

# Brasília como centro de convenções

CB 24 JUN 1988

## Implantação do Convention Bureau poderá incrementar o fluxo turístico

Como Capital do Brasil, Brasília é o centro das grandes decisões nacionais, por isso os empresários e autoridades locais estão interessados em transformar a cidade também em um grande centro de convenções.



TARCÍSIO NEVES  
Da Editoria de Serviços

A implantação do Brasília Convention and Visitors Bureau, ao que parece, não ficará apenas nas anotações feitas durante as reuniões dos empresários e das autoridades ligadas ao turismo. Isso, pelo menos, é o que ficou demonstrado durante a segunda reunião — realizada no último dia 9 — da qual participaram os diretores dos Convention Bureau de São Paulo e do Rio de Janeiro. Eles fizeram uma demonstração objetiva acerca do assunto, e garantiram que esta é a grande alternativa para impulsionar o turismo no Distrito Federal, a exemplo do que vem acontecendo nessas duas grandes cidades, bem como nos Estados Unidos e na Europa.

A reunião serviu como um painel de debates. Roberto Guller, diretor do Convention Bureau, de São Paulo, e Paulo Gouveia, diretor do Convention Bureau, do Rio de Janeiro, responderam diversas perguntas dos empresários brasilienses. Ambos foram taxativos ao afirmar que o turismo nessas duas cidades teve um impulso muito grande após a criação desses centros promotores de eventos.

Segundo Roberto Guller, em 1983, quando foi implantado o Convention Bureau, em São Paulo, a faixa de ocupação média dos hotéis era de 70%, e os mais bem-sucedidos atingiram uma ocupação de 80%. Nos três primeiros anos aconteceram muitas dificuldades, porque os empresários não sabiam o que era o Convention Bureau. Porém, aproveitando a passagem do cometa Halley no Brasil, foi criado o "Projeto Halley", fato que atraiu muita gente à cidade. Depois, foi a vez do Balé Bolshoi, e vieram outros projetos turísticos e culturais.

Roberto Guller citou o exemplo do Convention Bureau de Nova Iorque, observando que, antes da sua criação, o turismo naquela

cidade, atravessava um período negativo, mas, depois de sua criação, o setor foi impulsionado, alcançando um grande sucesso. Lembrou também que, ainda em São Paulo, a promoção de feiras, nos últimos três anos, vem sendo um acontecimento marcante e lucrativo para todo o segmento turístico.

### O QUE É O CONVENTION

Segundo Roberto Guller, o São Paulo Convention Bureau é uma Fundação e o governo paulista tem apenas 10% de participação. "Temos 70 associados, ou seja, entidades de classe que têm a ver com o turismo e com o comércio. Temos, ainda, um Conselho Curador que participa com uma taxa fixada em OTN's. São 75 OTN's para os hotéis de cinco estrelas; 40 OTN's para os de quatro estrelas e 30 OTN's para os de três estrelas. As empresas aéreas, por sua vez, contribuem com o fornecimento de passagens, enquanto as agências entram com 2,5 OTN's por mês".

Está sendo criada também, citou, uma taxa de recolhimento nos hotéis, para ser repassada ao Convention Bureau, que, por sua vez, investirá em campanhas publicitárias. Guller voltou a citar Nova Iorque, como um grande exemplo. "Lá, eles criaram uma taxa de recolhimento, e hoje ela é a cidade campeã em termos de turismo, com 17 milhões de turistas, sendo que, 5 milhões são de turistas de eventos. No Brasil, temos apenas 2 milhões de turistas. Em São Paulo, a Embratur entra com uma taxa pequena, segundo afirmou. "Este ano, a verba será de Cz\$1 milhão".

O sucesso de um Convention Bureau, de acordo com Guller, está na organização e no trabalho que é desenvolvido pelas equipes. Em São Paulo, o Conselho Curador elegeu a diretoria executiva, com oito membros, que se dedicam ao trade turístico, e um superintendente executivo, que cuida dos eventos, além de quatro estagiários, que tra-

## Empresariado é a favor

A maioria dos empresários ligados ao setor turístico do Distrito Federal é favorável à implantação do Brasília Convention Bureau. Apenas um deles, Jorge Presmic, considera prematuro. Ele destaca que, em primeiro lugar, deve-se construir um novo Centro de Convenções, e é contra a ampliação do atual. Antônio Barbosa, presidente do Sindicato de Hotéis, Bares, Restaurantes e Similares, diz que o centro deve ser administrado pelo Convention e que precisa ser ampliado.

O gerente comercial da Varig, Bayard de Vieira de Camargo Filho defende a sua administração através da iniciativa privada, ao mesmo tempo em que sugere a sua imediata ampliação. "Somente assim haverá mais interesse e melhor aproveitamento". Carlos Said D'Oliveira, da Vasp, observa que é pre-

ciso fazer o mais rápido possível um esboço dos custos "já que o Convention terá uma equipe mantenedora". Para ele, se o Centro de Convenções for administrado pelos empresários, será melhor para o próprio governo, que não terá mais despesas, somente lucros.

O empresário Paulo Octávio, que está investindo na construção de um moderno hotel, disse que o Convention Bureau é um projeto de que vale a pena investir. Para ele, ou o Governo constrói um novo Centro de Convenções, dentro dos moldes modernos, com tecnologia avançada, ou deve ampliar o atual o mais breve possível. Para Ricardo Bitar, proprietário do Phenicia Hotel, e que faz parte do grupo de trabalho do Convention, a definição do espaço é primordial.

balham na área de pesquisa, cujos resultados têm sido altamente positivos. Esses estagiários são estudantes de comunicação, administração, turismo etc. Há, ainda, um presidente e três vice-presidentes, todos empresários, além da Diretoria de Promoções e Eventos e da Diretoria de Comunicação.

Pra Roberto Guller, Brasília tem tudo para obter sucesso com a criação do Convention Bureau, sobretudo por ela ser a capital do País e, principalmente, pela sua excelente posição geográfica, o que é importante para as cidades onde existem os Convention Bureau. Ele disse que, em São Paulo, os meses de março, setembro e outubro são os mais procurados para a realização de eventos.

### RIO DE JANEIRO

O sucesso do Convention Bureau não acontece apenas em São Paulo. No Rio de Janeiro, segundo Paulo Gouveia, ele também é uma Fundação: Rio Congressos e Eventos, pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos. "O seu objetivo é atrair a realização de congressos e eventos, nacionais e internacionais, atuando como

órgão de apoio e dinamização junto ao mercado de congressos e eventos, e aos diversos setores ligados à indústria do turismo".

Paulo explicou que o Convention Bureau funciona como um escritório de marketing, procurando vender, tanto no Brasil quanto no exterior, a destinação Rio de Janeiro como local ideal para a realização de grandes congressos e convenções. "Sua função estratégica é a de encorajar as associações de classe nacionais a disputarem a realização de congressos internacionais de sua área profissional no Rio de Janeiro". E acrescentou:

"A escolha da cidade-sede de um congresso internacional é feita com antecedência de dois a quatro anos; em geral, é ao final de um congresso que se escolhe a sede do próximo. Cada país membro de uma associação de classe internacional pode pleitear ser a sede de um congresso. Com o apoio do Rio Convention Bureau, a candidatura da cidade do Rio de Janeiro passou a ter maiores chances de aceitação".

O Rio Convention Bureau atua em quatro segmentos do mercado: congressos internacionais; congressos regionais (América Lati-

na); congressos nacionais; e, corporativo (convenções de empresas). Além de defender e promover candidatura da cidade para sediar congressos, o Rio Convention Bureau estimula os congressistas a fazerem "tours" pelo País, antes e depois da realização dos eventos. "Para isso" — diz ele — "a criação do Brasil Airpass, em 1982, foi um fator decisivo, pois ele permitiu aos turistas estrangeiros viajarem pelo Brasil, com quilometragem limitada, durante 21 dias, por apenas US\$ 330. Outro objetivo é atrair acompanhantes dos congressistas, pois os que viajam acompanhados tendem a aumentar o tempo de permanência na cidade e no País".

Embora não tenha fins lucrativos — destacou — a filosofia do Rio Convention Bureau é atuar como uma entidade de marketing, realizando serviços de pesquisa, propaganda e promoção, e criando oportunidades de vendas e prestações de serviços para o trade turístico. "É uma arma de marketing da indústria do turismo, assumindo o papel de coordenador das atividades, a fim de evitar duplicações de esforços e custos para a captação de congressos".

Paulo Gouveia disse, ainda, que o que diferencia e o caracteriza é a cooperação de diversos segmentos empresariais da cidade, beneficiados pelos gastos dos congressistas: "eles deixam de atuar isoladamente para suportar um completo, coletivo e unificado programa de marketing para a sua cidade, sem que isto signifique centralização". E enfatizou:

"O Rio Convention Bureau pretende, enfim, poupar tempo e dinheiro tanto para as entidades que promovem os eventos quanto para as empresas organizadoras de congressos. Além disso, por representar interesses da iniciativa privada e do governo, ele oferece aos promotores de congressos a necessária confiabilidade para realizá-los".

### UM BOM EXEMPLO

A participação dos dois empresários na segunda reunião do grupo de trabalho que vai implantar o Brasília Convention Bureau deixou os empresários e as autoridades ligadas ao setor "bastante satisfeitas". O secretário de Indústria, Comércio e Turismo, Lindberg Cury, disse que considerou a reunião positiva, e acredita que o sucesso turístico do Distrito Federal vai acontecer com o advento do Brasília Convention Bureau. Já o diretor do Detur, Heitor Reis, sugeriu novas reuniões, "o mais rápido possível, para que a sua instalação seja breve".

O presidente do Conselho de Turismo da Federação do Comércio do DF, Eraldo Alves da Cruz, que presidiu a reunião, voltou a afirmar a importância que o Brasília Convention and Visitors Bureau vai representar para a cidade. "Estou certo de que o sucesso será garantido. Aqui, é o lugar ideal para a realização de congressos, feiras e outros eventos, o que permitirá a presença de um grande número de turistas, trazendo benefícios incalculáveis não só para o setor turístico, mas para todos os segmentos da economia do Distrito Federal".