

Mix Hotel

Ano X- Número 18 - Dezembro 2018

eventos
EXPO
EDITORIA

by ABIH/SP

**SÃO PAULO PRECISA
DE UM MEGA CENTRO
DE CONVENÇÕES**

**A NOVA
HOSPITALIDADE**

**TURISMO:
MOLA PROPULSORA
DA ECONOMIA**



FORUM
eventos
2019

29 E 30 DE ABRIL
CENTRO DE CONVENÇÕES REBOUÇAS



DIVERSIDADE

• Ter a diversidade como norte e a inclusão como bandeira. diversidade como direito, inclusão como dever, diversidade como business, prosperidade.

EVENTOS

• Ampliar a compreensão da significação dos EVENTOS, trabalhar sua ressignificação, buscando sua origem. Resignificar a função das agências.

STARTUP CHALLENGE

• Exposição de startups com as últimas inovações no segmento M.I.C.E²-FDT (Meeting, Incentive, Congress, Exhibition, Experience, Festivals, Digital and Tourism).

IDEIAS

• Digital Transformation Corner: um espaço dedicado a dicas sobre a economia digital, LinkedIn, metodologias ágeis, segurança digital, Eventech.

JANTAR DE GALA

• Uma noite black tie para comemorar o dia de quem faz a diferença.

Venda de convites a partir de 01 de março



O FÓRUM EVENTOS 2019 REUNIRÁ OS PRINCIPAIS NOMES DO MERCADO, EM UMA EXPERIÊNCIA COMPLETA DE APRENDIZADO E EVOLUÇÃO MAIS DE 500 GESTORES DE EVENTOS E PROFISSIONAIS DO TRADE REUNIDOS EM 2 DIAS DE EVENTO
98% DE APROVAÇÃO DO PÚBLICO PARTICIPANTE NA EDIÇÃO DE 2018
SINTA, VIVA, COMPARTILHE ESSA EXPERIÊNCIA!

**GARANTA SUA VAGA
INSCREVA-SE COM DESCONTO!**

WWW.FORUMEVENTOS.NET

Patrocínio Master



Patrocínio Gold



Patrocínio Premium



Hotéis Artífices



Webcam Oficial



Media Partner



Organização



Realização



CARTA DO PRESIDENTE

Caros Amigos



Nesta edição trazemos as perspectivas para a Hotelaria e Turismo em 2019 com o novo cenário político e desenho econômico do Brasil, apresentamos novas parcerias estratégicas da ABIH-SP para aumentar as receitas ou diminuir despesas do mercado hoteleiro de SP, contamos com um artigo internacional do CEO da Les Roches, assim como novidades estratégicas da hotelaria e turismo de SP e do Brasil.

Desde o início de 2019 precisamos criar estratégias consolidadas e integradas para ter uma participação efetiva do trade turístico no Legislativo com bancadas do nosso setor nas Câmaras Municipais, Assembleias Legislativas, Câmara dos Deputados e Senado com poder de influenciar junto com entidades como a ABIH-SP as políticas públicas do turismo e hotelaria.

O novo poder executivo no Estado de SP e no Brasil, que tem se desenhado com perfil mais liberal e energético contra a corrupção, deve promover uma melhoria na macroeconomia do Brasil, além de segurança jurídica para captação de investimentos. Portanto, novamente temos a oportunidade de consolidar o TURISMO como Política Pública Econômica para gerar milhões de empregos e divisas para serem aplicadas na infraestrutura, educação, saúde e segurança.

A hotelaria tem desafios estratégicos como a criação de sinergia entre os canais de distribuição formais e online, a qualificação da mão de obra e dos hoteleiros, o fortalecimento do meio de hospedagem com o destino, a defasagem do valor da diária média, além da alta carga tributária e das legislações, mas, por outro lado, temos uma projeção de crescimento de 3% a 5% na taxa de ocupação do Estado de SP e de análises positivas em relação a micro e macro economia.

Ótima Leitura, saudações hoteleiras e muito sucesso em 2019!

Bruno Omori
Presidente da ABIH São Paulo

SUMÁRIO

- 3** CARTA DO PRESIDENTE
Bruno Omori
- 5** EDITORIAL
Sergio Junqueira Arantes
- 8** PROJEÇÕES 2019
Nonono nonono
- 14** CNC
FBHA desmente CNTur
- 16** CONVENTION & VISITORS BUREAU
Room Taxi
- 18** ARTIGO
Herculano Passos
- 20** ENTREVISTA
Com Roberto de Lucena
- 22** CODIVAR
Wilber Rossini
- 24** EDUCAÇÃO
- 26** ARTIGO
São Paulo precisa de um mega centro de convenções

EXPEDIENTE

ABIH/SP

Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Estado de São Paulo
Rua Frei Caneca 91 – 8º. Andar – Consolação – 01307 001 – São Paulo/SP
Fonefax: 11 3285 4679 – abihsp@abihsp.com.br – www.abihsp.com.br

DIRETORIA ABIH-SP 2017 A 2019

PRESIDENTE

BRUNO HIDEO OMORI

VICE-PRESIDENTES

ALEX VERISSIMO MENDES (Parque Balneario Hotel)

ANA SARANTOPOULOS (Stream Hotéis)

ANTÔNIO DIAS (The Royal Palm Plaza)

ANTÔNIO REINALES (Reinales Plaza Hotel)

ARIEL GAIOLLI (Radio Hotel)

CARLOS BERNARDO (Accor Hotels)

CARLOS OMORI (Iate Park Hotel)

ENRY FALBO (Fazenda Cel Jacinto)

FERNANDO GUINATO FILHO (Sheraton SP WTC Hotel)

FERNANDO MAMEDE (Atibaia Campo e Chales)

HENRY MAKSOUD NETO (Maksoud Plaza Hotel)

JOSÉ FERNANDES (Hotel Fazenda Campo dos Sonhos)

JULIO SERSON (Hotéis Vila Rica)

LATIF ABRÃO JUNIOR (Terras Altas Hotel)

LUIZ PEDRO NATHAN (Asstur Campos do Jordão)

MANUEL GAMA (Rede Travel Inn)

MARCO IANNONI (Mônaco & Convention Hotel)

PATRICK MENDES (Accor Hotels)

RICARDO ROMAN JR (Delphin Hotel Guarujá)

RUI MANUEL DE OLIVEIRA (Melia Hotels)

CONSELHO FISCAL

HÉLIO HIGUCHI (Matsubara Hotel)

JOSÉ SAUD (Olavo Bilac Hotel)

SERGIO PASSOS (Hotel Fazenda São João)

ANA LUIZA NORRY (Vacance Hotel)

VANDIR ANDRADE JUNIOR (Pousada da Diva)

WALTER ROBERTO AREIAS (Sables Hotel Guarulhos)

COORDENAÇÃO DE COMITÊS

Sustentabilidade - TELMA BARTHOLOMEU

Mobilidade - EDISON PASSAFARO

Segurança - ADILSON DE TOLEDO SOUZA

DIRETORIA SECCIONAL

ÁGUAS DE LINDOIA - JOSÉ ARTUR BERNARDI

ÁGUAS DE SÃO PEDRO - GABRIELA ZANIN

APARECIDA - ERNESTO ELACHE

ARARAQUARA - WILLAN BRANDÃO

ATIBAIA - FERNANDO MAMEDE

BRAGANÇA - ENRY FALBO

CAMPINAS - ANTONIO DIAS

CAMPOS DO JORDÃO - LUIZ NATHAN

CENTRO DE SÃO PAULO - ANTONIO REINALES

CESARIO LANGE - ADEMAR VASCONCELOS

GUARULHOS - RICARDO ROMAN JR

GUARULHOS - MARCO IANNONI

ILHA COMPRIDA - LEONARDO OMORI

IPORANGA - VANDIR ANDRADE JUNIOR

ITAPECERICA DA SERRA - ABRÃO LATIF

RIBEIRÃO PRETO - ANA SARANTOPOULOS

SANTOS - ALEX MENDES

SÃO JOSE DO RIO PRETO

SÃO PEDRO - SERGIO PASSOS

SERRA NEGRA - ARIEL GAIOLLI

SOCORRO - JOSÉ FERNANDES

TAUBATÉ - JOSÉ SAUD

CONSELHO CONSULTIVO

CIDADES TURÍSTICAS - CARLOS FERNANDO ZUPPO

COMUNICAÇÃO - MARCIO COMENALE

CONVENTIONS BUREAUS - TONI SANDO

FEIRAS - ARMANDO ARRUDA PEREIRA DE CAMPOS MELLO

INTERNACIONAL - ROLAND DE BONADONA

INSTITUCIONAL - ADOLPHO CYRIACO

MERCADO TURÍSTICO - GUILHERME PAULLUS

TECNOLOGIA - GILBERTO PACHECO

TELEVISÃO - MARCELO GOMES

SOCIAL - FRANCISCO DALMÁRIO S. CAVALCANTE

PARCERIAS - ROBERTO GRACIOSO

DIRETOR

Sergio Junqueira Arantes – MTb 10.477 - sergio@expoeditora.com.br

REDAÇÃO

Colaboração: Bruno Omori, Herculano Passos, Sergio Junqueira Arantes e Wilber Rossini

ARTE

Ariana Assumpção - ariana.assump@gmail.com

FOTO DA CAPA

André Stefano

COMERCIAL

mixhotel@expoeditora.com.br

IMPRESSÃO

REFERÊNCIA GRÁFICA

eventos
E X P O
EDITORIA

A revista Mix Hotel é uma publicação da ABIH/SP, editada pela Eventos Expo Editora, direcionada aos profissionais das empresas prestadoras de serviços nas áreas de hospedagem e alimentação. O conteúdo da revista está subordinado à ABIH/SP e à Eventos Expo Editora. Distribuída nacionalmente, o principal foco geográfico da publicação é o Estado de São Paulo e a Região Sul do país.

Tiragem: 6.000 exemplares

Distribuição: Diretor, gerente geral, operacional, vendas, compras, alimentos e bebidas, eventos e controller de todos os hotéis paulistas associados à ABIH/SP ou cadastrados no Cadastur do Ministério do Turismo e dos principais hotéis brasileiros.

Filiada à ANATEC – Associação Nacional das Editoras de Publicações Técnicas, Dirigidas e Especializadas.

Uma oportunidade para o Governador João Dória Junior



O Estado de São Paulo tem hoje o maior centro de convenções do Brasil, o Royal Palm Hall de Campinas, cujo Salão Monumental tem capacidade para mais de 5.000 pessoas. O anterior detentor do primeiro lugar do ranking, o Mendes Convention Center, de Santos, será transformado num empreendimento comercial a partir do ano que vem, mas a Prefeitura de Santos acaba de assinar uma PPP para construção de um novo centro de convenções na Ponta da Praia da cidade, com previsão de 29 mil m², 20 salas de eventos e um auditório para mais de 4,5 mil pessoas, com entrega em 2020.

A capital paulista é o principal centro econômico e cultural da América Latina, sendo também conhecida como a Capital dos Eventos, graças aos seus quase 300.000m² de pavilhões de exposições, capazes de atender às principais feiras do Brasil. A importância dessa performance pode ser avaliada na pesquisa da Ubrafe que indicou que as feiras são responsáveis por 50% da ocupação hoteleira da cidade.

Apesar disso, São Paulo não tem um centro de convenções à altura de sua pujança. Maior que seu maior centro de convenções, podemos citar além dos centros de Campinas e Santos, os de Uberlândia, Buenos Aires, Brasília, Bogotá, Lima, Porto Rico, Panamá, e uma dúzia de centros no México.

Ou seja, a empresa ou entidade que desejar fazer um megaevento em São Paulo terá que improvisá-lo num pavilhão de exposições ou num estádio de futebol, com todos os custos e riscos decorrentes da adaptação destes empreendimentos ao seu evento. É mais fácil realizá-lo fora do país.

Para dotar São Paulo de um centro de convenções que atenda aos requisitos que permitam maximizar o retorno para a cidade do investimento realizado, ou seja, que o participante de um evento, aproveite sua estada para visitar museus, assistir shows e espetáculos teatrais, desfrutar da gastronomia e fazer compras, muitas compras, o mesmo precisa estar situado próximo de hotéis, restaurantes, museus, shoppings etc.

Por isso, a proposta de uma PPP para gestão e ampliação do uso da área do Ginásio do Ibirapuera (Capa) é uma rara oportunidade para que São Paulo tenha um centro de convenções capaz de receber 10/20.000 participantes numa plenária, equipamento multiuso que poderia sediar eventos esportivos, shows, convenções e congressos de grande porte.

Mais do que ninguém, o Governador João Dória, oriundo do setor, sabe que o MICE²+FDT*, segmento que gera um faturamento de R\$ 852 bilhões, sendo o 2º PIB brasileiro, gera 25 milhões de empregos e incrementa o conhecimento.

Proporcionar a São Paulo um centro de convenções de grande porte e arrojada arquitetura, que venha a se constituir num marco para a cidade, através de uma PPP, ou seja, sem custos para o poder público, pode ser, senão o maior, um dos principais legados de João Dória em sua passagem pelo governo do Estado de São Paulo.

Construa-o, Governador, e os eventos virão, com tudo de bom que eles proporcionam.

SERGIO JUNQUEIRA ARANTES, IP, CEM
Diretor da Eventos Expo Editora

* MICE²+FDT – Meetings, Incentive, Congress, Exhibitions, Experience, Festivals, Digital and Tourism.



#MTur



Férias é no **Brasil**

Um mundo de bons negócios para você.

Temos tudo para fazer o brasileiro viajar mais pelo Brasil. Nosso cardápio de paisagens e experiências surpreende o turista, por mais viajado que ele seja.

É hora de incrementar roteiros e pacotes, oferecer produtos e serviços de qualidade e mostrar para seus clientes o mundo de possibilidades que o Brasil oferece.

Aproveite! Tem um mundo de brasileiros prontos para viajar e um mundo de oportunidades prontas para você.

Saiba mais em feriasenobrasil.com.br

Turismo
Nosso
trabalho
gera
empregos

MINISTÉRIO DO
TURISMO



O turismo pode e deveria propulsora da economia



O novo poder executivo no Estado de SP e no Brasil, que tem se desenhado com perfil mais liberal e energético contra a corrupção, deve promover uma melhoria na macro-econômica do Brasil, além de segurança jurídica para captação de investimentos; e portanto, novamente temos a oportunidade

de consolidar o *TURISMO como Política Pública Econômica* para gerar milhões de empregos e divisas para serem aplicadas na infraestrutura, educação, saúde e segurança.

O cenário mundial do turismo, conforme a OMT, demonstrou que em 2017 tivemos mais de 1,3 bilhões de pessoas viajando pelo mundo, o que representa 10% do

PIB global, ou seja, USD 1,6 trilhões em exportações, e no Brasil, segundo o SEBRAE, o primeiro sonho do brasileiro é viajar, o que significa que temos uma demanda interna de mais de 200 milhões de consumidores para o turismo interno e continuamos como 1º do ranking mundial em potencial de recursos naturais para o turismo.

ser uma importante mola brasileira a partir de 2019

Então, o que precisa ser feito para transformar, de fato, o turismo como fator de desenvolvimento econômico, como já é consolidado nos EUA, França, Espanha ou mesmo o México?

- Os governos Federal, estaduais e municipais colocarem como uma das prioridades econômicas a pasta de turismo para gerar negócios/divisas e empregos para as pessoas.
- Efetuar um planejamento estratégico e planos diretores de turismo.
- Leis de incentivo para captação de investimentos nacionais e internacionais no turismo.
- Fortalecer sinergias estratégicas com a iniciativa privada, desenvolvendo produtos turísticos para o mercado nacional e internacional.
- Planejamento estratégico de divulgação integrada com famtour, press-tour, feiras, assessoria de imprensa, parcerias com agências de notícias, internet, mídias sociais e formais como TV, rádio, revista e jornais.
- Investir na qualificação das pessoas e infraestrutura dos destinos.
- Eliminar questões desnecessárias como a reciprocidade de visto de grandes emissores, pois se queremos exportar precisamos facilitar a chegada dos turistas
- Pesquisa de demanda e inventário turístico, com a criação de índices confiáveis diários
- Fortalecer a regionalização com a complementação de atrativos dos destinos e, conseqüentemente, com o aumento do número de dias dos turistas e receita agregada
- Dinamização da EMBRATUR como uma agência, como funciona a APEX
- Qualificação e certificação do trade turístico e dos seus profissionais
- Aprovação dos Cassinos e jogos, o que trará mais de USD 70 bilhões de investimentos estrangeiros no Brasil, especialmente no turismo
- Integração da tecnologia, pessoas, mídias sociais e comunicação no turismo

O Ministério do Turismo ter sido mantido evitou um efeito cascata negativo, com a descontinuidade das secretarias estaduais e municipais de Turismo. Apesar de o novo ministro, Marcelo Álvaro Antônio, nunca ter atuado no setor de turismo, demonstrou, nas primeiras declarações, que pretende trabalhar integrado com o Trade Turístico, Frente Parlamentar de Turismo e Conselho Nacional de Turismo. Portanto, se tiver apoio do presidente Bolsonaro, poderá consolidar políticas estratégicas para fortalecer a economia do País. No Estado de SP, o governador João Dória foi preciso e estratégico ao trazer o ex-ministro Vinicius Lummertz para ser o Secretário de Estado de Turismo de SP, pois, além de ser técnico no turismo, tem uma visão política diferenciada e excelente relação com todo o trade turístico. Com isso, devemos ter uma consolidação do turismo como importante pauta econômica paulista.

No ano de 2018, conforme a ABIH-SP, o mercado hoteleiro do Estado de SP faturou R\$ 7,45 bilhões em diárias e R\$ 1,53 bilhões em alimentos e bebidas em nosso mercado. Projetamos que, em 2019, teremos um crescimento de 3% a 5% na taxa de ocupação hoteleira e de 5% a 9% de aumento na demanda no turismo de eventos, corporativo e lazer se compararmos com o ano passado.

OCUPAÇÃO HOTELARIA DE SP									
MESES	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
JAN	45,00%	47,00%	46,00%	45,00%	50,00%	40,00%	35,00%	45,00%	47,00%
FEB	35,00%	36,00%	37,00%	37,00%	43,00%	35,00%	30,00%	36,00%	36,00%
MAR	50,00%	51,00%	52,00%	53,00%	58,00%	50,00%	47,00%	51,00%	52,00%
ABR	35,00%	36,00%	37,00%	38,00%	42,00%	51,00%	48,00%	52,00%	55,00%
MAI	35,00%	35,00%	36,00%	36,00%	39,00%	50,00%	40,00%	53,00%	56,00%
JUN	50,00%	48,00%	49,00%	50,00%	58,00%	48,00%	40,00%	45,00%	60,00%
JUL	50,00%	52,00%	54,00%	55,00%	60,00%	50,00%	48,00%	49,00%	50,00%
AGO	50,00%	62,00%	65,00%	68,00%	65,00%	60,00%	52,00%	58,00%	55,00%
SET	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	67,00%	62,00%	56,00%	64,00%	62,00%
OUT	65,00%	66,00%	67,00%	68,00%	70,00%	62,00%	57,00%	65,00%	66,00%
NOV	60,00%	60,00%	61,00%	62,00%	60,00%	50,00%	53,00%	59,00%	63,00%
DEZ	60,00%	39,00%	41,00%	42,00%	45,00%	40,00%	37,00%	41,00%	43,00%
MEDIA ANO	51,54%	52,25%	53,17%	53,67%	58,28%	49,83%	45,54%	51,50%	54,68%

Taxa de Ocupação Estado de SP.
OBS. Dezembro de 2018 em
vermelho dados estimados

A ABIH-SP confirmou para os dias 10 e 11 de junho de 2019 a realização no Centro de Convenções Frei Caneca, do SEHGA (Sinergia Estratégica entre a

Hotelaria, Governo, Academia e Trade Turístico) com a EXPOTEL (Feira Internacional para Hotelaria) e o Prêmio TOP FORNECEDOR da Hotelaria Paulista, assim como seus

canais de comunicação estarão posicionados para defender e desenvolver a hotelaria e turismo Paulista.

Bruno Omori

DEPOIMENTOS

A HOTELARIA E O TURISMO:

O ano de 2019, para o setor de Turismo de Lazer, deverá continuar estagnado em virtude da situação de instabilidade financeira da população brasileira

O novo ministro deverá criar vetores reais para que possamos receber mais Turistas estrangeiros no Brasil e criar planos para o Turismo interno e externo trazerem os chineses com a liberação dos vistos para o maior emissor de turistas do mundo. Para o Turismo interno, desenvolver os planos de férias e descanso com créditos subsidiados

Carlos Omori – Vice-presidente ABIH-SP

Nós, da Rede dos Sonhos Hotéis Fazenda, estamos avaliando 2019 como um ano de grande retomada da economia e, conseqüentemente, das atividades turísticas, principalmente no turismo de natureza que já é a modalidade que mais cresce no Brasil e no mundo. A existência de um novo governo, que deixa para trás a crise política que vivemos nesses últimos anos, aliado à manutenção do Ministério do Turismo, agora sendo visto como segmento econômico que pode gerar grande número de empregos, permite acreditarmos que teremos um crescimento significativo do turismo pelos próximos anos. Os nossos resultados de ocupação deste mês de dezembro e janeiro de 2019 mostram um aquecimento significativo do mercado, que deve se manter ao longo de todo este ano que entra. Estamos trabalhando com um crescimento de 15% para 2019.

José Fernandes – Vice-presidente da ABIH-SP

As empresas do setor hoteleiro, na segmentação do turismo rural, destacam-se na importância para o desenvolvimento de qualquer nação. O turismo rural cresce ano a ano e ganha relevante representatividade na economia

das regiões brasileiras, sendo ainda um setor estratégico para qualquer região. Daí as ações de alguns governos estaduais que incentivam o turismo rural.

Não só isso, detectamos que o turismo de eventos está se transferindo para o interior das grandes cidades. Assim, esperamos que o nosso Estado de São Paulo continue com os “incentivos governamentais” para o turismo, mas que focalize mais o turismo rural, principalmente que fomenta o setor de eventos para o interior.

Como proprietário da Fazenda Coronel Jacinto, que é integrante das associações de classes do setor hoteleiro paulista e brasileiro, esperamos com muita convicção e empenho que cada vez mais haja incentivos governamentais, com campanhas publicitárias que retratem o nosso interior e as nossas Fazendas Históricas/Centenárias, destacando as atrações turísticas para atrair o público brasileiro e internacional, convidando-os a virem conhecer o seu interior.

Nós, da Fazenda Coronel Jacinto - inovando e provocando o consumidor para o objetivo de gerar novas experiências ao turista rural, alinhando-se aos eventos “outdoor” e corporativos, como é o caso do automobilístico, que vem propiciando novos atrativos aos seus visitantes e hóspedes -, esperamos que cada vez mais os eventos migrem para o interior do nosso Estado de São Paulo.

O Turismo Rural de Bragança Paulista e do Circuito Entre Serras e Águas, onde a propriedade é localizada, vem atendendo a todos os atributos necessários para que os interessados possam conhecer uma verdadeira vida simples do interior, mas nunca esquecendo o ponto alto da gastronomia da cidade, que é conhecida como a “Terra da Linguíça”; assim, esperamos que os incentivos governamentais façam crescer o interesse do turista nesta região. O turismo rural brasileiro necessita de empresários corajosos e de política pública de incentivos, mas também do apoio do público consumidor, das grandes empresas, das agências de eventos, dos publicitários, da imprensa, dos profissionais da área do turismo e das associações de classe, pois só assim os objetivos de crescimento econômico e social serão alcançados.

Enry Falbo – Vice-presidente da ABIH-SP



PHILIPP-BALUNOVIC

10 e 11 Junho 2019
Das 10h00 às 19h00
Frei Caneca | São Paulo - SP

2019

EXPOTEL
IV FEIRA INTERNACIONAL PARA HOTELARIA

SEHGA SP
Sinergia Estratégica da Hotelaria, Governo e Academia
para desenvolver o Turismo do Estado de SP



2 DIAS INTEIRAMENTE DEDICADOS AO DESENVOLVIMENTO DA HOTELARIA BRASILEIRA



Produtos e serviços para Hotelaria



Evento de Conteúdo: SEHGA



Público profissional
e qualificado



Local de fácil acesso e com
múltiplas opções de hospedagem



Networking



Palestras Técnicas

www.expotel.com.br | Informações: 11 4114-4391

Realização:



Organização e Promoção:



Evento Simultâneo:



Local:



✓ Sua empresa precisa de jovens

P R O G



O Programa Jovem Aprendiz é um projeto criado pelo governo federal, com o propósito de promover a educação no país e inserir os jovens no mercado de trabalho. (Lei da Aprendizagem (10.097/2000)).

A Lei 10.097/2000 declara que empresas de médio e grande porte tem a obrigatoriedade de contratar jovens de 14 a 24 anos como aprendizes e o contrato pode ter duração de até 2 anos.

Durante esse período o jovem receberá capacitação teórica na instituição formadora e prática na empresa contratante, enquanto os empresários contribuem com a formação de futuros profissionais do País.

VANTAGENS PARA O JOVEM E PARA A EMPRESA CONTRATANTE.

01

OPORTUNIDADE

Para o jovem, é uma grande oportunidade de entrarem no mercado formal de trabalho, para adquirir experiência, ajudar na renda familiar e de continuar os estudos para crescer profissionalmente.

02

OBJETIVO

O Programa de Aprendizagem do CETECC, tem por objetivo atender jovens vivendo em condições de vulnerabilidade socioeconômica e risco social, oferecendo ensino profissionalizante e encaminhando-o para o mercado de trabalho.

03

A CONTRATANTE

O aspecto significativo de se contratar um aprendiz é a oportunidade de ajudar um jovem iniciante a entrar no mercado de trabalho, gerando transformação social ao jovem e à sua família por meio da geração de renda e da evolução deste jovem como futuro profissional do País.



CURSOS DO PROGRAMA
Administração - Almozarife
Alimentos e Bebidas
- Hotelaria - Logística - Vendas

com garra e vontade de aprender?

R A M A

Aprenderiz



CETECC - Escola profissionalizante

A SAFRATER – Sociedade de Amparo Fraternal Casa do Caminho, atua desde 1972 em Americanópolis, na periferia da zona sul de São Paulo, através da Creche, Núcleo Socioeducativo Tiãozinho e do CETECC - Centro Educacional e Tecnológico Casa do Caminho. Investe na formação de adolescentes e jovens desde a fase da infância, sob trabalho contínuo, educativo, de formação ética e de cidadania, de forma gratuita, àqueles que buscam uma oportunidade de entrar no mercado formal de trabalho.

Abrange ainda programas socioeducativos compreendendo alimentação, acompanhamento médico-odonto-psicológico, reforço e complementação escolar, atividades artísticas, culturais e esportivas, orientação moral e ética e aulas de habilidades para a vida.

04

O CURSO

Os cursos do CETECC são voltados para as necessidades das empresas, adequando nossos jovens para atender as necessidades da rede hoteleira, desenvolvido por profissionais especializados e cumprindo as normas de obrigatoriedade do MTE.

05

CONTEÚDO

Além de trabalhar também os temas específicos, administração geral, rotina organizacional, conceitos de marketing, logística, recursos humanos, empreendedorismo, responsabilidade social, entre outras, e preparando-o antes e durante sua atuação como aprendiz em concomitância com a empresa parceira.



Rua das Guassatungas, 222
04330-010 - Parque Jabaquara
São Paulo - SP

Tel: 11 5670-1950 - 5011-1950
jovemaprendiz@cetecc.org.br
diretoria@cetecc.org.br

www.cetecc.org.br

Seja uma empresa parceira. Invista no Jovem Aprendiz!

Para tornar-se uma empresa parceira e saber mais sobre o programa Jovem aprendiz, acesse nosso site ou ligue.



FBHA desmente CNTUR

Diferentemente do que divulgou a CNTur, a representação sindical dos setores de Turismo e Hospitalidade permanecem calcadas na liberdade de associação de escolha dos sindicatos e federações. Em 23/02/2010, a CNTur ajuizou perante a 2ª Vara do Trabalho de Brasília/DF o processo nº 0000159-84.2010.5.10.002, onde pretendeu que fosse reconhecida a sua legitimidade para representar, de forma única, TODAS as empresas de turismo, hotéis, apart-hotéis e demais meios de hospedagem, restaurantes comerciais e coletivos, bares, casas de diversão e de lazer, empresas organizadoras de eventos, parques temáticos e demais empresas de turismo, independente da opção de filiação de suas respectivas entidades sindicais, sindicatos e federações.

Ocorre que a referida ação foi julgada IMPROCEDENTE pela 2ª Vara do Trabalho de Brasília, sob o argumento de que o Registro Sindical concedido à CNTur pelo Ministério do Trabalho LIMITA a sua representação apenas às entidades a ela filiadas.

A seguir, a CNTur recorreu



dessa decisão, ao Tribunal Regional do Trabalho do DF, mais uma vez sem sucesso, entendendo o tribunal que a representação sindical do Turismo e Hospitalidade depende da livre escolha de sindicatos e federações.

Inconformada, a CNTur ingressou com Recurso de Revista ao Tribunal Superior do Trabalho (TST), o qual manteve o mesmo entendimento.

Com intuito protelatório, a CNTur apresentou Recurso Extraordinário ao Supremo Tribunal Federal (STF), que se encontra em processamento no TST.

Como se vê, nesse momento a representação sindical da CNTur encontra-se LIMITADA tão somente às federações a ela espontaneamente filiadas.

A decisão do STF de ontem, alardeada pela CNTur, diz respeito

à outra ação, onde não se discute representação sindical, mas sim um quinhão de valores relativos à Contribuição Sindical Patronal. Trata-se do processo nº 0000258-18.2010.5.10.0014 ajuizado perante a 14ª Vara do Trabalho de Brasília, em 12 de março de 2010, cuja decisão foi favorável à CNTur unicamente para recebimento de parte de valores relativos à Contribuição Sindical.

Portanto, a FBHA reafirma seu compromisso com a liberdade sindical, bem como com a democrática possibilidade de que as empresas de hospitalidade, alimentação e turismo, através de seus sindicatos e federações, possam, com autonomia e liberdade, optar pela melhor agremiação sindical que seja capaz de lhe representar.

A FBHA, por escolha livre de seus associados, permanece, por assim dizer, abominando tentativas de se construir uma falsa representação dos segmentos de Turismo e Hospitalidade, com esteio em um sindicalismo fascista e de “cabresto”, onde o maior interesse dos seus defensores diz respeito ao proveito econômico daí oriundo e não à real defesa dos interesses do Turismo Nacional.

Viva a liberdade sindical!

Você **não pode** estar em
todos os lugares ao **mesmo tempo**

Agora o seu hotel,
é **outra história**



SOLUÇÕES
online &
OFFLINE
para a sua
Empresa



Room Tax: mais turismo em quantidade e qualidade

Contribuição facultativa paga em hotéis viabiliza captação de eventos nacionais e internacionais, ações de promoção e capacitação de toda a cadeia produtiva do setor

A Fundação 25 de Janeiro foi fundada há 35 anos. E, desde sua criação, sob as marcas São Paulo Convention & Visitors Bureau e VISITE SÃO PAULO, vem realizando diversas ações para o desenvolvimento de São Paulo como um destino para negócios, eventos e lazer. Em suas frentes de atuação, costuma-se dizer que a entidade pratica os três “C’s”: Captação, Capacitação e Comunicação.

Captação se refere ao trabalho técnico de pesquisa e atração de eventos do Brasil e do mundo para que tenham uma edição realizada em São Paulo, com o objetivo de incrementar a economia, gerando oportunidades de negócios para a hotelaria, centros de convenções, organizadores e promotores de eventos, montadoras, transportes e demais empresas que compõem a cadeia produtiva.

Capacitação é o trabalho executado pela Academia VISITE SÃO PAULO de treinar os profissionais do bem receber sobre a importância da hospitalidade

e primazia no serviço de atendimento ao visitante. Já foram

realizados diversos módulos com taxistas, recepcionistas de hotéis, agentes de trânsito, garçons e muito mais.

Por fim, comunicação se refere aos esforços de promoção do destino, em ações de marketing, produção de conteúdo para

redes sociais e criação de materiais que divulgam os atributos da capital e cidades associadas.

Todo esse trabalho do VISITE SÃO PAULO e seus respectivos resultados para o turismo são fomentados de três formas principais: mensalidade dos mantenedores, patrocínio e Room Tax.

O Room Tax é a contribuição facultativa paga pelos hóspedes por diária nos hotéis associados, que, após descontados os devidos impostos, é repassada ao VISITE SÃO PAULO, que pode reinvestir nas três frentes para gerar ainda mais oportunidades.

Findo o ano de 2018, já se pode ter um panorama das ações realizadas pela entidade. Foram cadastrados mais de dois mil eventos no calendário, com mais de 100 apoios. Com captação de eventos, foram atraídos 21 novos eventos nacionais e 8 internacionais, ganhando destaque o Congresso Brasileiro de Geriatria e Gerontologia; o Congresso Latino Americano de Endocrinologia e Metabologia; e o internacional World Dog Show. Mais de 400 eventos encontram-se em prospecção. Além do trabalho de pesquisa realizado por meio de bancos de dados brasileiros e mundiais, o VISITE SÃO PAULO marca presença em feiras do setor, de forma





independente ou em parceria com o poder público, promovendo o destino e seus associados, como na Fiexpo, no Chile, Imex em Frankfurt, e na Festuris, em Gramado, entre outros.

Congregando mais de 700 associados em 40 segmentos de turismo, eventos e viagens, a área de Relacionamento realiza uma série de encontros e ações, buscando a geração de novas oportunidades entre os próprios membros, como os “Petit Comitês”, que reúne empresas e profissionais para networking. Para facilitar ainda mais esse diálogo e obtenção de informação estratégica, em 2018 foi lançada uma plataforma digital exclusiva aos associados.

Com a hotelaria, são realizados comitês periódicos com gerentes gerais e com a área financeira, discutindo as demandas do setor e como a entidade pode auxiliar.

O VISITE SÃO PAULO também lançou em 2018 três edições do Painel de Monitoramento dos Eventos de São Paulo (PAMESP) com 1º, 2º e 3º quadrimestres, além de uma versão com o primeiro semestre de 2019. Nesta publicação, contam informações do calendário de eventos da entidade apresentadas em uma tabela, separadas por destino e espaços associados, ideal para planejamento



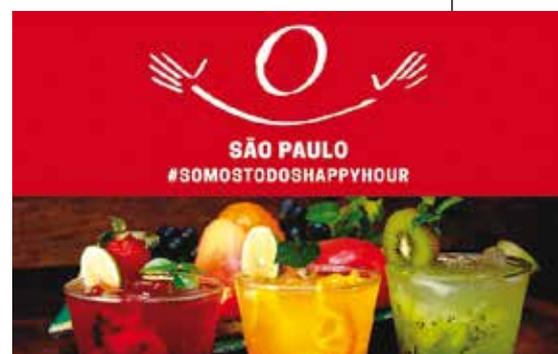
e prospecção de novos negócios.

Também no campo de informação, lançou junto com a São Paulo Turismo a atualização da publicação Dados e Fatos, que reúne os números oficiais da cidade em um só lugar.

Buscando atender o visitante e gerar demanda aos associados, mantem o site Benefício SP, com ofertas e descontos exclusivos, e cria campanhas como o Hotel Weekend e #SOMOSTODOSHAPPYHOUR, com o objetivo de incrementar o movimento nos hotéis, bares e restaurantes.

Todas as frentes são fomentadas diretamente pelo Room Tax. Por isso, se faz necessário o engajamento da equipe de recepcionistas dos hotéis com esclarecimento da importância da contribuição, assim como dos gerentes gerais, para que se incentive a manutenção e criação de novas frentes que auxiliem no incremento da taxa de ocupação nos hotéis.

Para saber mais sobre o Room Tax, acesse www.visitesaopaulo.com/room-tax.



1. PAMESP (Painel de Monitoramento dos Eventos de São Paulo)
2. Discurso do presidente Dr. José Elias Pinheiro na abertura oficial do XXI Congresso Brasileiro de Geriatria e Gerontologia
3. #SOMOSTODOSHAPPYHOUR
4. World Dog Show

Comissão indica R\$ 1,7 bi em emendas para o turismo

Deputados da Comissão de Turismo definiram, nesta terça-feira, 30, as quatro emendas ao Orçamento da União 2019 a que o colegiado tem direito.

A distribuição dos recursos, que somam em torno de R\$ 1,7 bilhão, ficou assim:

- Infraestrutura turística, R\$ 850 milhões
- Promoção e marketing do turismo no mercado nacional, R\$ 200 milhões
- Promoção turística no exterior, US\$ 105 milhões
- Qualificação e certificação no turismo, R\$ 300 milhões

Esse tipo de emendas são indicações coletivas de recursos, de autoria das comissões permanentes de cada uma das Casas do Congresso Nacional. Os itens aprovados no colegiado do turismo seguem agora para análise da Comissão Mista de Orçamento. Se aprovados, serão inseridos no Projeto de Lei Orçamentária Anual.

Na mesma reunião, os parlamentares aprovaram requerimento (REQ 213/18) de autoria do deputado Herculano Passos (MDB-SP). A proposta requer a realização de audiência pública para debater o Plano Nacional de Gestão do Patrimônio Mundial no Brasil, como Política de Estado indispensável para o desenvolvimento do turismo cultural e natural do País.

Os membros aprovaram também parecer de Herculano ao PL 8257/17, para que apresentações artístico-culturais em apoio à promoção de destinos e produtos turísticos brasileiros possam receber recursos do Programa Nacional de Apoio



Bruno Omori e Herculano Passos

à Cultura (Pronac). “Muitos turistas são atraídos para o Brasil por conta do nosso potencial cultural. Espetáculos artísticos brasileiros são apresentados em eventos internacionais com o objetivo de divulgar nosso país. Então é justo que essas atividades possam ser beneficiadas por esse Programa, que estimula a produção, a distribuição e o acesso aos produtos culturais”, explica Herculano, que é presidente da Frente Parlamentar do Turismo do Congresso Nacional.

PARABÉNS!

TURISMO E ABIH TRABALHANDO PARA O PROGRESSO DO BRASIL



RTV NIKEY

36
ANOS

na parceria Brasil-Japão



Patrocínio



TOYOTA



Bradesco



HONDA



SOMPO
SEGUROS



Rua Jaguarão, 45 Jabaquara



www.radioetvnikkey.com.br



(011) 5012-7935 / 5016-2299



radionikkey@terra.com.br

Reeleito, Roberto de Lucena reafirma seu compromisso com o Turismo

O deputado federal Roberto de Lucena (Pode/SP), reeleito para o seu terceiro mandato reafirma o seu compromisso com o setor do turismo. Referência no assunto, o parlamentar afirma: “acreditamos que este setor tem capacidade suficiente para assumir um papel fundamental na retomada do crescimento econômico do Brasil, uma vez que representa 9% do Produto Interno Bruto (PIB) e emprega 7 milhões de pessoas em todo o Brasil”. Entre 2015 e 2016, foi secretário de Estado de Turismo em São Paulo, liderando, na Assembleia Legislativa, as comissões que resultaram na aprovação da Lei dos Municípios de Interesse Turístico, que permitiu a mais de 140 municípios do estado passarem a receber importantes recursos anuais para o fomento do turismo - fator gerador de emprego e renda.

Lucena também é autor do Projeto de Lei nº 10.482/18 que estabelece obrigatoriedade de diploma de curso superior em Turismo ou Hotelaria para se exercer as profissões. A proposta tem por objetivo preencher uma lacuna na legislação atual, que estabelece quem



Roberto de Lucena

poderá atuar nas áreas e como será feito o registro profissional.

Os novos tempos impõem grandes desafios ao turismo nacional e o deputado Roberto de Lucena, como membro da Frente Parlamentar de Apoio ao Turismo, continuará a sua luta pelo devido reconhecimento dessa cadeia produtiva e de apoio a essa importante atividade que é responsável por um em cada dez empregos no mundo e tem impacto de pelo menos R\$ 520 bilhões na economia do Brasil.

Parceria com ViVi Holding oferece benefícios a associados

A ABIH assinou parceria com a ViVi Holdings e traz novidades e benefícios para seus associados. A ViVi Holdings tem sede em Boca Raton, Flórida, nos EUA, e tem filial em 5 cidades brasileiras: São Paulo, Blumenau, Aracaju, Maceió e Belo Horizonte. A empresa trabalha há mais de 15 anos no ramo de tecnologia servindo grandes varejistas e instituições financeiras. Nos últimos anos a ViVi agregou ao seu portfólio soluções para meio de pagamento onde já atende grandes empresas, mas com condições diferenciadas para, em especial, as pequenas e médias empresas.

Muitas pousadas e hotéis de pequeno e médio porte enfrentam muitos desafios frente às grandes redes de alcance nacional e internacional. Entendendo as dificuldades, a ABIH buscou soluções para seus associados e foi aí que nasceu a parceria com a ViViPAY, empresa de meios de pagamento da ViVi Holdings.

Essa parceria está trazendo dois grandes benefícios: cartão convênio com solução para adiantamento de até 30% para os funcionários, sem custo adicional para o estabelecimento. O funcionário recebe como benefício um cartão de crédito, independente da sua situação financeira, e pode ter até 40 dias para pagar pela sua compra, através do salário.

Recebe também uma conta digital também com inúmeros benefícios, incluindo seguro saúde, consultas, exames e diversos auxílios por apenas R\$ 24,90 mensais. Com uma interface simples, ele pode consultar a sua conta digital e realizar diversos tipos de movimentação tais como: pagamento de contas, tributos, impostos, transferências entre contas e recarga de celular. Todos os recursos de um banco e de um cartão de benefícios ao alcance dos negativados ou desbancarizados.

Outro benefício para os estabelecimentos é a máquina de ponto de venda da ViViPAY, que aceita praticamente todas as bandeiras de mercado, com taxas atrativas para pagamento e antecipação de crédito.

A ViVi Holdings tem outra solução super interessante para o segmento do turismo internacional, a USA CHIP, e que pode ser mais um produto vendido para os hóspedes no hotéis e pousadas. A USA CHIP vende chip 4G para turistas brasileiros que viajam para os Estados Unidos. A empresa aceita pagamento em reais,

parcelado no cartão de crédito, com entrega no Brasil e ativação para a data da viagem.

Em 2017, o número de brasileiros viajando para o exterior voltou a crescer, após dois anos seguidos de queda, segundo dados da Associação Brasileira das Operadores de Turismo (Braztoa). O número de embarques aumentou em 26% - foram 1,2 milhão em 2017 contra 954 mil em 2016. O faturamento subiu 18% no segmento de viagens internacionais. De maneira geral, o setor faturou, no ano passado, R\$ 12,2 bilhões, um valor 8% maior do que em 2016. Só para os Estados Unidos foram 273 mil brasileiros que viajaram em 2017.

É um mercado em crescimento e pouco explorado. A ABIH conseguiu um acordo especial com a empresa e os associados que desejarem vender o produto para seus hóspedes serão remunerados por cada venda.

Para maiores informações sobre os chips acesse www.usachip.com.br e para saber sobre os cartões e maquininhas PDV acesse o site www.vivipay.com.br



USACHIP
Powered by **ViViMOBILE**

Vale do Ribeira Paulista, o vale das oportunidades

DIVULGAÇÃO



Vale do Ribeira

O Codivar (Consórcio de Desenvolvimento Intermunicipal do Vale do Ribeira e Litoral Sul), com 25 municípios consorciados no sul do Estado de São Paulo, inovou em Janeiro de 2014, quando a Assembleia de Prefeitos do Codivar, órgão de deliberação e discussão, aprovou a resolução que instituiu a Câmara Técnica do Turismo do Codivar, a qual previu em seus objetivos, elaboração de plano regional de turismo, o que representa a construção de um documento norteador das discussões regionais do turismo.

O trabalho da câmara técnica do turismo começou havendo encontro das pessoas indicadas pelos prefeitos dos municípios consorciados, com apoio insti-

tucional do Sebrae Registro e da ABIH-SP, e nas primeiras reuniões abordamos temas como formalização, regularização e a importância do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), o que é CADASTUR e sua obrigatoriedade, e aplicamos uma dinâmica para preenchimento de planilha de inventário turístico, no qual debatemos conceitos da diferença entre recurso turístico e atrativo turístico consolidado.

Diagnosticamos que em 2013, a maioria dos municípios consorciados não havia desenvolvido atividade com o Comtur, ou que nos municípios com Comtur existente as reuniões não ocorriam com regularidade. No ano de 2014, a maioria dos municípios criou lei municipal do Comtur para seu funcionamento. Os municípios que

tinham legislação criando Comtur passaram a realizar mais reuniões, ou seja, verificamos que a câmara técnica do turismo fomentou em muitos municípios a organização ou reativação do Comtur.

Alguns municípios desse grupo de participantes da Câmara Técnica do Turismo passaram a elaborar material gráfico de divulgação dos municípios, dos atrativos turís-

ticos e empreendimentos comerciais voltados ao turismo. Alguns materiais tiveram união de municípios vizinhos e foram utilizados na participação de feiras e eventos que a Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo convidava para se instalar no estande.

Em 2016, a Câmara Técnica do Turismo passou a ser reconhecida como GOVERNANÇA REGIONAL pelo Ministério do Turismo, fortalecendo a imagem do Vale do Ribeira na temática turística, fomentando a exploração do potencial a ser desenvolvido do turismo como alternativa de desenvolvimento econômico da região.

Entre os 25 municípios consorciados, 23 aderiram ao mapa da regionalização do turismo proposto pelo ministério do turismo em



Cananéia

2015, sendo que em 2017 100% dos municípios consorciados ao Codivar aderiram ao mapa da regionalização do turismo, evidenciando o sucesso da manutenção do colegiado regional.

Consolidamos apoio institucional da ABIH/SP, SEBRAE/SP, SENAC/SP, SESC/SP e IF em Registro. Os participantes propuseram ao Ministério do Turismo um novo desenho das Regiões Turísticas (RT), redesenhando o Vale do Ribeira com três regiões turísticas, RT Lagamar (Iguape, Ilha Comprida, Cananéia, Pariqueira-Açú e Pedro de Toledo), RT Caminhos da Mata Atlântica (Itariri, Sete

Barras, Registro, Juquiá, Miracatu) RT Cavernas da Mata Atlântica (Apiai, Eldorado, Barra do Chapéu, Barra do Turvo, Cajati, Ribeirão Grande, Jacupiranga, Itaoca, Itapirapuã-Paulista, Iporanga).

Os planos regionais de turismo começaram a ser construídos em 2017, iniciado trabalho pelo Plano da RT Cavernas da Mata Atlântica, com apoio do SENAC, sendo que, em 2018, a RT Lagamar iniciou o trabalho de planejamento, objetivando a criação de ferramentas para desenvolvimento do turismo da região e busca de investidores.

Os participantes da construção dos planos regionais, apontaram

entre os principais desafios para desenvolver as regiões turísticas, a falta visão do potencial turístico de toda a região pela iniciativa privada, o acesso rodoviário pela malha estadual e a falta de organização e certeza de acesso aos Parques Estaduais no acolhimento dos turistas.

Com esta experiência de 4 anos de trabalho, desde 2014 até 2018, entendemos que agora conseguimos organizar o território para oferecer experiências aos turistas que buscam turismo de praia, aventuras, rural e histórico. Visite o Vale do Ribeira, o Vale das oportunidades que conecta, inova e conserva.

A NOVA HOSPITALIDADE



CEO de escolas suíças de hotelaria de alto padrão diz que a experiência com luxo está mudando e Airbnb fez bem para os hotéis

Tradicional e com poucas mudanças, o setor de hotelaria passou por uma aceleração nos últimos 20 anos, com a consolidação de novos mercados na Ásia, Oriente Médio, Leste da Europa, Estados Unidos e América do Sul. Além disso, as novas tecnologias obrigaram o setor a se reinventar, o que não deixa de ser uma boa notícia.

Essas são as conclusões do francês Benoît-Etienne Domenget, CEO do Grupo Sommet, responsável por duas das mais importantes escolas de hotelaria do mundo, a Glion e a Les Roches, ambas com sede na Suíça. Fundada em 1962, a Glion tem 1,6 mil alunos de 96 nacionalidades em três unidades – Montreux e Bulle, na Suíça, e Londres. A Les

Roches, com 1,5 mil alunos, 97% deles estrangeiros, foi estabelecida em 1954 e têm cinco unidades – a sede em Bluche, Marbella (Espanha), Chicago (EUA), Xangai (China) e Amã (Jordânia). Trezentos brasileiros frequentam as duas instituições, que oferecem graduação, pós-graduação e MBAs. Elas são especializadas em gestão de hotelaria, com visão de negócios, marketing, finanças e serviços que se expandem para áreas como o mercado de luxo, restaurantes, companhias aéreas e shoppings. Domenget diz que as escolas funcionam em sintonia com as grandes redes hoteleiras mundiais, o que confere treinamento melhor e mais atualizado, além de trazer mais oportunidades para os estudantes.

Os dados de Glion são de que 91% dos alunos recebem ofertas de empregos na graduação e há uma média de 3,2 ofertas de estágio durante o curso. Em Les Roches, 85% deixam o curso empregados ou abrem seus próprios negócios.

É um setor em expansão. Segundo o World Travel & Tourism Council (WTTC), ele exigirá 90 milhões de novos postos no mundo até 2027, 30% a mais do que o montante atual.

Para Domenget, os novos mercados mundiais já ganharam as suas grandes redes de alto padrão – quatro e cinco estrelas – e devem atrair agora, além dos viajantes internacionais, os turistas regionais e locais. “A China tem um número enorme de hotéis em construção. Novas redes gigantes atendem a essa classe média que está crescendo. Em Dubai, Barein e Arábia Saudita já há hotéis de duas e três estrelas, isso não existia há dez anos. Nos países que têm essa demanda, faltam profissionais bem formados”, diz.

Em relação ao segmento de luxo, o setor se desloca de fornecimento de grifes e serviços para a criação de experiências únicas, segundo o executivo. “Há cada vez mais hotéis, lojas e marcas de luxo no mundo.

Todos esses mercados quiseram consumir esses ícones de joias,

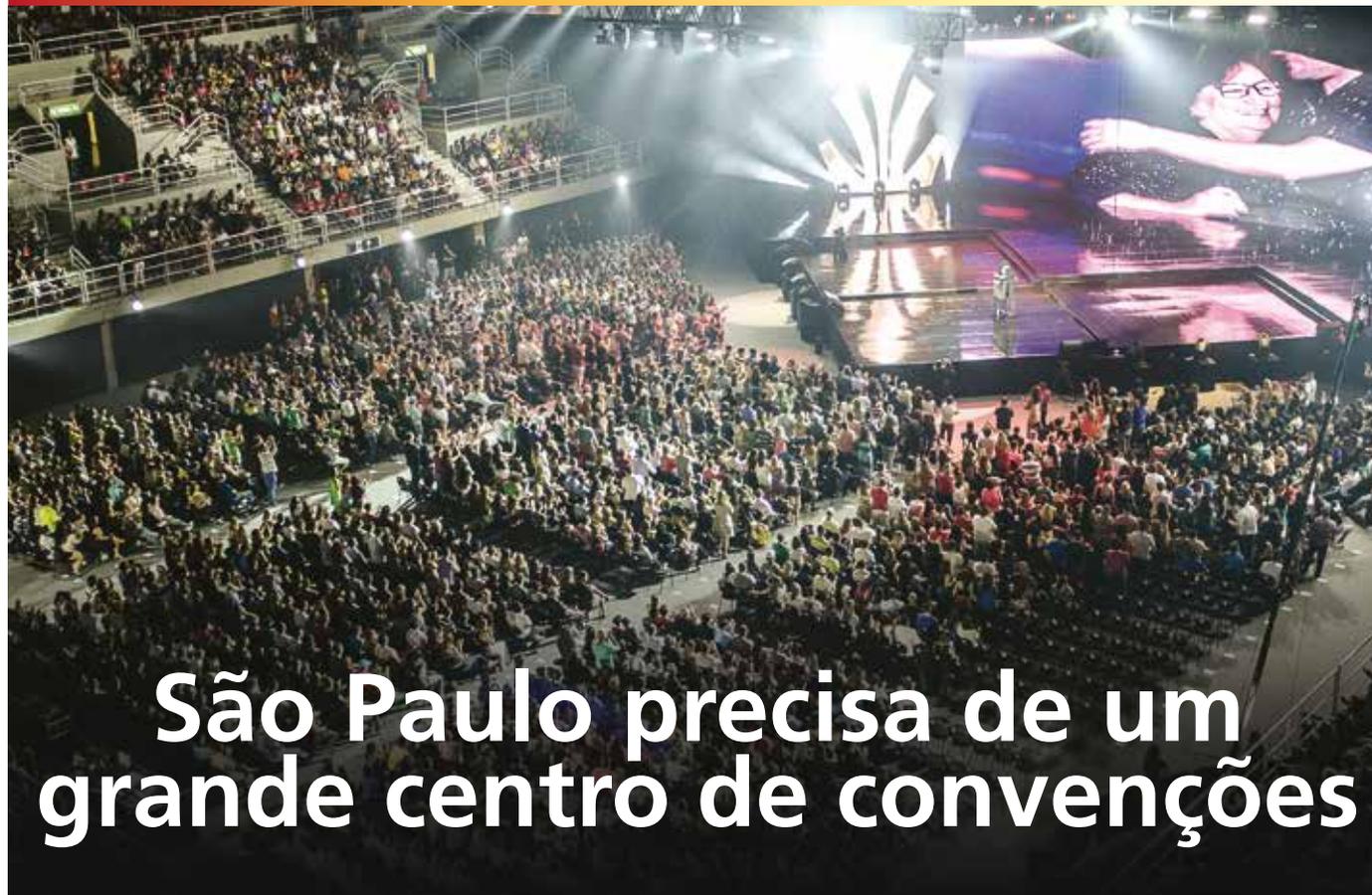


relógios e apartamentos. Hoje, não querem mais apenas isso, mas a experiência e a história por trás disso, a autenticidade.” Isso tem a ver também com as transformações causadas por sites como o Airbnb e o Booking.com. Para o CEO, eles forçaram os hotéis a serem mais transparentes e proporcionaram novas experiências ao viajante. Mas também abriram a oportunidade de os hotéis melhorarem o serviço e explorarem o contato próximo com os clientes.



- 1 e 2. Sede da Glion em Montreux (Suíça), de onde se avista o lago Genebra e os Alpes e que inclui aulas sobre serviço em restaurantes
3. Curso de inovação na Les Roches, que tem 1,5 mil alunos em cinco unidades
4. Sala de aula na Giles





São Paulo precisa de um grande centro de convenções

Jeunesse Arena

Na década de 70, quando sua maior feira não alcançava 10.000 m² no antigo pavilhão do Ibirapuera, Caio de Alcantara Machado construiu o Anhembi, com 64.000 m². Muitos o consideraram um alucinado. A maioria dizia que seria um elefante branco. Os anos se passaram e os quase 300.000 m² da área de exposição de São Paulo estão sempre ocupados. Qualquer empresa ou entidade que pretenda realizar um evento de médio ou grande porte em São Paulo será defrontada com uma triste realidade: os espaços de médio e grande porte são poucos, o que indica ser mais fácil realizar o evento no Caribe, nos EUA ou em algum país latino-americano.

Quando da conquista da Copa 2014 e da Olimpíada, muito se falou de legados. Uma palavra

bastante repetida e pouco praticada. Todos sabem que os investimentos públicos para a realização destes megaeventos são enormes, o que só se justifica pelos tais legados. Infelizmente, todos sabem que eles foram parcos.

No entanto, pouco se tem falado do principal legado que estes eventos deveriam ter deixado no Brasil: o turismo e, principalmente, o turismo de negócios. Nos anos que antecederam e se seguiram às Olimpíadas de Barcelona e de Sidney, estas cidades ascenderam às primeiras posições no Ranking da ICCA. Mas elas estavam preparadas para receber o aumento do fluxo de eventos que o simples anúncio de que seriam sede dos jogos olímpicos acarretaria.

Como diz a sabedoria popular: o cavalo passou arreado e eles souberam montar. O Brasil,

infelizmente, perdeu o bonde da história. A procura começou imediatamente após o anúncio da conquista dos eventos, afinal todos gostariam que seus convidados, delegados ou associados conhecessem o país aonde iriam se realizar os maiores eventos do mundo. Antes mesmo que eles se realizassem. O cavalo já estava passando e não estávamos em condições de montá-lo, por falta de centros de convenções compatíveis com o requerido.

Há muitos anos a Revista Eventos vem pregando a necessidade da construção de centros de convenções de grande porte em São Paulo. Foram muitas matérias, vários editoriais, alguns discursos. E pouco resultado. Mas não nos cabe esmorecer. Água mole em pedra dura, tanto bate até que fura.

Muitos alegam não serem



ViviPAY

ECOSISTEMA FINANCEIRO

- **Cartão Pré-Pago VIVI PAY**
- **Conta Digital VIVI PAY**
- **Maquininha VIVI PAY**
- **Cartão Convênio** (Solução para adiantamento de até 30% para os funcionários).



✉ contato@vivipay.com.br



www.vivipay.com.br



ViviPAY



Campos do Jordão - Eventos

prioritários. Alguns, que não são necessários. Mas chega a ser vergonhoso que a cidade que se orgulha de ser a Capital dos Eventos não tenha sequer um centro de convenções que figure no ranking dos 100 Maiores do Mundo. Cidades e países muito menos significativos figuram na lista: República Dominicana, Porto Rico, México, África do Sul, Argentina, Austrália, Bolívia, Peru, Nova Zelândia e até mesmo os pequenos Sri Lanka e Macau. Alguns com mais de um centro de convenções.

No Brasil, só muito recentemente temos um centro de convenções com uma sala capaz de recepcionar 5.000 congressistas: o Royal Palm Hall, em Campinas. O Anhembi, o maior de São Paulo, figura na 139ª colocação no Ranking, atrás de Uberlândia, Brasília, Belo Horizonte, Florianópolis etc.

Bom para Campinas, Santos e Uberlândia. Lamentável para São Paulo. Ela merece mais. Muito mais.

Afinal, estudos, como o pro-

duzido pela Crossroads Consulting Services para a Maryland Stadium Authority, demonstram que um centro de convenções é *“um gerador econômico valioso, que atrai uma variedade de segmentos da indústria para a cidade e o estado, fomentando seus mercados através da troca de ideias, negócios e conhecimento”*.

A análise de mercado e impacto econômico da Crossroads, que justificou a ampliação do Baltimore Convention Center, *“identificou 243 eventos perdidos por serem demasiado grandes para serem realizados no BCC, apesar de 96% destes grupos poderem ser acomodados na rede hoteleira da cidade”*. Este mesmo estudo indicou que o aumento de 67% na área do Baltimore Convention Center incrementaria cerca de 300.000 pernites na hotelaria do entorno.

Ainda segundo o estudo, *“o ambiente atual proporciona vantagens competitivas às instalações localizadas em destinos que oferecem um pacote de amenidades atraentes, proximidade de uma ampla base empresarial e de associações, aliados a uma boa*

oferta hoteleira, acessibilidade, restaurantes e opções de entretenimento, fatores que favorecem a manutenção de um fluxo relativamente constante de convenções, feiras e eventos em tempos de desafios econômicos”.

A referência da Crossroads era Baltimore, mas, com certeza, melhor ainda se referenciaria a São Paulo, cidade que atende a todos os aspectos mencionados, *com exceção da existência de um centro de convenções*. Ou seja, ela tem tudo para ser campeã na captação de eventos, mas situa-se em 43º lugar no ranking da ICCA, tendo caído 10 lugares nos últimos cinco anos.

Outra conclusão do estudo é que a metragem quadrada bruta de eventos indica que a porcentagem de eventos que requerem mais de 30.000 m² aumentou significativamente. Uma consulta ao Banco de Dados da ICCA mostra que cerca de 15% (1660) dos eventos cadastrados preveem a participação de mais de 5.000 participantes. Pode parecer pouco, mas, por serem os maiores, são os que proporcionam maior retorno econômico, mais oportunidade de transferência de conhecimento, maior repercussão na imprensa.

Outro aspecto importante a ser observado é a oportunidade de apropriação de conhecimento que a realização de um congresso internacional no Brasil proporciona. Para melhor avaliar este aspecto, a Revista Eventos fez uma rápida pesquisa respondida por 34 associações que promoveram eventos internacionais no Brasil nos últimos anos, tendo apurado que, em média, 817 profissionais brasileiros participaram nos eventos realizados no país, quantidade que cai

Travel TOYS

TROL



ATENÇÃO HOTELEIROS!

FOTOGRAFIA ILLUSTRATIVA



CRIATIVIDADE



DIVERSÃO



INTERATIVIDADE



O PROJETO TRAVEL TOYS

DA TROL DISTRIBUIDORA DE BRINQUEDOS EM PARCERIA COM A ABIH SP, OFERECE UMA GRANDE OPORTUNIDADE DE AUMENTAR O ESCOPO DE SERVIÇOS OFERECIDOS A SEUS HÓSPEDES, TRAZENDO MUITO MAIS AGILIDADE, CONFORTO E COMODIDADE.

COLOQUE A VENDA EM SEUS ESPAÇOS OU LOJAS DE CONVENIÊNCIAS, A LINHA DE BRINQUEDOS DO PROJETO TRAVEL TOYS E GERE MAIS UMA FORMA DE RECEITA PARA A SUA EMPRESA E TUDO ISSO DE FORMA CONSIGNADA, COM A EQUIPE DA TROL BRINQUEDOS RESPONSÁVEL POR TODA OPERAÇÃO.



GOSTARIA DE MAIORES
INFORMAÇÕES, ENTRE EM CONTATO!
NÃO FIQUE DE FORA DESTA
OPORTUNIDADE.

 [trolbrinquedos](#)

 [trolbrinquedos](#)

 [trolbrinquedos](#)

A TROL DISTRIBUIDORA
ESTÁ PRONTA PARA
ATENDÊ-LOS.

contato@trolbrinquedos.com.br | Tel.: (11) 2337-6742

para 301 e 218 nas edições que se seguiram realizadas no exterior. Ou seja, um evento internacional realizado no Brasil proporciona um ganho de conhecimento quatro vezes maior, decorrente do significativo aumento da delegação nacional.

No entanto, apesar do mantra “Construa e eles virão” ser indiscutível, só se torna verdade se sua execução obedecer aos melhores princípios mercadológicos, se o objetivo for transformar o centro de convenções num alavancador da economia local.

Alguns casos brasileiros são exemplares da importância de um profundo conhecimento do mercado na definição dos parâmetros utilizados na escolha do local, das dimensões e das especificações do centro de convenções.

Centro de convenções pioneiro no Brasil, o Anhembi é, hoje, o principal pavilhão de exposições da América Latina, no entanto, devido a sua localização e suas especificações técnicas, o mesmo não se pode dizer de seu centro de convenções.

Mais ainda, 40 anos se passaram e o Anhembi não conseguiu desenvolver no seu entorno um conjunto de hotéis, restaurantes e outros atrativos que tornassem mais agradáveis a estada dos participantes em seus eventos.

Inaugurado em 1977, o RioCentro por muitos anos padeceu da ausência de quaisquer atrativos e amenidades no seu entorno, tornando a participação em um evento no RioCentro uma aventura pouco agradável.

Recém-inaugurado, o Centro de Convenções do Ceará,

a maior aposta no turismo de eventos promovida no Brasil nos últimos 40 anos, apesar de sua grandiosidade carece de um salão que o capacite a acomodar adequadamente, em uma mesma sala, mais de 1.500 pessoas (formato teatro), como seria de se esperar. Isso explica, aliás, porque ele não figura no Ranking dos Maiores Centros de Convenções do Mundo.

No entanto, isso ainda é possível, se o Governo do Ceará optar por transformar sua praça gastronômica num maravilhoso salão de eventos. Ele seria um dos maiores, melhores e mais belos do mundo. Basta haver vontade política e coragem para corrigir o erro.

“Construa e eles virão”, se o projeto for precedido de estudos que indiquem a melhor localização e sua definição técnica mais adequada.

Premal Zaveri, indiano, membro sênior da CBRE e do Hotel Consulting Team, diz que “a necessidade de centros de convenções

de grande porte para a Índia é ainda mais destacada pelo fato de que um grande número de eventos de importância global, que deixam significativas pegadas na economia global, como a Cúpula de Doha, a Asean, Congressos Mundiais etc., deixam de ocorrer na Índia devido à atual falta de um centro de convenções de dimensão considerável. A importância desses eventos não se restringe apenas ao impulso da economia decorrente daquele particular evento, mas também pelo impulso à indústria de eventos no país, aumentando a importância do país como destino de congressos e eventos, aumentando assim o número total de eventos internacionais que ocorrem no país”.

Continuando, Premal afirma que “o ponto mais importante que impulsiona negócios (e os viabiliza) para um centro de convenções é a disponibilidade de hotéis e outras instalações de apoio, como áreas de lazer e lojas... Ponto



Teatro Positivo

É EFICIENTE!

É LEGAL!

GAT

...É DESPACHANTE ADUANEIRO.

Na hora de contratar os serviços de desembaraço aduaneiro, fale com quem é reconhecido pelo mercado como um verdadeiro consultor na hora de importar ou exportar.

Além disso, você cumpre a legislação vigente no Brasil, evitando multas, evasão de tributos devidos à Previdência e não recolhimento do Imposto de Renda. O que falta para você contratar um DESPACHANTE ADUANEIRO?

**UMA PARCERIA INÉDITA UNIRÁ AINDA
MAIS O SETOR HOTELEIRO, COM A ABIH-SP
E OS DESPACHANTES ADUANEIROS.
AGUARDEM!**



**SINDICATO DOS
DESPACHANTES
ADUANEIROS
DE SÃO PAULO**

11 3549-9832 | sindaspcg.org.br

**Afinal, são quase
170 anos de existência.
Respeite quem soube chegar
onde a gente chegou.**

chave na definição de drivers de negócio para um centro de convenções é a infraestrutura básica que um destino tem para oferecer em termos de acessibilidade, segurança, facilidade de transporte etc.”, e continua, “a maior parte dos eventos relacionados ao entretenimento, eventos de lazer e esportivos também é determinada pela disponibilidade no mercado de outras exposições e instalações de entretenimento”.

Para isso é essencial identificar o tipo de clientela do centro de convenções e as exigências, layout do espaço e características do impacto econômico de cada tipo de cliente.

Voltando ao estudo da Crossroads, “ao escolher um local, organizadores e produtores de eventos observam várias características de um Destino que são muito importantes para o sucesso de seu evento. Os principais atributos são a acessibilidade por via aérea e/ou rodoviária, inventário de apartamentos de hotel, comércio, entretenimento e restaurantes próximos ao local do evento”. O estudo continua enfatizando que a importância que os planejadores de eventos emprestam a esses fatores varia conforme o tipo de evento. Por exemplo, “eventos locais podem dar mais importância para acessibilidade do local para os expositores e participantes das comunidades do entorno. Um desejo consistente de profissionais e associações é o número de quartos de hotel de qualidade próximos do evento, o que permite que os participantes se movam livremente entre as reuniões e diminui o custo de transporte”. Podemos ilustrar estas constatações do estudo com



Bourbon

o fato de vários organizadores de eventos terem indicado que a abertura do Hilton no entorno do BCC foi uma das principais razões para a escolha de Baltimore para sediar seu evento.

Como ponto de referência, a tabela abaixo ilustra os critérios de seleção do local que os planejadores de reuniões consideram muito importantes e sua classificação relativa, por tipo de evento.

FATORES CONSIDERADOS “MUITO IMPORTANTES”

FATOR	Evento	Incentivo	Convenções	Congressos
Disponibilidade de hotéis ou outras instalações adequadas para reuniões	78%	62%	84%	68%
Acessibilidade do destino	77%	55%	79%	77%
Segurança do destino	62%	77%	65%	62%
Facilidade de transporte de participantes de/para o local	61%	54%	50%	45%
Distância percorrida pelos participantes	58%	36%	50%	53%
Custos de transporte	48%	41%	36%	40%
Imagem limpa e imaculada do ambiente do destino	37%	59%	29%	26%
Clima	33%	73%	19%	17%
Políticas da empresa	26%	22%	24%	22%
Disponibilidade de instalações recreativas, tais como golfe, natação, tênis etc.	21%	70%	10%	10%
Atrações turísticas, culturais etc.	15%	66%	16%	10%
Imagem glamorosa ou popular do destino	12%	59%	10%	10%

Pesquisa: Meetings Et Conventions.



ME TA MA IOR JO SE

MÚSICA CLÁSSICA ELETRÔNICA
SHOWS DE MÚSICA CLÁSSICA EM PERFORMANCES ORIGINAIS
ABERTURAS DE EVENTOS E CONGRESSOS

 (11) 95386-1025

MERLIN

O estudo da Crossroads rastreou negócios perdidos entre 2007 e 2011, indicando que o BCC perdeu 444 eventos, 2.315 dias de eventos, 1,4 milhões no atendimento total e 2,3 milhões de pernoites. Qual o prejuízo que seria apurado se um estudo similar fosse realizado em São Paulo?

Aproveitando ainda as lições do estudo promovido para avaliação da pertinência da ampliação do Baltimore Convention Center, vale observar algumas considerações sobre outros centros de convenções americanos:

- Localizado no centro da Filadélfia, o Pennsylvania Convention Center (PCC) foi inaugurado em 1993 estimulando novo desenvolvimento, incluindo a restauração do Reading Terminal Shed Train e do Mercado, bem como hotéis adicionais – que contribuíram para o aumento da visitação e da atividade econômica.
- O Centro de Convenções de Washington foi inaugurado em 2003 e está localizado no coração da cidade.
- O Boston Convention & Exhibition Center está situado no Seaport Boston Sul, a alguma distância da principal concentração de hotéis em Boston. A localização, longe de um hub de quartos de hotel o colocaria em desvantagem competitiva. Ter hotel no entorno foi citado como uma necessidade crítica por organizadores de eventos.
- O Gaylord National é um forte concorrente para o BCC devido a sua localização próxima a lojas, restaurantes, varejo e entretenimento.
- Uma grande campanha de revitalização do centro, na década de 1970, levou ao desenvolvimento do San Diego Convention Center em 11 hectares de Port of San Diego, iniciativa aprovada pelos eleitores da cidade. A oferta hoteleira, o acesso aéreo, a vibração do comércio local têm sido citados frequentemente como pontos fortes do destino por participantes de eventos.
- O Governo Metropolitano de Nashville e Davidson County (Metro Nashville) começou a estudar a possibilidade de aumentar o espaço de convenções no centro de Nashville, tendo criado o Central City Music.
- Em 2002, o Centro de Convenções de Washington encomendou um estudo para avaliar as necessidades futuras de desenvolvimento, incluindo qualquer espaço funcional adicional e/ou elementos de apoio, como um hotel de sede. De acordo com organizadores de eventos pesquisados, a desvantagem do Distrito era a necessidade de usar vários hotéis para os participantes se hospedarem. Conseqüentemente, o desenvolvimento adicional do hotel foi considerado necessário para melhorar a posição competitiva do novo centro



Minascentro

de convenções, com a recomendação de que oferecesse um grande número de quartos. Pequenos hotéis "boutique" não foram recomendados, dado que eles não fornecem uma massa crítica suficiente para atender a demanda de quartos que seria necessária para um grupo grande de participantes.

Em conclusão, o estudo da Crossroads ressaltou como fatores mais importantes:

1. Situar-se em área central ou nobre, na proximidade de hotéis e outros elementos de apoio, como restaurantes, lojas e entretenimento, aumenta a capacidade de comercialização de um centro de convenções.
2. Acessibilidade para pedestres e tráfego de automóveis é importante na captação de eventos de alta frequência e percebido com um significativo apelo na segurança do evento.
3. Ter uma ampla rede hoteleira no entorno é crucial para o sucesso a longo prazo.
4. Importante, também, manter um equilíbrio adequado dos espaços para exposição e salas pequenas, médias e grandes para eventos, podendo variar conforme os segmentos de mercado alvo do centro.
5. Maximizar áreas contíguas e espaços sem colunas aumenta a competitividade.
6. É prioridade ter um espaçoso salão flexível, capaz de acomodar megaeventos e diversas atividades simultaneamente.

Por todo exposto, observa-se a premência de dotar a capital paulista de um grande centro de convenções para 30.000 ou mais participantes, com uma sala para no mínimo 12.000 pessoas, e o projeto de outorgar a gestão da área do Ginásio do Ibirapuera, abre a oportunidade de se aproveitar a área contígua ao Ginásio para construção de um centro de convenções que coloque São Paulo no cenário internacional de congressos e convenções. Um espaço multiuso, capaz de recepcionar convenções e congressos e, também, shows, eventos esportivos etc., com um projeto arquitetônico imponente que se imponha como emblemático da maior cidade brasileira.



PARA UM DESTINO CADA VEZ MELHOR

O VISITE SÃO PAULO – assim como as demais entidades de destinos e Convention & Visitors Bureaus em todo Brasil – é uma entidade sem fins lucrativos mantida pela iniciativa privada, que trabalha com a missão de aumentar o fluxo de visitantes de um destino através da prospecção, promoção, apoio e incremento de eventos.

Além disso, por meio de seus profissionais técnicos, oferece apoio logístico, visitas de inspeção, capacitação dos profissionais de atendimento, produção de material promocional, geração de oportunidade entre associados, pesquisa e divulgação de eventos para planejamento e tomada de decisão.

O resultado deste trabalho, que envolve toda a cadeia de turismo, eventos e viagens, contribui para o aumento das taxas de ocupação da hotelaria, recuperação da diária média e, conseqüentemente, para o desenvolvimento do destino.

Em um mercado cada vez mais competitivo, é estrategicamente importante participar e manter um Convention & Visitors Bureau sólido, organizado e estruturado, que atue a médio e longo prazo não apenas nos novos eventos, mas também no apoio à manutenção dos já existentes no próprio destino.

Por isso, precisamos do compromisso dos gestores dos hotéis associados, a fim de manter na parametrização do sistema e reservas o valor da contribuição do room tax.

Com o seu apoio, toda a cadeia produtiva é beneficiada e quem também sai ganhando é o visitante que, a negócios ou a lazer, encontrará em cada estadia uma cidade mais estruturada e acolhedora.

Saiba mais em www.visitesaopaulo.com.



Apoio



FÓRUM
DE OPERADORES
HOTELEIROS
DO BRASIL



FBHA: LIDERANÇA NO SETOR DE HOTELARIA E ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR HÁ 63 ANOS.

67 Sindicatos Filiados
900 Mil Empresas Representadas




FBHA 63
ANOS
Federação Brasileira de
Hospedagem e Alimentação

 facebook.com/federacaonews

 twitter.com/federacaonews

www.fbha.com.br