

CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE INFLUÊNCIA GEOGRÁFICA DOS EVENTOS DE NEGÓCIOS PROMOVIDOS EM ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS PAULISTAS SELECIONADOS

Aline Correia de Sousa Colantuono¹
Ana Lúcia Gonçalves da Silva²

Resumo

O Brasil registra a existência de arranjos produtivos locais (APLs) em diversas atividades econômicas e com diferentes graus de abrangência geográfica e de articulação entre as instituições participantes, sendo comum a realização de eventos para estimular os negócios. Não raro há a confluência em uma mesma localidade de APLs produtivos, formados pela aglomeração de empresas ligadas aos elos de uma cadeia produtiva, e APLs turísticos formados pela concentração de empreendimentos de variados segmentos do turismo de uma mesma localidade ou Circuitos Turísticos, que definem empreendimentos do turismo que abrangem mais de um local da região. Em face desta confluência, tanto os APLs produtivos como os APLs e os Circuitos turísticos envolvidos tendem a se beneficiar de eventos de negócios realizados localmente, uma vez que estas iniciativas promovem os produtos dos APLs produtivos e se utilizam da infraestrutura urbana e turística dos APLs e Circuitos turísticos para atrair mais público para os eventos. Este trabalho tem como objetivo compreender a relação existente entre APLs produtivos, APLs e circuitos turísticos e eventos de negócios, a partir da caracterização da área de influência geográfica dos eventos de negócios em APLs paulistas selecionados, apoiando-se nos métodos indutivo e comparativo e na técnica de documentação indireta, por meio de pesquisa bibliográfica e documental. Os resultados confirmam a frequente ocorrência de sinergia dinamizadora dos negócios envolvidos. Entretanto, revelaram também que alguns eventos se deslocam, rompendo a sinergia local, migrando para regiões de maior influência geográfica. Este fenômeno tende a ocorrer quando o produto elaborado no APL não se restringe ao atendimento da demanda local ou regional, estando voltado para o mercado nacional ou internacional, estimulando a deslocalização do evento. Nos casos selecionados para análise, constatou-se que as cidades de Campinas e São Paulo configuram grande influência para promover eventos de escala nacional e internacional.

Palavras-chave: APL; Turismo; Eventos.

Abstract

Brazil registers the existence of clusters in various economic activities and with different degrees of geographic coverage and articulation between the participating institutions, and it is common that events stimulate the clusters' business. There is often a confluence in the same location of clusters, formed by the agglomeration of companies linked to the links of a production chain, and tourist clusters formed by the concentration of enterprises from various tourism segments in the same location or Tourist Circuits, which define enterprises that cover more than one location in the region. In view of this confluence, both the productive clusters and the tourist circuits and clusters involved tend to be benefited from business events held

¹ Doutora em Desenvolvimento Econômico pelo CEDE/Unicamp. Professora da Fatec São Caetano do Sul e da Fatec Ipiranga. E-mail: alinecsousa@yahoo.com.br

² Doutora em Economia pelo IE/Unicamp. Professora-Doutora do IE/Unicamp. E-mail: neitp@eco.unicamp.br

locally, since these initiatives promote the products of the productive clusters and make use of the urban and tourist infrastructure of the clusters and Tourist circuits to attract more people to the events. This work aims to understand the relationship between productive clusters, clusters and tourist circuits and business events, from the characterization of the geographical area of influence of business events in selected clusters in São Paulo, based on inductive and comparative methods and on indirect documentation technique, through bibliographic and documentary research. The results confirm the frequent occurrence of dynamic synergy of the businesses involved. However, they also revealed that some events are moving, breaking the local synergy, migrating to regions with greater geographic influence. This phenomenon tends to occur when the product elaborated at the cluster is not restricted to meeting local or regional demand, being aimed at the national or international market, stimulating the relocation of the event. In the cases selected for analysis, it was found that the cities of Campinas and São Paulo are of great influence to promote events on a national and international scale.

Keywords: Cluster; Tourism; Events.

JEL Classification: R12; Z31; Z32.

Área de Submissão: 10 – Cultura, lazer, turismo e desenvolvimento

INTRODUÇÃO

A crescente internacionalização dos negócios, o aumento da concorrência e a necessidade de introduzir nas corporações as novas tecnologias de informação e comunicação têm pressionado tanto os empresários a adotar estratégias capazes de desenvolver o conhecimento, a capacidade de inovação e a competitividade, como os gestores públicos a promover medidas para enfrentar os desafios de desenvolvimento nacional e regional.

Nesse contexto, os Arranjos Produtivos Locais (APLs) constituem-se em um recorte que, dentro dos marcos de uma política nacional de desenvolvimento regional, contribui para o planejamento territorial em prol do desenvolvimento socioeconômico do país, na medida em que agrega uma visão sistêmica do ramo de atividade em determinada localidade que reconhece que a produtividade e as condições de competitividade local resultam também das especificidades daquele agrupamento de empresas e da articulação do conjunto de atores sociais: Estado, empresariado e sociedade civil.

A atenção à proximidade geográfica e às aglomerações industriais tornou-se frequente, dadas as vantagens que as empresas obtêm das economias externas geradas nos APLs. No Brasil, o estudo sobre os APLs “ganhou impulso nas últimas décadas em virtude da importância de algumas experiências bem-sucedidas de desenvolvimento de capacitações produtivas e empresariais nesse tipo de organização territorial da produção” (SUZIGAN et al, 2006, p. 1).

O país registra APLs de várias atividades econômicas e com diferentes tipos e graus de articulação. Por exemplo, enquanto os APLs produtivos são formados pela aglomeração de empresas ligadas aos diversos elos de uma cadeia produtiva, os APLs turísticos representam a concentração de empreendimentos de variados segmentos do turismo.

Também há diferenças na abrangência geográfica. Por exemplo, ao contrário dos APLs turísticos, cujas atividades estão situadas em uma mesma localidade, os Circuitos Turísticos (CTs) abrangem empreendimentos do turismo dispersos em mais de um local da mesma região.

Tanto os APLs produtivos, como os APLs e os circuitos turísticos, beneficiam-se dos eventos realizados localmente, uma vez que os eventos não só promovem os produtos dos APLs produtivos, como se utilizam da infraestrutura urbana e turística dos APLs turísticos para atrair mais público para os eventos.

Porém, a abrangência dos eventos é determinada, entre outros fatores, pela região de influência das cidades-sede dos APLs: eventos locais ou regionais são promovidos por emissores cuja área de influência é local ou regional e eventos nacionais ou mundiais são realizados por emissores cuja atuação é nacional ou internacional.

O presente trabalho tem como objetivo contribuir para a compreensão da relação existente entre APLs, circuitos turísticos e eventos, especialmente de negócios, ao fazer uma caracterização da área de influência geográfica dos eventos de negócios em APLs paulistas selecionados. Acredita-se que, quanto maior o escopo geográfico dos eventos, maiores as chances de eles serem realizados em cidades de maior influência geográfica. Para tanto, são adotados os métodos indutivo e comparativo e a técnica de documentação indireta, por meio de pesquisa bibliográfica e documental.

Além da introdução e das considerações finais, este trabalho foi dividido em duas seções. Na primeira, é apresentado o referencial teórico, com uma breve revisão conceitual sobre APLs; também são exibidos os tipos de APLs turísticos e é discutida a relação entre APLs, circuitos turísticos e eventos de negócios. Na segunda seção, é exposta a metodologia da pesquisa e são analisados os APLs paulistas selecionados, a fim de se fazer a caracterização da área de influência geográfica dos eventos de negócios.

1. REFERENCIAL TEÓRICO E CONCEITUAL APLICADO AO ESTADO DE SÃO PAULO

1.1 Breve Revisão Conceitual Sobre APLs

De forma genérica, Arranjos Produtivos Locais (APLs) referem-se às aglomerações produtivas de uma mesma especialidade em uma determinada localidade. A discussão sobre a proximidade geográfica e as aglomerações industriais difundiu-se dadas as vantagens associadas a economias externas geradas nos APLs, derivadas do aumento da escala de produção conjunta do APL.

Portanto, importantes economias externas podem, frequentemente, ser obtidas pela concentração de muitas pequenas empresas similares em determinadas localidades, revelando economias de aglomeração que tendem a reforçar a relevância do APL.

Uma vez que nas aglomerações produtivas se promovem vantagens competitivas que não seriam possíveis de ocorrer se os fabricantes atuassem de forma isolada, as economias externas emergem como fatores relevantes que justificam a importância da concentração geográfica de empresas, o que reforça o interesse nesse recorte analítico.

O surgimento dos APLs está associado à construção de identidades e de vínculos territoriais, onde processos produtivos, inovativos e cooperativos são realizados conjuntamente a favor do desenvolvimento local. A articulação entre instituições públicas, entidades privadas e comunidade traduz-se em ações voltadas à dinamização econômica e produtiva do território.

Existem diferentes classificações para APLs, mas todas procuram captar as diferenças entre os diversos tipos de arranjos de acordo com alguns critérios principais, entre eles: a existência de liderança, o tamanho das firmas, a capacidade inovadora, a confiança interna, o nível de tecnologia, o nível de articulação (*linkages*), o grau de cooperação e de competição entre os envolvidos, a capacidade de criação de novos produtos e a interação das empresas com o mercado internacional.

Para Cassiolato e Szapiro (2002), na literatura especializada, há quatro principais linhas de pesquisa que enfatizam a proximidade geográfica das empresas para explicar o desempenho e a competitividade das firmas. São elas:

1. Economia neoclássica tradicional: modelos de retornos crescentes de escala embasam a chamada nova teoria do crescimento. Paul Krugman (1991; 1998), em seus trabalhos sobre geografia e comércio internacional, apresenta os retornos crescentes advindos da aglomeração;
2. Economia e gestão de empresas: Porter (1998) também destaca a importância de fatores locacionais e de *clustering* (economias de aglomeração) e defende que as vantagens competitivas na economia global derivam de fatores locais que sustentam o dinamismo das empresas líderes;
3. Economia e ciência regional: a literatura das áreas de geografia econômica e economia regional enfatiza a região como um nexo de interdependências que não são “comercializáveis” ou “transacionáveis”; e
4. Economia neo-schumpeteriana sobre sistemas de inovação: desenvolve o conceito de sistemas nacionais de inovação, enfatizando o caráter localizado do processo inovativo.

Em resumo, em diversas correntes de pensamento,

é amplamente aceito que as fontes locais da competitividade são importantes. [...] A ideia de aglomerações torna-se explicitamente associada ao conceito de competitividade, principalmente a partir dos anos 1990, o que parcialmente explica seu forte apelo para os formuladores de políticas. Dessa maneira, os arranjos produtivos tornam-se tanto unidade de análise quanto unidade de ação de políticas industriais (CASSIOLATO; SZAPIRO, 2002, p. 4).

Algumas questões, em especial, são objeto de intenso debate: a cooperação é a característica definidora do APL? Qual é o nível de cooperação que separa um APL de uma mera aglomeração? Que outros fatores são relevantes?

Diversos autores propuseram tipologias para classificar o nível de competitividade e de cooperação dos APLs. Entre elas, é bastante citada a tipologia adaptada por Mytelka e Farinelli (2000), a partir de um artigo da UNCTAD (1998), apresentada no artigo de Santos, Diniz e Barbosa (2004) e reproduzida no Quadro 1.

Quadro 1: Tipologia Consagrada de Clusters/APLs

| Características | Clusters/ APLs Informais | Clusters/ APLs Organizados | Clusters/ APLs Inovadores |
|-------------------------|-----------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| Existência de Liderança | Baixa | Baixa e Média | Alta |
| Tamanho das Firms | Micro e Pequeno | MPME | MPME e Grande |
| Capacidade Inovadora | Pequena | Alguma | Contínua |
| Confiança Interna | Pequena | Alta | Alta |
| Nível de Tecnologia | Pequeno | Médio | Médio |
| <i>Linkages</i> | Alguns | Alguns | Difundidos |
| Cooperação | Pequena | Alguma e Alta | Alta |
| Competição | Alta | Alta | Média e Alta |
| Novos Produtos | Poucos; Nenhum | Alguns | Continuamente |
| Exportação | Pouca; Nenhuma | Média e Alta | Alta |

Fonte: Santos, Diniz e Barbosa (2004, p. 159), adaptado de Mytelka e Farinelli (2000).

De fato, no Brasil, encontram-se, em geral, referências a estas três categorias principais de APLs: os Aglomerados Produtivos (APs) ou APLs Informais; os APLs Organizados ou, simplesmente, APLs; e os APLs Inovadores. Uma característica comum a todas é a aglomeração de empresas de um determinado setor de atividade, especialmente de

micro e pequeno porte, em uma região. Contudo, também existem empresas de médio porte, nos APLs Organizados, e de grande porte, nos APLs Inovadores (SANTOS; DINIZ; BARBOSA, 2004).

Os APs referem-se à forma mais simples de aglomeração produtiva, em que se observa baixa liderança das empresas; alta competição e alguma articulação (*linkage*) entre as firmas; pouca ou nenhuma criação de novos produtos, inclusive, voltados à exportação; e pequeno grau de capacidade inovadora, confiança interna, nível de tecnologia e cooperação.

De modo geral, se houver algum evento de negócio que promova os produtos ou serviços realizados nos APs, ele terá uma abrangência local ou regional, em função da limitada região de influência dos APLs Informais.

Já os APLs Organizados e os APLs Inovadores detêm maiores níveis de confiança interna, cooperação, competição e integração com o mercado internacional, via exportações, e médio nível tecnológico. Porém, a existência de liderança, a capacidade inovadora, o grau de articulação entre as empresas (*linkage*) e a produção de novos produtos são características mais desenvolvidas nos APLs Inovadores.

Como a integração com o mercado mundial é mais desenvolvida nos APLs Organizados e nos APLs Inovadores, eles tendem a estar associados a cidades ou regiões de maior influência geográfica, de modo que seus eventos ganham uma dimensão nacional ou internacional.

Entretanto, se os APLs Organizados e os APLs Inovadores estiverem em cidades ou regiões de menor influência, eventos que promovem os produtos e serviços desses APLs podem ser deslocados para regiões de maior influência, onde possam exercer uma atuação de abrangência nacional ou internacional.

Ao contrário das especificidades socioeconômicas necessárias para a configuração dessas aglomerações produtivas em países mais desenvolvidos, estudos apontam que, em países periféricos,

(a) as capacitações “inovativas” são, via de regra, inferiores às dos países desenvolvidos; (b) o ambiente organizacional é aberto e passivo, onde as funções estratégicas primordiais são realizadas externamente ao sistema, prevalecendo, localmente, uma mentalidade quase exclusivamente produtiva; (c) o ambiente institucional (e macroeconômico) é mais volátil e permeado por constrangimentos estruturais; e (d) o entorno destes sistemas é basicamente de subsistência, apresenta densidade urbana limitada, baixo nível de renda *per capita*, baixos níveis educacionais, reduzida complementaridade produtiva e de serviços com o polo urbano e frágil imersão social (SANTOS; CROCCO; LEMOS, 2002, p. 6).

Dessa forma, verificam-se, nos APLs do Brasil e, analogamente, do estado de São Paulo, ligações interfirmas casuais, pouca ou nenhuma cooperação entre os agentes envolvidos e raros casos onde se incorporam processos de aprendizagem tecnológica voltados à inovação.

1.2 Definição De APLs De Turismo: Características E Tipologia

O termo APL é aplicado, em geral, às aglomerações produtivas do setor industrial e agroindustrial. Contudo, ao se fazer algumas mediações, é possível utilizá-lo para designar os segmentos de serviços, como as atividades turísticas. Estas incluem: acomodação (alojamento, hotéis e pousadas); agências e operadoras de turismo; alimentos e bebidas (bares e restaurantes); transporte; entretenimento e infraestrutura (saneamento, saúde, segurança e outros).

Assim, visto que o ramo turístico é amplo e heterogêneo, “uma aglomeração do setor Turismo, obrigatoriamente, deve apresentar diferentes conjuntos de empresas nucleares, pois o que caracteriza o Turismo são as diferentes atividades à disposição de um turista” (COUTINHO; SARTI, 2006, p. 10).

Para se caracterizar um APL de Turismo, é preciso não apenas que exista um número significativo de empresas, de diferentes subsetores, ligadas ao turismo, em uma determinada região, como também é necessário que o total das atividades turísticas tenha grande importância relativa no total das atividades econômicas da localidade em questão, o que pode ser mensurado por meio de alguns dados quantitativos, entre os quais: emprego, número de estabelecimentos e valor adicionado dos segmentos voltados ao turismo.

Uma particularidade interessante do APL de Turismo é a intensa interdependência das estratégias das empresas que pertencem ao segmento, mesmo que os agentes envolvidos pertençam a atividades de natureza distinta. Esse fenômeno ocorre devido à alta integração vertical, horizontal, intrasetorial e intersetorial do segmento. Todavia, convém ressaltar que essa interdependência não implica cooperação ou ação conjunta, pois existem muitas assimetrias entre as atividades turísticas, decorrentes da imensa heterogeneidade do ramo.

Na tentativa de classificar os variados APLs de Turismo, os autores Coutinho e Sarti (2006) construíram a tipologia ilustrada no Quadro 2.

Quadro 2: Tipologia de APLs de turismo

| Tipologia | Requisitos |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| (1) AP | Especialização setorial e diversidade das atividades turísticas |
| (2) APL Incipiente | Presença de organizações de apoio e de representação |
| (3) APL em Desenvolvimento | Presença de ações conjuntas de caráter cooperativo |
| (4) APL em Consolidação | Existência de um Projeto Coletivo de Desenvolvimento Local Sustentável |

Fonte: Adaptado de Coutinho e Sarti (2006, p. 30-1).

No caso do Aglomerado Produtivo (AP) de Turismo (1), existe uma especialização setorial e uma diversidade de atividades turísticas, graças à presença de todos ou quase todos os subsetores do turismo na localidade. Ademais, o AP é composto por empresas de pequeno porte que configuram uma certa relevância econômica para a região. Contudo, a concorrência entre as firmas locais é predatória, ou seja, é baseada em preços e na imitação, e não há cooperação entre os empreendimentos existentes nessa modalidade de aglomeração.

Na comparação com o primeiro tipo, o que diferencia o APL Incipiente (2) é a presença de organizações de apoio e de representação, tais como: associações patronais, entidades de ensino técnico especializadas, representação de comunidades locais, secretarias municipais, sindicato dos trabalhadores e outras. Apesar da existência de instituições formais de apoio à cooperação entre os agentes envolvidos nesse tipo de APL de Turismo, a falta de interação informal dificulta a formação de vínculos de confiança entre as empresas da localidade.

Por sua vez, no APL em Desenvolvimento (3), há a presença de ações conjuntas de caráter cooperativo, mesmo que incipientes. Com o acúmulo dos bons resultados advindos dos atos coletivos, verifica-se o maior envolvimento dos atores locais e o desenvolvimento do APL Turístico em questão.

Por fim, no APL em Consolidação (4), nota-se a existência de um Projeto Coletivo de Desenvolvimento Local Sustentável, decorrente da adoção e manutenção de atividades competitivas duradouras baseadas na exploração do turismo local. Para tanto, há o pleno envolvimento dos agentes que formam o APL, isto é: autônomos; autoridades públicas; empresas; instituições de proteção ambiental, de preservação do patrimônio histórico e de promoção social; representantes da população e trabalhadores.

Definidos os APLs Turísticos, é possível afirmar que o espaço geográfico é o principal objeto de consumo do turismo, visto que o visitante tem que se deslocar até o destino da viagem para consumir o lugar turístico, o que estimula a competição entre localidades no processo de atração de turistas.

Para compatibilizar a competição e a cooperação na formação dos APLs turísticos, é preciso promover estratégias integradas em termos territoriais e articuladas em termos sociais e políticos, a fim de obter um desempenho coletivo superior aos demais APLs de Turismo.

1.3 Interdependência Entre APLs, Circuitos Turísticos E Eventos

Ao analisar o valor agregado da atividade turística, Silva (2004) decompôs o segmento em três categorias setoriais diferentes: (i) atividades plenamente turísticas, ou seja: agências de viagens, centros urbanísticos e de recreação, hotelaria, restaurantes, transportes e outras; (ii) ramos produtivos que vendem produtos ou serviços aos turistas, sem que sejam considerados segmentos turísticos, entre os quais, tem-se: bancos, estabelecimentos comerciais, reparo de veículos e outros; e (iii) setores agrários, industriais ou de serviços que se beneficiam de um efeito direto ou indireto na demanda turística, quais sejam: alimentação, construção, infraestrutura e outros.

Nesse sentido, muitos APLs produtivos têm se associado às atividades turísticas para desenvolver seus negócios, visto que a comercialização de seus produtos ou serviços depende da visita dos turistas. O resultado dessas associações é a formação de circuitos ou roteiros turísticos, como o Circuito das Flores, o Circuito das Malhas, o Roteiro Polo Cerâmico do Alto Vale do Ribeira e outros.

Segundo Santos (2009), os circuitos turísticos possuem algumas familiaridades com os APLs produtivos, ou seja: a proximidade e algum grau de articulação entre os atores locais em prol de um objetivo comum.

Enquanto nos APLs, verifica-se a concentração de empresas e de atividades correlatas em uma dada localidade que se beneficiam das economias externas geradas no interior da aglomeração produtiva; nos circuitos turísticos, há uma associação de municípios com a finalidade de explorar turisticamente a região. Assim, a infraestrutura do turismo pode estar concentrada em uma cidade, enquanto os atrativos turísticos podem se estender aos demais municípios que compõem o circuito turístico.

Dessa maneira, para aumentar a sinergia entre os APLs produtivos e os circuitos turísticos, os produtores dos APLs usam os circuitos turísticos para divulgar seus produtos e aumentar a produção por meio da promoção de eventos, o que estimula o consumo dos turistas. Por sua vez, os agentes econômicos do circuito turístico beneficiam-se da notoriedade do APL e de seus eventos para atrair mais turistas para a região.

Segundo a Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (2018), existem 4 caminhos, 26 circuitos, 1 polo, 9 rotas, 3 roteiros e 1 serra do ramo turístico na unidade da federação de São Paulo. Eles estão ligados aos segmentos de aventura, belezas naturais, cultura, fé, lazer, patrimônio histórico, pesca, sabores e sol. Os circuitos turísticos ressaltam a identidade regional, a fim de atrair o público para os municípios que os compõem, em busca de patrimônio cultural, histórico, natural e outros.

Conforme a Figura 1, nota-se a existência de muitos circuitos turísticos no estado de São Paulo. Alguns deles estão ligados às belezas naturais, tais como: Circuito Águas do Ribeira; Circuito Turístico Belezas de Nossa Terra; Rota das Cavernas; Circuito Costa da Mata Atlântica; Circuito Entre Serras e Águas; Circuito da Mantiqueira; Rota das Praias de Água Doce; entre outros.

Existem regiões que enfatizam o patrimônio histórico. Entre elas: Roteiro dos Bandeirantes; Caminhos da Revolução; Caminho das Tropas; Circuito Vale Histórico, dentre outros. Por sua vez, há circuitos turísticos que evidenciam a cultura local, como por exemplo: Rota das Artes; Circuito Cultura Caipira; Circuito Sertanejo; Circuito Uai Paulista; entre outros.

Há também roteiros que enfatizam a vocação econômica da localidade: Circuito Café com Leite; Circuito das Flores; Circuitos das Frutas; Rota do Melhor Café; Roteiro Polo Cerâmico do Alto Vale do Ribeira, dentre outros.

Uma vez que as atividades ligadas aos APLs e aos circuitos turísticos se complementam, o que atrai mais turistas para a região e estimula os negócios locais, Fuini (2010, p. 80) observou que ambos os segmentos têm três elementos essenciais:

- a) Podem ser complementares tanto do ponto de vista territorial quanto do ponto organizacional, coexistindo e se autorreforçando;
- b) Apresentam um nível mínimo de institucionalização e formalização e têm políticas específicas prescritas no âmbito de órgãos federais e estaduais de gestão e planejamento;
- c) Dependem, para sua efetivação, da densidade institucional existente em determinados territórios locais e regionais, do nível de articulação dos atores locais cooperando em projetos de desenvolvimento, tanto nos APLs quanto nos Circuitos turísticos, e da capacidade competitiva das cadeias produtivas e dos produtos associados aos contextos territoriais onde se projetam as estruturas de governança potenciais anteriormente mencionadas.

Nesse contexto, a promoção de eventos de negócios (exposições e feiras) mostra-se uma estratégia eficiente para divulgar a produção local dos APLs e aumentar o fluxo de turistas para os circuitos turísticos.

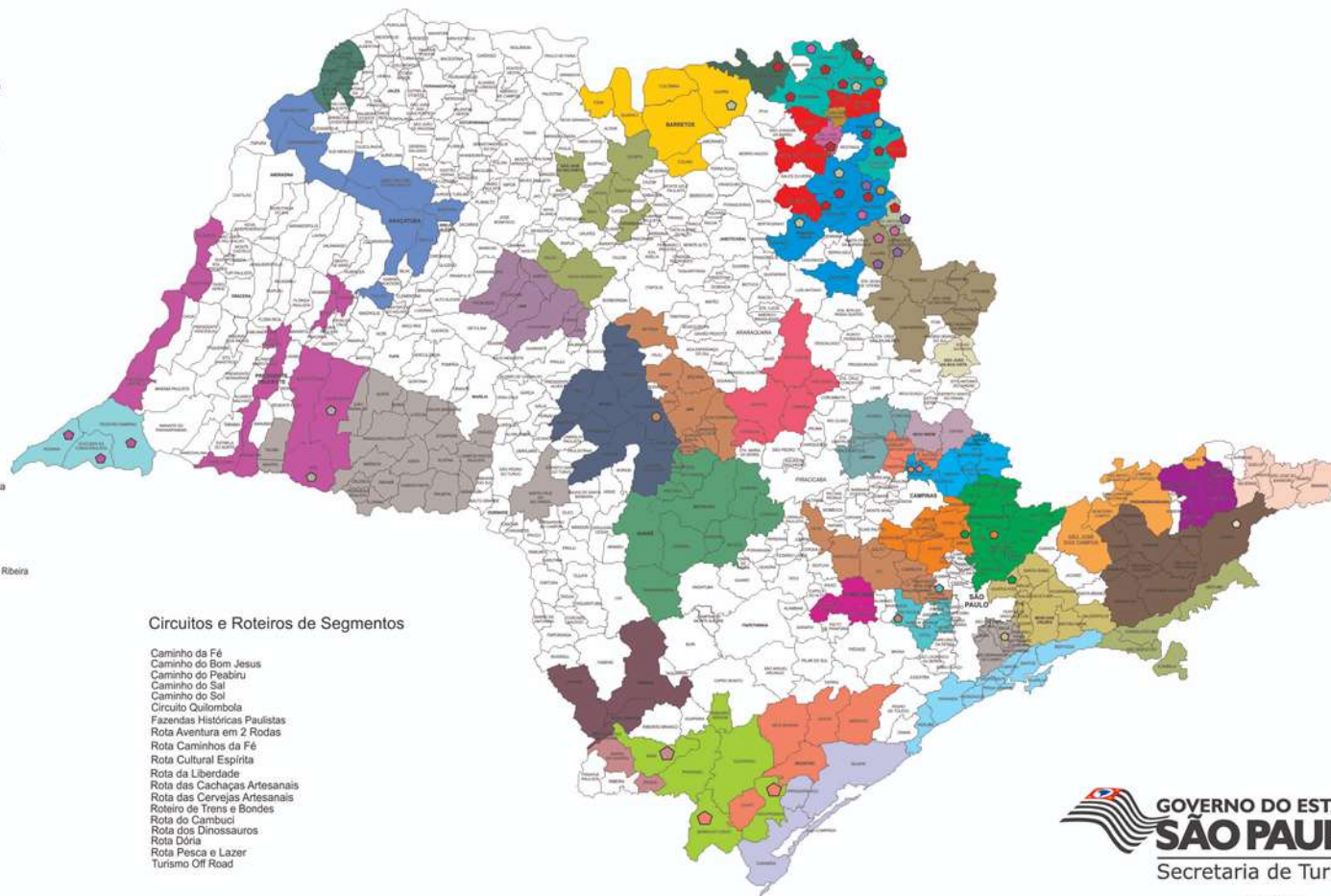
Em seu trabalho, Santos (2009) citou alguns exemplos que apontam a inter-relação entre os circuitos turísticos paulistas e os eventos de negócios. Entre eles: a Expoflora, que reforça o Circuito das Flores de Holambra; a Festa do Figo e a Expo Goiaba, que evidenciam o Circuito das Frutas de Valinhos; a Expo Legumes e as Festas de Flores e Morangos, do Figo, do Pêssego e da Uva, que atraem visitantes ao Circuito das Frutas de Atibaia.

Figura 1: Circuitos turísticos do estado de São Paulo, 2016

CIRCUITOS TURÍSTICOS

Circuitos e Roteiros

-  C. Águas do Ribeira
-  C. das Águas Paulista
-  Rota das Artes
-  Caminhos da Baixa Mogiana
-  Roteiro dos Bandeirantes
-  C. T. Belezas de Nossa Terra
-  Rota das Cachoeiras
-  C. Café com Leite
-  Caminhos do Centro Oeste Paulista
-  Caminhos do Tietê
-  C. T. dos Cânions
-  Rota das Cavernas
-  C. Coração do Tietê
-  C. Costa da Mata Atlântica
-  C. Cultura Caipira
-  C. Entre Serras e Águas
-  C. Espelho d'Água
-  C. das Flores
-  C. das Frutas
-  R. do Grande ABC
-  Roteiro Lagamar
-  C. Litoral Norte Paulista
-  C. Mantiqueira
-  Rota do Melhor Café
-  C. das Nascentes
-  C. Turístico Noroeste Paulista
-  C. Oeste Rios
-  Rota dos Parques
-  Pólo Cuesta
-  Roteiro Pólo Cerâmico do Alto Vale do Ribeira
-  Rota das Praias de Água Doce
-  C. Pontal do Paranapanema
-  Rota de Pura Adrenalina
-  C. T. Religioso
-  Caminhos da Revolução
-  Serra de Itaquari
-  Rota das Serras e Cachoeiras
-  C. Sertanejo
-  C. Tapira de Pilão
-  C. Caminho das Tropas
-  C. Uai Paulista
-  C. Vale Histórico
-  C. Vale do Paranapanema
-  C. Tietê Vivo



Circuitos e Roteiros de Segmentos

- Caminho da Fé
- Caminho do Bom Jesus
- Caminho do Pesbitu
- Caminho do Sal
- Caminho do Sol
- Círculo Quilombola
- Fazendas Históricas Paulistas
- Rota Aventura em 2 Rodas
- Rota Caminhos da Fé
- Rota Cultural Espírita
- Rota da Liberdade
- Rota das Cachaças Artesanais
- Rota das Cervejas Artesanais
- Roteiro de Trem e Bondes
- Rota do Cambuci
- Rota dos Dinossauros
- Rota Dória
- Rota Pesca e Lazer
- Turismo Off Road

Fonte: Extraída da Secretaria do Turismo do Estado de São Paulo (2018).

2. ÁREA DE INFLUÊNCIA GEOGRÁFICA DOS PRINCIPAIS EVENTOS DE NEGÓCIOS PROMOVIDOS NOS APLs DO ESTADO DE SÃO PAULO

2.1 Métodos E Técnicas De Pesquisa

O método de pesquisa adotado neste trabalho foi o método indutivo, uma vez que se observaram casos particulares que evidenciam a relação entre APLs, circuitos turísticos (CTs) e eventos de negócios para se fazer uma caracterização da área de influência geográfica dos eventos de negócios em APLs paulistas selecionados.

Para verificar a relação existente entre APLs, CTs e eventos, optou-se por analisar os eventos de negócios que promovem os produtos dos APLs do estado de São Paulo. Esse recorte foi necessário, pois são realizados, aproximadamente, 591 mil eventos no país de diversos tipos, o que dificultaria a análise, dado o volume de informações disponíveis nas diversas fontes sobre a atividade de eventos.

O uso do método comparativo também foi importante, pois a comparação entre os eventos de negócios que promovem os APLs do estado de São Paulo permitiu identificar casos semelhantes e divergentes.

A técnica de pesquisa empregada neste trabalho foi a documentação indireta, por meio de pesquisa bibliográfica e documental, a qual contribuiu para a fundamentação teórica do trabalho e, conseqüentemente, para a compreensão do objeto central de pesquisa, ou seja, as atividades de turismo e eventos, sobretudo, de negócios.

2.2 Discussão Dos Resultados

Os APLs estudados pertencem aos setores agropecuário e industrial, e seus produtos podem destinar-se aos mercados local, regional, nacional e internacional. Por sua vez, os eventos que promovem os APLs classificam-se conforme o alcance do público, a frequência, a localização, a dimensão, a área de interesse, o escopo geográfico e o formato do evento. As características dos APLs e dos eventos foram sintetizadas nos Quadros 3 e 4.

No Quadro 3, encontram-se as características dos eventos de negócios promovidos nos APLs de cafés especiais de Franca, de flores de Holambra e de leite e mel do Vale do Paraíba, todos com frequência anual e localização fixa.

O café especial da Alta Mogiana é promovido pela Cooperativa de Cafeicultores e Agropecuaristas (Cocapec), por meio do Simpósio do Agronegócio Café da Alta Mogiana (Simcafé). Em 2018, foi realizado o 8º Simcafé em Franca, onde produtores rurais, empresários e profissionais do setor tiveram acesso à informação e capacitação, bem como realizaram negócios. Trata-se de um evento regional, fechado, de caráter científico, educativo e promocional e que atrai grande público.

Embora os cafés especiais do APL da Alta Mogiana se destinem aos mercados interno e externo, o escopo geográfico do Simcafé é regional. Por esse motivo, o evento está ativo desde 2010 e sua promoção continua na cidade de Franca, onde o Simcafé foi lançado. Trata-se de um evento que traz informações técnicas para o aperfeiçoamento do manejo dos produtores na lavoura e novidades em implementos agrícolas, insumos, máquinas e serviços veterinários.

Além disso, como o Simcafé é organizado por uma cooperativa, cujo objetivo é obter vantagens comuns aos associados com as atividades econômicas desenvolvidas na Alta Mogiana, há uma sinergia muito grande entre o evento e o território, o que contribui para a manutenção do Simcafé no município de Franca.

No APL de Holambra, as flores são divulgadas em três eventos distintos que ocorrem na própria cidade: (i) Expoflora: evento de escopo regional e nacional, promovido pela

Prefeitura Municipal desde 1981; (ii) Hortitec: exposição nacional e internacional realizada pela RBB Promoção & Eventos há 25 anos; (iii) Enflor e Garden Fair: feiras também produzidas pela RBB Promoção & Eventos desde 1991 e 2003, respectivamente, com escopo geográfico nacional e internacional.

Todos esses eventos são abertos por adesão (exigem inscrição ou cobram ingresso); e tratam-se de megaeventos, isto é, atraem um público superior a 5 mil pessoas. Contudo, a Expoflora é uma exposição que tem caráter promocional, além de estimular a cultura holandesa da cidade, o lazer e o turismo. Por sua vez, os eventos Hortitec, Enflor e Garden Fair visam às áreas científicas, educativas e promocionais, uma vez que disponibilizam palestras técnicas para profissionais da área, realizam cursos de captação e expõem produtos para divulgação.

É importante ressaltar que os eventos de Holambra permanecem ativos na cidade desde a fundação de cada um deles, mesmo sendo as flores produzidas pelos produtores destinadas aos mercados externo e interno, pois há uma sinergia muito forte entre o APL e o circuito turístico do qual o município faz parte, conforme a análise de Santos (2009) e Fuini (2010).

Assim, Expoflora, Hortitec, Enflor e Garden Fair são eventos que tendem a fixar-se no território, pois embora promovam um produto comerciável (exportável), ou seja, as flores, eles divulgam bens não transacionáveis de Holambra, isto é: a cultura holandesa e o turismo rural, atrativos que não se exportam e cujo consumo é feito no próprio espaço.

No Vale do Paraíba, ocorrem dois eventos regionais onde são divulgados, ao mercado interno, os APLs de leite e mel. São eles: Feicampo e Feira de Apicultura Sustentável de São Luiz do Paraitinga.

A Feicampo é uma feira e exposição realizada pelo Sindicato Rural de Taubaté desde 2003, a fim de promover conteúdos científicos, educativos e profissionais, além de estimular o lazer aos visitantes de Taubaté. Trata-se de um megaevento anual, aberto ao público e que completou a 15ª edição em 2017.

A Feicampo é uma feira fixa ao território, pois promove o turismo de lazer, além do turismo de negócios e eventos, o que estimula uma sinergia entre o APL e a estrutura turística do município. Além disso, por ser promovido pelo sindicato local, o evento está atrelado a um vínculo institucional cuja área de interesse é regional.

Já a Feira de Apicultura Sustentável de São Luiz do Paraitinga é um grande evento realizado pela Associação dos Apicultores de São Luiz do Paraitinga (Apistinga), aberto ao público e que visa aos interesses científico, educativo e profissional. Entre 2014 e 2017, São Luiz do Paraitinga sediou a feira, mas, em 2018, o evento passou para Taubaté.

Por dispor de equipamentos urbanos mais diversificados e capazes de atender a uma demanda regional, a cidade de Taubaté atraiu para o seu território a Feira de Apicultura Sustentável de São Luiz do Paraitinga, cujo conteúdo é de interesse regional e não apenas local.

Porém, a Feira de Apicultura Sustentável de São Luiz do Paraitinga poderia permanecer no território de origem se fossem promovidos localmente tanto os assuntos de interesse do APL de mel, como o patrimônio histórico e cultural da cidade. Desse modo, ao invés de os organizadores da Associação dos Apicultores de São Luiz do Paraitinga estimularem a sinergia entre o APL produtivo e a região turística, o que incitaria o consumo do espaço, foi promovido apenas o consumo no espaço com a divulgação do APL de mel.

No Quadro 4, por sua vez, estão sintetizadas as informações sobre os eventos relacionados aos APLs de cerâmica artística de Cunha, de calçados masculinos de Franca, de bordados de Ibitinga, de semijoias de Limeira, de móveis da cidade de Mirassol, de artefatos têxteis de Tabatinga e de joias de São José do Rio Preto.

O Festival de Cerâmica de Cunha é realizado pelo Instituto Cultural de Cerâmica de Cunha (ICCC) desde 2006, a fim de divulgar o trabalho artístico dos artesãos locais e atrair turistas para a estância climática. O evento é regional, aberto ao público e visa às áreas de interesse cultural, de lazer, promocional e turística. Durante o evento são promovidos cursos, exposições, oficinas, queimas de Raku (técnica de cozedura de peças cerâmicas) e *workshops*.

A ideia do Festival de Cerâmica de Cunha é promover uma sinergia entre o APL e o circuito turístico local, ao estimular os turistas a conhecer os trabalhos e os ateliês dos ceramistas cunhenses, e a disfrutar a infraestrutura turística e os atrativos naturais da cidade. Além disso, o forte vínculo institucional entre os participantes do ICCC, do APL e do circuito turístico permite que o evento se mantenha em Cunha, visto que o ele promove um bem não comerciável e que precisa ser consumido no próprio território, ou seja, a cultura local.

A Feira Internacional da Moda em Calçados e Acessórios (FRANCAL) foi inaugurada na cidade de Franca em 1969, com o apoio dos empresários e da Prefeitura Municipal, com o objetivo de promover a indústria local de calçados masculinos. O evento anual e fechado aos profissionais do segmento ganhou reconhecimento mundial, o que rendeu à Franca o título de “Cidade do Calçado”.

Rapidamente, a feira ganhou um escopo nacional e internacional e a estrutura turística do município tornou-se insuficiente para receber visitantes de todo o país e do exterior. Assim, em 1983, a feira foi transferida para São Paulo, onde, inicialmente, foi realizada no Hilton Hotel. Entre 1984 e 1990, a FRANCAL foi montada no Pavilhão da Bienal no Parque Ibirapuera. Porém, para atender à crescente demanda, a feira passou para o Anhembi, onde permaneceu de 1991 até 2015.

Atualmente, a feira é realizada no Expo Center Norte, visto que o espaço possui uma infraestrutura mais moderna para sediar o evento. Ademais, a FRANCAL deixou de ser somente a Feira Internacional da Moda em Calçados e Acessórios de Franca para se tornar uma marca reconhecida no mercado pela organização de eventos, ou seja, a FRANCAL Feiras. Além de promover a FRANCAL, a FRANCAL Feiras diversificou sua área de atuação, ao organizar os seguintes eventos:

- Feira de Alimentação Saudável, Suplementos, Produtos Naturais e Saúde (NATURALTECH);
- Feira de Artigos de Natal, Decoração e Presentes (NATAL SHOW);
- Feira de Paisagismo, Arquitetura Sustentável e Outdoor Living (EXPO PAISAGISMO BRASIL);
- Feira de Pescados e Gastronomia Asiática (ASIAN FOOD SHOW/SEAFOOD SHOW);
- Feira Internacional de Automação para o Comércio (AUTOCOM);
- Feira Internacional de Brinquedos (ABRIN);
- Feira Internacional da Indústria de Pneus (PNEUSHOW);
- Feira Internacional da Música, Áudio, Iluminação e Acessórios (EXPOMUSIC);
- Feira Internacional de Piscinas, Spas, Decoração e Wellness (EXPOLAZER);
- Feira de Produtos e Serviços para Igrejas (EXPOCATÓLICA);
- Feira Internacional de Produtos Orgânicos e Agroecologia (BIO BRAZIL FAIR/BIOFACH AMERICA LATINA);
- Feira Internacional de Produtos para Papelarias, Escolas e Escritórios (ESCOLAR OFFICE BRASIL);
- Feira Internacional de Produtos e Serviços para Parques, Buffets e Festas (EXPO PARQUES E FESTAS);
- Feira Internacional de Tecnologia, Máquinas e Artefatos de Borracha (EXPOBOR);
- Prêmio Francal Top de Estilismo;

- Salão e Oficinas de Doces, Confeitos e Snacks (CANDY CAKE SHOW); e
- Seminário Nacional de Artes com Balões (SNAB).

Outro megaevento anual importante do qual os produtores do APL calçadista de Franca participam é a Couromoda, feira promovida pelo Grupo Couromoda. Trata-se de um evento fechado, de escopo nacional e internacional e de caráter científico, educativo e promocional.

Entre 1973 e 1985, a Couromoda acontecia no Rio de Janeiro. Entretanto, devido à maior proximidade com os polos produtores do Sul e Sudeste, bem como às melhores condições estruturais do Anhembi para sediá-la, a feira passou a ocorrer em São Paulo a partir de 1986.

Os empresários de Franca, por meio da organização da Alto Empreendimentos, tentaram colocar o APL calçadista na rota do turismo de negócios novamente, ao lançarem a Feira de Calçados e Acessórios (FCA) em Franca, ou seja, um evento regional, voltado aos lojistas e aos visitantes do ramo coureiro-calçadista. Contudo, ao concorrer com dois outros megaeventos renomados do setor, a FRANCAL e a Couromoda, a FCA aconteceu em Franca somente entre 2008 e 2010.

Apesar de o APL calçadista de Franca ser reconhecido dentro e fora do país, o calçado é um produto transacionável e sua produção está vinculada às tendências mundiais de moda, o que torna a confecção do calçado francano subordinada a uma ótica global.

Além disso, como participam da FRANCAL visitantes brasileiros e estrangeiros, o evento foi transferido para São Paulo devido à melhor infraestrutura turística para sediá-lo e à maior capacidade de influência internacional da capital. Assim, mesmo com a tentativa de realizar outro evento calçadista no APL de Franca, a FCA não prosperou, pois a promoção do setor está subordinada a um interesse mundial e não local.

A 1ª edição da Feira do Bordado de Ibitinga evento aconteceu em 1974, com o apoio da Prefeitura Municipal, e durou um final de semana. Com o sucesso da feira, a 2ª edição passou a durar uma semana, visto que shows diários foram incluídos no evento para entreter os visitantes. Em 2003, a feira ganhou sede própria, ou seja, o Pavilhão Permanente de Exposições Dr. Licínio Hilmar de Oliveira Arantes.

Atualmente, a Feira do Bordado de Ibitinga pode ser caracterizada como um megaevento nacional, fixo e anual. O evento consta no calendário turístico da cidade na primeira quinzena de julho de cada ano e trata-se de uma feira aberta por adesão, visto que são cobrados ingressos dos participantes que a visitam. Ademais, as áreas de interesse da feira estão relacionadas à cultura, ao lazer e aos segmentos promocional e turístico.

O município de Ibitinga pertence à Região Turística (RT) Centro Paulista, região onde há belezas naturais, estâncias hidrominerais e turísticas, parques e outros atrativos, o que estimula as diversas modalidades de turismo entre os visitantes, como: ecoturismo, turismo de aventura, de lazer, de pesca e rural.

Além disso, por meio da realização da Feira do Bordado e do incentivo aos turismos de negócios, compras e entretenimento, a cidade de Ibitinga consegue promover a sinergia entre a estância turística e o APL local. Para tanto, parque de diversões, praça de alimentação com gastronomia típica local e shows diários com artistas consagrados são atrações disponíveis durante o evento para atrair os turistas.

Embora os bordados e enxovais confeccionados no APL de Ibitinga sejam destinados ao mercado interno e externo, a Feira do Bordado mantém-se na cidade há quarenta e cinco anos por haver um vínculo institucional muito forte entre a prefeitura, o APL e a estância turística, a favor do desenvolvimento econômico local, o que inibe o deslocamento do evento para outras localidades mais influentes.

Ademais, mesmo divulgando bens comerciáveis, ao combinar o turismo de negócios e eventos ao turismo de lazer e de compras, a Feira do Bordado de Ibitinga promove uma

experiência ao turista que não é transacionável, ou seja, o contato com a cultura e a gastronomia local e a participação em shows de música regional.

O APL de semijoias de Limeira realiza um megaevento semestral, de escopo nacional e internacional, fechado aos profissionais do segmento e que visa às áreas científica, educativa e profissional. Desde 2002, a Feira Internacional de Joias Folheadas, Brutos, Máquinas, Insumos e Serviços (ALJOIAS) acontece em Limeira, com a promoção da Associação Limeirense de Joias (ALJOIAS), com o intuito de atrair profissionais da cadeia produtiva.

Contudo, com a nova administração da Domínio Organizadora a partir da edição de 2018, o evento dividiu-se em dois: a ALJOIAS continua sediada em Limeira, onde ocorre em agosto, mas passou a ser denominada ALJOIAS BRUTOS; a ALJOIAS agora é o nome dado à Feira Internacional da Joia Folheada, em que são expostos somente produtos acabados. Esse evento foi realizado em Campinas no mês de outubro de 2018.

Embora o município de Limeira pertença à Região Turística Bem Viver, onde há estâncias hidrominerais e atrativos naturais que estimulam o ecoturismo e os turismos de aventura, entretenimento, esportes, pesca e outros, o APL de semijoias não se relaciona com as atrações turísticas locais, visto que sua produção não é voltada para o mercado varejista, conforme a observação de Santos (2009), o que movimentaria o turismo de lazer e compras. De fato, as feiras que promovem o setor de semijoias são voltadas aos profissionais da área, o que incentiva o turismo de negócios e eventos em Limeira e região.

Como a Feira Internacional da Joia Folheada é voltada aos mercados interno e externo, o evento foi deslocado para Campinas, por se tratar de uma cidade mais influente e dotada de infraestrutura turística diversificada para sediar um evento de porte internacional e atender aos turistas de negócios.

Além disso, pela proximidade ao município de São Paulo, a cidade de Campinas absorve os efeitos de transbordamento da zona de influência da capital paulista, o que permitiu ao APL de Limeira transferir a ALJOIAS para Campinas ao invés de deslocá-la para o município de São Paulo.

Em Mirassol, a Feira de Móveis do Estado de São Paulo (Movinter) foi criada pelo Sindicato da Indústria do Mobiliário de Mirassol (SIMM) para divulgar as novas tecnologias do setor, promover os produtos dos expositores locais e nacionais e ampliar os negócios, especialmente aqueles voltados ao mercado de exportações. Assim, trata-se de um megaevento fechado aos profissionais do segmento, de escopo nacional e internacional e de caráter científico, educativo e promocional.

Por muito tempo, a Movinter foi realizada a cada dois anos em Mirassol pela Multiplus Feiras e Eventos. Com a associação da empresa à multinacional inglesa Reed Exhibitions em 2011, a Reed Multiplus passou a promover o evento. Todavia, a 10ª edição que ocorreria no município em 2014 foi adiada para 2016, devido aos efeitos da crise econômica do país e à promoção da Copa do Mundo no Brasil.

Após seis anos fora do calendário de eventos de Mirassol, uma vez que a última edição da feira ocorreu em 2012, a Movinter 2018 voltou remodelada: agora, o evento foi renomeado para Movinter Show, sua frequência passou a ser anual e sua realização foi transferida para São José do Rio Preto, dada a melhor infraestrutura turística da cidade para sediar o evento, o que poderá aumentar sua visibilidade. Nesse formato, a Movinter Show voltou a ser organizada pelo Sindicato da Indústria do Mobiliário de Mirassol (SIMM).

Com a remodelação do formato da Movinter Show 2018, foi preciso transferi-la para outra localidade que não apenas tenha uma infraestrutura turística mais diversificada, mas também que tenha maior influência regional para dar mais visibilidade ao evento, uma vez que o mercado de exportação é de interesse dos produtores do APL de Mirassol.

Entre 2002 e 2013, foi realizada a feira Tabatinga Baby Show pela Prefeitura Municipal de Tabatinga, a fim de promover o APL local. O megaevento anual tinha escopo regional e nacional, era aberto ao público e visava às áreas de lazer, promoção e turismo.

Enquanto as exposições de bichos de pelúcia e de enxovais para bebês eram feitas para movimentar o turismo de negócios, um parque de diversões com roda gigante e um calendário de shows diversificados eram oferecidos para estimular os turismos de lazer e de compras.

Em 2013, o prefeito de Tabatinga alterou o nome da feira de Tabatinga Baby Show para Expotaba para atrair mais visitantes ao evento. Ademais, a Expotaba passou a ocorrer no mesmo período em que acontece a Feira do Bordado de Ibatinga. A ideia era aproveitar a sinergia existente entre o APL de Ibatinga e a Região Turística (RT) da qual ambas as cidades fazem parte, a fim de absorver os efeitos de transbordamento da Feira do Bordado de Ibatinga para a Expotaba em Tabatinga.

Contudo, essa estratégia não deu certo para Tabatinga, pois a realização simultânea de duas feiras comerciais na mesma região estimulou a concorrência entre elas, ao invés de promover a cooperação. Assim, a Feira do Bordado de Ibatinga manteve-se no calendário regional de eventos, por ser mais tradicional, enquanto a Expotaba não mais foi realizada.

Atualmente, a Associação Comercial de Tabatinga (ACIAT) e o Sebrae/SP estimulam os industriais e os comerciantes do APL local para participarem da Feira Internacional do Setor Infanto-juvenil e Bebê (FIT) em São Paulo. Para tanto, são preparadas missões técnicas de visita ao evento.

Os enxovais para bebês atendem a um mercado de escopo regional e nacional, o que permite que a produção seja realizada no próprio APL de Tabatinga. Entretanto, as novidades e tendências da cadeia produtiva do segmento ou surgem em regiões de maior influência, como São Paulo, ou são trazidas do exterior. Por esse motivo, os produtores do APL de Tabatinga participam de eventos do ramo que acontecem em São Paulo.

A AJORESP Brasil Show é uma feira de negócios criada pela Associação dos Joalheiros e Relojoeiros do Noroeste Paulista (AJORESP) em 2002. Inicialmente, o evento ocorria em São José do Rio Preto, a fim de atrair os compradores nacionais e estrangeiros ao APL local. Contudo, percebeu-se que a feira teria mais visibilidade ao ser promovida em uma região mais influente. Em 2009, o evento foi transferido para Campinas, visto que tem ótima estrutura hoteleira, fácil acesso aeroportuário e rodoviário e proximidade à cidade de São Paulo.

A AJORESP Brasil Show classifica-se como um megaevento semestral, fechado aos profissionais, de escopo geográfico nacional e internacional e de caráter científico, educativo, lazer e promocional. Fazem parte da programação do evento: a realização de palestras com especialistas do segmento; a promoção de shows com artistas renomados para entreter os visitantes da feira.

A produção de joias do APL de São José do Rio Preto visa ao mercado interno e externo e depende das tendências de design que são ditadas no exterior. Por esse motivo, a AJORESP Brasil Show foi deslocada para Campinas, uma vez que a área de influência da cidade é maior e a proximidade à capital lhe permite absorver os efeitos de transbordamento de São Paulo em termos de público e negócios. Assim, a produção dos artigos do APL de São José do Rio Preto se mantém no território, mas o mercado de destino de interesse e a tendência de moda que orientam a confecção local seguem uma lógica global.

Quadro 3: Características de eventos de negócios relacionados a APLs paulistas: setor agropecuário

| Características dos APLs Paulistas | APLs | Alta Mogiana (Franca) | Holambra | Holambra | Holambra | Vale do Paraíba | Vale do Paraíba |
|-----------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Setor | Cafés Especiais | Flores | Flores | Flores | Leite | Mel |
| | Tipo de Bem | Consumo/ Insumo | Consumo/ Insumo | Consumo/ Insumo | Consumo/ Insumo | Consumo/Insumo | Consumo/Insumo |
| | Mercado de Destino do Bem | Interno/Externo | Interno/Externo | Interno/Externo | Interno/Externo | Interno | Interno |
| Características dos Eventos de Negócios | Evento/ Promotor(a) | Simcafé/Cocapec | Expoflora/ Prefeitura Municipal de Holambra | Hortitec/RBB Promoção & Eventos | Enflor e Garden Fair/RBB Promoção & Eventos | Feicampo/Sindicato Rural de Taubaté | Feira de Apicultura Sustentável de São Luiz do Paraitinga/ Apistinga São Luiz do Paraitinga (2014 a 2017)/ Taubaté (2018) |
| | Local do Evento | Franca | Holambra | Holambra | Holambra | Taubaté | |
| | Situação | Ativo (2010) | Ativa (1981) | Ativa (1993) | Ativa (1991/2003) | Ativa (2003) | Ativa (2014) |
| | Alcance do Público | Fechado | Aberto por adesão | Aberto por adesão | Aberto por adesão | Aberto | Aberto |
| | Frequência | Anual | Anual | Anual | Anual | Anual | Anual |
| | Localização | Fixo | Fixo | Fixo | Fixo | Fixo | Fixo |
| | Dimensão | Grande | Megaevento | Megaevento | Megaevento | Megaevento | Grande |
| | Áreas de interesse | Científico, Educativo e Promocional | Cultural, Lazer, Promocional e Turístico | Científico, Educativo e Promocional | Científico, Educativo e Promocional | Científico, Educativo, Lazer e Promocional | Científico, Educativo e Promocional |
| Geográfico | Regional | Regional/Nacional | Nacional/ Internacional | Nacional/ Internacional | Regional | Regional | |
| Tipologia | Simpósio | Exposição | Exposição | Feira | Feira e Exposição | Feira | |

Fonte: Elaboração própria (2018).

Quadro 4: Características de eventos de negócios relacionados aos APLs paulistas: setor industrial (I)

| | APLs Paulistas | Cunha | Franca | Franca | Franca | Ibitinga | Limeira | Mirassol | São José do Rio Preto | Tabatinga |
|------------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| Características dos APLs | Setor | Cerâmica artística | Calçados masculinos | Calçados masculinos | Calçados masculinos | Bordados de cama, mesa e banho | Semijoia | Móveis | Jóias | Artefatos têxteis/ bichos de pelúcia |
| | Tipo de Bem | Consumo | Consumo | Consumo | Consumo | Consumo | Consumo | Consumo | Consumo | Insumo/ Consumo |
| | Mercado de Destino do Bem | Interno | Interno/ Externo | Interno/ Externo | Interno/ Externo | Interno/ Externo | Interno/ Externo | Interno/ Externo | Interno/ Externo | Interno |
| | Evento/ Promotor | Festival de Cerâmica/ Instituto Cultural de Cerâmica de Cunha | Franca/ Franca Feiras | Couromoda/ Grupo Couromoda | FCA/Alto Empreendimentos | Feira do Bordado de Ibitinga/ Prefeitura Municipal de Ibitinga | Aljóias Brutos/ Aljóias/ Domínio Organizadora | Movinter/SIMM/ Multiplus Feiras e Eventos | Ajoresp Brasil Show/Ajoresp | Tabatinga Baby Show/ Expotaba/ Prefeitura Municipal de Tabatinga |
| Características dos Eventos de Negócios | Local do Evento | Cunha | Franca (1969 a 1982)/ São Paulo (desde 1983) | Rio de Janeiro (1973)/ São Paulo (desde 1986) | Franca | Ibitinga | Limeira (desde 2002)/ Campinas (2018) | Mirassol (1995 a 2016)/ São José do Rio Preto* (2018) | São José do Rio Preto (2002 a 2008)/ Campinas (desde 2009) | Tabatinga |
| | Situação | Ativo (2006) | Ativa (1969) | Ativa (1973) | Inativa (2008 a 2010) | Ativa (1974) | Ativa (2002) | Ativa (1995) | Ativa (2002) | Inativa (2002 a 2013) |
| | Público | Aberto | Fechado | Fechado | Fechado | Aberto por adesão | Fechado | Fechado | Fechado | Aberto |
| | Frequência | Anual | Anual | Anual | Anual | Anual | Anual/ Semestral | Bienal/Anual | Semestral | Anual |
| | Localização | Fixo | Fixo | Fixo | Fixo | Fixo | Fixo | Fixo | Fixo | Fixo |
| | Dimensão | - | Megaevento | Megaevento | Megaevento | Megaevento | Megaevento | Megaevento | - | Megaevento |
| | Área de interesse | Cultural, Lazer, Promocional e Turístico | Científico, Educativo e Promocional | Científico, Educativo e Promocional | Científico, Educativo e Promocional | Cultural, Lazer, Promocional e Turístico | Científico, Educativo e Promocional | Científico, Educativo e Promocional | Científico, Educativo, Lazer e Promocional | Lazer, Promocional e Turístico |
| | Geográfico | Regional | Nacional/ Internacional | Nacional/ Internacional | Regional | Nacional | Nacional/ Internacional | Nacional/ Internacional | Nacional/ Internacional | Regional/ Nacional |
| | Tipologia | Festival | Feira | Feira | Feira | Feira | Feira | Feira | Feira/Show | Feira |

Notas: (-) não foram encontradas informações.

(*) Em 2013, a Tabatinga Baby Show teve o nome alterado para Expotaba pela Prefeitura Municipal de Tabatinga, a fim de atrair mais negócios.

Fonte: Elaboração própria (2018).

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O termo APL refere-se à aglomeração produtiva de um determinado segmento em uma certa localidade. Quanto maior o número de atividades correlatas e o envolvimento dos atores sociais dessa organização territorial, mais organizado e articulado é o APL.

Estudiosos de diferentes linhas de pesquisa observaram experiências bem-sucedidas de APLs em países desenvolvidos, o que estimulou a gestão pública de economias em vias de desenvolvimento a encorajar a formação e o crescimento de APLs como alternativa de planejamento territorial e de desenvolvimento socioeconômico.

No Brasil, foram observados APLs pertencentes a vários setores de atividade econômica e com diferentes graus de articulação. Somente no estado de São Paulo, foi reconhecida a existência de 38 APLs e de 25 Aglomerados Produtivos (APs), segundo a SD (2018).

Com algumas mediações, é possível utilizar o termo APL para designar segmentos da área de serviços, como as atividades turísticas, com a diferença que os arranjos deste segmento representam a concentração de empreendimentos pertencentes aos variados segmentos do turismo, enquanto os APLs dos setores industrial e agroindustrial são formados pela aglomeração de empresas ligadas a diversos elos de uma mesma cadeia produtiva.

A relação entre APLs produtivos, circuitos turísticos e eventos ocorre na medida em que os produtores de APLs identificam as vantagens de utilizar circuitos turísticos para promover a divulgação de seus produtos e aumentar a produção via promoção de eventos que estimulam o consumo dos turistas. Em contrapartida, as empresas que operam no circuito turístico beneficiam-se da notoriedade do APL e de seus eventos, ao atrair mais turistas para a região.

Os resultados do trabalho permitiram identificar APLs no estado de São Paulo cujos produtos e circuitos turísticos estão muito bem inter-relacionados por meio da promoção de eventos, o que estimula o desenvolvimento local, tais como: o APL de cerâmica artística de Cunha que promove o Festival de Cerâmica de Cunha; o APL de flores de Holambra que realiza os eventos Enflor, Expoflora, Garden Fair e Hortitec e o APL de bordados e enxovais de Ibitinga que promove a Feira do Bordado de Ibitinga. Todos esses eventos não só divulgam seus APLs, como atraem turistas para seus CTs.

Por outro lado, existem outros APLs que não se relacionam com seus circuitos turísticos, visto que seus produtos não são voltados para o turismo. Esse é o caso do Simcafé promovido em Franca pelos produtores do APL de cafés especiais da Alta Mogiana.

Observou-se também que, quando os eventos ganham escala regional ou nacional e passam a divulgar bens exportáveis, eles tendem a migrar para regiões relativamente mais influentes. Esse é o caso tanto da Feira de Apicultura Sustentável que se deslocou de São Luiz do Paraitinga para Taubaté em 2018, a fim de propiciar maior visibilidade ao APL de mel; como, também, da Movinter Show que migrou da cidade de Mirassol para São José do Rio Preto em 2018, em busca de uma região de maior influência para a promoção do APL de móveis.

Em outras situações, a sinergia entre o APL, o circuito turístico e os eventos de negócios fogem ao âmbito local. Esse fenômeno ocorre quando o produto elaborado no APL está articulado à esfera nacional ou internacional, em detrimento da lógica local ou regional, o que estimula a deslocalização dos eventos. Para ilustrar, têm-se: a transferência da FRANCAL de Franca para São Paulo em 1983; a deslocalização da AJORESP Brasil Show de São José do Rio Preto para Campinas em 2009 e a ida da ALJOIAS de Limeira para Campinas em 2018.

Desse modo, constatou-se que a abrangência dos eventos é determinada pela região de influência das cidades-sede dos APLs: eventos locais ou regionais são promovidos por emissores cuja área de influência é local ou regional e eventos nacionais ou mundiais são realizados por emissores cuja atuação é nacional ou internacional. Assim, quanto maior o escopo geográfico dos eventos, maiores as chances de eles se deslocarem para cidades de maior influência geográfica. Nesse contexto, no estado de São Paulo, as cidades de Campinas e de São Paulo exibem porte para promover eventos de escala nacional e, sobretudo, internacional.

REFERÊNCIAS

BRANCO, M. L. G. C (Coord.). **Regiões de influência das cidades – 2007**. Rio de Janeiro: IBGE, 2008.

CASSIOLATO, J. E.; SZAPIRO, M. Arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais no Brasil. In: **Políticas para promoção de sistemas produtivos locais de MPME**. Rio de Janeiro: Redesist, 2002.

COUTINHO, L.; SARTI, F. (Coords.). **Estudo da competitividade do turismo brasileiro: turismo como instrumento de desenvolvimento regional – estudo de arranjos produtivos locais (APLS) no setor de turismo**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

FUINI, L. L. **Manifestações da governança territorial no Brasil: uma análise do ‘Circuito das Águas Paulista’ e do ‘Circuito das Malhas do sul de Minas Gerais’**. 2010. Tese (Doutorado em ‘Geografia’) – Instituto de Geociências e Ciências Exatas, UNESP, Rio Claro, 2010.

KRUGMAN, P. **Geography and trade**. Cambridge: MIT Press, 1991.

_____. What’s new about the new economic geography? **Oxford Review of Economic Policy**, v.14, n.2, 1998.

MATIAS, M. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 5. ed. Barueri: Manole, 2010.

MYTELKA, L. K.; FARINELLI, F. Local clusters, innovation systems and sustained competitiveness. In: **Arranjos e sistemas produtivos locais e as novas políticas de desenvolvimento industrial e tecnológico**. Rio de Janeiro: Instituto de Economia/UFRJ, 2000.

NORONHA, E. G.; TURCHI, L. Política industrial e ambiente institucional na análise de arranjos produtivos locais. **Texto para discussão n.1076**. Brasília: IPEA, 2005.

PORTER, M. Clusters and the new economics of competition, **Harvard Business Review**: 77-90, 1998.

SANTOS, J. E. F. **O setor de turismo e os arranjos produtivos locais no estado de São Paulo: especificidades e interdependências**. 2009. Dissertação (Mestrado em ‘Geografia’) – Instituto de Geociências e Ciências Exatas, UNESP, Rio Claro, 2009.

SANTOS, M. O tempo (os eventos) e o espaço. In: _____. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006. (Coleção Milton Santos 1).

SANTOS, F.; CROCCO, M.; LEMOS, M. B. Arranjos e sistemas produtivos locais em “espaços industriais” periféricos: estudo comparativo de dois casos brasileiros. **Texto para discussão N.182**. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2002.

SANTOS, G. A. G; DINIZ, E. J.; BARBOSA, E. K. Aglomerações, arranjos produtivos locais e vantagens competitivas locais. **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro, v.11, n.22, p. 151-179, dez. 2004.

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO (SD). **Arranjos Produtivos Locais (APLs)**. São Paulo: 2018. Disponível em: <[http://www.desenvolvimento.sp.gov.br/arranjos-produtivos-locais-\(apls\)](http://www.desenvolvimento.sp.gov.br/arranjos-produtivos-locais-(apls))>. Acesso em: 30 abr. 2018.

SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Circuitos Turísticos**. São Paulo: 2018. Disponível em: <<http://www.turismo.sp.gov.br/publico/noticia.php?codigo=57>>. Acesso em: 23 maio. 2018.

SILVA, J. A. S. **Turismo, crescimento e desenvolvimento: uma análise urbano-regional baseada em cluster**. 2004. Tese (Doutorado em ‘Ciências da Comunicação’) – Escola de Comunicações e Artes, USP, São Paulo, 2004.

SILVA, A. L. G.; BACIC, M. J.; SILVEIRA, R. L. F. Análise das políticas para Arranjos Produtivos Locais no estado de São Paulo. In: CAMPOS, R. R. *et al.* (Orgs.). **Políticas Estaduais para arranjos produtivos locais no Sul, Sudeste e Centro-Oeste do Brasil**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2010.

SUZIGAN, W. et al. Identificação, mapeamento e caracterização estrutural de arranjos produtivos locais no Brasil. **Relatório Consolidado**. DISET/IPEA, 2006.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). Promoting and sustaining smes clusters and networks for development. **Expert meeting on clustering and networking for SME development**. Geneva, 2-4 September 1998.