

## **PALÁCIO POPULAR DA CULTURA: UM ENFOQUE TURÍSTICO**

Antônio Estival Regiori

Maria Carolina da Fonseca Rezek

Orientação: Maria Inês Oliveira do Amaral

Orientação Metodológica: Prof. Ms. Heitor Romero Marques

Partindo da questão *Qual a influência do Palácio Popular da Cultura para o Turismo de Campo Grande?*, este trabalho perseguiu o objetivo de reunir o maior número de dados disponíveis para que fosse possível analisar a verdadeira influência do Centro de Convenções no desenvolvimento do turismo de negócios e, conseqüentemente, no de lazer.

Para discutir a questão foi necessário realizar um levantamento histórico da construção e funcionamento do Centro de Convenções, através de entrevistas e pesquisas. A influência do turismo de negócios, incentivados pela inauguração do Palácio Popular da Cultura, começou a representar números que indicam um real crescimento do setor em Campo Grande e, conseqüentemente, em Mato Grosso do Sul.

Apesar de os órgãos oficiais não terem dados estatísticos sobre o fluxo de turistas na capital antes de 1994, a abertura e reativação de várias empresas prestadoras de serviços na área de eventos e a ampliação de 28,3% na rede hoteleira mostram que, nos últimos quatro anos, o turismo de eventos incrementou o faturamento das empresas e aumentou o número de empregados diretos e indiretos.

Em todo o país, os Centros de Convenções contribuíram para o desenvolvimento do turismo nas cidades onde foram construídos,

respeitando as diferentes potencialidades turísticas de cada região, como Recife, onde as praias e a cultura são uma opção a mais para quem participa de encontros de negócios na cidade. Segundo dados do São Paulo Convention & Bureau, as feiras e congressos realizados em São Paulo, principalmente no Anhembi, geram, anualmente, cerca de US\$ 500 milhões de receita para o município. De acordo com os levantamentos da International Association of Convention & Visitors Bureau, o crescimento anual desse segmento foi de 11,6% na década de 80.

Diante do potencial econômico que o turismo de negócios representa para estados e municípios, as lideranças políticas de Mato Grosso do Sul decidiram investir na construção do Palácio Popular da Cultura, que esbarrou em dificuldades financeiras e conflitos político-partidários, levando 14 anos para ser concluído.

Além de ter um dos melhores e mais novos Centros de Convenção do país, Campo Grande ainda conta com o atrativo das belezas do Pantanal sul-mato-grossense e a facilidade de compras na fronteira com o Paraguai, que são pontos considerados por empresários e organizadores de eventos no momento de decidir pela realização de seu encontro no Palácio Popular da Cultura.

O turismo sul-mato-grossense passará a contar, a partir do próximo ano, com a primeira turma de profissionais formados pela Universidade Católica Dom Bosco. Muitos destes acadêmicos acompanharam, durante os quatro anos de faculdade, a inauguração e os eventos realizados no Palácio Popular da Cultura e em Campo Grande. Este mercado potencial e competitivo exige cada vez mais profissionais habilitados e capacitados para buscar e conquistar novos e fiéis clientes.

Vislumbrando um incremento no faturamento, muitos proprietários de hotéis estão adequando suas instalações para também oferecer uma estrutura confortável a seus hóspedes, possibilitando a realização de pequenos encontros de negócios no próprio estabelecimento.