

ANDRÉA MARIA F. DE S. KARAM

NEY OTTONI L. ALVES

**EXPOSIÇÕES E FEIRAS NO BRASIL: DIAGNÓSTICO PRELIMINAR
DO PERÍODO 1997 - 2000**

CURITIBA

2000

ANDRÉA MARIA F. DE S. KARAM

NEY OTTONI L. ALVES

**EXPOSIÇÕES E FEIRAS NO BRASIL: DIAGNÓSTICO PRELIMINAR
DO PERÍODO 1997 - 2000**

Trabalho de Graduação apresentado à
Disciplina de Projeto de Turismo em
Eventos, do Departamento de Turismo,
Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes
da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Miguel Bahl

CURITIBA

2000

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

1. **Título:** Exposições e Feiras no Brasil: Diagnóstico Preliminar do Período
1997-2000
2. **Autores:** Andréa Maria F. de S. Karam
Ney Ottoni L. Alves
3. **Finalidade:** Elaborar um diagnóstico preliminar das exposições e feiras
realizadas no Brasil no período 1997-2000.
4. **Instituição:** Universidade Federal do Paraná – UFPR / Curso de Turismo
5. **Localidade:** Curitiba / PR
6. **Data:** Dezembro / 2000.

SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS	iii
LISTA DE GRÁFICOS	iv
1 INTRODUÇÃO	1
1.1 JUSTIFICATIVA	1
1.2 OBJETIVOS	2
1.3 HIPÓTESES.....	3
1.4 METODOLOGIA	3
2 TURISMO E TURISMO DE EVENTOS	6
2.1 TURISMO	6
2.2 EVENTOS.....	7
2.2.1 Exposições e Feiras	9
3 EXPOSIÇÕES E FEIRAS NO BRASIL: PERÍODO 1997 – 2000	15
3.1 RESULTADOS DA PESQUISA	15
4 CONCLUSÃO	30
5 RECOMENDAÇÕES	32
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33
7 BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	35
APÊNDICES	36

LISTA DE TABELAS

TABELA 1– OCORRÊNCIA DE EXPOSIÇÕES/FEIRAS POR ANO – 1997-2000.....	16
TABELA 2– EDIÇÃO POR ANO – 1997-2000.....	18
TABELA 3– OCORRÊNCIA DE FEIRAS NAS CAPITALS POR ANO.....	19
TABELA 4– CRESCIMENTO DAS EXPOSIÇÕES/FEIRAS, DE ACORDO COM O LOCAL DE REALIZAÇÃO – 1997-2000.....	23
TABELA 5– FREQUÊNCIA DAS FEIRASxDURAÇÃOxANO–1997-2000...	24
TABELA 6– OCORRÊNCIA DE FEIRAS / EXPOSIÇÕES AO MÊS – 1997-2000.....	26
TABELA 7– Nº DE EXPOSIÇÕES E FEIRASxSEMESTRExANO.....	26
TABELA 8– CRESCIMENTO DAS EXPOSIÇÕES/FEIRAS, DE ACORDO COM A CLASSIFICAÇÃO, NO PERÍODO 1997-2000.....	27
TABELA 9– CLASSIFICAÇÃO DAS FEIRASxANO – 1997-200.....	28

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – N.º DE EXPOSIÇÕES/FEIRAS REALIZADAS POR ANO ...	17
GRÁFICO 2 – DURAÇÃO DAS EXPOSIÇÕES E FEIRAS – 1997-2000	18
GRÁFICO 3 – EVOLUÇÃO QUANTITATIVA DE ALGUMAS CAPITAIS	21
GRÁFICO 4 – PRINCIPAIS LOCAIS DE REALIZAÇÃO - 1997 – 2000	23
GRÁFICO 5 – CLASSIFICAÇÃO DAS EXPOSIÇÕES E FEIRAS E SUA REPRESENTAÇÃO NO PERÍODO 1997 – 2000	25
GRÁFICO 6 – VARIAÇÃO FEIRASxMESES NO PERÍODO 1997-2000	27

1 INTRODUÇÃO

Com o crescimento do turismo de eventos e de negócios no mundo, manifesta-se a necessidade de cada vez mais realizar estudos de forma a traçar prognósticos e contribuir com soluções para a melhoria do setor no Brasil.

O presente estudo dividiu-se em duas partes. A primeira trata do turismo em geral, turismo de eventos e sua evolução, bem como, o segmento de feiras e exposições dentro dos eventos, chamando a atenção para a importância do desenvolvimento de pesquisas com o objetivo de mensurar a atividade. A segunda parte, compreende a descrição dos resultados encontrados na pesquisa de levantamento de dados sobre as exposições e feiras realizadas no Brasil, no período de 1997 a 2000, através das informações publicadas no Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras, editado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

1.1 JUSTIFICATIVA

A deficiência de dados estatísticos, bem como a bibliografia escassa a respeito do tema proposto, motivaram a realização deste projeto de pesquisa referente à elaboração do diagnóstico preliminar das exposições e feiras ocorridas entre 1997 e 2000.

A intenção inicial era realizar um levantamento de dados dos últimos 5 anos (1996 – 2000), mas a dificuldade de acesso aos dados do ano de 1996 motivou a mudança para o período de quatro anos (1997-2000).

Segundo Caio Luiz de Carvalho¹, “o ano de 1997 pode ser considerado como um divisor no desenvolvimento turístico brasileiro [onde o segmento do turismo de negócios, incluindo eventos] foi o principal responsável pela movimentação hoteleira, indicador insubstituível para informar sobre a economia da indústria turística”.

Vale ressaltar que o período abordado permitiu identificar a influência da crise cambial ocorrida em janeiro de 1999 e seu reflexo na realização das exposições e feiras ocorridas no Brasil.

1.2 OBJETIVOS

Os objetivos desta pesquisa constituíram-se em:

Geral:

Elaborar diagnóstico preliminar das exposições e feiras realizadas no Brasil no período 1997 – 2000, tendo como base o Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras, editado pelo atual Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

Específicos:

- a) identificar em qual período do ano há maior ocorrência de exposições e feiras;

¹ Apud ANDRADE, R. **Manual de eventos**. Caxias do Sul: EDUCS, 1999, p. 13.

- b) detectar em qual Estado concentra-se a maioria das exposições e feiras realizadas no país;
- c) verificar se houve uma evolução no surgimento de novas exposições e feiras ocorridas no Brasil no período estudado.

1.3 HIPÓTESES

- a) há maior ocorrência de exposições e feiras no segundo semestre;
- b) São Paulo é o estado onde se concentra a maioria das exposições e feiras realizadas no Brasil;
- c) houve uma evolução no surgimento de novas exposições e feiras realizadas no período estudado.

1.4 METODOLOGIA

A pesquisa foi efetuada em 2 etapas, com metodologias diferentes conforme sua função em relação ao objetivo proposto.

Na primeira etapa procedeu-se a pesquisa exploratória com coleta de informações secundárias, envolvendo pesquisas em fonte de papel, como:

- pesquisa bibliográfica: através de livros e artigos;
- pesquisa documental: Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras.

Na segunda etapa, realizou-se uma pesquisa descritiva referente às variáveis estudadas e encontradas através da tabulação dos dados contidos nos Calendários Brasileiros de Exposições e Feiras, no período 1997-2000.

Optou-se como fonte única de dados o Calendário supracitado devido à facilidade de disposição das informações, visto que outras fontes (como por exemplo, calendário das associações e *sites* na Internet) não apresentaram as mesmas informações, o que dificultaria a tabulação e o cruzamento de dados.

Ressalta-se, porém, que a totalidade dos dados apresentados na referida fonte não constitui ou representa o universo das exposições e feiras realizadas no país no período estudado, pois as informações ali contidas referiram-se a uma estimativa (alguns eventos mencionados podem não ter ocorrido, ao passo que outros podem ter sido planejados posteriormente ao fechamento das edições).

A abordagem foi qualitativa e quantitativa, visando elaborar um diagnóstico preliminar das exposições e feiras realizadas no Brasil no período de 1997 – 2000. Na abordagem qualitativa procedeu-se um complemento através de comentários aos dados quantitativos embasado em publicação periódica atual sobre o tema (Revista dos Eventos), além de pesquisas na Internet.

As variáveis estudadas foram as seguintes:

- a) número de feiras realizadas a cada ano;
- b) edição;
- c) duração;
- d) mês de realização;

- e) classificação;
- f) frequência de acontecimento;
- g) local.

O universo de análise foi o das exposições e feiras relacionadas nos Calendários Brasileiros de Exposições e Feiras, publicados pelo Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo (1997-1999) e pelo atual Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (2000).

Posteriormente realizou-se uma análise descritiva dos dados obtidos permitindo uma maior visualização dos resultados, sendo estes apresentados na forma de gráficos e tabelas.

2 TURISMO E EVENTOS – VISÃO TEÓRICA DO TEMA

2.1 TURISMO

A OMT – Organização Mundial do Turismo, estima um crescimento da atividade turística internacional entre 4 e 5% ao ano, em meio à turbulência causada pelas alternadas crises econômicas mundiais, destacando o segmento de eventos².

Alguns fatores como desenvolvimento, globalização, tecnologia, automação e a conseqüente intensificação do tempo livre, ofuscaram, na década de 80³, o diagnóstico de alguns especialistas sobre a importância do turismo, no entanto, sem prejudicar o prognóstico de que se tornaria uma atividade intensa no século XX, atingindo o primeiro lugar nas atividades mundiais até o ano 2000.

Atualmente, o setor tornou-se o maior gerador de receitas e o maior empregador de mão-de-obra, onde destaca-se como o segmento de maior potencial para o desenvolvimento, apontando a melhor relação investimento / criação de empregos.

As formas tradicionais de comércio, indústria e agropecuária, estão reduzindo suas ofertas de emprego, devido ao avanço da tecnologia e automação. Diante deste fato, constata-se que a área de serviços, onde inclui-se o turismo, é promissora para re-humanizar as relações sociais⁴.

² ANDRADE, R. **Manual de eventos**. Caxias do Sul: EDUCS, 1999, p. 11.

³ SESSA, Alberto apud ANDRADE, p. 18.

⁴ ANDRADE, p.14.

O turismo é um setor chave para o desenvolvimento sócio-econômico, pelo reconhecido potencial de geração de postos de trabalho e de renda. Segundo dados do WTTC – *World Travel and Tourism Council*⁵, a atividade criou 192 milhões de empregos e US\$ 4,5 trilhões de faturamento no mundo todo no ano de 1999.

No Brasil, a atividade turística também demonstra seu crescimento: no ano de 1998 foram US\$ 38 bilhões de faturamento direto e indireto e 5 milhões de empregos de acordo com a mesma fonte.

O turismo interno também gerou, no mesmo ano, US\$ 13,2 bilhões de receitas diretas⁶ para o país, sendo importante distribuidor de renda entre pólos emissores e receptores dentro de suas fronteiras.

2.2 EVENTOS

Segundo ANDRADE⁷ “registra-se que está havendo crescimento das viagens internacionais por motivos de negócios, como consequência do crescimento do comércio e das transações mercantis internacionais, segmentos que dão realce à área de eventos”.

Dentre as várias modalidades do turismo desenvolvidas no país, destacam-se o turismo de lazer que motivou 71,80% dos turistas estrangeiros que visitaram o

⁵ Disponível em: <<http://wttc.org>> Acesso em: 6 dez. 2000.

⁶ FIPE - USP. Disponível em: <<http://www.embratur.gov.br>>. Acesso em: 6 dez.2000.

⁷ ANDRADE, p. 11.

país, e o de negócios e eventos representando 26,70% dos entrevistados no ano de 1998⁸.

O turismo de eventos é considerado como o que agrega mais retorno econômico e social para o país e a cidade que os sediam. Ressaltam-se os benefícios como geração de emprego e renda; redução da sazonalidade, pois normalmente a dinâmica do mercado de eventos concentra-se na baixa estação; promoção e divulgação da cidade sede e uma movimentação geral da economia local que é inerente a qualquer atividade turística, sem contar que o turista de eventos é o que mais gasta quando viaja.

Após comprovados os benefícios deste segmento, muitos *Convention & Visitors Bureau* estão sendo implantados nas cidades brasileiras, cujos principais objetivos são captação de eventos e promoção da cidade.

O evento, enquanto atividade de diversos tipos, que congrega pessoas com objetivos também diversos como aperfeiçoamento cultural, científico ou técnico, troca de experiências, comercialização de produtos, conagraçamento social, entre outros - num determinado local e em um tempo estipulado, constitui-se em uma importante parte do produto turístico pelo seu potencial gerador de fluxos de turistas.

⁸ BRASIL. Ministério do Esporte e Turismo – EMBRATUR. **Anuário estatístico 2000**. Brasília, 2000.

2.2.1 Exposições e Feiras

Os eventos são classificados em diversos tipos, sendo que as exposições e feiras constituem-se importantes geradoras de negócios para seus participantes, sejam eles expositores ou visitantes. Devido à globalização da economia e às mudanças que ocorrem constantemente, muitas empresas participam de feiras e exposições como uma estratégia de *marketing*. Estes eventos oportunizam a “ampliação de mercados, difusão de tecnologia, promoção de empresas, designação de representantes, além de captação de parceiros comerciais”⁹.

Pode-se conceituar feira como sendo um evento caracterizado pela exposição e/ou venda de produtos ou serviços, com o objetivo de proporcionar um maior contato com os canais de comercialização (fornecedores, representantes, compradores, financiadores e público em geral). Já a exposição caracteriza-se mais pela divulgação e exibição de produtos, serviços ou técnicas, normalmente sem caráter comercial.

Apesar das vantagens expressas, deve-se estar atento aos riscos existentes, pois toda feira ou exposição pode ser considerada como um novo negócio. Dentre os fatores que devem ser levados em conta, destacam-se: o investimento, capacidade de atendimento, retorno financeiro, pessoal e tempo disponível, entre outros.

⁹ SEBRAE/SC. **Como participar com sucesso em feiras e exposições**. Florianópolis: SEBRAE/SC, 1994, p. 3.

A insegurança gerada pela falta de informações a respeito dos benefícios alcançados através desta modalidade de promoção também faz com que muitas empresas deixem de participar de feiras e exposições.

Segundo consta no Manual do SEBRAE-SC (*Como participar com sucesso em feiras e exposições*), entre os principais motivos para se participar de uma exposição ou feira, pode-se destacar:

- a) aumentar as vendas: direta ou indiretamente;
- b) lançar novos produtos/serviços: o *feed back* de aceitação é imediato;
- c) difundir tecnologia;
- d) ampliar seu potencial de vendas: possibilidade de contato com uma gama bem maior de consumidores em potencial;
- e) analisar a concorrência: oportunidade de entrar em contato com seus concorrentes e analisar seus procedimentos comerciais;
- f) divulgar a sua imagem: demonstrar o quanto voce é e quer ser perante o seu público, através de comportamentos e atitudes com qualidade;
- g) demonstrar utilidades específicas: quando um produto ou serviço é muito especializado e requer instruções específicas para ser consumido;
- h) comunicar-se com o mercado: propicia contatos com representantes, comerciantes do ramo, fornecedores diversos, produtores de bens ou serviços alternativos e novos entrantes;
- i) promover-se: nada melhor do que um momento onde duplicam-se as oportunidades de negócios¹⁰.

Levando-se em conta a demanda, as exposições e feiras podem ser classificadas, de acordo com sua abrangência e âmbito de atuação, como:

- a) locais: realizadas em uma única comunidade ou na sede de uma microrregião (homogênea), onde acima de seu caráter comercial, caracteriza-se por seu perfil social, envolvendo todas as forças atuantes da comunidade;
- b) estaduais: com as mesmas características das locais, distinguem-se pelo seu maior porte, podendo em algumas situações estar voltadas para o interior do estado;
- c) regionais: voltadas para unir os interesses de toda uma região;

¹⁰ SEBRAE/SC, p. 14

- d) nacionais: abertas à expositores de todo o país, normalmente têm mais êxito quando realizadas junto à grande centros consumidores;
- e) internacionais: atraem público de outros países;
- f) mundiais: atraem público de todos os continentes¹¹.

O número de feiras realizadas em 1998 aumentou em relação à 1997, resultado da tendência de segmentação do setor, segundo Bolsoni¹² “Quando você se especializa em um determinado nicho, passa a conhecê-lo melhor e a enxergar necessidades específicas de seus clientes, que antes não eram visíveis.”

Outro fator determinante é a segmentação percebida pelo mercado como uma evolução favorável na criação de novos eventos e na possibilidade de torná-los referência no país por sua temática. Assim, segundo o ramo de atividade, as exposições e feiras estão divididas em:

- a) “gerais: a oferta de produtos expostos compreende vários setores da economia;
- b) setoriais/especializadas: várias indústrias e/ou empresas exibem seus produtos e serviços sobre um tema específico. São feiras e exposições de melhor resultado, dada a concentração do tema.”¹³

As feiras e exposições vêm crescendo no Brasil, refletindo as inovações tecnológicas e lançamentos de novos produtos e serviços nos mais variados setores da economia. Além disso, existe o aspecto de interação empresa-empresa, empresa-

¹¹ SEBRAE/SC, p. 5

¹² REVISTA DOS EVENTOS. Curitiba, n. 11, ago./set. 2000, p. 38.

¹³ SEBRAE/SC, p.7 .

clientes, propiciando contatos pessoais e sociais, gerando negócios e aumentando o lucro das empresas.

Cada vez mais existe a preocupação em se desenvolver novos nichos de mercado através de propostas inovadoras de feiras e exposições que reflitam a importância das alianças e parcerias entre empresas que possuam negócios afins. Exemplos atuais são as últimas realizações na área de esportes, como a feira *Wellness Sports Convention*, ocorrida entre 16 e 20 de Agosto de 2000 em São Paulo, que gerou um volume de negócios de R\$ 11 milhões, segundo a organizadora do evento¹⁴.

Além do aspecto econômico intrínseco, algumas feiras se revelam importantes na geração de fluxos turísticos em períodos de baixa estação, contribuindo com a ampliação do turismo interno no país. A *Cosmoprof Cosmética*, realizada normalmente em Setembro em São Paulo, ou a *Comdex 2000*, realizada em Agosto, são ambos exemplos nas áreas de Cosméticos e Informática, respectivamente, que atraem públicos de todas as partes do Brasil e muitos do exterior.

As empresas promotoras e organizadoras de exposições e feiras no Brasil encontram-se representadas pela UBRAFE - União Brasileira dos Promotores de Feiras e os Centros de Convenções pela ABRACCEF - Associação dos Centros de Convenções e Feiras.

¹⁴ REVISTA DOS EVENTOS. Curitiba, n. 11, ago./set. 2000, p.13.

A EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo, também requisita o registro de todas as empresas que organizam eventos em seu cadastro, sendo que atualmente constam 400 empresas cadastradas. Estas associações compilam normalmente calendários com os eventos previstos para a realização a cada ano.

O atual Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior também edita o Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras, reunindo informações coletadas junto aos promotores e organizadores de exposições e feiras em todo o país.

Apesar dos esforços do governo e das associações, não existem estudos e levantamentos estatísticos que possam contribuir para a evolução do surgimento de feiras ou exposições, ou sua dinâmica de mercado. Existem estudos realizados por consultorias mapeando regiões ou pólos realizadores destes eventos, mas nada que represente uma caracterização ou o perfil das feiras e exposições promovidas no país nos últimos quatro anos. Estes estudos existentes podem ser considerados um tanto quanto superficiais, pois todos são unânimes em seus resultados, os quais mencionam que há necessidade de novos investimentos em empreendimentos para aumentar a oferta de convenções e feiras, principalmente na cidade de São Paulo, sem apresentação de resultados mais abrangentes.

Segundo Plácido José de Oliveira, presidente da ABEOC – Associação Brasileira de Empresas de Eventos, governo e empresários do setor ainda não enxergaram todo o potencial dos eventos e o que eles podem promover na sociedade, “porque não conhecem nosso potencial, não conhecem nossos números

(...), pois se não sabemos quem somos, não sabemos o que podemos”¹⁵. Para ele, antes de responsabilizar governos e empresários pela situação atual, é necessário que haja uma “união de esforços de todas as entidades que compõem o setor, UBRAFE, ABRACCEF, ABEOC, ABIH e ABAV¹⁶, no sentido de um grande movimento que culmine numa pesquisa séria, capaz de avaliar o potencial do turismo de eventos no Brasil”.

Como destacado acima, dados estatísticos constituem-se em um instrumento de suma importância, tanto para o setor privado, quanto para o público, no que diz respeito à informações que podem ser úteis para nortear políticas de *marketing*, investimentos e captação na área de eventos e promoção de cidades, contribuindo para a geração de empregos, renda e diminuição do período sazonal de uma localidade.

Assim sendo, o projeto proposto visa elaborar diagnóstico preliminar das exposições e feiras realizadas no Brasil, no período 1997 – 2000, tendo como base o Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras, analisando-o não apenas quantitativamente, mas também suas características.

A seguir, são apresentados os resultados referentes à pesquisa em questão.

¹⁵ REVISTA DOS EVENTOS, Curitiba, n. 8, fev./mar. 2000, p.54.

¹⁶ ABIH – Associação Brasileira da Indústria Hoteleira. ABAV – Associação Brasileira de Agências de Viagens.

3 EXPOSIÇÕES E FEIRAS NO BRASIL: PERÍODO 1997 – 2000

3.1 RESULTADOS DA PESQUISA

A coleta de dados do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras revelou informações que podem contribuir para a elaboração de um diagnóstico preliminar sobre as exposições e feiras realizadas no Brasil no período estudado. Entretanto, convém ressaltar, mais uma vez, que esta publicação não corresponde ao universo de feiras realizadas no país no período estudado devido ao próprio caráter desta fonte de dados que na verdade, como o próprio nome supõe, prevê o acontecimento destes eventos baseado em dados enviados pelas empresas promotoras e organizadoras em todo o país, bem como de outras instituições organizadoras.

Segundo Sr. Antônio Severino Botelho¹⁷, Gerente de Programa do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, não é de seu conhecimento a existência de um trabalho de pesquisa unificado de forma a analisar quantitativamente e qualitativamente estes eventos no país.

A proposta deste estudo baseou-se em traçar um diagnóstico preliminar das exposições e feiras realizadas no Brasil através da análise dos dados existentes atualmente, de forma a enfatizar a importância da realização de pesquisas similares a esta e da análise de dados de forma geral, e em especial para o turismo, no intuito de sensibilizar as instituições governamentais e não-governamentais para o fato,

¹⁷ Entrevista realizada em 7 dez. 2000.

além de sugerir formas alternativas de pesquisa e levantamento de dados para o dimensionamento desta atividade.

As variáveis estudadas foram as seguintes: número de feiras realizadas a cada ano; edição; duração; mês de realização; classificação; frequência de acontecimento; local.

Além de proporcionar a verificação da evolução destas variáveis ano a ano, foram feitos cruzamentos das variáveis entre si, de forma a revelar dados concernentes à influência destes eventos para a atividade turística, sob o aspecto da sazonalidade, aproveitamento de localidades turísticas, entre outros.

No período de 1997-2000 foram catalogadas 1775 exposições e feiras. O crescimento observado de 2000 em relação ao ano de 1997 foi de 9,7 %.

TABELA 1– OCORRÊNCIA DE EXPOSIÇÕES/FEIRAS POR ANO–1997-2000

EXPOSIÇÕES E FEIRAS	ANO				CRESCIMENTO
	1997	1998	1999	2000	
N.º de ocorrências	423	452	436	464	9,7%

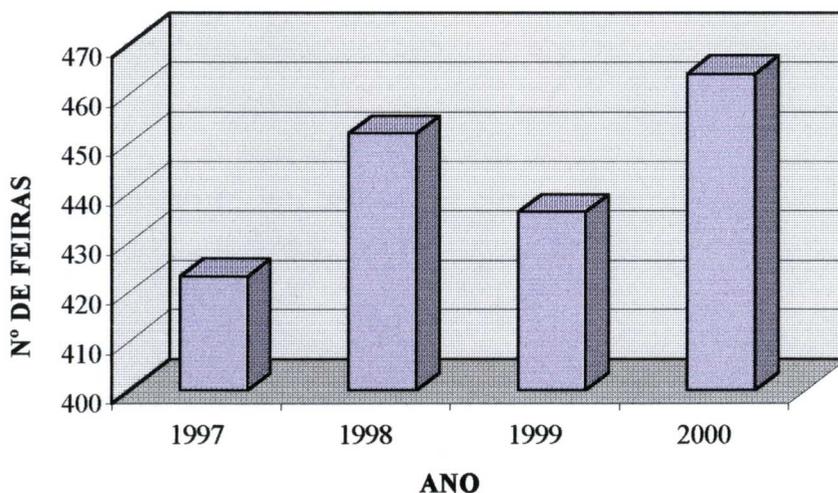
FONTE: UFPR – KARAM; ALVES / 2000.

NOTA: Dados extraídos do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (1997-2000).

No ano de 1999 foi verificada uma queda no número de exposições e feiras realizadas (GRÁFICO 1), interpretada como plausível devido à situação econômica enfrentada neste ano, face à desvalorização da moeda brasileira frente ao dólar, o que causou uma instabilidade no mercado. De qualquer forma este problema não foi sentido de maneira tão intensa em todos os setores da economia, apenas nos que têm suas matérias-primas ou produtos vinculados ao dólar. Na verdade, houve mesmo

um incremento no ano de 1999 em relação à criação de novas feiras e exposições no ano de 1998, da ordem de 13,5%.

GRÁFICO 1 – N.º DE EXPOSIÇÕES/FEIRAS REALIZADAS POR ANO



FONTE: UFPR – KARAM; ALVES / 2000.

NOTA: Dados extraídos do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (1997-2000).

O crescimento é expresso também pelo número de primeiras edições de exposições e feiras existentes ano a ano, conforme a hipótese que menciona uma evolução no surgimento de novas exposições e feiras realizadas no período estudado. Do início de 1997 ao final do ano 2000 foram realizados 180 novos eventos. Este dado, aliado à tendência de segmentação mencionada na segunda parte deste trabalho, revela que ainda existem nichos de mercado a serem explorados quando se analisa o mercado brasileiro.

TABELA 2 – EDIÇÃO POR ANO – 1997-2000

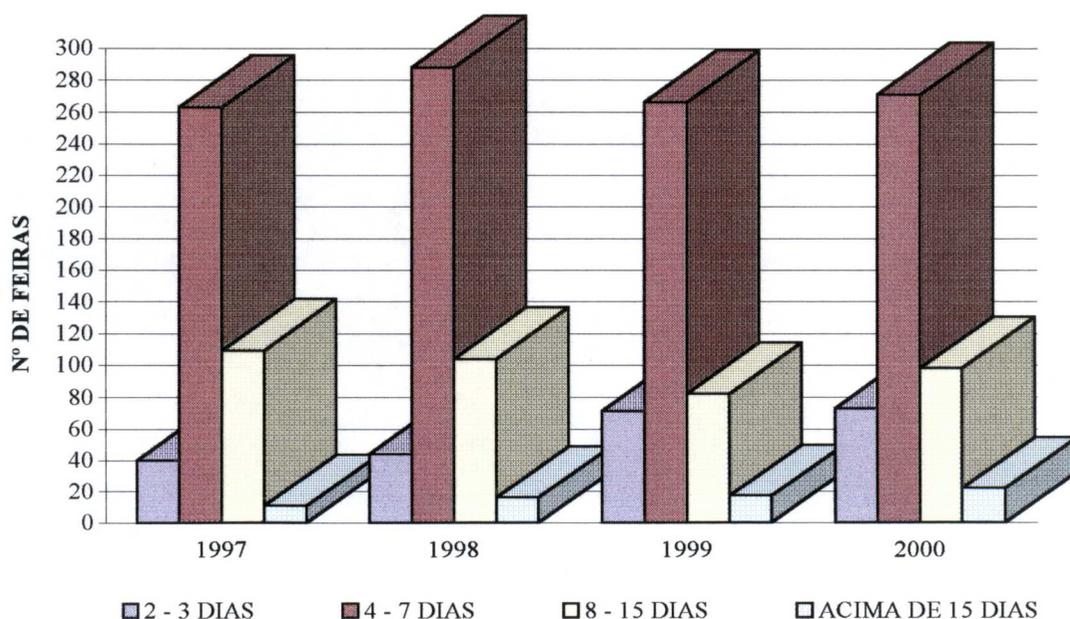
EDIÇÃO	ANO				TOTAL
	1997	1998	1999	2000	
1ª	42	37	42	59	180
2ª	45	64	54	59	222
3ª	44	63	49	45	201
4ª	40	37	30	40	147
5ª	29	31	26	16	102
Acima da 5ª	223	220	235	245	923

FONTE: UFPR – KARAM; ALVES / 2000.

NOTA: Dados extraídos do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (1997-2000).

Em relação ao tempo de duração, a maioria das exposições e feiras (61,3%) são realizadas em um intervalo de 4 a 7 dias. Das 1775 feiras e exposições estudadas, 524 ou 29,5% foram realizadas em 4 dias.

GRÁFICO 2 – DURAÇÃO DAS EXPOSIÇÕES E FEIRAS – 1997 - 2000



FONTE: UFPR – KARAM; ALVES / 2000.

NOTA: Dados extraídos do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (1997-2000).

Quanto ao local, percebeu-se que a maioria das exposições e feiras ocorridas no período foram realizadas nas capitais (62,6%), destacando-se São Paulo (28,3%), Rio de Janeiro (5,6%), Curitiba (3,6%) e Belo Horizonte (3,4%). Localização estratégica e infra-estrutura adequada, aliadas à excelência em prestação de serviços, contribuíram fortemente para a captação destes eventos. Entre as capitais citadas, São Paulo “tem mais hospedagem, culinária, mão-de-obra especializada e espaços” disponíveis para realização de eventos¹⁸; no Rio de Janeiro “empresas investem em eventos para despertar a atenção dos consumidores”¹⁹; Curitiba, além de contar com localização privilegiada devido ao MERCOSUL – Mercado Comum do Cone Sul, “tem crescido muito do ponto de vista empresarial; isso é um indutor forte para a realização de negócio em convenções”²⁰ e Belo Horizonte conta com seus novos investimentos no setor²¹.

TABELA 3 – OCORRÊNCIA DE FEIRAS NAS CAPITAIS POR ANO

LOCAL (CAPITAIS)	ANO				TOTAL	TOTAL (%)
	1997	1998	1999	2000		
Aracajú	6	4	0	1	11	0,6
Belém	5	2	7	2	16	0,9
Belo Horizonte	11	14	14	22	61	3,4
Boa Vista	0	2	2	0	4	0,2
Brasília	10	8	6	14	38	2,1
Campo Grande	7	3	4	5	19	1,1
Cuiabá	1	2	0	1	4	0,2
Curitiba	11	16	16	21	64	3,6
Florianópolis	0	9	5	1	15	0,8
Fortaleza	7	17	6	16	46	2,6
Goiânia	11	12	6	8	37	2,1
João Pessoa	4	5	3	0	12	0,7
Macapá	4	0	0	1	5	0,3

¹⁸ REVISTA DOS EVENTOS. Curitiba, n. 6, out./nov. 1999, p. 48.

¹⁹ REVISTA DOS EVENTOS. Curitiba, n. 11, ago./set. 2000, p. 60.

²⁰ REVISTA DOS EVENTOS. Curitiba, n. 11, ago./set. 2000, p. 59.

²¹ REVISTA DOS EVENTOS. Curitiba, n. 8, fev./mar. 2000, p. 37.

Maceió	2	4	2	2	10	0,6
Manaus	1	3	3	5	12	0,7
Natal	4	2	1	3	10	0,6
Palmas	2	0	1	1	4	0,2
Porto Alegre	2	9	18	16	45	2,5
Porto Velho	0	3	2	4	9	0,5
Recife	0	0	2	0	2	0,1
Rio Branco	1	0	0	0	1	0,1
Rio De Janeiro	36	30	19	14	99	5,6
Salvador	11	13	13	10	47	2,6
São Luís	1	4	8	5	18	1,0
São Paulo	120	118	133	131	502	28,3
Teresina	6	6	0	2	14	0,8
Vitória	2	2	1	2	7	0,4

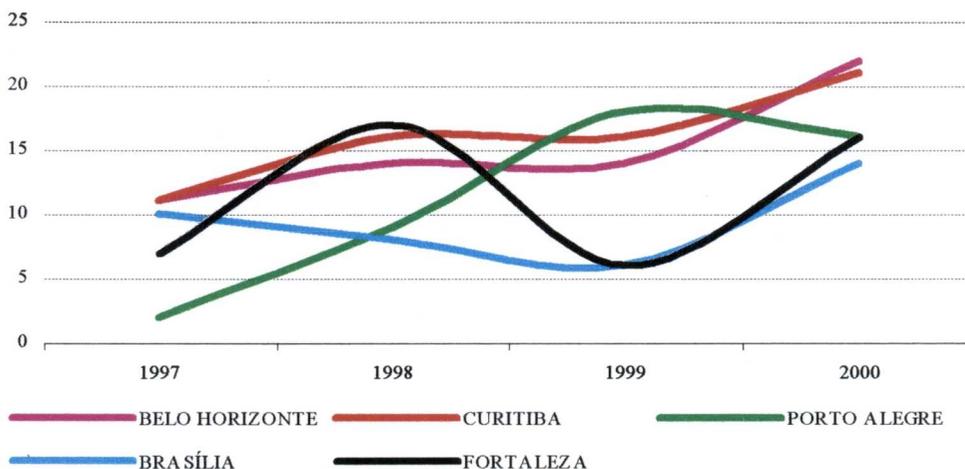
FONTE: UFPR – KARAM; ALVES / 2000.

NOTA: Dados extraídos do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (1997-2000).

Apesar de São Paulo ter apresentado um crescimento de apenas 9,2% de 2000 em relação a 1997, alguns consultores acreditam que “o mercado de eventos e feiras deve continuar sendo liderado pela cidade de São Paulo”²². Verifica-se ainda, um maior crescimento no número de eventos realizados em algumas das principais capitais brasileiras, excetuando-se São Paulo e Rio de Janeiro, notadamente em Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, Brasília e Fortaleza, sendo que esta última apresentou uma oscilação no período, possivelmente ocasionada por eventos bienais.

²² REVISTA DOS EVENTOS. Curitiba, n. 6, out./ nov. 1999, p. 48

GRÁFICO 3 – EVOLUÇÃO QUANTITATIVA DE ALGUMAS CAPITAIS



FONTE: UFPR – KARAM; ALVES / 2000.

NOTA: Dados extraídos do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (1997-2000).

Tendo em vista os estados (interior e capitais), observa-se que a Região Sul apresentou um crescimento na realização de eventos, sendo que esse fato pode ser justificado por apresentar desenvolvimento agro-industrial, além de ser pólo nos setores têxtil, calçadista e automobilístico. Vale ressaltar a posição estratégica desses estados em relação à interação com o MERCOSUL, já que muitos eventos são criados em função deste mercado comum.

A Região Sudeste teve como seu principal destaque o estado de São Paulo, confirmando a hipótese de que é o estado onde se concentra a maioria das exposições e feiras realizadas no Brasil, principalmente as de grande porte e nos mais variados setores, como por exemplo: *FENASOFT* (uma das maiores feiras corporativas da área de informática, a qual reuniu, aproximadamente, 800 mil

visitantes e 700 expositores, no ano de 2000)²³; *COSMOPROF/COSMÉTICA* (segunda maior feira da beleza do mundo, atraindo, no mesmo ano, cerca de 78 mil visitantes e 500 expositores). Minas Gerais foi o estado desta região que apresentou maior crescimento ao longo dos quatro anos estudados (54,8%), podendo-se atribuir o fato de que houve incremento no interior, o qual é bem servido de espaços para realização de eventos²⁴.

O Distrito Federal e Goiás mostraram maior evolução na realização de feiras e exposições da Região Centro-Oeste.

O Nordeste brasileiro apontou um decréscimo de modo geral, apesar de no estado do Ceará haver sido registrado um crescimento de 2000 em relação a 1997, sendo que a capital possui um *Convention & Visitors Bureau* empenhado na captação de novos eventos para a cidade.

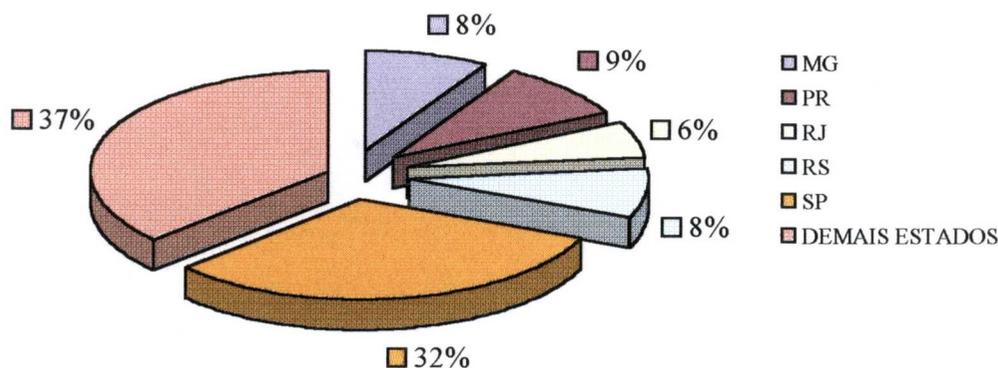
A Região Norte foi a que apresentou um menor número de eventos realizados durante os quatro anos estudados, fato que pode ser considerado devido às longas distâncias dos grandes centros como Rio de Janeiro (4374Km), São Paulo (3971Km)²⁵, dificuldade de acesso devido à condição das rodovias, baixa frequência de vôos, além do preço alto da tarifa.

²³ REVISTA DOS EVENTOS. Curitiba, n. 11, ago. / set. 2000, p. 14.

²⁴ REVISTA DOS EVENTOS. Curitiba, n. 8, fev. / mar. 2000, p. 37.

²⁵ Considerando o portão de entrada Manaus. Fonte: GUIA BRASIL. São Paulo: Abril, 1997, p. 478.

GRÁFICO 4 – PRINCIPAIS LOCAIS DE REALIZAÇÃO - 1997 - 2000



FONTE: UFPR – KARAM; ALVES / 2000.

NOTA: Dados extraídos do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (1997-2000).

Os dados descritos na tabela abaixo denotam que Estados como Amazonas, Rondônia, Maranhão, Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul e Ceará evoluíram, o que pode caracterizá-los como pólos, pois aumentaram sua participação no universo de exposições e feiras realizadas no país durante o período abordado.

TABELA 4 – CRESCIMENTO DAS EXPOSIÇÕES/FEIRAS, DE ACORDO COM O LOCAL DE REALIZAÇÃO – 1997-2000

LOCAL (ESTADOS)	ANO				CRESCIMENTO TOTAL (%)	TOTAL
	1997	1998	1999	2000		
AC	1	0	0	0	-100,0	1
AL	2	5	2	3	50,0	12
AM	1	6	6	6	500,0	19
AP	4	0	0	1	-75,0	5
BA	11	13	14	14	27,3	52
CE	13	26	15	25	92,3	79
DF	11	8	6	14	27,3	39
ES	20	12	15	16	-20,0	63
GO	11	13	6	13	18,2	43
MA	1	5	11	6	500,0	23
MG	31	36	34	48	54,8	149
MS	13	9	8	10	-23,1	40
MT	2	2	2	2	0,0	8
PA	14	7	10	4	-71,4	35
PB	10	7	3	0	-100,0	20

PE	9	20	14	10	11,1	53
PI	10	10	0	2	-80,0	22
PR	35	36	42	48	37,1	161
RJ	36	31	21	18	-50,0	106
RN	6	3	5	3	-50,0	17
RO	0	4	3	7	700,0	14
RR	0	2	2	0	---(1)	4
RS	25	35	37	45	80,0	142
SC	13	22	27	19	46,2	81
SE	6	4	0	1	-83,3	11
SP	133	136	147	147	10,5	563
TO	5	0	6	2	-60,0	13

FONTE: UFPR – KARAM; ALVES / 2000.

NOTAS: Dados extraídos do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (1997-2000).

(1) Não apresentou crescimento no período.

Em relação à frequência de acontecimento das exposições e feiras, o estudo mostrou que em sua maioria absoluta estes eventos são periódicos e realizados anualmente (86%), sendo que destes, 60% são realizados no formato de 4 a 7 dias.

TABELA 5 – FREQUÊNCIA DAS FEIRASxDURAÇÃOxANO – 1997-2000

FREQUÊN- CIA	1997				1998				1999				2000			
	DURAÇÃO (DIAS)															
	2a 3	4a 7	8a15	+de15	2a 3	4a 7	8a 15	+de15	2a 3	4a 7	8a15	+de15	2a 3	4a 7	8a15	+de15
Trimestral	0	2	1	0	0	2	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0
Quadrimestral	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	3
Semestral	12	9	4	0	3	11	5	0	0	7	4	0	5	7	5	2
Anual	26	226	98	11	41	241	97	15	65	232	75	17	64	216	86	16
Bienal	2	25	5	0	0	32	0	1	2	24	3	0	2	44	6	1
Trienal	0	0	1	0	0	0	2	0	4	2	0	0	0	2	0	0
Quadrienal	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0

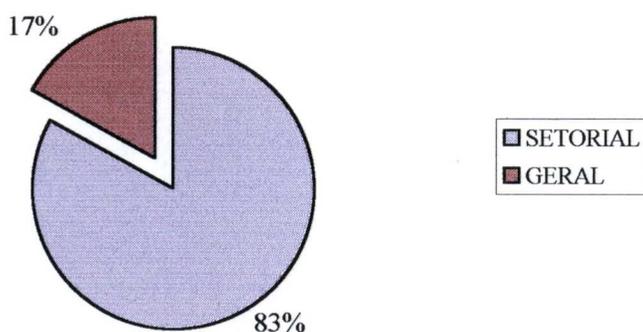
FONTE: UFPR – KARAM; ALVES / 2000.

NOTA: Dados extraídos do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (1997-2000).

No período houve um aumento na realização de feiras anuais e setoriais de curta duração, até 3 dias. O que pode demonstrar que o mercado está verificando que as feiras setoriais de menor duração apresentam melhor foco e quando

divulgadas adequadamente (segmentação) atraem uma maior qualidade de público, também significando uma maior lucratividade e aproveitamento, tanto para o promotor, quanto para o expositor, já que reduzem-se os custos de locação de espaços.

GRÁFICO 5– CLASSIFICAÇÃO DAS EXPOSIÇÕES E FEIRAS E SUA REPRESENTAÇÃO NO PERÍODO 1997 - 2000



FONTE: UFPR – KARAM; ALVES / 2000.

NOTA: Dados extraídos do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (1997-2000).

Como mencionado no capítulo anterior, um dos benefícios do turismo de eventos é a redução da sazonalidade com maior ocorrência de eventos na baixa estação. Esse fato pode ser verificado na TABELA 6, a qual demonstra ter havido maior realização de exposições e feiras nos meses de setembro (13,5%), outubro (11,8%) e maio (11,6%), sendo que houve maior representatividade no segundo semestre com 59,7% dos eventos realizados, confirmando a hipótese de que há maior ocorrência de exposições e feiras nesta época do ano (TABELA 7).

TABELA 6 – OCORRÊNCIA DE FEIRAS/EXPOSIÇÕES AO MÊS – 1997-2000

MÊS	ANO			
	1997	1998	1999	2000
Jan.	9	13	13	8
Fev.	7	4	2	6
Mar.	31	35	29	28
Abr.	36	41	35	45
Mai.	53	54	50	49
Jun.	33	38	46	51
Jul.	41	47	47	57
Ago.	47	48	49	50
Set.	53	54	68	65
Out.	48	60	50	52
Nov.	46	39	40	41
Dez.	19	19	7	12

FONTE: UFPR – KARAM; ALVES / 2000.

NOTA: Dados extraídos do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (1997-2000).

TABELA 7 – Nº DE EXPOSIÇÕES E FEIRASxSEMESTRExANO

SEMESTRE	ANO			
	1997	1998	1999	2000
1º	169	185	175	187
2º	254	267	261	277

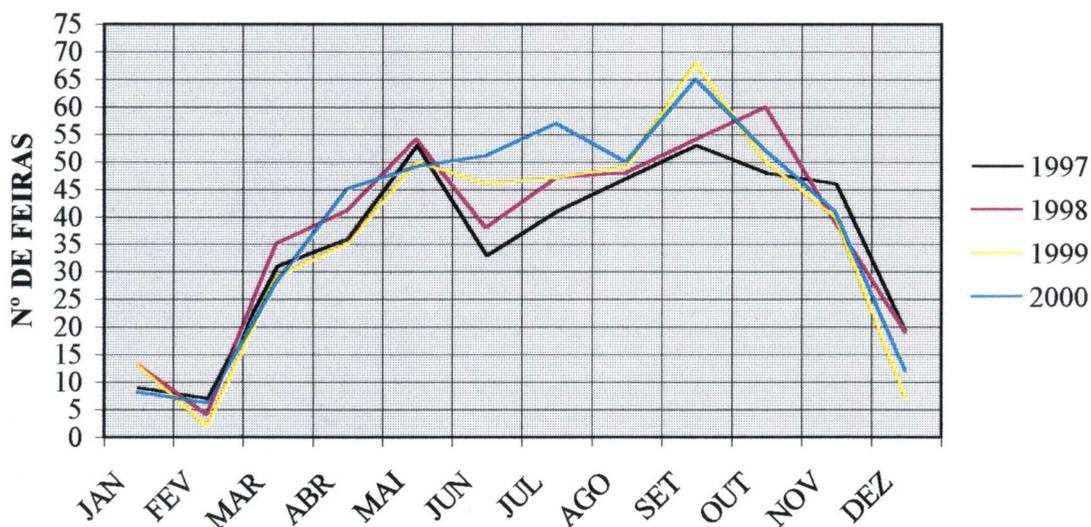
FONTE: UFPR – KARAM; ALVES / 2000.

NOTA: Dados extraídos do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (1997-2000).

Um dado interessante, foi observado no mês de julho que, apesar de ser considerado alta temporada, mostrou uma expressividade de 10,8% do total de exposições e feiras realizadas no período.

A variação de ocorrência das exposições e feiras entre os meses do ano, no período estudado, pode ser verificada no gráfico abaixo.

GRÁFICO 6 – VARIAÇÃO FEIRASxMESES NO PERÍODO 1997-2000



FONTE: UFPR – KARAM; ALVES / 2000.

NOTA: Dados extraídos do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (1997-2000).

Quanto à classificação, as exposições e feiras estão divididas em setoriais e gerais, sendo que aquelas apresentaram maior crescimento em relação a esta, conforme verificado na tabela abaixo.

TABELA 8 – CRESCIMENTO DAS EXPOSIÇÕES/FEIRAS, DE ACORDO COM A CLASSIFICAÇÃO, NO PERÍODO 1997-2000

CLASSIFICAÇÃO	ANO				CRESCIMEN TO (%)
	1997	1998	1999	2000	
Setorial	355	379	349	391	10,2%
Geral	68	73	87	73	7,4%

FONTE: UFPR – KARAM; ALVES / 2000.

NOTA: Dados extraídos do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (1997-2000).

Como demonstrado na TABELA 9, entre os setores que mais se destacaram no ano de 2000 em relação a 1997, de acordo com o crescimento, pode-se citar: automação; beleza e estética; cultura e educação; energético; militar, segurança convencional, civil e patrimonial; petroquímico e saúde. Houve alguns setores que sofreram uma retração ou decréscimo. Os principais foram: automotivo, utilidades do lar, têxtil, coureiro calçadista.

Entre os setores que mais exposições e/ou feiras realizaram no período, teve-se: agropecuário, industrial e comercial; têxtil; informática; construção civil; alimentos e bebidas.

TABELA 9 – CLASSIFICAÇÃO DAS FEIRASxANO – 1997-2000

CLASSIFICAÇÃO / SETORES	ANO				CRESCIMENTO TOTAL (%)	
	1997	1998	1999	2000		
Agropecuário, industrial e comercial	69	66	78	84	22	297
Alimentos e bebidas	17	25	21	20	18	83
Artes gráficas	6	9	9	10	67	34
Artesanato	20	16	13	17	-15	66
Automação industrial	0	7	5	8	800	20
Autopeças	3	4	6	5	67	18
Bares, hotéis e restaurantes	4	3	4	5	25	16
Beleza / estética	2	3	5	5	150	15
Bijuteria / joalheria	7	5	5	7	---(1)	24
Borracharia e plástico	3	1	2	1	-67	7
Brindes e presentes	4	10	5	10	150	29
Cine / foto imagem e som	3	3	2	2	-33	10
Comunicação, divulgação, publicidade	3	2	5	7	133	17
Conservação e higiene e limpeza	4	1	2	3	-25	10
Construção civil	13	25	26	23	77	87
Coureiro calçadista (máquinas, artefatos, etc.)	9	10	8	4	-56	31
Cultura e educação	1	2	3	3	200	9
Eleto-eletrônico e mecânico	4	6	10	8	100	28
Energético	1	2	1	7	600	11
Franquia	4	3	1	1	-75	9
Informática	23	31	24	23	---	101
Instrumentos Musicais	1	2	1	1	---	5
Madeireiro	2	3	4	4	100	13
Militar, segurança nacional, civil e patrimonial	0	4	4	6	600	14

Mineração	2	0	1	0	-100	3
Moveleiro	12	7	7	16	33	42
Náutico / pesca	4	5	5	3	-25	17
Óptico	1	1	1	1	---	4
Pedras preciosas	3	1	1	2	-33	7
Petroquímico	1	2	0	3	200	6
Químico, científico e tecnológico	11	5	4	5	-55	25
Saúde	16	9	6	11	550	42
Serigrafia	2	3	3	2	---	10
Supermercadista e varejista	6	5	6	5	-17	22
Têxtil (confeccionista, tecidos e máquinas)	52	46	36	33	-37	167
Tintas e vernizes	1	1	1	1	---	4
Transporte	4	4	5	4	---	17
Turismo	3	2	3	6	100	14
Utilidades do lar	16	21	11	10	-38	58
Veículo Automotivo	10	10	7	6	-40	33
Feiras gerais e outros setores	90	87	89	84	-7	350

FONTE: UFPR – KARAM; ALVES / 2000.

NOTAS: Dados extraídos do Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras (1997-2000).

(¹) --- simbologia adotada para os setores que não apresentaram crescimento no período.

4 CONCLUSÃO

Os resultados apontados neste projeto demonstraram que realmente o turismo de eventos, em especial as feiras e exposições apresentaram um incremento no período estudado, atingindo o objetivo geral da pesquisa que era o de elaborar um diagnóstico preliminar sobre as exposições e feiras indicadas no Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras nos últimos quatro anos (período de 1997-2000).

Todos os objetivos e as hipóteses sugeridos no estudo foram corroborados, visto que os mesmos estavam interligados: São Paulo concentra a maioria das exposições e feiras realizadas no país; registrou-se uma maior ocorrência de exposições e feiras no segundo semestre; houve uma evolução no surgimento de novas exposições e feiras realizadas no período estudado, verificada através do aumento de exposições e feiras de 1ª edição.

Em linhas gerais, observou-se que a maior parte das feiras e exposições tem duração de 4 dias; os setores que se destacaram foram o agro-industrial e comercial, têxtil, informática e construção civil; ocorrendo majoritariamente nos meses de setembro, outubro e maio – contribuindo para uma diminuição da sazonalidade nos locais.

Vale lembrar que o alcance dessa pesquisa é limitado, pois trata-se de um estudo preliminar baseado em uma única fonte de dados, devido, principalmente à deficiência e ao descaso de entidades e órgãos públicos e privados em relação à coleta de informações e dados que possam mensurar o desenvolvimento da atividade turística no país, em especial o segmento de eventos.

O desenvolvimento deste projeto serve de alerta para a importância da realização de pesquisas mais aprofundadas em relação ao tema.

A contribuição desta pesquisa para o turismo é a de que pode fundamentalmente sensibilizar o governo e as associações de classe que representam os eventos, em especial as exposições e feiras, para a importância de sua união e adoção de medidas que padronizem a coleta de informações culminando num esforço conjunto que possa tratar de maneira mais efetiva a falta de dados estatísticos no setor.

Aos promotores e organizadores de eventos, esta pesquisa constitui-se como uma oportunidade de mercado, facilitando na identificação de melhores locais e épocas para realização de exposições e feiras (que não concorram entre si), bem como a oportunidade de explorar novos nichos.

Na parte final, deste trabalho apresenta-se algumas recomendações com a intenção de contribuir para uma coleta de informações para a realização de estudos estatísticos mais completos sobre o segmento de eventos, em especial as exposições e feiras.

5 RECOMENDAÇÕES

Para que haja um levantamento de informações mais consistentes de modo a culminar em uma pesquisa mais completa, é imprescindível que o instrumento de coleta de dados seja mais confiável, pois o método atual de coleta destas informações baseia-se em questionários enviados aos promotores, via órgãos públicos, sem um comprometimento maior com a acuracidade e veracidade das informações.

Pode-se, por exemplo, elaborar um questionário pós-evento que contenha solicitação de informações mais completas, tanto para os promotores e organizadores como para os expositores, pois estes últimos podem contribuir com dados qualitativos, tais como avaliação geral em relação à organização, expectativas, entre outros. Informações como âmbito de atuação devem ser confiáveis e exprimir a realidade, pois algumas entidades consideram um evento como internacional apenas porque tem a presença de expositores internacionais de um ou dois países, quando na verdade o evento é considerado internacional por apresentar participantes de outros países.

Outras informações imprescindíveis: sobre o local de realização do evento (se ele é itinerante ou não); número real de expositores e procedência dos mesmos (nacional, internacional); número de participantes; estimativa do volume de negócios gerado, entre outras.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, R. **Manual de eventos**. Caxias do Sul: EDUCS, 1999.

BRASIL. Ministério do Esporte e Turismo – EMBRATUR. **Anuário estatístico 2000**. Brasília, 2000.

BRASIL. Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo. **Calendário brasileiro de exposições e feiras**. Brasília, 1997.

BRASIL. Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo. **Calendário brasileiro de exposições e feiras**. Brasília, 1998.

BRASIL. Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo. **Calendário brasileiro de exposições e feiras**. Brasília, 1999.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Calendário brasileiro de exposições e feiras**. Brasília, 2000.

GUIA BRASIL. São Paulo: Abril, 1997. 482 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO - EMBRATUR. Disponível em: <<http://www.embratur.gov.br>>. Acesso em: 6 dez.2000.

REVISTA DOS EVENTOS. Curitiba, n. 6, out. - nov. 1999. 70 p.

REVISTA DOS EVENTOS. Curitiba, n. 8, fev. / mar. 2000. 62 p.

REVISTA DOS EVENTOS. Curitiba, n. 11, ago. / set. 2000. 74 p.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS / SC. **Como participar com sucesso em feiras e exposições.** Florianópolis: SEBRAE/SC, 1994.

WORLD TRAVEL AND TURISMO COUNCIL - WTTC. Disponível em: <<http://www.wttc.org>>. Acesso em: 6 dez. 2000.

7 BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

BRASIL. Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo – EMBRATUR. **Manual de orientação para captação e promoção de eventos**. Brasília, 1995.

DENCKER, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

GOIDANICH, K. **Turismo de eventos**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 1998.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Redação e editoração**. Curitiba: Ed. da UFPR, 2000.

MAGALLÓN, T. **Organización de congresos y convenciones**. 3 ed. México: Trillas, 1999.

PARANÁ. Secretaria de Estado do Esporte e Turismo / Paraná Turismo. **Dados estatísticos relativos ao turismo no Paraná: 1992/2000**. Foz do Iguaçu, 2000.

PARANÁ. Secretaria de Estado do Esporte e Turismo / Paraná Turismo. **Estudo da demanda turística: fevereiro/2000**. Foz do Iguaçu, 2000.

REVISTA DOS EVENTOS. Curitiba, n. 7, dez. 1999 - jan. 2000. 70 p.

SISKIND, B. **Manual do expositor bem-sucedido: técnicas produtivas de marketing para feiras e exposições**. São Paulo: Nobel, 1992.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. Sistema de Bibliotecas. **Normas para apresentação de documentos científicos**. Curitiba: Ed. da UFPR, 2000.

APÊNDICES

TABULAÇÃO – FOLHA SUMÁRIO

1. N.º de realizações / ano

2. Edição

1ª

2ª

3ª

4ª

5ª

Acima da 5ª

3. Duração

2 ou 3 dias

4 – 7 dias

8 – 15 dias

Acima de 15 dias

4. Mês de realização

Jan.

Fev.

Mar.

Abr.

Mai.

Jun.

Jul.

Ago.

Set.

Out.

Nov.

Dez.

5. Classificação

Setorial

Geral

6. Âmbito de atuação

Estadual

Regional

Nacional

Internacional

7. Frequência

Semestral

Anual

Bienal

8. Local de realização

Capitais

Aracaju	Manaus
Belém	Natal
Belo Horizonte	Palmas
Boa Vista	Porto Alegre
Campo Grande	Porto Velho
Cuiabá	Recife
Curitiba	Rio Branco
Florianópolis	Rio de Janeiro
Fortaleza	Salvador
Goiânia	São Luís
João Pessoa	São Paulo
Macapá	Teresina
Maceió	Vitória

Estados

AC	MG	RN
AL	MS	RO
AM	MT	RR
AP	PA	RS
BA	PB	SC
CE	PE	SE
ES	PI	SP
GO	PR	TO
MA	RJ	