



# TURISMO

## TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS

### *Oportunidades para os pequenos empresários*

O conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social é denominado turismo de negócios. Essa modalidade, que ganha cada vez mais espaço no Brasil, cresce com a constante globalização econômica, o avanço da tecnologia e o permanente aperfeiçoamento dos meios de transporte nacionais e internacionais. Em levantamento feito pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), avaliou-se que cerca de 25,3% dos turistas que visitam o país estejam em busca de negócios. Desta forma, o Boletim de Tendências de dezembro apresenta as informações mais relevantes relacionadas ao assunto, a fim de dar suporte aos pequenos negócios de turismo.



Das empresas que trabalham com espaços para eventos, 76,80% são micro e pequenos negócios.

Entre as empresas organizadoras, 81,2% podem ser classificadas como micro e pequenas, pois possuem faturamento de até R\$ 3,6 milhões.

- ✓ De acordo com a [Associação Brasileira de Empresas de Eventos \(ABEOC\)](#), em pesquisa realizada pela Associação e pelo Sebrae, o mercado de eventos gerou em 2013, no país, cerca de R\$ 209,2 bilhões;
- ✓ A pesquisa aponta ainda que, naquele ano, 590 mil eventos nacionais e internacionais foram realizados no Brasil, sendo 95% deles de âmbito nacional;
- ✓ Ao todo, 202,2 milhões de pessoas participaram;
- ✓ O segmento gerou R\$ 48,7 bilhões em impostos, 7,5 milhões de empregos diretos e indiretos e representou 4,3% do PIB do país.

### / Número de eventos por região

**Centro-Oeste**  
54.689 - 9%

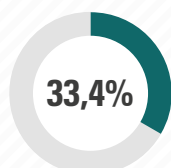
**Nordeste**  
116.362 - 20%

**Norte**  
25.721 - 4%

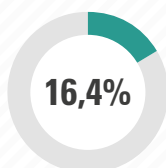
**Sudeste**  
305.720 - 52%

**Sul**  
88.420 - 15%

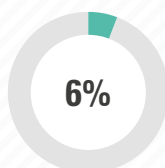
### / Cidades mais visitadas por turistas estrangeiros de negócios



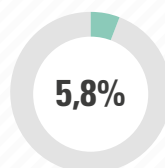
Rio de Janeiro



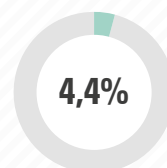
São Paulo



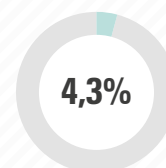
Manaus



Foz do Iguaçu



Belém



Salvador

# O TURISTA DE NEGÓCIOS

## Perfil

No primeiro semestre de 2015, o segmento de turismo de negócios e eventos apresentou um aumento de 7,8% comparado ao mesmo período de 2014. O gasto dos visitantes com hospedagem, transporte, serviços e outros somou R\$ 6,95 bilhões de janeiro a junho deste ano no Brasil. Isso demonstra que, mesmo em tempos de dificuldade, o número de eventos como feiras e exposições não irá diminuir, pois é neste momento que as organizações deverão investir na divulgação de suas marcas.

### / Perfil do turista de negócios

O turista estrangeiro que vem ao Brasil a fim de fazer negócios gasta, em média, quatro vezes mais que o turista que visita o país à procura de lazer.



- 58% dos visitantes é do **sexo masculino**
- 54% das pessoas viajam sozinhas
- A maioria dos visitantes, **55%**, tem faixa etária **entre 25 e 44 anos**
- **67,6%** visitam o Brasil pela primeira vez
- A permanência deste turista no país é de cerca de **sete noites**
- Analisando a estadia de sete dias, o **gasto médio** no total da viagem é de **US\$ 2.122,86** por pessoa
- Nesse perfil de turista, 97,3% do total tem curso superior e 39% possui renda acima de US\$ 4.000, o que demonstra um **público formador de opinião**
- Em relação à imagem da cidade visitada, **73,9%** tem **impressão positiva**
- **92%** dos visitantes pretende **voltar ao Brasil**
- 23% dos **turistas** são provenientes da Europa; 20,5%, da América do Norte; 19,4%, da América Latina e 15,7%, da América do Sul

Fontes: Turista de negócios gasta quatro vezes mais que o de lazer. Portal Brasil. 2014. Pesquisa revela que turistas de negócios gastam 4x mais no Brasil do que turistas de lazer. Blog do Planalto. 2014. II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil - 2013. ABEOC. 2014. Turismo de negócios cresce e, durante primeiro semestre, movimentou R\$ 6,9 bi no País. Hôteliier News. 2015.

## / Tipos de eventos, segundo as regiões do Brasil

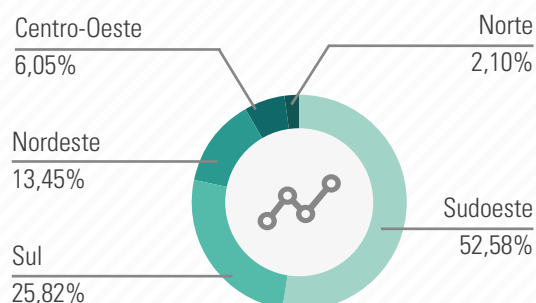
A concentração dos tipos de eventos está em socioculturais, que envolvem lazer, cultura e educação, seguido de reuniões e convenções, que são eventos promovidos pelas empresas a fim de alinhar os interesses de seus membros. Depois encontram-se os congressos, que consistem em reunir associações e entidades de determinado setor para que troquem informações e contatos entre si. Destaca-se também a modalidade “eventos mistos”, que são a união de dois ou mais tipos de eventos na mesma data e local.

Tipos de eventos	Brasil	Centro-Oeste	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul
Eventos socioculturais	78,7%	77,8%	76,3%	87,3%	79,2%	78,2%
Reuniões	72,2%	70,4%	74,1%	70,9%	74,8%	64,0%
Convenções	48,8%	54,1%	52,4%	44,3%	47,9%	46,2%
Congressos	38,9%	44,4%	50,1%	46,8%	31,9%	41,7%
Eventos mistos	33,0%	43,7%	37,6%	30,4%	29,7%	33,2%

Dados extraídos do estudo Sebrae e ABEOC. De acordo com o estudo, as respostas foram múltiplas. O somatório total pode ser maior do que 100%.

## / Distribuição de receita

Em 2013, a receita gerada pela indústria de eventos no Brasil foi de mais de R\$ 209 bilhões, envolvendo os gastos com participantes, os gastos com locação dos espaços e a receita obtida pelas organizadoras dos eventos. Assim como na distribuição do número de eventos por região, o maior faturamento também é na região Sudeste, onde mais da metade da receita está concentrada, seguida pelos estados do Sul e do Nordeste.



## / Espaços para eventos em cada região

Em relação aos espaços para eventos, concentram-se no país bares e restaurantes; hotéis e demais meios de hospedagem; casas e salões de festas; clubes, ginásios e arenas, que correspondem a mais de 60% dos locais disponíveis no Brasil.

Tipos de espaços	Centro-Oeste		Norte		Nordeste		Sudeste		Sul		Brasil	
Bar e restaurante	104	17,9%	58	15,3%	299	20,0%	687	14,5%	570	25,2%	1.718	18,2%
Casa e salão de festas	93	16,0%	30	7,9%	208	13,9%	886	18,7%	279	12,3%	1.496	15,8%
Clube, ginásio e arena	34	5,9%	31	8,2%	92	6,2%	523	11,1%	284	12,5%	964	10,2%
Hotel e demais meios de hospedagem	143	24,7%	68	17,9%	311	20,8%	816	17,3%	357	15,8%	1.695	17,9%
Outros	206	35,5%	193	50,7%	582	39,1%	1.815	38,4%	776	34,2%	3.572	37,9%

## MERCADO

### Expectativas

O mercado do turismo de negócios e eventos está em crescente expansão, causando impactos em todos os segmentos envolvidos. Esse crescimento estimula micro e pequenas empresas, produzindo mais emprego e renda. Mais de 50 setores fazem parte da cadeia produtiva de eventos, tornando-a muito ampla. Serviços de recepção, transporte, limpeza, tradução, hospedagem, entre muitos outros, se apresentam como oportunidades para que micro e pequenos empreendedores possam se inserir nesse mercado. De 2002 até 2013, o segmento de eventos cresceu 14% ao ano. No estudo do Sebrae e da ABEOC divulgado em 2014 sobre o setor de eventos, foi divulgada uma pesquisa realizada com grupos focais, denominada “Mercado de Eventos no Brasil: Desafios e Perspectivas 2020”, sintetizada abaixo.

### / A pesquisa

A partir das discussões em grupo e do intercâmbio de informações feito com empresários, líderes de entidades ligadas ao setor e organizadores de eventos, as principais perspectivas para os próximos anos foram apontadas:



**Cientes:** existe uma tendência de que os clientes passem a buscar cada vez mais lucros com os eventos. Para isso, a expectativa é de que eles procurem volume com despesas reduzidas ou diversificação com valor agregado;



**Concorrência:** um dos desafios apontados foi a entrada de multinacionais no mercado brasileiro. Essas organizações possuem estrutura diferenciada, o que exigirá maior empenho dos empreendedores locais na procura por qualificação. Contudo, a entrada dessas empresas no mercado nacional pode trazer benefícios, como a associação entre os negócios de organização brasileiros, a fim de aumentar sua capacidade de concorrência no mercado;



**Tecnologia:** cada vez mais o empreendedor deve buscar ferramentas tecnológicas que atendam às necessidades dos negócios, tanto no que se refere aos eventos quanto aos processos internos das empresas. Além disso, a tendência da realização de eventos virtuais também é destaque, com perspectiva de expansão no futuro;



**Parcerias:** uma das opções que demonstra crescimento nos próximos anos é a consolidação das redes de negócios, que oferecem maior possibilidade de permanência no mercado. Essas parcerias podem ocorrer por meio de associação das PMEs, tendo em vista uma maior habilidade de concorrência por eventos de grande porte;



**Geração Y:** as pessoas nascidas após os anos 80, de acordo com o estudo, passaram a assumir cargos de liderança nas empresas, tornando-se clientes essencialmente exigentes, que buscam soluções práticas, efetivas e instantâneas. Por isso, a tecnologia, a inovação e a agilidade nos processos são de extrema importância para que os empreendedores obtenham resultados positivos em suas negociações.

Ainda que as informações relacionadas ao turismo de negócios sejam positivas, no ranking da [Associação Internacional de Congressos e Convenções \(ICCA - International Congress and Convention Association\)](#), o país vem perdendo posições em número de eventos desde 2013. Essa queda pode estar relacionada ao fato de que o país foi escolhido para sediar megaeventos como a Jornada Mundial da Juventude, a Copa do Mundo e as Olimpíadas, estando, desta forma, com enfoque voltado para atender à essa demanda. Portanto, é essencial que o empresário atente para as informações e acompanhe as movimentações do mercado a fim de estar preparado para as constantes mudanças. Acesse o site do ICCA e mantenha-se atualizado.”



## AÇÕES RECOMENDADAS



Confira os [estudos](#), as [reportagens](#) e as pesquisas do [Sebrae](#) relacionados ao turismo de negócios e eventos. Mantenha-se informado sobre as notícias relacionadas ao turismo;



Conheça as associações do segmento turístico. É possível associar-se e contatar empresas de diversas atividades relacionadas ao seu negócio;



Nos últimos anos, o número de eventos internacionais no Brasil cresceu 400%. Por isso, identifique na sua empresa quais atitudes são necessárias para que você possa atender a essa demanda do mercado, seja qualificando e ampliando sua equipe, seja investindo em infraestrutura e tecnologia ou ampliando sua área de atuação;



A qualidade do serviço que você oferece é fundamental. Como a demanda de diferentes áreas relacionadas ao turismo de eventos é bastante extensa, é muito importante que cada atividade seja entregue com a melhor qualidade possível, aumentando a confiança e a visibilidade da sua empresa. Todos os detalhes são importantes, e serão eles que determinarão o sucesso e a permanência do seu negócio dentro da cadeia produtiva;



O Brasil está em primeiro lugar na América Latina no setor de viagens corporativas, segundo a [Global Business Travel Association \(GBTA\)](#). A GBTA é uma rede de profissionais em Viagens e Eventos Corporativos, que busca ser uma plataforma de elo entre todos os envolvidos do segmento, auxiliando no seu desenvolvimento. Você pode entrar em [contato](#) com a GBTA para obter mais informações;



Fique atento às tendências e novidades do segmento turístico através do site do [Sistema de Inteligência de Mercado](#).



**BOLETIM DE INTELIGÊNCIA**  
DEZEMBRO | 2015

**SEBRAE**

0800 570 0800

**SEBRAE  
SIM**

Inteligência de Mercados

Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros  
Gerentes: **Alexandre Comin** e **Patrícia Mayana** (adjunta)  
Analista técnico: **José Weverton, Valéria Vidal** e **Lúcio Pires**  
Consultores Conteudistas: **Thays Carvalho** e **Osiris Ricardo Bezerra Marques**  
Unidade de Atendimento Setorial Serviços  
Gerentes: **André Spinola** e **Ana Clévia Guerreiro** (adjunta)  
Coordenadores Nacionais: **Philippe Fauguet**, **Geraldo Costa**,  
**Grazielle Vilela**