



EM DIA

COM O NOSSO

DIA-A-DIA



Abril 2008

Um conceito inovador

O São Paulo Convention & Visitors Bureau (**SPCVB**), nome fantasia da Fundação 25 de Janeiro, é uma entidade sem fins lucrativos mantida pela iniciativa privada. Seu objetivo é fomentar o turismo na cidade de São Paulo e nos destinos parceiros, seja ele de lazer, seja de negócios. Com isso, ao se aumentar o número de visitantes que chegam à capital paulista, aumenta-se também a procura por hotéis, transporte, gastronomia, lazer e uma grande quantidade de serviços, movimentando 52 setores da economia e acelerando o crescimento da indústria paulistana e nacional.

O conceito de Convention & Visitors Bureau é a evolução de um modelo de associação criado em Detroit, nos Estados Unidos, no fim do século XIX. Atualmente, existem dezenas de CVBs no Brasil e centenas no mundo. Fundado em 1983, o **SPCVB** foi a primeira entidade do tipo no país, e hoje agrega o maior número de associados. A Fundação surgiu da necessidade observada por um grupo de empresas e empresários de criar condições melhores e cada vez mais agradáveis para trazer mais visitantes e eventos para a metrópole.

Mas os objetivos da Fundação não têm relação apenas com turismo. O **SPCVB** e seus associados sabem que é extremamente importante ajudar no desenvolvimento da cidade, na melhora da qualidade de vida e do bem-estar de seus habitantes e estimular o mercado consumidor local. Afinal, não há melhor cartão-postal do que o orgulho da população de uma cidade.

"Existe, atualmente, uma mobilização de entidades, empresários e poder público em prol do desenvolvimento da cidade", analisa Orlando de Souza, presidente do **SPCVB**. "Estimular o turismo, portanto, é do interesse de todos."



COMPÕEM A **DIRETORIA EXECUTIVA** DO SPCVB, A PARTIR DA ESQUERDA, PAULO AMORIM (HSBC BRASIL), PERCIVAL MARICATO (ABRASEL), VALTER PATRIANI (CVC), ROOSEVELT HAMAM (R. HAMAM EVENTOS), MAURICIO BERNARDINO (ABIH), ORLANDO DE SOUZA* (ACCOR HOTELS), RAUL SULZBACHER (CDL IGUATEMI), JOSÉ RAFAEL GUAGLIARDI (ALCANTARA MACHADO), ALEXANDRE WERFEL (INFORPRESS), ALBERTO DE CAMARGO VIDIGAL (ABLA) E ANNIE MORRISSEY (ATLANTICA HOTELS)

* PRESIDENTE DA FUNDAÇÃO

Profissionalização é o sucesso da entidade

Os recursos do **SPCVB** são provenientes de seus associados, por meio de mensalidades e de room tax facultativo. O room tax facultativo é uma contribuição dos hóspedes de hotéis e revertida para a entidade – após pagamento dos impostos –, prática internacionalmente conhecida e utilizada com sucesso em centenas de cidades do mundo.

O objetivo é usar essa receita na promoção do destino externa e internamente. Os recursos advindos do room tax facultativo e das mensalidades dos demais associados/mantenedores são utilizados entre outras coisas para enviar profissionais a locais que servem para “vender” o destino São Paulo no Brasil quanto no exterior captar e apoiar eventos para a cidade criar campanhas publicitárias enaltecendo o turismo em São Paulo e confeccionar material gráfico e eletrônico com agenda, serviços e eventos.

Trabalhando por São Paulo



Nossa missão é clara: aumentar o fluxo de visitantes em São Paulo e elevar o tempo médio de sua estada na cidade. E como fazemos isso? “Integrando setores da sociedade, por meio de parcerias público-privadas e associados mantenedores”, responde o diretor superintendente Toni Sando.

Toda ação em prol desse objetivo é bem-vinda. O **SPCVB** busca ainda promover, captar e gerar eventos na capital e em destinos associados. “Atuamos em praticamente todas as frentes”, orgulha-se Sando. Transparência, ética, inovação e profissionalismo são valores que nos norteiam, que garantem a imparcialidade nas decisões, o espírito inovador e a credibilidade necessários para fazer de São Paulo um lugar cada vez mais atrativo a visitantes, empresas e profissionais do turismo e de eventos.



Equipe comprometida

Como em toda entidade, a diretoria do **SPCVB** é composta de empresários e executivos de seus associados, que representam todos os setores da economia envolvidos direta ou indiretamente com o turismo paulistano.

São redes hoteleiras, agências e operadoras de turismo, espaços para eventos, agências de comunicação, restaurantes, bares, parques temáticos, locadoras de automóveis, shopping centers, casas de espetáculos, companhias aéreas, organizadores de eventos, promotores de feiras, montadoras, entre outras entidades. Enfim, parceiros, concorrentes, fornecedores e clientes unidos por um propósito comum: melhorar a cada dia a máquina do turismo em São Paulo.

Para dar suporte permanente a esse objetivo, a Fundação – com sede própria na região da Avenida Paulista – tem metas definidas e conta com uma estrutura departamentalizada, que possui, entre outros setores, a área administrativa-financeira, que atua no controle e na prestação de contas à Diretoria e à Curadoria das Fundações do Estado. Além disso, exibe um time de profissionais qualificados e com visão mercadológica para tornar a entidade ainda mais sólida e o turismo paulistano ainda mais saudável. A maior parte da equipe do **SPCVB** é formada em turismo.

A atual organização da Fundação consiste em um presidente, nove vice-presidentes e dois diretores conselheiros. Além deles, a equipe permanente conta com um diretor superintendente, cinco gerentes e uma coordenadora (captação nacional; captação internacional; relacionamento; promoções e parcerias; administrativo e financeiro; e de comunicação).



TONI SANDO
DIRETOR SUPERINTENDENTE



ELENICE ZAPOROLI
GERENTE DE CAPTAÇÃO
NACIONAL



ELISABETE SORRENTINO
GERENTE DE CAPTAÇÃO
INTERNACIONAL



KEILA MARTINS MOREIRA
GERENTE
DE RELACIONAMENTO



SARA SOUZA
GERENTE DE PROMOÇÕES
E PARCERIAS



MARILENE RIBEIRO
GERENTE
ADMINISTRATIVO-FINANCEIRA



CRISTIANE ROCHA THIEL
COORDENADORA
DE COMUNICAÇÃO

Trazer mais visitantes e negócios para o destino

Nos últimos anos, São Paulo consolidou-se como um dos principais destinos para eventos no mundo. Além da vocação natural para receber feiras e congressos, a qualidade da infra-estrutura, o potencial da rede hoteleira, o profissionalismo dos prestadores de serviço e a receptividade e gentileza do paulistano têm chamado a atenção da indústria de eventos nacional e internacional.

No entanto, nenhum evento vem sozinho para a cidade. É preciso estar atento às oportunidades e saber “vender” o destino São Paulo, por meio das mais diversas ferramentas de prospecção. A captação de um evento consiste em um longo processo que inclui pesquisa em bancos de dados, reuniões, contatos, visitas, apresentações, dossiês, além de participação e apoio em outros eventos.

Divulgação



Destinos parceiros

O **SPCVB** tem associados em importantes destinos turísticos e de eventos. Hoje os materiais de divulgação da entidade promovem a oferta existente e os equipamentos de destinos como Barueri (Alphaville e Tamboré), Costa dos Alcatrazes, Guarulhos, Ilhabela, Itapeverica da Serra, Osasco, Santo André, São Bernardo do Campo e São Caetano do Sul.

Robert Wiener



ILHABELA



COSTA DOS ALCATRAZES

Divulgação

Apoio integral a promotores/organizadores



Os dossiês de candidatura são parte fundamental desse processo. “É o material que apresenta aos promotores do evento os motivos para escolher São Paulo”, explica a gerente de captação nacional, Elenice Zaparoli. Esses relatórios são resultado das pesquisas e do levantamento dos principais atrativos da capital, levando-se em conta as necessidades de cada evento, caso a caso.

Esses documentos procuram detalhar, com riqueza de informações, quais são os espaços mais adequados para cada evento, com dados sobre malha aérea, transporte público e serviços e as opções de lazer que a cidade tem a oferecer.

“Também somos constantemente procurados pelas entidades de classe brasileiras que desejam postular a candidatura de eventos internacionais em nossa cidade”, indica Elisabete Sorrentino, gerente de captação internacional.

A etapa seguinte envolve órgãos oficiais do turismo, como a São Paulo Turismo e a Embratur (no caso de eventos internacionais). A escolha do destino de um evento geralmente é anunciada em uma de suas edições anteriores do encontro São Paulo Meu Destino e o **SPCVB** procura estar sempre presente nessas ocasiões. Felizmente, o número de eventos captados vem aumentando ano após ano, o que torna a metrópole cada vez mais bem preparada para receber mais e mais feiras e congressos.

Ações de Bem Receber para cativar visitantes

Em São Paulo há de 90 mil eventos por ano, de acordo com dados do Sebrae. Dentro desse total, a cidade recebe 120 das 160 grandes feiras de negócios que ocorrem no Brasil, e alguns desses eventos escolhem São Paulo de forma espontânea. Por isso, o **SPCVB** também procura apoiar eventos, sobretudo aqueles que têm potencial de atrair outros para cá.

“Sempre há o interesse em apoiar eventos promovidos por entidades associativas médicas, científicas, tecnológicas ou de cunho acadêmico, bem como grandes feiras comerciais”, esclarece Elisabete Sorrentino.



O apoio inclui a participação de recepcionistas do **SPCVB** nos eventos, que informam os visitantes sobre os dias de atrações na cidade, distribuem cupons de desconto em estabelecimentos associados e a inclusão do evento na agenda oficial da entidade, reproduzida em diversos canais de comunicação.

Uma vez que os promotores de um evento escolhem São Paulo para sediá-lo, tem início uma nova série de ações para receber bem os visitantes e estimulá-los a aproveitar as inúmeras atrações turísticas na cidade – muitas vezes, fazendo com que eles fiquem pelo menos mais um dia por aqui.



Integrando equipamentos, visitantes e associados

Uma entidade precisa estar sempre em contato com seus associados, independentemente da quantidade deles. No caso do **SPCVB**, são mais de 500 – todos com tratamento exclusivo. Isso é possível graças a uma equipe muito bem capacitada e à visão que a Fundação tem de um bureau: uma entidade em defesa do interesse público e do desenvolvimento comum.

Essa interação com os diversos públicos tem por objetivo, além da clara prestação de contas aos mantenedores e ao conselho de instituidores (curador), o estabelecer uma relação de confiança e credibilidade, fundamental para o sucesso das ações da entidade. “A transparência das ações sempre foi marca essencial do **SPCVB**”, principalmente pelo apoio da diretoria executiva, garante a gerente de relacionamento Keila Moreira.

Informando sempre!



O relacionamento constante e proativo ocorre por meio de material impresso e eletrônico enviado regularmente aos associados (religiosamente às segundas-feiras), parceiros e demais interessados. São mais de 90 publicações por ano, formadas por três newsletters: *Em Di@ com as Notícias* – Calendário de eventos e o clipping, com notícias relevantes sobre as ações do **SPCVB**; *Fique por Dentro* – Calendário de eventos do mês subsequente, com oportunidades de negócios entre associados, indicadores do mercado e novos associados do mês anterior; e o *Em Dia* – jornal trimestral impresso com as principais notícias do **SPCVB** e do mercado.

Além de tudo isso, há o Guia SPCVB anual, com informações sobre o melhor do turismo na cidade e a relação de todos os associados, sempre em três idiomas: português, inglês e espanhol. Completam o material impresso adesivos, chaveiros, identificadores de bagagens, mapas, o Fique Mais um Dia e o folheto Acontece, fruto de parceria com a São Paulo Turismo e a Prefeitura Municipal.

Comunicação presente em todas as mídias

O **SPCVB** também é presença carimbada em outras mídias. “O site, por exemplo, traz dados da cidade, informações sobre os associados, notícias de São Paulo na mídia, eventos captados e dicas de lazer”, conta a coordenadora de comunicação Cristiane Rocha Thiel. Além do site oficial, um blog com destaques e curiosidades da Terra da Garoa, a comunidade no Orkut, o estande virtual no Second Life e o canal no YouTube também colaboram para levar o melhor de São Paulo a todos os públicos.

As mídias tradicionais não ficam de fora – o **SPCVB** também está na TV e nas bancas. A *Agenda da Semana* entra no ar no programa Feiras & Negócios (aos domingos, às 20h30), no programa Radar Television, na Rádio USP (semanalmente), nos canais do Vídeo Hotel, na TV Hotel/ABIH, no Metrô, nos painéis de LCD das melhores padarias da cidade e de elevadores em condomínios empresariais para informar os próximos eventos na capital paulista. Essa mesma agenda também pode ser encontrada nas páginas das revistas *Táxi!*, *Quartirão Paulista* e *Guia São Bento*.



Bem Receber é busca constante



A grandeza e a magnitude de São Paulo fazem com que os negócios sejam dinâmicos, as oportunidades sejam desafiadoras e as dificuldades sejam superadas com inovação. Desse modo, o **SPCVB** possui uma equipe que trabalha permanentemente para o desenvolvimento de novas possibilidades de crescimento. “Como os recursos são restritos, as parcerias são fundamentais para o aumento da abrangência das ações da Fundação”, explica Sara Souza, gerente de promoções e parcerias.

Desde 2005, o Programa Bem Receber tem sido a principal ferramenta de promoção de São Paulo entre os visitantes. Presentes nas principais feiras da cidade, recepcionistas do **SPCVB** orientam, tiram dúvidas e dão dicas sobre o que fazer na cidade. Todos os anos, dezenas de milhares de visitantes são abordados pelas recepcionistas do programa, o que vem garantindo a elevação significativa no volume de serviços por eles utilizados na cidade.

Outro foco do programa envolve, por exemplo, a capacitação de profissionais que atuam diretamente com os visitantes. *Concierges*, recepcionistas, taxistas e policiais são orientados sobre como atender bem o turista de negócios e entender seu papel de profissionais que representam a prestação de serviço e a imagem da própria cidade.



A campanha publicitária que colocou na boca do povo o slogan **SÃO PAULO É TUDO DE BOM** também é um dos destaques. Ela utilizou algumas personalidades e caiu no samba no Carnaval de 2008 no enredo da Mocidade Alegre.

A presença em feiras de turismo e congressos no exterior também é parte importante da estratégia de promoção da capital, assim como o evento anual, com o apoio da São Paulo Turismo. O São Paulo Meu Destino, que visa capacitar agentes de viagem e operadores de todo o Brasil e da América Latina para conhecer a cidade. É possível, inclusive, que associados participem dessas feiras em conjunto com o **SPCVB**, por meio de estandes cooperados.

Conte com a gente!



são paulo
e tudo de bom

Bem-vindo à Broadway Bem-vinda a São Paulo.
Poucas cidades no mundo conseguem ter tantas situações em um só:
São 280 cinemas, 120 teatros e mais de 3 mil salas de espetáculo.
Museus, montagens teatrais, shows de arte, lançamentos nacionais e internacionais.
Se comente ao drama. Das situações aos momentos. Se aperta ao ritmo do rock.
Se querênis no primeiro que quiser. Se quiser o melhor.
Tudo em estrutura muito grande, cativando cultural. São São Paulo.
Tudo o que merece e um espaço onde em sabedoria se vive.

Em São Paulo, todos os públicos são bem-vindos.



Fomentar o turismo e trabalhar para o desenvolvimento da cidade. É por isso que o **SPCVB** existe. É por isso que os habitantes, órgãos públicos, empresas e instituições estão cada vez mais engajados em aumentar o volume de visitantes em São Paulo.

A entidade cumpre sua missão desde 1983, sempre com transparência, ética e responsabilidade, em uma cidade que responde por metade do que o Brasil arrecada com turismo. São Paulo recebe 10 milhões de visitantes por ano abriga mais de um terço de todos os postos de trabalho ligados ao turismo no país. E ainda é uma das cinco cidades mais gentis do mundo.

O melhor destino para eventos de negócios das Américas. Uma metrópole de todas as raças, todos os credos, todas as cores, todas as tribos e todos os gostos. Uma cidade que é dos paulistanos, dos brasileiros e de todo o mundo. Uma **SÃO PAULO QUE É TUDO DE BOM**.



São Paulo Convention & Visitors Bureau

Al. Ribeirão Preto, 130 - 12º andar - CEP 01331-000

São Paulo, SP - Brasil

Tel.: (11) 3736-0600, fax: (11) 3285-1520

atendimento@spcvb.com.br

www.visitesaopaulo.com

