

O propósito do Turismo e o Turismo com propósito



visitesaopaulo.com/apresentacoes

Antes de filosofar sobre propósito...

...vamos começar pelo começo.

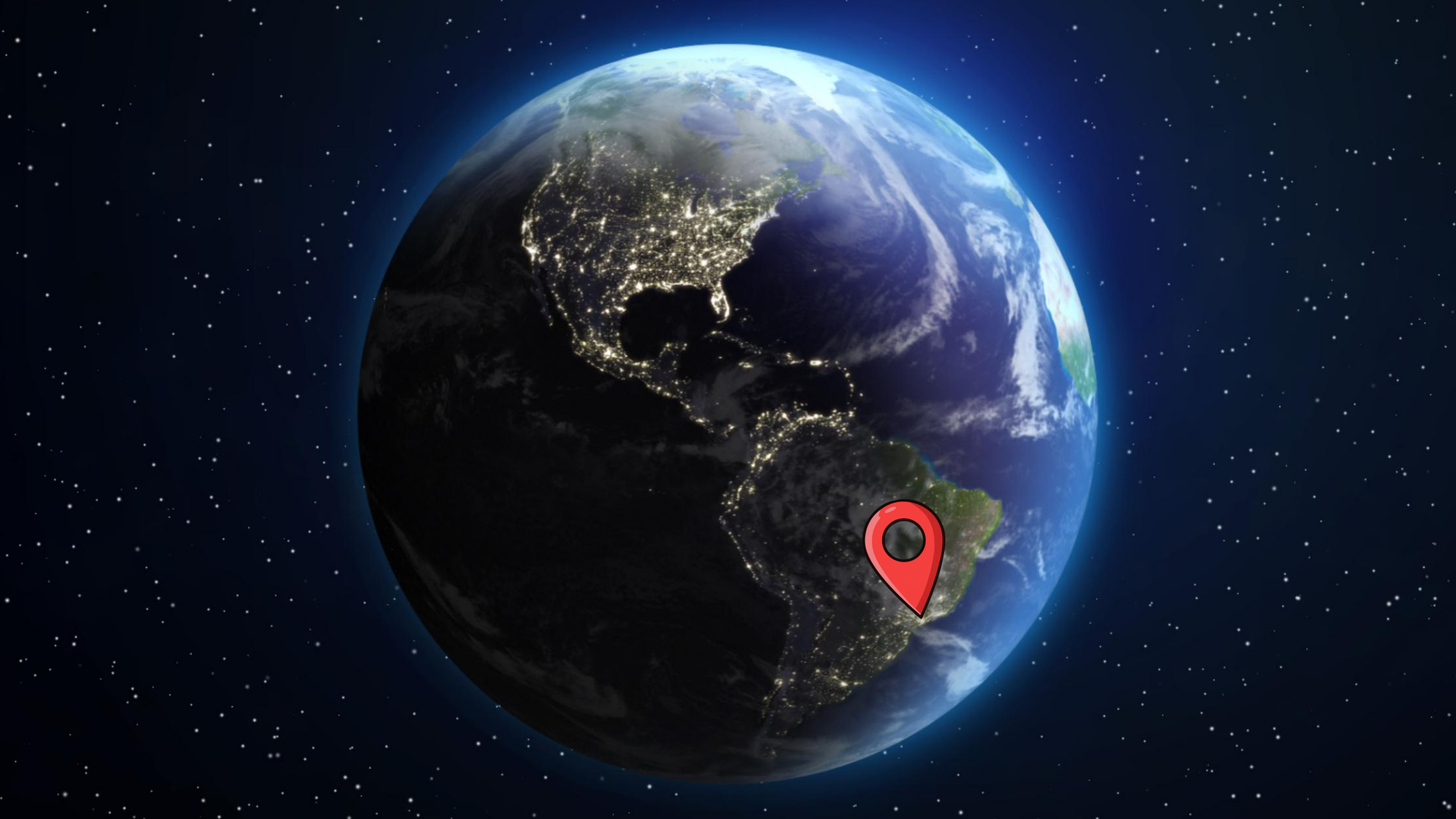
Na vida contexto é tudo

Onde estamos?

Quem somos?

Pra onde vamos?







Sejam todos Bem-Vindos e Bem-Vindas



CERTIFICADO

A Eccaplan, por meio do programa Evento Neutro confere o certificado de neutralização de carbono para a **Fundação 25 de Janeiro** na realização do **10º Expo Fórum Visite São Paulo**.



No total serão emitidos e neutralizados **4.000 kg** de CO₂
(**4 créditos de carbono**)
através do projeto de energia renovável **Usina Hidrelétrica Salto Pilão**.



INFRAESTRUTURA



TERRESTRE



AÉREO



RESÍDUOS



Fernando A. Beltrame

Presidente
São Paulo, 28/11/2025



PROJETO APOIADO

CERTIFICADO PRELIMINAR

**E contextualizando nossa atividade,
vamos começar falando sobre as
organizações de Visitors e de
Conventions Bureaus**

Não estamos sós



União Nacional de CVBs e Entidades de Destinos

**Uma organização nacional,
não governamental sem fins lucrativos,
formada por entidades especializadas na
promoção de destinos e captação de eventos.**

UNIÃO NACIONAL DE CONVENTION AND VISITORS BUREAUS E ENTIDADES DE DESTINOS

Uma organização não governamental de direito privado formada por entidades mista, pública e privada, especializada na promoção de destinos, pesquisas, geração de conteúdo, programas de capacitação, apoio, captação de eventos em geral.

18 Unidades Federativas

52 CVBs e Entidades de Destinos Divididos



AM



DF



GO



MS



PR



RS



TO



CE

RN



PE



AL



SE



BA



MG



ES



RJ



SP



- Promoção
- Divulgação
- Representação
- Capacitação
- Qualificação

CONHECIMENTO

RELACIONAMENTO

INTEGRAÇÃO



Brasil:

Este ano estamos chegando aos 9 milhões de visitantes estrangeiros

2.2 em SP



A maior quantidade até hoje

The background of the entire image is a white space filled with numerous US dollar bills of various denominations (one, two, five, and ten dollars) falling from the top and scattered across the bottom. The bills are shown in various orientations, some fully visible and others partially cut off, creating a sense of motion and abundance.

**O turismo internacional movimentou
R\$ 23 bilhões
no 1º semestre de 2025**

**E no Brasil temos o
estado de São Paulo**



FUNDAÇÃO 25 DE JANEIRO



VISITE SÃO PAULO

conventionbureau

desde 1983





SP sozinho representa 31% do PIB do Brasil



Rute Pina

Da BBC News Brasil em São Paulo

8 julho 2025



Se fosse um país, São Paulo teria uma economia maior que a da Argentina. Em 2024, o Estado registrou um Produto Interno Bruto (PIB) de R\$ 3,5 trilhões — quase o triplo do segundo colocado no ranking nacional, o Estado do Rio de Janeiro, com R\$ 1,3 trilhão.



Ou seja... São Paulo é um estado rico

The image features the flag of the State of São Paulo, which consists of a red field with a white star and a blue field with a white star, separated by a white diagonal band. The flag is flying on a pole against a clear blue sky. The text "Ou seja... São Paulo é um estado rico" is overlaid on the image in a bold, blue font.





PIB Projeções

Em julho, o PIB do Estado de São Paulo cresceu 0,8% em relação a junho, na série com ajuste sazonal. Setorialmente, a agropecuária, recuou 0,2%, enquanto a indústria e os serviços avançaram 2,1% e 0,9%, respectivamente.

Comparando com julho de 2024, o PIB avançou 1,9%: os serviços e a indústria cresceram 3,2% e 0,4%, respectivamente; e a agropecuária recuou 5,3%.

A taxa anual de crescimento do PIB paulista foi de 2,2%, com alta nos serviços (3,4%) e queda na indústria (-1,4%) e na agropecuária (-1,0%).

Evolução do PIB paulista, em %

	 PIB	 Agropecuária	 Indústria	 Serviços
Jul.2025/Jun.2025 (com ajuste sazonal)	0,8	-0,2	2,1	0,9
Jul.2025/jul.2024	1,9	-5,3	0,4	3,2
Taxa anual	2,2	-1,4	-1,0	3,4

Que teve alta
de 3,4% no
setor de
serviços em
2025

E o setor de serviços incluí um segmento especial



Turismo, Viagens e Eventos

**Em 2025 nosso setor movimentou no
Estado de São Paulo R\$ 340 bilhões
(9,7% do PIB estadual)**

CIET – Centro de Inteligência da Economia do Turismo – Setur

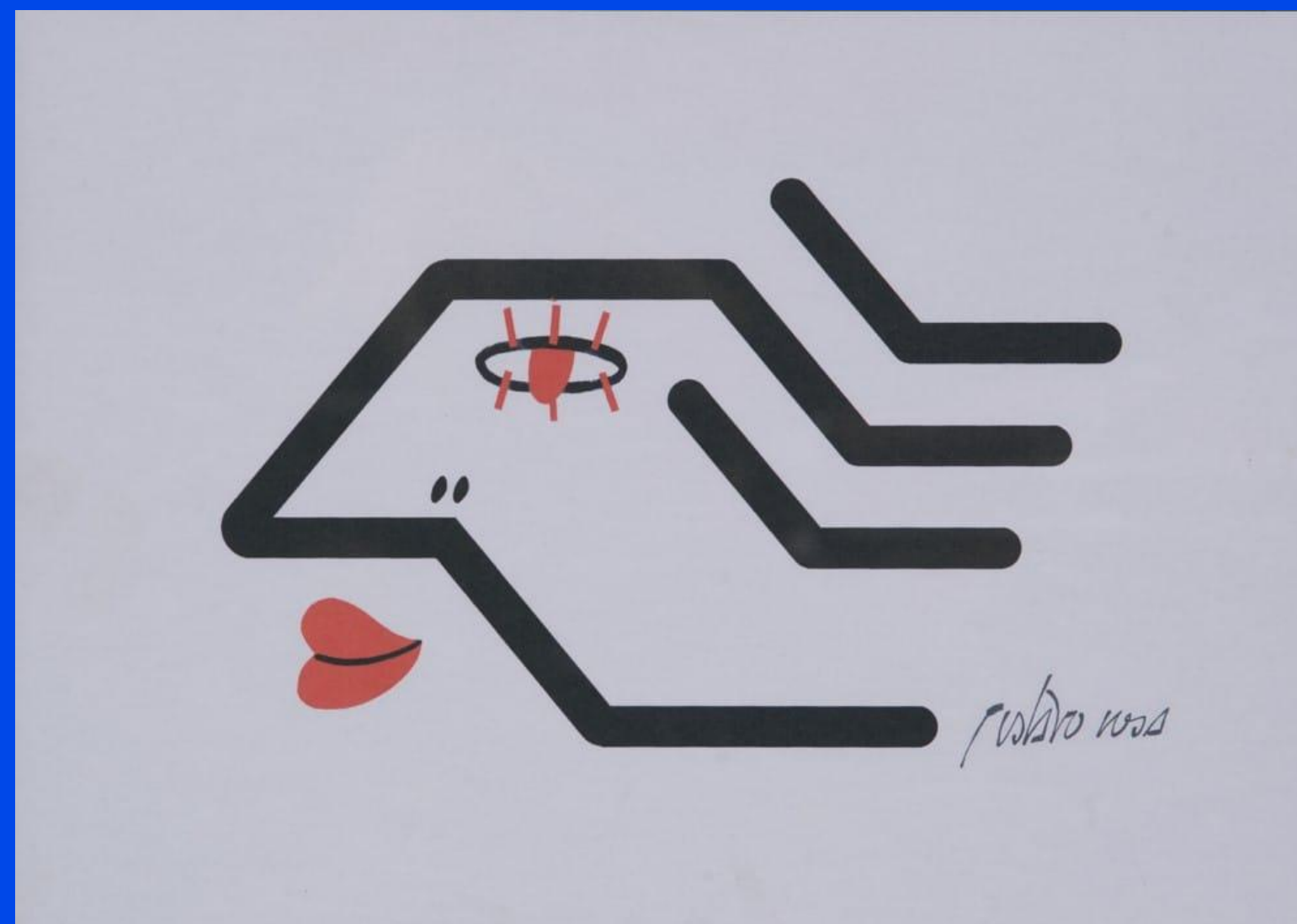
**Isso representa 34% do faturamento
turístico nacional**

Isso significa que...



O turismo paulista está bombando

**Nosso estado conta com
78 estâncias turísticas e
136 municípios de interesse turístico**





Aparecida



Bananal



Boituva



Botucatu



Brotas



Eldorado - Caverna do Diabo



Holambra



Ilhabela

É por isso que dizemos que...



**É ISSO
E MUITO
MAIS.**

**Em parceria com Secretaria de Turismo e
Viagens do Governo do Estado
o Visite São Paulo Convention Bureau
trabalha em prol do turismo paulista**



PRA TODOS

2026

Setur , Visite SP e Turismo 360

Lançamento do Portifólio de 25 experiências de regiões turísticas no estado de São Paulo em 3 idiomas.

Oferta com foco na comercialização



The Americas' LARGEST SUBDIVISIONS

By population (million inhabitants)



**Mas para além do estado temos a
cidade de São Paulo**

e...





**SÃO
PAULO
É TUDO
DE
BOM.**

DESTINOS SÃO PAULO

*Destino
Berrini*

DESTINOS
SÃO PAULO

*Destino
Ibirapuera
& Moema*

DESTINOS
SÃO PAULO

*Destino
Centro,
Barra Funda
& Zonas
Norte e Leste*

DESTINOS
SÃO PAULO

*Destino
Paulista
& Jardins*

DESTINOS
SÃO PAULO

*Destino
Faria Lima,
Pinheiros
& Itaim*

DESTINOS
SÃO PAULO

**Amcham
Business Center**

**Transamerica
Expo Center**

**WTC
Events Center**

**Associação Paulista de
Cirurgiões Dentistas**

**Centro de Eventos
PRO MAGNO**

**Distrito
Anhembi**

**Expo
Center Norte**

**São Paulo Expo Exhibition
& Convention Center**

**Centro de Exposições
Frei Caneca**

**Centro de Convenções
Rebouças**



EMDIACOM
SÃO PAULO
PAMESP

ADQUIRA PRODUTOS PAULISTAS

MADE IN SP

GARANTIA DE QUALIDADE

SP PRA TODOS ABEAR VISITE SÃO PAULO convention bureau

PAMESP 17ª Feira São Paulo 2025

237 eventos cadastrados
24.447.548 PAX

MADE IN SP
GARANTIA DE QUALIDADE

stopover

Descubra as Rotas do Vinho de SP

PAMESP 17ª Feira São Paulo 2025

MADE IN SP



Benefício Made In SP

Aproveite vantagens exclusivas
e descontos imperdíveis!



Bairro da Barra Funda, no Centro de SP, é eleito o 3º mais 'cool' do mundo por revista britânica

Ranking foi feito pela revista britânica Time Out. Segundo a revista, a 'Barra Funda é a alma alternativa de São Paulo, onde a história industrial encontra uma vibração inegavelmente cool e criativa'.

Por **Redação g1 SP** — São Paulo
24/09/2025 11h41 · Atualizado há um mês

São Paulo atrai 30,5 milhões de turistas em 2025, com faturamento de R\$ 15,9 bilhões

Capital se fortalece como destino global de lazer e negócios; crescimento reflete ações da Prefeitura em mobilidade, cultura, eventos e geração de empregos

Liberdade em São Paulo é eleita um dos 25 melhores destinos para viajar em 2026

Distrito japonês é o único representante brasileiro na lista da Lonely Planet, reconhecido por cultura, gastronomia e atmosfera vibrante



LUANA FERNANDES DOMINGOS

Publicado em 23/10/2025 às 13:50
Atualizado em 23/10/2025 às 13:57

COMPARTILHE:



Pizzaria de SP é eleita 3ª melhor do mundo; 1º lugar tem empate

Juliana Simon • Editora de Nossa

08/09/2025 14h23



São Paulo a cidade dos sabores 104 mil restaurantes e 50 tipos de gastronomia

© PUBLICADO EM: 23/01/2025 • TEMPO ESTIMADO DE LEITURA: 1 MINUTO(S).

7 dos melhores restaurantes da América Latina estão em São Paulo! Conheça quais

"A Casa do Porco" é o representante paulistano melhor colocado no ranking Latin America's 50 Best Restaurants, que avaliou casas do continente inteiro.



MARIANA PRATES - REDATORA • NOVEMBRO 27, 2024

São Paulo é eleita uma das 100 melhores cidades do mundo para comer bem

São Paulo garantiu o 38º lugar, com nota 4,52, e reafirmou seu papel como ponto de encontro da culinária global

NOTAS E INFORMAÇÕES

SP é boa de se viver



Ranking põe a cidade entre as melhores do mundo, mas o paulistano sabe que pode mais

Um ranking internacional colocou São Paulo entre as melhores cidades do mundo para viver, trabalhar e visitar. Segundo o relatório *World's Best Cities*, a capital paulista ocupa a 18.^a colocação num

levantamento que considerou 400 cidades com população acima de 1 milhão de habitantes.

A maior metrópole do Brasil está à frente de Hong Kong (China), Istambul (Turquia), Oslo (Noruega), São Francisco (EUA) e Buenos Aires (Argentina). A outra brasileira mais bem colocada é o Rio de Janeiro, na 42.^a posição. No topo, figuram Londres (Inglaterra), Nova York (EUA) e Paris (França). Por isso, não é pouca coisa a conquista de São Paulo.

Para ficar entre as 20 melhores, a cidade teve de atender a uma série de critérios estabelecidos pela Resonance, uma consultoria especializada em pesquisas e informações para subsidiar empresas e governos. Entre eles estão conectividade aeroportuária, custo de vida, vida noturna, dinamismo do ecossistema de startups e engajamento digital dos moradores e visitantes. Foram ainda realizadas 21 mil entrevistas em 31 países.

As cidades foram classificadas com base em três pilares, nos quais São Paulo se saiu bem: habitabilidade, que inclui a qualidade do ar, a mobilidade, a saúde e o padrão de vida; atratividade, que considera a popularidade da metrópole nas redes sociais, a vida noturna e os seus museus; e prosperidade, que avalia o número de grandes empresas, a produção econômica, os negócios, a taxa de desemprego, entre outros indicadores.

O relatório *World's Best Cities* é um entusiasta da capital paulista. Segundo o relatório, São Paulo vive

um momento especial, com “novos restaurantes, lojas de luxo e um horizonte vibrante”. A publicação destaca a vida noturna da cidade, “considerada a melhor do mundo”, seus “corredores culturais” e sua cena gastronômica, que continua entre “as cinco melhores do mundo”.

O fato de São Paulo estar tão bem avaliada nesses quesitos não é novidade nenhuma para aqueles que aqui vivem. O trabalho, o empreendedorismo, a diversidade de seu povo, a educação e a cultura movem a metrópole desde há muito tempo. E essa é a sua marca, e tudo isso, mérito de sua gente.

Numa cidade que ainda carrega tanta desigualdade e sensação de violência, que espera pela democratização dos seus espaços de convívio social e que carece de uma rede de mobilidade ágil, eficiente, pontual e não poluente, ter tanta coisa reconhecida por organizações internacionais, por óbvio, importa muito.

Tantos elogios aumentam o orgulho dos paulistanos e os ajudam a manter a autoestima. Mas não só: mostram ao mundo o que São Paulo tem de bom, apesar de tantos percalços, estimulando assim a vinda de mais turistas, empresários e migrantes.

Essas boas notícias, decerto, não eximem as autoridades de suas responsabilidades pelos problemas persistentes, que os paulistanos também conhecem bem. Mas, como diz o relatório *World's Best Cities*, São Paulo é, sim, boa para viver, trabalhar e visitar. E todo paulistano sabe que ela pode ser ainda melhor. ●

Observatório de Turismo e Eventos - SPTuris

Fluxo de visitantes em 2024

Nacionais 35,6 milhões

Internacional: 2 milhões

1º Argentina

2º EUA

3º Chile

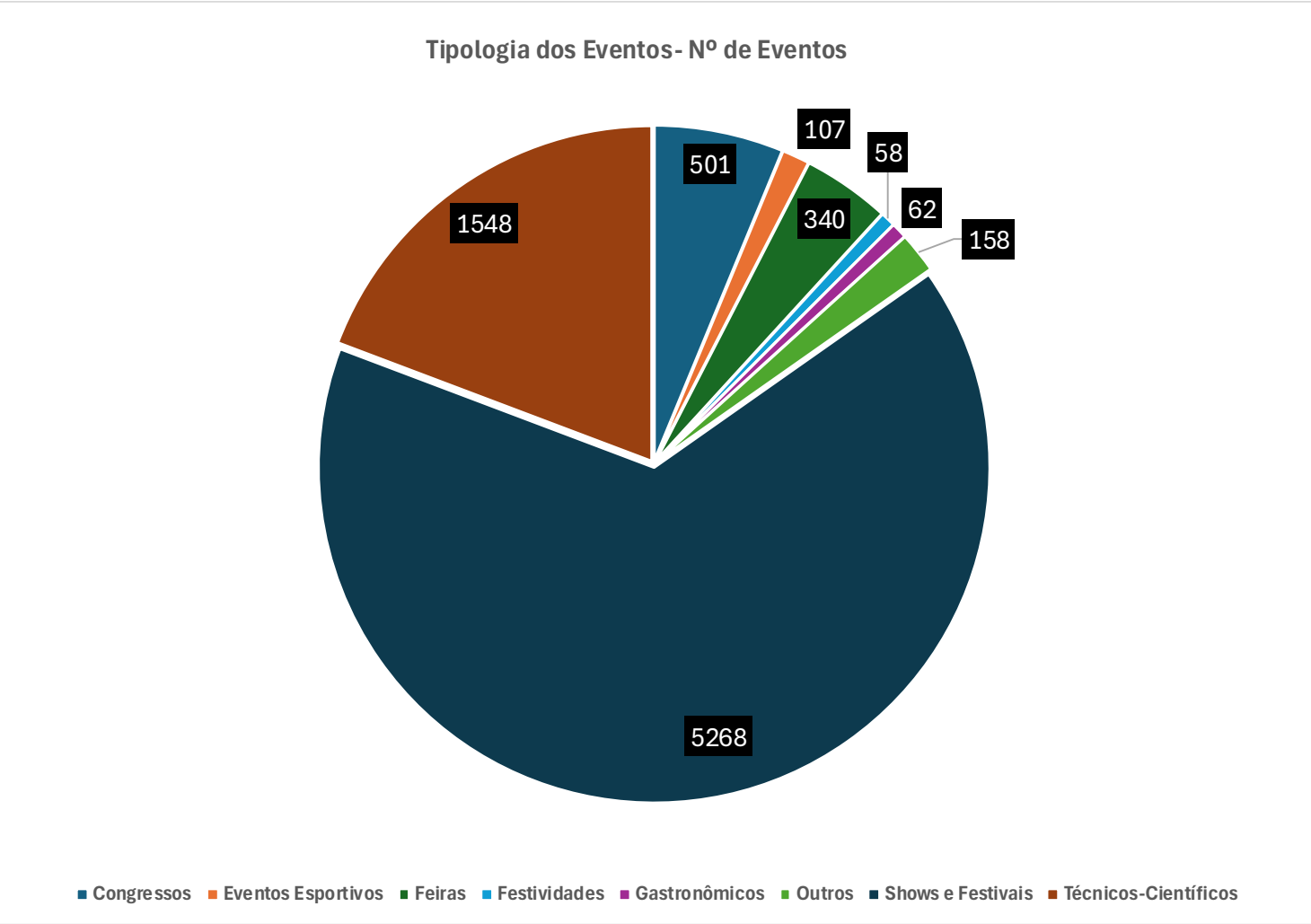
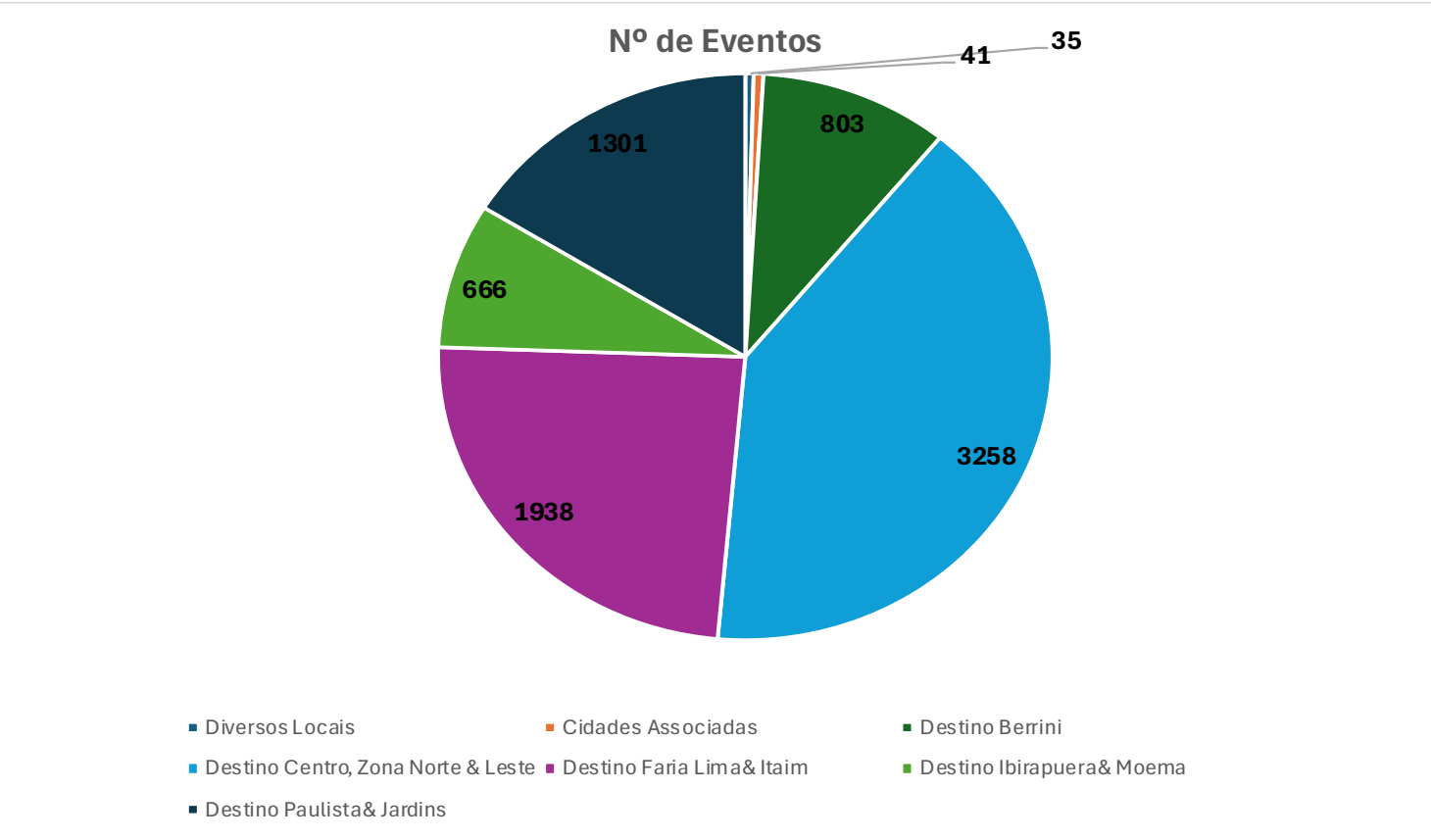
4º China

5º México

**O Visite São Paulo Convention Bureau, há
42 anos tem a missão de aumentar o fluxo
de visitantes a partir da
captação de eventos e promoção do destino**

Em 2025 cadastramos 9.000 eventos

	JANEIRO																															FEVEREIRO																															MARÇO																															ABRIL																															MAIO																															JUNHO																															SOL EVENT																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
AMORIM BUSINESS CENTER	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1



Tipologia dos Eventos 2025		
Tipologia	2025	
	Nº de Eventos	Nº de PAX
Congressos	501	701.561
Eventos Esportivos	107	3.306.591
Feiras	340	6.910.457
Festividades	58	25.971.000
Gastronômicos	62	2.287.530
Outros	158	488.436
Shows e Festivals	5268	11.699.592
Técnicos-Científicos	1548	1.137.796
Total Geral	8042	52.502.963

**E apesar de focarmos mais no
turismo de negócios e em eventos
corporativos, congressos e feiras**

Existe agora uma nova tendência mundial

A young man with dark hair, wearing a white short-sleeved shirt with orange vertical stripes, is sitting on a wooden park bench. He is smiling while talking on a black smartphone held to his left ear. His right hand is on the keyboard of a silver laptop, which is open on his lap. To his left, on the bench, is a black and white backpack and a yellow folder. The background is a lush green park with trees and a building in the distance.

Negócios + lazer = Bleisure



O turismo de negócios e de lazer se entrelaçam

Os viajantes que vem a trabalho tem aproveitado mais a cidade durante sua estadia

Em resumo:



O turismo paulistano está bombando



Mas...

Voltando ao tema inicial...

Qual o propósito do turismo?

The image features a large window in the background showing a vibrant sunset or sunrise with orange, pink, and blue clouds. In the foreground, the silhouettes of two people are visible: a woman on the left wearing high heels and a man on the right. Between them are several large, dark, interlocking gears. A white rectangular box with a blue border is centered over the image, containing the text "O propósito do turismo é movimentar" in a bold, blue, sans-serif font.

O propósito do turismo é movimentar



Movimentar a vida

**Viajar é sair da rotina, conhecer novos lugares e
pessoas, é expandir os próprios horizontes**

A silhouette of a woman in business attire, carrying a briefcase and pointing her right hand forward, stands on a dark, sloping hill. The background is a dramatic sky with soft, wispy clouds, transitioning from a warm orange glow near the horizon to a cooler blue at the top. The overall mood is one of aspiration and forward movement.

Movimentar negócios

Viagens de trabalho acontecem para vender produtos e serviços, fechar parcerias, encontrar novos fornecedores, buscar oportunidades

**As pessoas viajam para participar de feiras,
congressos, seminários, cursos... movimentando
ideias, informações e saberes**



Movimentar conhecimentos



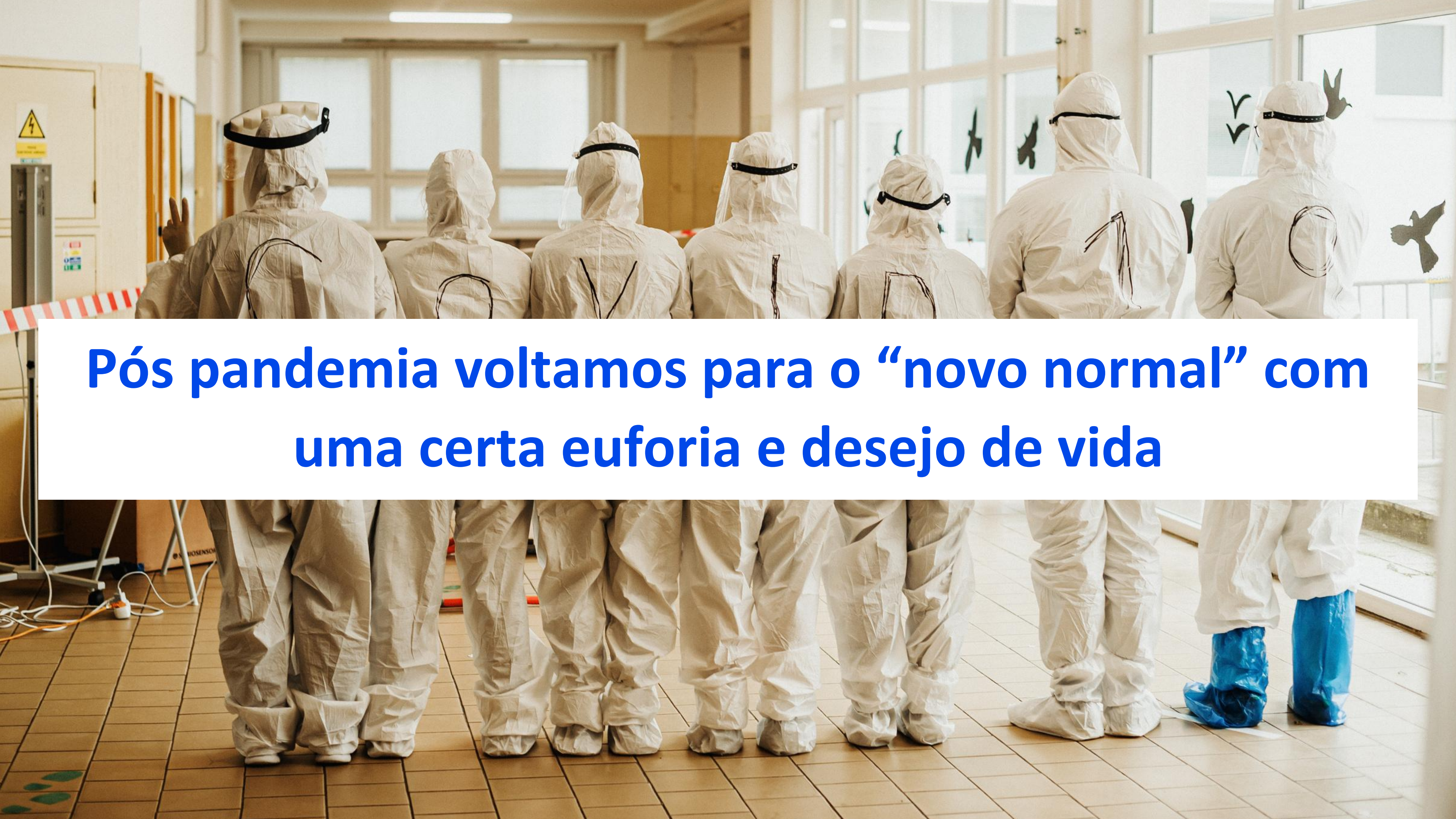
**E toda essa movimentação do turismo
movimenta a economia local dos destinos**

**Os viajantes ao se movimentarem pela cidade
comem, bebem, visitam, compram, dormem...**

e retornam

Isso movimenta uma cadeia produtiva gigante

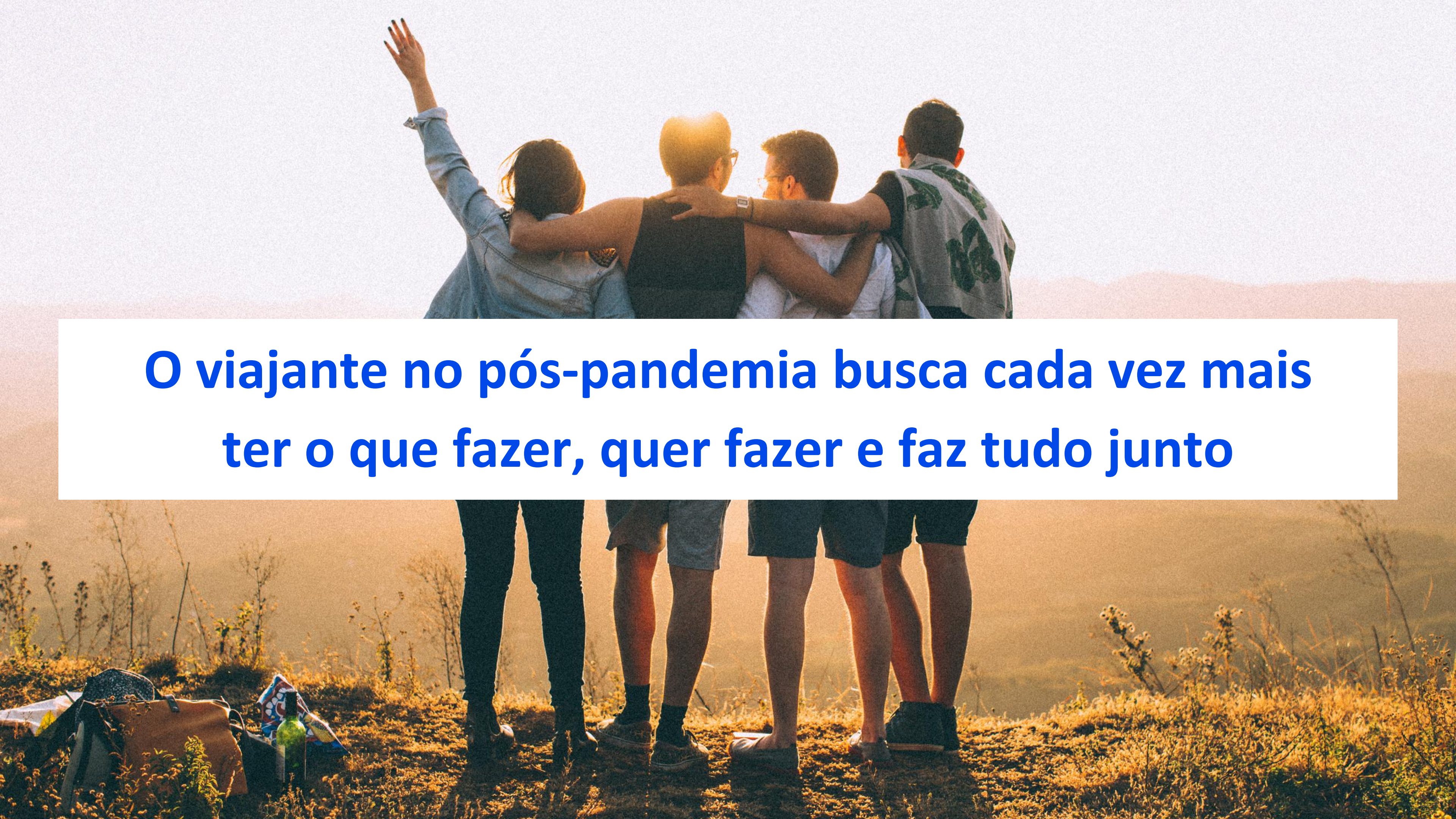
**Que movimenta milhões de empregos e
gera riqueza para as cidades**

A group of seven people are standing in a line, facing away from the camera, in what appears to be a laboratory or a cleanroom. They are all wearing white, full-body protective suits (hazmat suits) with hoods and face shields. The suits have some black markings on the back, possibly for identification. The person on the far right is wearing blue booties. They are standing on a light-colored tiled floor. In the background, there are large windows and some equipment. A red and white striped caution tape is visible on the left side. The overall atmosphere is one of a controlled, sterile environment.

**Pós pandemia voltamos para o “novo normal” com
uma certa euforia e desejo de vida**

A man and a woman, both wearing blue surgical masks, are standing in an office hallway. They are facing each other and have just completed an elbow bump. The man is on the left, wearing a dark blue button-down shirt and jeans, with a gold watch on his left wrist. The woman is on the right, wearing a black turtleneck under a grey textured blazer, and holding a silver laptop. The background is a plain grey wall with a glass partition on the right side that has some text on it.

Com muita necessidade de conexão

A photograph of four young adults standing on a grassy hill, embracing each other from behind. They are looking out over a vast, hazy landscape under a warm, golden sunset sky. The person on the far left has their right arm raised high. In the bottom left corner, there is a picnic basket and a green bottle. The overall mood is one of joy, freedom, and companionship.

**O viajante no pós-pandemia busca cada vez mais
ter o que fazer, quer fazer e faz tudo junto**



**O lazer é cada vez mais compreendido como
uma experiência compartilhada**



As pessoas querem se encontrar, celebrar...

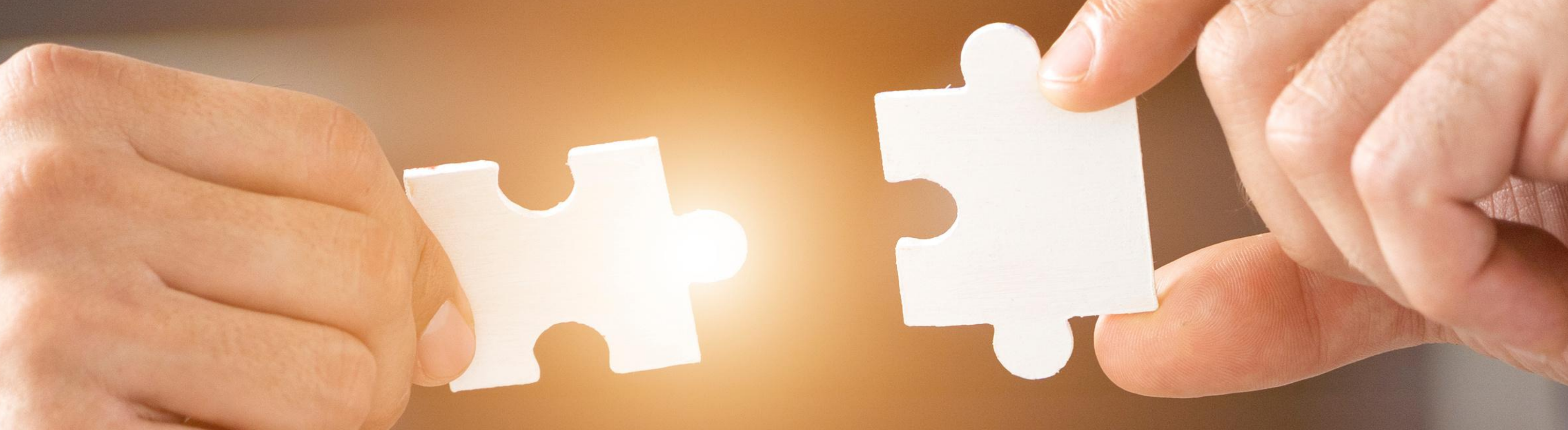


**E como diz a
Joelma**



Vou tomar um tacacá

**Dançar, curtir,
ficar de boa**



Estamos todos em busca de conexão



**O turismo e os eventos se propõe a criar
espaços e momentos de convivência**

Facilitar conexão humana



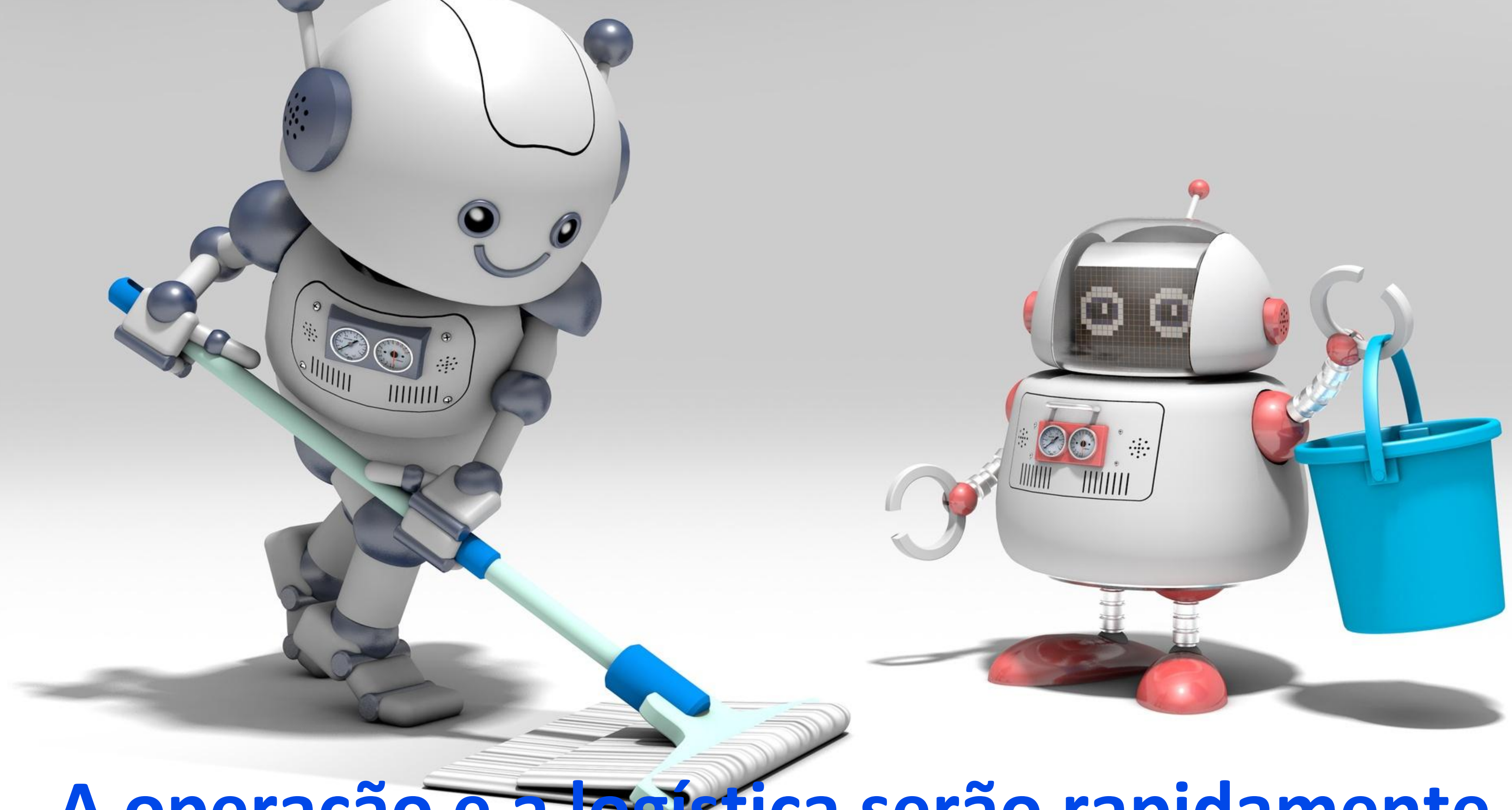
The image shows a view of Earth from space, with the planet's horizon and atmosphere visible. Overlaid on this are numerous glowing, curved lines in white and blue, representing a global network or data flow. The lines connect various points across the globe, creating a complex web of connections. The background is a deep black space filled with stars.

E justamente agora na era da Revolução Digital



Com a chegada da IA e automação de tudo

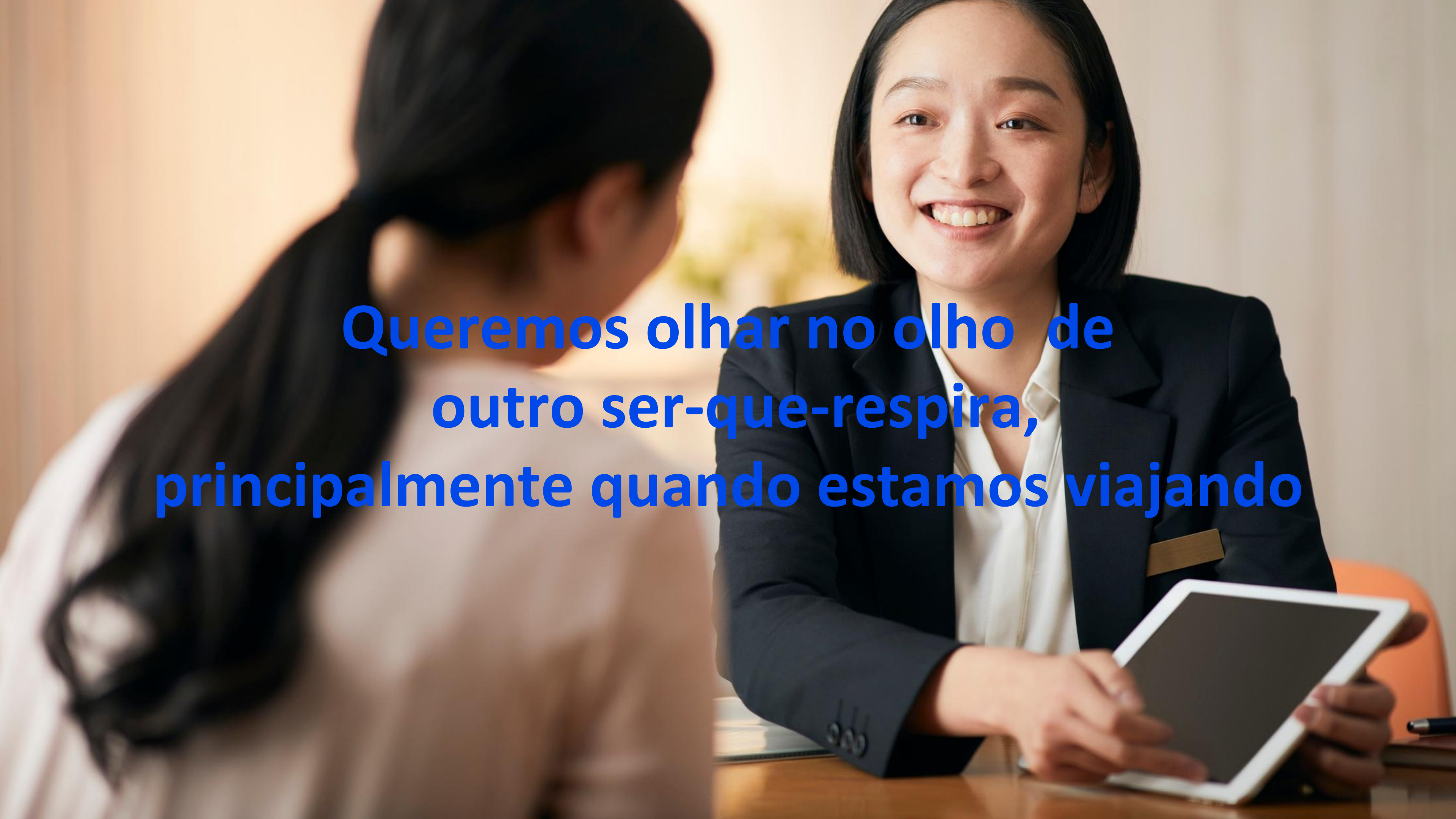
O turismo será cada vez mais humano



A operação e a logística serão rapidamente assumidas pela robotização

Mas a hospitalidade é inerentemente humana



A woman with short dark hair, wearing a dark blue blazer over a white shirt, is smiling and looking towards a man. She is holding a white tablet with both hands. The man, seen from the back, has long dark hair and is wearing a light-colored shirt. They are sitting at a wooden table in a bright, indoor setting. The text is overlaid in the center of the image.

**Queremos olhar no olho de
outro ser-que-respira,
principalmente quando estamos viajando**

**O futuro do turismo está em
aprofundarmos a hospitalidade**

**Enquanto o propósito do turismo é
movimentar pessoas, negócios,
conhecimento e a economia...**

**Um turismo com propósito é focar na
hospitalidade humana**

A hula hoop with alternating green, blue, and white segments is lying on a lush green lawn. The hoop is positioned diagonally across the frame, with its ends overlapping. In the center of the hoop, there is a white rectangular box containing blue text.

**Sabemos que o turismo é
movimento...**

A photograph of three children playing with hula hoops in a grassy field. In the foreground, a young girl with dark skin and long braids, wearing a teal t-shirt and denim shorts, is smiling and hula hooping with a blue hoop. To her left, a girl with light skin and blonde pigtails, wearing a yellow t-shirt and denim shorts, is also hula hooping with a light green hoop. To the right, a boy with light skin, wearing a teal polo shirt and plaid shorts, is holding an orange hoop. The background is a soft-focus view of a body of water and distant hills under a bright sky.

Mas alguém tem que movimentar o turismo

O poder público entra com a infraestrutura, com incentivos e com o ordenamento

**A iniciativa privada entra com
investimento, gente e a operação**

**E as entidades de destinos,
como sociedade civil organizada,
entram com a promoção, captação de eventos,
qualificação e mobilização de toda
a cadeia produtiva de
viagens, turismo e eventos**

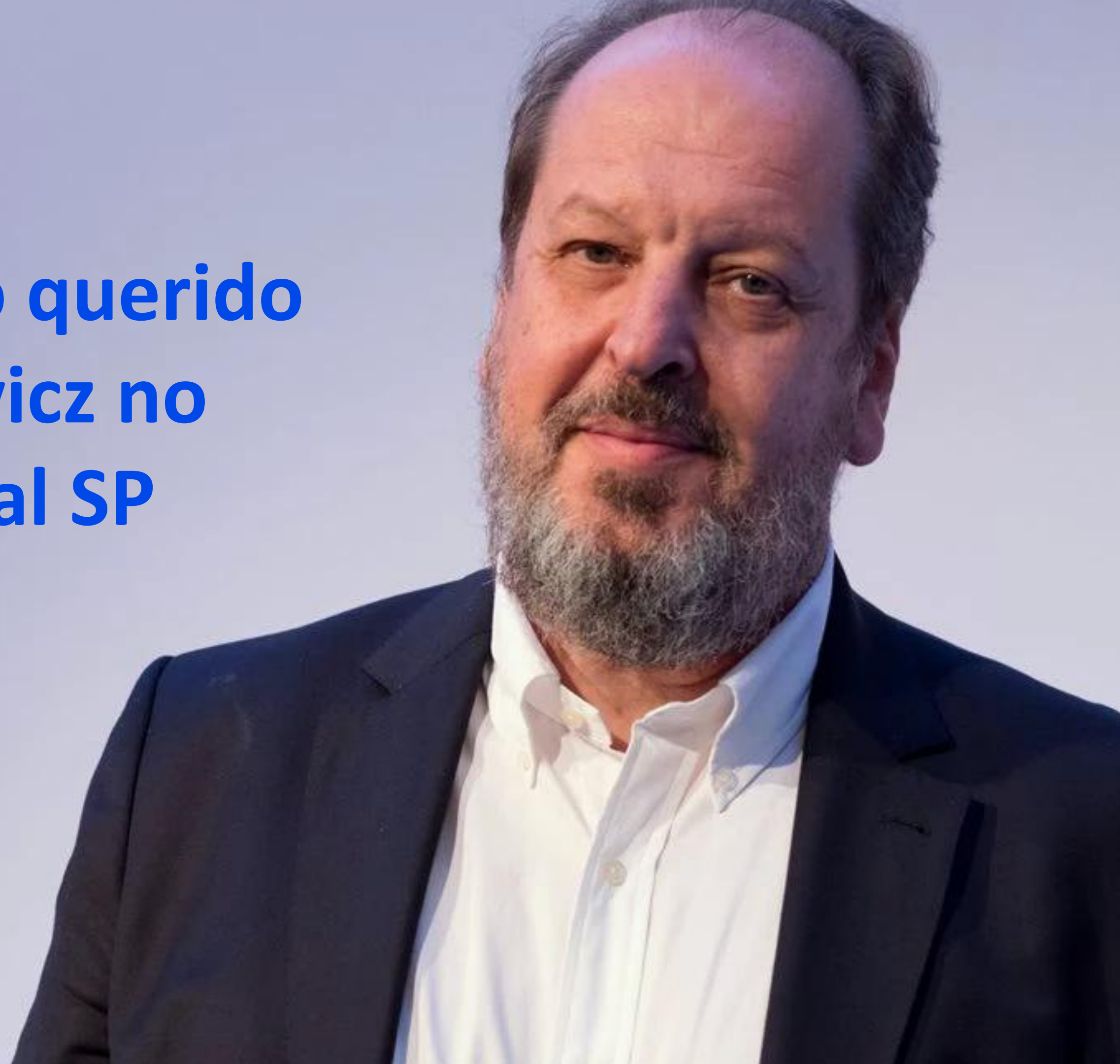
**E para que essas entidades possam fazer sua parte
precisamos que seus associados mantenedores
continuem a viabilizar esse trabalho**

[illegible]

Acreditamos que turismo e eventos são um importante promotor de desenvolvimento social e econômico para os destinos e para nosso país

**Queremos cada vez mais fazer um
turismo com propósito**

**Como disse nosso querido
Eduardo Sanovicz no
evento do Skai SP**



**“Eu só acredito no turismo como
forma de reduzir a miséria desse país.
Quando o Turismo é exercido em sua
plenitude, o mundo fica melhor”**

Eduardo Sanovicz



Muito obrigado

visitesaopaulo.com/apresentacoes