

**Oportunidades no Segmento de Eventos Voltados ao Agronegócio: Um Estudo
Exploratório no Município de Piracicaba e Região**

Rosana Fileti Cofani (UNIMEP-SP) rosanafc@ig.com.br

Antônio Carlos Sartí¹ (UNIMEP-SP) acasarti@unimep.br

Eduardo Eugênio Spers (UNIMEP-SP) eespers@unimep.br

Oswaldo Luís Baptista (UNIMEP-SP) olbaptis@unimep.br

Revista de Administração da UNIMEP, v. 2, n. 2, Maio / Agosto – 2004

Endereço eletrônico deste artigo:

<http://www.regen.com.br/ojs/index.php/regen/editor/uploadLayoutFile>

©Copyright, 2007, Revista de Administração da UNIMEP. Todos os direitos, inclusive de tradução, são reservados. É permitido citar parte de artigos sem autorização prévia desde que seja identificada a fonte. A reprodução total de artigos é proibida. Os artigos só devem ser usados para uso pessoal e não comercial. Em caso de dúvidas, consulte a redação.

A Revista de Administração da UNIMEP é a revista on-line do Mestrado Profissional em Administração, totalmente aberta e criada com o objetivo de agilizar a veiculação de trabalhos inéditos. Lançada em setembro de 2003, com perfil acadêmico, é dedicada a professores, pesquisadores e estudantes. Para mais informações consulte o endereço <http://www.raunimep.com.br>.

Revista de Administração da UNIMEP

ISSN – ISSN 1679-5350

©2007 Universidade Metodista de Piracicaba

Mestrado Profissional em Administração

¹ Professor Mestre e Coordenador do Curso de Turismo da FGN/UNIMEP.

Resumo

O turismo é uma atividade econômica importante em várias partes do mundo. Cada vez mais os hotéis atuam no ramo de convenções e entretenimento. Além de oferecer a simples hospedagem, vêm também oferecendo a opção de realização de eventos com foco empresarial. Assim, torna-se relevante entender e diagnosticar as possibilidades no setor de convenções. Foi definida uma amostra com os principais centros de convenções e hotéis que comportam eventos na região de Piracicaba. Os resultados obtidos demonstram a importância do setor de hotelaria e convenções nessa região. Dos empreendimentos analisados, poucos realizaram eventos focados no agronegócio. Também ficou evidenciada a carência de pessoal especializado e profissionais que atuem especificamente na área turística e de hotelaria.

Palavras-chave: Eventos, Turismo, Hotelaria

Abstract

The tourism is an important economic activity in some parts of the world. Each time more the hotels act in the branch of conventions and entertainment. Besides offering the simple lodging, they also have been offering the option of accomplishment of events with enterprise focus. Thus, it becomes relevant to understand and to diagnose the possibilities in the sector of conventions. It was defined a sample with the main centers of conventions and hotels that hold events in the region of Piracicaba. The gotten results demonstrate the importance of the sector of hotel management and conventions in this region. A few of the analyzed enterprises had carried through events focused in the agribusiness. Also it was evidenced the lack of specialized staff and professionals who act specifically in the tourist and hotel management area.

Key-Words: Events; Tourism; Hotel management

1. Introdução

Os setores empresariais enfrentam hoje enormes desafios por causa das profundas mudanças no ambiente institucional e competitivo dos negócios. O processo de abertura e a

falta de regulamentação da economia acelerou a competição dentro dos mercados, permanecendo aquelas organizações com maior capacidade de adaptação de suas estratégias e este novo ambiente. No segmento hoteleiro essa situação não é diferente.

O desafio que se coloca aos gestores é a necessidade de conciliar as demandas dos futuros clientes e as necessidades de concorrer com empresas já existentes. Nessa perspectiva, este trabalho pretende analisar o setor hoteleiro e os centros de convenções em Piracicaba e região.

O trabalho está estruturado em cinco partes. Na primeira é apresentado o problema, os objetivos e as justificativas da pesquisa. Na segunda parte é realizada uma revisão da literatura existente sobre o segmento de eventos. Na terceira parte é descrita a metodologia e na quarta os resultados gerais são apresentados e discutidos. Por fim, a última parte apresenta as considerações finais.

2. Problema, Objetivos e Justificativas da Pesquisa

2.1 Problema

O turismo é uma atividade econômica importante em várias partes do mundo. Em um país como o Brasil, que apresenta cenários naturais fascinantes, representa um papel social e econômico muito importante como fonte geradora de divisas e empregos diretos e indiretos. Hoje, há no país um número razoável de representantes de hotéis e companhias aéreas internacionais, além de outros prestadores de serviços que atuam no turismo.

Dados recentes da economia nacional revelam que o turismo de negócios é uma vertente promissora para investimentos. Nesse contexto, a relação entre as empresas torna-se mais dinâmica, fazendo com que a parceria e o contato interorganizacional sejam fundamentais e aumentando a demanda por locais adequados para a realização de eventos. Nesse sentido, tem sido muito discutida a carência de infra-estrutura adequada para convenções na cidade de Piracicaba, já que este município é referência em agronegócios e a região onde ele está inserido é conhecida pela produção tecnológica e científica voltada à agropecuária e biotecnologia.

Dentro dessa vertente, constata-se o aparecimento, cada vez maior, de hotéis no ramo de convenções e entretenimento. Além de oferecer a simples hospedagens de clientes, estes

oferecem a opção da realização de eventos com foco empresarial. Assim, torna-se relevante entender e diagnosticar as possibilidades no setor de convenções da região.

2.2. Objetivos

O objetivo geral do projeto é coletar dados sobre a oferta atual de centros de convenções e hotéis em Piracicaba e região. Entre os objetivos específicos estão o levantamento dos hotéis e centros de convenções, o público alvo desses locais, a capacidade, a taxa de ocupação e a infra-estrutura existente.

3. Revisão de Literatura

É crescente o número de eventos realizados e organizados por empresas.

Os eventos podem ser considerados como uma técnica das ciências sociais, já que, em alguns casos, proporcionam a oportunidade de organizar as investigações, e, em outros, oferecem um marco de colaboração nacional ou internacional, assim como também podem converter em um procedimento para suscitar nos indivíduos ou nas instituições que lhes representam (RICHERO, p. 7).

O evento pode ser entendido como sendo acontecimentos previamente planejados, visando atingir resultados definidos junto ao seu público alvo (CASTELLI, 1999, p. 589).

Alguns tipos de eventos são:

- palestra - apresentação de um tema específico para um grupo de pessoas;
- seminário - reunião de um grupo de pessoas para debater um tema;
- mesa redonda - apresentação de ponto de vista sobre um determinado tema;
- simpósio - reunião de cientistas ou técnicos para expor um determinado assunto;
- painel - reunião em que especialistas apresentam idéias;
- fórum - reunião, conduzida por um coordenador em que os participantes expõem seus pontos de vista;

- congresso - reunião política com o objetivo de escolher candidatos ou tomar outras decisões;
- conferência - reunião de um grupo de pessoas para debater um assunto; e
- feira - reunião de um grupo de pessoas para expor e vender produtos.

O estudo do município de Piracicaba tem como um dos objetivos entender que o preenchimento do vazio demográfico regional se dá pela geração de renda, de divisas, de emprego e a formação de capital por meio da organização da agricultura e do setor agroindustrial, não nos moldes tradicionais, mas com base em um mundo competitivo, aproveitando suas vantagens comparativas e buscando a qualidade, segurança e sustentabilidade ambiental (MOURÃO, 2001).

4. Metodologia

4.1. População e amostra

O projeto focaliza os hotéis e centros de convenções localizados na região formada pelas cidades de Piracicaba, Limeira, Campinas, Americana, Santa Bárbara, Águas de São Pedro, São Pedro, Rio Claro, Jundiaí e Indaiatuba, tendo sido selecionada uma amostra com os principais empreendimentos que comportam eventos nesses municípios.

4.2. Instrumento e método de coleta

A equipe da FGN Jr. Unimep Consultoria Júnior foi responsável pela pesquisa, que foi realizada durante os 3 meses de trabalho. Foram utilizados, para a coleta de dados, dois questionários, um utilizado para entrevista e outro, complementar, para a observação do estabelecimento. Foi elaborado um banco de dados com os hotéis e centros de convenções existentes nos municípios escolhidos para análise.

O questionário foi revisado pelos professores orientadores, tendo sido aplicado um **pré-teste em 5% do total** dos estabelecimentos, para haver maior acuidade dos dados e verificação de possíveis erros e dúvidas de interpretação. Depois de finalizada a confecção do banco de dados foi realizada a seleção dos consultores responsáveis pela aplicação dos questionários. Os alunos selecionados passaram pela área de Recursos Humanos da empresa,

uma vez que a equipe provinha da indicação dos membros, de modo a haver maior confiabilidade na seleção.

As pessoas que participaram da pesquisa de campo passaram por algumas reuniões e encontros sobre os procedimentos adequados para o momento da entrevista, explicando, passo a passo, cada questão e as intenções do estudo, sem deixar sair do foco e atingindo o tempo máximo de 15 minutos para aplicação de cada questionário.

Alguns materiais como folders, cartões de visitas e panfletos foram coletados e observados o ambiente e o perfil dos entrevistados. Em cada município demorou cerca de uma semana para que todos os questionários fossem aplicados.

Município	Responsáveis
Águas de São Pedro	Rosana Fileti Cofani
Americana	Alexandre Marinho Bastos
Campinas	Marcos Ortolano Brunelli Angela Lais Capucim
Indaiatuba	Juliana Holanda
Jundiaí	Gustavo Ferigato
Limeira	Andressa Pavarini Karin Cristina Buck
Piracicaba	Alex Donatti Telles Davi Mateus Peres Forti Rosana Fileti Cofani Juliano Pereira Passos Guilherme Goldschmidt
Rio Claro	Bruno de Palma Thiago Zúculo
Santa Bárbara D' Oeste	Thiago Hikaru Tanaka
São Pedro	Rosana Fileti Cofani Ana Francisca Dias de Oliveira

4.3 Método de análise

A análise dos dados foi descritiva e teve como base as questões do questionário aplicado. As questões abertas, dissertativas, foram analisadas caso a caso, de modo a verificar a infra-estrutura de apoio que cada município e estabelecimento oferecem. Os questionários foram tabulados em Excel e, para a análise descritiva, o programa utilizado foi o SPSS, versão 10.0.

5. Resultados

Na análise foram observados os seguintes itens: a quantidade de eventos realizados nos hotéis e centros de convenções; a existência ou não de público alvo desses estabelecimentos; a porcentagem de eventos realizados voltados para o *agribusiness*; a capacidade de hospedagem; os equipamentos oferecidos para os eventos; a taxa de ocupação dos hotéis e a porcentagem de hospedagem.

Em linhas gerais, dos estabelecimentos pesquisados, 8% estavam fechados; 56% se recusaram responder o questionário (ou seja, 36% responderam); 55,9% eram hotéis; 1,7% era só centro de convenções e 40,7% eram ambos.

Quanto à tipologia do estabelecimento, dos 59 entrevistados, 78% eram hotéis, 10,2% eram pousadas, 5,1% eram flats, 1,7% é SPA e 3,4% não responderam, como mostra a Tabela 1.

Tabela 1 – Distribuição dos estabelecimentos e suas respectivas porcentagens

Tipologia	Porcentagem (%)
Não respondeu	3,4

Flat	5,1
Hotel	78
Pousada	10,2
SPA	1,7
Outros	1,7

Quanto à categoria do estabelecimento, é interessante notar que 23,7% dos entrevistados são estabelecimentos de 4 estrelas, 22% não responderam ou não quiseram opinar, 20,3% têm 3 estrelas, 16,9% têm 5 estrelas, 10,2% têm 5 estrelas SL, 5,1% têm 2 estrelas e 1,7% possuem uma estrela (Tabela 2).

Tabela 2 – Distribuição dos estabelecimentos de acordo com a classificação.

Categoria	Porcentagem (%)
Não respondeu	22,0
5 estrelas SL	10,2
5 estrelas	16,9
4 estrelas	23,7
3 estrelas	20,3
2 estrelas	5,1
1 estrela	1,7

De acordo com os questionários aplicados, a maioria dos entrevistados respondeu que possui imóvel próprio (68%), sendo poucos os que possuem franquia (1,7%).

Tabela 3. Distribuição do imóvel de acordo com a sua classificação

Classificação do imóvel	Porcentagem (%)
Não respondeu	11,9
Alugado	18,6
Franquia	1,7
Próprio	67,8

A área administrativa e a área de alimentos e bebidas é onde se encontram o maior número de funcionários dentro do setor, totalizando uma porcentagem de, aproximadamente, 13%. A área com menor índice de colaboradores é o departamento de marketing, que apresenta apenas 2% de pessoas. Na maioria dos estabelecimentos os funcionários não se dividem por área, ou seja, ou todos fazem um pouco de tudo ou terceirizam o serviço.

Tabela 4 – Distribuição dos funcionários de acordo com a área.

Área	Valores	Porcentagem (%)
Administrativa	182	13,7
Governança	271	20,4
Marketing	31	2,33
Alimentos e Bebidas	180	13,55
Total de funcionários	664	50

Verifica-se, na Tabela 5, que a maioria dos serviços não são terceirizados, havendo necessidade, na maioria dos casos, da contratação do serviço de lavanderia (28,8%).

Tabela 5. Distribuição dos funcionários de acordo com a área

Serviços	Sim	Não
Alimentos e Bebidas	10,2	89,8
Eventos	1,7	98,3
Governança	3,4	96,6
Lavanderia	28,8	71,2
Limpeza	1,7	98,3
Recepção	0	100
Recreação	5,1	94,9
Total	50,9	649,1

De acordo com a Tabela 6, verifica-se que são poucos os estabelecimentos que possuem infra-estrutura completa, apresentando apenas piscina, restaurante, sauna; além disso, poucos possuem agências de viagens e biblioteca.

Os estabelecimentos hoteleiros analisados realizam aproximadamente 50% de eventos periódicos, sendo que 89,8% não realizam eventos voltados ao agribusiness. A maioria desses eventos são realizados anualmente, e, grande parte, nunca os realizou. Durante a ocorrência de eventos nos municípios, a porcentagem da taxa de ocupação nos estabelecimentos hoteleiros aumenta em 57%, principalmente durante a semana, pois esses são os dias mais procurados para a sua realização.

Tabela 6. Distribuição dos equipamentos e serviços.

Equipamentos e serviços	Sim	Não
Academia	27,1	72,9
Agência de viagens	1,7	98,3
Biblioteca	1,7	98,3
Campo de golfe	3,4	96,6
Cinema	3,4	96,6
Coffee Shop	11,9	88,1
Heliponto	6,8	93,2
Lojas	8,5	91,5
Piano Bar	13,6	86,4
Piscina	40,7	59,3
Quadras poli esportivas	20,3	79,7
Restaurante	45,8	54,2
Salão de beleza	11,9	88,1
Sauna	40,7	59,3
Outros	33,9	66,1
Total	271,4	1228,6

Verifica-se, pela tabela 7, que os participantes do turismo de negócios, nos eventos realizados em Piracicaba e região, são, em sua maioria, executivos, profissionais e comerciantes.

Tabela 7. Distribuição do perfil do público alvo durante os eventos.

Perfil do Público	Sim	Não
Estudantes	10,2	89,8
Executivos	33,9	66,1
Comerciantes	23,7	76,3
Docentes	10,2	89,8
Profissionais	28,8	71,2
Artistas	8,5	91,5
Outros	6,8	93,2
Total	125,7	577,9

A maioria dos estabelecimentos possui restaurante e *buffet* próprio.

Tabela 8. Distribuição dos tipos de serviços de alimentação durante eventos.

Serviço de Alimentação	Sim	Não
Bar	16,9	81,4
Buffet Próprio	25,4	74,6
Buffet Contratado	3,4	96,6
Cantina	3,4	96,6
Restaurante	22	78
Terceirizado	3,4	96,6
Outros	5,1	94,9
Total	79,6	618,7

A maioria dos centros de convenções realizam, como atividades de entretenimento, equipe de recreação, city tour e programação interna e/ou do município, sendo que são poucos os que se preocupam com eventos noturnos (Tabela 9).

Tabela 9. Distribuição das formas de entretenimento durante eventos.

Tipos de Entretenimento	Sim	Não
City tour	5,1	94,9
Equipe de recreação	13,6	86,4
Eventos culturais	1,7	98,3
Eventos noturnos	0	100
Programação do Município	5,1	94,9
Programação interna	5,1	94,9
Outros	1,7	96,6
Total	32,3	666

Os municípios que possuem universidades e empresas recebem, constantemente, pessoas com o intuito de promoverem eventos, realizarem encontros, agendarem seminários e reuniões. Esses turistas, denominados de turistas de negócios, estão nesses locais com objetivos comuns e, na maioria das vezes, utilizam os estabelecimentos hoteleiros como anexos a realização dos eventos. É importante destacar que oferecem infra-estrutura de apoio e pontos turísticos. A demanda nos hotéis, nos finais de semana, é de turistas de lazer.

A seguir, é detalhado do resultado pertinente aos questionários aplicados por município.

Águas de São Pedro

Os poucos hotéis que responderam à pesquisa, no município de Águas de São Pedro, possuem média de funcionamento de 30 anos. Seus serviços não são terceirizados, ou seja, seus funcionários realizam as atividades. Os centros de convenções estão anexados aos hotéis e não é dado enfoque ao agribusiness. Apenas em alguns hotéis houve a realização de evento direcionado a este segmento. A infra-estrutura é ótima, com notável taxa de ocupação nos dias da semana.

Americana

Os hotéis do município de Americana realizam eventos de caráter estadual, sendo, na maioria deles, eventos voltados para cursos, festas, palestras e *workshops*. Esses hotéis apresentam infra-estrutura básica para realizar eventos pequenos. Apenas um deles possui um centro de convenções, realizando assembleias, congressos, convenções e cursos. Mesmo assim, são de caráter regional, atingindo o público local e fora do foco do agribusiness.

Campinas

Campinas é uma cidade que possui hotéis com idade de dez a trinta anos, recebendo turistas de convenções, seminários e reuniões. Os responsáveis pela entrevista não identificaram preocupações com a atividade de agronegócios. A maioria não terceiriza seus serviços, verificando pequena procura na área de alimentos e bebidas.

Indaiatuba

A cidade de Indaiatuba apresenta um número interessante de hotéis, se comparada a vários outros municípios analisados na pesquisa. São poucos os hotéis com centros de convenções, e os eventos que realizam são, geralmente, seminários, assembleias e congressos, de caráter municipal e estadual, não voltados ao agribusiness. A maioria dos estabelecimentos de hospedagem revela ótimo atendimento e conservação da infra-estrutura, tendo as maiores taxas de ocupação nos finais de semana.

Jundiaí

Com um número significativo de hotéis e resultado negativo em estabelecimentos de centro de convenções, Jundiaí possui acomodações com existência recente e antiga, ou melhor, de 5 a 50 anos. A maioria não terceiriza seus serviços, sendo que os poucos que realizam eventos, não o fazem na área de agronegócios. A infra-estrutura da maioria encontra-se em ótimo estado, verificando uma taxa de ocupação maior nos dias da semana.

Limeira

O retorno dos questionários aplicados em Limeira foi total. A boa recepção, qualidade nos serviços e ótima infra-estrutura tiveram respaldo positivo. O tempo de existência dos estabelecimentos varia de sete a vinte anos, não terceirizando seus serviços. Entre os que possuem centro de convenções, apenas um realizou eventos voltados ao agribusiness, recebendo turistas nacionais e internacionais, um público variado de estudantes e empresários, com frequência semanal. A infra-estrutura é ótima e sua taxa de ocupação é alta durante os dias da semana.

Piracicaba

Em Piracicaba, o meio de hospedagem que mais predomina é o urbano, atendendo de maneira preferencial os viajantes de negócios e turistas de eventos, em sua maioria acadêmicos e empresários. Os eventos são promovidos pelas faculdades e indústrias da cidade. Foram identificados cerca de 16 (dezesesseis) estabelecimentos de hospedagem na cidade, mas, destes, apenas três possuem infra-estrutura para a realização de eventos:

- Apart Hotel New Life - possui 90 apartamentos, salão para até 200 pessoas e realiza todos os tipos de eventos, sendo seu maior movimento no turismo de negócios. A taxa do hotel aumenta cerca de 30% quando seu salão é ocupado pelos eventos;
- Hotel Port Logan - com 59 apartamentos e sete salas com capacidade de 27 a 500 participantes, também realiza todo tipo de evento, principalmente o voltado ao turismo de negócios. Sua taxa de ocupação também é elevada na ocorrência desses eventos, mas não há precisão nos dados de porcentagem;
- Antônio's Hotel - com 85 apartamentos e 9 suítes, disponibiliza um salão para 150 congressistas, realizando todos os tipos de eventos, predominando também o foco nos negócios. Quando esses eventos acontecem, a procura pelas acomodações cresce, mas não de maneira considerável.

Os eventos em Piracicaba estão ganhando destaque dentro da rede hoteleira local, sendo as universidades e indústrias as maiores propulsoras para a sua realização.

Foi verificado, através da pesquisa, que a maioria dos hotéis não está preparada para receber eventos, tanto na parte física, quanto na mão de obra especializada para desempenhar as funções necessárias. Os locais não possuem logística para os acontecimentos,

há falta de equipamentos, poucos espaços para exibição dos materiais e falta de equipe de apoio operacional. Os funcionários dos hotéis reclamam da falta de investimento na infraestrutura, no reparo e na manutenção. Falta, ainda, material publicitário dos estabelecimentos na mídia e na própria prefeitura. A maioria deles não fala outra língua e não está preparado para receber o cliente, com despreparo no fornecimento de informações.

Essa desatualização das redes hoteleiras compromete a possibilidade de crescimento e expansão, perdendo terreno para os concorrentes que estão se adaptando ao mercado, visando atender de maneira eficaz a demanda, que é crescente e exigente.

Rio Claro

A cidade de Rio Claro possui dois estabelecimentos que se destacam nos setores de eventos e hoteleiro. Os funcionários são, na sua maioria, especializados, oferecendo infraestrutura potencial. A movimentação advinda do turismo é pequena, sendo que os turistas de Rio Claro vão para o município para passar apenas um dia, não utilizando serviços de hospedagem.

O centro de eventos trabalha, principalmente, com festas, casamentos, formaturas e aniversários, realizando esporadicamente seminários e palestras. Todos os centros de convenções pesquisados já realizaram eventos voltados ao agribusiness.

Santa Bárbara D'Oeste

Com poucos hotéis e centro de convenções identificados, a procura pelo setor de hospitalidade é baixa, atingindo um maior número de clientes durante os finais de semana. O centro de convenções existente realiza eventos como festas (casamentos, formaturas, aniversários), seminários e simpósios, não tendo realizado atividades voltadas ao agribusiness. Com caráter municipal, os eventos são estimados em cerca de 40 por ano, sem equipe fixa para o suporte operacional.

São Pedro

Quase a totalidade dos hotéis responderam as entrevistas (apenas três deixaram a desejar em suas respostas). O tempo de existência deles é de cinco a trinta e cinco anos e a maioria não terceiriza seus serviços. Dos estabelecimentos hoteleiros que possuem centro de convenções, apenas um realizou eventos na área do agribusiness, de caráter internacional, atingindo um público de estudantes, executivos e profissionais. A frequência de eventos nos hotéis da cidade é mensal. A infra-estrutura dos estabelecimentos, em geral, é considerada ótima, sendo a maior taxa de ocupação nos finais de semana, ou seja, aproveitam a infra-estrutura de apoio que a cidade oferece, advinda do turismo de lazer.

6. Considerações Finais

Os resultados obtidos demonstram a importância do setor de hotelaria e de convenções no município de Piracicaba e região. Dos empreendimentos analisados, poucos realizaram eventos focados no agronegócio. Também ficou evidenciada a carência de pessoal especializado e de profissionais que atuem especificamente na área turística e de hotelaria. Outra constatação é o baixo valor do salário pago aos funcionários. Outros trabalhos podem aprofundar e complementar as informações aqui apresentadas.

7. Referências Bibliográficas

CAFUNDÓ, José Carlos. Pesquisa revela insatisfação do leitor com notícias sobre agronegócios. **Ponto Final**, [S.I.], 06 dz. 2003, Caderno Jornalismo Agrícola, p. 3.

CASTELLI, Geraldo. **Administração Hoteleira**. 6. Ed. São Paulo: DUCS, 1999. 730p.

COBRA, Marcos. **Marketing de Turismo**. São Paulo: Cobra, 2001. 416p.

FORONI JÚNIOR, Euclides. Turismo rural: o novo negócio. **Jornal de Piracicaba**. Piracicaba, 05/07/2001. Caderno Opinião, p. A3.

KOTLER, P.; BOWEN, J.; MAKENS, J. **Marketing for Hospitality and Tourism**. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 1999. 800p.

KUAZAQUI, Edmir. **Marketing Turístico e de Hospitalidade**. São Paulo: Makron Books, 2000. 216p.

LIZA JÚNIOR, Cláudio. Turismo é visto como segunda fonte de receita. **Jornal de Piracicaba**. Piracicaba, 14/12/2003, Caderno Cidades, p. A9.

MEDEIROS, Mateus. Piracicaba 2010 avalia trabalhos de 2003. **Jornal de Piracicaba**. Piracicaba, 16/12/2003. Cadernos Cidades, p. A7.

MOURÃO, Júlio O. F. **Piracicaba 2010**. Piracicaba, 2001, 115p.

NEVES, Evaristo Marzabal. **Agronegócios em Piracicaba: passado, presente e futuro**, n. 6, p. 32-46. **Piracicaba: IHGP**, 1999.

PERRONI, Cristina. Piracicaba discute cem propostas de crescimento. **Jornal de Piracicaba**. Piracicaba, 06/12/2003. Caderno Cidades, p. A6.

RICHERO, Alice. **Justificación de los Eventos**. México: Trillas, 1993. 70p.

SETTO, Marisa Massiarelli. Piracicaba faz primeira destilaria móvel da AL. **Jornal de Piracicaba**. Piracicaba, 14/09/2003. Folha Negócios, Caderno Economia, p. B2.

Artigo recebido em: 20/03/2004

Artigo aprovado em: 25/04/2004