

Começo da temporada de feiras e eventos em São Paulo movimentam mercado

Essa semana começou a temporada das grandes feiras de negócios, exposições e congressos em São Paulo em 2014, com a abertura da quarta edição da São Paulo Prêt-à-Porter – Feira Internacional de Negócios para Indústria de Moda, Confeções e Acessórios, no Expo Center Norte, e da 41ª Couromoda (Feira Internacional de Calçados, Artefatos de Couro e Acessórios de Moda), no Anhembi. Até o final do ano, a capital paulista receberá mais de 800 eventos corporativos, de todos os portes, atraindo um público profissional estimado em oito milhões de visitantes.

Protagonistas nesta indústria, as empresas que atuam na montagem de estandes e demais serviços de infraestrutura acompanharam o avanço do calendário de feiras de negócios e eventos na capital paulista e registraram bons resultados, sobretudo na última década. Hoje, distribuídos em 20 segmentos específicos, os fornecedores que preparam e montam os encontros corporativos em São Paulo somam um faturamento de mais de R\$ 1,5 bilhão, de acordo com a pesquisa “Avaliação do Impacto das Feiras de Negócios na Cidade de São Paulo”, elaborada pela FIPE (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, em parceria com UBRAFE, SINDIPROM/SP e SINDIEVENTOS-SP/RJ).

“As empresas prestadoras de serviços para feiras de negócios e eventos corporativos atravessaram um intenso processo de profissionalização. Nesta atividade, todos os detalhes devem ser rigorosamente verificados para que, de fato, haja um ambiente favorável ao encontro da cadeia produtiva com os seus canais de distribuição e aos negócios”, afirma Jorge Alves de Souza, presidente do SINDIPROM/SP (Sindicato das Empresas de Promoção, Organização e Montagem de Feiras, Congressos e Eventos do Estado de São Paulo), que representa mais de sete mil empresas de exhibit marketing de São Paulo.

Anualmente, a atividade de promoção comercial tem um impacto positivo de cerca de R\$ 16,3 bilhões na cidade de São Paulo, ainda de acordo com o estudo divulgado pela FIPE. A estimativa é que a atividade de promoção comercial gere cerca de 120 mil postos de trabalho todos os anos em na capital paulista, pólo das feiras de negócios do Mercosul. Entre estes profissionais estão agentes de segurança, copeiras, cozinheiros, DJs, equipes de limpeza, fotógrafos, garçons, tradutores, modelos, motoristas, músicos, recepcionistas, relações-públicas e empresas transitárias, entre dezenas de outros. Vale lembrar que uma grande feira de negócios no Anhembi, maior centro de exposições de São Paulo, por exemplo, demanda mais de mil profissionais apenas das áreas de limpeza, manutenção e segurança.

[Redação – reporterdiario.com.br](http://reporterdiario.com.br) (13/01/14).