

## **Público formado por viajeros de negocios, empresas de incentivo y eventos es la nueva apuesta de SPTuris para aumentar la participación de la actividad turística en la economía de la ciudad**

*El objetivo de los nuevos folletos promocionales es mostrar la capital de São Paulo como una metrópoli conectada, con opciones hermosas y diferenciadas para realizar eventos y ser el punto alto de un viaje de incentivos*

São Paulo Turismo (SPTuris), empresa de promoción turística y de eventos de la ciudad de São Paulo, está apostando en el segmento que más crece en todo el mundo – el de viajes para el público corporativo – para ampliar aún más la participación de la actividad turística en la economía de la ciudad. Dirigida a operadoras y agencias de viajes especializados, empresas organizadoras de eventos y ejecutivos responsables por los departamentos de viajes e incentivos en las empresas, el manual “Destino São Paulo – Turismo de Negocios e Incentivo” fue lanzado durante el “3er Encuentro São Paulo Mi Destino”, que tuvo lugar en agosto en el Parque Anhembi y será distribuido para este público en ferias, congresos y eventos de negocios y también en los entrenamientos realizados por la SPTuris en otras ciudades.

El objetivo del material es mostrar los espacios y la infraestructura de servicios disponible en la ciudad y también la amplia red de atracciones y entretenimiento que pueden hacer de São Paulo no solo un hermoso y distinto destino de eventos, como también el punto alto de un viaje de incentivos junto a los funcionarios de las empresas.

La publicación, de 76 páginas, trata temas como “Por qué São Paulo es el Mejor Destino para sus Eventos y Negocios”, “Razones para Hacer de la Ciudad el Punto Alto de un Programa de Incentivos” y también los argumentos para vencer eventuales resistencias y mitos sobre la ciudad como destino. También destaca la amplia oferta gastronómica y cultural, la infraestructura de eventos y servicios, sugerencias de recorridos temáticos y de un día, música, artes, compras y, por supuesto, algunos de los principales puntos turísticos de la capital, en general, divididos por regiones de la ciudad, además de un calendario con los principales eventos anuales.

El área de infraestructura para eventos y negocios destaca los espacios para ferias y exposiciones, centros de convenciones, espacios en hoteles, locales sorprendentes, espacios especiales, presenta sugerencias y una guía de viajes para facilitar la vida de los que visitan São Paulo como transportes, teléfonos útiles, informaciones turísticas, seguridad, dirección, etc.

Con número inicial de 5000 publicaciones, el material está en portugués, inglés y español y trae también un CD-ROM de soporte a la venta de la ciudad, con fotos para impresión de folletos y material promocional, mapas, videos, recorridos y presentaciones para entrenamiento.

Para el presidente de SPTuris, Caio Luiz de Carvalho, esa es la mayor oportunidad para la creciente consolidación turística de la ciudad, pues se trata de un segmento cuyos intereses en los negocios y los beneficios que se pueden agregar por el destino cuentan significativamente. “La fuerza económica de São Paulo y su infraestructura no deja dudas”. De acuerdo con él, la ciudad ya está consolidada como la capital latinoamericana de los negocios y de los eventos. Ese segmento atrae anualmente unos 5 millones de turistas para la ciudad, un 50% de lo total.

“La idea es destacar São Paulo como el mayor centro económico de Latinoamérica e incrementar el sector al mostrar la variedad de espacios y las facilidades que la ciudad ofrece para todos los tipos de eventos y también las opciones de ocio para que los turistas puedan juntar los negocios y el entretenimiento”, sigue él al recordar que la participación del Turismo en el Impuesto sobre Servicio sigue creciendo significativamente.

Para que se tenga una idea, la recaudación del Impuesto sobre Servicio con el Turismo en la ciudad, al considerar los cinco primeros meses del año\*, subió el 18% de 2006 para 2007. El aumento fue de un 60% con relación a 2004 y un 85,5%, si comparado al primer año de la década – 2001. Además, la ocupación de los hoteles mantiene índices mensuales cerca de los 70%, lo que muestra que el sector vive un momento muy distinto de la dura realidad de fines de los años 90 y los primeros de esta década.

São Paulo recibe unos 90 mil eventos al año - uno a cada seis minutos. El 75% de las grandes ferias de negocios son aquí, lo que representa R\$2,6 mil millones/año para la ciudad. Según la *International Congress & Convention Association*– ICCA, la ciudad de São Paulo es el mayor destino de eventos internacionales de las Américas y está entre los Top 20 del mundo (18º puesto), dejando para tras Madrid, Sydney, Atenas, Vancouver y también Río de Janeiro.

Y de acuerdo con el estudio anual de la *América Economía Intelligence*, unidad de investigación de la *América Economía*, São Paulo está entre los cinco mejores destinos de Latinoamérica para hacer negocios. La investigación muestra las 40 mejores ciudades latinoamericanas para los negocios, al considerar el potencial innovador, capacidad de generar nuevos emprendimientos, telecomunicaciones, seguridad, calidad y costo de vida.

São Paulo fue también el gran destaque de la encuesta “Caracterización y Dimensión del Turismo Internacional en Brasil” del Ministerio de Turismo/Fipe/Embratur, que analiza el perfil de los extranjeros en visita al país. En el tópico “Negocios, Eventos y Convenciones”, São Paulo domina con el 49,4%, mitad de lo total, y el doble del porcentaje de la segunda ciudad, Río de Janeiro, con el 22,3%. La metrópoli también es líder cuando el tema de viaje son “otros motivos”. La ciudad ocupa el 3er puesto como principal destino de ocio, solo detrás de Río de Janeiro y Foz de Iguazú y antes de ciudades consagradas en este tópico, como Florianópolis, Salvador, Fortaleza y Natal.

La hegemonía de São Paulo en el segmento explica, por ejemplo, la impresionante demanda del Parque Anhembi, el mayor centro de convenciones de Latinoamérica con casi 400 mil metros cuadrados. Hay reservas hasta el 2011 y algunos espacios están totalmente tomados para el 2007 y 2008. Son cerca de 20 centros de ferias y convenciones grandes (incluso el mayor de Latinoamérica: el Parque Anhembi) entre otros varios espacios menores.

São Paulo tiene también la mayor y más calificada oferta de hoteles del país. Son 410 hoteles (con 112,31 habitaciones cada, un promedio) y 46.047 apartamentos en total (cada habitación ocupada genera de 0,4 a 2 empleos, según la categoría del hotel). Grandes cadenas internacionales, como Hyatt, Hilton, Renaissance, Sofitel, Meliá y Radisson, disputan los huéspedes junto a opciones locales exclusivas, como Fasano, Emiliano o Unique, y flats por todas las regiones de la ciudad.

\* Fuente: PRODAM – Grupo 13 – Alojamiento, paquetes turísticos y eventos.