

## TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS: O CASO DO CENTRO DE EXPOSIÇÃO DE MINAS GERAIS

Cleberly Loureiro<sup>1</sup>  
Wanyr Romero Ferreira<sup>2</sup>

### Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar a influência da presença de um centro de exposições e eventos de negócios no desenvolvimento do turismo em grandes cidades. A pesquisa teve como foco o maior centro de Exposições de Minas Gerais, o Expominas, localizado em Belo Horizonte. A metodologia baseou-se em questionários aplicados a gestores do Expominas e aos promotores de eventos de negócios das entidades Sebrae, AMIS e Centro Cape. Os eventos promovidos por estas entidades são, respectivamente, a Feira do Empreendedor, a Feira do Artesanato e o Superminas, que levaram ao Expominas cerca de 288.000 pessoas, entre as quais, turistas nacionais e internacionais, no ano de 2010. Os resultados confirmaram a importância de um Centro de Exposição e Convenção como elemento da cadeia produtiva norteador do desenvolvimento do Turismo regional. Mostrou-se que, na visão dos gestores e dos organizadores de eventos empresariais, o Expominas tem um papel fundamental para alavancar o turismo de eventos em Belo Horizonte.

---

*Recebimento: 8/2/2013 - Aceite: 7/5/2013*

<sup>1</sup> Mestrado em Meio Ambiente e Turismo e professor do Centro Universitário Una. E-mail: cleberly.loureiro@prof.una.br

<sup>2</sup> Doutorado em Energia pela Université Paul Sabatier (Toulouse III - França- 1992), mestrado em Dirección y Gestión en Empresas Turísticas pela Escuela de Administración de Empresas (España - 2003), mestrado em Engenharia Térmica pela Universidade Federal de Minas Gerais (1983), graduação em Engenharia Química pela Universidade Federal de Minas Gerais (1977). Coordenador do Mestrado. Centro Universitário Una. E-mail: wanyr@terra.com.br

---

**Palavras-chave:** Turismo de eventos. Turismo de negócios. Expominas. Desenvolvimento local.

## **EVENT AND BUSINESS TOURISM: THE CASE OF MINAS GERAIS EXPOSITION CENTER**

### **Abstract**

This study aimed to analyze the influence of the presence of a center for exhibitions and business events in the development of tourism in the big cities. The work focused Expominas, which is the largest exhibition center in Minas Gerais, and is located in Belo Horizonte. The methodology was based on documental and bibliographical research and questionnaires given to managers of Expominas and of promoters of the business entities, Sebrae, AMIS and Centro Cape. The events promoted by these entities are, respectively, Entrepreneur Fair, Handcraft Fair and Superminas. These events led to Expominas about 288,000 people, among them national and international tourists at 2010. The results confirmed the importance of an Exhibition and Convention Centre as part of the production chain guiding the development of regional tourism. It was shown that, in the view of managers and organizers of corporate events, Expominas plays a key role to boost tourism events in Belo Horizonte.

**Keywords:** Events tourism; Business tourism; Expominas; Local development

## Introdução

O turismo movimentou uma cadeia complexa de atividades econômicas. O Brasil atraiu cinco milhões de turistas estrangeiros em 2011, que gastaram aproximadamente R\$ 12,5 bilhões. Ocasionalmente tiveram um impacto direto nas atividades do turismo, como: hotéis, agências de viagens, companhias aéreas e serviços de transporte terrestre, representando **3,3% (R\$ 129,6 bilhões) do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro em 2011 (EMBRATUR, 2011)**. Esta é uma atividade complexa, multifacetada e engloba diversas modalidades, como: turismo de aventura, ecoturismo, sol e praia, religioso, histórico, esportivo, rural, turismo de negócios e eventos e entre outros (SANITA, 2011, p. 3).

O turismo de negócios é o segmento de turismo que abrange vários tipos de eventos que se realizam dentro de um universo amplo e diversificado. De acordo com Cardoso (2003, p.151), o turismo de eventos é o deslocamento realizado por pessoas com objetivo de participar de um acontecimento. O turismo de eventos proporciona diversas vantagens para a economia e comunidade local. Além de seu gasto ser maior do que o do turista de temporada, o turista de eventos é comum na baixa estação, ocupando a rede hoteleira com capacidade ociosa e incrementando a economia local. De acordo com estudo do Ministério do Turismo em parceria com a FIPE, as viagens que geram as maiores receitas *per capita*/dia são as de Negócios/Eventos (US\$ 119,4 contra US\$ 66,3 do total) (PREFEITURA DE BELO HORIZONTE, 2012). Além do interesse profissional, o turista mescla atividades de trabalho com lazer, incentivando desta forma o desenvolvimento da rede de negócios que vão apoiar o sistema turístico.

Para Zanella (2003), dentre os eventos de natureza empresarial, destacam-se: feiras, exposições, congressos, convenções. O centro de convenções ou centro de exposição é um local destinado a grande concentração humana, com a finalidade de debater, reunir e apresentar congressos e eventos culturais de vários meios (GABRIEL, 2007, p.5). Normalmente deve oferecer toda uma infraestrutura como espaço físico, conforto térmico-acústico, etc. (BONONI, 2001).

No Estado de Minas Gerais, a Setur - Secretaria Estadual de Turismo apresentou em 2010 o Plano Estadual de Turismo como parte do seu plano estratégico para fortalecer os principais destinos e produtos turísticos mineiros. Definiram-se sete eixos temáticos: gestão e planejamento, oferta turística, infraestrutura urbana turística, capacitação e qualificação, logística de transportes, fomento ao desenvolvimento do turismo e marketing turístico (MINAS GERAIS, 2010).

A capital mineira é o terceiro principal centro urbano do país em termos econômicos, com uma população de 2.375.151 habitantes (IBGE, 2010) e a maior cidade do estado em termos populacionais. Com uma posição geográfica privilegiada, está localizado na região Sudeste, a 716 km de Brasília, 586 km de São Paulo, 444 km do Rio de Janeiro e a 850 metros acima do nível do mar. É servida por extensas malhas viárias e ferroviárias que a ligam aos principais centros urbanos e portuários do país. O clima é ameno e agradável, com temperatura média de 21° C (PREFEITURA DE BELO HORIZONTE, 2011).

Belo Horizonte é considerada porta de entrada para importantes cidades históricas de Minas Gerais, como Ouro Preto, Sabará, Congonhas e Tiradentes. Possui vôos diretos para todas as capitais brasileiras, a partir de seu aeroporto Internacional Tancredo Neves, localizado no município de Confins.

Dentre as diversas ações estratégicas promovidas pelo poder público em conjunto com a iniciativa privada para alavancar e fortalecer o *cluster* de turismo, em Belo Horizonte, desenvolveu-se um programa de aumento da competitividade do Turismo de Negócios de Belo Horizonte e região, a partir do Turismo de Negócios e Eventos (TURISMODENEGOCIOSBH, 2011).

Para fortalecer essa modalidade de turismo, tornou-se fundamental construir um centro de exposição para abrigar os mais diversos tipos de eventos em uma edificação que pode proporcionar múltiplas possibilidades de uso como feiras, exposições e congressos. OEXPOMINAS é o maior centro de Exposições de Minas Gerais e está localizado em Belo Horizonte. Este centro permite a realização de grandes eventos de negócios e como tal representa um importante elo na cadeia produtiva do turismo local. Entretanto, não se encontrou na literatura revista, estudos sobre a real importância deste Centro para o turismo da cidade.

Assim, este trabalho tem como objetivo analisar as implicações estratégicas, políticas e econômicas da presença de um Centro de Exposições como catalisador para o turismo de negócios e eventos em Belo Horizonte.

## **O centro de exposição de Minas Gerais -Expominas**

Uma condição essencial para que haja atividade turística, notadamente o turismo de negócios e eventos, é a presença de uma edificação apropriada para abrigar os diversos tipos de eventos, congressos, feiras e exposições em só lugar. O Centro de Feiras e Exposições de Minas Gerais é um espaço de grande porte para realização de feiras, exposições, convenções e outros eventos. Com projetos arrojados, baseados em

flexibilidade, múltiplas funcionalidades e racionalização, oferece uma arena de leilões e eventos em área de 4.021m<sup>2</sup>, composta de espaço fechado de negócios, camarins, sanitários, cafeteria, restaurante, copa e um pavilhão de feiras para exposições, formado por três módulos integrados, com área total de 30.501m<sup>2</sup> (PROMINAS, 2011). O estacionamento tem capacidade para 2.100 veículos.

Atualmente em Minas, além de Belo Horizonte, Araxá e Juiz de Fora também têm centros de exposição para realização de grandes eventos (PROMINAS, 2011). Esses centros abrigam regularmente [feiras](#) e eventos de grande porte, além de grandes congressos de âmbito nacional e internacional e outras atividades, como lazer e entretenimento.

Um dos fatores que torna o Expominas atrativo é o sistema de isolamento acústico, construído com tecnologia de ponta, evitando que ruídos eventualmente gerados nos pavilhões perturbem a vizinhança do Expominas, além de ser o único na América Latina interligado por uma estação de metrô (MINAS GERAIS, 2011).

O Expominas tem capacidade para 50.000 pessoas. Nas áreas destinadas a exposições e feiras, foi construída uma galeria subterrânea de serviços e canaletas, com instalações elétricas, hidrossanitárias, ar comprimido e cabeamento estruturado. Dista apenas 6 km da região central de [Belo Horizonte](#), onde se encontra grande parte dos melhores hotéis, restaurantes, bares, boates, parques e pontos de entretenimento em geral. O acesso ao Expominas pode ser feito de forma fácil e rápida, a partir do centro da cidade, por metrô ou por corredores rodoviários (PROMINAS, 2011).

O Expominas se beneficia da posição geográfica e da importância político-econômica que a capital mineira possui em relação ao restante do Brasil e ao MERCOSUL. A sua localização privilegiada amplia as facilidades de integração com os principais centros urbanos do país, entre os quais Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília e Vitória.

## **Metodologia**

Para o estudo proposto utilizou-se como metodologia, levantamento bibliográfico em conjunto com pesquisa exploratória de natureza qualitativa. A captação dos dados ocorreu no Expominas e nas entidades que promovem os eventos com objetivo empresarial. Como instrumento de pesquisa aplicaram-se questionários, um para o gestor do Expominas e o outro para os promotores de eventos de negócios das entidades Sebrae, Amis e Centro Cape. Ambos continham questões mistas, abertas e opcionais.

A pesquisa seguiu roteiro estabelecido a partir de um cronograma de datas. As entrevistas foram gravadas.

A escolha das instituições partiu de uma análise muito utilizada pelos profissionais de Marketing e empresas para segmentarem os seus mercados e promover suas estratégias. Assim, os critérios usados foram: tamanho do evento, abrangência mercadológica, negócios realizados, representatividade e impactos na economia local e para o turismo. Foram escolhidas as seguintes entidades: a Associação Mineira de Supermercados, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais e o Centro Cape, que promovem respectivamente os eventos de negócios, Superminas, Feira do Empreendedor e a Feira do Artesanato.

Analisaram-se os dados por meio da técnica de análise de conteúdo. Os instrumentos de pesquisa foram aplicados no mês de julho de 2011. O questionário foi dividido em cinco categorias: caracterização do empreendimento, tipo de evento, o centro de Exposição, parceiros e política.

## **Resultados e Discussão**

A organização dos resultados foi dividida em duas partes. A primeira analisa as organizações envolvidas na pesquisa e a segunda, avalia a visão do gestor operacional do Expominas.

De acordo com o Quadro 1, as entidades apresentam uma importância estratégica para todos os segmentos empresariais e de negócios de Belo Horizonte, devido a sua complexa rede de relacionamentos que mantém com diversos stakeholders na cadeia produtiva do turismo e pelo campo de atuação e serviços que oferecem ao mercado. Juntas, as três instituições levaram ao Expominas cerca de 288.000 pessoas em 2010, entre as quais, turistas nacionais e internacionais. No que se refere ao público empresarial, aproximadamente 19.000 empresas nacionais e cerca de 170 empresas internacionais participaram das feiras de negócios em Belo Horizonte.

**Quadro 1: Caracterização dos empreendimentos pesquisados (2010)**

Entidade	AMIS	SEBRAE	CENTRO CAPE
Campo de Atuação	Serviços, Comércio e Indústria	Desenvolvimento e fomento do empreendedorismo para micro e pequenas empresas de MG	Serviços e Comércio para promover o artesanato brasileiro
Serviços Ofertados	Assessoria jurídica, treinamentos empresariais, comunicação direcionada, eventos e biblioteca	Produtos e serviços para orientação e capacitação para a gestão dos pequenos empreendimentos no estado	Capacitação, eventos, exportação e apoio aos artesãos.
Evento	Superminas Food Show e Convenção Mineira de Supermercados	Feira do Empreendedor 2010	Feira Nacional do Artesanato
Público-Alvo	Varejistas e demais stakeholders	Empreendedores e Empresários de MG	Visitantes e artesãos
Turistas por evento	45.000 por ano	68.508 por ano	174.000 por ano
Empresas Participantes	350	1496	7.000 expositores 10.000 lojistas
Empresa Nacional	330	n/i	n/i
Compradores Internacional	20	n/i	150
Resultados	R\$1 bilhão	54.475 atendimentos	R\$ 71 milhões
Empregos Gerados	Diretos: n/i	Diretos: n/i	Diretos: 2.000
	Indiretos n/i	Indiretos: n/i	Indiretos: 20.000

n/i- Não informado. Fonte: esta pesquisa e dados disponibilizados pelas entidades.

No item financeiro, dentre os negócios realizados nas exposições, feiras e congressos no centro de exposição, o evento do Superminas movimentou cerca de um bilhão de reais na edição 2010, negócios esses realizados durante os eventos. O evento do Centro Cape, a feira do artesanato, faturou 71 milhões de reais em negócios durante os dias do evento.

Neste sentido, observa-se que os eventos, feiras e negócios realizados no Expominas geraram impactos econômicos e sociais significativos na economia local, proporcionando recursos financeiros, empregos e melhorando sobremaneira a qualidade de vida de milhares de pessoas, das quais muitas dependem exclusivamente dessa atividade.

Pelas entrevistas, pode-se dizer que toda a cadeia produtiva é beneficiada diretamente pelos inúmeros turistas que visitam a capital mineira para participar dos eventos de natureza empresarial, sobretudo no Expominas. Utilizam-se todos os equipamentos turísticos disponibilizados pela cadeia turística, preparados para atender aos visitantes que chegam de todos os estados brasileiros e do exterior. Os impactos na cadeia são percebidos na rede hoteleira, nos restaurantes, nos centros de entretenimentos, no transporte, hospitais e clínicas, agências de turismo, entre outros.

As três instituições envolvidas na pesquisa afirmaram que seus eventos são de extrema importância para o estado de Minas Gerais, sendo os mesmos considerados em seus setores de atuação indutores das atividades em que atuam. O evento organizado pelo Centro Cape foi apontado pela entidade como o maior do gênero na América Latina.

Os entrevistados consideraram que há forte influência dos eventos no turismo de Belo Horizonte e, durante o período dos eventos, as unidades habitacionais dos hotéis ficam esgotadas, os restaurantes são mais frequentados, os centros de compras ficam lotados. Consideraram, ainda, que os eventos são estratégicos em função do momento e do crescimento do Brasil em termos econômicos e uma oportunidade para novos negócios, além de fortalecerem as entidades que trabalham para desenvolverem social e economicamente a cidade e a região metropolitana.

O representante do Sebrae lembrou dos grandes eventos que virão ao Brasil, como a copa do mundo e as olimpíadas, considerados estratégicos para atrair novos consumidores internacionais. Do ponto de vista de retorno, os eventos de negócios promovidos pelas organizações são bastante significativos e mesmo elementos essenciais para promoverem e alavancarem a cadeia produtiva do turismo, sendo beneficiários diretos os hotéis, restaurantes, a indústria do entretenimento e cultural do município.

As organizações consideram o Expominas fundamental e essencial para a realização dos eventos de negócios, por ser o único pavilhão em Minas que consegue suportar grande fluxo de pessoas. Em contrapartida, elas também relataram falhas de logística. Quando construído o centro foi preparado para comportar até cinco eventos simultâneos, mas com apenas uma entrada e uma saída de pessoas, acaba ficando subaproveitado. Relataram-se ainda itens que precisam ser mais bem adaptados às salas e ao



espaço, como o sistema acústico e o ar condicionado e, por fim, a necessidade da construção de um auditório com boa capacidade e estrutura.

As organizações consideraram o centro de exposição fundamental como unidade estratégica na cadeia produtiva do turismo, por proporcionar melhor acomodação dos turistas, e catalisador dos eventos de negócios tornando um espaço de referência único em Minas, devido a sua estrutura, concluindo que o Expominas é o elo chave no *cluster*. Os pontos fortes do Expominas são apresentados na Tab.1. Em todas as questões para as quais o entrevistado deveria dar uma nota, estas variaram de 0 a 4, sendo 0 péssimo, 1 ruim, 2 regular, 3 bom e 4 ótimo. O melhor item avaliado foi a logística relativa à movimentação de pessoas e materiais dentro dos pavilhões.

**Tabela 1:** Notas dadas pelas Entidades para os pontos fortes do Expominas em uma escala de 1 a 5.

Instituições	Tecnologia	Serviços	Infraestrutura	Logística	Segurança
AMIS	2	2	3	3	2
SEBRAE	3	3	3	3	3
Centro Cape	2	2	2	3	3
Média	2,33	2,33	2,67	3	2,67

Na Tab.2 apresentam-se as notas dadas pelo gerente de operações do Expominas aos itens tecnologia, serviços, infraestrutura e logística. O único item que levou a nota máxima foi tecnologia, conforme já abordado, com destaque para o sistema acústico que oferece um bom isolamento de forma que os eventos possam acontecer sem incomodar a vizinhança.

**Tabela 2:** Avaliação do Expominas

Forças	Tecnologia	Serviços	Infraestrutura	Logística
Nota	4	Não existe	3	3

A Tab.3 apresenta uma comparação entre as respostas das organizações e do gestor do centro. Observa-se que há uma diferença marcante em relação ao item tecnologia. Este resultado ocorre principalmente devido a falta de uma melhor distribuição do sistema acústico nos pavilhões de salas de treinamento. Com relação à infraestrutura ambos concordam que há necessidade de mais investimentos em obras que facilitem a circulação de pessoas quando há eventos simultâneos.

**Tabela 3: Análise das categorias**

Forças	Tecnologia	Serviços	Infraestrutura	Logística
Gestor	4	Não existe	3	3
Promotores	2,33	2,33	2,67	3

Todos os envolvidos na cadeia do turismo de negócios e eventos, de acordo com a pesquisa, promovem a cooperação, entretanto ressaltaram que não existe um apoio de algum elo da cadeia no processo de reservas de hospedagem, o que seria um facilitador para o turista. Com relação à adaptação da cidade de Belo Horizonte e o atendimento das demandas pela prefeitura todos afirmaram que falta muito para melhorar, indicaram os transportes públicos como deficitários, placas de sinalização deficientes e falta de obras para facilitar a mobilidade urbana.

Em relação à participação do *Bureau&Convention* e da Belotur como parceiros, os entrevistados afirmaram que o *Bureau&Convention* apoia muito os eventos da entidade, enquanto a Belotur atua pouco.

No aspecto mão de obra qualificada apontaram que, em Belo Horizonte, há muitos fornecedores e que os mesmos são bons. Ressaltaram que existem empresas montadoras, segurança e limpeza, promotoras de eventos etc. que atendem bem as suas demandas pelos serviços, entretanto há que se investir em educação profissional tendo em vista que os turistas têm sido cada vez mais exigentes.

Por fim, observou-se a relação entre os aspectos da política enquanto agentes públicos de promoção do turismo com as questões do turismo de negócios e eventos. Em relação à presença dos governos Federal, Estadual e Municipal no apoio aos eventos de negócios, observou-se que o governo do Estado de Minas Gerais apoia os eventos das três organizações e o governo Federal atua com algumas ações nos eventos do SEBRAE, através da lei de incentivo a cultura para o Centro Cape, enquanto o Município apoia as três entidades através da Belotur e a BHtrans.

A outra análise está centrada na entrevista do gestor operacional do Expominas com a finalidade de analisar os aspectos e categorias que tornam o centro de exposição um elemento chave na cadeia do turismo de negócio e eventos de Belo Horizonte. Ele ressaltou que os principais motivos que levam os promotores de eventos a utilizarem o centro de exposição são facilidade de montagem, espaço, comodidade, infra-estrutura, estacionamento e metrô. Nos últimos cinco anos foram realizados mais de 60 eventos, sendo a grande maioria eventos de cunho empresarial.

No Expominas, segundo o entrevistado, são realizados eventos de todos os segmentos da economia, tais como: mecânico, industrial, supermercadistas, agropecuários, comércio e serviços em geral como a feira

do empreendedor e do artesanato. Ele informou que o centro de exposição é o maior centro de exposição e feira de Minas Gerais, com uma infraestrutura para eventos de grande porte e com capacidade de realizar ao menos 65 eventos por ano, e até 5 eventos simultâneos. Suas principais potencialidades são o sistema elétrico, hidráulico, ar condicionado e acústico.

Na comparação com os concorrentes, a pesquisa revelou que os principais concorrentes do Expominas são os que estão fora do estado, como o Anhembi, Rio Centro, Center Norte, Exportrade de Curitiba, Rirgs do Rio Grande do Sul. De acordo com o gerente de operações, o Expominas é considerado um centro de ponta com equipamentos de primeira linha, comparáveis com os melhores do país.

Do ponto de vista estratégico, os planos para o futuro que envolvem o Expominas são a construção ao lado do parque agropecuário que se deslocaria para outra localidade, a incorporação da área para a construção de novos equipamentos como o centro de convenções, um hotel, ampliação do estacionamento e mais salas de convenção.

Ainda de acordo com o gerente de operações, o centro de exposição influencia a cadeia produtiva do turismo; quando ocorre um evento de grande porte na capital é muito difícil encontrar uma vaga na rede hoteleira. Ele considerou o centro de exposição como importante e estratégico na cadeia do turismo de negócios e eventos por ser o principal local de exposição e feiras de Minas Gerais. De acordo com ele, os 150 milhões de reais investidos apresentaram excelentes resultados tanto para o estado quanto para o turismo.

No contexto internacional, segundo o entrevistado, espera-se que ocorram eventos internacionais com maior frequência. A copa do mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016 poderão alavancar esses possíveis eventos futuros.

Do ponto de vista das parcerias, a Belotur foi reconhecida como uma parceira em nível institucional e o Bureau como importante para trazer grandes eventos e congressos. Em relação à segurança, as polícias Civil e Militar são parceiras importantes e as suas contratações são de responsabilidade dos organizadores.

Sobre a existência de mão de obra qualificada para o atendimento dos organizadores dos eventos empresariais, o gerente de operações afirmou que desde o momento em que foi inaugurado o Expominas a disponibilidade de mão de obra é aumentada a cada ano e vêm melhorando consideravelmente. Esta melhora é explicada pela criação da rede de turismo de negócios que são grandes empresas prestadoras de serviços que se uniram para melhorar a qualificação da mão de obra.

De acordo com a pesquisa realizada, os resultados confirmaram a importância do Expominas para o turismo de Belo Horizonte, em especial o segmento de negócios e eventos exercendo um papel importante no desenvolvimento econômico da cidade.

Verificou-se também que em função do Expominas ser bastante atrativo para a realização dos eventos empresariais, tornou-se elemento significativo para o desenvolvimento do turismo regional e toda a cadeia turística sofre impactos positivos em Belo Horizonte. Restaurantes, hotéis, agências de viagens, lazer e entretenimentos, transportes e etc., são beneficiados diretamente seja no aspecto econômico como no social. Outro ponto a destacar é que todas as entidades empresariais que participaram das entrevistas reconheceram que sem o Expominas o turismo de negócios e eventos em BH estaria comprometido.

Como unidade estratégica na cadeia produtiva do turismo, o Expominas necessita de um conjunto de investimentos públicos para que se torne um centro de exposição completo e à altura de seus pares no Brasil, podendo transformar o Estado de Minas Gerais em importante destino turístico e indutor do turismo nacional.

Alguns aspectos importantes foram levantados pelos entrevistados, dentre os quais citam-se:

- ação do poder público, no âmbito estadual e municipal como um aspecto preponderante e primordial para dar suporte e mesmo para fortalecer o *cluster* do turismo, notadamente o de negócios e eventos, cuja capacidade de gerar empregos é considerável em países em desenvolvimento.
- a falta de infraestrutura de apoio que propicie o desenvolvimento turístico com qualidade e sustentabilidade, particularmente no que se refere à acessibilidade e a mobilidade urbana, o que proporcionaria ao visitante mais agilidade e conforto, tendo em vista que o turista de negócios e eventos dispõe de pouco tempo em suas agendas de trabalho.
- A necessidade de melhor interligação dos agentes envolvidos na cadeia do turismo em Belo Horizonte através do estabelecimento de vínculos orgânicos entre instituições que representam a esfera privada e o poder público.

Por fim, todos concordaram que o Expominas é um elo influente em toda a cadeia produtiva do turismo. Esta característica faz dele um dos principais motivos para a realização dos eventos em Belo Horizonte, por ser sua estrutura adaptada para atender as demandas por grandes espaços e concentrar em um mesmo local um enorme contingente e fluxo de pessoas em pouco tempo.

## Considerações finais

O turismo de negócios e eventos, principal produto turístico de Belo Horizonte, exerce um papel importante no desenvolvimento econômico da cidade. Para fortalecer essa modalidade de turismo, tornou-se fundamental construir um centro de exposição para abrigar os mais diversos tipos de eventos em uma edificação que pode proporcionar múltiplas possibilidades de uso como feiras, exposições e congressos.

Esta pesquisa mostrou que, em função do Expominas ser bastante atrativo para a realização dos eventos empresariais, tornou-se elemento significativo para o desenvolvimento do turismo regional. Toda a cadeia turística, restaurantes, hotéis, agências de viagens, lazer e entretenimentos, transportes e etc., são beneficiados diretamente seja no aspecto econômico como no social. Outro ponto a destacar é que todas as entidades empresariais que participaram das entrevistas reconheceram que sem o Expominas as atividades relacionadas ao turismo de negócios e eventos em BH estariam comprometidas.

Como unidade estratégica na cadeia produtiva do turismo, o Expominas necessita de um conjunto de investimentos públicos para que se torne um centro de exposição completo e à altura de seus pares no Brasil, sendo uma das chaves importantes para transformar o Estado de Minas Gerais em um importante destino turístico e indutor do turismo nacional.

Observou-se ainda que a ação do poder público, no âmbito estadual e municipal, é preponderante e primordial para dar suporte e mesmo para fortalecer o *cluster* do turismo, notadamente o de negócios e eventos, cuja capacidade de gerar empregos é considerável em países em desenvolvimento.

Outra observação sobre o turismo em Belo Horizonte é que há uma carência de infraestrutura de apoio que propicie o seu desenvolvimento com qualidade e sustentabilidade, particularmente no que se refere à acessibilidade e a mobilidade urbana, o que proporcionaria ao visitante mais agilidade e conforto, tendo em vista que o turista de negócios e eventos dispõe de pouco tempo em suas agendas de trabalho.

Outra ação fundamental consiste na melhor interligação dos agentes envolvidos na cadeia do turismo em Belo Horizonte através do estabelecimento de vínculos orgânicos entre instituições que representam a esfera privada e o poder público.

Conclui-se que o maior centro de exposição de Minas Gerais é fundamental para alavancar e mobilizar toda uma cadeia de atividades de negócios onde está situado, pois é capaz de mobilizar empreendedores de todos os segmentos a fortalecerem seus negócios, seja apresentando seus

produtos para o mundo, seja trazendo inovações e tecnologias do mundo para os seus negócios.

## Referências

BONONI, Ariana Valeriano. *Centro de eventos para a cidade de Maringá*. Trabalho Final de Graduação. Departamento de Arquitetura e Urbanismo - Centro Universitário Filadélfia, Londrina. 2001.

CARDOSO, C. *Turismo de eventos como oportunidade para o desenvolvimento regional*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO. São Paulo: Roca, 14-18, maio. 2003. *Oportunidades e investimentos em turismo*. p.147-156.

EMBRATUR. Empresa Brasileira de Turismo, 2011. Disponível em <http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2011/03/15/turismo-deve-representar-3-3-do-pib-do-pais-e-gerar-2-8-milhoes-de-empregos-em-2011/print>. Acessado em 04/08/2011.

FERREIRA, Luciana Brandão. *Estratégias de segmentação da Hotelaria para o Turismo de Negócios: Um estudo em São Luís Maranhão*. 2010. 182f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, USP, São Paulo, 2010.

FIPE. FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS - FIPE. *Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil*. São Paulo: FIPE, 2006.

GABRIEL, JoliseMazzari; IKEDA, Roberto Mititaka. *Centro de Convenções e o Turismo de Negócios, 2007*. Revista Eletrônica de Ciências Empresárias, v.1, n.1, 2007.

MINAS GERAIS. Secretária de Turismo. *Plano Diretor de Turismo de Minas Gerais para o período de 2007 a 2010*. Disponível em: [http://www.turismo.mg.gov.br/index.php?option=com\\_content&task=view&id=156&Itemid=59](http://www.turismo.mg.gov.br/index.php?option=com_content&task=view&id=156&Itemid=59). Acessado em: 18/10/2011.

MINAS GERAIS. Turismo de negócios em BH, 2011. Disponível em <http://www.turismodenegociosbh.com.br>, publicada por Bruno Andrade Guimarães em 20/10/2011. Acessado em 04/08/2011.

OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO - *Facts and Figures: Information, analysis and Know 2009a*. Disponível em: <http://www.unwto.org/index.php>. Acesso em: 01/01/2010.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE. Caderno de Indicadores e Pesquisas do Turismo em Belo Horizonte. Disponível em: [http://www.belo Horizonte.mg.gov.br/sites/belo Horizonte.pbh.gov.br/files/anexos/belotur/caderno\\_de\\_dados\\_fevereiro\\_de\\_2012.pdf](http://www.belo Horizonte.mg.gov.br/sites/belo Horizonte.pbh.gov.br/files/anexos/belotur/caderno_de_dados_fevereiro_de_2012.pdf) Acesso em: 30/05/2012.

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE. Belotur. Dados Anuais. 2011. Disponível em: <http://www.belotur.com.br/por/servicos.php?cat=via>. Acessado em: 14/07/2011.

PROMINAS. Cia Mineira de Promoções. *Expominas Belo Horizonte, 2011*. Disponível em: <http://www.prominasmg.com.br/pt-br/expominas-belo-horizonte/16/o-expominas.html>. Acessado: 10/01/2011.

SANITA, Mauricio de Azevedo. Turismo de negócios. Disponível em: <http://www.unimep.br/phpg/mostraacademica/anais/4mostra/pdfs/174.pdf>. Acessado em: 04/07/2011.

TURISMODENEGOCIOEEVENTOSBH. Trabalho em rede para desenvolver o turismo em BH. Disponível em: [http://www.turismodenegociosbh.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=195%3atrabalho-em-rede-para-desenvolver-o-turismo-em-bh&catid=38%3anoticias&itemid=1](http://www.turismodenegociosbh.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=195%3atrabalho-em-rede-para-desenvolver-o-turismo-em-bh&catid=38%3anoticias&itemid=1). Acessado em: 14/12/2011.

ZANELLA, Luiz Carlos - *Manual de Organização de Eventos - Planejamento e Operacionalização* - São Paulo - Editora Atlas - 2003.