

# Eventos puxam alta do turismo em São Paulo

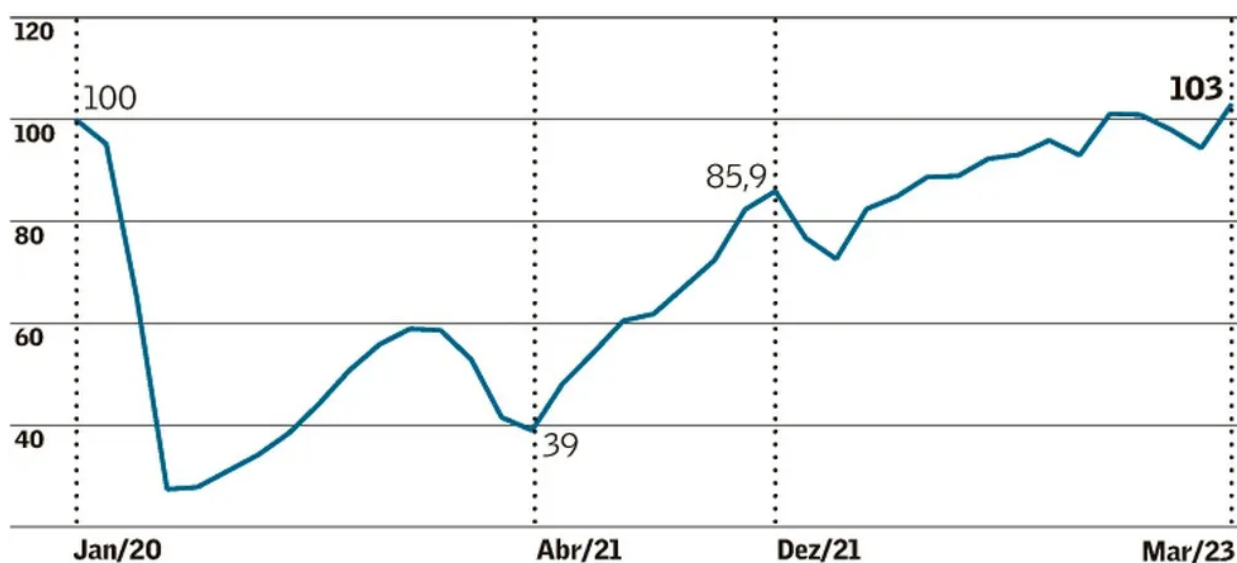
Após 3 meses de baixa, indicar volta a subir em mês recheado de feiras e atrações musicais

Por **Érica Polo** — De São Paulo

16/05/2023 05h01 Atualizado há 6 horas

## Reação

Índice Mensal de Atividade do Turismo de São Paulo\*



Fonte: FecomercioSP. \* Base: jan/2020 = 100

Uma combinação de eventos fez o turismo ganhar fôlego na cidade de São Paulo, em março. Depois de um longo período em baixa, a cidade sediou várias feiras corporativas - como Hair Brasil, Plástico Brasil e Expo Meat -, shows da banda britânica Coldplay, o festival Lollapalooza

e a primeira edição local da Fórmula E, competição de carros elétricos da Federação Internacional de Automobilismo.

A coincidência de eventos fez com que, depois de três meses seguidos em queda, o Índice Mensal de Atividade do Turismo (Imat) da cidade subisse 9,2% em março na comparação com fevereiro.

Foi a primeira variação positiva desde novembro passado, quando o indicador elaborado pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) em parceria com o Observatório de Turismo e Eventos, da SPTuris, subiu 8,7%.

O Imat é um indicador recente. Calculado desde 2020, ano marcado pelo isolamento social imposto pela pandemia de covid-19, alcançou em março o maior nível desde janeiro de 2020, número-base da série, mas apenas 3% acima do dado inicial. “Em março houve uma combinação perfeita, uma soma de eventos de negócios e lazer”, resumiu Guilherme Dietze, assessor técnico do conselho de turismo da FecomercioSP. O Imat avançou 25% em relação a março de 2022.

O Imat é calculado a partir do faturamento médio diário setorial, movimentações em aeroportos e principais terminais rodoviários, taxa de ocupação em hotéis e nível de emprego efetivo setorial.

Mesmo que o cenário econômico não seja dos mais favoráveis, Coldplay e Lollapalooza reuniram cerca de 700 mil pessoas na capital, sendo 20% de turistas em cada um dos eventos, estima a SPTuris. Já nas feiras de negócios a parcela dos que vêm de fora foi de 30%.

A SPTuris indica que o mercado de eventos poderá movimentar R\$ 30 bilhões em 2023 na capital paulista, entre negócios e lazer. O dado, reforça a empresa, não considera apenas o impacto do consumo dos turistas, mas também os gastos dos próprios moradores da cidade e da Grande São Paulo.

Embora haja uma expectativa de recuo do índice em abril - por efeito de feriados e uma agenda menos impactante -, março poderá representar o marco da consolidação de uma retomada setorial, esperada para este ano por executivos dos setores público e privado do ramo de eventos.

Um fator que corrobora a expectativa é o movimento setorial em relação ao emprego. O número de trabalhadores com carteira assinada em segmentos ligados direta ou indiretamente ao turismo somou 414 mil pessoas em março, 0,2% mais que em fevereiro, mas 4% maior que o de março de 2022.

“Quem contrata CLT está imaginando um fluxo mais intenso nos próximos meses, e não pensando em voos de galinha”, diz Dietze.

Os eventos foram muito “achatados” nos últimos anos, mas o setor resistiu. “Voltamos muito bem”, afirma Gustavo Pires, presidente da SPTuris.

Segundo a FecomercioSP, o faturamento do setor teve média diária de R\$ 43,6 milhões em março, com alta 8,9% em comparação a fevereiro. No comparativo anual, o avanço foi de 83%, com destaque para o aumento na taxa de ocupação dos meios de hospedagem.

A taxa de ocupação nos hotéis retomou a média de 60% registrada em 2019 e deve ficar nela nos próximos meses, segundo o Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB). Em 2020

e 2021, a taxa média caiu para 21% e 48%.

A retomada setorial reaviva uma tendência que ganhou espaço na última década e ficou conhecida como 'bleisure' (mistura de "business" e "leisure", ou negócios e lazer em inglês). Ou seja, as pessoas que viajam a negócios não ficam 100% dentro duma sala de hotel sem saber o que acontece no entorno, comenta Giovana Jannuzzelli, diretora-executiva da Alagev, associação que une fornecedores e clientes de eventos corporativos.

À medida que as pessoas percebem que São Paulo não se resume a um punhado de reuniões, cresce o interesse pela agenda de restaurantes, shows e exposições.

Neste ano, o calendário dos "eventos estratégicos" da SPTuris reúne desde as já tradicionais Virada Cultural, São Paulo Fashion Week, Festival Internacional de Ciclismo e Parada do Orgulho LGBTQ+ no primeiro semestre, como shows, sem calendário fixo, a exemplo das apresentações das bandas Red Hot Chili Peppers e Rebelde previstos para novembro.

O festival The Town, dos mesmos organizadores do Rock in Rio, é um forte atrativo para a cidade, destaca Pires, da SPTuris. A expectativa é que o festival, previsto para setembro, reúna 500 mil pessoas para apresentações em seis palcos. Entre as atrações internacionais, estão Foo Fighters, Maroon 5 e Bruno Mars. O peso do evento é similar ao do Coldplay, que reuniu perto de 400 mil pessoas.

Já o mundo corporativo assiste ao retorno de alguns eventos associativos tradicionais que ainda não tinham voltado para a agenda. Um dos exemplos é o congresso anual realizado pela OAB Nacional, que voltará a ocorrer em 2023 - desta vez em Belo Horizonte (MG) -, diz Toni Sando, presidente da Visite São Paulo (São Paulo Convention & Visitors Bureau).

“É um ano para retomada, o reaquecimento virá depois”, reitera Sando. A expectativa dele é que os eventos de negócios movimentem cifras dos anos pré-pandemia. A Visite São Paulo, fundação privada voltada para o turismo na cidade, tem pouco mais de mil eventos de negócios cadastrados até agora e projeta chegar a 1,6 mil até dezembro - o mesmo nível de 2019. Em 2022 foram 1.004 e, em 2021, apenas 359. O calendário vale para o Estado, mas há concentração de eventos na capital.

Voltaram também os desafios que afetam a competitividade paulistana para sediar eventos. A megalópole tem perdido em custos para cidades como Bogotá, na Colômbia, e Cidade do México. A falta de mão de obra qualificada e a burocracia junto ao poder público também foram citados pelas fontes como problemas.

Um grupo de trabalho que reúne o setor tem debatido saídas. Uma é sugerir a criação de uma espécie de Poupatempo, para que os organizadores de eventos consigam resolver questões em um “único guichê” de repartição pública em vez de “cinco ou seis” como ocorre atualmente.