UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE HOTELARIA E TURISMO
CURSO DE TURISMO

LUIZ GUSTAVO ANDRADE DE OLIVEIRA BARROSO
SIMONE DA CRUZ

O SEGMENTO DE TURISMO DE NEGÓCIOS NA CIDADE DO RECIFE/PE NO CONTEXTO PÓS-PANDÊMICO

RECIFE
2024

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE HOTELARIA E TURISMO
CURSO DE TURISMO

LUIZ GUSTAVO ANDRADE DE OLIVEIRA BARROSO
SIMONE DA CRUZ

O SEGMENTO DE TURISMO DE NEGÓCIOS NA CIDADE DO RECIFE/PE NO CONTEXTO PÓS-PANDÊMICO

TCC apresentado ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientador(a): Luciana Araújo de Holanda

RECIFE
2024

LUIZ GUSTAVO ANDRADE DE OLIVEIRA BARROSO
SIMONE DA CRUZ

O SEGMENTO DE TURISMO DE NEGÓCIOS NA CIDADE DO RECIFE/PE NO CONTEXTO PÓS-PANDÊMICO

TCC apresentado ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Ciências Sociais Aplicadas, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Turismo

Aprovado em: 18/10/2024.

BANCA EXAMINADORA

_____
Profª. Dra. Luciana Araújo de Holanda (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

_____
Profª. Dra. Maria Helena Cavalcanti da Silva Belchior (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

_____
Profª. Dra. Mariana Cavalcanti Falcão (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

RESUMO

O objetivo deste estudo foi retratar o segmento de turismo de negócios no Recife, Pernambuco no contexto pós-pandemia da Covid-19. Nesse intuito, foi realizada uma pesquisa descritiva, de abordagem qualitativa, utilizando como procedimentos metodológicos a pesquisa bibliográfica, documental e de campo, realizada por meio de entrevistas semi-estruturadas com representantes das três entidades que atuam no segmento na cidade. Os resultados indicaram que Recife explora o turismo de negócios de maneira eficaz, evidenciando o fortalecimento desse segmento devido à localização estratégica, à infraestrutura adequada e à diversidade econômica. Foi possível traçar um panorama do segmento entre os anos de 2019 a 2024, revelando que apesar do forte impacto decorrente da pandemia, o segmento apresenta sinais graduais de recuperação, impulsionada pelos novos investimentos na revitalização do Pernambuco Centro de Convenções, em Olinda-PE, e a criação do Recife Expo Center. Ficou evidente o papel crucial desempenhado pelo Recife Convention & Visitors Bureau, pela Associação Brasileira de Empresas de Eventos e pela União Brasileira de Feiras e Eventos de Negócios no desenvolvimento do turismo de negócios no Recife. O estudo conclui que, embora ainda existam desafios para melhorias, o turismo de negócios no Recife apresenta perspectivas promissoras, com expectativas de crescimento e fortalecimento contínuo do segmento na cidade.

Palavras-chave: Recife; Turismo de negócios; Eventos; Pós-pandemia.

ABSTRACT

The goal of this study was to illustrate the business tourism segment in Recife, Pernambuco, in the post-pandemic context of Covid-19. To achieve this, a descriptive, qualitative approach was employed, using bibliographic, documentary, and field research methods. Semi-structured interviews were conducted with representatives from the three main entities involved in the business tourism segment in the city. The findings indicated that Recife is effectively leveraging business tourism, showcasing the strengthening of this segment due to its strategic location, adequate infrastructure, and economic diversity. A panorama of the sector from 2019 to 2024 was drawn, revealing that despite the significant impact of the pandemic, the sector is showing gradual recovery signs. This recovery is driven by new investments, such as the revitalization of the Pernambuco Centro de Convenções, in Olinda-PE, and the creation of the Recife Expo Center. The crucial roles of the Recife Convention & Visitors Bureau, the Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC), and the União Brasileira de Feiras e Eventos de Negócios (UBRAFE) in the development of business tourism in Recife were evident. The study concludes that, although challenges remain, business tourism in Recife shows promising prospects, with expectations of continuous growth and strengthening of the sector in the city.

Keywords: Recife; Business Tourism; Events; Post-pandemic.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO **6**
2 REFERENCIAL TEÓRICO **8**
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS **11**
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS **12**
REFERÊNCIAS **17**
ANEXO A – NORMAS DE PUBLICAÇÃO DA REVISTA ELETRÔNICA CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO E TURISMO (RECAT) **21**

O PRESENTE TRABALHO ESTÁ APRESENTADO NO FORMATO DE ARTIGO REQUERIDO PELA **REVISTA ELETRÔNICA CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO E TURISMO - RECAT,** CUJAS NORMAS PARA SUBMISSÃO DE ARTIGOS SE ENCONTRAM NO ANEXO A.

1 INTRODUÇÃO

O turismo é caracterizado como uma prática social e pode ser compreendido como um fenômeno complexo e dinâmico, devido às diversas aplicações que ele desempenha na sociedade, com isso, torna-se necessário uma segmentação do mercado turístico, responsável por atender aos interesses específicos de cada grupo de consumidores de uma determinada localidade. É através dessa segmentação que o destino consegue elaborar uma oferta de bens e serviços para suprir esses interesses. (Barbosa, 2024).

Atualmente, há diversos segmentos em que o turismo pode atuar, como por exemplo, gastronômico, cultural, esportivo, saúde, eventos, negócios e outros. Em cada um deles, haverá uma ou mais motivações para esse deslocamento, e cada tipo de turista refletirá um comportamento no destino escolhido. Nesse sentido, com a crescente globalização e tecnologia, podemos considerar como um campo emergente em vários destinos, o turismo de negócios, que de acordo com o SEBRAE (2015) pode ser considerado como todas as atividades que ocorrem com o intuito profissional, associativo, institucional, com caráter comercial, promocional, técnico, científico e também social.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo - OMT (2020), o turismo de negócios no período em que antecedeu a pandemia de Covid-19 se mostrou um grande movimentador das viagens internacionais, representando 11% no ano de 2019. Ele desempenha um papel vital na economia global, gerando receita, criando empregos e estimulando o desenvolvimento dos países. Além disso, promove o intercâmbio cultural, facilita o comércio e os investimentos e contribui para uma compreensão mais ampla e inclusiva entre pessoas de diferentes origens. Dessa forma, esse tipo de turismo não apenas impulsiona o crescimento econômico, mas também fortalece as relações internacionais e promove o desenvolvimento inclusivo em todo o mundo. (Vieira; Widmer; Melo, 2005).

No Brasil, segundo o Anuário Estatístico de Turismo, desenvolvido pelo Ministério do Turismo (MTur), negócios, eventos e convenções representaram 15,4% no ano de 2019 nas motivações de viagem da demanda internacional. O turismo de negócios é um setor crucial da indústria turística nacional brasileira, caracterizado pela realização de eventos corporativos, conferências, feiras comerciais e reuniões em todo o país. Esse segmento contribui significativamente para a economia brasileira na geração de empregos e receita, e estimula o desenvolvimento das regiões (MTur, 2020).

Ainda sobre a demanda nacional, de acordo com a Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (ABRACORP), em 2023 registrou-se a alta no setor de viagens corporativas e eventos nacionalmente. Segundo a ABRACORP (2023), em agosto foi o sexto mês consecutivo em que o faturamento referente às viagens corporativas ultrapassou a marca de R$1 bilhão, representando um aumento significativo em relação aos anos anteriores de pré-pandemia e os anos seguintes de retomada gradativa do setor. Para a análise, foram destacados dados referentes à locação de veículos, hotéis e serviços aéreos, que segundo a associação, justificam a plena recuperação do setor em 2023, com a retomada das viagens e eventos corporativos que estavam estagnados em função do cenário pandêmico nos anos de 2020 e 2021.

Embora tais dados, sejam eles nacionais ou internacionais, auxiliem na compreensão de um cenário generalizado do turismo de negócios no Brasil, se faz necessário uma análise mais aprofundada em cada destino turístico, tanto na esfera estadual quanto municipal, a fim de, contribuir na sua gestão e traçar estratégias para o aumento e desenvolvimento do fluxo turístico nas localidades em que o turismo de negócios tem se destacado.

Um desses destinos é a cidade de Recife, em Pernambuco, que ao longo dos anos vem experienciando uma evolução no setor do turismo, que vem se distanciando do tradicional turismo de sol e mar, dando espaço para o turismo de negócios. Pode-se considerar que este nicho do turismo ganhou notoriedade a partir da fundação do Recife Convention & Visitors Bureau (Recife CVB), que desde 2001 desempenha um papel importante no posicionamento estratégico do destino. A cidade possui uma vasta oferta turística no segmento de negócios, e está muito bem posicionada na região nordeste. Além disso, detém o principal hub da Azul Linhas Aéreas no Nordeste, no Aeroporto Internacional do Recife/Guararapes - Gilberto Freyre, proporcionando um número elevado de conexões com outras cidades e países. (Cedeno, 2024).

No entanto, a constante evolução deste setor experienciou um grande impacto em decorrência da pandemia de Covid-19, visto que, as viagens nacionais e internacionais, e os encontros presenciais foram interrompidos pelas medidas de isolamento social necessárias. A demanda para o turismo em geral, retornou apenas com a flexibilização dessas medidas, e de acordo com a Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo - Embratur (2022), o segmento de turismo corporativo desempenhou um papel importante nesta recuperação no país. Vale ressaltar que essa retomada não ocorre de forma igualitária em todos os lugares, então cada destino pode apresentar especificidades em cada tipo de turismo, desenvolvendo e promovendo ações específicas para atrair o turista.

O foco no turismo de negócios se justifica pela abrangência desse segmento, que inclui tanto grandes eventos quanto viagens corporativas menores, impactando a economia de forma contínua e menos dependente da sazonalidade. O estudo destaca o papel estratégico do turismo de negócios no Recife pós-pandemia de Covid-19, enfatizando como investimentos em infraestrutura, como o Recife Expo Center, e parcerias com entidades que fomentam o segmento na cidade, têm impulsionado a recuperação do setor. Essas iniciativas consolidam Recife como um polo competitivo para o turismo de negócios, beneficiando diversos setores econômicos da cidade.

Na literatura atual, não foram localizadas pesquisas sobre como está posicionado o segmento de turismo de negócios no Recife após o cenário de pandemia, portanto, se faz necessário um estudo sobre essa descrição, a fim de ser uma base de dados para futuras pesquisas, além de colaborar com dados do Observatório de Turismo do Recife. Sendo assim, é proposto um estudo junto aos representantes da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC) seccional de Pernambuco, União Brasileira de Feiras e Eventos de Negócios (UBRAFE) e Recife CVB, que fomentam e monitoram o turismo de negócios no Recife, para investigar como está caracterizado este segmento na cidade no contexto pós-pandemia.

Para isso, estabeleceu-se como objetivo geral apresentar o segmento do turismo de negócios na cidade do Recife no contexto pós-pandemia da Covid-19. Nesse intuito, buscou-se descrever o posicionamento de Recife como destino de turismo de negócios; traçar um panorama do turismo de negócios no Recife entre os anos de 2019 a 2024; analisar o papel das entidades responsáveis pelo turismo de negócios no desenvolvimento do segmento no Recife. Como em pesquisas prévias, o tema com o recorte temporal a ser analisado se mostrou inexplorado na capital pernambucana, a pesquisa serve também como forma de conhecer a atual situação deste segmento em uma cidade que possui um grande potencial na oferta

turística de turismo de negócios, e os desdobramentos e análises descobertos serão discutidos no decorrer deste trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Turismo de Negócios

O turismo abrange uma vasta gama de consumidores, cujas preferências podem variar em relação ao consumo dos bens e serviços oferecidos pelos destinos. Para que um destino seja capaz de atender a essa diversidade de demandas, torna-se essencial a segmentação do mercado turístico, que permite identificar e compreender as necessidades específicas de cada grupo de consumidores, possibilitando a oferta de produtos e serviços alinhados às expectativas de cada segmento, como afirma Barbosa (2024). Ainda, segundo ele, em complemento a segmentação, destacam-se as tipologias, que agrupam as preferências, necessidades e características comuns dentro de um determinado segmento. No contexto do turismo, existem diversas tipologias, dentre as quais se destaca o turismo de negócios e eventos, sendo o turismo de negócios o foco de estudo deste trabalho.

De acordo com o Ministério do Turismo (MTur, 2010), o turismo de negócios refere-se ao deslocamento do indivíduo com o intuito de realizar atividades associadas a missões, reuniões, viagens corporativas, por exemplo, em busca de oportunidades de networking, aprendizado e desenvolvimento, e, com isso, cabe à localidade definir estratégias para oferecer um conjunto de bens e serviços capazes de suprir as necessidades desses turistas e aumentar o seu tempo de permanência no destino.

Azevedo e Giuliani (2006) afirmam que o turismo de negócios desempenha um papel fundamental no crescimento econômico de qualquer país ou região. Além de contribuir significativamente para a receita financeira do mercado, os turistas de negócios têm o potencial de se tornarem visitantes frequentes quando sua experiência é satisfatória. Além disso, esses viajantes satisfeitos se tornam multiplicadores de opiniões positivas, promovendo o destino e atraindo novos turistas para a área. Dessa forma, o turismo de negócios não apenas impulsiona a economia local, mas também fortalece a reputação e a atratividade do destino como um todo.

A prática da atividade do turismo de negócios não ocorre igualmente em todas as localidades, e sofre influências distintas de acordo com a sua demanda específica. Para Braga (2006) existem ao menos dois tipos de turistas de negócios em um destino, o corporativo, que viaja pela empresa e o individual, por iniciativa própria. Como já na motivação para a viagem eles diferem entre si, no local cada um deles poderá ter um tipo de comportamento e consumo, por exemplo.

O turista de negócios possui características distintas que valorizam a localização e a qualidade dos serviços oferecidos nos equipamentos turísticos. Elementos como a proximidade do meio de hospedagem, aeroporto e espaços para eventos são de suma importância, visando minimizar o tempo de deslocamento e otimizar a eficiência durante sua estada. Além disso, a qualidade, a agilidade nos serviços e o respeito à privacidade são necessidades fundamentais para esse tipo de turista. Em resumo, a comodidade, a praticidade e a excelência no atendimento são fatores essenciais que contribuem para uma experiência satisfatória do turista de negócios, afirma Wanderley (2004).

Alguns dos fatores que influenciam nessa experiência podem estar relacionados com as organizações responsáveis pela promoção e acompanhamento do turismo no destino, que promovem ações e formulam estratégias para o desenvolvimento da atividade turística, por exemplo. Conforme Lima (2016), a partir do desenvolvimento gradual do setor de turismo de negócios, várias entidades foram criadas para representar e promover os interesses dos profissionais e empresas envolvidas nesse segmento específico. Entidades essas, como a

Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC), a União Brasileira dos Promotores de Feiras (UBRAFE) e os Convention & Visitors Bureau, além de algumas outras.

A ABEOC desempenha um papel fundamental na representação das empresas de eventos no Brasil, promovendo a profissionalização do setor, o desenvolvimento de padrões de qualidade e a defesa dos interesses dos seus associados. A UBRAFE, por sua vez, é responsável por representar os promotores de feiras e eventos, buscando promover a excelência na realização de feiras comerciais e eventos corporativos em todo o país. Já os Convention & Visitors Bureau consistem em instituições que são essenciais para o desenvolvimento do turismo em uma região. Eles atuam como agente facilitador, unindo entidades e empresas com o objetivo de promover o destino turístico e aumentar sua visibilidade no mercado.

Essas organizações são tipicamente associações, institutos ou fundações, que utilizam estratégias de marketing com foco na promoção conjunta da localidade ou região que representam. Elas estão diretamente ligadas ao chamado segmento MICE *(Meeting, Incentives, Conferences and Exhibitions),* que no português são encontros, incentivos, conferências e exibições, e que vai além da perspectiva econômica para o destino. O termo é comumente utilizado no Brasil para se referir ao turismo de negócios e eventos, e representa, de acordo com a Revista EBS (2015, p.12) “uma das soluções para questões de sazonalidade e utilização da infraestrutura e serviços turísticos em baixa temporada, além de esquentar a economia local das cidades que recebem este tipo de turista.”.

De acordo com Chim-Miki, Santos Júnior e Matos (2016), o desenvolvimento do turismo de negócios nos países é fruto de estratégias de políticas públicas e privadas que focam na segmentação e na promoção turística dos destinos. Essas iniciativas têm sido fundamentais para o fortalecimento do segmento MICE, que vem se consolidando como um importante componente do turismo no Brasil, e que além de gerar um impacto significativo na economia local e nacional, também impulsiona práticas sustentáveis no turismo e inovação no setor, bem como promove a cultura local.

O segmento de turismo de negócios está intrinsecamente relacionado à oferta turística de bens e serviços, que impactam diretamente na satisfação do visitante. Juntos, são capazes de suprir as necessidades do turista na localidade, pois abrangem aspectos tangíveis, como infraestrutura, meios de hospedagem, transportes, atrativos turísticos, e intangíveis, como a qualidade do atendimento e a experiência cultural oferecida (Rodrigues, 2022). Além disso, a oferta turística do destino em conjunto com a realização de eventos, como festivais, feiras e convenções, contribuem significativamente para combater a sazonalidade do setor. Como afirma Kohler (2020), esses dois elementos podem atrair visitantes durante o ano todo, mesmo em períodos considerados como baixa temporada, e colaboram para uma experiência completa aos visitantes.

No que tange à oferta turística voltada ao turismo de negócios, além da importância dos meios de hospedagem e transporte, por exemplo, um fator que influencia na atração dos turistas de negócios é a presença de infraestruturas adequadas para grandes eventos. Centro de convenções desempenham um papel central nesse contexto, pois são edificações projetadas para acomodar conferências, eventos corporativos, congressos, simpósios, feiras e outros. De acordo com Gabriel e Ikeda (2007), eles são capazes de oferecer estrutura adequada para os mais diversos tipos de eventos, bem como agregam valor ao destino turístico e auxiliam na sua visibilidade.

Vale ressaltar também, que para maior visibilidade do destino, faz-se necessário a elaboração do inventário turístico, que pode ser entendido como um documento que descreve, organiza e cataloga a gama de bens e serviços presentes em determinado local, suas especificidades e diferenciais. O inventário serve como base para o planejamento estratégico de promoção do destino, facilitam a tomada de decisão dos potenciais visitantes e otimizam a

experiência turística, sendo capaz também de atrair novos investimentos e fomentar a economia local. Essa inventariação é de extrema importância para a gestão do destino, pois como afirmam Moraes, Fogaça e Soares (2020): "[...] há a necessidade de informações sobre a oferta turística, visto que o turista é o agente que move o turismo e sua mobilidade se dá por causa da oferta". A apresentação desta inventariação é de extrema importância na atração do turista de negócios, que valoriza a qualidade dos bens e serviços oferecidos na localidade.

Em síntese, o turismo de negócios é um segmento estratégico que se destaca pelo impacto econômico, pelo desenvolvimento de infraestruturas e serviços especializados. O turismo de negócios, particularmente, envolve atividades que vão desde eventos corporativos e conferências até feiras e exposições, como afirma o Ministério do Turismo (2010), e exige planejamento cuidadoso para garantir uma experiência satisfatória. Azevedo e Giuliani (2006) enfatizam o papel do segmento no crescimento econômico local, destacando que turistas de negócios satisfeitos tendem a se tornar promotores do destino. A criação de entidades como a ABEOC, UBRAFE e os Conventions & Visitors Bureau, além de investimentos em centros de convenções, tem sido crucial para fortalecer o setor, contribuindo para uma oferta turística que vai além da simples hospedagem, como aponta Gabriel e Ikeda (2007). Dessa forma, o turismo de negócios não só favorece a economia local, como também amplia a visibilidade e a reputação do destino, impactando positivamente o turismo de forma geral, incluindo a redução da sazonalidade (Kohler, 2020).

2.2 O impacto da pandemia no segmento de turismo de negócios

A pandemia da Covid-19 teve um impacto profundo no setor de turismo, como um todo, em especial no segmento de negócios, no qual houve uma desaceleração severa, com empresas cortando orçamentos de viagens e migração de muitas atividades para o formato virtual. O fechamento de fronteiras, as restrições de viagens e a necessidade de distanciamento social resultaram em uma queda acentuada na receita do setor. Segundo Beni (2020), a ocupação dos assentos em voos domésticos caiu em média 85%, o que afetou diretamente a taxa de ocupação dos hotéis. Além disso, a suspensão ou adiamento de eventos corporativos, congressos e feiras em todo o mundo resultou na maior crise econômica já vista no setor de turismo. A paralisação das atividades do turismo de negócios trouxe perdas significativas para diversos segmentos, impactando diretamente a economia local e nacional.

No último bimestre de 2020, o setor de viagens corporativas enfrentou uma queda de 57,5% em seu faturamento em comparação com o mesmo período de 2019. A Pesquisa Conjuntural de Viagens Corporativas da Associação Latino Americana de Gestão de Eventos e Viagens Corporativas (ALAGEV) revelou que, entre março e novembro de 2020, as atividades relacionadas a serviços de alimentação, hospedagem, transporte e outros sofreram uma perda total de R$49 bilhões, o que representa uma redução de 77,6% em relação ao ano anterior. Essa drástica diminuição foi causada pela paralisação completa das atividades, resultando na ausência de deslocamentos de pessoas.

A crise econômica gerada pela COVID-19 exige uma análise cuidadosa do desenvolvimento do setor, especialmente para os segmentos mais afetados, como os meios de hospedagem. Os hotéis, em particular aqueles voltados para o turismo de negócios, enfrentaram perdas significativas em suas vendas. Isso ocorreu porque a principal fonte de ocupação, que eram as viagens de negócios, foi substituída por videoconferências, levando a uma drástica redução na demanda por hospedagem, conforme explicado na pesquisa realizada pela ALAGEV com empresas do setor de turismo que revelou que 50% das empresas hoteleiras afirmaram que a pandemia teve um impacto significativo em suas operações.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No desenvolvimento deste trabalho é importante traçar o conjunto de processos utilizados para o alcance do objetivo da pesquisa, a fim de garantir a autenticidade e confiabilidade dos resultados apresentados. Para isso, no processo de investigação acerca da do setor do turismo de negócios na cidade do Recife no pós-pandemia, foram utilizados procedimentos que viabilizaram a coleta e análise dos dados.

A pesquisa caracteriza-se como sendo descritiva, pois além de descrever o turismo de negócios no destino, mostra como este nicho específico está consolidado atualmente na visão das instituições que realizam o acompanhamento do setor, além de contribuir com o fornecimento de dados para o Observatório do Turismo do Recife, visto que não foram localizados outros trabalhos acerca da temática e recorte temporal especificamente no Recife.

No que tange aos procedimentos metodológicos, foram utilizados a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e a pesquisa de campo com abordagem qualitativa objetivando uma compreensão aprofundada da atual posição do turismo de negócios no Recife-PE.

A pesquisa bibliográfica foi realizada para a construção do referencial teórico, onde foram investigadas cerca de 20 obras científicas publicadas que dizem respeito à temática de turismo de negócios e eventos, além de oferta turística. As publicações foram encontradas em sua maioria no portal de periódicos da CAPES, Google Acadêmico, Revistas de Turismo e no repositório de publicações da Universidade de São Paulo - USP.

Na pesquisa documental, foram analisados os dados disponibilizados nos sites do MTur e da ABRACORP para traçar um panorama geral em relação ao números sobre o turismo de negócios no contexto nacional entre os anos de 2019 a 2024, além de sites de revistas mercadológicas que trazem matérias sobre o setor de negócios e eventos especificamente no Recife, como Mercado & Eventos e Brasilturis, com informações atualizadas sobre as tendências e aprimoramento do segmento na cidade, por exemplo.

Em paralelo, na pesquisa de campo, foram realizadas três entrevistas, no formato online, com os representantes da ABEOC-PE, UBRAFE e Recife CVB, a fim de compreender as perspectivas atuais após a retomada do setor, que vem ocorrendo gradativamente no pós-pandemia. Para isso, foi elaborado um roteiro de entrevista semi-estruturada, com 13 (treze) perguntas abertas, no intuito de conhecer diferentes pontos de vista sobre o fenômeno investigado, permitindo uma compreensão abrangente das dinâmicas do turismo de negócios no destino. Os respondentes ocupam cargos de liderança e diretoria nessas instituições, possuem vasto conhecimento na área e foram selecionados por serem os principais atores no destino, no que diz respeito à promoção e acompanhamento deste segmento na cidade.

Posteriormente, esses dados foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo categorial (Bardin, 2011), sendo capaz de obter conclusões gerais sobre o atual setor do turismo de negócios no Recife com base nas temáticas que foram propostas nas entrevistas junto aos representantes. Utilizou-se como categorias analíticas o Recife como um destino atrativo para o turismo de negócios, panorama do segmento de turismo de negócios no Recife entre os anos de 2019 a 2024, além do papel das entidades que atuam no fortalecimento do turismo de negócios no Recife. As respostas foram agrupadas ao redor das categorias, e essa categorização facilitou a compreensão das diferentes perspectivas dos entrevistados sobre o turismo de negócios na cidade, possibilitando uma análise mais profunda sobre como esses pontos de vista se conectam ou divergem. O método também permitiu identificar as principais tendências, desafios e oportunidades enfrentadas pelo setor, além de evidenciar aspectos específicos de como o turismo de negócios se desenvolve no Recife atualmente.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A apresentação e discussão dos resultados obtidos nesta pesquisa fornecem uma visão detalhada do cenário do turismo de negócios na capital pernambucana e encontra-se organizada em três subseções.

4.1 O Recife como um destino atrativo para o turismo de negócios

Inicialmente, traz-se para a discussão a cidade do Recife como um destino competitivo e com atrativos crescentes para o turismo de negócios.

Para as representantes da UBRAFE e da ABEOC de Pernambuco, a localização privilegiada da cidade em relação aos outros estados do Nordeste, a proximidade do aeroporto com a área hoteleira principal e sua posição como hub da companhia aérea Azul são aspectos fundamentais que facilitam a atração de visitantes. Além disso, na fala da diretora do Recife CVB, a presença de diversos setores economicamente ativos e desenvolvidos, como saúde, educação, tecnologia e construção civil, contribuem para a captação natural de feiras e congressos, tornando a capital um polo importante. Complementa ainda em sua fala, o destaque da força da indústria, do setor hospitalar e das universidades no destino, que o distingue por ser um polo tecnológico, industrial, médico e educacional. Essa diversidade facilita a presença de anfitriões locais qualificados, que são fundamentais para a captação de eventos.

Além da infraestrutura convencional, a cidade conta com uma variedade de equipamentos para eventos, atualmente com dois centro de convenções e espaços em instituições de ensino superior, que são adequados para congressos de diferentes tamanhos, conforme cita a representante da ABEOC. Com isso, a combinação de infraestrutura adequada, localização estratégica e a oferta de turismo de lazer complementam o turismo de negócios, tornando a cidade um destino dinâmico e competitivo. Ainda, a rica cultura e a gastronomia local também são atrativos que enriquecem a experiência dos visitantes e fortalecem a imagem de Recife como destino de negócios. Esses elementos, combinados com a presença de intelectuais e líderes locais, tornam a cidade uma escolha privilegiada para sediar eventos e congressos.

Todos os aspectos apresentados como diferenciais no destino Recife para a captação dos visitantes, estão presentes nas considerações de Rodrigues (2022), que garante que a junção dos elementos da infraestrutura, bens e serviços, promovem a satisfação do turista negócios, que leva em consideração diversos fatores como a qualidade no atendimento, a localização estratégica dos meios de hospedagem e a proximidade com centros de convenções e aeroportos, por exemplo.

Assim como ocorre com outros tipos de turismo, o turismo de negócios traz uma variedade de benefícios para o destino, impactando sua economia e a sociedade de maneira abrangente. De acordo com os entrevistados, esse segmento se destaca não apenas pela sua frequência, que ocorre ao longo do ano, mas também pela concentração durante a baixa estação, ajudando a combater a sazonalidade nos períodos de baixa ocupação na hotelaria, entre setembro e novembro, por exemplo, quando muitos eventos são realizados. Essa característica do segmento corrobora com a afirmação da Revista EBS (2015), que destaca a relevância do turismo de negócios como uma solução estratégica para a economia de destinos turísticos e a redução dos impactos da sazonalidade. O posicionamento das entidades entrevistadas reforça a ideia apresentada no referencial, de que o turismo de negócios consegue manter a atividade turística ativa durante todo o ano.

Além disso, a dinâmica do segmento é altamente positiva, conforme ressaltado pela representante do CVB, que destacou que o turista de negócios tende a gastar até cinco vezes mais do que o turista de lazer, uma vez que grande parte de suas despesas são custeadas pelas

empresas, além de que, se sua experiência for positiva no destino, ele tende a voltar outra vezes com a família. Essa afirmação se alinha ao argumento de Azevedo e Giuliani (2006), que indicam a intenção dos turistas de negócios em retornar ao destino quando satisfeitos com suas experiências e tendem a tornar-se visitantes frequentes do local em outras oportunidades, além de promotores do destino, gerando recomendações positivas e atraindo novos visitantes.

Conforme explicado pelo CVB, o impacto econômico do turismo de negócios é substancial, frequentemente calculado multiplicando o número de dias de evento pela quantidade de participantes e pelo gasto médio do turista de negócios, que gira em torno de R$ 480,00, embora esse valor possa ser ainda maior. Eventos significativos podem gerar milhões de reais em receita para a cidade, beneficiando diversos setores da economia local. Além disso, cerca de 30% desse impacto se traduz em impostos, beneficiando desde organizadores e fornecedores até o governo local.

Outro aspecto importante é a contribuição do turismo de negócios na geração de empregos e a melhoria do mercado de trabalho. O turismo de negócios não apenas gera empregos diretos, mas também impulsiona a renda e o desenvolvimento econômico da cidade, além de promover o desenvolvimento intelectual e social, contribuindo para o aumento do conhecimento dos indivíduos participantes, conforme mencionado pela ABEOC. A geração de empregos, o fortalecimento da cadeia produtiva do turismo e a ampliação da influência econômica em diversas áreas, desde grandes centros de convenções até pequenos negócios locais, são evidências claras do impacto positivo que esse setor proporciona ao Recife.

4.2 Panorama do segmento de turismo de negócios no Recife entre os anos de 2019 a 2024

O setor de turismo de modo geral, e o segmento do turismo de negócios em específico, sofreu grandes impactos por conta da pandemia da Covid-19, principalmente no ano de 2020, onde, se no ano anterior, 2019, foi o ápice das feiras de negócios, em 2020, não foi realizada nenhuma, comenta a UBRAFE. Em paralelo, o Recife CVB e a ABEOC também argumentam que no ano de 2020 muitas empresas fecharam, sobrevivendo apenas aquelas com estrutura sólida e experiência.

Os anos mais críticos da pandemia foram 2020 e 2021, quando o isolamento social se fez necessário e encontros presenciais não puderam ser realizados, com isso, houve aumento na realização de eventos de forma online. Na retomada, que iniciou gradativamente a partir de 2022, com a flexibilização dos protocolos sanitários, na visão das três instituições, embora os eventos online tenham sido cruciais para a sobrevivência do setor durante a pandemia, permitindo que entidades e empresas mantivessem uma fonte de receita, as novas tendências não foram um impeditivo para a retomada desses encontros presencialmente, pois o público do setor prefere esses encontros pessoais, seja nas feiras de negócios, como nos congressos, convenções e outros eventos corporativos. Vale salientar que, de acordo com a representante da ABEOC, a tecnologia pode ser um auxiliar, no entanto, não substitui o face a face, o encontro e as trocas que ocorrem presencialmente, pois acredita que o ser humano é um ser sociável.

Ainda sobre a retomada das atividades de turismo de negócios no Recife após as restrições da pandemia, houve uma série de desafios significativos que impactaram a execução de eventos. Entre os principais obstáculos, destacam-se as adequações necessárias aos novos protocolos de saúde e segurança, a escassez de mão de obra qualificada e a resistência inicial do público em participar de eventos presenciais.

O CVB explicou que sua maior dificuldade foi a necessidade de adaptação dos espaços disponíveis para eventos. Com as diretrizes de distanciamento social, muitos locais que anteriormente acomodavam até mil pessoas precisaram revisar sua capacidade. Por

exemplo, hotéis que podiam receber 700 participantes passaram a ter um limite de apenas 500, resultando em uma pressão significativa para encontrar alternativas adequadas para eventos planejados. Essa readequação impactou diretamente a agenda de eventos, com várias entidades buscando espaços que não estavam disponíveis na rede hoteleira.

Além disso, a ABEOC e o CVB concordam que a escassez de mão de obra qualificada se tornou um entrave importante. Muitos profissionais hesitaram em retornar ao trabalho por receio da pandemia, dificultando a formação de equipes competentes para a realização de eventos. Essa falta de pessoal especializado, somada à necessidade de recursos financeiros adequados, limitou a capacidade de atender à demanda crescente por eventos presenciais.

Outro desafio significativo foi a resistência do público em participar de eventos ao vivo. Embora essa hesitação tenha sido superada rapidamente à medida que eventos seguros foram realizados, a recuperação total da confiança do público levou tempo.

De acordo com os entrevistados, a superação desses desafios é parte de um processo de recuperação em andamento. A combinação de esforços para garantir a segurança nos eventos, aliada a uma maior disponibilidade de espaços adequados e recursos humanos, é essencial para o fortalecimento do turismo de negócios no Recife.

Comparado-se o contexto antes e depois da pandemia, é unânime a concordância das entrevistas de que atualmente o setor oferece melhores equipamentos, pois a pandemia impulsionou empresas mais estruturadas a repensar suas operações e investir em requalificação, resultando no desenvolvimento de novos serviços e na criação de espaços de eventos, além de novos investimentos em centros de convenções. Antes da pandemia, o Pernambuco Centro de Convenções ainda não havia passado por revitalização, bem como não existia o novo centro de convenções Recife Expo Center.

No entanto, embora esta oferta representa uma mudança significativa para o segmento, todas as entrevistadas também concordam que o setor de eventos como um todo ainda está em recuperação, pois enfrenta a dificuldade da falta de mão de obra nas áreas de hotelaria e eventos, e salientam que é crucial treinar a mão de obra para evitar um crescimento desorganizado e garantir a qualidade dos eventos, evitando a repetição de experiências ruins, pois um evento que não seja bem organizado pode prejudicar a imagem de Recife como destino, afetando não apenas eventos e negócios, mas também o turismo de lazer.

No contexto geral do turismo no estado entre os anos de 2020 a 2023, de acordo com o Observatório do Turismo de Recife (2023), nota-se que o crescimento pós retomada desponta a partir de 2023, tanto em termos de faturamento que representou o segundo maior crescimento do Brasil, quanto em geração de emprego e renda e movimentação de passageiros nacionais e internacionais no aeroporto. O número aumentou em comparação com o mesmo período dos anos anteriores, em 2019, 2020, 2021 e 2022.

Esse aumento pode ser compreendido também na análise das organizações que foram entrevistadas, pois especificamente no campo do turismo de negócios, a UBRAFE e o Recife CVB também apresentam o ano de 2023 como o melhor até o momento no que diz respeito à recuperação do setor.

No que diz respeito às transformações significativas para o setor de turismo de negócios no Recife, elas parecem ter efeitos permanentes. Conforme afirma Wanderley (2004), a importância da comodidade, praticidade e excelência no atendimento como fatores essenciais para uma experiência satisfatória do turista de negócios pode ser diretamente relacionada às recentes transformações no turismo de negócios no Recife. As melhorias nas infraestruturas da cidade, como a modernização do Pernambuco Centro de Convenções, o investimento no Recife Expo Center e a reforma do Aeroporto Internacional do Recife, são exemplos claros de como a cidade está atendendo à demanda por serviços eficientes e de qualidade. Entretanto, essas mudanças não foram diretamente decorrentes da crise, mas sim

resultado de uma visão estratégica do governo do estado e da capital para fortalecer o Recife como um polo de turismo de negócios.

Outro ponto importante levantado pela ABEOC é a consciência renovada sobre a importância do turismo de negócios em todos os níveis de governo. Esse reconhecimento é considerado uma mudança permanente, que pode resultar em políticas mais favoráveis e um melhor entendimento do valor econômico e social que o setor traz. Adicionalmente, os contratos e termos de negócio também passaram a incluir cláusulas mais rigorosas para evitar prejuízos financeiros em situações inesperadas, refletindo uma adaptação às lições aprendidas durante a pandemia.

Segundo a CVB, previamente ao período de isolamento social, a cidade era reconhecida por receber principalmente eventos de médio a pequeno porte. No entanto, a pandemia trouxe mudanças no perfil dos eventos corporativos. As empresas, agora, tendem a organizar eventos menores, focados em diretórios específicos ou equipes regionais, em vez de grandes convenções que reúnam todos os colaboradores. Apesar dessa mudança no perfil dos eventos, Recife ainda consegue atrair um volume considerável desses eventos, especialmente em períodos de alta demanda, como o final de outubro e o início de novembro, quando a hotelaria local consegue chegar à sua ocupação máxima.

Mas também, a CVB concorda com a fala da representante da ABEOC, que menciona que o segmento associativo, ou seja, congressos e eventos maiores, registrou um crescimento significativo na cidade. Essa mudança é facilitada pela nova infraestrutura disponível para grandes eventos, o que indica uma adaptação positiva do setor. Além do mais, eventos técnicos e científicos ganharam destaque após o período pandêmico, mostrando um aumento na qualidade e na frequência, e, embora as feiras não tenham passado por grandes modificações, algumas, como a HospitalMed, cresceram em tamanho e relevância, conforme a UBRAFE cita. Por fim, foi constatado um crescimento em eventos sociais e os chamados eventos corporativos sociais, que misturam aspectos empresariais e de responsabilidade social.

4.3 O papel das entidades que atuam no fortalecimento do turismo de negócios no Recife

O Recife CVB, a UBRAFE e a ABEOC-PE, desempenham um papel crucial no acompanhamento do segmento do turismo de negócios na cidade do Recife, visto que mantêm um relacionamento com várias áreas do trade turístico.

O Convention & Visitors Bureau é responsável pela relação com os anfitriões que podem trazer eventos para a cidade e sua estratégia de captação se baseia em cultivar esses laços, muitas vezes complexos, com associações e sociedades que organizam eventos. Atualmente, o foco principal da instituição tem sido apresentar os novos equipamentos e as melhorias na cidade para os anfitriões, com o intuito de familiarizá-los com o novo destino.

A UBRAFE apoia e promove o setor de feiras de negócios na cidade, incentivando eventos que impulsionam a economia local e o segmento. A entidade facilita parcerias entre o setor público e privado, gerando empregos e fortalecendo a infraestrutura e a profissionalização das feiras.

Já a ABEOC representa e promove os interesses das empresas do setor de eventos no em todo o país, buscando profissionalizar o mercado por meio da capacitação, desenvolvimento de padrões de qualidade e defesa das demandas do setor. A entidade também fomenta a sustentabilidade, crescimento e inovação no segmento.

Segundo abordado por Chim-Miki, Santos Júnior e Matos (2016), o desenvolvimento do turismo de negócios depende diretamente de políticas públicas e privadas focadas na segmentação e promoção do destino turístico. No Recife, esse conceito se reflete nas estratégias implementadas como a revitalização de importantes infraestruturas, como

Pernambuco Centro de Convenções e a inauguração do novo Recife Expo Center, que são exemplos claros de como o investimento em equipamentos e serviços de qualidade contribui para o crescimento do segmento. Essas melhorias não apenas aumentam a capacidade da cidade de sediar grandes eventos, mas também reforçam sua posição como destino estratégico, atraindo tanto investidores quanto visitantes de negócios, conforme citado pelas três entidades entrevistadas.

De acordo com matéria publicada no site da Brasilturis (2024), a requalificação do Pernambuco Centro de Convenções, considerado como o maior equipamento para eventos no Norte e Nordeste do país, com a entrega das novas salas multifuncionais no local, marca uma nova fase do turismo na cidade, pois possui projeções de receber grandes eventos e convenções, colaborando com o desenvolvimento do mercado local. Além disso, para Brito (2024), um dos aspectos que marca um novo momento no cenário do turismo no Recife, é o novo centro de convenções, Recife Expo Center, visto que corresponde a um complexo multiuso que integra infraestrutura, lazer e negócios. As perspectivas são excelentes, visto que antes mesmo de sua inauguração, diversos contratos já estavam assinados para a realização dos eventos, feiras e congressos.

Em outra matéria da Brasilturis (2024), além da revitalização do Pernambuco Centro Convenções, e inauguração no novo, outros aspectos que embasam o crescimento do setor são o investimento na infraestrutura turística, com a reforma de vários hotéis em decorrência de uma lei de incentivo criada pela prefeitura da cidade, e a reforma do Aeroporto Internacional do Recife, que também passou por melhorias e se consolida como um importante hub de conexão à vários estados.

Com isso, as três instituições concordam que as perspectivas futuras são prósperas, visto que a cidade possui todos os ingredientes necessários para o crescimento do turismo de negócios e eventos na cidade. A movimentação no setor não se restringe apenas ao âmbito regional, mas se estende ao nacional, reafirmando a posição de Recife como um destino referência no Nordeste, e, embora ainda haja áreas que precisam de melhorias, como o transporte e outros aspectos na cidade, as organizações acreditam que o avanço tem sido otimista em direção ao lugar de destaque. Vale ressaltar que, grande parte dessa perspectiva inclui o investimento e valorização do segmento por parte do setor público, como prefeitura, secretaria de turismo e governo do estado.

Em suma, os achados permitem entender como o segmento do turismo de negócios no Recife contribui e se fortalece ao longo dos anos, como sobreviveu durante o período de isolamento social em decorrência da pandemia da Covid-19 e como é importante para a economia local.

5 CONCLUSÃO

Para que uma cidade consiga se manter competitiva em qualquer segmento de turismo, é importante que o trade turístico esteja alinhado, por isso, o ecossistema do turismo de negócios no Recife é composto por uma série de atores que atuam de forma integrada para promover e captar eventos na cidade. O acompanhamento da evolução gradual deste setor, através das entidades responsáveis, auxilia na compreensão e na formação de um panorama futuro do segmento, além de colaborar com a gestão de novas estratégias para a promoção desse tipo de turismo na cidade.

Este trabalho evidencia que o turismo de negócios no Recife se consolidou como um segmento crucial para a economia local, apresentando sinais claros de recuperação e fortalecimento no contexto pós-pandêmico. O setor se reconfigurou em resposta às mudanças trazidas pela pandemia, com ênfase maior na flexibilidade, na adaptação tecnológica e na valorização do turismo como motor econômico.

O método de pesquisa descritiva, sustentado por uma abordagem qualitativa, possibilitou uma visão profunda do segmento ao considerar a perspectiva das entidades responsáveis pelo turismo de negócios na cidade. Destacou-se a importância da infraestrutura da cidade, aliada à localização estratégica e à diversidade econômica da região, como fatores que impulsionam o turismo de negócios no destino. O panorama de eventos corporativos no Recife evoluiu, com um foco maior em eventos menores e segmentados após a pandemia. Simultaneamente, observa-se um crescimento no segmento associativo e na qualidade dos congressos. Essa nova dinâmica reflete não apenas as adaptações necessárias em um cenário pós-pandemia, mas também uma oportunidade de revitalização e fortalecimento do segmento.

O impacto econômico positivo do turismo de negócios é evidente, com um crescimento potencial previsto à medida que os investimentos em infraestrutura e serviços continuam, e as descobertas indicam que a cidade incluiu o turismo de negócios como um componente central de sua identidade. Além disso, o estudo revela que as tendências futuras são promissoras, com expectativa de crescimento contínuo e fortalecimento, especialmente com novos investimentos e a recuperação gradual observada. Embora existam áreas que ainda necessitam de melhorias, como a qualificação da mão de obra, Recife explora o segmento de turismo de negócios e, ao longo dos anos, consolidou-se como um destino atrativo para esse tipo de turismo, devido às iniciativas e fatores estratégicos mencionados neste trabalho, e por isso tem um potencial de crescimento significativo do segmento nos próximos anos.

Este trabalho reforça que o turismo de negócios desempenha um papel fundamental não apenas na dinâmica econômica local, mas também na promoção da cidade como um polo relevante para o turismo de negócios no Nordeste brasileiro e em âmbito nacional. As percepções coletadas podem servir como base para futuros estudos sobre o impacto que o novo centro de convenções Recife Expo Center desempenhou no panorama deste segmento na cidade, e planejamento estratégico, contribuindo, em última análise, para o desenvolvimento contínuo do setor de turismo em geral no Recife.

REFERÊNCIAS

Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo - EMBRATUR. **Redação Turismo destaca importância do turismo de negócios para a retomada do setor.** 2022. Disponível em:https://embratur.com.br/2022/07/29/redacao-turismo-destaca-importancia-do-turismo-de-negocios-para-a-retomada-do-setor/. Acesso em: 5 mar. 2024.

Alves, Matheus. **Trade de Pernambuco celebra os 45 anos do Centro de Convenções - Brasilturis.** Disponível em: https://brasilturis.com.br/2024/07/29/trade-de-pernambuco-celebra-os-45-anos-do-centro-de-convencoes/. Acesso em: 10 out. 2024.

Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas - ABRACORP. **BI ABRACORP Agosto:** viagens corporativas mantêm forte alta e atingem R$ 1,250 bilhão. 2023. Disponível em:https://www.abracorp.org.br/noticia/bi-abracorp-agosto-viagens-corporativas-mantem-forte-alta-e-atingem-r-1250-bilhao. Acesso em: 01 mar. 2024.

Associação Latino Americana de Gestão de Eventos e Viagens Corporativas - ALAGEV. **3ª Tomada de Informações Impacto Coronavírus em Viagens e Eventos Corporativos Fornecedores**, 2021. Disponível em: https://alagev-library.s3.amazonaws.com/alagev_18082021001503.pdf; Acesso em 22 out. 2024.

_____. **Setor de Viagens Corporativas tem prejuízo de 49 bilhões na pandemia.** PCVC ALAGEV, Novembro, 2020. Disponível em: https://alagev-library.s3.amazonaws.com/dados-pcvc-alagev-nov20.pdf Acesso em 22 out. 2024.

Azevedo, Mauricio Sanita de; Giuliani, Antonio Carlos. **Turismo de Negócios**. Quarta mostra acadêmica – UNIMEP – Piracicaba/SP, 2006. Disponível em http://www.unimep.br/phpg/mostraacademica/anais/4mostra/pdfs/174.pdf. Acesso em: 10 mar. 2024.

Barbosa, José William de Queiroz. Segmentação turística: conceitos e realidades. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 18, e-2826, 2024. Disponível em: https://doi.org/10.7784/rbtur.v18.2826. Acesso em: 10 jul. 2024.

Bardin, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Ed. Revista e Ampliada. São Paulo: Edições 70 Brasil, 2011.

Beni, Mário Carlos. **Com a palavra:** Professor Dr. Mario Carlos Beni. Cenário – Revista Interdisciplinar em Turismo e Território. Brasília, V.8, n15. Out.2020. Disponível em: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7869329.pdf. Acesso em: 23 out. 2024.

Braga, Debora Cordeiro. **Turistas de negócios na Cidade de São Paulo:** um estudo de demanda segmentada. Revista Turismo em Análise, p. 85–107, 2006. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/68278/70794. Acesso em: 08 mar. 2024.

Brito, Janaina. **Recife Expo Center marca a 'volta do turismo de negócios' na capital pernambucana - Mercado e Eventos.** Disponível em: https://www.mercadoeeventos.com.br/_destaque_/slideshow/recife-expo-center-marca-a-volta-do-turismo-de-negocios-na-capital-pernambucana/. Acesso em: 10 out. 2024.

Cedeño, Karina. **Azul celebra 15 anos de operação em Recife, com 37 mi de passageiros - Panrotas.** Disponível em: https://www.panrotas.com.br/aviacao/empresas/2024/02/azul-celebra-15-anos-de-operacao-em-recife-com-37-mi-de-passageiros_203218.html. Acesso em: 19 out. 2024.

Chim-Miki, Adriana Fumi; Santos Júnior, Adalberto dos Santos; Matos, Christina Oliveira. MICE Tourism (Meetings, Incentives, Conferencing and Exhibitions) como gerador de Turismo Interno: Analisando a cidade de Pelotas, RS, **Revista de Turismo Contemporâneo - RTC,** Natal, v. 4, n.1, p. 112-137, jan./jun. 2016. Disponível em: https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/6928/6963. Acesso em: 29 set. 2024.

Gabriel, Jolise Mazzari; Ikeda, Roberto Mititaka. Centro de Convenções e o Turismo de Negócios, **Revista Eletrônica de Ciências Empresariais,** v. 1, n. 1, jul./dez. 2007. Disponível em: https://web.unifil.br/docs/empresarial/1/2.pdf. Acesso em: 01 out. 2024.

Empresa de Turismo de Pernambuco - EMPETUR. **Panorama Geral - Observatório do Turismo de Recife.** 2023. Disponível em: https://www.empetur.pe.gov.br/images/Observatorio-do-Turismo-2023-v2.pdf. Acesso em: 12 out. 2024.

Kohler, André Fontan. Criação, formatação, gestão e promoção de bens e experiências turístico-culturais, **Revista de Turismo Contemporâneo,** v. 8, n. 2, p. 251–273, 2020. Disponível em: https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/19001/13018. Acesso em: 01 out. 2024.

Lima, Felipe. **Recife renova cenário Mice e prevê movimentação de R$110 milhões - Brasilturis.** Disponível em: https://brasilturis.com.br/2024/09/28/recife-renova-cenario-mice-e-preve-movimentacao-de-r-110-milhoes/. Acesso em: 12 out. 2024.

Lima, Rosineide Maria de et al. O turismo de negócios na cidade de São Paulo: políticas públicas e investimentos no período 2007/2014. **Revista Eletrônica de Administração e Turismo**, v. 9, n. 5, p. 1033-1049, 2016. Disponível em: https://www.uscs.edu.br/pos-stricto-sensu/arquivo/281. Acesso em: 12 mar. 2024.

Ministério do Turismo. **Anuário Estatístico de Turismo 2020**. Volume 47, ano base 2019. 2. ed., mar. 2021. MTur. (documento eletrônico). Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html. Acesso em: 10 mar. 2024.

Ministério do Turismo. **Turismo de negócios e eventos: orientações básicas**. 2. ed. Brasília: Mtur, 2010. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-de-negocios-e-eventos-orientacoes-basicas.pdf. Acesso em: 20 ago. 2024.

Moraes, Claudia Corrêa de Almeida; Fogaça, Isabela Fátima; Soares, Carlos Alberto Lidízia. Inventário turístico: constatações e considerações, **Caderno Virtual de Turismo,** Rio de Janeiro, v. 20, n. 1, 2020. Disponível em: https://www.redalyc.org/journal/1154/115462634006/115462634006.pdf. Acesso em: 01 out. 2024.

Revista EBS. Segmento MICE no Brasil. **Revista EBS - Evento Business Show**, São Paulo, p. 12-14, 2015. Disponível em: https://www.revistaebs.com.br/edicoes-antigas/12a-edicao/. Acesso em: 04 ago. 2024.

Revista Hotéis. **Recife Convention & Visitors Bureau completa 15 anos.** 2016. Disponível em: https://www.revistahoteis.com.br/recife-convention-completa-15-anos/. Acesso em: 5 mar. 2024.

Rodrigues, Arthur Arenhart. **A oferta turística e a satisfação com a viagem no Brasil: Uma análise de correlação.** Brasília, 2022. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/31048/1/2022_ArthurArenhartRodrigues_tcc.pdf. Acesso em: 26 set. 2024.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE. **Turismo de negócios e eventos:** Oportunidades para os pequenos empresários. 2015. Disponível em: https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/fc664c6f5670e0c36bd14c8831dc659a/$File/5848.pdf. Acesso em: 01 mar. 2024.

Vieira, S. L. de S.; Widmer, G. M.; Melo, A. J. de S. Turismo, relações internacionais e negócios: uma abordagem às ações transnacionais e supranacionais. **Revista Gerenciais,** São Paulo, v. 4, p. 99-106, 2005. Disponível em: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=331227106011. Acesso em: 15 jun. 2024.

Wanderley, Henrique. **A percepção dos hóspedes quanto aos atributos oferecidos pelos hotéis voltados para o turismo de negócios na cidade de São Paulo**. 2004. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em : https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3146/tde-15102004-134118/publico/Dissertacao Henrique.pdf. Acesso em: 11 mar. 2024.

World Tourism Organization (2019), **International Tourism Highlights, 2019 Edition**, UNWTO, Madrid. Disponível em: https://doi.org/10.18111/9789284421152. Acesso em: 11 mar. 2024.

ANEXO A – NORMAS DE PUBLICAÇÃO DA REVISTA ELETRÔNICA CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO E TURISMO (RECAT)

Diretrizes para Autores

Normas técnicas para a publicação de artigos científicos:

1. Características técnicas:
- O editor de texto aceito é o Word 6.0 ou superior;
- Fonte: Times New Roman, tamanho 12, com exceção do interior de figuras e tabelas que deverão utilizar tamanho 10;
- Espaçamento do corpo do texto: 1,0 linha (simples);
- Espaçamento do resumo, palavras-chave, abstract, keywords e interior de figuras e tabelas: 1,0 linha (simples);
- Alinhamento do texto: justificado;
- Alinhamento das referências bibliográficas: justificado;
- Margens: Superior: 3cm, Inferior: 2cm, Esquerda: 3cm, Direita: 2cm.

2. Características específicas:

2.1 Na primeira página do arquivo deverão constar:
- título do artigo (em português e em inglês);
- resumo (com no máximo 200 palavras), contendo: campo de estudo, objetivos, caminhos metodológicos, principais resultados e considerações finais.
- palavras-chave (mínimo 3, e no máximo 5);
- abstract (texto em inglês) com o mesmo tamanho do resumo em português;
- keywords (mínimo 3, e no máximo 5);

2.2 O conteúdo dos artigos deve apresentar, sempre que possível:
- objetivos;
- revisão da literatura;
- metodologia;
- resultados e conclusões;
- limitações;
- recomendações de estudo; e
- referências bibliográficas;

2.3 As figuras, tabelas e ilustrações devem estar sempre em preto e branco e conter legendas, créditos e fonte. Caso haja figuras e tabelas importadas de outros programas, como Excel e Power Point, enviar também o arquivo de origem;

2.4 As referências bibliográficas deverão ser apresentadas em ordem alfabética no final do artigo, de acordo com a norma NBR-6023 (ABNT);

2.5 Todas as referências deverão ser citadas no texto de acordo com o sistema alfabético (autor-data);

2.6 O trabalho pode ter no mínimo (8) oito páginas e não deverá exceder 17 (dezessete), incluindo, tabelas, figuras, referências bibliográficas e notas de final de texto.

2.7 Os trabalhos podem ser enviados nos seguintes idiomas: português, inglês.