

EXPOFLORA: UMA ANÁLISE DO IMPACTO SOCIOECONÔMICO DO EVENTO NO DESENVOLVIMENTO DA CIDADE DE HOLAMBRA/SP

Nayane Senha Natal*
Aline Correia de Sousa Colantuono**

24

Resumo: A Expoflora, maior exposição de flores e plantas ornamentais da América Latina, realizada no município de Holambra, desde a sua primeira edição em 1981, atrai mais de 12 mil pessoas em um final de semana. Esse público não só deseja participar de inúmeras atividades no recinto da exposição, como também, quer conhecer um pouco sobre a cultura holandesa. O presente trabalho irá abordar a Expoflora como principal fator de desenvolvimento da Estância Turística de Holambra e analisará a relação do evento com seus participantes para compreender seu impacto na Cidade das Flores. Foram realizadas pesquisas documentais, bibliográficas e um estudo de caso da 34ª edição, realizada no ano de 2015. Dessa forma, foi possível identificar quais os motivos que levaram os participantes a visitar o evento, qual a opinião deles sobre a Expoflora e, por fim, qual o impacto causado pela edição de 2015 na Estância Turística de Holambra.

Palavras-chave: Holambra; Expoflora; Turismo de Negócios e Eventos.

Abstract: The Expoflora, biggest exhibition of flowers and ornamental plants in Latin America, held in the city of Holambra; since its first edition in 1981 it attracted more than 12 thousand people a one weekend. That public desires to participate of many activities and also to learn a little about Dutch culture. This paper will approach the Expoflora as the principal factor of development of the Holambra's Tourist City and analyze the event's relationship with its participants to understand its impact in the City of Flowers (Holambra). They were conducted by a documentary and bibliographic research and a case study of the 34th edition, held in 2015. In this way, it was possible to identify the reasons that led the participants to visit the event, their view and, finally, the impact of the edition of 2015 on tourism in Holambra.

Keywords: Holambra; Expoflora; Business and Events Tourism.

*Fatec Ipiranga. E-mail: nayanesenha@gmail.com

**Universidade Estadual de Campinas. E-mail: alinecsousa@yahoo.com.br

1 Introdução

Holambra, cujo nome é formado pela junção de Holanda, América e Brasil, é uma cidade tradicional de cultura holandesa. Apesar de ser uma região dotada, inicialmente, de atividades agropecuárias, atualmente, destaca-se em âmbito internacional com o comércio de flores, sendo conhecida como a Cidade das Flores desde 2011.

Em 1957, iniciaram-se as atividades de floricultura na cidade e, hoje, Holambra é responsável pela comercialização de, aproximadamente, 40% das flores e plantas ornamentais produzidas no Brasil. Essa porcentagem expressiva na economia do país, fez com que, em 1981, houvesse a primeira Expoflora, conhecida, recentemente, como a maior exposição de flores e plantas ornamentais da América Latina, cujo público, em apenas um final de semana do evento, chega a 12 mil pessoas (PORTAL DE HOLAMBRA, 2015a).

Com os anos, a exposição se tornou o principal atrativo turístico da cidade, o que colaborou para obter o título de Estância Turística de Holambra em 1998. Nota-se, assim, a importância turística de eventos e negócios de Holambra a partir da movimentação expressiva de pessoas durante todos os anos, a fim de participar da feira. Só na penúltima edição do evento, em 2014, cerca de 300 mil turistas visitaram a cidade.

Além do público brasileiro, a Expoflora atrai milhares de estrangeiros para a cidade de Holambra todos os anos, movimentando a economia do local e gerando benefícios para toda a comunidade que, por sua vez, sempre está envolvida diretamente com o evento. Atualmente, a Expoflora não só promove a criação de 6 mil vagas de emprego em Holambra, sendo 1,3 mil vagas diretas, como também estimula a economia local em, aproximadamente, 20 milhões de reais (EMPREGOS, 2018).

Este trabalho tem como objetivo realizar um estudo de caso da 34ª edição da Expoflora, de 2015, a maior exposição de flores e plantas ornamentais da América Latina, realizada em Holambra, a única estância turística da região de Campinas, a fim de analisar e compreender a importância do turismo de grandes eventos e negócios para a economia e o desenvolvimento de uma região.

Embora não existam pesquisas na área de eventos e negócios que tenham como objeto de estudo a Expoflora e sua dimensão de influência na economia da estância turística de Holambra, nota-se o desenvolvimento e o reconhecimento internacional da cidade, acompanhado pelo crescimento desse evento ao longo dos anos. Assim, é a importância econômica da Expoflora para a cidade de Holambra que justifica a importância do tema.

2 A Tipologia de Eventos e sua Relação com a Expoflora

Para compreender o mercado de turismo de eventos e negócios e os impactos socioeconômicos da Expoflora na Estância Turística de Holambra, faz-se necessário, primeiramente, conceituar eventos, analisar as diversas bibliografias sobre o tema e definir, com bases teóricas, quais as características da maior exposição de flores e plantas ornamentais da América Latina.

Isso posto, uma vez que evento é considerado como simples episódio, a autora Zitta (2012, p. 23) afirma que: “[...] é um acontecimento onde se reúnem diversas pessoas com os mesmos objetivos e propósitos sobre uma atividade, tema ou assunto”.

Outros autores, em sua maioria especializados em organização e em estratégias de eventos, conceituam-o de maneira mais abrangente, tais como Britto e Fontes (2002) que retratam evento como um conjunto de atividades planejadas, juntamente aos esforços dos envolvidos, com a finalidade de atingir resultados delineados em conjunto ao seu respectivo público. Já Matias (2010, p. 105) caracteriza eventos como a “[...] ação do profissional mediante pesquisa, planejamento, organização, coordenação, controle e implantação de um projeto visando a atingir seu público-alvo com medidas concretas e resultados projetados”.

Essas definições permitem compreender a amplitude do setor de eventos e constatar que sua realização resulta do desempenho de todos os indivíduos envolvidos, diretamente ou indiretamente. Ademais, demonstra o seu sucesso relacionado ao bom planejamento e à definição do público a ser alcançado, possuindo finalidades mercadológicas ou não.

Para compreender as classificações que um evento pode apresentar, será utilizada como referência a obra “Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas”, da autora Marlene Matias. Ela é quem, primeiramente, categoriza os eventos em relação ao público que alcançam, ao número de participantes e às áreas de interesses, como são mostrados os Quadros 1 a 3 a seguir:

Quadro 1 – Classificação de eventos em relação ao público-alvo

Tipos de Eventos	Características
Eventos fechados	Caracteriza-se em eventos com a condição de público-alvo determinado, em que este é convidado a comparecer.
Eventos abertos em geral	Caracteriza-se por ser projetado a um público sem restrição, alcançando todas as classes.
Eventos abertos por adesão	Caracteriza-se por ser proposto a um determinado segmento de público, que possui escolha de aderir mediante uma taxa de participação ou, também, de uma inscrição sem fins lucrativos.

Fonte: Adaptado de Matias (2010, p. 106).

Além da classificação em relação ao público-alvo, também são categorizados os eventos em relação ao número de participantes:

Quadro 2 – Classificação de eventos em relação ao número de participantes

Tipos de Eventos	Número de Participantes
Pequeno	Até 150 participantes
Médio	Entre 150 e 500 participantes
Grande	Acima de 500 participantes
Megaevento	Acima de 5 mil participantes

Fonte: Adaptado de Matias (2010, p. 107).

Por fim, há a classificação de eventos por tipologia. E, além de serem inúmeras as modalidades apresentadas pela autora, elas são dinâmicas, isto é, estão em constante mudança de definições e de nomenclaturas. Para a finalidade deste trabalho, será conceituada apenas a tipologia de exposição, que representa a classificação do evento a ser estudado.

Pode haver confusão entre os conceitos de exposições e feiras, uma vez que, segundo Matias (2010, p. 111), a feira é uma “[...] exibição pública com o objetivo de venda direta ou indireta, constituída de vários estandes, montados em lugares especiais, onde se colocam produtos e serviços”.

Os eventos também podem ser divididos em relação à área de interesse, conforme mostra o Quadro 3. Porém, é necessário compreender o objetivo principal da Expoflora para poder classificá-la corretamente, para isso, a 34ª Expoflora (2015, s.p.), afirma que “[...] o evento não se caracteriza como feira, pois o seu objetivo não é vender, mas, sim, mostrar ao público as flores e plantas ornamentais cultivadas por mais de 400 produtores que atuam em Holambra”. Logo, o evento a ser estudado classifica-se como uma exposição. Portanto, exposição é o evento no qual “[...] há um ‘cenário’ cuidadosamente preparado para a Empresa apresentar os resultados do seu trabalho e atender aos questionamentos do público visitante. Podem ser agropecuárias, industriais, comerciais, de informática etc.” (ZITTA, 2012, p. 53-54).

Quadro 3 – Classificação de eventos em relação à área de interesse

Tipos de Eventos	Características
Artístico	Eventos relacionados a qualquer tipo de manifestação artística.
Científico	Eventos relacionados às ciências naturais e biológicas.
Cultural	Eventos que exploram características de determinada cultura para promoção ou apenas conhecimento geral.
Cívico	Eventos relacionados a assuntos ligados à pátria.
Desportivo	Eventos relacionados a qualquer modalidade de esporte.
Folclórico	Eventos que expõem a cultura regional de uma região, abordando lendas, tradições, hábitos e costumes típicos.
Lazer	Eventos que propõem entretenimento ao seu participante.
Promocional	Eventos que promovem um produto, pessoa, entidade ou governo.
Religioso	Eventos relacionados a qualquer tipo de religião.
Turístico	Eventos que exploram os recursos turísticos de uma localidade, normalmente por meio de viagens.

Fonte: Adaptado de Matias (2010, p. 106-107).

Ainda Zitta (2012, p. 54) define que o objetivo da exposição é “[...] projetar técnica e institucionalmente a Empresa, criando oportunidade de negócios e troca de informações”. Além disso, seu público-alvo tem como aspecto “a comunidade em geral e as pessoas ligadas ao tema principal”.

Do mesmo modo que a autora retrata a exposição como evento com objetivo promocional, Cesca (2008) também define essa tipologia como um evento cujo objetivo principal é a divulgação. A autora ainda chama atenção para a composição desse formato de evento, em que os interessados devem obter um espaço físico com a equipe organizadora e prepará-lo com os produtos que desejam evidenciar, transformando-os em estande.

Com base nessas descrições, uma exposição pretende evidenciar um produto ou serviço com a participação dos expositores. Além disso, é uma oportunidade para os profissionais do assunto específico realizarem novos contatos e adquirirem informações e conhecimento sobre o mercado respectivo a ser representado no evento.

A Expoflora, com base nas definições apresentadas anteriormente neste trabalho, classifica-se, atualmente, como um evento aberto por adesão em relação ao público-alvo, visto que a organização do evento adotou o ingresso, vendido na bilheteria e no site do evento, como forma de atração do público interessado em participar da exposição de flores.

Em relação ao número de participantes, a Expoflora se classifica como um megaevento desde sua primeira realização, pois atrai um público acima de 5 mil

pessoas em apenas um final de semana, todos os anos (PORTAL DE HOLAMBRA, 2015a).

Por fim, em relação à área de interesse, o evento estudado pode ser classificado como: (i) cultural, pois há a exploração da presença da cultura holandesa na cidade com o objetivo de sua promoção, por exemplo, com a apresentação de dança típica que ocorre durante a Expoflora; (ii) evento de lazer, pois são realizadas atividades que proporcionam o entretenimento dos participantes, por exemplo, a chuva de pétalas realizada em todos os dias de exposição; (iii) promocional, pois há o objetivo de promover a Cidade das Flores, por meio de divulgação; e (iv) turístico, devido ao fato de que há a exploração dos recursos turísticos da região durante o evento, quando são realizados passeios turísticos pagos separadamente pelos ingressantes do evento que se interessam em participar de passeios.

A Expoflora conta com um grande número de participantes desde sua primeira edição, realizada em 1981, iniciando com um público de 12 mil pessoas em, apenas, um final de semana; até em 2015, em sua 34ª edição, a exposição atingiu números extraordinários de público. Estima-se que mais de 300 mil turistas participaram do evento nas últimas edições e que mais de 300 produtores se usufruíram da exposição para anunciarem novidades em flores e plantas ornamentais aos seus visitantes (PORTAL DE HOLAMBRA, 2015a).

Históricamente, apenas em 1989, a exposição de flores recebeu uma campanha publicitária planejada, que foi baseada no slogan “uma festa tipicamente holandesa”, sugerindo aos participantes, além da exibição de flores e plantas ornamentais, a ingressão na cultura da Holanda com comidas típicas, danças folclóricas e músicas tradicionais. Nessa 8ª edição, a Expoflora já atingira um público de 150 mil visitantes, crescendo expressivamente, em menos de dez anos, o que mostra a visibilidade que a cidade adquiria a cada edição por todo o país. O sucesso do evento, juntamente com a estabilização de Holambra como maior comercializador de flores e plantas ornamentais, foram motivos da grande procura turística pela Cidade das Flores e garantiram à cidade, em 1998, o título de Estância Turística do Estado de São Paulo e, também, o título de Capital Nacional das Flores no ano de 2011 (PREFEITURA DE HOLAMBRA, 2015b; PORTAL DE HOLAMBRA, 2015a).

A Expoflora se transformou em um dos principais produtos turísticos da Estância Turística, visto que o evento atrai um público extremamente diversificado que não só deseja conhecer a exposição como também realizar grandes negócios, ampliar os contatos comerciais e informar-se sobre as novidades do mercado. São, aproximadamente, mais de 2.500 flores e plantas de diversos tipos, além de outras diversas atividades durante a realização da exposição, como apresentações culturais, mostras de

paisagismo, passeio turístico, culinária típica e até um mini-sítio, sendo a maioria delas realizada dentro do próprio recinto da Expoflora (PORTAL DE HOLAMBRA, 2015a).

Uma das principais atividades esperadas pelos visitantes do evento é a “Parada das Flores”, ou seja, um desfile que conta com a participação de todos os artistas e no qual se atravessa o recinto do evento, com saída marcada na frente do Palco do Moinho e com chegada no local onde ocorre a “Chuva de Pétalas”. Essa última conta com equipamentos, especialmente projetados para o evento, garantindo o envolvimento direto de todos os participantes com a exposição (PORTAL DE HOLAMBRA, 2015a).

Como dito anteriormente, a Expoflora tornou-se um dos principais produtos turísticos da Cidade Nacional das Flores devido ao seu crescente sucesso, em termos de expositores, de público e de atrações, tornando-se, assim, um fator importante de movimento econômico dentro da cidade de Holambra. Em sua primeira edição, foram 12 mil participantes em um final de semana. Atualmente, o evento conta com a participação de 300 mil turistas (INFORMAÇÕES, 2018). Com isso, faz-se necessário apontar que o evento estimula, desde sua primeira realização, o turismo de eventos e negócios dentro da Estância; então, também é importante defini-lo, bem como os conceitos de turismo, produto turístico e suas tipologias.

As características turísticas e econômicas da Estância Turística de Holambra serão apresentadas no próximo tópico com maiores detalhes. No momento, será definido, apenas, o produto turístico e suas modalidades para uma melhor compreensão da Expoflora como atrativo turístico, além de cultural.

Comumente, a palavra turismo está, na maioria das vezes, relacionada ao lazer e ao ócio. Entretanto, dentre as inúmeras definições existentes, uma das primeiras foi a de Hermann von Schullernz (1911): “[...] turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, estado ou país” (BARRETO, 1995 apud MATIAS, 2010, p. 53).

A Organização Mundial de Turismo (OMT) estabelece uma descrição mais detalhada sobre o turismo, cuja definição é a seguinte:

[...] o conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares distintos do seu entorno habitual, por um período de tempo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios e outros motivos não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado. (CUENTA, 2001 apud IBGE, 2012, p. 9).

A partir dessas definições, nota-se que o turismo é um agrupamento de diversas atividades e serviços que não estão, necessariamente, ligadas ao lazer. Também

se observa que o turismo será consumido como um produto, parcialmente, ou em sua totalidade, pelo visitante do local.

Para Kotler (1988), produto é algo que é ofertado a um determinado grupo com a intenção de criar valor, seja comercializando ou cultuando este com a preocupação em atender às exigências e vontades do cliente. Uma vez considerado como produto, o Ministério do Turismo (MTUR), com a Faculdade Getúlio Vargas (FGV), publicou um “Estudo de Competitividade de Produtos Turísticos (2011)” que descreve o produto turístico como um “[...] composto de atrativos turísticos acrescidos de infraestrutura, serviços e equipamentos, comercializados de forma organizada, a fim de satisfazer às necessidades e aos desejos do turista” (BARBOSA, 2011, p. 27).

Tais citações afirmam que o sucesso do produto turístico depende do estudo das necessidades do turista; para isso, faz-se necessário que o mercado seja segmentado, pois cada grupo tem objetivos e desejos diferenciados. Assim, esse mesmo estudo divide o turismo em quatro tipos: ecoturismo, turismo cultural, turismo de negócios e eventos e turismo de sol e praia, conforme descritos no Quadro 4.

Quadro 4 – Segmentações do mercado turístico

Ecoturismo	“[...] é o segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações”. (BRASIL, 2006, p. 9).
Turismo Cultural	“[...] compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura”. (BRASIL, 2006, p. 13).
Turismo de Negócios e Eventos	“[...] compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social”. (BRASIL, MTUR, 2006, p. 46).
Turismo de Sol e Praia	“[...] constitui-se das atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor”. (BRASIL, 2006, p. 43).

Fonte: Adaptada de Estudo (2011, p. 29).

Assim, a Expoflora, como produto turístico de Holambra, não só incentiva o turismo de negócios e eventos mas também incentiva o turismo cultural, devido ao objetivo principal do evento de expor as flores e plantas ornamentais de seus produtores, o que cria a oportunidade de novos negócios para os profissionais da área que participam do evento, por um lado, e promove a cultura holandesa e suas tradições ainda presentes na Estância, por meio da culinária típica, de apresentações culturais e passeios turísticos, por outro lado.

3 A estância turística de Holambra

3.1 O lado da oferta

Responsável pela produção e comercialização de 40% de todas as flores e plantas ornamentais do Brasil, Holambra possui sua economia baseada em duas vertentes: a floricultura e o turismo local. Para melhor compreensão da estrutura econômica desses dois setores de atividade, será conceituada a definição de oferta turística.

Entende-se por oferta turística o conjunto de bens e serviços que serão oferecidos ao turista. Dessa forma, para que uma localidade venha a desenvolver uma atividade turística, ela deve dispor de recursos e atrativos significativos que despertem o interesse do visitante (BENI, 2000). A ideia é reforçada na definição a seguir:

[...] a oferta turística pode ser definida como a quantidade de bens e serviços que as empresas são capazes de oferecer a dado preço, em determinado período de tempo. Pode também ser definida como o conjunto de atrações naturais e artificiais de uma região, assim como de todos os produtos turísticos à disposição dos consumidores para a satisfação de suas necessidades. (LAGE; MILONE, 2009, p. 72).

A partir dessa afirmação, pode-se resumir que a oferta turística é composta por um conjunto de atividades e de produtos que serão oferecidos ao visitante em um período de tempo preciso e por um preço delimitado. Esse conjunto de bens e serviços não só deve despertar o interesse do turista em se deslocar e visitar o município, bem como pode ser formado por atrações já provenientes do local, como é o caso das praias, ou por atrações planejadas e construídas pelo homem, por exemplo, os monumentos.

Vasconcellos e Carvalho (2006) reúnem os serviços e bens em três categorias principais, o que auxilia na compreensão de quais são os produtos e as atividades que estão dentro da oferta turística. São eles: os atrativos turísticos; os equipamentos e serviços turísticos complementares; e a infraestrutura de apoio ao turismo.

“Entende-se como atrativos turísticos todo o lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los” (LAGE; MILONE, 2009, p. 73). De maneira simples, os atrativos turísticos são constituídos pelos bens naturais da localidade, pelos bens não materiais que formam a história local e, também, pelos bens construídos pelo homem (VASCONCELLOS; CARVALHO, 2006). Lage e Milone (2009) segregam os atrativos turísticos de uma maneira similar, como pode ser observado a seguir:

Entre os principais atrativos turísticos, podemos destacar:

1. Recursos naturais: montanhas, planaltos e planícies, costas ou litoral, terras insulares, hidrografia, pântanos, quedas d'água, fontes hidromineral e/ou termal, parques e reservas de flora e fauna, grutas, cavernas, áreas de caça e pesca etc.
2. Recursos histórico-culturais: monumentos, sítios, instituições culturais de estudo, pesquisa e lazer (museus, bibliotecas), festas, comemorações, gastronomia, artesanato, folclore, música, dança, feiras, compras etc. Inclui também todos os recursos em matéria de hospitalidade.
3. Realizações técnicas e científico-contemporâneas: exploração de minérios, exploração industrial, obras de arte e técnica (usinas, barragens) centros científicos e tecnológicos (zoológicos, jardins botânicos) etc.
4. Acontecimentos programados: congressos e convenções, feiras e exposições, realizações diversas (desportivas, artísticas, culturais, sociais, gastronômicas, científicas) etc. (LAGE; MILONE, 2009, p. 73).

Já os equipamentos e serviços turísticos complementares são formados pelos meios de hospedagem (estabelecimentos hoteleiros); de alimentação (bares, lanchonetes, restaurantes, cervejaria etc.); de entretenimento (boates, teatros, cinemas, parques, autódromos, clubes e outros); de transporte, de agenciamento, de informação etc. (LAGE; MILONE, 2009).

Para Lage e Milone (2009), ainda há a infraestrutura de apoio ao turismo formada pelas informações básicas do município (postos de informações); sistemas de transportes (terrestres, marítimos ou aéreos); sistema de comunicação (agências postais); sistemas de segurança (corpo de bombeiros, delegacias de polícia); sistema de saúde (hospitais, maternidades e clínicas) e também sistemas de água, eletricidade, saneamento, gás e outros.

Entende-se, então, que a oferta turística é o conjunto total de todos os itens que serão oferecidos e disponibilizados ao visitante para satisfazer sua necessidade durante sua estadia e, conseqüentemente, gerar uma experiência agradável e única a todos os seus turistas.

Devido à grandiosidade de produtos e serviços que compõem a oferta turística, o bom planejamento pela equipe gestora da localidade para atender os seus visitantes é de extrema importância.

3.2 A estrutura do setor de flores

Responsável por 40% da produção e comercialização de flores e plantas ornamentais do país, a Cidade das Flores possui uma economia predominantemente agrícola, baseada na floricultura. Segundo a Fundação Seade (2014), enquanto o grau

de urbanização de Holambra é de 78,1%, a cidade de São Paulo possui um grau de urbanização de 99,1%, o que demonstra a importância rural de Holambra.

A participação da atividade agropecuária no valor adicionado (VA) de Holambra foi de 15,27% em 2012, ao passo que o mesmo setor possuía um total de 0,01% no VA da cidade de São Paulo, outra informação que reforça a importância da atividade agropecuária na economia e na vida dos moradores da Cidade das Flores (FUNDAÇÃO SEADE, 2015).

Em 2013, com uma população total de 12.307 habitantes, Holambra possuía 7.361 moradores com empregos formais e 3.279 moradores com empregos formais nas atividades de agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura, o que representava 44,55% de todos os empregos formais registrados na cidade (FUNDAÇÃO SEADE, 2015). Ainda foram registrados 623 ha de área irrigada nos estabelecimentos com atividade econômica principal de floricultura na Cidade das Flores, enquanto apenas mais dois municípios registraram uma área maior que 500 ha em todo o país, ou seja, Itapetininga (739 ha) e Atibaia (724 ha) (CARACTERIZAÇÃO, 2004).

Segundo dados do RAIS/MTE (2015), é possível analisar que, entre os anos de 2006 e 2014, houve um crescimento no número de estabelecimentos que cultivam flores e plantas ornamentais em Holambra, principalmente as de micro e pequeno porte que, respectivamente, empregam de 0 a 19 funcionários e de 20 e 99 funcionários. Também é possível analisar que há muito poucas propriedades médias (de 100 a 499 empregados) e grandes (acima de 500 empregados) no município. Essa análise pode ser observada na Tabela 1 a seguir.

Tabela 1 – Número de estabelecimentos que cultivam flores e plantas ornamentais em Holambra/SP nos anos de 2006 e 2014

Tamanho do estabelecimento por número de funcionários empregados	Ano de 2006	Ano de 2014
0 empregados	4	6
De 1 a 4 empregados	43	44
De 5 a 9 empregados	20	27
De 10 a 19 empregados	30	29
De 20 a 49 empregados	23	26
De 50 a 99 empregados	11	12
De 100 a 249 empregados	1	2
De 500 a 999 empregados	1	0

Fonte: Adaptada de Brasil (2015).

O Veiling Holambra concentra a exportação e a comercialização de flores e plantas ornamentais para todos os destinos. Mesmo com a grande dificuldade de se exportar um produto que precisa de muitos cuidados, as flores comercializadas chegam a alcançar uma média de 3.500 a 4.000 quilômetros de distância do ponto de origem da sua produção. Dentro do país, a região para onde é enviada uma quantidade maior de flores é a região sudeste, seguida pela região sul, depois norte e nordeste e, por fim, a região centro-oeste (FLORES, 2015).

Em relação às exportações internacionais, o Brasil ocupou em 2013 a 44ª posição na lista de principais exportadores internacionais de flores e plantas ornamentais. Após o ano de 2008, as exportações internacionais entraram em declínio, devido à grande crise nos Estados Unidos que afetou diversos outros países e, conseqüentemente, fez o mercado da floricultura no Brasil voltar-se para o suprimento nacional.

Entretanto, a exportação desses produtos continuou, a fim de os produtores nacionais conquistarem novos mercados mundiais, e nos anos de 2011 a 2013, o país teve a Holanda como a principal importadora de suas flores e plantas ornamentais, representando uma média de 57% em relação a todos os países importadores. Os principais produtos exportados internacionalmente pelo país fazem parte dos materiais propagativos vegetais, ou seja, são os bulbos (FLORES, 2015).

Com essas informações, foi possível compreender o mercado de floricultura brasileiro e a sua relação com a cidade de Holambra, que é a maior produtora do país. Além disso, foi possível analisar os motivos que fazem essa estância se destacar na qualidade de produção de flores e plantas ornamentais e, conseqüentemente, ser a maior comercializadora do ramo no Brasil. Assim, essa fama na produção de flores foi fundamental para fortalecer a estância turística de Holambra, cuja estrutura será analisada a seguir.

3.3 A Estrutura turística da Cidade das Flores

Uma das principais bases econômicas de Holambra é o turismo, sendo ele cultural e também de negócios e eventos. Assim, para uma melhor compreensão da oferta turística da Cidade das Flores, este tópico pretende identificar a estrutura disponível da região para atender aos diferentes perfis de turistas durante diversos períodos do ano.

Os recursos naturais presentes na Cidade das Flores são definidos no “Mapa Turístico” do município (PREFEITURA DE HOLAMBRA, 2015c) como “pontos turísticos”. São eles: três lagos (Lago do Holandês, Lago Nossa Prainha e Lago Vitória Régia) e quatro praças (Praça da Cachoeira, Praça das Dálias, Praça dos Coqueiros

e Praça dos Pioneiros). Além desses pontos, há os campos de flores que podem ser visitados com agendamento prévio durante o evento da Expoflora.

Os recursos histórico-culturais são inúmeros, dentre eles, Holambra possui o Museu Histórico e Cultural de Holambra, o Sítio Estrela do Leste Arurá, o Rancho da Cachaça, o Moinho Povos Unidos, o Portal do Moinho, o Grande Portal Turístico e, também, o Memorial do Imigrante. Além disso, nessa segmentação, incluem-se as festas e comemorações e os locais de artesanato e compras. Segundo o “Mapa Turístico”, há 14 lugares para os turistas realizarem compras, desde presentes até flores (PREFEITURA DE HOLAMBRA, 2015c). Conforme dispõe o “Calendário Oficial de Holambra”, há inúmeras comemorações culturais durante o ano na cidade, são elas:

- Carnaflores: realizado em fevereiro de todos os anos, é o carnaval de Holambra. Tem como objetivo atrair moradores e turistas para um diferente carnaval de rua. Essa celebração conta com shows ao vivo, bailes de carnaval e também um desfile de rua, realizado sempre na terça-feira de Carnaval. O diferencial é que os carros alegóricos são feitos nas carretas dos tratores, o que faz do evento uma comemoração bem divertida e única.
- Semana Santa: realizada no mês de abril, a Semana Santa, é uma celebração religiosa tradicional, que conta com exposição de pinturas, procissão, encenações religiosas e com uma manhã de pesca em Nossa Prainha.
- O Dia do Rei e Corrida do Rei, também realizado no mês de abril, promove a mistura entre os esportes e a cultura holandesa, realizando uma comemoração no dia do aniversário do monarca regente na Holanda. Além da festa, há uma prova de pedestrianismo, passando pelos principais pontos turísticos da cidade e terminando em frente ao Moinho Povos Unidos, onde ocorre a comemoração.
- *Comemoração do aniversário de Holambra: em outubro, a cidade comemora a sua emancipação político-administrativa sempre no dia 27. Durante o evento, há apresentações folclóricas, bolo e um ato cívico.*
- *Festa de São Nicolau: realizada no mês de dezembro, São Nicolau é a figura central das comemorações natalinas na Holanda. Durante a primeira semana de dezembro, os chamados Pedros Negros, ajudantes do São Nicolau, percorrem a cidade levando doces para as crianças e, por fim, há a representação da visita de São Nicolau na cidade, em que ele distribui presentes para as crianças. (PREFEITURA DE HOLAMBRA, 2015a).*

Não há, no município de Holambra, realizações técnicas e científico-com-temporâneas. Porém, outros componentes dos atrativos turísticos são os acontecimentos programados que, juntamente com as comemorações culturais da cidade,

preenchem o calendário de eventos de Holambra durante todo o ano. Também pode se afirmar que, devido ao sucesso da maior exposição de flores e plantas ornamentais da América Latina, a cidade viu a oportunidade de explorar o ramo de eventos, programando diversos eventos que geram a movimentação turística na cidade em diferentes períodos e, conseqüentemente, movimentam a economia local. Dentro dos acontecimentos programados de Holambra, estão:

- O Festival Geraldo Pires: realizado no mês de maio, comemora a cultura caipira com uma competição musical no bairro Palmeiras. O evento procura reviver as raízes sertanejas e toda a tradição da moda de viola, além de manter o contato entre essa arte brasileira e as novas gerações.
- Hortitec (Exposição Técnica de Horticultura, Cultivo Protegido e Culturas Intensivas): realizada no mês de junho, é reconhecida como a maior feira de Horticultura da América Latina; ela conta com a participação de 350 expositores do Brasil e de fora do país, que vêm para mostrar tecnologias e equipamentos para a produção de flores e plantas ornamentais. Durante o evento, são realizadas palestras e cursos de capacitação.
- Enflor e Garden Fair: realizadas no mês de julho, é uma feira de negócios focada em floristas e decoradores, os quais são eventos com o objetivo de mostrar as últimas novidades de flores, acessórios, embalagens, presentes etc. São 170 expositores e também há palestras, cursos e demonstrações técnicas.
- Festival de Inverno: realizado em julho, tem como objetivo propor entretenimento aos jovens no período de recesso escolar e, com isso, ajuda a movimentar o turismo e a criar uma oportunidade para os artistas de Holambra ou de outras regiões divulgarem seus trabalhos.
- Vlooiën Markt (Mercado das Pulgas): ocorre no mês de agosto e abril; conta com a participação dos moradores da cidade que, por sua vez, são os próprios expositores nessa feira de venda ou troca de produtos usados. São diversos tipos de produtos todos com baixos valores.
- Trekker Trek: realizada em agosto, é a famosa competição de tratores envenenados. Com tratores especiais, os participantes disputam quem faz o maior percurso puxando o maior peso. É um esporte original dos Estados Unidos e, no Brasil, foi realizado pela primeira vez em Holambra, pelos descendentes holandeses, em 1992.
- Expoflora: a maior exposição de flores e plantas ornamentais da América Latina, ocorre em setembro, preenchendo o mês inteiro com a realização desse evento.
- Encontro de Veículos Antigos: realizado no mês de outubro, conta com a participação de, aproximadamente, 200 carros, sendo 70% deles restaurados e de coleção.

- Vila de Natal: no mês de dezembro, a Vila de Natal é aberta em Holambra, realizada no recinto da Expoflora; o evento é decorado com mais de dois milhões de luzes e robos temáticos em tamanhos reais. A Vila abriga todas as apresentações natalinas da cidade e é considerada umas das principais festas de fim de ano do Estado de São Paulo. (PREFEITURA DE HOLAMBRA, 2015a).

Todos esses eventos que são realizados anualmente na cidade contribuem de forma direta na movimentação turística de Holambra. Ademais, a participação da comunidade local é de suma importância. Segundo a Fundação Seade (2015), em 2013 o número de empregos formais registrados na área de serviços foi de 1.601, o que representava 21,75% de todos os empregos formais, perdendo apenas para os empregos formais na agricultura, que representava 44,55%.

Além disso, a remuneração média em salários mínimos (SM) da maioria dos funcionários de alojamento e alimentação, entre os anos de 2006 e 2014, concentrou-se na faixa de 1,51 a 2,00 (SM). Já a faixa salarial da maioria dos funcionários na área de artes, cultura, esporte e recreação se concentrou entre 1,01 e 1,50 (SM) nesse mesmo período de tempo. Do mesmo modo, a remuneração média dos empregados na área de agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura também concentrou-se na faixa de 1,01 a 1,50 (SM) (BRASIL, 2015). Nota-se, dessa forma, que a renda média do setor de turismo no município está no mesmo patamar que a faixa salarial do setor da agricultura.

Segundo as definições de Vasconcellos e Carvalho (2006), a oferta turística é formada por equipamentos e serviços complementares, além dos atrativos turísticos. Na cidade de Holambra, há 12 locais para dormir, entre hotéis, pousas e um camping; há 20 locais para comer, entre restaurantes, pizzarias, confeitarias, sorveterias e lanchonetes; há, também, três agências de receptivo (Holambrasil Turismo Receptivo, Holamtour e a Theos Turismo Receptivo) (PREFEITURA DE HOLAMBRA, 2015c). Além disso, há serviços de beleza, com seis salões; há serviços públicos (prefeitura municipal, câmara municipal dos vereadores, serviço de apoio ao turista, departamento de cultura e eventos e o departamento de turismo); há a disponibilidade de bancos para uso dos visitantes (Banco do Brasil, Bradesco, Itaú e um caixa 24 horas) e há quatro imobiliárias (PORTAL DE HOLAMBRA, 2015c).

Dentro da infraestrutura de apoio ao turismo, último item que completa a oferta turística, juntamente com os atrativos turísticos e os equipamentos e serviços complementares, há a possibilidade de locação de bicicletas na Theos Turismo Receptivo e na Holambrasil Turismo Receptivo; há a possibilidade de locação de carros na Mult Transportes; há serviço de táxi disponível para os turistas; há serviço de saúde, com o posto de saúde municipal localizado no centro da cidade; há serviços

de segurança (polícia militar e guarda municipal) e por fim, há quatro meios de comunicação on-line (Jornal da Cidade, Revista The Flowers, Jornal de Holambra e Holambra In Foco) (PORTAL DE HOLAMBRA, 2015c).

Assim, está organizada a estrutura turística da Cidade das Flores, planejada para receber o seu visitante da melhor maneira possível, atendendo a todas as suas necessidades, seja ele um turista que veio a negócios ou a lazer. Com essa análise, é possível verificar que o participante que vem para a Expoflora poderá contar com vários serviços para garantir seu conforto e o melhor aproveitamento do evento, assegurando uma experiência positiva e uma boa imagem da cidade.

4 Estudo de caso da 34ª Expoflora

Para a elaboração do estudo de caso da 34ª Expoflora, realizada no ano de 2015, foram aplicados formulários com perguntas abertas e de múltipla escolha, a fim de se obter as seguintes informações: a) levantamento dos motivos da ida dos visitantes à Expoflora; b) análise detalhada do impacto da maior exposição de flores e plantas ornamentais da América Latina na Estância Turística de Holambra.

A pesquisa foi realizada no dia 13 de setembro de 2015, dentro do recinto da Expoflora, no período da tarde (entre 13 horas e 17 horas), com 42 participantes escolhidos, aleatoriamente, durante a realização do evento.

Para melhor visualização das informações apuradas, foi montada uma tabela para quantificar o número de respostas mensuradas para determinada alternativa, bem como gráficos para comparar qual a resposta que foi mais escolhida em relação às outras.

Além disso, utilizou-se da técnica de observação direta intensiva, individual, não estruturada, não participante e realizada na vida real, a fim de analisar os fatores reais ocorridos durante a 34ª Expoflora.

A Tabela 2 contém as respostas para a “Questão – Qual é a sua cidade de Origem?”. Elas foram divididas entre RM de Campinas, RM de São Paulo e Interior do Estado de São Paulo. Não houve participantes entrevistados que vieram de fora do Estado de São Paulo. E a região de origem da maioria das entrevistas foi a RM de São Paulo, com aproximadamente 45,23%, o que mostra que muitas pessoas vão de São Paulo para conhecer e participar do evento, e por consequência, acabam conhecendo o município de Holambra e sua cultura.

Como este estudo de caso foi feito em apenas um dia do evento e de forma aleatória, ele não tem efeitos estatísticos, visto que não representa o universo do

público da 34ª Explora presente em todo o período do evento. Porém, o método usado pelas pesquisadoras não tira o mérito da pesquisa, uma vez que atende aos objetivos do presente trabalho.

Tabela 2 – Região de Origem dos Participantes Entrevistados

Região de Origem	%
RM São Paulo	45,24
RM Campinas	28,57
Interior do Estado de São Paulo	26,19

Fonte: Elaborada pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

Na “Questão – Você veio à Estância Turística de Holambra para participar da Expoflora?”, procurou-se mensurar o interesse do público para visitar, primeiramente, o evento que estava ocorrendo no momento e, de forma análoga, para as respostas negativas, pretendia-se verificar se o interesse do público estava em conhecer a cidade de Holambra. Como resposta, 95,24% dos pesquisados apontaram “sim” e apenas 4,76% responderam “não”, e as duas respostas “não” obtidas na realização da entrevista foram de moradores do próprio município de Holambra.

Isso mostra que o movimento de turistas durante o período de realização da 34ª Expoflora era totalmente motivado pela maior exposição de flores e plantas ornamentais da América Latina. Podem-se observar esses resultados, no Gráfico 1.

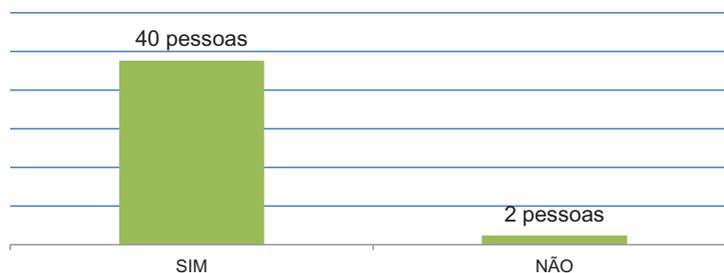


Gráfico 1 – 34ª Expoflora como principal motivo de vinda à Holambra pelos entrevistados

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

A partir do momento em que o entrevistado respondeu afirmativamente ao interesse de visitar Holambra para participar da 34ª Expoflora, questionou-se “Qual a motivação de visitar a Expoflora?” com o objetivo de verificar qual o interesse mais comum dos participantes ao se deslocarem para participarem da 34ª edição do evento.

Entre as respostas, a que mais predominou foi “gosta de flores e/ou plantas ornamentais” com 72,5%, seguido por “outros” motivos com 25% e por “oportunidades de novos negócios” com 2,5%. Não houve respostas de pessoas que trabalhavam no setor, o que não só dá ao evento um caráter mais informal e familiar como também mostra que a exposição de flores é feita para todos e não apenas para profissionais da área. Ademais, é mais provável que os profissionais da área participem mais da Enflor e Garden Fair, pois são eventos voltados para quem trabalha no setor.

Além disso, dentre os 25% de visitantes que responderam “outros” motivos se dividiram em “acompanhar esposa/mãe” e “passeio”. Logo, pode se afirmar que a 34ª Expoflora não é apenas uma exposição de flores e plantas ornamentais, ela também é um evento completo com entretenimento, gastronomia e cultura, levando muitas pessoas a um passeio de lazer.

Para os participantes que responderam “não” ao interesse de visitar Holambra para participar da Expoflora, foi elaborada a “Questão – Por qual motivo veio à Estância Turística de Holambra?”. Entre as respostas possíveis, apenas foi assinalada a opção “outros”. Como dito anteriormente, as duas pessoas entrevistadas que não estavam em Holambra com o principal motivo de participar da 34ª Expoflora eram moradores do município. Assim, as respostas “conhecer a cultura holandesa e os pontos turísticos”, “visitar os campos de flores” e “provar a culinária típica holandesa” não foram pontuadas.

O Gráfico 2 analisa a relação das respostas afirmativas ao interesse de visitar Holambra para participar da Expoflora e seu principal motivo de visita ao evento pelos participantes entrevistados.

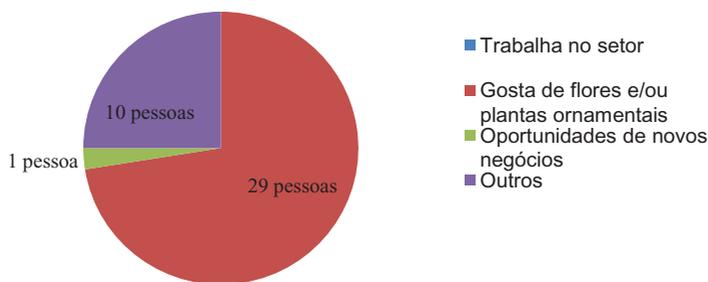


Gráfico 2 – Principal motivo de visitar a 34ª Expoflora pelos entrevistados

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

Durante o formulário, também foi analisado se os participantes entrevistados que frequentavam o evento já haviam participado de alguma edição anterior da

Expoflora. Do total das respostas, 83,33% afirmaram que estavam participando de sua primeira edição e apenas 16,67% responderam que já haviam participado de outras edições. E apenas duas pessoas responderam que era a segunda edição de que participavam e as outras cinco restantes não se lembravam de quantas exposições já haviam participado. O Gráfico 3, apresentado a seguir, mostra a proporção de pessoas que estavam em sua primeira edição na Expoflora em relação a aquelas que já haviam participado de outras, a partir das respostas obtidas com a “Questão – É a sua primeira vez na Expoflora?”.

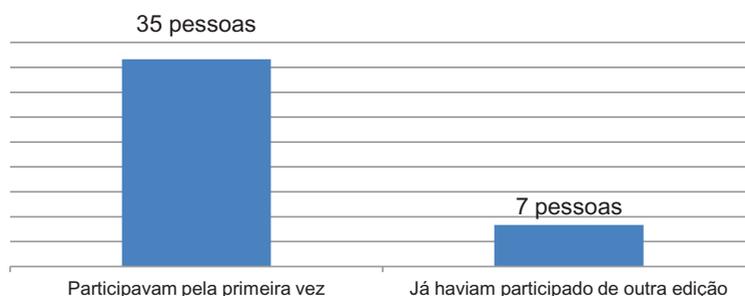


Gráfico 3 – Primeira participação da Expoflora pelos entrevistados

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

Na “Questão – É a sua primeira vez em Holambra a turismo?”, 83,33% das pessoas que responderam que estavam participando de sua primeira edição da Expoflora também afirmaram que estavam em Holambra pela primeira vez. Por sua vez, os 16,67% entrevistados que haviam participado de alguma edição, conseqüentemente, já haviam visitado o município de Holambra anteriormente.

A “Questão – Você pretende visitar a cidade após o evento?” teve como objetivo analisar se a 34ª Expoflora impactou os participantes entrevistados a ponto dos visitantes quererem voltar ao município para realizar turismo em Holambra. As respostas obtidas como “sim” alcançaram uma porcentagem de 73,81% e como “não” apresentaram uma porcentagem de 26,19%. Logo, o evento gerou um impacto positivo no público pesquisado, o que faz com que o movimento de turistas na cidade seja estimulado e que, a cada edição da Expoflora, o número de participantes aumente. O Gráfico mostra essa relação.

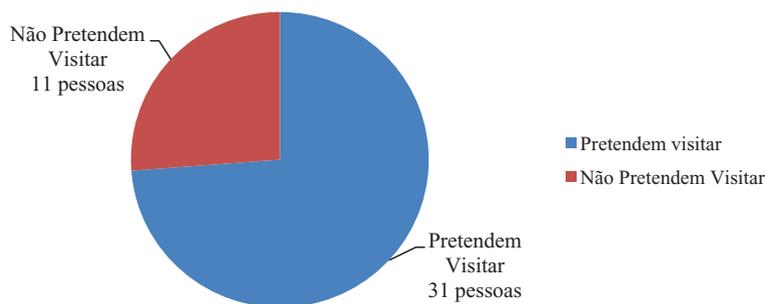


Gráfico 4 – Perspectiva dos entrevistados visitarem Holambra após o evento

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

A “Questão – Como você veio para a Expoflora?” pretende analisar qual o meio de transporte mais utilizado pelos participantes da 34ª Expoflora. Dentre as respostas obtidas, a que mais se sobrepôs foi “veículo próprio” (59,52%), seguida por “transporte terrestre (ônibus)” (38,1%) e, por fim, “outros” meios de transporte (2,38%). Não houve respostas que verifiquem a utilização de transporte aéreo como modal escolhido pelos participantes. O Gráfico 5 mostra os resultados dessa questão. É possível analisar que locomover-se por meio de ônibus para chegar ao evento é uma opção bem utilizada pelos participantes, o que pode ser relacionado com a grande quantidade de participantes que vêm com excursões.

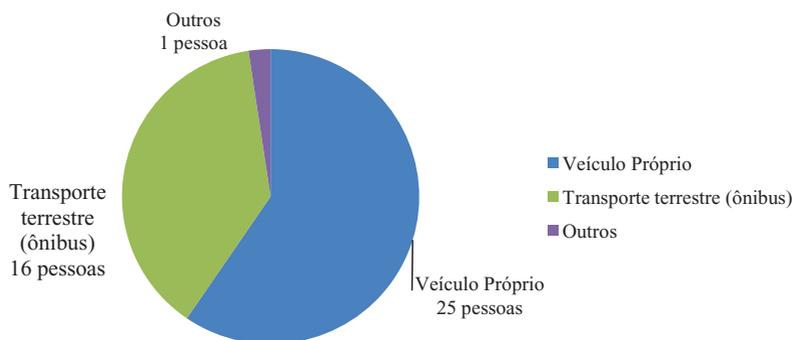


Gráfico 5 – Meio de transporte utilizado pelos entrevistados

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

Além disso, como a principal origem dos participantes da Expoflora é a RM de São Paulo e o meio que liga a região ao município de Holambra é o rodoviário, ou as pessoas se deslocam de carro próprio ou de ônibus para chegar à Cidade das Flores.

Para analisar se os participantes movimentaram o setor hoteleiro durante o período de realização da 34ª Expoflora, foi elaborada a “Questão – Está hospedado em algum hotel em Holambra?”. Foram obtidas 100% de respostas negativas pelos participantes entrevistados. Considerando o fato de a maioria dos participantes ir de carro próprio e morar em regiões próximas, pode-se entender que a maioria vai para passar o dia, não necessitando gastar com estadias em hotéis, o que caracteriza o público da Expoflora como visitante e não turista, ou seja, o turista como definição, usufrui de todos os componentes da oferta turística, por exemplo, dos equipamentos e serviços complementares (hotéis, agências de viagem, restaurantes e lanchonetes locais etc.); porém, como o público é apenas visitante, ele apenas usufrui dos serviços que estão presentes dentro do evento.

Como forma de sintetizar os resultados obtidos com o estudo de caso da 34ª Expoflora, foi elaborado o Quadro 5 a seguir, para facilitar a visualização e a compreensão das informações colhidas para cada item (A ao B).

Quadro 5 – Síntese dos resultados do Estudo de Caso da 34ª Expoflora

a) LEVANTAMENTO DOS MOTIVOS DA IDA DOS PARTICIPANTES À EXPOFLORA	
Questões relacionadas ao item	Conclusão
1. Você veio à Estância Turística de Holambra para participar da Expoflora? 2. Se sim, qual o motivo de visitar a Expoflora? 3. Se não, por qual motivo veio à Estância Turística de Holambra?	O motivo principal da ida à Estância Turística de Holambra pelos participantes foi a 34ª Expoflora. Em sua maioria, foi pelo fato de que gosta de flores e/ou plantas ornamentais. Porém, uma expressiva parte foi a passeio e acompanhando um familiar, o que mostra a característica de lazer e informalidade do evento. Por sua vez, os que não tinham como principal motivo a visita à 34ª Expoflora para estar em Holambra eram moradores do município.
b) ANÁLISE DETALHADA DO IMPACTO DA EXPOFLORA NA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE HOLAMBRA	
Questões relacionadas ao item	Conclusão
4. É a sua primeira vez na Expoflora? 5. É a sua primeira vez em Holambra? 6. Você pretende visitar a cidade após o evento? 7. Como você veio para a Expoflora? 8. Está hospedado em algum hotel em Holambra?	Embora não houvesse participantes que gerariam receita direta na hotelaria do município, um número expressivo de pessoas estava retornando a mais uma edição da Expoflora, o que significa que, além de elas gostarem do evento, voltaram e geraram receita à cidade mais uma vez. Aos que estavam pela primeira vez no evento, a grande maioria afirmou visitar a cidade em uma próxima oportunidade. Isso mostra que uma expressiva parcela dos participantes, após o evento, pretende voltar e realizar turismo no município, gerando novamente receita para a Cidade das Flores. Por fim, a questão 14 permitiu verificar que mesmo não sendo turistas que participaram da 34ª Expoflora e sim visitantes; foi gerada receita pela utilização dos serviços de dentro da exposição (restaurantes internos, passeio aos campos de flores, brincadeiras pagas etc.).

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

5 Considerações finais

Com objetivo de analisar e compreender a importância dos grandes eventos para a economia e o desenvolvimento de uma região, notou-se ao longo do trabalho o grande impacto que a Expoflora tem na vida de seus moradores no município de Holambra. Já em sua 34ª edição, o evento possuiu um público bem diversificado que não só procurava apreciar as flores e plantas ornamentais produzidas na cidade como também buscava lazer e entretenimento em um passeio de fim de semana; desse modo, ainda conheceria toda a cultura holandesa ainda presente na Cidade das Flores.

A conceituação teórica permitiu compreender que Holambra possui uma estrutura preparada para receber seus turistas e também os visitantes do evento; sua oferta turística foi planejada de modo a atender todas as necessidades desse cliente, em períodos diversos, movimentando a economia local durante o ano todo. Além disso, a boa produção e organização do evento criam no visitante o desejo de conhecer mais sobre a cidade que sedia a maior exposição de flores e plantas ornamentais da América Latina, o que gera turismo em uma próxima oportunidade; e, ainda, a imagem positiva de um evento agradável gera o desejo de voltar em uma próxima edição e/ou a recomendação do evento por um participante a um ciclo de conhecidos, o que, conseqüentemente, garantirá o público dos próximos anos.

Por meio deste trabalho, foi possível observar que a Expoflora consegue atrair demanda por serviços fornecidos pelo turismo de Holambra. Além disso, o calendário diversificado de eventos tenta manter essa demanda assídua durante o ano todo na cidade.

É importante ressaltar a participação dos moradores durante todas as edições da Expoflora; afinal, eles estiveram diretamente ligados com a realização do evento, por meio da participação voluntária ou de empregos temporários. Ademais, a movimentação turística gerada foi responsável pelo dinamismo do setor do turismo local.

Referências

BARBOSA, L. G. M. **Estudo de Competitividade de Produtos Turísticos**. Brasília: SEBRAE, 2011.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 3. ed. São Paulo: SENAC, 2000.

BRASIL. Ministério do Trabalho em Emprego. **RAIS**. 2015. Disponível em: <<http://www3.mte.gov.br/rais/>>. Acesso em: 27 out. 2015.

_____. Ministério do Turismo. **Estudo da Demanda Turística Internacional 2006 – 2007**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 6 ago. 2015.

BRITTO, J.; FONTES, N. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

CESCA, C. G. G. **Organização de Eventos: Manual para planejamento e Execução**. 9. ed. São Paulo: Summus, 2008.

EMPREGOS. **EPTV.COM**. 2018 Disponível em: <http://www.viaeptv.com/empregos/empregos_internaNOT.aspx?idnoticia=363506>. Acesso em: 23 abr. 2018.

EXPOFLORA. **Informações Gerais da Expoflora**. 2015a. Disponível em: <<http://www.expoflora.com.br/informacoes-gerais-expoflora/>>. Acesso em: 23 abr. 2018.

EXPOFLORA. Resumo das novidades e atrações. **Ateliê da Notícia**. São Paulo. 2015b. Disponível em: <<http://www.ateliedanoticia.com.br/clientes-atuais/4/expoflora-2015/releases/3/releases/315/34a-expoflora-resumo-das-novidades-e-atracoes.html>>. Acesso em: 4 set. 2015.

FUNDAÇÃO SEADE. 2014. Disponível em: <<http://produtos.seade.gov.br/produtos/projpop/>>. Acesso em: 14 ago. 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Caracterização do Setor Produtivo de Flores e Plantas Ornamentais no Brasil 1995-1996**. Rio de Janeiro: IBGE, 2004.

_____. **Economia do Turismo: uma Perspectiva Macroeconômica 2003 – 2009**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

KOTLER, P. **Marketing para organizações que não visam ao lucro**. São Paulo: Atlas, 1988.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Economia do Turismo**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATIAS, M. **Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas**. 5. ed. Barueri: Manole, 2010.

PORTAL DE HOLAMBRA. **EXPOFLORA**. 2015a. Disponível em: <<http://www.portaldeholambra.com.br/expoflora.html>>. Acesso em: 4 set. 2015.

_____. **Holambra**. 2015b. Disponível em: <<http://www.portaldeholambra.com.br/perfil.html>>. Acesso em 22 out. 2015.

_____. **Serviços**. 2015c. Disponível em: <<http://www.portaldeholambra.com.br/servicedilos.html>>. Acesso em: 22 out. 2015.

PREFEITURA DE HOLAMBRA. **Calendário Oficial de Holambra**. 2015a. Disponível em: <<http://www.holambra.sp.gov.br/calendario.html>>. Acesso em: 22 out. 2015.

_____. **História da Cidade**. 2015b. Disponível em: <<http://www.prefeituraholambra.com.br/interna.php?id=3>>. Acesso em: 28 ago. 2015.

_____. **Mapa Turístico – ISSUU**. 2015c. Disponível em: <<http://issuu.com/prefeituradeholambra/docs/mapaturis/1>>. Acesso em: 22 out. 2015.

_____. **Flores e plantas ornamentais do Brasil**. Volume 2. Série de Estudos Mercadológicos. Brasília: SEBRAE, 2015.

VASCONCELLOS, M. A. S.; CARVALHO, L. C. P. **Introdução à economia do turismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.

ZITTA, C. **Organização de Eventos: Da Ideia à Realidade**. 4. ed. Brasília: SENAC, 2012.