REVISTA even10s® 10 ANOS
ANO XI . nº53 . 2008 . R$ 19,90

I SHOW CASE HOTÉIS
I SHOW CASE ESPAÇOS PARA EVENTOS

A Dama da Hotelaria

Movida pela paixão e o desejo de aprender e superar expectativas

CHIEKO AOKI
Fundadora da Blue Tree Hotels

Eventos Sustentáveis
Determinam a sobrevivência empresarial

Congresso Brasileiro de Publicidade
Liberdade e criatividade sem fronteiras

Cuiabá/Mato Grosso
Moderna infra-estrutura

Rio Quente Resorts
Uma praia no centro do país

Expotrade Convention Center
Inaugura arena para mega shows

MPI/Eventos Farmacêuticos
Exigem proficiência, expertise e conhecimento científico

O GP Brasileiro de Eventos 2008 já começou

SEMANA NACIONAL DOS EVENTOS

PRÊMIO CAIO 2008

4 E 5 DE DEZEMBRO,
NO HOLIDAY INN
PARQUE ANHEMBI.

Confira a Relação de Categorias:

- Agências de Receptivo
- Alimentos e Bebidas
- Áudio-Visual
- Cenografia
- Estandes
- Locação de Autos
- Operação e Produção de Estandes
- Reportagens sobre um Evento
- Portal, Site, Host Site e Solução Web
- Infra-estrutura, Projeto e Execução
- Segurança
- Limpeza
- Captação de Evento Internacional
- Captação de Evento Nacional
- Congresso Internacional
- Congresso Nacional
- Congresso Regional
- Convenção Internacional
- Convenção Nacional• Convenção Regional
- Evento Artístico de Âmbito Nacional
- Evento Artístico de Âmbito Internacional
- Evento Artístico de Âmbito Regional
- Evento Corporativo e Endomarketing
- Evento de Responsabilidade Social
- Evento em Parque Temático ou Atração Turística
- Evento Esportivo
- Evento de Incentivo
- Evento Promocional
- Evento Social
- Festa Popular Cultural
- Viagem de Incentivo Nacional
- Viagem de Incentivo Internacional.

Uma iniciativa da

Realização

Transportadora Aérea Oficial

Patrocínio

Sinta a emoção de ganhar um jacaré.

www.premiocaio.com.br
11 5071-9030

Apoio Institucional

ABBTUR Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo
ABEOC
ABETAR
ABLA
ABRAJET Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo
ABRATURR
abrasel ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES
ABREMAR
ANETUR
braztoa associação brasileira das operadoras de turismo
FAVECC
FENACTUR Federação Nacional de Turismo
FORNATUR
FHB FÓRUM DE DIRIGENTES HOTELEIROS DO BRASIL
ibev
IFEA International Festivals & Events Association
OBME
Resorts Brasil
SINDEPAT
SINDIPROM São Paulo Rio de Janeiro

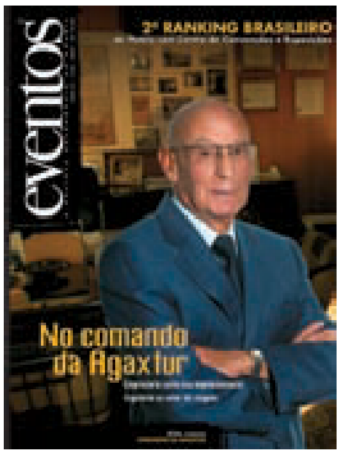
Conselho diretor

ABIH Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
ABRACCEF
AMPRO Associação de Marketing Promocional
Academia Brasileira de Eventos
CBC&VB Confederação Brasileira de Convenções & Visitors Bureaux
UBRAFE União Brasileira dos Promotores de Feiras

Gostaria de agradecê-los a gentileza da matéria publicada a meu respeito. A matéria ficou ótima, recebi muitos telefonemas e contatos! Vocês são excelentes, muito sérios e comprometidos com o nosso setor, um orgulho para o trade!
Contem sempre comigo e com minha equipe!
Um grande abraço,
Juliana Escandura
Diretora
ELU! Marketing e Inteligência em Eventos
Tel.: 11 3294-2667
juliana@elumarketing.com.br

Pessoal!
Parabéns pelo site. Está bárbaro!
Amélia Fernandez Gonzalez
Secom - Santos

À Eventos On-line
Parabenizo pelo trabalho que vem sendo realizado.
Elisabeth Yamada
Gerente
DIMAR.2 - Divisão de Marketing Promocional
Banco Nossa Caixa



Nota de falecimento – Aldo Leone, fundador da Agaxtur, faleceu no dia 10 de julho, em São Paulo, aos 81 anos. Capa da EVENTOS, quando mereceu uma ampla e simpática reportagem, Leone foi o pioneiro dos cruzeiros no Brasil e era considerado uma das maiores lideranças do turismo brasileiro. Este ano, a Agaxtur completa 55 anos.

Errata
Marisa Canton presidiu o Júri do Prêmio Caio 2007

Primeira doutora em eventos do Brasil e autora de uma dezena de livros especializados em eventos, a acadêmica Marisa Canton foi indicada pela Academia Brasileira de Eventos para presidir o Corpo de Jurados do Prêmio Caio 2007. Infelizmente por um lapso nosso, deixou de figurar na página em que, na edição 52, informamos a composição do júri.

Locação para Eventos

Computadores - Notebooks - Servidores - Impressoras - Projetores

Vantagens

Abatimento de Impostos:
O Aluguel pago mensalmente poderá ser abatido integralmente do Imposto de Renda.

Manutenção e Assistência Técnica:
A sua empresa recebe manutenção total dos equipamentos.

Evita a depreciação dos Equipamentos:
Os equipamentos NUNCA serão depreciados, pois, haverá sempre possibilidade de troca.

Ideal para

Feiras e Eventos;
Treinamento;
Projetos;
Locação Corporativa.

Entre em contato e solicite um orçamento!

www.alugamicro.com.br | (11) 3811-5599

ALUGAMICRO

EVENTOS EXPO EDITORA

Rua General Camisão, 255 – Bosque da Saúde
04143-040 – São Paulo – SP
Fone/Fax (11) 5071-9030

DIRETOR GERAL
Sergio Junqueira Arantes

DIRETOR ADMINISTRATIVO
Sergio Arantes Filho

REVISTA even10s ANOS
www.revistaeventos.com.br

Ano XI – nº 53 – 2008

EDITOR
Sergio Junqueira Arantes
sergio@revistaeventos.com.br

REDAÇÃO
Redatora Chefe:
Tatiane Almeida
redacao@revistaeventos.com.br

Juliana Albino
redacao2@revistaeventos.com.br

Vanessa Baldacci
feiras@revistaeventos.com.br

PUBLICIDADE
Carla Janice
comercial2@expoeditores.com.br

Flavia Caldeira
comercial1@expoeditores.com.br

Marco Oliveira
comercial3@expoeditores.com.br

ASSINATURAS
assinaturas@revistaeventos.com.br

EVENTOS® – a revista referência do Brasil – é uma publicação periódica da Eventos Expo Editora.

É permitida a reprodução total ou parcial das matérias desde que seja mencionada a fonte. A revista não se responsabiliza pelos conceitos expressos nos artigos assinados.
A revista EVENTOS® é distribuída através de mailling especializado e exclusivo a profissionais da indústria de eventos, marketing promocional, turismo de negócios e promoção comercial: expositores, organizadores, promotores, entidades e fornecedores de serviços e equipamentos para eventos em todo o Brasil.

ARTE:
Art & Stylo Studio e Editora Ltda
Heloisa Campos

IMPRESSÃO:
Vox Editora

As fotos cuja autoria não estiverem identificadas, foram cedidas para DIVULGAÇÃO.

E D I T O R I A L

Depois de 30 anos, o Congresso Brasileiro de Publicidade foi um brado de alerta contra aqueles que "querem cortar as suas asas" e um tributo a um setor que não foge as suas responsabilidades, tendo criado – e respeitado – o Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária. Entre as teses aprovadas no Congresso, Certificação por Competência, Padrão de Remuneração, Concorrências Saudáveis e Respeito ao Direito Autoral apresentadas pela Ampro; o Manifesto Bossa Nova, de Nizan Guanaes, e a ampliação dos estudos para que o CENP, o CONAR e Código de Ética, organizam todas as ferramentas e plataformas da Comunicação (veja na pág. 38).

Na matéria de capa (pág.41), você poderá saber mais sobre a trajetória da dama da hotelaria. Chieko Aoki contou que uma das lições que aprendeu é que o relacionamento e as amizades podem ajudar, mas cabe somente às pessoas construírem suas vidas.

Desde sua fundação, no final de 2003, o Green Meeting Industry Council dissemina a importância da gestão responsável dos eventos, que precisa ser praticada e aprimorada. O pensamento verde deixou de ser uma vantagem competitiva e se tornou numa determinante da sobrevivência empresarial. Na reportagem (pág. 10), mostramos que os profissionais já começaram trabalhar essa idéia.

Dentro de seu objetivo de apresentar a infra-estrutura disponível para eventos no Brasil, nos últimos anos a revista EVENTOS® realizou levantamentos sobre Destinos, Resorts e Centros de Convenções. Nesta edição, trazemos dois novos Shows Cases, ambos contendo empreendimentos pesquisados em todo país, permitindo que nossos leitores possam selecionar o melhor Hotel (pág. 48) ou o melhor Espaço para Eventos (pág. 75) para realizar o seu evento no Brasil.

Sergio Junqueira Arantes

Rent a Micro®

Locações

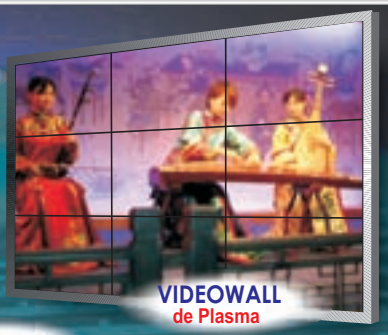
Coloque seu evento em evidência

Expositores, Organizadores e Montadores: Temos equipamentos de última Geração que irão atendê-los plenamente!

Filmadoras

Micros

Temos Equipe de Reportagens


VIDEOWALL de Plasma

TV Plasma

Sonorização Completa

Monitores LCD

Projetores

Canhões de Luz

Notebooks

Palcos

Consulte-nos!!!

11 3105-4474 / 0616 / 1864 / 6779 - Fax: 11 3105-1990
www.rentamicro.com.br - rentamic@rentamicro.com.br

PLANTÃO 24hs.:
11 7853-6370 - ID 1*30643
11 7853-6372 - ID 1*30645
11 7732-4222 - ID 46*6952

EXPRESSÃO CAPITAL

Invista em um programa e várias emissoras

Com temas de interesse corporativo e público, o programa Expressão Capital é hoje um espaço diferenciado para atingir formadores de opinião e multiplicar negócios

Apresentação: Fernando Carvalho

Mais de 1.000 personalidades entrevistadas em 5 anos

Exibição Semanal:

Terça - feira: 20:00 Tv Climatempo (Sky Canal 115)
Sexta - feira: 22:30 Tv Aberta (Net canal 9 / TVA canal 72 e 96 / TVA digital canal 186)
Sábado: 14:00 Tv Aberta (Net canal 9 / TVA canal 72 e 96 / TVA digital canal 186)

Exibido em várias emissoras do interior

www.expressaocapital.com.br
Fone: 3578-9323
E-mail: expressao@expressaocapital.com.br

NET TVA SKY

ABAV 2008 - Feira das Américas.
A Olimpíada do Agente de Viagens.
Suba ao alto do pódio.

36ª Exposição de Turismo e Congresso Brasileiro de Agências de Viagens
22, 23 e 24 de outubro de 2008 - Riocentro - Rio de Janeiro - Brasil

A ABAV 2008 é o maior evento de Turismo das Américas.
Este ano, ampliado com um terceiro pavilhão.
Uma excelente oportunidade de você ficar entre os premiados do mercado.
Prepare sua empresa para bater recordes. Reserve já o seu estande.

ANCONA LOPEZ

ABAV 2008

www.feiradasamericas.com.br

39. Capa

sumário

10. Eventos Sustentáveis

16. Destino para eventos: Mato Grosso

26. Praia do Cerrado

05. Editorial

22. Prêmio Caio 2008

28. Expo Trade

31. MPI

46. Show Case Hóteis

73. Show Case Espaços para Eventos

94. Vai e Vem

96. Vitrine

98. Calendário

30. BNT Mercosul

BANCO DO BRASIL

HORA DE SEMEAR IDÉIAS VERDES NO SETOR DE EVENTOS

Texto: Tatiane Almeida

Acompanhe, a partir desta edição, todos os desafios e compensações de planejar um evento sustentável. A gestão responsável dos eventos precisa ser praticada e aprimorada. É mais que uma tendência, é uma vantagem competitiva, um nicho ilimitado de obter lucro sem agredir o meio ambiente

Mas isso não é novidade, desde dezembro de 2003 existe o Green Meeting Industry Council, que trabalha amplamente essa idéia entre os profissionais de eventos.

As próximas reportagens da EVENTOS vão mostrar que, atualmente, organizadores, patrocinadores, instituições de ensino e, principalmente, clientes estão pensando no verde na hora de realizar seus eventos, com ações que envolvem desde alimentos e bebidas, passando pela cenografia, iluminação, som, áudio visual, construção, limpeza, gestão dos resíduos, brindes promocionais, até hotéis que adotaram ações diferentes em seus espaços para eventos e centro de convenções pensando no verde.

Será que é só discurso ecologicamente correto ou as empresas estão realmente comprometidas com essa idéia? Custa mais caro realizar um evento verde? Quem não entrar nessa onda de proteger e cuidar do meio ambiente pode ficar fora do mercado? Está aberto um fórum, um espaço de discussão, um convite para ser verde.

Luciana Loyola, diretora de atendimento da 360° Below the Line e presidente da OSCIP – IGMS, acredita que sustentabilidade deixou de ser apenas uma pauta para ecologistas e tornou-se uma exigência de mercado. "Num futuro próximo, as empresas que não se adaptarem a nova realidade podem ser surpreendidas com o impacto em seus resultados, mas não necessariamente estarão fora do mercado. Ficarão, de outro lado, com a imagem afetada. Afinal, é a luta pela sobrevivência e todos devem se preocupar em fazer algo em prol do planeta dentro dos seus negócios".

Ela tem propriedade para falar, visto que a 360° Below the Line já realizou duas edições do projeto Viva a Mata, com a SOS Mata Atlântica, que aconteceu no Parque Ibirapuera. "Foram desenvolvidas uma série de atividades, exposições e painéis voltados ao diálogo e à integração de grupos e iniciativas que atuam em favor do bioma. Ongs, representantes de setores governamentais e iniciativa privada com trabalhos em diferentes regiões do Brasil tiveram a chance de trocar conhecimentos e, em muitos casos, encontrarem-se pela primeira vez num evento desse tipo".

Para o projeto, Luciana revela que uma cuidadosa exposição voltada à conservação da Mata Atlântica foi montada na Marquise do Ibirapuera em estandes temáticos. "De viveiros e reflorestadoras, reservas privadas e áreas protegidas públicas, passando pelo turismo sustentável, educação ambiental e coleta seletiva, até estandes de mobilização, denúncia e fiscalização, mais de 80 experiências bem-sucedidas foram levadas para o grande público, incluindo os estandes institucionais da SOS Mata Atlântica, Fundação Bradesco, Colgate-Palmolive, Canal Futura/Fundação Roberto Marinho e Pão de Açúcar. As iniciativas atingiram mais de 40 mil pessoas que passaram pelos três dias da exposição, onde também foram distribuídas 25 mil mudas de espécies nativas da Mata Atlântica".

"Realmente adoramos este tipo de

projeto", diz Luciana Loyola, que também tem uma ONG, "Sempre utilizamos materiais sustentáveis, mas é difícil afirmar 100% de sustentabilidade, pois ecologicamente correto, ou verde não significa 100% de isenção na agressão ao meio ambiente. Seria muito delicado afirmar tal conquista dentro de um evento que movimenta pessoas, equipamentos, transporte, energia, etc., pois não são todos os materiais utilizados que podem ser considerados 100% sustentáveis, mas o impacto com certeza é bem menor do que um evento não pensado com responsabilidade sócio-ambiental".

YES, GOOD FOR BUSINESS

Quando questionados sobre o quesito preço, todos os profissionais entrevistados oscilaram. Isso porque não há uma fórmula para realizar um evento, o limite será sempre a criatividade e a pesquisa para tornar as idéias viáveis. Para o Green Meeting Industry Council, dizer que os eventos verdes são mais caros é um mito, pois as reuniões podem ter diversos custos reduzidos, como por exemplo, introduzindo programas de eficiência energética em hotéis e centros convenções e volume de materiais impressos. Aliás, no site dessa organização há dicas para os gestores que querem começar a ser verde e mensagens de encorajamento.

"A questão é que trabalhamos com fornecedores terceirizados e eles teriam que comprar esta idéia. Não sei o que poderia ser feito, por exemplo, para diminuir o consumo de energia de um projetor. Talvez o projetor tivesse que ter uma versão que permitisse esta economia como hoje existe nas geladeiras. Conheço montadoras que já estão trabalhando com material reciclado", analisa Carmen Marcondes Ferraz, diretora de operações da CMF Eventos e Congressos.

Já Carla Del Lucchese, proprietária da Convicta Eventos Corporativos, menciona que "sempre haverá um investimento e nem sempre com retorno equiparável". De acordo com Carla, "ainda custa muito caro, tudo ecológico deveria ser mais barato pela reutilização de produtos, não utilização de agrotóxicos ou pesticidas, reciclagem, entre outros. Porém, a realidade é muito diferente. Um evento green custa mais de 80% do valor do convencional". Luciana Gottsfritz, sócia proprietária da 2G Eventos, concorda: "tudo que é reciclado acaba sendo mais caro e hoje nossos clientes estão à procura de coisas mais baratas".

www.sonypro.com.br/projetores

SONY

É SOFISTICADO. É SINGULAR. **É SONY.**

BrightEra™

3LCD

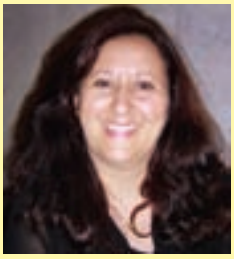
HDMI

VPL-FH300 / VPL-FW300

Projetores com alta resolução e design sofisticado que se integram melhor em qualquer ambiente.

• Design diferenciado e arredondado • Resolução de 2K com 6.000 ANSI lumens* e 7.000 ANSI lumens com resolução WXGA** • Ideal para projeções em ambientes de muita luminosidade • 2 lâmpadas • Perfeito para grandes auditórios e eventos

(*) VPL-FH300. (**) VPL-FW300. A marca Sony é uma das marcas registradas da Sony Corporation. O ANSI lumens é um método-padrão de medição do American National Standards Institute IT7.228. Como não existe nenhum método uniforme do brilho, as especificações podem variar entre os fabricantes. Todos os pesos e medidas não-métricas são aproximados. As imagens visualizadas neste anúncio são simuladas. Fotos, gráficos e ilustrações podem não corresponder a uma representação fiel da realidade. Fotos meramente ilustrativas. Produtos vendidos separadamente. Condições da garantia: a) peças: 3 anos; b) mão-de-obra: 2 anos; c) prisma: 1 ano; d) lâmpada: 90 dias.



A outra Luciana, da 360 Graus, está mais confiante nos caminhos dos eventos verdes. "Os materiais sustentáveis são praticamente artesanais, o processo ainda exige um investimento alto. Contudo, acreditamos que deveriam oferecer incentivos fiscais para o setor sustentável ficar mais viável, pois algumas empresas deixam de fazer eventos verdes exatamente pela diferença no valor sobre o evento comum. A 360 Graus está empenhada no tema e temos uma grande vantagem do mercado: estamos com talentos internos capacitados para atender está nova demanda das empresas, o evento consciente".

FORA DO MERCADO?

Para Carla, em curto prazo quem não tiver idéias que acompanhem a onda dos eventos verdes não ficarão fora do mercado. "Mas, no longo prazo a empresa deverá ter este item na lista de produtos". Já Luciana Gottsfritz, acha que as empresas de eventos que não tiverem ações sustentáveis vão sim ficar de fora. Sua empresa já realizou algumas ações, utilizando materiais reciclados. "Até agora nenhum foi totalmente sustentável, ainda temos pouca cultura a esse respeito".

"Temos um projeto que deve acontecer no inicio do ano que vem justamente com esta proposta, em parceria com uma ONG de Portugal, ligada a sustentabilidade conscientizando os empresários". E com exemplos em todos os seguimentos, alimentação, decoração, brindes, convites, etc. Inclusive, um dos ponto importante foi a escolha do Hotel onde será realizado. De forma equilibrada, inteligente e divertida.

Sem dúvida, realizar um evento 100% sustentável é impossível, mas qualquer ação é bem-vinda. Para Davis de Luna Tenório, presidente do Grupo Eco e parceiro desta série de reportagens por ser um apaixonado pelo tema, "a sustentabilidade em um evento, assim como em todos os aspectos, é um desafio permanente, um caminho sem fim. Trata-se de um mercado que cresce a cada dia, na opinião do profissional. "Porém, o desafio é contínuo, até porque novos concorrentes surgem e temos sempre que oferecer novidades e preços competitivos".

Para Alessandra Rabello, da Rabello Eventos, "as empresas não vão ficar fora do mercado, mas sim perder mercado, já que grandes empresas estão interessadas e em busca de fornecedores preocupados com o verde". Cláudia Sessino Suzana, diretora comercial da At All Eventos, fez um pequeno levantamento para tornar sua empresa ecologicamente correta e os custos ficaram inviáveis. "É um projeto que gostaria muito de poder colocar em prática".

"Fora do Brasil isto já acontece, empresas que não estão envolvidas com esta causa são excluídas naturalmente. As pessoas vêem com bons olhos empresas comprometidas, e que efetivamente através de ações concretas fazem uma diferença. Hoje é um diferencial importante", completa Alessandra.

DELÍCIAS ORGÂNICAS

Para começar essa série, nada melhor que falar de comida. E se for orgânica? Melhor ainda, pois significa que foram cultivados sem uso de pesticidas convencionais, fertilizantes artificiais ou dejetos humanos, além de serem processados sem radiação ionizadora ou aditivos. Resumindo, sem agredir o meio ambiente. O Grupo Eco é único bufê certificado no Brasil pelo IBD - a Associação de Certificação Instituto Biodinâmico é uma organização que desenvolve atividades de certificação de produtos orgânicos e biodinâmicos. "Somos o primeiro bufê orgânico certificado no Brasil. Antes, nos associamos a certificadora e seguimos as regras propostas por eles, que são fiscalizadas anualmente. Entre as regras estão, a utilização de produtos também certificados pelo IBD e quando estes não forem entrarmos em contato e informá-los qual é a certificadora do produto utilizado".

"Parece difícil, mas não é" - explica Davis - "na produção é necessário utilizar pelo menos 70% da matéria prima orgânica, na cozinha devemos ter utensílios de uso exclusivo para alimentos orgânicos e, no estoque, ter área sinalizada e específica para os ingredientes convencionais". Além disso, a empresa deve respeitar os direitos dos trabalhadores, não pode utilizar mão-de-obra infantil e nem escrava. Para

obter a certificação, foi exigido do Grupo Eco que 150 receitas fossem aprovadas pelo IBD e cada uma tem no mínimo três fornecedores orgânicos diferentes.

Segundo Davis, é feito uma grande exposição da biodiversidade brasileira. "Usamos bandejas de madeira certificada, xícaras, pratos e bandejas e decoração de Cerâmica Serra da Capivara, vasos Cerâmica Marajoara. Esses produtos são originários de grupos e comunidades artesãs de várias regiões do Brasil. Oferecemos também belíssimos arranjos de flores tropicais e brasileiras".

MAIS SAUDÁVEIS E BONITOS

Após a solicitação do serviço pelo cliente, Davis explica que são enviados opções de cardápios que se encaixem com a necessidade deles e realizamos adaptações quando há necessidade. É sempre importante, sabermos horário do evento, duração, público-alvo, número de convidados e logística do evento para alinharmos o cardápio. "Além desses serviços que você citou temos também brunch e barista. Também oferecemos serviço de almoço e jantar para eventos menores (até 50 pessoas) e para público VIP".

O alimento orgânico é, sem dúvida, mais saudável e mais saboroso, ao contrário do que muitos acreditam, conforme revela Davis. Isso porque em sua cadeia produtiva inexistem agrotóxicos e outros aditivos químicos. "O Grupo Eco aposta muito na apresentação do bufê sustentável, pois além dos alimentos orgânicos, a apresentação com certeza é diferenciada, por causa da origem social e empreende-

dora dos utensílios sustentáveis, tornando o todo mais bonito e sustentável".

De acordo com o presidente do Grupo Eco, alguns produtores, ainda menores, por não terem uma logística de entrega tão flexível, não conseguem atender a nossa demanda. "Isso ocorre porque como trabalhamos com eventos e eles muitas vezes são fechados de última hora eles não conseguem atender nossos pedidos com a rapidez necessária". No entanto, Davis está sempre pesquisando novos fornecedores, fazendo visitas e alinhando suas necessidades à realidade deles: "assim, conseguimos incentivar e motivar cada um deles".

É nesse ponto que o Grupo Eco também está engajado, no esforço de vender seus produtos e serviços trabalhando a educação e a conscientização a respeito da sustentabilidade nas empresas, pois o cliente compra junto com o serviço de bufê sustentável, o conceito de sustentabilidade. "Temos uma equipe de consultores comerciais especializados no tema e participamos de todos os eventos na área. Também viajamos até as comunidades para capacitá-las para uma maior eficiência na produção, maior qualidade de produtos e desenvolvimento do design da linha. Compramos esses produtos e comercializamos para o mercado, que busca cada vez mais produtos com origem sustentável".

QUEM VAI AO EVENTO SAI VERDE

Os eventos podem ser usados para despertar a consciência dos participantes? Claro que sim, responde Luciana Loyola. "Eventos são ferramentas fortes para conscientização do ser humano em prol de causas importantes. Temos um exemplo global, que foi o festival Live Earth, realizado no mês de julho em vários países. Esse evento teve o objetivo de conscientizar as pessoas sobre os perigos das mudanças climáticas causadas pelo homem".

Davis aposta na apresentação do bufê e nos brindes, pois o sabor dos alimentos servidos e a qualidade dos presentes corporativos chamam muita atenção, principalmente para pessoas que já trabalham com esse tema dentro da empresa, mas não haviam pensado em alinhar o discurso sustentável a pratica em eventos e ações de comunicação e marketing. "Em todos nossos produtos, até mesmo no bufê, contamos com tags explicativos, banners, folders, explicando a origem dos produtos e alimentos".

Na edição 54, saiba mais sobre as certificações e o que entidades ligadas a área de eventos estão promovendo em prol do meio ambiente e da profissionalização dessa idéia. Se você tem algo a dizer sobre o tema "eventos verdes", escreva para redação@revistaeventos.com.br.

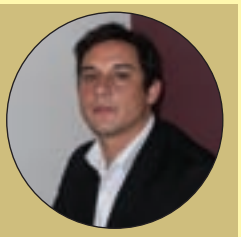
Serviço

360° Below the Line – www.360btl.com.br
Aluá Eventos, Treinamento e Comunicação – www.aluaeventos.com.br
Agência de Eventos Trezeventos – www.trezeeventos.com.br
Apricot Eventos – www.apricot.com.br
At All Eventos – www.atall.com.br
Convicta Eventos Corporativos – www.convicta.com
CMF Eventos e Congressos – www.dfmeventos.com.br
2G Eventos – www.doiseventos.com.br
GMIC - www.greenmeetings.info/ (em inglês)
Grupo Eco: www.grupoeco.com.br
Hyrnastha Arquitetura e Eventos - www.hyrnastha.com.br
IBD: www.ibd.com.br/Downloads/DirLeg/Diretrizes/DiretrizesIBD142007.pdf

"As empresas que não se tornarem verde não vão ficar fora do mercado, mas serão como um currículo sem pós-graduação", Camila Garcez, gerente do escritório da Hyrnastha Arquitetura e Eventos, de São Paulo.

"Pequenos detalhes que fazem muita diferença e acabam chamando atenção dos participantes: material gráfico usado, postura quanto à iluminação, desperdícios, materiais reciclados e tipos de brindes", Cláudia Sessino Suzana, diretora comercial da At All Consultoria, Eventos e Promoções.

"Não acredito que a empresa fique fora do mercado por não ser verde. As empresas podem sim ter um diferencial por pensar ecológico, mas não vão ficar de fora por agir como hoje agem", Selma Queiroz, da Apricot Eventos.



"Estou com um projeto em andamento para uma ONG chamada Cataliza, é um projeto de Desenvolvimento Sustentável, um seminário para 7 cidades do estado de Minas Gerais. 100% sustentável", Joe Lopes, gestor de eventos da Agência de Eventos Trezeventos.

"Quando são apresentadas maneiras sustentáveis de fazer eventos e negócios, os participantes podem além de conhecer melhor a importância do investimento no "verde", vivenciar e colocar em prática a política sustentável. Desse modo, como forma de orientação coletiva, as empresas começam a criar eventos-embriões e se tornam referência para outras empresas também tomarem iniciativas sustentáveis e disseminarem a idéia", Flávio Henrique Fahl, diretor da Aluá Eventos, Treinamento e Comunicação.

MATO GROSSO

HOTELARIA CUIABANA ATRAVESSA UM MOMENTO DE EXPANSÃO

▶ Texto e Fotos: Paulo Cunha

Ainda hoje, quando se fala em turismo no Mato Grosso muita gente, automaticamente, lembra-se do Pantanal. Mas o Estado surpreende pela moderna infra-estrutura para eventos de Cuiabá, além de opções de viagens especiais pelos diversos destinos encantadores que o Estado possui, sobretudo, em função dos três ecossistemas existentes: floresta amazônica, cerrado e pantanal

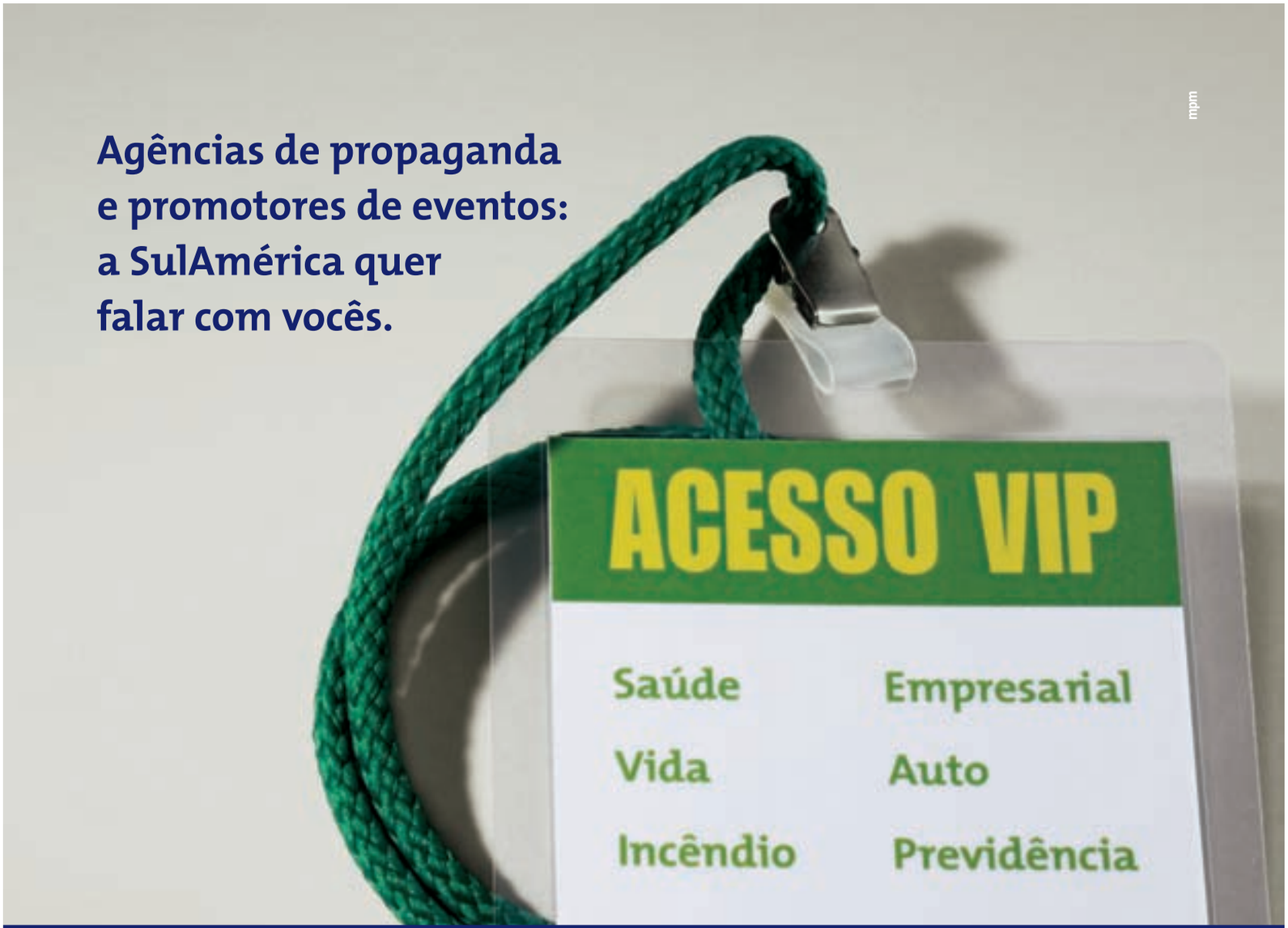
Na capital e região metropolitana de Cuiabá concentram-se os setores de serviços, comércio, indústrias e político-administrativas. Conhecida como "cidade verde", devido à grande quantidade de árvores, a capital do Mato Grosso é porta de entrada para o viajante participar de eventos, descobrir e se surpreender com a história, cultura e belezas deste grande estado.

Há muito tempo Cuiabá enfrentava problemas para hospedar, principalmente, em hotéis de luxo, participantes de eventos de médio e grande porte. Com uma infra-estrutura hoteleira composta por, aproximadamente, 4.250 apartamentos, de acordo com números do Sindicato Intermunicipal de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do Estado do Mato Grosso - SHRBS-MT, hoje a hotelaria cuiabana atravessa um momento de expansão com o anúncio da construção de novos hotéis de redes internacionais, entre eles, um de categoria luxo, e a ampliação de hotéis tradicionais da cidade.

Estima-se que a cidade ganhará cerca de mil novos leitos com os novos empreendimentos e expansões. Ainda que a inauguração dos novos hotéis esteja prevista apenas para 2009, o anúncio deste crescimento rápido e qualificado tem ajudado o trabalho da Fundação Pantanal Convention & Visitors Bureau (FPC&VB) na disputa e captação de eventos.

É fato, que a movimentação da economia local em função dos eventos captados para Cuiabá vem crescendo ano após ano. "Temos 27 eventos agendados para Cuiabá até o final do ano, número que supera em mais de 11% a quantidade de eventos realizados em 2007", revela o superintendente executivo da FPC&VB, Omar Lins

Agências de propaganda e promotores de eventos: a SulAmérica quer falar com vocês.



Solução SulAmérica PME. O primeiro e único pacote de produtos desenvolvido para pequenas e médias empresas.

Solução SulAmérica PME: as melhores opções em seguros de Vida, Saúde, Empresarial, Auto e em Previdência Privada. Ideal para empresas de 4 a 49 funcionários. Só quem tem mais de 112 anos de experiência pode oferecer uma solução como essa. Porque, para a SulAmérica, o tamanho dos seus planos é muito mais importante do que o tamanho da sua empresa.

Ligue agora e conheça a Solução SulAmérica PME ou consulte seu corretor de seguros.

3003 0829 (capitais e respectivas regiões metropolitanas) **0800 723 0829** (demais regiões)

SulAmérica
associada ao ING

sulamerica.com.br/pme

Canavarros. Ele explica que em 2007 a cidade recebeu cerca de 24 mil pessoas para participar de eventos e para este ano, a previsão é chegar aos 30 mil. A maior parte dos eventos são realizados no Centro de Eventos do Pantanal.

Entre os eventos consolidado no calendário do Estado está a Festa Internacional do Pantanal, que em 2008 chegou a sua 15ª. edição e atraiu mais de 160 mil pessoas ao Centro de Eventos Pantanal. Com o tema "Mato Grosso – Do Pantanal a Amazônia e do Guaporé ao Araguaia", esta tradicional festa reuniu diversos municípios mato-grossenses com objetivo de promover estas localidades apresentando produtos, serviços e roteiros turísticos, gastronomia, artesanato e culturas regionais.

Para o secretário de Estado do Desenvolvimento do Turismo (Sedtur), Yuri Bastos, "a festa é um grande balcão de negócios que vem ganhando uma dimensão maior a cada ano. Por ser um evento turístico tão grande defendo que ele seja feito não apenas pelo governo do Estado, mas também pelo trade turístico. Nosso objetivo é transformar essa festa em uma grande feira".

MELHOR É ESTAR LÁ

Maior planície inundada do planeta e terceira maior reserva ambiental do mundo, o Pantanal abriga um dos mais ricos ecossistemas do planeta. Viajar por esta região é a oportunidade de poder observar de perto mais de 665 espécies de animais, 2 mil tipos de plantas e 263 espécies de aves. Em Cáceres, ponto de partida de muitos barcos-hotéis, é possível encontrar várias opções de embarcações de diferentes tamanhos, que oferecem serviços de qualidade e acomodações muito confortáveis. A partir de Cáceres também é possível embarcar em lanchas e se hospedar em hotéis no meio do Pantanal, como por exemplo, o Hotel Pousada Baiazinha.

Ao cruzar o Pantanal pelos 147 km da estrada-parque Transpantaneira, cujo acesso é feito pelo distrito de Poconé, localizado a 102 km da capital, o viajante pode observar uma infinidade de animais, que muitas vezes, cruzam a estrada e podem ser vistos com proximidade. Muitos turistas percorrem o trecho em um passeio de um dia,

saindo de Poconé, almoçando em uma das pousadas do caminho e retornando à tarde. A melhor época do ano para o passeio vai de maio a outubro, quando as águas baixam. Antigas fazendas de gado foram adaptadas para receber os visitantes e oferecem uma programação bem variada e passeios surpreendentes.

Seja navegando em pequenos barcos pelo rio, andando a cavalo nas fazendas ou simplesmente caminhando, no Pantanal o turista estará sempre cercado por uma natureza exuberante com milhares de aves e animais circulando tranqüilamente em seu hábitat natural. E se tiver sorte, poderá encontrar raridades, como a onça pintada e as araras-azuis.

INCENTIVO

Se o Pantanal mato-grossense por si só já é um maravilhoso atrativo para viagens de incentivo, pré ou pós-evento, saiba que o Estado também possui em seu território uma grande área da Amazônia Legal, muito bem preservada. Alta Floresta, por exemplo, no extremo norte do Estado (819 km de Cuiabá), é o principal ponto de partida para o turista desvendar as belezas da região amazônica mato-grossense, no Parque Estadual do Cristalino.

Com uma bem estruturada área de eventos, com sala de convenções com capacidade para até 200 pessoas, o Floresta Amazônica Hotel está dentro de uma reserva florestal de mais de 50 hectares onde se pode fazer trilhas, observação de aves, arvorismo, pesca esportiva entre outras atividades. Bem próximo ao hotel está uma das atrações imperdíveis em Alta Floresta. Trata-se do Refúgio das Orquídeas, um local para observação de espécie nativas da

Centro de Eventos Pantanal

A 2 km do centro de Cuiabá, o Centro de Eventos do Pantanal, foi inaugurado pelo SEBRAE-MT em agosto de 2000, se consolidou como o principal local de realização dos maiores eventos do Mato Grosso. Com uma arquitetura moderna e funcional, área construída de 11.950 m², o pavilhão de exposições do Centro tem área de 3.740 m², com pé direito de 12 metros de altura e vão livre de 50 metros lineares. A área de exposições tem capacidade para 180 estandes de 12 m² e pode acomodar um público superior a 6 mil pessoas. Para amenizar o calor forte de Cuiabá, o Centro de Eventos do Pantanal utiliza um sistema de micro aspersão que climatiza o pavilhão com água pressurizada. Ao lado do pavilhão, o Centro dispõe de uma área de 1 mil m² e, na parte externa, outra área para exposições ao ar livre para máquinas e equipamentos pesados. Os cinco auditórios e as 15 salas de aulas do Centro de Eventos têm capacidade total para 3.214 pessoas sentadas em ambiente climatizado e sistemas de acústica planejados. Os auditórios das Borboletas e dos Pássaros, com capacidade para 590 e 400 pessoas, respectivamente, estão equipados cadeiras estofadas fixas e dispões de cabines de projeção e tradução simultânea.

ERRAMOS

PARA COMEMORAR OS NOSSOS 17 ANOS, A IDÉIA ERA REALIZAR O MAIOR EVENTO DE SUPERMERCADOS DA AMÉRICA LATINA. FIZEMOS O MAIOR DO MUNDO.

A PROMOVISÃO COMPLETA MAIS UM ANO RECONHECIDA PELO MERCADO COMO PROFUNDA CONHECEDORA DO VAREJO. PELA 16ª VEZ, FOI RESPONSÁVEL POR TODA A PROMOÇÃO E ORGANIZAÇÃO DO CONGRESSO DE GESTÃO E FEIRA INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS EM SUPERMERCADOS DA APAS. EM 2008, FORAM 4 DIAS QUE BATERAM TODOS OS RECORDES DE PÚBLICO E DE NEGÓCIOS REALIZADOS:

- → 63.000 EMPRESÁRIOS E EXECUTIVOS PARTICIPANTES
- → 62 PALESTRAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS
- → 386 RODADAS DE NEGÓCIOS SEBRAE
- → 26.500M² DE ESTANDES
- → 420 EXPOSITORES
- → MAIS DE R$ 4 BILHÕES DE NEGÓCIOS REALIZADOS

PROMOVISÃO

TRADE MKT → MERCHANDISING → PROMOÇÃO → EVENTOS → FEIRAS → WWW.PROMOVISAO.COM.BR → 11 3087.5050

região, principalmente, de orquídeas, que são um "show" a parte com a sua diversidade e beleza de cores.

É possível viver uma experiência totalmente nova ao se hospedar no Alta Floresta, num verdadeiro hotel de selva. Após duas horas de viagem, divididos num trecho de carro e outro de barco, o turista chega a um dos mais surpreendentes e bem estruturados hotéis de selva da América Latina, o Cristalino Jungle Lodge, localizado numa Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN), que faz fronteira com o Parque Estadual do Cristalino.

Seguindo à risca o conceito 'hotel de selva', o Cristalino Jungle Lodge tem uma infra-estrutura rústica, com acomodações confortáveis (apartamento e bangalôs), e adota todos os conceitos para minimizar os impactos ambientais do turismo na região, inclusive, limitando o número de turistas que podem visitar a região. Energia elétrica existe, porém, através de um gerador, que é ligado apenas nos horários das refeições. O Cristalino Lodge também encoraja e apóia projetos de pesquisa científica na área.

A região do Cristalino é reconhecida internacionalmente como o principal local para observação de aves e borboletas de toda Amazônia brasileira, pois lá se encontram mais de 550 espécies de pássaros, muitas vistas apenas na região, além de pelo menos 2 mil espécies de borboletas. No Cristalino é possível fazer diversas trilhas pela floresta - são 8 opções - e observar o habitat natural de vários animais, além de contemplar a rica vegetação amazônica com árvores centenárias.

O ponto, literalmente, alto dos passeios na região do Cristalino é a torre de observação com 50 metros de altura que se projeta acima da copa das árvores da floresta. Do alto é possível observar diversas aves, macacos e a flora amazônica. Considerada a melhor torre da América Latina, a experiência de subir 50 metros e poder enxergar o tapete verde, vivo e deslumbrante que é a Amazônia, certamente, faz da viagem ao Cristalino um grande evento, daqueles inesquecíveis!

Serviço

ABAV/MT - abav.mt@terra.com.br
ABEOC/MT - alcimar@moretticoelho.com.br
Barco-Hotel Eldorado Pantaneiro –www.lendadopantanal.com.br
Centro de Eventos do Pantanal – www.eventospantanal.com.br
Cristalino Jungle Lodge / Floresta Amazônica Hotel – www.cristalinologdge.com.br
DeVille Cuiabá – www.deville.com.br
Hotel Pousada Baiazinha – baiazinha@vsp.com.br
Pantanal Convention & Visitors Bureau (Cuiabá) – www.turismocuiaba.com.br
Pousada Jardim da Amazônia –www.jdamazonia.com.br
SEDTUR –www.sedtur.mt.gov.br
SECOM –www.secom.mt.gov.br

**O jornalista viajou a convite da Sedtur Secretaria de Estado do Desenvolvimento do Turismo*

Seus eventos realizados em um lugar lindo assim.

Você só poderia estar em um paraíso.

O Cana Brava Convention Center é composto por 4 salas com capacidade de até 1000 pessoas e mobilidade de se adequar ao perfil de cada evento específico, buscando sempre o conforto e o bem estar do público e organizadores.

Além de uma completa infra-estrutura em equipamentos e serviços você ainda terá ao seu dispor muita área verde, uma infinidade de belezas naturais, piscinas, quadras de tênis, campo de futebol, mini-zôo, fitness center, diversas opções de lazer e amplos e confortáveis chalés e apartamentos.

Rod. Ilhéus-Canavieiras, Km 24.
Olivença • Ilhéus/ BA • Fone: (73) 3269-8000
eventos@canabravaresort.com.br
www.canabravaresort.com.br

Resorts Brasil

Cana Brava RESORT
ILHÉUS • BAHIA

OSCAR DOS EVENTOS
CAMINHA PARA O SUCESSO

Texto: Juliana Albino

A premiação mais esperada da indústria de eventos abre inscrições para premiar os melhores do Brasil com mudanças que prometem agradar mercado

A 9ª edição do Prêmio Caio, que acontece nos dias 4 e 5 de dezembro, no Holiday Inn Parque Anhembi, em São Paulo, consolida-se no calendário de eventos da cadeia produtiva do turismo e traz diversas inovações. Com mais de 1400 cases de sucesso em sua bagagem, dos quais 750 estão disponíveis para consulta no Portal Prêmio Caio. Com o intuito de reconhecer os melhores especialistas e empresas do segmento de eventos do país, a premiação quer aprimorar novas ferramentas para o setor.

Dentro do plano de mudanças proposto pelo Conselho Diretor do Prêmio, a grande novidade será a escolha do vencedor por categoria, pois aquela que tiver menos de três cases inscritos, será automaticamente cancelada. Anteriormente, a categoria que tivesse somente um case inscrito, caso o mesmo obtivesse pontuação superior a nota de corte (oito), este levaria o prêmio, mesmo não tendo ocorrido um comparativo com outros cases inscritos.

As noites de premiação também sofreram alterações, pois na primeira noite acontecerá à entrega dos troféus aos Melhores Destinos e Empreendimentos (resorts, hotéis e centros de convenções), regionais e nacionais e, na noite de sexta-feira, o Grand Prix e os Melhores Eventos e Serviços para Eventos; o objetivo é fazer com que ambas as noites sejam igualmente importantes.

Para profissionalizar a gestão da premiação, o Conselho Diretor elegeu novo diretor. Sérgio Junqueira Filho, diretor da Expo Editores, assumiu a premiação com o desafio de manter os bons resultados das edições anteriores. "Já fazia parte do

know how das empresas parceiras, um importante facilitador". "Dentro da linha de profissionalização e novas estratégias implantadas nesta edição adotamos a captação de patrocínios, da Publistand, responsável pela cenarização da festa de premiação; Plano 1, que desenvolverá toda a linguagem visual e plano de comunicação; Holiday Inn Parque Anhembi, que sediará a premiação; bem como o apoio do Ministério do Turismo – Mtur e de patrocinadores de inúmeras categorias", destaca Junqueira Filho.

Outra mudança aconteceu na direção executiva do Prêmio, que agora tem a frente Marlice Abbade, que nos últimos anos se dedicou ao desenvolvimento do turismo de Campos do Jordão. Com extensa carreira dedicada ao Turismo, Marlice esteve a frente do departamento de vendas das redes Luxor, Othon, Deville e foi diretoria de vendas e marketing para América Latina do Grupo Posadas (Caesar Park). Nomeada diretora do Hotel Mont Blanc (atualmente desativado) no início

Conselho Diretor e agora assumo a direção com a responsabilidade de dar continuidade ao projeto, visando o crescimento da premiação. Considero o Prêmio Caio como o maior da Indústria Brasileira de Eventos, espelho de todas as realizações e inovações dos vários segmentos do setor, suas empresas e profissionais", diz Junqueira Filho.

O novo diretor está confiante, "vou contar com a expertise dos dirigentes das entidades que compõem o Conselho, além

O júri que já foi presidido pela Prof. Dr. Maria Canton,

Roosevelt Hamam e Armando Campos Mello, agora tem um novo presidente: Paulo Gandenzi, ganhador do Grand Prix em 2006, membro da Academia Brasileira de Eventos, ex-secretário de Turismo da Bahia, responsável pela implantação de diversos projetos que tornaram a Bahia reconhecida como destino de turismo de lazer e negócios para todo Brasil e mundo.

Nesta edição o Júri terá novamente 250 profissionais, um corpo de jurados composto por gestores e organizadores de eventos, fornecedores e jornalistas especializados em eventos, com a tarefa de escolher os melhores do Brasil, entre destinos, hotéis e centros de convenções que são eleitos a partir de uma lista de empreendimentos previamente selecionados pelo Conselho Diretor do Prêmio. Os mesmos jurados, em seguida, analisam e elegem os melhores cases de eventos e serviços para eventos dentre as centenas de trabalhos inscritos.

Nesta década, Marlice descobriu uma cidade com um enorme potencial para o turismo de eventos, tendo sido a principal responsável pela realização da 3a edição do Prêmio Caio naquela estância climática. Após a desativação do Mont Blanc, a profissional passou a atuar através do Convention Bureau local, respondendo pela captação de eventos para região.

SEMANA NACIONAL DOS EVENTOS

Pelo segundo ano consecutivo, a união da Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras - Abraccef; Associação Brasileira das Empresas de Eventos - Abeoc; Confederação Brasileira de Convention & Visitors Bureaux - CBCVB; União Brasileira de Promotores de Feiras – Ubrafe e Associação de Marketing Promocional - Ampro promovem a Semana Nacional dos Eventos com intuito de criar sinergia com as empresas e profissionais da cadeia produtiva do turismo e eventos.

"Antes, cada entidade fazia o seu próprio evento e encontro, mas atualmente elas têm a oportunidade de estarem juntas, discutindo e achando alternativas para ajudar o setor", menciona o diretor do Prêmio, Junqueira Filho. A programação contará com o 3º Congresso Brasileiro de Convention & Visitors Bureaux - Brasil CVB 2008; 3º Seminário da Abraccef; 26º Congresso Brasileiro de Organizadores de Eventos e o 2º. Encontro Nacional de Associados da Ubrafe e do Sindiprom, contando ainda com um Seminário da Academia Brasileira de Eventos; a 6ª. edição da Exposystems e a 9ª. edição do Prêmio Caio.

PRÊMIO CAIO

O "Oscar dos eventos" surgiu em 1999, a partir da necessidade de se valorizar os trabalhos e incentivar os profissionais do setor de todo o país, proporcionando reconhecimento em seu segmento e na mídia, além de homenagear o empresário Caio de Alcantara Machado, pioneiro do mercado de feiras de negócios e congressos no Brasil. Sinônimo de qualidade, o Prêmio Caio® é o grande prêmio brasileiro de eventos. Realizado anualmente, é a única premiação no setor, o que faz com que sua importância seja ainda maior.

O Prêmio tem como missão promover, difundir e aprimorar a utilização de uma das mais modernas e eficazes ferramentas de marketing à disposição das empresas: a promoção comercial, o marketing promocional, o turismo de negócios e os eventos, elegendo as melhores empresas, profissionais e empreendimentos destes setores no país. Além disso, o Prêmio Caio também objetiva: resgatar a memória e preservar a cultura do setor; estimular a atividade como um todo; realizar um grande encontro entre todos os envolvidos com o setor no país; promover a cidade-sede onde é realizada a premiação, seus locais e seus equipamentos para eventos.

Equipe da Plano 1

POR QUE JACARÉ?

Homenagem ao Caio de Alcantara Machado, profissional pioneiro na área de eventos e feiras de negócios, criativo e bem-sucedido no lançamento de novos produtos, promoção e organização de eventos, o nome do Prêmio foi inspirado na frase que Caio dizia: "Vai dar jacaré". O profissional enfrentou muitas dificuldades até atingir sua meta. Seus trabalhos, sempre reconhecidos, foram premiados diversas vezes, incluindo o prêmio Homem de Marketing do Ano, que arrematou seis vezes, e a Legião de Honra da França. A expressão é conhecida entre as pessoas que convivem com feiras e eventos e virou uma identificação carinhosa para Caio. Através dos tempos, dezenas, centenas de quadros e alegorias de jacarés foram se espalhando por seu escritório, presenteadas por seus amigos e admiradores.

Desde a primeira semana de agosto encontra-se no ar um novo Portal Prêmio Caio, desenvolvido pela Guest, com visual criado pela Plano 1, permitindo que todo processo de inscrição e produção de cases, assim como sua análise e julgamento pelos jurados, apuração dos vencedores e, finalmente, a disponibilização dos melhores trabalhos para consulta pública sejam totalmente on-line.

O Portal e, também, o Jacaré News estarão municiando o mercado de informações atualizadas sobre o andamento da premiação, além de estar preparado para, a partir de setembro, permitir que a eleição dos Melhores Destinos e Empreendimentos seja processada diretamente no sistema.

Importante observar que pela terceira vez todo processo de inscrição, produção de cases, inventario de empreendimentos e destinos, análise e julgamento dos trabalhos, eleição dos melhores do ano e, finalmente, sua divulgação nas festas do final do ano, estarão sendo acompanhadas e auditadas pela SS Auditores Independentes.

As inscrições para a premiação estão abertas, com informações disponíveis no Portal Prêmio Caio (www.premiocaio.com.br). Os vencedores serão homenageados com os Jacarés de ouro, prata e bronze.

Moderno por dentro. Exuberante por fora.

Situado na Unidade de Conservação Urbana do Parque dos Poderes, no entorno do Parque Estadual do Prosa, o Centro de Convenções Arquiteto Rubens Gil de Camilo une infra-estrutura de última geração a toda a beleza natural de um dos ecossistemas mais exuberantes do mundo. São 4 auditórios modernos com ar condicionado, telão, DVD, mesa de som, mesas modulares para palco, púlpito e toda a infra-estrutura que faz do complexo um dos mais modernos do País, reconhecido 5 vezes com o Prêmio Caio® nos últimos anos. Com infra-estrutura moderna e localização privilegiada é natural que seu evento seja bem sucedido.

Auditório Manoel de Barros
- 1.049 lugares – 1.849 m²
- Pé direito livre do palco – 5,30m
- 2 camarins coletivos e 4 individuais com copa e sala de aquecimento
- 4 cabines para tradução simultânea

Auditório Germano Barros de Souza
- 396 lugares – 255 m²
- Pé direito livre do palco – 4,30m

Auditório Pedro de Medeiros
- 135 lugares – 146 m²
- Pé direito livre do palco – 2,20m

Auditório Tertuliano Amarilha
- 135 lugares – 146 m²
- Pé direito livre do palco – 2,20m

Associado à ABRACCEF

Acesso fácil a **Bonito** e ao **Pantanal**, dois dos melhores destinos de ecoturismo do mundo.

Governo de Mato Grosso do Sul
Rumo ao Desenvolvimento

Centro de Convenções
Arquiteto Rubens Gil de Camilo

Parque dos Poderes · Campo Grande · MS
67 3318 2800 · www.centrodeconvencoes.ms.gov.br

PRAIA DO CERRADO
NOVO ESPAÇO PARA EVENTOS DO RIO QUENTE RESORTS

Texto:Tatiane Almeida
Fotos: Nelson Peixoto

Quem disse que o cerrado não tem mar? Agora tem. Inaugurada em 21 de junho, a atração já confirmou sua vocação para realização de grandes eventos. Com o show do cantor Lulu Santos, 500 convidados conheceram a Praia do Cerrado: a maior praia artificial de águas quentes naturais e correntes do mundo.

Segundo Manoel Carlos Cardoso, diretor de marketing e vendas, agora o Rio Quente Resorts passou a ser o único três em um: praia, campo e parque aquático. "Queremos ser pioneiros em diversas ações e já estamos pensando em realizar campeonatos de futebol e vôlei de praia", aspira Cardoso.

Construída em tempo recorde, foram apenas 11 meses, a mega atração contou com investimentos da ordem de R$ 13 milhões e levou o empreendimento a registrar uma ocupação média recorde de 97% no mês julho, com sucessivos picos de 100%. O faturamento neste mesmo mês foi de R$ 24 milhões, marca histórica na hotelaria brasileira.

O complexo possui seis unidades hoteleiras, que somadas acomodam mais de quatro mil pessoas e, com o novo equipamento, tornou-se o maior parque aquático do Brasil, com uma área total de 50 mil m². "Em 14 de julho, menos de um mês da inauguração, atingimos o número expressivo de 4.327 visitantes em um único dia no Hot Park, onde a Praia do Cerrado é uma das atrações", revela Cardoso.

Em breve, o empreendimento também terá campo de golfe com 18 buracos. A previsão é que o Hotel Golfe e outro, o Hotel Convenções, fiquem prontos entre 2010 e 2011, ambos já têm áreas definidas conforme o projeto desenvolvido no ano de 2000. Também será construído um centro de convenções para 3 mil pessoas, parque seco, área de preservação e condomínio de casas.

Serviço
Telefone: (64) 3512-8080
eventos@rioquenteresorts.com.br
www.rioquenteresorts.com.br

Curiosidades

- ***Foi construída em uma área de 25 mil m² equivalente a 4 campos oficiais de futebol.***
- ***São 5,5 milhões de litros de água renovados a cada 3 horas;***
- ***São 9 tipos diferentes de ondas com até 1,20 m de altura;***
- ***A Praia de areia branca com 210 m de comprimento por 80 m de largura;***
- ***Sua capacidade é de 15 mil pessoas;***
- ***Tem arena para vôlei e futebol de areia e acomoda 3 mil expectadores;***
- ***Lojas temáticas e serviços diferenciados;***
- ***Restaurantes exclusivos com deliciosa gastronomia nacional e regional.***

*A jornalista viajou a convite do Resort.

Foto: Chico Audi

“O melhor de São Paulo é ter o melhor de Paris, Nova York e Milão.”

Para quem adora uma comprinha, São Paulo é o maior shopping a céu aberto do mundo. São mais de 240.000 lojas, 72 shopping centers, 59 ruas especializadas em 51 segmentos diferentes. Lojas que vendem de bijuteria a helicóptero, de fantasia a alta-costura, de carrinho de bebê a iate. São Paulo tem o que você imaginar. É tudo de bom.

Acesse o site: www.visitesaopaulo.com

SÃO PAULO É TUDO DE BOM.

SÃO PAULO convention & visitors bureau

www.visitesaopaulo.com

EXPOTRADE CONVENTION CENTER

INAUGURA ARENA DE SHOWS EM CURITIBA

Texto: Juliana Albino

Agora, o Centro de Exposições e Convenções aposta no showbiz

"Ser o melhor Centro de Exposições e Convenções da região sul do país", essa é a meta ambiciosa do empreendimento, de acordo com Heber Garrido, gerente geral do Expotrade. Localizado em Pinhais, região metropolitana de Curitiba (Paraná), o Expotrade possui área total de 140 mil m², distribuídos em 34 mil m² de área construída, e 23 mil m² de área para realização de eventos.

Com gestão integrada com o grupo Transamérica Eventos há uma ano, o Expotrade contabiliza bons resultados com a vinda de feiras, congressos internacionais e, agora, shows musicais. No mês de junho, a revista EVENTOS acompanhou de perto a inauguração da Arena Expotrade, novo espaço para shows e produções culturais de grande porte do empreendimento. Com show da cantora baiana Ivete Sangalo, o evento arrastou 20 mil pessoas para o espaço.

Para o gerente geral do Expotrade, o espaço multifuncional com uma área de 55 mil m2 será uma referência no Estado e toda região Sul. "Estamos divulgando fortemente o espaço, pois sabemos que Curitiba será referência no calendário de eventos musicais da região", revela. "Com a Arena Expotrade pretendemos conquistar esta fatia do mercado do show business, o que ajuda a hotelaria, gastronomia e economia da região com a vinda de eventos de tamanha envergadura. O objetivo é ter um espaço diferente dos demais e aproveitar o bom momento que passa Curitiba com a vinda de feiras, exposições e shows, fazendo com que a região interaja com as grandes capitais de eventos, como São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais", completa Garrido.

O diretor do Expotrade, Nelson Bolduan comemora essa boa fase. "Até o final deste ano, teremos sete grandes feiras de peso acontecendo no Expotrade, o que nos entusiasma a continuar investindo em melhorias no empreendimento. No primeiro semestre deste ano, foram realizados no empreendimento mais de 15 eventos, que contaram com a participação de 350 mil pessoas. A estimativa para o final deste ano é que este número salte para 30 feiras, shows e exposições contratadas, contabilizando a presença de 650 mil pessoas.

Segundo a gerente comercial do empreendimento, Janete Floriano, se comparado a 2007, o crescimento no número de ações quanto de movimento de pessoas – foi de 40%. "Esta realidade é possível, pois, traçamos uma estratégia baseada no reposicionamento do empreendimento, com a vinda de novos produtos, na realização de parcerias e apresentação de novos materiais promocionais", detalha.

De janeiro a junho de 2008, foram gastos em média R$ 500 mil. Valor aplicado na troca de todo o sistema de internet, na construção de um novo hall de entrada no pavilhão principal, o que garante flexibilidade de uso para o empreendimento no caso de feiras simultâneas, reestruturação do sistema de ar-condicionado no setor dos auditórios e, o mais recente, a abertura da Arena Expotrade.

Serviço
Expotrade Convention Center
Rodovia Deputado João Leopoldo Jacomel, 10.454- Pinhais- Paraná
Telefone: (41) 3661-4000
www.expotrade.com.br

**A jornalista viajou a convite do ExpoTrade Convention Center*

NEGÓCIOS REALIZADOS MOVIMENTAM MAIS DE 50 SEGMENTOS DA ECONOMIA

Durante os dias 30 e 31 de maio, o Parque Beto Carrero World, em Penha (SC), se transformou numa verdadeira vitrine de ofertas turísticas. Mais de cinco mil pessoas, entre operadores, expositores e jornalistas, participaram do evento, que superou expectativas

Texto: Vanessa Baldacci

A 14ª. BNT - Bolsa de Negócios Turísticos, contou com 176 estandes, um aumento de 28% em relação ao ano passado. Os expositores eram procedentes de 20 estados brasileiros, além dos governos da Argentina e da Indonésia. Em razão da expressiva procura por estandes e aprovação unânime dos representantes de empresas e destinos turísticos na edição de 2007, houve ampliação do espaço para um piso superior, totalizando uma área de 2,9 mil m2. A feira foi 100% ocupada. Três meses antes do início do evento mais de 90% dos lugares já estavam reservados.

Mesmo apresentando saldos positivos em relação aos anos anteriores, o volume de negócios realizados na BNT "é difícil de ser mensurado", segundo o promotor do evento, Geninho Goes. "Os acordos e contatos comerciais mantidos entre expositores e participantes são feitos a médio e longo prazo, por isso não há como calcular este número com exatidão. Nossa certeza é de que os negócios realizados na feira movimentam mais de 50 segmentos da economia, desde o ramo de panificação até os passeios e serviços de receptivo", reitera.

Dos profissionais participantes, 42 foram jornalistas e operadores provenientes de famturs, que representaram cerca de 50% do público da feira. Os famturs nacionais foram procedentes de todas as regiões do país, com destaque aos grupos de São Paulo e interior, Espírito Santo, Minas Gerais, Paraná (capital e interior), Santa Catarina (capital e interior) e Rio Grande do Sul (capital e interior). Do exterior estiveram presentes representantes da Argentina, Chile, Bolívia, Uruguai, Paraguai, Peru e Venezuela.

**A JORNALISTA VIAJOU A CONVITE DA BNT MERCOSUL.*

EVENTOS DO SETOR FARMACÊUTICO REQUEREM EXPERTISE E CONHECIMENTO CIENTÍFICO

Quem participou do Encontro Setores Essenciais Farma, realizado pelo MPI – Meeting Professionals International, em 8 de julho, no WTC Hotel São Paulo, saiu com a certeza de que realizar eventos no setor farmacêutico requer, além de proficiência, expertise e conhecimento científico

Texto: Vanessa Baldacci
Fotos: Personal Press

Adélia Franceschini

Para atualizar os ouvintes sobre um dos segmentos que mais promove encontros no Brasil, a presidente do Grupo de Executivos do Marketing Farmacêutico, Sonia Orestes, dividiu com a platéia seus mais de 30 anos de experiência profissional. Com o tema "Fundamentos dos eventos do setor farmacêutico", Sonia destacou que os eventos deste segmento podem ser separados em corporativo e médico científico.

"São duas administrações que trabalham em concomitância, mas nem sempre se entrelaçam, pois têm objetivos distintos", salienta e emenda: "membros dessa indústria geralmente programam encontros com muita antecedência. Às vezes começam a prepará-los três anos antes. Esse método é fundamental, já que os gestores têm de definir uma série de detalhes, como os patrocinadores e os fornecedores de medicamentos".

Durante explanação, a presidente exibiu pesquisa com o perfil das equipes de eventos do setor e revelou que 84% delas dependem dos prestadores de serviço para realizar os encontros. Dos funcionários envolvidos, 79% são efetivos, 15% terceirizados e 6% são estagiários. "Outra característica presente é que a maioria das empresas trabalha com equipe pequena, no máximo quatro pessoas, que variam entre gerente, coordenador e funcionário de laboratório", diz.

Para Sonia, a área de eventos da indústria farmacêutica é bastante cobrada pela diretoria, que reconhece a rentabilidade do setor. No entanto, segundo a presidente, não há nenhum mecanismo capaz de medir o quanto esse investimento gera em termos de lucratividade para os membros envolvidos. Em média, as empresas farmacêuticas participam de 140 eventos por ano, que envolvem o trabalho de cerca de 780 patrocinadores laboratoriais.

De acordo com Sonia, em 2004 o mercado movimentava mais de 5,3 bilhões de dólares e só nos primeiros meses deste ano esse número já ultrapassa os 13,4 bilhões. "Um crescimento de 150% nos últimos cinco anos", completa. Destes eventos, 30% são coorporativos e 70% médicos. As regiões que mais sediam acontecimentos do gênero são: região sul (25%), sudeste (35%), leste (30%) e nordeste (15%).

DEBATE COM LÍDERES

O debate com líderes dos segmentos de laboratório, hotelaria e eventos coorporativos, contou com a manifestação do público, que pôde, através das ressalvas dos especialistas, sancionar questionamentos e compartilhar sucessos e fraquezas no que tange ao mercado de eventos. João Nagy, diretor do Hotel WTC São Paulo, Ormene Dorneles, do laboratório Nycomed, Célio de Oliveira, do grupo Emef e Anselmo Carvalho, diretor do grupo Feira e Cia, foram os convidados que compuseram a mesa.

No prelúdio das discussões, Ormene Dorneles afirmou que, ao contrário das agências de publicidade, as empresas de eventos ainda não conquistaram clientes fieis. "Isso acontece porque ainda não chegamos ao mesmo nível de profissionalização do mercado da propaganda. Contrato, por exemplo,

Ricardo Ferreira e Maria Angela Bouskela

CHEGA DE SAUDADE:

COLEÇÃO FOLHA 50 ANOS DE BOSSA NOVA,

TODO DOMINGO NAS BANCAS POR APENAS R$ 12,90.

VINTE LIVROS-CDS QUE CANTAM E CONTAM A HISTÓRIA DO MAIOR MOVIMENTO MUSICAL BRASILEIRO. UMA EDIÇÃO DE LUXO, COM GRANDES NOMES DA BOSSA NOVA E TEXTOS DE RUY CASTRO. TODO DOMINGO UM NOVO LIVRO-CD.

ASSINANTE, COMPRE A COLEÇÃO COMPLETA, RECEBA OS 20 LIVROS-CDS DE UMA VEZ E LEVE 15% DE DESCONTO + DVD "VINICIUS", UM FILME DE MIGUEL FARIA JR.

LIGUE: (11) **3224-3090** (GRANDE SP), **0800 775 8080** (OUTRAS LOCALIDADES) OU ACESSE **WWW.FOLHA.COM.BR/BOSSANOVA**

COLEÇÃO **FOLHA** 50 ANOS de BOSSA NOVA

FOLHA
Não dá pra não ler.

*Preço válido para SP, RJ, MG e PR. Demais Estados ligue 0800 775 8080.

uma empresa diferente para cada tipo de evento. Não encontrei ainda uma companhia que me ofereça serviço de qualidade em todos os setores, seja corporativo, farmacêutico, executivo. Não vou trabalhar com o mesmo grupo só para me tornar uma cliente fiel, pois primo pela qualidade", confessa.

Outro ponto importante mencionado foram as licitações. Questionada por Sergio Junqueira Arantes, diretor da EVENTOS, sobre a validade de licitações com excesso de empresas concorrentes, às vezes dez ou mais, Ormene foi objetiva em sua resposta: "quanto isso vai consumir de tempo e energia para a sua empresa? Será que vale a pena participar de uma competição como esta?", indaga.

Anselmo Carvalho, nesse momento, foi enfático e disse "Não! As empresas devem se recusar a participar de licitações desse tipo, e para isso, cada uma deve fazer a sua parte. A regulamentação do mercado surge a partir do momento em que a companhia se nega a ingressar em concorrências que não sejam sua especialidade ou que envolvam dezenas de grupos empresariais", ressalta.

Com base na resposta de Carvalho, a diretora da Absoluta Eventos, Ivonete Bombo, se manifestou na platéia. "Quando sou convidada para ingressar em projetos que envolvem dezenas de empresas, envio uma carta para cada membro pedindo que se recusem a participar. Isso tem dado certo. Alguns clientes que costumavam chamar 15 firmas para o páreo, agora estão chamando três ou quatro. Nós também temos a responsabilidade de regulamentar este setor".

Ricardo Ferreira

Anselmo Carvalho, Célio de Oliveira, Ormene Dorneles e João Nagy

Texto: Juliana Albino

PESQUISA INÉDITA

Adélia Franceschini, diretora da Franceschini Análise de Mercado, exibiu durante o evento o resultado de uma pesquisa inédita sobre os eventos realizados pelo setor. A pesquisa aponta que 55% dos eventos são focados nas seis especialidades de maior projeção da área médica: ginecologia, cardiologia, pediatria, oncologia, otorrino e psiquiatria.

Segundo a pesquisa, no Brasil são realizados aproximadamente sete mil eventos na área farmacêutica. Para Adélia, a principal preocupação dos entrevistados é ter bons resultados na operação e organização do evento. "Nestes sete mil eventos que são realizados anualmente no país são gastos R$ 320,00 em média para cada um dos 300 mil congressistas; R$ 2.300,00 para cada um dos 32 mil colaboradores; R$ 3.600,00 para os 10 mil propagandistas e R$ 3.640,00 para os mais de mil formadores de opinião. Ao todo, são contabilizados dois eventos a cada três dias; onde a principal preocupação dos entrevistados é ter uma boa organização atendendo tanto clientes, como fornecedores", ressaltando que estes números indicam que o setor farmacêutico despende R$ 52 milhões por ano com eventos.

A pesquisa revelou que a indústria farmacêutica prefere contratar organizadoras de eventos, 67% para execução dos trabalhos e apenas 33% para o seu planejamento; enquanto na realização de serviços, 77% são contratadas para seu planejamento e que apenas 8% determinam o local do evento. Adélia Franceschini afirma que estes dados indicam que as organizadoras de eventos ainda não conquistaram a confiança de seus contratantes.

Grande parte dos locais escolhidos para sediar eventos são hotéis, que ficam com a porcentagem de 40%; espaços para eventos 32%; resorts 27%; centros de convenções 24%; restaurantes 22%, sendo 6% realizados na própria empresa, apontou a pesquisa. Os dados também mostram que o setor divide-se em: 31% eventos nacionais; 20% eventos regionais e 18% eventos internacionais. Para a diretora da Franceschini, a pesquisa é uma oportunidade do mercado farmacêutico relacionar-se e ampliar seu leque de negócios.

VISÃO ESTRATÉGICA DO MERCADO

Segundo Dra. Maria Ângela Bouskela, com experiência de quem gerenciou o setor na Roche e Stiefel, vale lembrar que é muito importante criar uma história com o seu cliente, para que a sua marca seja reconhecida. "É necessário conhecer o seu público-alvo e segmentar diferencialmente os indicadores de retorno, utilizando um briefing adequado e ferramentas modernas".

"Dos sete mil eventos que acontecem no país, ainda se destacam os grandes eventos realizados pela indústria, mas é bom relembrar que as múltiplas associações que existem no setor também realizam diversos eventos paralelos, cerca de três por semana. O que faz com que este número seja ainda maior", destacou Maria Ângela.

TEM NEGÓCIO QUE SÓ DÁ PRA FAZER AQUI!

Um passeio no calçadão,
a cultura nos Arcos da Lapa,
uma tarde inesquecível
no bairro da Urca.

Tudo isso com o Cristo
de braços abertos
a nos acolher.

11 a 13 de
Agosto/2008

CENTRO DE CONVENÇÕES
SULAMÉRICA
CENTRO - RIO DE JANEIRO - RJ

CONOTEL 2008
EDIÇÃO ESPECIAL DE 50 ANOS

Acesse o site oficial do CONOTEL
e veja como você ou a sua empresa
podem participar.

Mais Informações
www.conotel.com.br
(11) 3676-0688 • email.: mkt@rhamam.com.br

CONGRESSO NACIONAL DE HOTÉIS

CONOTEL
anos

A Hotelaria no Terceiro Milênio

Realização Promoção Planejamento Patrocínio Media Partner Apoio Oficial

Os papas da comunicação se reúnem durante congresso

UM BRADO POR LIBERDADE E CRIATIVIDADE SEM FRONTEIRAS

Criativa, bonita, responsável, premiada, alto astral, inteligente, livre, moderna, inspiradora... Foi assim, com liberdade para criar, que a publicidade brasileira se tornou conhecida no mundo inteiro. Agora, querem cortas as suas asas, como se fosse a culpada por tudo de ruim que acontece

Texto: Sergio Junqueira Arantes

Após uma espera de exatos 30 anos, a publicidade brasileira voltou a se reunir no IV Congresso Brasileiro de Publicidade, realizado no WTC Hotel, em São Paulo. Cercado de muitas expectativas o evento teve seus momentos marcantes.

Apesar de estar sendo realizado sob a égide de um regime democrático, a preocupação que marcou o Congresso e determinou a escolha de seus principais palestrantes foi a luta pela liberdade de pensamento, inclusive a publicitária, "os meios não subsistiriam sem a publicidade, que não existiria sem a competição, que não teríamos sem um sistema de mercado livre, que depende da democracia e da liberdade para garanti-lo", nas palavras do presidente da Editora Abril, Roberto Civita ou no discurso do presidente das Organizações Globo, João Roberto Marinho, "o democrata deve ter a convicção de que, do mais humilde ao mais culto dos homens, cada individuo é perfeitamente capaz de guiar a sua vida ... quando aqueles que deveriam zelar pela liberdade passam a querer enquadrá-la, resumindo opções de escolha, o resultado é sempre a tutela, ou seja, a infantilização dos cidadãos".

MANIFESTO BOSSA NOVA – CRIATIVIDADE DEVE DERRUBAR FRONTEIRAS

Tendo seus trabalhos divididos em 15 Comissões, cujas teses foram defendidas e aprovadas na Plenária realizada no último dia, a revista EVENTOS selecionou alguns momentos de maior interesse para o marketing promocional.

A comissão A Criatividade Brasileira, presidida por Nizan Guanaes, saiu na frente lançando o Manifesto Bossa Nova por uma Criatividade Mundial, com o escopo de reacender e tornar perene a pujança criativa do mercado publicitário brasileiro: "A criatividade brasileira deve derrubar fronteiras. Sair da reação para a ação. Sair da defesa para o ataque".

Ressaltando o pensamento dos palestrantes da Comissão, P.J.Pereira, que lembrou que "os criativos brasileiros estão invadindo o mundo. Eu acredito no Brasil que vai para o mundo" e Adilson Xavier, "estão confundindo idéia com

plataforma. Tem gente pensando que plataforma é tudo", Nizan defendeu uma visão 360º da comunicação abrangendo todas as plataformas e ferramentas na construção de um mercado com visão e ambição mundial e preparado para ela. "Devemos vender a criatividade brasileira como um emerging creative leader, através de seminários, feiras e eventos no exterior e criar o "Created in Brasil", um selo brasileiro de criatividade".

TESES DO MARKETING PROMOCIONAL SÃO 100% APROVADAS

Uma das comissões que saíram do Congresso Brasileiro de Publicidade com registros concretos de saldos positivos foi a de Marketing Promocional. No primeiro dia de atividades do evento, coordenada pela Ampro Associação de Marketing Promocional, a Comissão aprovou as quatro teses apresentadas:

Certificação por Competência: a conquista de uma certificação que garanta a devida competência em sua área de atuação e sua legitimidade conseguida por meio da observância rigorosa aos padrões de ética e qualidade (criativa e operacional), com a chancela aceita pelos anunciantes e as agências de marketing promocional

Padrão de Remuneração: um bom planejamento e uma idéia bem executada geram benefícios de venda e imagem ao cliente e a agência deve ser proporcionalmente bem remunerada pelo seu trabalho. A proposta é obter um padrão de remuneração que deve partir de 15% sobre o investimento do anunciante no projeto.

Concorrência saudável: deve ser estabelecida para criar um relacionamento duradouro entre a agência e o cliente, resultando em dedicação e profundidade no planejamento.

Respeito ao Direito Autoral: a idéia criada e planejada pela agência é sua por direito e deve ser reconhecida pelo mercado.

Para José Carlos Zicard, que presidiu a Comissão, o piso estabelecido, além de evitar guerra de preço, vai garantir a sustentabilidade das agências. "Esse número é uma referência com margem mínima de lucro para que as companhias possam dar continuidade aos seus trabalhos, remunerar dignamente seus funcionários e investir em mão de obra e em novos produtos", ressalta.

O presidente explica que tão importante quanto a certificação obrigatória é a consciência do cliente em contratar apenas empresas que possuam o selo de qualidade da Ampro. "E é justamente essa cultura que a comissão pretende criar. Quanto mais agências estiverem respaldadas com o selo da entidade, mais os clientes sentirão a importância de optar por serviços com qualidade comprovada. Isso faz também com que as companhias de marketing promocional participem apenas de licitações em que o selo é pré-requisito. Assim valorizamos a concorrência saudável e garantimos a organização do setor", salienta.

A nova medida estabelece também que as empresas de marketing promocional terão seus direitos e idéias reservados. Durante todo o processo de briefing deve ser assinado, entre agência e cliente, um documento denominado Protocolo de Criação, que garante a reserva de direitos autorais e intelectuais. "Isso evita que idéias sejam "roubadas", seja durante licitações ou quando apresentadas para o contratante. O conceito criado e planejado pela agência é seu por direito", comenta Zicard.

Segundo o presidente, as teses aprovadas no evento marcam um processo histórico para o mercado de marketing promocional, mas só vão funcionar se cada empresa envolvida fizer a sua parte. "Saímos daqui com algo que até então não havíamos conquistado: ética e organização. Esse já é um grande passo rumo ao desenvolvimento do setor, mas só vai funcionar se cada player executar o que foi combinado".

OS LIMITES EXPLODIRAM, AS LINHAS DEMARCATÓRIAS DESAPARECERAM

O segmento do marketing até recentemente denominado "bellow the line", numa referência ao fato de deter uma parcela da verba do setor bastante abaixo da metade do bolo, foi objeto dos trabalhos de mais duas Comissões, e a total inversão do destino das verbas de marketing entre as diversas ferramentas levou Aurélio Lopes a 'desabafar': "não é justo! Eu lutei a vida inteira para ser up the line e agora que viro presidente de uma agência, vocês vem decretar que a publicidade está below the line".

Brincadeiras a parte, nada melhor simbolizou a explosão destes limites do que a mudança do nome do encontro para Congresso Brasileiro de Comunicação, e os resultados dos trabalhos Comunicação In-

Frente Parlamentar da Comunicação Social

O Congresso marcou a criação da Frente Parlamentar da Comunicação Social, um grupo composto por mais de 150 deputados e senadores que será porta-voz dos interesses da comunicação no país. Sabedores da importância do evento para a regulamentação do setor, os organizadores do encontro não só criaram o Fórum Anual da Indústria da Comunicação, como já marcaram a data da primeira edição: maio de 2009.

"Nosso objetivo é reunir as 31 entidades que nos apoiaram diretamente para discutir uma agenda comum, que inclui o Código de Ética único e a realização da próxima edição do Congresso", ressalta Dalton Pastore, presidente do evento e também da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade.

José Carlos Zicard

Judith Miller

Dalton Pastore

Kofi Annan

tegrada e Marketing de Relacionamento.

A Comissão presidida por Eduardo Fisher propôs a adoção de modelos de remuneração para as diversas ferramentas e plataformas da Comunicação Integrada tendo o CENP como paradigma. Aliás, também no CBP o absurdo da questão da exigência de visto para entrar no Brasil foi observado. O palestrante desta Comissão, Jack Myers, presidente da Myers Publishing, teve problemas com o visto e teve que participar via satélite: "temos de criar novas formas de fazer negócio, pois o mundo e a comunicação estão fragmentando. Parabéns a vocês por enfrentarem o problema, como os EUA deveriam fazer e não fazem. O Brasil deve usar integralmente a oportunidade de atuar em âmbito global, com foco nas pessoas, na busca de uma conexão emocional mundial", apontou Myers.

No Marketing de Relacionamento, o destaque foi para a mensuração como motor do processo de integração, otimização de recursos e minimização da dispersão na comunicação e a valorização das diversas ferramentas como

Nizan Guanaes

"autenticas parceiras estratégicas, com a capacidade, a competência e a vontade para interferir em todo o processo, do desenvolvimento do produto ao gerenciamento do relacionamento com o cliente, passando pela distribuição, precificação e comunicação".

** Abertura do Manifesto sobre a liberdade de expressão comercial lido no encerramento do IV Congresso. Leia a íntegra no site da revista EVENTOS® através do link: www.revistaeventos.com.br/site/ultimas.php?id=5170*

Texto: Tatiane Almeida

LIBERDADE DE IMPRENSA COM LIMITE?

Judith Miller, ex-repórter do The New York Times, vencedora de prêmios Pulitzer e Emmy, revelou uma série de números para comprovar a tese de sua apresentação sobre os Limites da Liberdade de Imprensa: o governo norte-americano, no mundo pós-11 de setembro, está limitando a liberdade de imprensa. Nos Estados Unidos, diferentemente do Brasil, não há uma lei que permita aos jornalistas, no exercício de suas funções, protegerem as suas fontes tanto publicamente como judicialmente.

Num mundo pós-11 de setembro existe uma tensão muito grande entre a segurança nacional, que o Governo utiliza muitas vezes como desculpa para cercear as liberdades individuais, revelou Judith. Prova disso, é o monitoramento de e-mails e de telefonemas naquele país e nos casos onde os jornalistas são obrigados a omitir alguns fatos do leitor em prol da lei de segurança nacional.

Judith credita o alto rigor, tanto às preocupações trazidas pelos ataques de 11 de setembro e falsos ataques de Antrax subseqüentes, mas também ao Governo Bush. Para a jornalista, a liberdade de imprensa, que é fundamental para a democracia, está sendo prejudicada, principalmente pela criação de novas categorias de restrição, ou seja, mais censura, e os casos de jornalistas presos.

Em 2005, Judith ficou presa por 85 dias, após recusar-se a revelar o nome de uma fonte para a Justiça norte-americana. Ela foi liberada pela própria fonte da Casa Branca (chefe de gabinete do vice-presidente) do compromisso de sigilo assumido.

Ao final, a palestra teve mais vinte minutos de uma discussão sobre o tema liberdade de imprensa, que envolveu também Carlos Eduardo Lins e Silva, ombudsman da Folha de S. Paulo, Ricardo Gandour, diretor de conteúdo de O Estado de S. Paulo, e Rodolfo Fernandes, diretor de redação de O Globo, com mediação do empresário e apresentador João Doria Júnior.

Texto: Vanessa Baldacci

O Congresso

Há muito tempo não se registrava tanta consonância entre as diversas vertentes da comunicação no Brasil. Parece que finalmente os interesses que antes se esbarravam em predileções individuais, agora estão sendo guiados pelo mesmo fio condutor: o da liberdade absoluta de expressão.

No início de julho, São Paulo ressuscitou um evento adormecido há 30 anos: o 4º. Congresso Brasileiro de Publicidade. No encontro, que reuniu cerca de 1,5 mil pessoas, entre publicitários, anunciantes e representantes da mídia, foram discutidos os principais problemas que circundam o setor. Quinze comissões temáticas foram formadas para tratar dos mais variados temas relacionados ao mercado brasileiro de marketing e publicidade.

No congresso, que ao invés de carregar o nome de "Publicidade", deveria ser encarado como "Comunicação" - já que sua abrangência atinge as mais variadas ramificações do segmento -, o consenso de opiniões foi quase integral. Prova disso é que todas as teses das 15 comissões presentes no evento foram aprovadas – 80% delas por unanimidade -, assim como as moções apresentadas pela presidência. Sim, os comunicólogos têm o que comemorar. Um passo rumo à união e organização do setor já foi dado. Faltam agora vários outros que devem ser calcados em conjunto, já que a aplicabilidade das teses aprovadas dependerá da união dos líderes do mercado no sentindo de dar seguimento ao que ficou acordado.

Também fizeram parte da programação do evento palestra de dois imponentes nomes do cenário mundial: o ex-secretário geral da ONU, Kofi Annan e a jornalista norte-americana vencedora de um prêmio Pulitzer, Judith Miller. Em uma de suas raras aparições no Brasil, os dois convidados compartilharam experiências pessoais e profissionais com os congressistas, e levantaram a bandeira da ética, da igualdade social e claro, da livre imprensa.

CHIEKO AOKI:
SIM, ELA É CAPAZ DE SURPREENDER

A criança que saiu da cidade de Fukuoka, na ilha de Kyushu, rumo ao Brasil depois da Segunda Guerra Mundial, se transformou na mulher mais conhecida da hotelaria brasileira. Corajosa, Chieko amadureceu e enfrentou crises, mas tirou delas a força para aproveitar as oportunidades

Texto: Tatiane Almeida

Em 1997, ela traduziu seu nome do japonês para o inglês e criou a Blue Tree, fixando sua marca num segmento que considera contagiante, valorizando as pequenas e grandes conquistas, conceitos de sustentabilidade e espalhando por vários destinos sua forma de administrar. Antes de entrar para a hotelaria ela já era determinada, tinha metas e queria resultados. Desde os tempos de criança, Chieko teve a dádiva de encontrar pessoas que foram mestres e amigos, que apareceram como se tivessem recebido "uma chamada invisível". Ela diz que não se chateia fácil, a luta não a cansa e tem enorme satisfação em construir e reconstruir. A dor e as dificuldades são como injeção de vitamina. "Comecei minha vida acadêmica cursando Direito na Faculdade do Largo de São Francisco (USP). Formei-me e fui estudar no Japão. Lá, cursei administração na Universidade de Sofia, localizada em Tóquio. Mais tarde, fui para os Estados Unidos, onde fiz cursos em administração hoteleira na Cornell University. A partir daí, a hotelaria começou a fazer parte da minha vida", conta.

A formação acadêmica ajudou Chieko a pensar de forma estruturada, a buscar o conhecimento com profundidade e espírito investigativo. "A prática e a experiência complementaram minha forma de atuar profissionalmente e me impulsionaram a trilhar a carreira que escolhi. Ser profissional é aprender de verdade. Não dá para ser como o coroinha que aprende a rezar a missa, mas sem entender o conteúdo, cada palavra proferida. Não gosto de fazer as coisas de qualquer jeito e, se noto que não sei o suficiente, prefiro não fazer. E, quando se denominar profissional, deve-se assumir um desafio eterno: estudar, aperfeiçoar e aprender continuamente, até passar a ser um prazer. É estar preparado para passar o resto da vida polindo o trabalho, lustrando com polidor composto de conhecimento, experiência e sensibilidade", diz.

Chieko trabalhou no Caesar Park Hotel São Paulo e, depois, tornou-se presidente da rede Caesar Park Hotels & Resorts e da Westin Hotels & Resorts. Em 1992, fundou a rede Caesar Towers para administrar hotéis do segmento padrão 4 estrelas. Em 1997, ela mudou o nome da rede Caesar Towers para Blue Tree Hotels. Com a nova medida, seu estilo e criatividade foram ganhando território. Hoje ela é chamada a dama da hotelaria. "Lisonjeia-me muito ser lembrada desta forma porque expressa algo refinado, elegante, que é o que busco para a hotelaria da Blue Tree. É incentivo valioso para alinhar sempre os nossos hotéis a esta forma carinhosa com que o mercado tem-me carinhosamente privilegiado".

Os altos e baixos não a intimidaram. Para essa guerreira, é melhor ser realista. Conscientizar que viver é uma gangorra, com sucessos e também com tropeços. Os bons profissionais precisam ter alto grau de resiliência na opinião de Chieko. "Lamentar é perda de tempo. É preciso continuar a caminhada olhando para frente. É verdade que prefiro estar em certo nível de tensão e adrenalina do que na tranqüilidade. Gosto também de ousar. O ex-presidente da Intel, Andrew Grove, dizia que somente os "paranóicos conseguem sobreviver". Concordo com esta afirmação porque inovar – adoro inovação – exige arrojo e até certa loucura é saudável", ressalta.

KACHI (VALORES)

Chieko acredita que relacionamento e a amizade são patrimônios valiosos e imprescindíveis para tornar a atividade profissional agradável, com emoções e sentimentos prazerosos. "A troca que existe nos relacionamentos profissionais faz multiplicar e facilitar o trabalho e, se a isso juntar a amizade, é como se encontrássemos momentos de alegria, mesmo na dificuldade". Infelizmente, o tempo da empresária é escasso por diversos motivos: família, trabalho e as atividades nas entidades que atua. Por isso, ela seleciona entre tantas pessoas que passaram por sua vida aquelas especiais, e que são muitas. "Há muita gente fantástica no mundo com quem queremos fazer boas trocas, por isso procuro afastar-me de pessoas negativas ou com valores com as quais não me alinho".

Uma das lições que ela aprendeu da vida é que o relacionamento e as amizades podem ajudar, porém cabe somente as pessoas construírem suas vidas. A dica é: "o relacionamento e amizades são como flores que contornam embelezando o caminho da vida, fazendo-nos acreditar que o paraíso está na terra. Na construção da carreira ou da vida pessoal, penso ser necessário avaliar bem cada passo, porque a vida não tem tecla retrocesso, mas pode-se sempre recomeçar".

JUUMAN (PLENITUDE)

"Meu sonho é simples: quero ser útil, colaborar, construir, realizar. Acredito que cada pessoa está nesse mundo para

desempenhar o papel que lhe cabe na história da humanidade. Nós inevitavelmente ficamos doentes, envelhecemos, temos prazo de validade", diz Chieko. Cheia de energia, a empresária quer "empreender uma jornada cheia de alegria, celebrações, centenas de sonhos possíveis e impossíveis, sentir muitas emoções, ter fé, fazer as pessoas felizes e também ser feliz".

Essa gana, força e sentimento de Chieko são repassados para seus negócios. "Quero ver o desenvolvimento da Blue Tree Hotels em níveis invejáveis no mercado. Sonho para que, quem trabalha na Blue Tree e no Noah seja reconhecido como profissional diferenciado, competente, trabalhador, criativo, dedicado e do bem. "Somos uma equipe que atinge metas acima do mercado, por sermos pessoas fantásticas, qualificadas que tem confiança extraordinária dos clientes. Que construímos reputação com integridade, seriedade, amor e emoção pelo trabalho e pelas pessoas que têm uma luz no coração. Aguarde, você poderá ver e compartilhar desta realização".

Nem o dia-a-dia agitado, com reuniões e viagens, tira fôlego da empresária. Chieko participa de diversas organizações de âmbito privado e governamental, como o Conselho de Empresários da América Latina (CEAL), Conselho Empresarial Brasil-Reino Unido, Grupo de Líderes Empresariais (LIDE), grupo Brasil-Japão da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), Academia Brasileira de Eventos, Associação do Centenário da Imigração e de várias entidades ligadas ao turismo, além de fazer palestras por todo o país. Colabora ativamente no desenvolvimento das relações econômicas e culturais entre o Brasil, Japão e América Latina e com atividades filantrópicas e de cunho social, para as quais trabalha na arrecadação de fundos e na criação de fontes de recursos. Para ela, atuar em diversas entidades amplia seu conhecimento. "Ao mesmo tempo em que tenho oportunidade de contribuir e de conviver com profissionais com quem tenho muito a aprender. É muito gratificante realizar ações e contribuir para resultados que beneficiam um bem ou objetivos comuns. É aprendizado pessoal e profissional que amplia horizontes e dá muitos insights", explica Chieko a EVENTOS®.

KEKKON (CASAMENTO)

"Quem me conhece sabe que sempre fui simples e continuo sendo. Não sei ser diferente. Assim, mesmo casada com empresário que tinha negócios por todo mundo, nunca mudei meu jeito de ser. Claro que as viagens proporcionaram experiência, conhecimento e a possibilidade de conhecer profissionais extraordinários que influenciaram a minha carreira". Ela conta ter tido alguns altos e baixos na vida, mas que sempre teve a dádiva de sair mais corajosa, criativa e com energia renovada das dificuldades. "Deus não facilita a minha vida. É como se fosse um pai samurai rigoroso que submete os filhos a adversidades para ensinar, na prática, a encontrar sabedoria para controlar o próprio destino".

Quando questionada sobre a influência de seu marido, John Aoki, um dos sócios da rede Caesar Park Hotels & Resorts, ela admite: "certamente fui influenciada por ele. Aprendi a estar sempre bem, a não ter estresse, a encontrar o lado bom, ao invés do negativo nas coisas. Ele é a pessoa mais bem resolvida que conheço. Não lamenta o passado e sonha com a construção do futuro, com energia, entusiasmo e vibra com pequenas e grandes conquistas". Além disso, Chieko o considera um profissional admirável, com visão extraordinária, pois enxerga 30 anos à frente. "Aliado a essas qualidades, é ainda genuinamente íntegro, inteligentíssimo, generoso, assertivo e de fé profunda. Quem o conhece dirá que não exagero. Hoje está doente e convive bem com a doença, tirando o melhor partido dela, sendo como almanaque de lição de vida".

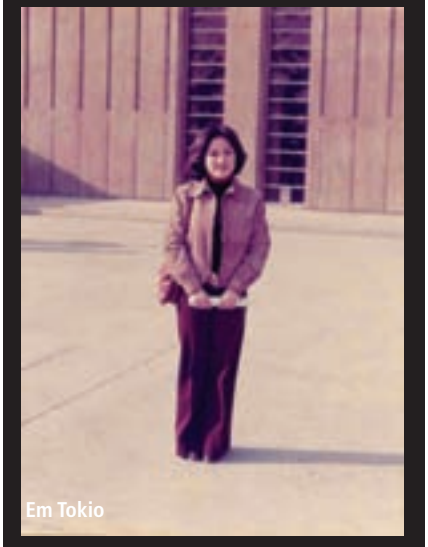
Com perfil de líder, Chieko deu dezenas de entrevistas e dicas em palestras, além de receber diversos prêmios. Mas, sempre é bom ouvir (ou ler) um pouco mais do que ela tem a dizer.

EVENTOS®: Como foi trabalhar em tantos lugares pelo mundo a fora?

Chieko: Foram experiências muito enriquecedoras. Aprendi a respeitar e a conviver com culturas diferentes – a oriental e a ocidental. Mas, acima de tudo, aprendi a me comunicar, a transmitir o que desejo que a pessoa entenda, independentemente de quem quer que eu esteja falando. E isso envolve se familiarizar com diferentes hábitos,

Aprendendo a cerimônia do Chá (1975)

Com Caio Carvalho e Manabu Mabe


Em Tokio

Bazar Beneficente (1984)

Universidade de São Paulo largo São Francisco (1972)

Recepção casal imperial (1995)

Assinando o livro de ouro

costumes e valores. A hotelaria está intrinsecamente relacionada a essas premissas. Em um hotel recebemos pessoas de todas as partes do mundo e temos que saber nos relacionar para atendê-las da melhor forma possível.

EVENTOS®: E os desafios no Caesar Park Hotels & Resorts?

Chieko: Na época do Caesar Park a hotelaria nacional tinha ainda muito a ser feito. Por isso, foi uma fase muito criativa e interessante. Naquela época, no Brasil como em muitos países do mundo, o padrão de serviços tinha altos e baixos, sem consistência e fortaleza. Foi período de ajustes, descobertas e foco em serviços que me trouxe uma grande satisfação porque os profissionais eram dedicados e apaixonados pela profissão. Isso fazia – e faz, toda a diferença no resultado e na satisfação profissional.

EVENTOS®: Valeu a pena?

Chieko: Quando iniciei a Blue Tree Hotels tive que trazer profissionais que trabalhavam em diversas áreas e setores, mas que tivessem experiência em outras empresas. Então, a maior dificuldade foi à falta de uma cultura única. Mas acredito que o esforço valeu a pena, já que a criação da marca Caesar Park e de sua exclusiva linha de hotéis exerceu grande impacto em minha carreira e no próprio setor hoteleiro nacional, uma vez que o Brasil, antes dessa rede, não dispunha de serviços exclusivos como os que criamos, até então só encontrados em hotéis de luxo fora do país.

EVENTOS®: A hotelaria é uma paixão?

Chieko: Atuar em hotelaria é algo contagiante. Uma vez dentro, dificilmente se sai. Nesse setor – o que move – é a paixão pelo servir, o gostar de pessoas, a disponibilidade para sempre aprender e superar expectativas. Ser hoteleiro é para mim, portanto, mais do que um trabalho ou carreira – é o jeito de viver. Uma escolha de vida, que me dá prazer e enche de entusiasmo. Gosto de servir e de acolher, por isso a hotelaria como negócio foi conseqüência do meu estilo de vida. Gosto do setor de serviços porque está ligado a satisfação das pessoas, que nunca se consegue atender por completo, o que faz do nosso trabalho um contínuo desafio e busca de melhorias e aperfeiçoamento. E penso que tenho jeito para isso porque tenho grande satisfação em servir e fazer com que as pessoas se sintam bem e felizes. É meu incentivo e recompensa.

EVENTOS®: Sempre dá o melhor de si?

Chieko: Sou assim: com metas de resultado e com hospitalidade. Paranóia em detalhes, com a excelência, com o dar o melhor para nossos clientes e, felizmente, a equipe aceita bem as exigências. Isso é necessário porque em negócios não há lugar para "mais ou menos", para amadorismo, paz e sossego. Estar bem no mercado é trabalhar dando duro, apoiar e ser apoiado, é estar com o coração em alerta todo o tempo. Diante de tanta exigência, conclui-se que não há tempo a perder com decepções, só tem lugar para luta saudável.

EVENTOS®: Depois de comemorar 10 anos em 2007, qual é a fase que BTH passa?

Chieko: A rede tem planos de expansão e consolidação nas praças onde já opera. Fechamos uma parceria com um grupo de investidores argentinos, para desenvolvimento e administração de 20 novos empreendimentos hoteleiros na América do Sul. A rede, que desde o ano passado está presente em Buenos Aires e Bariloche, amplia sua parceria internacional e planeja desenvolver, em 24 meses, hotéis em destinos como Peru, Chile, Argentina, entre outros. Nossa expectativa é que, no período de cinco anos, estejamos nos países mais importantes da América Latina. A escolha é porque temos forte atuação no segmento corporativo e recebemos muitas pessoas dos países da região. Além disso, nossos hóspedes brasileiros também viajam muito para esses países. Estar na América Latina é uma forma de ampliar o atendimento ao nosso público, tanto nacional como internacional. A Blue Tree também se prepara para assumir mais hotéis que já estão em construção no Brasil. Neste ano chegaremos a Manaus e em 2009 a Rio Verde. A rede Blue Tree Hotels vai exportar seu estilo de gestão hoteleira que alia excelência em atendimento, serviço e inovações, com rentabilidade acima do mercado.

EVENTOS®: O que representou para a Blue Tree a saída do hotel de Angra?

Chieko: Essa saída não afetará em nada os nossos negócios. O acordo com a Funcef foi firmado em junho de 2006. Há quase dois anos que nós já estávamos preparados para devolver o resort de Angra dos Reis e, mais especificamente desde outubro do ano passado, traçamos um plano de ação cujas bases estão alicerçadas no nosso estilo de gestão. Crescemos 15% no primeiro trimestre desse ano e temos a intenção de manter

esse índice durante o ano. Essa alta se deve ao aperfeiçoamento do modelo de administração que deu foco a três fatores: aumento na taxa de ocupação, otimização das despesas e das receitas com forte foco em gestão e conseqüente incremento da rentabilidade. Ou seja, a rede está consolidando cada vez mais o seu estilo em gestão hoteleira, fortalecendo seus diferenciais que a destacam neste mercado.

Agora, nossa meta é atingir novos horizontes em excelência em gestão hoteleira, com resultados muito ambiciosos e audaciosos. Posso afirmar que a Blue Tree está consolidando o caminho que sempre buscou de ser a melhor rede hoteleira do país. Contamos com excelentes parceiros que querem investir na indústria do turismo, junto com a Blue Tree. E vamos crescer de forma estruturada, rentabilizando e aumentando o pagamento de dividendos dos hotéis que administramos e maximizando o valor do ativo com atenção à infra-estrutura e manutenção dos hotéis.

EVENTOS®: E a aplicação do Mottainai na Rede?

Chieko: Nosso estilo é baseado no espírito de Mottainai, palavra japonesa sem tradução para o português. Ela expressa, ao mesmo tempo, um profundo agradecimento pela vida e por tudo o que se tem. Significa também não ao desperdício e ressalta a valorização dos recursos existentes. Para mim, mais do que atitude, é uma filosofia de vida, uma maneira mais humana de cuidar e se relacionar com o planeta e com a vida. A ação do Mottainai não é composta pelas grandes ações, mas principalmente no dia-a-dia. O não desperdício, maximização dos recursos através de um novo olhar, dentro do conceito citado. Há tanto a fazer em nossas ações diárias, como, por exemplo, colocar no prato somente o suficiente a consumir porque o contrário ofende quem produziu – desde o agricultor, o produtor e até quem cozinhou, além de gerar lixo e fazer má distribuição do alimento que poderia saciar tanta gente que passa fome.

EVENTOS®: A Blue Tree é uma empresa preocupada com o verde?

Chieko: A Blue Tree Hotels tem preocupação constante com a preservação não apenas da natureza, mas com o conceito de sustentabilidade plena, ou ampliada a tudo o que nos cerca e que não é bom para o planeta, como a miséria, problemas de educação etc. Assim, o conceito de sustentabilidade está presente em vários aspectos de nossas vidas. O relacionamento da Blue Tree com todos que passam pelos hotéis está pautado pelo agradecimento e valorização das pessoas e de tudo que existe na natureza. Além disso, muitas das nossas unidades já contam com coleta de lixo seletiva e outras ações responsavelmente corretas. Sustentabilidade é, essencialmente, ter atitude e práticas conscientes no dia-a-dia.

EVENTOS® - Ética como princípio e prática cotidiana. É possível?

Chieko: A meu ver, ética não deve nem mesmo ser discutida, e sim ser prática intrínseca no DNA das empresas. Integridade deve ser a linha mestre de nossos atos, porque só assim construímos sociedade que desejamos para nós e para as futuras gerações. Assim como não há lugar para amadorismo, o mundo se torna insustentável, se não primarmos pela ética, pela transparência nas relações, por fazer certo, incentivar e premiar a excelência, e combater radicalmente violência moral e física. Temos que lutar por uma convivência respeitosa, honesta, positiva e

séria entre as pessoas. A questão não é se é possível ou não – é preciso ser assim. Minha crença é que se faz bom negócio somente com pessoas éticas e sérias. Como quero fazer bons negócios – e muitos – colaboro para que o mundo seja melhor. Torço para que o mundo seja como diz o escritor japonês Hiroyuki Itsuki: "precisamos de amor; precisamos de um propósito na vida; precisamos de amizade; precisamos do desafio do trabalho saudável".

EVENTOS® - Como estão os hotéis Blue Tree na Argentina?
Chieko: Nos últimos anos, a rede se estruturou para a internacionalização, com foco no promissor mercado latino-americano. A bandeira Blue Tree Hotels é também a opção de muitos latinos em viagem ao Brasil, em especial dos argentinos, que hoje respondem por 14% de nossas vendas. Estamos felizes que isto esteja acontecendo exatamente num momento de maturidade da nossa rede. Nossa expectativa é que as novas unidades Blue Tree nos países da América Latina inclusive intensifiquem o fluxo de turistas entre o Brasil e os nossos vizinhos, permitindo que mais nações participem da nossa empresa e de nossos avanços.

EVENTOS® - Qual o diferencial dos empreendimentos argentinos?
Chieko: Eles são charmosos e modernos, especializados em atendimento personalizado, acolhedor, levando ao hóspede a sensação de que cada serviço foi feito sob medida para superar suas expectativas, encantá-lo. O Blue Tree Hotels Buenos Aires Recoleta, além do charme do bairro portenho, tem decoração minimalista e moderna. São 45 apartamentos num prédio encantador, um edifício comercial totalmente adaptado para receber a bandeira Blue Tree Hotels. Uma lista de serviços exclusivos como happy hours, boulangerie, shushi bar, cozinha diferenciada, room service, coffee shop, produtos e serviços especiais são opções para permitir que o hóspede possa aproveitar bem a sua viagem, sentindo o toque argentino dentro do hotel. A unidade Blue Tree Hotels Bariloche, com 60 apartamentos, apresenta o mesmo conceito de "home feeling". Era um hotel já existente e que recebeu investimentos na fachada e nos apartamentos, para se adequar aos padrões da rede enfatizados também em Buenos Aires.

EVENTOS® - Provavelmente a mais premiada empresária brasileira. Qual a importância deste reconhecimento?
Fico muito feliz porque, de certa forma, é reconhecimento de que estou fazendo algo certo e contribuindo com o mercado. Os prêmios me inspiram e incentivam a ser pessoa e profissional melhor. Tenho consciência do aumento da responsabilidade a cada prêmio recebido. Preocupo-me em fortalecer minha competência profissional, para não desiludir ou frustrar quem me reconheceu. Estas ocasiões são também momentos de reflexão sobre o que fiz certo, o que não deu certo e ter clareza sobre novas conquistas. É tempo de conseguir "jogar fora" para crescer mais no futuro, como cortamos galhos de plantas para nascerem flores mais bonitas no próximo ano. Fico muito grata por ser abençoada com pessoas generosas que apreciam o meu trabalho.

EVENTOS® - Podendo viver no Japão, ou nos EUA, por que a opção pelo Brasil?
Chieko: Porque Brasil é país de muitas oportunidades, de realizações, além de poder conviver com gente amiga, compreensiva, generosa. Valorizo muito o lado humano das pessoas, porque acredito que o viver-bem depende somente da qualidade das pessoas. De gente que se preocupa com o outro, haja vista, Brasil é um dos países com mais espírito de solidariedade. E, se o país tivesse mais segurança, quem sabe, seria uma das estradas para o Paraíso.

EVENTOS®: Pretende ampliar os projetos de gastronomia hospitalar?
Chieko: Já estamos trabalhando para isso. O Noah do Hospital São Luiz Anália Franco chega como um projeto inovador, único no mercado de alimentação hospitalar brasileiro. A preocupação com a humanização e nela, o bem-estar dos pacientes, passa sem dúvida pela gastronomia. O Noah chega para quebrar o paradigma de que comida de hospital é sem sabor. Com ele estamos levando a alta gastronomia e a expertise que já temos na hotelaria e gastronomia para dentro dos hospitais, com a responsabilidade de cuidar de todo o setor de alimentação do Hospital São Luiz Anália Franco, com refeições dos pacientes e seus acompanhantes, descanso médico, corpo clínico, colaboradores e visitantes, com um restaurante e duas cafeterias. É um novo conceito de alimentação hospitalar, onde o paciente desfrutará de pratos bem apresentados, sofisticados, saborosos, com 32 opções de dietas que ele encontrará no cardápio, logicamente que tudo isso respeitando o que for prescrito pelo médico e com o objetivo, de através de uma alimentação agradável, saudável e requintada, contribuir na recuperação dos pacientes. Acredito que esse sistema de alimentação é uma tendência mundial no setor hospitalar.

EVENTOS®: Quais os homens e mulheres marcaram sua vida?
Chieko: Quanto a homens e mulheres que marcaram a minha vida, são tantas e de formas diferentes, em cada fase da vida. Tenho como princípio, ditado que meu sogro usava, e que dizia algo como "além de mim, todos são meus mestres". Assim, todas as pessoas que de alguma forma deixaram marcas, sejam positivas ou negativas, foram meus mestres. Portanto, importantes na minha vida. Em turismo, gostaria de destacar Goiaci Alves Guimarães, a quem admiro como profissional e como gente, pela integridade, e por ser abençoado com força, dons e simplicidade surpreendentes. "Gente como a gente, com coração encantador e generoso".

CRUZANDO FRONTEIRAS, FORTALECENDO NEGÓCIOS

Eventos integrados:

- 6º Salão do Ecoturismo e Turismo de Aventura
- 5º Salão de Tecnologia para o Turismo
- 4º Salão do Turismo Rural
- 3º Salão do Turismo Saúde
- 2º Salão do Turismo Místico, Religioso e Esotérico
- 1º Salão do Turismo Cultural
- Rodada de Negócios SEBRAE
- Congresso

13 a 16 de novembro de 2008

Obtenha todas informações em:

www.festivalturismogramado.com.br

Ministério do Turismo · BRASIL UM PAÍS DE TODOS · GOVERNO FEDERAL · BRASIL · INFRAERO

Transportadora oficial: TAM

Agência oficial: TERRA

Promoção: MARTA ROSSI · SILVIA ZORZANELLO

Hotel Serra Azul

EVENTOS: MERCADO COMPETITIVO
SERÁ AINDA MAIS EXPLORADO PELA HOTELARIA

Texto:Tatiane Almeida

Holliday Inn Parque Anhembi

Exclusividade, praticidade, tecnologia e qualidade em serviços são diferenciais dos espaços para eventos dos hotéis. Dos mais simples aos modernísimos, os empreendimentos apostam em suas salas, ambientes integrados ou centro de convenções para conquistar quem organiza eventos

O mercado de eventos nunca esteve tão presente na pauta das empresas e disputou tanto espaço nas agendas de profissionais executivos. Da necessidade dos eventos presenciais, os conhecidos face-to-face, surgiu um novo nicho: a locação de espaços para eventos. Os hoteleiros logo se adequaram a essa tendência, moldaram-se aos novos tempos, que ainda estão em metamorfose e, entre outros ganhos, baixaram a possibilidade de no show, maximizaram o seu A&B.

Os espaços e centro de convenções trazem mais receita para os hotéis e, dependendo do evento, aumentam a taxa de ocupação. O que se vê nesse cenário são investimentos cada vez mais significativos, com ações de fidelização, mais planejamento e captaçao focada no segmento corporativo. Hotéis que antes reservavam atenção ínfima para este setor, agora estão de olhos mais atentos. Eles querem mais treinamentos, peças teatrais, shows, encontros, congressos, convenções ou apenas pequenas reuniões. Hoje, alguns hotéis estão tão focados nesse ramo, tendo mais de 50% da receita proveniente dos eventos.

Segundo Alfredo Lopes, presidente da ABIH-RJ – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis, cerca de 40% da ocupação média anual dos hotéis do Rio de Janeiro é oriunda de clientes corporativos. "Desde os anos 90 percebemos a grandiosidade dessa indústria e, juntamente com o Rio Convention & Visitors Bureau, passamos a realizar ações cada vez mais fortes para sediar eventos na cidade. Quando pensamos na receita (ocupação x locação de espaços) percebemos que muitos hotéis têm preparado seus empreendimentos para receber o público corporativo, e alguns deles, como é o caso do Sofitel, têm construído centro de convenções para receber até mil pessoas, o que gera em torno de 20 a 60% em suas receitas", conta.

Em São Paulo, essa realidade não é diferente. Também é pujante, visto que é a cidade referência no setor de eventos e figura no ranking da ICCA como o 1º destino das Américas, deixando Montevidéu (Uruguai), Nova York (EUA) e Santiago (Chile) para trás. De acordo com Maurício Bernardino, presidente da ABIH – SP, "os 47 mil leitos da região dispõem de locais de altíssimo nível com capacidade

para mais de 500 lugares. Mesmo assim, a demanda é maior que a oferta, e muitas vezes os hotéis não podem atender alguns eventos por falta de espaço".

Segundo Bernardino, o setor de eventos representa cerca de 70% do faturamento médio da maioria dos grandes hotéis. "A tendência da hotelaria do novo milênio segue com espaços onde o hóspede encontre num mesmo local todas as ferramentas para fazer eventos, feiras e congressos. Quando você traz essas pessoas em um ambiente com equipamentos com alta tecnologia e conforto, dispõe de credibilidade frente ao mercado. Atualmente, as grandes redes do Estado de São Paulo têm investido em seus espaços com amplas salas e centro de convenções para sediar eventos de toda a natureza, e a única razão por fazerem isso é o lucro", finaliza.

Rafain Palace Hotel

Se você acha que Bernardino está exagerando, saiba que os eventos representam 70% do faturamento anual no Home Green Home, segundo Luiz Pedro Nathan, administrador do hotel. "Trabalhamos muito com internet, visitas e temos um diferencial: somente atendemos um evento cada vez, portanto trabalhamos com exclusividade para o cliente".

Mas cada hotel, apesar de estar aberto para todos os eventos, tem sua especialidade. Na rede Othon acontece isso, o Rio Othon Palace, por exemplo, sedia eventos de todos os tipos, a maioria é de lançamento de produtos. No Leme Othon Palace há principalmente treinamentos. Em Salvador, por exemplo, a rede Othon conta com o maior centro de convenções em hotéis da cidade, e pode receber grandes convenções, além da área verde, área ao ar livre reservada para grandes shows e banquetes. Belo Horizonte, além de eventos corporativos, o hotel, por sua importância na cidade, também recebe muitos eventos sociais.

Para facilitar, a Rede Othon lançou novo material de divulgação dos salões: com folhetos, CD Rom e internet. Na sua página, até há formulário para solicitação de eventos e é possível também fazer um tour virtual no qual o cliente pode circular pelas áreas de eventos dos hotéis Othon e, ainda, tem à disposição: mapas das salas, inclusive em pdf.

Com mais de um século, o Grand Hotel Pocinhos do Rio Verde, na cidade de Caldas, Minas Gerais, tem uma proposta diferente de hospedar, que combina simplicidade e a acolhida mineira e, claro, a deliciosa gastronomia da região. No entanto, também está interessado no filão dos eventos e há pouco mais de um ano passou por uma reforma, que contemplou uma sala de eventos com capacidade para 100 pessoas em formato auditório. "O espaço já foi usado para pequenas reuniões de grupos e encontros religiosos. Mas esperamos em breve receber outros tipos de eventos", conta Elias Guimarães Borges, proprietário do hotel. Além disso, o hotel tem wireless na área da recepção.

CRISES SUPERADAS?

"Apesar das dificuldades tivemos êxito no fechamento de muitos negócios. O segmento de eventos foi o carro chefe do Brasília Alvorada Hotel", revela Jesus Ribeiro Jr., gerente geral do Brasília Alvorada Hotel, sobre o comportamento do mercado de eventos em 2007, tendo em vista as diversas crises (aérea, do dólar e cruzeiros). Para superá-

las, a estratégia do empreendimento foi oferecer serviços diferenciados com alto padrão. "Temos como ponto positivo a facilidade de logística na realização de eventos nacionais, pela rápida convergência dos diversos pólos emissores".

De acordo com Ribeiro Jr, no ano passado, o fator que mais atrapalhou os negócios foi o caos aéreo. Renata Segalla Formenti, diretora de vendas e marketing do Holiday Inn Parque Anhembi, revelou a EVENTOS que, este ano, uma das grandes preocupações são as oscilações do dólar. "Por estarmos sediados na cidade de São Paulo, toda a crise aérea tornou-se uma oportunidade para nosso hotel, uma vez que grande parcela do mercado corporativo encontra-se na capital. O mercado de eventos vem crescendo anualmente e tem sido utilizado como uma das principais ferramentas de marketing das empresas. Em virtude disso, inauguramos o nosso maior espaço de eventos – a Sala São Paulo – que comporta um evento para até 1000 pessoas, no intuito de atender aos eventos corporativos de grande porte".

Em 2007, Renata acredita que o dólar foi o fator mais crítico para o Holiday Inn. "Também considero a instabilidade do mercado financeiro um fator que poderá nos afetar, pois com um cenário econômico mais vulnerável as empresas são mais cautelosas na hora de investirem em eventos".

O Home Green Home é bem diferente do Holiday Inn. Por estar numa região de montanha, a maioria dos eventos acontece aos finais de semana, conjugando negócios e lazer. "Nos eventos de meio de semana tivemos uma queda acentuada, pois a maioria das empresas dá preferência aos locais até 100 km de São Paulo", informa Pedro Nathan.

O ano de 2007 foi especialmente afetado pela crise aérea, na visao do gerente geral do Sofitel São Paulo, Walter Strub. "A crise trouxe ao mercado a insegurança e a instabilidade de viajar aos diferentes destinos do país. Isso repercutiu negativamente com diversos cancelamentos, adiamentos ou reduções de importantes eventos programados durante o período mais crítico. Por outro lado, a rápida reação e criatividade de parte das empresas organizadoras de eventos, hotéis e outras entidades do setor, mostraram que temos maturidade e profissionalismo para adequar-nos a essas circunstâncias e oferecer pacotes atrativos, soluções alternativas e serviços de grande qualidade para contornar esses obstáculos".

Mauricio Bernardino

Segundo Strub, cada crise tem afetado determinadas regiões do Brasil, de acordo com as diferentes temporadas turísticas e características geográficas, porém na cidade de São Paulo registrou-se um aumento surpreendente de eventos de todos os tipos, graças a estável conjuntura e credibilidade econômica existente no país. "Tais resultados animadores representaram um aumento de 13% dos eventos internacionais de um ano para o outro, permitindo à cidade de São Paulo atingir a liderança na América do Sul no setor de eventos, feiras e congressos, e um representativo 23º lugar no ranking mundial".

As expectativas são sempre as melhores dos executivos. Ribeiro Jr., revela que a estratégia é estar junto do cliente final ou das agências de eventos, desde o início das negociações, buscando as soluções ideais para seus eventos e os apoiando durante a realização dos mesmos. "Contamos com um setor específico para estas negociações, com profissionais especializados. A equipe de vendas está sempre atenta às necessidades dos clientes, adaptando os serviços de acordo com cada perfil".

MONEY

Ribeiro Jr revela que realização de eventos e banquetes responde por mais de 50% da receita bruta do Brasília Alvorada Hotel. A área de eventos do Sofitel São Paulo é composta por 13 salas com capacidade entre 12 e 350 pessoas e representa um faturamento de 25% do total das receitas do empreendimento. A realização de eventos é primordial e estratégica para o hotel, não somente pelo ponto de vista econômico, mas também contribui favoravelmente para o dinamismo e vida de todas as outras áreas de um hotel de luxo, completa Strub.

Este Show Case, traz informações detalhadas sobre OS MELHORES HOTÉIS DA EVENTOS, além de uma tabela com mais de 100 equipamentos, com dados sobre a dimensão das salas, da maior sala e a localização dos que responderam aos pedidos de informação da redação.

Home Green Home

Brasília Alvorada
Brasília - DF

Com seu reconhecido padrão cinco estrelas, o Brasília Alvorada Hotel é formado por dois núcleos: o Brasília Alvorada Park e o Brasília Alvorada Towers. Devido a sua estrutura multifuncional para convenções, o empreendimento é considerado referência na capital para a realização de eventos de pequeno, médio e grande porte.

No Brasília Alvorada Hotel, as empresas têm a disposição uma moderna estrutura, dividida em: centro de convenções com 2.340 m², 13 salas com capacidade para até 250 pessoas, áreas de alimentação, foyer e espaço para exposição, salão multifuncional com capacidade para até 1700 pessoas, anfiteatro, salas para reuniões, além de internet banda larga e wireless. Para realizar eventos, o hotel dispõe também de uma ampla área externa, às margens do Lago Paranoá.

Segundo o gerente geral do Brasília Alvorada, Jesus Ribeiro Junior, o setor de eventos representa cerca de 50% do faturamento bruto do hotel. Para cativar o cliente, o empreendimento investe no alto padrão dos serviços prestados. "Estar junto do comprador final ou das agências desde o início das negociações, buscando as soluções ideais para qualquer realização são nossos pontos fortes", reafirma e garante: "a proposta é fazer com que o hóspede volte sempre".

Unir trabalho e lazer é possível nesse empreendimento, pois o hospede pode aproveitar todas as mordomias de um resort urbano, com belas piscinas e design moderno e arrojado. O Brasília Alvorada está localizadas às margens do Lago Paranoá - um dos mais belos cartões postais da capital federal. O hotel oferece ainda píer para embarcações e atividades náuticas, três quadras de tênis com iluminação, pista de cooper, fitness center, saunas seca e a vapor e recreação infantil nos finais de semanas.

Tabela informativa para Eventos

Área total do centro de convenções: 549,53 m²
Área da maior sala: 106,734 m²
Número de sala: 20

Tabela de serviço

Telefone: (61) 3424-7000
SHTN Trecho 1 Conjunto 1B Blocos A, B e C - Setor Hoteleiro e Turístico Norte
seventos@brasiliaalvorada.com.br
www.brasiliaalvorada.com.br

AGORA SOMOS 3. A NATUREZA AGRADECE.

CINCO ESTRELAS PARA VOCÊ E PARA O MEIO AMBIENTE.

RIA
Hotelaria Sustentável

www.riahotelariasustentavel.com.br

Fiesta Bahia Hotel
Salvador - BA

O Fiesta Convention Center é o único complexo de Salvador a fazer parte do ranking dos 20 melhores do país, realizado pela Editora Abril em 2007. O empreendimento suporta diversos tipos de eventos, pois tem capacidade para 5.300 pessoas e dispõe de 27 opções de espaços, com infra-estrutura e serviços certificados pelo ISO 9001/00.

Localizado no bairro do Itaigara, a 20 km do aeroporto e 15 minutos do Pelourinho – um dos cartões postais da cidade - o Fiesta Convention Center é cercado por shoppings, opções de lazer e restaurantes. Com cinco pavimentos utilizáveis para eventos, o equipamento figura entre um dos centros de convenções mais modernos e bem equipados do país.

A grande vantagem é estar integrado ao Fiesta Bahia Hotel, que proporciona todo apoio e infra-estrutura necessários aos congressistas, palestrantes e organizadores, como hospedagem, alimentação e lazer. Segundo o gerente geral, Carlos Vicente Pugliese, o setor de eventos representa cerca de 50% do faturamento geral do Fiesta. Ele explica que o empreendimento sedia uma média de 350 encontros por mês, que geram um fluxo de mais de 10 mil pessoas. "Destes, 30% acaba aproveitando o evento para passar a noite no hotel".

Em virtude da grande demanda de eventos coorporativos, em 2007 a quadra de tênis do hotel se transformou num salão para encontros sociais e profissionais. "Cerca de 70% do nosso investimento anual é voltado para a área de eventos. Injetamos verba em contratação de pessoal, capacitação de mão-de-obra, novas tecnologias e ampliação e modernização de novos espaços", comenta Pugliese.

Tabela informativa para Eventos

Área total centro de convenções: 10.270.3m²
Área da maior sala: 840m²
Número de salas:11

Tabela de serviço

Telefone: (71) 3352-1421
Av. Antonio Carlos Magalhães, 711 - Pituba – Salvador
fernanda@fiestahotel.com.br
www.fiestahotel.com.br

Nosso Convention Center é modelo em se tratando de integração, arquitetura e tecnologia, com capacidade para 5.300 pessoas, 5 pavimentos utilizáveis, 27 opções diferentes de salões, pode abrigar eventos de todos os portes.

FIESTA
CONVENTION CENTER

FIESTA BAHIA
HOTEL
LUXO

Av. Antônio Carlos Magalhães, 711- Itaigara - Salvador - BA
Tel: (71) 3352-0000 - Fax: (71) 3352-0050 - www.fiestahotel.com.br

Holiday Inn Express Natal

Natal - RN

O Holiday Inn Express Natal apresenta-se com um moderno conceito de hotelaria, reconhecido mundialmente através do portfólio de marcas da InterContinental Hotels Group. Os salões de eventos do empreendimento foram inaugurados em julho deste ano, oito meses após a inauguração do hotel, que ocorreu em dezembro passado.

O centro de convenções do Holiday Inn Express Natal é composto de quatro salas climatizadas com capacidades entre 20 e 120 pessoas em formato auditório. Oferece a possibilidade de flexibilização de layouts, através de divisórias acústicas removíveis. Além disso, tanto a área de eventos, como todas as demais dependências do hotel, possuem padrão internacional de segurança, com alarme de incêndio, detectores de fumaça, sprinklers, hidrantes, extintores, iluminação de emergência e duas rotas de fuga com escadas protegidas por portas corta-fogo.

Como o centro de convenções do empreendimento foi inaugurado há poucos meses, o diretor comercial do Holiday In Natal, George Gosson, ainda não sabe precisar qual é o impacto financeiro da área de eventos no hotel, mas está otimista: "acredito que vamos sediar uma média de dois encontros corporativos por semana, o que deve representar cerca de 25% do faturamento hotel", revela.

Para garantir a alta incidência de eventos, George aposta no serviço. "Tentamos manter o padrão de qualidade da rede através do atendimento personalizado. Queremos uma clientela fiel".

Tabela informativa para Eventos

Área total do centro de convenções: 225 m2
Área da maior sala: 92 m2
Número de salas: 4

Tabela de serviço

Av. Engenheiro Roberto Freire, 2622 – Ponta Negra – Natal/RN
Telefone: (84) 3311 0000
reservas@holidaynatal.com.br
www.holidaynatal.com.br

A mais nova opção para eventos na melhor localização de Natal.

Na Praia de Ponta Negra, próximo aos melhores restaurantes e com fácil acesso ao aeroporto.

O espaço ideal para eventos corporativos, treinamentos, lançamentos de produtos, workshops e confraternizações.

O Holiday Inn Express Natal é um hotel inteligente que oferece uma proposta moderna de hospedagem reconhecida em todo o mundo.

Melhor Custo-benefício

O Hotel dispõe de telões, projetores, computadores, sonorização, flip-chart, além dos serviço de coffee break e buffet.

Apartamentos equipados com 2 linhas telefônicas, Internet, TV LCD 26", cama king size e ar condicionado central, entre outros.

Café da manhã incluso na diária, business center, fitness center, loja de conveniência, farmácia, piscina e auto locadora.

Acesso exclusivo à melhor área de lazer à beira-mar da praia de Ponta Negra, o Praiamar Beach.

(Espaço compartilhado com o Praiamar Natal Hotel.)

Av. Eng. Roberto Freire, 2622

+55 84 3311 0000

reservas@holidaynatal.com.br

www.holidaynatal.com.br

www.hiexpress.com

Holiday Inn EXPRESS Stay Smart® Natal

PRIORITY CLUB It's easier. Enjoy.

Facilita tudo, em qualquer lugar.

Ganhe pontos ou milhas!

O clube de vantagens de viagem que você sempre quis. Mais de 3.800 hotéis à sua escolha em todo o mundo.

Reservas 0800 118778

Holiday Inn Parque Anhembi

São Paulo - SP

O Hotel Holiday Inn Parque Anhembi, São Paulo, é a maior ramificação da rede na América do Sul. Com 780 apartamentos, incluindo suítes, o Hotel faz parte do complexo Parque Anhembi e oferece completa infra-estrutura, com restaurantes, áreas de lazer e um centro de convenções com 18 salas, equipado com linhas telefônicas e acesso a internet banda larga.

O centro de convenções do hotel dispõe ainda de um amplo foyer para atender a coffee breaks e coquetéis e também possui uma equipe altamente qualificada para dar suporte aos eventos. Caso seja do interesse do cliente, o empreendimento oferece projetores de alta definição, vídeo conferência, sala VIP para pequenas reuniões e almoços reservados. Os espaços do centro de convenções foram planejados com divisórias para se adaptar ao estilo de cada encontro. Dessa forma, vários eventos podem ser realizados simultaneamente.

Recentemente, foi inaugurada no hotel a Sala São Paulo, um espaço para eventos com 750 m², que comporta até 1000 pessoas. "Sentimos a necessidade de ampliar a nossa área em virtude da grande demanda por convenções, seminários e encontros corporativos", revela a diretora de vendas e marketing do Holiday Inn Parque Anhembi, Renata Segalla Formenti.

"Já operamos com a Sala São Paulo desde fevereiro deste ano e estamos muito satisfeitos com os resultados. O mercado de eventos não pára. Realizamos, todo mês, uma média de 35 reuniões no hotel", ressalta Renata.

Tabela informativa para Eventos

Área total do centro de convenções: 1.982m²
Área da maior sala: 750m²
Número de salas: 19

Tabela de serviço

Telefone: (11) 2107-8844
Rua Professor Milton Rodrigues, s/n - Santana – São Paulo
eventos@hipa.com.br
www.hipa.com.br

Onde os eventos acontecem.

Hotel localizado dentro do Complexo Parque Anhembi

18 espaços para abrigar eventos simultâneos

Salão São Paulo | 1.200 pessoas · Coquetel

Equipe treinada e completa infra-estrutura

Internet Wi-Fi

Agende uma visita

e venha conhecer o que há de mais moderno em eventos.

Rua Prof. Milton Rodrigues, 100 • São Paulo-SP
T.: +55 (11) 2107.8844 • F.: +55 (11) 2107.8811
www.hipa.com.br • www.hinnbrasil.com.br • www.ihg.com

Holiday Inn®
PARQUE ANHEMBI - SÃO PAULO

Home Green Home
Campos do Jordão - SP

O nome já diz tudo: Home Green Home, que no português se traduz em "lar, verde, lar". Situado na cosmopolita região de Campos do Jordão, em São Paulo, o hotel é, indubitavelmente, um lugar de sonhos. Passar férias ou simplesmente visitar o local se transforma num programa inesquecível. Mas, além de área voltada ao lazer, o espaço oferece infra-estrutura completa para a realização de eventos.

O centro de convenções do Home Green Home tem capacidade para atender de 10 a 230 pessoas e conta com uma equipe de profissionais voltada especialmente para o setor. O espaço é formado por um salão principal com 270 em auditório e 150 em espinha de peixe. No fundo do local há ainda duas salas de apoio para até 20 pessoas em formato de 'U' e mais um salão de lareira. Os principais tipos de encontros que o empreendimento abriga são seminários, convenções, lançamento de produtos e festas de confraternização. Segundo o administrador do Home Green Home, Luiz Pedro Nathan, o setor de eventos representa cerca de 70% do faturamento anual do hotel.

Para manter e cativar o cliente, de acordo com Nathan, o empreendimento investe em atendimento. "Preparamos nossos funcionários para prestar serviço personalizado para cada visitante", revela e emenda, "para garantir esta qualidade só permitimos a realização de um evento de cada vez. Desta forma podemos atender pessoalmente os envolvidos no encontro e atender todas as suas necessidades".

Situado em Campos do Jordão, cidade onde todas as estações do ano se fazem presentes em suas florações características, o Home Green Home tem em sua volta uma grande área de preservação ambiental, local ideal para relaxar, desfrutar da natureza e trabalhar, por que não? "Aqui é o lugar ideal para unir o útil ao agradável", garante o administrador.

Tabela informativa para Eventos

Área total do centro de convenções: 900m²
Área da maior sala: 270m²
Número de salas: 3

Tabela de serviço

Telefone: (12) 3663-2644
Rua Adolfo Torresin, 800
reservas@homegreenhome.com.br
www.homegreenhome.com.br

Um castelo na montanha

Em meio ao verde, a 10 minutos do Centro Turístico da Vila Capivari, o Hotel Home Green Home tem tudo que você precisa para seu passeio, evento ou merecido descanso.

www.homegreenhome.com.br

SerraMágica

Todo o conforto que você merece em um só lugar!

- Quadra de tênis
- Quadra poliesportiva
- Playground
- Salão de jogos
- Sala de ginástica e sauna
- Duplex c/ lareira, terraço e minicopa
- Telefone com discagem direta
- Frigobar
- TV à cabo
- Piscina aquecida e coberta

Faça seu evento no Home Green Home. Consulte-nos!

R. Adolfo Torresin, 800 | Alto Capivari | Campos do Jordão - SP - Tel: 12 3663-7185 | Fax: 3663-5033 | 0800 170 127 | reservas@homegreenhome.com.br | eventos@homegreenhome.com.br

Hotel Fazenda Galo Vermelho

Vassouras - RJ

O Hotel Fazenda Galo Vermelho, situado no município de Vassouras, no Rio de Janeiro, possui um amplo espaço para treinamentos empresariais e motivacionais e uma completa estrutura externa, com 82% de Mata Atlântica, 1.200.000 m² de fazenda, ecologicamente preservada.

O novo salão de eventos, situado em uma área de 128 m² e localizado em um ambiente arborizado e tranquilo, tem capacidade para 60 pessoas em U tradicional e 120 pessoas em auditório. O local dispõe de ar condicionado, frigobar, ramais telefônicos, internet sem fio, cadeiras confortáveis, equipamentos de audio-visual e serviço com atendimento personalizado.

O cliente que desejar inovar e realizar eventos mais criativos encontra no Hotel Fazenda Galo Vermelho um grande aliado: o entretenimento. "Oferecemos recreação e lazer orientado com canoagem, parede de escalada, trilhas para caminhadas na mata atlântica, bicicletas, passeios a cavalos, horta orgânica, observação de pássaros raros e muitas outras opções", comenta Júlia Avelino, da gerência comercial.

Realizar eventos no hotel é também uma oportunidade de reviver os tradicionais encontros sociais dos grandes produtores de café da região, onde os homens falavam de negócios e as senhoras trocavam receitas da culinária do século XIX.

"Uma viagem no tempo através da música e do sabor, que pode ser aliada a compromissos e negócios corporativos", diz Avelino.

Outro diferencial do empreendimento é oferecer gastronomia típica da fazenda. Baseada na tradicional cozinha regional, com influência da culinária mineira, o Hotel Fazenda Galo Vermelho oferece um cardápio diversificado e com o inconfundível sabor do campo. "Quem realiza eventos por aqui pode desfrutar dessas particularidades, que, com certeza, fazem o diferencial em qualquer encontro", finaliza Júlia Avelino.

Tabela informativa para Eventos

Área total do centro de convenções:218 m²
Área da maior sala:128 m²
Número de salas: 2

Tabela de serviço

Telefone: (24) 2491 9500
Rodovia RJ - 121 nº 6814 - Vassouras
gv@hotelfazendagalovermelho.com.br
www.hotelfazendagalovermelho.com.br

Hotel
Fazenda Galo Vermelho

Vassouras

Compromisso com o sucesso do seu evento.

(24) 2491-9502 • (24) 2491-9501

www.hotelfazendagalovermelho.com.br
gv@hotelfazendagalovermelho.com.br

Pousada dos Pirineus

Pirenópolis - GO

Construído recentemente e com materiais de última geração, o Centro de Convenções Luciano Peixoto, o maior da Pousada dos Pirineus, conta com uma arquitetura harmônica e adequada a paisagem local. Com capacidade para comportar eventos de até 1.200 pessoas em auditório, podendo ser dividido em 06 salas com isolamento acústico, o espaço dispõe de dois camarins completos, bilheteria, internet e cabine de som com tradução simultânea.

Todos os ambientes possuem serviço de coffee break, coquetel e jantar. A Pousada oferece ainda equipamentos que auxiliam na apresentação de palestras e convenções, a exemplo de retroprojetor, TV, vídeo e flip chart.

Além da Sala Luciano Peixoto, outros três centros de convenções completam o cardápio de espaços para eventos dos Pirineus: o Cavalhadas, Pastorinhas e Do Carmo. Cada um tem capacidade para receber, respectivamente, 500, 200 e 200 pessoas. Todas as salas são equipadas com cadeiras almofadadas e braços removíveis, ar condicionado central, internet de alta velocidade, carpete importado e antiácaro, e iluminação diferenciada.

Os espaços estão preparados para receber todo tipo de evento, mas a maior procura ainda é por convenções corporativas. Segundo o gestor de eventos da Pirineus, Weider Lemes, motivos não faltam para escolher a Pousada como ponto de encontro de uma reunião.

"Além de oferecermos uma ótima infra-estrutura, com salas modernas, suporte gastronômico, pessoal qualificado e equipamentos de excelente qualidade, estamos numa localização estratégica (a 160 km de Goiânia e 150 km de Brasília) e numa área verde inigualável, que dispõe de 137 mil km² de belas paisagens", completa Lemes.

Tabela informativa para Eventos

Área total do centro de convenções: 1390 m²
Área da maior sala: 534 m²
Número de salas:12

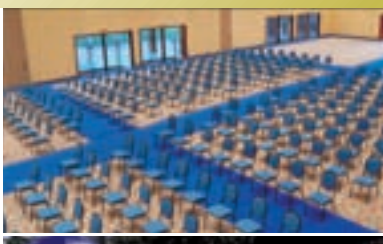
Tabela de serviço

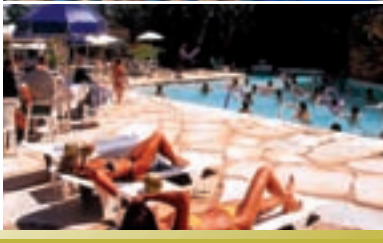
Telefone: (61) 2101 7817
Chácara. Mata do Sobrado, 80 - Pirenópolis - GO
weider@msturismo.com.br
www.pousadadospireneus.com.br

Pousada dos Pireneus Resort

Natureza, Conforto e Lazer aliados à uma perfeita infra-estrutura para que o seu evento seja um sucesso!

MarcaComunica • T(61) 3036-1116





Na charmosa cidade de Pirenópolis a 150 km de Brasília e 120 km de Goiânia.

- Ampla área de lazer
- 2 Centros de Convenções com um total de 14 salões
- Salão com capacidade para até 1200 pessoas
- Business Center
- 105 Apartamentos
- Perfeito para Imersões, Seminários, Congressos, Incentivos e Treinamentos
- Recepção nos aeroportos
- Escritórios de apoio em Brasília e Goiânia

Pousada dos Pireneus RESORT

Pousada dos Pireneus Turismo • Goiânia /GO

Av. República do Líbano nº2341, sala 03 • Setor Oeste
Center Shopping Tamandaré • CEP: 74115-060
Tel: (62) 3214.2070 • Fax: (62) 3214.1724
pousadagyn@cultura.com.br

MS TOUR

MS Turismo • Brasília /DF

EQS 102/103, lojas 04/20 • Centro São Francisco
CEP: 70330-400 • Tel: (61) 2101.7818 • Fax: (61) 2101.7822
msturismo@msturismo.com.br
www.msturismo.com.br

Rafain Palace Hotel
Foz do Iguaçu - PR

Lançado recentemente, o ExpoCenter do Rafain Palace Hotel & Convention Center é capaz de abrigar de uma única vez até 9.800 pessoas em 43 espaços diferentes. Com investimentos em torno de R$ 6 milhões, a estrutura de 18.015 m² está pronta para receber reuniões, congressos e até feiras de pequeno, médio e grande portes. Para o estacionamento foram destinados 10 mil m².

Diversos estudos foram elaborados para que o espaço atendesse demandas tecnológicas e logísticas do mercado de eventos atual. Por exemplo, há uma independência entre as salas de convenções, com controle de iluminação próprio para cada uma, banheiros distintos, aparelhos de ar-condicionado, ou seja, tudo para facilitar manutenção e proporcionar ao visitante serviço ágil e impecável. Segundo o gerente de Marketing, Cândido Ferreira Neto, "o objetivo é que o Rafain se torne referência".

O moderno suporte de telecomunicações presente no Expocenter é composto por cabines de tradução simultânea, sonorização, internet wireless e a cabo, sistema de telefonia com cabeamento de fibra ótica, além de proteção acústica, diferencial imprescindível quando se fala de estruturas coletivas como essa.

O complexo foi planejado para oferecer o melhor em qualidade de atendimento, por isso há instaladas quatros cozinhas industriais, panificadora e confeitaria nos maiores salões. "Esses espaços possibilitam maior autonomia durante a realização dos eventos, pois concentram a mão-de-obra em um só lugar", ressalta Cândido. Para garantir o abastecimento de energia durante a realização dos eventos a unidade possui ainda geradores que chegam à potência de 1100 KVA.

Tabela informativa para Eventos

Área total do centro de convenções: 18.015 m²
Área da maior sala: 5.916 m²
Número de salas: 43

Tabela de serviço

Reservas 0800 645 3400
Av. Olímpio Rafagnin, 2357, Foz do Iguaçu (PR)
reservas@rafainpalace.com.br
www.rafainpalace.com.br

O que era grande, está ainda maior.

- Nova estrutura, moderna e flexível
- 18.015 m2 divididos em 43 ambientes
- Capacidade total para 9.800 pessoas em realizações simultâneas
- Espaços inteligentes e multifuncionais

O sucesso é garantido.

ar-condicionado central, conexão Web, geradores de energia
telefonia com fibra ótica, proteção acústica, estacionamento

Reservas - Eventos: 0800 645-3400 - www.rafainpalace.com.br - rafain.palace@rafainpalace.com.br
Av. Olímpio Rafagnin, 2357 - Fone:(45) 352-9494 - Fax: (45) 3526-3030 - CEP 85862-210 - Foz do Iguaçu - PR

Rafain Palace HL
Hotel & Convention Center

Rio Othon Palace

Rio de Janeiro - RJ

O Rio Othon Palace é o destino certo para quem precisa realizar convenções ou eventos. Possui um completo business center e diversas salas para reuniões. Seu moderno centro de convenções tem capacidade para cerca de 700 pessoas. No total, são cinco andares de instalações feitas especialmente para receber reuniões. Pensando nesse mercado, a Rede Othon criou o Othon Business, um programa de atendimento especial para os hóspedes corporativos. A idéia é, não só apenas sediar encontros corporativos, como também abrigar os participantes destes eventos no próprio hotel.

Com este serviço, o grupo oferece uma série de benefícios exclusivos para os executivos em viagem a trabalho, como por exemplo: apartamentos em andares especiais, check in e check out expresso em ambiente diferenciado, café da manhã em locais privativos, jornais diários no apartamento, acesso a internet com banda larga e/ou Wi Fi nos apartamentos e áreas comuns, business lounge equipado com computador, entre outras regalias.

Segundo a assistente da gerência de marketing do hotel, Silvia D'Avila, o Rio Othon Palace recebe uma média de 40 eventos por mês. As razões para manter a agenda cheia, de acordo com ela, variam. "Temos um serviço diferenciado e dispomos de profissionais bem preparados. Podemos também realizar qualquer desejo do cliente, pois investimos em uma rede de fornecedores terceirizada. A satisfação do visitante vem em primeiro lugar", salienta.

O Rio Othon Palace está situado na praia de Copacabana diante dos cartões-postais mais bonitos e famosos do mundo. O bairro, com seu comércio cosmopolita, encanta os visitantes com ótimas opções de lazer a qualquer hora do dia e da noite.

Tabela informativa para Eventos

Área total do centro de convenções: 808 m²
Área total da maior sala: 266 m²
Número de salas: 8

Tabela de serviço

Telefone: (21) 2106-1670
Av. Atlântica, 3264 - Copacabana
eventos-roph@othon.com.br
www.othon.com.br

artplan

Embratur 01144.0021.0 / ABAV 023 AF RJ

EM SUA PRÓXIMA VIAGEM
DE NEGÓCIOS, VENHA CONHECER
O OTHON BUSINESS. VOCÊ VAI VER
QUE TRABALHAR NO OTHON
NÃO DÁ TRABALHO.

Apartamentos em andares especiais • Check in e Check out expresso em ambiente diferenciado • Café da manhã em ambiente privativo • Prioridade em Early Check in e Late Check out • Jornais diários em seu apartamento • Acesso à internet com banda larga e/ou WiFi nos apartamentos e áreas comuns • Business Lounge equipado com computador, impressora, máquina de fotocópia e fax • Serviço de chá, café, refrigerantes, sucos e dry snacks • Welcome Drink • Overnight Laundry • Shoe shine: Lavagem de camisa, serviço de passagem de terno e lustragem de sapatos durante o período noturno • Entre outros.

Informações e reservas, ligue:
0800 725 0505 ou (21) 2106 0200
central.reservas@othon.com.br
www.othon.com.br

HOTEIS OTHON
O seu jeito de ficar bem.

RIO OTHON PALACE | LEME OTHON PALACE | BAHIA OTHON PALACE | BELO HORIZONTE OTHON PALACE

Sofitel
São Paulo - SP

Com excelente localização e uma vista especial para o Parque do Ibirapuera, um dos pontos turísticos da capital, o hotel Sofitel São Paulo está situado numa região privilegiada e dispoe de ótima infra-estrutura para eventos, sociais ou corporativo. O centro de convenções do empreendimento possui 12 salas de tamanhos variados, além de espaços privé - reservados para pequenos comitês e cofee break temáticos.

O hotel oferece também 250 vagas em estacionamento coberto, serviço de manobrista e heliponto com sala VIP. No andar recentemente reformado, o Diplomatic Floor, os executivos têm à disposição serviços personalizados 24h, jornais e revistas nos apartamentos, cortesia na lavanderia, desconto para utilização em helipontos (30%) e também para e locação de estrutura para eventos (15%).

Outro diferencial é que para atender os hóspedes provenientes dos mais diversos países, o Sofitel São Paulo adapta seus serviços para minimizar o choque cultural do turista em terra estrangeira com acolhimento especial para orientais e árabes. Segundo o gerente geral, Walter Strub, o Sofitel São Paulo passa por constantes reformulações ao longo do ano. "Investimos continuamente no treinamento dos colaboradores, na estrutura comercial e no produto hoteleiro como um todo, a fim de oferecer e atender a alta demanda e exigência dos nossos clientes corporativos", conta.

Strub explica que a área de eventos representa um faturamento de 25% de todas as receitas do empreendimento. "Este setor é primordial e estratégico para o hotel. É, indubitavelmente, um dos nossos pontos fortes", ressalta.

Tabela informativa para Eventos

Área total do centro de convenções: 875 m²
Área da maior sala: 335 m²
Número de salas: 12

Tabela de serviço

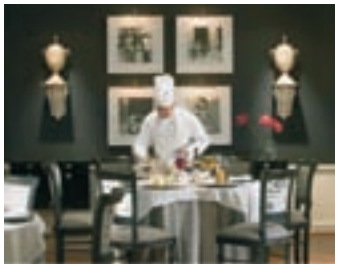
Rua Sena Madureira, 1355 - Ibirapuera
Telefone: (11) 3201 – 0800
sofitelsp.eventos@accorhotels.com.br
www.accorhotels.com.br

Life is Magnifique

Inspire your meetings

Sofitel São Paulo

Mais que realizar um evento, dê um show.



Rua Sena Madureira, 1.355 - Ibirapuera - São Paulo - sp
Tel: (55 11) 3201 0800
sofitel.com.br

SOFITEL
LUXURY HOTELS

Estado	Cidade	Nome Hotel	Área total (m²) do Centro de convenções	Maior sala (m²)	número de salas	DDD	telefone	e-mail	site
AL	Maceió	Maceió Palace Hotel	749	250	4	82.	2122-8000	eventos@maceiomarhotel.com.br	www.maceiomarhotel.com.br
AL	Maceió	Ritz Lagoa da Anta	2.000	558	9	82	2121 4000	eventos@ritzlagoadaanta.com.br	www.ritzlagoadaanta.com.br
BA	Porto Seguro	Villaggio Arcobaleno	140	140	1	73	2105-5050	reservas@hotelarcobaleno.tur.br	www.hotelarcobaleno.com.br
BA	Salvador	Bahia Othon Palace	4048	1200	18	71	2103-7106	eventos.bahia@othon.com.br	www.othon.com.br
BA	**Salvador**	**Fiesta Bahia Hotel**	**10.270**	**840**	**11**	**71**	**3352-1421**	**fernanda@fiestahotel.com.br**	**www.fiestahotel.com.br**
BA	Salvador	Hotel Portobello Ondina Praia	659	185	9	71	2203-6000	eventosondina@portobellohoteis.com.br	www.portobellohoteis.com.br
BA	Salvador	Hotel Sol Bahia	1640	379	9	71	3206-0543	apcidreira@solexpress.com.br	www.solexpress.com.br
BA	Salvador	Mercure	530	270	14	71	3172-9200	mercure@accorhotels.com.br	www.accorhotels.com.br
BA	Salvador	Sol Barra	425	270	3	71	3264-7011	eventossbr@solexpress.com.br	www.solexpress.com.br
CE	Beberibe	Hotel Parque das Fontes		500	4	85	3327-3444	reservas@hotelparquedasfontes.com.br	www.hotelparquedasfontes.com.br
CE	Fortaleza	Blue Tree	727	118	6	85	4008-4030	eventos.fortaleza@bluetree.com.br	www.bluetree.com.br
CE	Fortaleza	Othon Palace Fortaleza	300	100	3	85	3466-5500	othonpalace.fortaleza@othon.com.br	www.othon.com.br
CE	Fortaleza	Ponta Mar	2.039	353	22	85	4006-2200	annapaula@hotelseara.com.br; eventos@pontamar.com.br	www.pontamar.com.br
CE	Fortaleza	Praiano Palace	597	201	8	85	4008-2200	annapaula@hotelseara.com.br; eventos@praiano.com.br	www.praiano.com.br
CE	Fortaleza	Seara Praia	2361	259	12	85	4012-2200	annapaula@hotelseara.com.br; eventos@hotelseara.com.br	www.hotelseara.com.br
DF	**Brasília**	**Brasília Alvorada Hotel**	**550**	**107**	**20**	**61**	**3424-7000**	**seventos@brasiliaalvorada.com.br**	**www.brasiliaalvorada.com.br**
DF	Brasília	Naoum Plaza Brasília	348	159	9	61	3322-4545	naoumplaza@naoumplaza.com.br	www.naoumhoteis.com.br
ES	Domingos Martins	Aroso Paço Hotel	500	180	4	27	3248-1150	reservas@aroso.com.br	www.aroso.com.br
ES	Vila Velha	Mercure Apartments Vila Velha Pasárgada	720	279	6	27	3183-9000	eventos.pasargada@accorhotels.com.br	www.mercure.com.br
GO	Goiânia	Castro's Park Hotel	633	286	11	62	3096-2300	eventos@castrospark.com.br	www.castrospark.com.br
GO	**Pirenópolis**	**Pousada dos Pireneus**	**1.390**	**534**	**12**	**61**	**2101-7817**	**weider@msturismo.com.br**	**www.pousadadospireneus.com.br**
MA	Sao Luis	Solare Suítes American	280	280	3	98	4009-9494	american@gruposolare.com.br	www.gruposolare.com.br
MG	Araxá	Plaza inn Flat Araxá	175	60	3	34	3669-1323	araxa@plazainn.com.br	www.plazainn.com.br
MG	Araxá	Virgilius Palace Hotel	330	250	3	34	3662-5000	virgilius@virgilius.com.br	www.virgilius.com.br
MG	Belo Horizonte	Belo Horizonte Othon Palace	1154	258	18	31	2126-0090	eventos.bhop@othon.com.br	www.othon.com.br
MG	Belo Horizonte	Liberty Palace Hotel	572	115	7	31	2121-0900	eventos@libertypalace.com.br	liberty@libertypalace.com.br
MG	Belo Horizonte	Ouro Minas Palace Hotel	503	53	11	31	3429-4000	ourominas@ourominas.com.br	www.ourominas.com.br
MG	Juiz de Fora	Ritz Plaza Hotel	1390	297	7	32	3249-7300	eventos@ritzplazahotel.com.br	www.ritzplazahotel.com.br
MG	Nova Lima	Caesar Business Lagoa dos Ingleses	419	140	4	31	3589-7917	eventos.cblin@caesarbusiness.com.br	www.caesarpromo.com.br
MG	Poços de Caldas	Hotel Nacional Inn Vilage	2901	1500	9	35	3722-4222	cenacon@vilageinn.com.br	www.vilageinn.com.br
MG	Uberlândia	Plaza Shopping Hotel / Center Convention	7900	893	15	34	3239-8300	comercial@centerconvention.com.br	www.centerconvention.com.br
MT	Chapada dos Guimarães	Pousada Penhasco	449	222	3	65	3301-1555	penhasco@penhasco.com.br	www.penhasco.com.br
MT	Cuiabá	Hotel Deville	1132	305	9	65	3319-3000	eventos.cgb@deville.com.br	www.deville.com.br
PA	Belém	Crowne Plaza Belém	565	197	6	91	3202-2000	eventos@crownebelem.com.br	www.crownebelem.com.br

Estado	Cidade	Nome Hotel	Área total (m²) do Centro de convenções	Maior sala (m²)	número de salas	DDD	telefone	e-mail	site
PA	Belém	Hotel Hilton Belém	652	319	10	91	4006 -7606	eventos.belem@hilton.com	www.belem.hilton.com
PB	João Pessoa	Hotel Ouro Branco Praia	850	400	4	83	4009-0100	eventos@ourobrancohoteis.com.br	www.ourobrancohoteis.com.br
PE	Recife	Atlante Plaza	700	142	7	81	3302-3333	eventos@ponteshoteis.com.br	www.atlanteplaza.com.br
PE	Recife	Mar Hotel	2.500	420	14	81	33024444	eventos@ponteshoteis.com.br	www.marhotel.com.br
PE	Recife	Onda Mar Hotel	800	320	4	81	2128-4848	hotelondamar@ondamar.com.br	www.ondamar.com.br
PE	Recife	Recife Monte Hotel	590	270	3	81	2121-0909	recmonte@recifemontehotel.com.br	www.recifemontehotel.com.br
PR	Curitiba	Hotel Pestana Curitiba	765	380	10	41	3017-9900	eventos@pestanacuritiba.com.br	www.pestana.com
PR	Curitiba	Radisson Hotel Curitiba	600	360	6	41	3351-2222	reservas.rhc@atlanticahotels.com.br	www.atlanticahotels.com.br
PR	**Foz do Iguaçu**	**Rafain Palace Hotel & Convention Center**	**18.015**	**3.000**	**35**	**45**	**3520-9494**	**marketing.vendas@rafainpalace.com.br**	**www.rafainpalace.com.br**
PR	Foz do Iguaçu	Recanto Park Hotel	329	178	4	45	2102-3000	eventos@recantoparkhotel.com.br	eventos@recantoparkhotel.com.br
PR	Maringá	Bristol Metrópole Hotel	950	350	5	44	3221-8100	eventosmetropole@bristolhoteis.com.br	bristolhoteis.com.br
RJ	Armação dos Búzios	Pérola Búzios Design Hotel	534	358	5	22	2620-8507	vendas@perolabuzios.com	www.perolabuzios.com
RJ	Macaé	Four Points by Sheraton Macaé	628	346	5	22	2106-2700	vendas.macae@fourpoints.com	www.fourpoints.com/macae
RJ	Rio de Janeirro	InterContinental Rio	3500	1400	20	21	3323-2200	vendas@inter-rio.com.br	www.intercontinental.com/riodejaneiro
RJ	Rio de Janeiro	Leme Othon Palace	191	101	2	21	2122-5915	eventos.leme@othon.com.br	www.othon.com.br
RJ	**Rio de Janeiro**	**Rio Othon Palace**	**808**	**266**	**8**	**21**	**2106-1670**	**eventos-roph@othon.com.br**	**www.othon.com.br**
RJ	Rio de Janeiro	Sheraton Rio Hotel	3256	707	16	21	22741122	reservas.rio@sheraton.com	
RJ	Rio de Janiero	Sofitel Rio de Janeiro Copacabana	1500	322	10	21	2525-1232	sofitelrio@accorhotels.com.br	www.sofitel.com.br
RJ	**Vassouras**	**Hotel Fazenda Galo Vermelho**	**218**	**128**	**2**	**24**	**2491-9500**	**gv@hotelfazendagalovermelho.com.br**	**www.hotelfazendagalovermelho.com.br**
RN	**Natal**	**Holiday Inn Natal**	**162**	**93**	**4**	**84**	**3311-0000**	**eventos@praiamarnatal.com.br**	**www.holidaynatal.com.br**
RS	Caxias do Sul	InterCity Premium Caxias do Sul	640	400	7	54	3026-1000	eventos.cxs@intercityhoteis.com.br	www.intercityhoteis.com.br
RS	Gramado	Serrano Resort Convenções & Spa	3000	688	13	54	3295 -8000	comercial@serrano resort.com.br	www.serranoresort.com.br
RS	Porto Alegre	Hotel Deville Porto Alegre	908	305	8	51	3373-5000	eventos.poa@deville.com.br	www.deville.com.br
RS	Porto Alegre	Plaza Porto Alegre Hotel	372	95	7	51	3220-7300	eventos.plazinha@plazahoteis.com.br	www.plazahoteis.com.br
RS	Porto Alegre	Plaza Sao Rafael Hotel e Centro de Eventos	3740	630	25	51	3220-7300	eventos.saorafael@plazahoteis.com.br	www.plazahoteis.com.br
RS	Porto Alegre	Sheraton Porto Alegre	600	279	9	51	2121-6000	reservas@sheraton-poa.com.br	www.sheraton-poa.com.br
SC	Florianópolis	Costa Norte Ponta das Canas	144	84	3	48	32.610.800	comercial@hoteiscostanorte.com.br	WWW.hoteiscostanorte.com.br
SC	Florianópolis	Hóteis Costa Norte	92	49	2	48	32.613.000	comercial@hoteiscostanorte.com.br	WWW.hoteiscostanorte.com.br
SC	Florianópolis	Hotel da Praia	182	98	2	48	3261-3261	eventos@praiatur.com.br	www.praiatur.com.br
SC	Florianópolis	Hotel Maria do Mar	1.600	470	7	48	3238 3009	eventos@mariadomar.com.br	www.mariadomar.com.br
SC	Florianópolis	Hotel Praiatur	774	56	6	48	3261-3261	eventos@praiatur.com.br	www.praiatur.com.br
SC	Florianópolis	Mercure Apartments Florianópolis Itacorubi	930	216	8	48	3231-1700	eventosmercureitacorubi@accorhotels.com.br	www.mercure.com.br
SC	Florianópolis	Porto Ingleses	446	93	5	48	3269-1414	comercial@portoingleses.com.br	www.portoingleses.com.br

Estado	Cidade	Nome Hotel	Área total (m²) do Centro de convenções	Maior sala (m²)	número de salas	DDD	telefone	e-mail	site
SE	Aracaju	Quality Hotel	316	172	6	79	2107-4350	eventos.qaju@atlantocahotels.com.br	www.atlanticahotels.com.br
SP	Bauru	Obeid Plaza Hotel	3.000	306	20	14	3234-5300	www.obeidhoteis.com.br	gko@obeidhoteis.com.br
SP	**Campos do Jordao**	**Home Green Home**	**900**	**270**	**3**	**12**	**3663-2644**	**reservas@homegreenhome.com.br**	**www.homegreenhome.com.br**
SP	Guarulhos	Hotel Matiz Guarulhos	300	300	3	11	3411-7000	matizguarulhos@hotelariabrasil.com.br	www.hotelariabrasil.com.br
SP	Guarulhos	Le Canard Guarulhos	182	118	4	11	2181-5900	reservas@lecanardguarulhos.com.br	www.lecanardguarulhos.com.br
SP	Lindóia	Vacance Hotel	3.500	955	37	19	3824-1191	info@vacancehotel.com.br	www.vacancehotel.com.br
SP	Ribeirão Preto	Hotel JP	2000	414	18	16	2101-1400	eventos@hoteljp.com.br	www.hoteljp.com.br
SP	Ribeirão Preto	Shelton Inn	360	360	5	16	3610-1500	shelton@sheltoninn.com.br	www.sheltoninn.com.br
SP	Ribeirão Preto	Taiwan Hotel & Centro de Eventos	3.120	1.800	10	16	4009-8899	taiwanhotel@taiwanhotel.com.br	www.taiwanhotel.com.br
SP	Santos	Mendes Plaza	1.623	810	17	11	5082-1530	comercial@mendeshoteis.com.br	www.mendeshoteis.com.br
SP	São José dos Campos	Novotel	674	300	11	12	4009-7800	novotel.sjc@accorhotels.com.br	www.novotel.com.br/saojose
SP	São Paulo	Bourbon Convention Ibirapuera	1.098	667	10	11	2161-9407	eventos.conv@bourbon.com.br	www.bourbon.com.br
SP	São Paulo	Braston Augusta	500	160	6	11	3123-6000	eventosba@braston.com	www.braston.com
SP	São Paulo	Braston São Paulo	600	281	7	11	3156-2400	eventos@braston.com	www.travelinn.com.br
SP	São Paulo	Estanplaza International	2000	800	5		8007261500	reservas@estanplaza.com.br	www.estanplaza.com.br
SP	São Paulo	Estanplaza Berrini	273	104	4		8007261500	reservas@estanplaza.com.br	www.estanplaza.com.br
SP	São Paulo	Estanplaza Funchal Faria-Lima	835	300	9		8007261500	reservas@estanplaza.com.br	www.estanplaza.com.br
SP	São Paulo	Estanplaza Ibirapuera	274	110	4		8007261500	reservas@estanplaza.com.br	www.estanplaza.com.br
SP	São Paulo	Estanplaza International	830	170	10		8007261500	reservas@estanplaza.com.br	www.estanplaza.com.br
SP	São Paulo	Estanplaza Nações Unidas	243	120	4	11	8007261500	reservas@estanplaza.com.br	www.estanplaza.com.br
SP	São Paulo	Estanplaza Paulista	200	100	3		8007261500	reservas@estanplaza.com.br	www.estanplaza.com.br
SP	São Paulo	Gran Estanplaza São Paulo	1010	320	8		8007261500	reservas@estanplaza.com.br	www.estanplaza.com.br
SP	São Paulo	Grand Hyatt	3.000	1.024	16	11	6838 1234	www.saopaulo.grand.hyatt.com.br	info@hyatt.com.br
SP	**São Paulo**	**Holiday Inn Parque Anhembi**	**1.982**	**750**	**19**	**11**	**2107-8844**	**eventos@hipa.com.br**	**www.hipa.com.br**
SP	São Paulo	InterContinental São Paulo	1109	405	10	11	3179-2600	eventos@ihgbrasil.com	www.intercontinental.com/saopaulo
SP	Sao Paulo	Meliá Jardim Europa	600	225	4	11	3702- 9658	eventos.jardim.europa@meliahotels.com.br	www.meliajardimeuropa.com.br
SP	Sao Paulo	Mercure Grand Hotel São Paulo Ibirapuera	1193	229	17	11	5088-4000	mercure@accorhotels.com.br	www.accorhotels.com.br
SP	São Paulo	Pergamon Hotel	160	160	13	11	3123-2021	pergamon@pergamon.com.br	www.pergamon.com.br
SP	São Paulo	Radisson Faria Lima	190	80	3	11	2133-5960	eventos.rfl@atlanticahotels.com.br	www.atlanticahotels.com.br
SP	**São Paulo**	**Sofitel São Paulo Ibirapuera**	**875**	**198**	**12**	**11**	**3201-0800**	**reservas.sofitelsp@accorhotels.com.br**	**www.sofitel.com.br**
SP	São Paulo	WTC Hotel	10728	920	39	11	3055-8000	hotel@wtchotel.com.br	www.wtchotel.com.br
SP	Taubaté	Hotel Fazenda Mazzaropi	1340	367	10	12	3634-3400	eventos@mazzaropi.com.br	www.mazzaropi.com.br

* Todos os dados constantes da presente tabela foram fornecidos por escrito pelos respectivos hotéis. A Revista EVENTOS não se responsabiliza por eventuais discrepâncias.

** A Revista EVENTOS pesquisou um universo de cerca de 500 hotéis em todo Brasil, publicando apenas aqueles que responderam por escrito, no prazo estipulado.

EVENTOS CORPORATIVOS
GANHAM (MÁXIMA) ATENÇÃO DOS GESTORES DE ESPAÇOS

Aqui, profissionais que estão a frente dos espaços para eventos revelam seus pensamentos sobre o segmento dos eventos corporativos. Antes, a parte maior do bolo da receita era oriunda dos eventos sociais, agora a fatia pequena está crescendo. Afinal, o evento corporativo é uma ferramenta de negócios que ganhou de vez lugar nas empresas. E os espaços para eventos querem parte deste budget.

Texto: Tatiane Almeida

Os eventos corporativos podem ser lançamentos de produtos ou serviços, festa de premiação, coletivas de imprensa, convenções, palestras, congressos, seminários, treinamentos, seminários, exposições, eventos de relacionamento e, em outro universo, viagens de incentivo. De acordo com pesquisa do Meeting Professionals International (MPI), de 2006 para 2007 houve um aumento de 17,5% no orçamento destinado a eventos nas empresas. É ou não é um grande filão para os espaços para eventos?

"O Brasil está passando por um momento de amadurecimento e crescimento econômico", diz Fábio Grimaldi, diretor do Espaço Edding Campinas, para continuar explicando que, em estudos recentes, foi constatado que quanto maior for o nível de desenvolvimento, maior será a participação dos segmentos de promoção, comunicação e eventos nas estratégias de marketing das empresas, tendo em vista a dificuldade que as mesmas têm em conquistar o público-alvo. Paulo Wei, gerente geral da Hakka Eventos, concorda: "o mercado está aquecido, com renomados espaços tentando atrair mais clientes. Um saldo positivo para promover uma competição saudável, onde quem será beneficiado é o próprio cliente".

Segundo Grimaldi, os setores estão diversificando suas ferramentas, segmentando mais intensamente seu cliente e utilizando meios que permitam uma maior interatividade entre comprador e vendedor. "Para se ter uma idéia, nos Estados Unidos e Europa, as ações publicitárias e de mídia têm sido complementadas por eventos, que hoje já representam uma participação maior do que a própria publicidade" e garante: "o evento, quando conduzido da forma certa, pode ser um veículo de transmissão de mensagens poderosas, gerando conhecimento de marca e envolvimento emocional".

Traffô

A opinião de Grimaldi é compartilhada por Fábio Mattar, diretor da Casa Petra. Segundo ele, o mercado de eventos movimenta cerca de R$ 37 bilhões anualmente, entre gastos dos participantes, receita de locações e lucro das empresas organizadoras. Destes, R$ 8 bilhões são gerados apenas em São Paulo. "São mais de 330 mil eventos e 100 milhões de pessoas envolvidas ao ano. O mercado está muito aquecido e continua crescendo", detalha.

Para Marcelo de Weber, diretor de marketing do Traffô Eventos, os eventos são a maior ferramenta de marketing das empresas e está em ascensão mesmo com variáveis contrárias, como trânsito, caos nos aeroportos e custos elevados. "Acredito que o mercado crescerá muito mais nos próximos dois anos. O que os clientes precisam e procuram são soluções e novidades nas suas ações promocionais". As novidades às quais Weber se refere são, indubitavelmente, um diferencial importante entre as empresas de eventos, que vêm assistindo o crescimento considerável da concorrência.

"Antes não enxergávamos a ferramenta eventos como geradora de resultados concretos. Hoje podemos dizer que é umas das mais eficientes ferramentas de marketing para geração e fortalecimento de relacionamento, seja para o público interno das empresas, seja para o público alvo externo. Com isso, as empresas estão direcionando verbas maiores para seus calendários de eventos e o mercado como um todo está aquecido e aquecerá ainda mais. Os fornecedores de serviços para eventos que acompanharem esta evolução, trabalhando de forma comprometida e séria, inovando, atuando lado a lado com o cliente, poderão colher bons frutos deste momento",

Juliana Escandura, gerente de marketing e vendas do Villa Noah Embratel.

Erica Miele, diretora de eventos do Grupo Tom Brasil, vê o mercado de eventos em franca expansão, tanto com relação a eventos sociais, quanto ao segmento coorporativo. "O primeiro resgata a cada ano as tradições sociais e familiares e busca inovar com valores agregados (shows, oficinas, decoração, bufê tematizado etc..) e o segundo foca em muitas frentes como relacionamento com parceiros e clientes, premiações de categoria, eventos para aperfeiçoamento profissional, motivacionais, endomarketing, entre outros", explica.

GANHAR A PREFERÊNCIA

No momento do briefing com o cliente, o espaço para eventos compete com os hotéis e resorts. Por isso, conquistar e fidelizar os clientes (sejam eles amadores ou GEVs Gestores de Eventos e Viagens), demanda estratégia. É claro que, quando questionados pela revista EVENTOS® sobre a estratégia para captar eventos, todos saem pela tangente. Só quem está fazendo sucesso, fala de sua receita. Cleber Pereira, diretor do Espaço Pamplona e Espaço Pinheiros enxerga o mercado de eventos com olhos cuidadosos. "Podemos notar significativo aumento em eventos corporativos". Por isso, o grupo - que possui dois espaços para eventos de pequeno e médio porte - além de propaganda via site de busca conta muito com as indicações de clientes que já fizeram evento no local. "Devido aos anos de mercado, os eventos de finais de semana ocorrem naturalmente. Nosso ponto forte é realmente o atendimento. Para os dias semanais, a estratégia é baseada em preços promocionais".

O Grupo Tom Brasil aposta em sua equipe, aí está sua estratégia: pessoal especializado na venda e captação de novos clientes e ações de fidelização para aqueles já utilizam os espaços. "Nossa marca são produtos de altíssima qualidade e parceiros alinhados com a cultura do bem servir e bem receber aliados a tecnologia de ponta. Nosso diferencial consiste no serviço, do atendimento dos profissionais de eventos, operações, produção, fornecedores terceirizados até a realização do serviço de alimentos e bebidas (bufê próprio criado especialmente para atender os mais variados perfis de eventos podendo inclusive atuar na criação e pesquisa do tema, apresentação dos pratos, figurino dos atendentes, nas casas do grupo ou externamente)".

Aos finais de semana as casas do Grupo Tom Brasil (HSBC Brasil, Vivo Rio e Tom Jazz) recebem grandes nomes do cenário artístico brasileiro e internacional. Mas, nos dias de semana está o grande desafio. "Trabalhamos com eventos de formatos e perfis variados e os corporativos ganharam esses dias".

Cada espaço tem que se destacar da melhor forma e nessa prateleira Daniela Aiach, gerente de eventos da

Espaço Hakka

AMCHAM, mostra seu espaço na categoria dos mais modernos, visto que é totalmente modulável, com condições de receber desde um almoço para cinco pessoas até um evento para 1200 pessoas. Ela deixa claro que o foco do empreendimento são os eventos corporativos: "apesar de já termos feito uma tentativa de sediar eventos sociais e descobrimos depois que não é, definitivamente, nosso negócio. Isso não quer dizer, que não podemos realizar um evento empresarial no final de semana".

EXPERTISE SIM

O profissionalismo do setor é fundamental para Emílio Mathias Jr., diretor executivo do São Paulo Center. Para ele ainda há muitos negócios administrados de maneira amadora. "Os empreendimentos com gestão profissional tendem a ganhar espaço, pois o retorno do investidor é melhor, correndo menos riscos. O investimento em um negócio profissional é maior, portanto o mercado passa a exigir um investidor também profissional".

"Após 12 anos de experiência na administração de espaços para eventos, sabemos que a qualidade dos serviços prestados e uma gestão profissional são decisivas para a formação da marca na área de eventos. Portanto qualquer empresa ligada à área de eventos deve ter como objetivo a excelência na prestação de serviços. Fica claro que primeiro devemos tratar do endomarketing, buscando conceituar a marca e a filosofia

junto à equipe interna, para em seguida posicioná-la no mercado. Saber que produto você tem e buscar quem se interessa em comprá-lo é básico em qualquer plano de marketing, mas poucos seguem esta regra básica no mercado. Isto definido, o restante é muito trabalho e competência para executar".

Atualmente o segmento corporativo representa cerca de 80% de no portfólio de clientes do Espaço Edding, segundo Grimaldi. Trata-se, na visão do executivo, de um público exigente que busca alto profissionalismo na área e que percebe as diferenças entre os diversos serviços e recursos existentes no mercado. Afinal, existem empresas que realizam mais de 30 eventos em um ano. "Temos obtido um retorno muito bom por parte dos clientes, que têm percebido o diferencial tecnológico e profissional do Espaço e realizado diversos tipos de eventos, como premiações, palestras, jantares, coquetéis, e até grandes apresentações como foi o caso de um cliente que montou uma superprodução da Broadway para a entrega de um prêmio".

Grimaldi faz questão de frisar que o Espaço Edding possui uma administração segmentada e é dirigido por ex-executivos de grandes multinacionais que construíram sua carreira em empresas como Bosch, Basf e Nissan, atuando nas áreas de marketing e planejamento estratégico, no Brasil e no exterior. Enfim, uma gestão altamente profissionalizada montada para atender aos mais exigentes clientes e eventos.

No Edding, a maioria dos eventos corporativos é realizada entre segunda-feira e quinta-feira. Às sextas-feiras e sábados são realizados diversos eventos, entre corporativos com caráter comemorativo e sociais, tais como casamentos, formaturas e outras comemorações. "O Espaço Edding completa um ano ao final de 2008, tendo inicializado suas operações com o segmento corporativo e, no segundo trimestre de 2008, para eventos sociais. Nesta primeira fase estamos trabalhando somente com eventos fechados por uma questão de posicionamento de marca". Para alcançar essa meta, Grimaldi revela que estudaram novos projetos e segmentos com início previsto para 2009, e outros para 2011. Novidades estão por vir, segundo ele.

A maior estratégia é melhorar as condições de pagamento e oferecer o pacote completo (espaço e a produção), na visão de Marcelo de Weber, pois isso customiza e facilita o operacional do evento para o cliente final. Podemos fazer parcerias com outros produtores, pois temos a expertise do espaço e soluções básicas até mais complexas para uma montagem na infra-estrutura e na ambientação. Nossa meta é aumentar o número de eventos em 40% na locação do espaço e 100% na produção, fora que estamos agregando outros serviços.

Casa Petra

O diretor da Casa Petra conta que em apenas um ano desde a abertura já fechou mais de 200 eventos. "O segredo deste sucesso está embasado na moderna estrutura arquitetônica do espaço, na alta tecnologia e na excelência dos nossos fornecedores credenciados em todo o nicho de eventos, além de uma ótima equipe interna e reconhecido atendimento".

Escandura conta que o Villa Noah Embratel foi idealizado para suprir a necessidade que identificaram ao longo desses anos nas operações hoteleiras que era de um espaço de eventos diferenciado fora de hotéis. "Faltava um espaço fora de um prédio fechado, com árvores, luz natural nas salas e cardápios tematizados. Assim, nasceu o Villa Noah com capacidade de atendimento de até 2500 pessoas, com árvores produzindo frutos ao longo dos meses, como pitanga, jabuticaba, carambola, goiaba, limão siciliano, romã e laranja, salas com vista para as alamedas arborizadas, jardim oriental com lago com carpas e forno a lenha".

"Essa ambientação foi configurada com a assessoria de especialista em feng shui para trazer aos participantes de eventos uma sensação de paz, tranqüilidade e alta energia", diz Juliana. Para ela, essa associação entre natureza e tecnologia torna o espaço muito mais atrativo e aí está o diferencial competitivo.

"O Villa Noah Embratel oferece aos clientes um espaço arborizado, com ambientação em feng shui, lago com carpas, forno a lenha e, ao mesmo tempo, com infra-estrutura tecnológica – internet WI-FI e demais recursos – chapelarias, copas de apoio, estacionamento, audiovisuais, fornecedores de decoração, sonorização, iluminação, brindes etc., associados a uma gastronomia contemporânea". Tudo isso, conforme depoimento de Juliana, envolto em um serviço de qualidade e assinado por Chieko Aoki.

NA NOVA DÉCADA

Jo Achim Liebert, gerente geral do Club Transatlântico, enxerga longe. Ele vê na Copa do Mundo de 2014 uma grande oportunidade, onde o país despontará para o mundo. "Será a oportunidade de mostrarmos que temos potencial para sediar eventos de tamanha envergadura". O Transatlântico é um espaço que não se restringe apenas em eventos sociais e também atende o filão dos eventos corporativos e culturais como exposições teatrais, show musicais, e toda gama cultural. "Além do que, o nosso espaço se diferencia dos demais espaços, pois priorizamos o cliente e o bom atendimento".

Casa Petra
São Paulo - SP

Com alta tecnologia e um sofisticado sistema acústico, a Casa Petra abriu suas portas para oferecer o que há de melhor em eventos sociais e coorporativos. Inaugurado em 2007, o empreendimento conta com a expertise dos sócios Luciano Martins e Fábio Mattar, que trazem na bagagem experiências associadas à organização e perfeccionismo, com um único objetivo: desenvolver um projeto arrojado, que atenda ao cliente de forma personalizada. Na Casa Petra, o cliente tem a tranqüilidade e segurança em tudo o que for necessário para tornar a festa inesquecível.

A Casa Petra oferece a possibilidade de fazer transformações, de acordo com o estilo de cada comemoração, para 50 ou 550 pessoas sentadas a um coquetel para mil convidados em pé. A Casa Petra já recebeu eventos coorporativos de peso, oferecidos por renomadas empresas como Mitsubishi, GE, Adidas, Banco Itaú, Unilever e Microsoft, dentre outros.

Para Fábio Mattar, em apenas dois anos de funcionamento o empreendimento destaca-se pela moderna estrutura arquitetônica, acoplada a alta tecnologia. "A Casa já recebeu mais de 200 eventos e começamos o ano com todos os finais de semana preenchidos". Ele completa: "personalizamos os eventos em seus mínimos detalhes, desde desenvolvimento de cardápios até a escolha do aroma condizente à ambientação; um trabalho bem minimalista. Fidelizamos nossos clientes através de diferentes ações e tratamentos especiais".

"Aplicamos aqui na Casa Petra a experiência adquirida no exterior e sempre buscamos por novas tendências mundiais para trazer elementos que surpreendam os clientes, parceiros e convidados", revela Fábio. Com um salão modular, sem colunas, e um mezanino com visualização geral de todo o espaço, a casa oferece uma área especial e sofisticada. Para o público empresarial, salas de reuniões com equipamentos especiais e tecnologia Wi-fi.

O espaço também possui um grupo seleto de fornecedores de diversos segmentos, bem como uma equipe formada por profissionais altamente capacitados e treinados para oferecer recepção especial e exclusiva ao cliente e seus convidados.

Tabela informativa para Eventos

Área total: 1.400 m2
Número de salas: 2 salas
Maior Sala: 950 m2
Pé Direito: 6 metros

Tabela de serviço

Rua Professor José Leite e Oiticica, 237- Brooklin Novo - São Paulo
Telefone: (11) 5506-2231
eventos@casapetra.com.br
www.casapetra.com.br

Rua Prof. José Leite e Oiticica, 237 • Brooklin Novo - São Paulo-SP • Tel.: 11 5506.2231 • www.casapetra.com.br

Sua empresa merece o melhor. Afinal, precisamos manter a reciprocidade.

Casa Petra, vencedora do prêmio Top Of Business.

Na Casa Petra você vai encontrar:
- Localização privilegiada
- Salão modulável
- 6m de pé-direito livre, sem colunas
- Sistema de ar-condicionado
- Sistema completo de som, vídeo e iluminação
- Tecnologia Wi-Fi de comunicação
- Valet Service
- Salas VIP
- Bar
- Camarim e vestiários
- Chapelaria
- Cozinhas de comida e bebida
- Ganchos no teto para opções de decoração
- Salas de reuniões equipadas

CASA PETRA

AMCHAM
São Paulo - SP

A Câmara Americana de Comércio é uma organização não-governamental, sem fins lucrativos, que reúne cerca de 5.200 sócios entre pequenas, médias e grandes empresas. Com sede em São Paulo, a AMCHAM está presente também em Belo Horizonte, Brasília, Campinas, Curitiba, Goiânia, Porto Alegre, Recife, Ribeirão Preto e Uberlândia.

As empresas associadas atuam em todas as áreas da economia e empregam 1,6 milhão de trabalhadores. Do total de companhias sócias, 80% são brasileiras, 13% americanas e o restante de outras nacionalidades. Focada em atender eventos corporativos, a AMCHAM se apresenta no mercado como um espaço modulável, tanto para receber um almoço para cinco pessoas, quanto um evento para mil pessoas.

Daniela Aiach, gerente de eventos da AMCHAM, explica que a estrutura do empreendimento comporta eventos de todos os portes. "Toda a estrutura de montagem e apoio é feita por funcionários da Amcham, que já estão na casa há muitos anos. Eles conhecem nossos clientes e são treinados para nunca dizer: não podemos fazer. Recebo frequentemente e-mails elogiando nosso serviço que, sem dúvida, envolve bom atendimento e flexibilidade", diz.

Segundo Daniela, o foco da AMCHAM são os eventos corporativos. "Não temos interesse em explorar o nicho de eventos sociais. Apesar de já termos feito uma tentativa neste sentido e reconhecemos que este não é, definitivamente, nosso negócio" Recentemente, o espaço foi redecorado para atender ainda melhor o público de empresas: almoços de negócios, vídeo conferências, treinamentos, convenções de vendas, feiras de pequeno e médio porte.

Tabela informativa para Eventos

Área total : 1.000 m²
Número de salas: 11 salas
Maior Sala: 955 m²
Pé Direito: 5 m

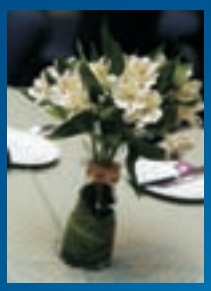
Tabela de serviço

Rua da Paz, 1431- Chácara Santo Antônio- São Paulo
Telefone: (11) 3011-6000
convencoes@amcham.com.br
www.amcham.com.br

AMCHAM | EVENTOS CORPORATIVOS

Sofisticação e excelência na arte de fazer eventos.

- Flexibilidade
- Qualidade



- Cuidado nos detalhes
- Agilidade

- O Amcham Business Center realiza mais de 2 mil eventos por ano. De pequenas reuniões a grandes congressos, de apresentações temáticas a encontros de trabalho, aqui seu evento tem o ambiente perfeito para se tornar um sucesso.

Instalações versáteis. Possibilidades infinitas.

AMCHAM Brasil | São Paulo
Por um melhor ambiente de negócios

Rua da Paz, 1.431 - CEP 04713-001 - São Paulo - SP - Brasil
Tel.: (55 11) 5180-3730 / Fax (55 11) 5180-3777
E-mail: convencoes@amchambrasil.com.br
Site: **www.amcham.com.br**

Club Transatlântico
São Paulo - SP

Considerado como ponto de encontro da comunidade alemã, em São Paulo, o Club Transatlântico é um espaço de negócios e conta com infra-estrutura para eventos corporativos, sociais e artísticos.

De olho no mercado de eventos, o empreendimento tem como meta reformar e modernizar o espaço até meados de 2009. Com amplos auditórios e salas, a atual estrutura do empreendimento inclui um auditório com 225 m² em estilo anfiteatro, com cadeiras fixas e moderna acústica; o salão Transatlântico permite integração com a sala Bremen, totalizando um espaço de 430 m², para festas, casamentos, feiras, dentre outros.

Também dispõe de nove salas de tamanhos variados, entre 20 m² a 150 m², de um terraço coberto ideal para coffee breaks, coquetéis e recepções informais, além de dois restaurantes que podem ser utilizados em eventos privativos.

Para Jo Achim Liebert, gerente geral do Club Transatlântico, a captação de eventos é a meta do empreendimento. "Não queremos ter eventos somente de segunda a sexta-feira, mas também aos finais de semana, onde os eventos diminuem. Durante a semana temos até 60% de ocupação com os eventos corporativos, e 40% de ociosidade aos finais de semana". diz

Liebert menciona que a solução são algumas alternativas criativas: "para preencher as lacunas dos finais de semana, estamos criando encontros sociais e até ocupando nossas salas com cursos de MBI para algumas empresas. Idéia que tem feito a diferença". O Club Transatlântico fechou, por exemplo, parceria com o Grupo Godoy (assistência médica) e passou a oferecer aos clientes a possibilidade de contratação de um serviço especial de ambulância, com equipe médica durante os eventos, independentemente da quantidade de participantes. O Club oferece suporte na área de alimentos e bebidas, desde coffee break até jantares sofisticados. Na parte de recursos tecnológicos, conta com modernos equipamentos de áudio e vídeo, bem como tecnologia de ponta para vídeo-conferências.

Tabela informativa para Eventos

Área total: 1.800m²
Número de salas: 12 salas
Maior Sala: 330 m²

Tabela de serviço

Rua José Guerra, 130 - Chácara Santo Antônio - São Paulo
Telefone: (11) 2133-8600
social@clubtransatlantico.com.br
www.clubtransatlantico.com.br

Club Transatlântico

Seu Clube de Negócios, Gastronomia e Cultura

Temos a infra-estrutra e o ambiente ideal para seus negócios

EVENTOS

· 1800m² de infra-estrutura
· 11 salas modulares e auditório
· Suporte integral ao seu evento

GASTRONOMIA

· Excelente culinária
· Serviço completo de Catering
· 03 opções de restaurantes e Delikatessen

CULTURAL

· Agenda cultural variada
· Festas e jantares temáticos
· Concertos, exposições e shows

(11) 2133-8644 | www.clubtransatlantico.com.br

Rua José Guerra, 130 · Chácara Santo Antônio · São Paulo SP · CEP 04719 030 · Fax: (11) 2133 8697

Dinho´s Place
São Paulo - SP

A tradicional churrascaria paulistana preste há completar 50 anos, em 2010, iniciou sua trajetória em 1960 como uma pequena casa de lanches, na renomada Rua Augusta, conhecida na época pelo glamour e diversão. Com um espaço amplo, dividido em ambientes aconchegantes e bem decorados, o Dinho´s Place transformou-se num dos espaços para eventos mais badalados da cidade de São Paulo.

"Festa é para festejar e oferecemos ambientes agradáveis para sediar desde um almoço ou jantar, até grandes eventos sociais e corporativos", revela o proprietário Ford Zegaib (o Dinho), que está sempre aprimorando os pratos, serviços e atendimento do espaço. "Fui o primeiro a abrir uma lanchonete com lanches tradicionais, não era hambúrguer. O local era pequeno, havia apenas banquinhos e, acreditem senhoras vestidas com casacos de pele eram freqüentadoras assíduas do Simbad (nome do antigo restaurante)", comenta.

Pegando o filão dos eventos, agora o Dinho´s também é explorado para realização de banquetes, reuniões, festas e encontros de negócios acompanhados da excelente gastronomia do empreendimento. Com capacidade para receber 20 a 340 pessoas confortavelmente, o espaço também conta com adega composta por cerca de 400 rótulos de diversos países, como Chile, Portugal, Argentina e França, também estão à disposição.

Tabela informativa para Eventos

Área total: 400 m²
Número de salas: 4 salas
Maior Sala: 110 m²
Pé-direto: 2,75 metros

Tabela de serviço

Alameda Santos, 45 – Paraíso - São Paulo
Telefone: (11) 3016-5333
eventos@dinhos.com.br
www.dinhos.com.br

O toque de requinte,

sabor e tradição que seu evento precisa.

Há mais de 46 anos considerada como uma das melhores casas de carnes da cidade, o **Dinho's** oferece completa infra-estrutura e amplos salões para eventos até 120 pessoas. Além disso, dispõe de uma equipe preparada para atender até **2.000 pessoas em eventos externos**, empresariais ou particulares.
O cardápio é completo e com grande variedade de carnes, saladas e pratos quentes que atendem a diferentes paladares, tudo com muito sabor e sofisticação.

Venha conhecer a estrutura e qualidade de um dos mais conceituados restaurantes de São Paulo.

CLIENTES ATENDIDOS:

Grupo Savoy | Rede Globo | Unibanco | Jovem Pan | Intermarine | Revista Caras | Senac

Dinho's

O ponto máximo da Carne

www.dinhos.com.br • Al. Santos, 45 - Paraíso • Reservas: 3016-5333

Espaço Hakka
São Paulo - SP

O Espaço Hakka, localizado no bairro da Liberdade, em São Paulo, foi construído para ser uma referência como Centro de Eventos. Os amplos salões com estilo moderno e arrojado têm 6 mil m2 de área construída oferecendo requinte e modernidade para festas, congressos, reuniões e eventos sociais.

A localização numa área de fácil acesso do centro cidade é um importante diferencial do Hakka. Com um estacionamento para 500 veículos, o espaço também traz a opção de ter três ambientes com capacidades variáveis para abrigar de 150 a 1.200 pessoas. Os salões têm o pé direito alto, que permite a ambientação para os mais diversos segmentos.

Para Paulo Wei, gerente geral do Hakka, o empreendimento está conquistando seu espaço por oferecer serviço e atendimento de qualidade. "Temos visto um aquecimento no mercado de eventos em nosso país e acredito que é um saldo positivo para o setor. Aqui no Hakka estamos nos preparando para atender toda essa demanda, que crescerá muito até o final deste ano".

O Hakka está no centro da comunidade oriental da cidade, circundado com inúmeros restaurantes, lojas de produtos típicos, associações e entidades culturais. Na região, estão o Museu da Associação Okinawa do Brasil, erguido em homenagem aos primeiros japoneses que chegaram ao Brasil em 1908, Centro de Estudos Nipo-Brasileiro, entidade fundada após a Segunda Guerra Mundial, que desenvolve estudos sobre a imigração japonesa no Brasil; dentre outros pontos culturais que chamam atenção de turistas da cidade de São Paulo e do país.

Tabela informativa para Eventos

Área total: 3000 m²
Número de salas: 3 salas
Maior Sala: 1000 m²
Pé-direito: 7 metros

Tabela de serviço

Rua São Joaquim, 460 – Liberdade - São Paulo
Telefone: (11) 3385-0000
hakka@hakkaeventos.com.br
www.hakkaeventos.com.br

Negócios & Eventos

Descubra o prazer de desfrutar
de uma combinação única
de beleza, tecnologia e conforto
projetados para atender todas
as suas expectativas e
garantir a qualidade que
seu evento e sua empresa merecem.

Rua São Joaquim, 460 - Liberdade - CEP: 01508-000 - São Paulo - SP
PABX: (11) 3385-0000
E-MAIL: HAKKA@HAKKAEVENTOS.COM.BR
WWW.HAKKAEVENTOS.COM.BR

Traffô
São Paulo - SP

O espaço Traffô, no badalado bairro da Vila Olímpia, em São Paulo, tem como filosofia proporcionar liberdade para diversos tipos de eventos. Sua estrutura foi pensada para se adaptar à necessidade do cliente: são 980 m² de área, que acomodam até 800 pessoas em formato coquetel e jantar para 450. Os dois amplos salões, com grandes portas de vidro são ligados por um lindo jardim – remetendo a um oásis no meio da cidade.

O grande diferencial do empreendimento é a área externa com terraços e jardins, deck e um espelho d'água. Os ambientes podem ser personalizados conforme o evento como, por exemplo, usar os dois salões arejados e amplos unidos por um jardim interno que se interliga através de portas de vidro que se abrem em direção a um terraço.

Na casa, o requinte vêm traduzido pelo piso, paredes e coberturas brancas, toaletes sóbrios com mármore preto nas cubas, vidros fumê e espelhos. A charmosa suíte privativa possuí poltronas, frigobar, penteadeira e acolhe com conforto um casal, uma aniversariante ou palestrantes. Outra sala lateral, com pintura especial de lousa, pode ser usada como um espaço de apoio para um jantar à francesa.

Neste ano, o empreendimento passou a agregar o serviço de produção de eventos, no qual o cliente pode contar com toda a assessoria adequada ao seu budget, que inclui bufe, decoração-aluguel de mobiliários, flores, velas, acessórios, serviços de entretenimento; como atrações performáticas, cenografia, bebidas, entre outros.

Segundo um dos sócios, Marcelo de Weber, o novo serviço é resultado da experiência adquirida nesses dois anos de trabalho, acompanhando expectativas e resultados de eventos. "Nosso diferencial é o atendimento, bem como os ambientes ligados por terraço com jardim, que lembram um oásis no meio de São Paulo. Um outro destaque é ter em nosso currículo dois Jacarés de Ouro, nos Prêmio Caio 2006 e 2007", conta de Weber.

Para Marcelo Sampaio, banqueteiro do Espaço Gourmet, o Traffô é uma casa com cara de jardim. "O espaço é claro, transparente e solto, assim como uma festa deve ser. Sem formalidades, integrado e arejado. Assim, a festa flui melhor", menciona.

Tabela informativa para Eventos

Área total: 980 m²
Número de salas: 2 salas
Maior Sala: 300 m²
Pé-Direito: 4,80 metros

Tabela de serviço

Rua São Tomé, 73 - São Paulo
Telefone: (11) 3045-4524
contato@traffo.com.br
www.traffo.com.br

Espaço diferenciado, elegante e versátil.

São 2 salões unidos por terraços e um belo jardim que remete a um oásis no meio de uma grande metrópole.

traffo

espaço e produção de eventos

fone: (11) 3045 4524
www.traffo.com.br • e-mail: contato@traffo.com.br

Villa Noah Embratel

São Paulo - SP

Em quatro anos de atuação no mercado, o espaço Villa Noah Embratel, do grupo Blue Tree Hotels, conta com uma área de 7 mil m², preservando em seu projeto arquitetônico jardins formados por palmeiras, pinheiros, yucas e árvores frutíferas, além de um lago com carpas, garantindo o clima de home feeling.

O empreendimento possui uma estrutura de seis áreas para eventos, totalizando 3.400 m², sendo o maior salão com 743 m², com capacidade para atender até 1.600 pessoas; três áreas com chapelaria anexa; duas salas de reuniões; um vip lounge com sala de estar; espaço gastronômico arborizado; business center e estacionamento para até 600 veículos.

Jorge Nishimura, presidente do Villa Noah, acredita que a localização e a sofisticação do empreendimento tem sido o grande diferencial do espaço. "Estamos próximos da Marginal Pinheiros, do Centro Empresarial e de bairros que concentram escritórios de empresas dos mais variados portes e ramos de atividades. As facilidades de hospedagem oferecidas pelos hotéis Blue Tree, localizados próximos ao Villa Noah Embratel, são perfeitas para os grandes eventos empresariais que necessitam da logística hoteleira".

No espaço gastronômico, o diferencial do Villa Noah Embratel, sob o comando do chef Cezar Cassiano, pode abrigar até 1600 pessoas e é o ponto de encontro dos participantes de eventos, permitindo diversas decorações, inclusive festas temáticas. A gastronomia é a marca do Villa Noah, por isso utiliza uma série de ferramentas para que tudo saia perfeito, principalmente tecnologias de produção, garantindo segurança alimentar com padrão e manutenção de qualidade.

Projetada para atender dez mil refeições diárias, a central de produção da Noah Gastronomia, instalada no mesmo espaço, oferece cardápios diversificados, inusitados e temáticos, além de uso de aromas para explorar o lúdico e o imaginário dos clientes.

Tabela informativa para Eventos

Área total (m2): 7.000m²
Número de salas: 6 salas
Maior sala (m2): 750m²
Pé-direito (m): 8,50m

Tabela de serviço

Rua Castro Verde, 266 - Chácara Santo Antônio – São Paulo
Telefone: (11) 2179-3400
eventos@noah.com.br
www.noah.com.br

Villa Noah Embratel - Espaço de Eventos

O lugar onde a gastronomia acontece!

O Villa Noah é o espaço para a realização de eventos que revela, em cada detalhe, a excelência, o primor e bom gosto do Grupo Chieko Aoki. Um lugar único, com brilho próprio!

O espaço proporciona um clima agradável e uma sensação de harmonia e bem estar aos convidados. Trata-se de um refúgio, um local verdadeiramente especial para todos. Além disso, sua gastronomia vai do moderno ao sofisticado, com a assinatura de experientes chefs.

Villa Noah Embratel - Onde o sucesso sempre acontece!

Rua Castro Verde, 266 - Chác.Sto.Antonio - São Paulo
Telefone: (11) 2179-3400 Fax: (11) 2179-3422
eventos@noah.com.br - www.villanoah.com.br

Uma empresa do Grupo Chieko Aoki

Estado	Cidade	Nome do Espaço	Área total (m²)	Número de salas	Pé Direito (m)	Maior Sala (m²)	Site	e-mail	Telefone
AL	Macéio	Armazen Usina de Produção	1.369	5	17m	561	www.uzinadeprodução.com.br	uzina@uzinadeproducao.com.br	82-3327-0707
BA	Salvador	Unique Eventos	2.200	2	6 m	730	www.uniqueevt.com.br	eventos@uniqueevt.com.br	71- 3343-1100
DF	Brasília	Espaço Cultural Contemporâneo – ECCO	2500	4	9 m	600	www.eccobrasilia.com.br	ecco@eccobrasilia.com.br	61-3327-2027
DF	Brasília	Esplendor Hall	1400	2	7 m	800	www.acessoeventos.com.br	esplendor_hall@yahoo.com.br	61-9966-4292
DF	Brasília	Éden Casa de Eventos	700	3	3m	100	www.edeneventos.com.br	eden@edeneventos.com.br	61-3380-3764
ES	Vitória	Itamaraty Eventos	600	1	2,80 m	600	www.itamaratyeventos.com.br	eventos@itamaraty.com.br	27-3211-6700
PA	Belém	Estação das Docas	1200	1	8,0 m	800	www.estacaodasdocas.com.br	edocas@estacaodasdocas.com.br	91-3212-5525
PR	Curitiba	Buffet Nova Curitiba	2.200	4	4,50 m	680	wwwbuffetnovacuritiba.com.br	bnc@onda.com.br	41-3373-1145
PR	Curitiba	Castelo do Batel	2.285	10	5,40 m	1.050	www.castelodobatel.com.br	eventos@castelodobatel.com.br	41-3243-2359
PR	Curitiba	Ópera do Arame	4.165	4	6,65 m	750	www.curitiba.pr.gov.br		41-3355-6072
PR	Maringá	Moinho Vermelho Buffet	2.000	1	6m	914	www.moinhovermelho.com.br	buffet@moinhoeventos.com.br	44-3262-5000
RJ	Rio de Janeiro	Centro de Convenções Bolsa do Rio	1500	6	5 m	336	wwww.bvrj.com.br	convencoes@bvrj.com.br	21-2514-1069
RJ	Rio de Janeiro	Centro de Eventos Mario Henrique Simonsen	691	4	3,40 m	288	www.noveeventos.com.br	mhs@noveeventos.com;br	21-3431-3509
RN	Natal	Olimpo Recepções	994	1	8 m	820	www.olimporecepcoes.com.br	eventos@olimporecepcoes.com.br	84-3217-9888
SE	Aracaju	Chica Chaves Espaço & Eventos	4.500	3	3 m	54	www.chicachaves.com.br	ricardo@chicachaves.com.br	79- 9981-0469
SP	Campinas	Espaço Edding	5.800	6	18m	18	www.edding.art.br	contato@edding.com.br	19-3255-2208
SP	Itapecerica da Serra	Afrikan House	7.000	1	12 m	380	www.afrikanhouse.com.br	afrikanhouse@afrikanhouse.com.br	11-5542-8000
SP	Jaguariúna	Red Eventos	3140	2	5m	2.500	www.redeventos.com.br	atendimento@redeeventos.com.br	19-3867-7001
SP	São Paulo	Almenat	2.000	22	4,45 m	653	www.alemant.com.br	alemenat@almenat.com.br	11-4785-1000
SP	**São Paulo**	**Amcham**	**1000**	**12**	**5 m**	**955**	**www.amcham.com.br**	**amcham@amcham.com.br**	**11-3011-6000**
SP	São Paulo	Aragon	8.000	2	4 m	600	www.aragonsp.com.br	aragon@aragon.com.br	11-4612-9536
SP	São Paulo	Armazem da Vila	1700	4	6m	1.700	www.armazemdavila.com.br	eventoscorp@armazemdavila.com.br	11-38451888
SP	São Paulo	Bar de Arts	125	1	6 m	125	www.leopolldo.com.br	eventos@leopolldo.com.br	11- 3702-6363
SP	São Paulo	Bourbon Street	360	2	5 m	300	www.bourbonstreet.com.br	producao@bourbonstreet	11-5561-1643
SP	São Paulo	Buffet Torres	1400	5	7,5 m	805	www.buffettorres.com.br	buffettorres@buffettorres.com;br	11- 3168-7466
SP	São Paulo	Casa das Caldeiras	1000	3	9 m	900	www.casadascaldeiras.com.br	casadascaldeiras@casadascaldeiras.com;br	11-3873-6696
SP	**São Paulo**	**Casa Petra**	**1.400**	**2**	**6 m**	**950**	**www.casapetra.com.br**	**eventos@casapetra.com.br**	**11-5506-2231**
SP	Sao Paulo	Cenesp- Centro de Eventos Panamby	3000	9	3m	464	www.noveeventos.com.br	panamby-cenesp@noveeventos.com.br	11-3741-9686
SP	São Paulo	Centro Fecomércio de Eventos	1274	3	4,90 m	719	www.fecomercioeventos.com.br	fecomercio@fecomercio.com.br	11-3266-7700
SP	**São Paulo**	**Clube Transatlântico**	**1.800**	**13**	**6,3 m**	**430**	**www.clubtransatlantico.com.br**	**eventos@clubtransatlantico.com**	**11-2133-8697**
SP	São Paulo	Contemporaneo8076	1.400	4	4,5 m	200	www.contemporaneo8076.com.br	contato@contemporaneo8076.com.br	11-5535-4530
SP	São Paulo	Delphos Eventos	500	1	8 m	500	www.delphoeventos.com,.br	dephoeventos@delphoeventos.com.br	11-5044-9776
SP	**São Paulo**	**Dinhos Place**	**245**	**4**	**2,75m**	**110**	**www.dinhos.com.br**	**dinhos@dinhos.com.br**	**11- 3016-5333**
SP	Sao Paulo	Espaço Araguari	800	5	2,6 m	200	www.araguarieventos.com.br	araguari@araguarieventos.com.br	11-3032-1717
SP	São Paulo	Espaço Gardens	2.000	2	9 m	15	wwww.espacogardens.com.br	info@espacogardens.com.br	11-3021-7007

Estado	Cidade	Nome do Espaço	Área total (m²)	Número de salas	Pé Direito (m)	Maior Sala (m²)	Site	e-mail	Telefone
SP	**São Paulo**	**Espaço Hakka**	**3.000**	**3**	**7m**	**1.000**	**www.hakkaeventos.com.br**	**hakka@hakkaeventos.com.br**	**11-3385-0000**
SP	Sao Paulo	Espaço Host	400	2	5,30 m	320	www.espacohost.com.br	host@espacohost.com.br	11-3045-1018
SP	São Paulo	Espaço Imperial	670	1	6 m	171	www.espaçoimperial.com.br	espacoimperial@espacoimperial.com.br	11-2296-9646
SP	São Paulo	Espaço Lisboa	680	3	3,70 m	490	www.espacolisboa.com.br	claudio@espaçolisboa.com.br	11-3064-2755
SP	Sao Paulo	Espaço Nobre Eventos	1.700	3	2,8 m	370	wwwespaconobreeventos.com.br	comercial@espaconobreeventos.com.br	11-5083-8594
SP	São Paulo	Espaço Pinheiros e Pamplona	170	1	5,6 m	54	www.espacopinheiros.com.br	eventos@espacopinheiros.com.br	11-3081-5383
SP	São Paulo	Espaço Rosa Rosarum	9.600	2	4,40 m	870	www.rosarosarum.com.br	eventos@rosarosarum.com.br	11-3897-4900
SP	São Paulo	Espaço Uni	319	1	5,56 m	319	www.espacouni.com.br	contato@espacouni.com.br	11-3078-7200
SP	São Paulo	Espaço Veneza	900	2	2,7 m	600	www.espacoveneza.com.br	espacoveneza@espacoveneza.com.br	11- 3822-0128
SP	São Paulo	Estação São Paulo	1107	2	6,84m	716	www.estacaosaopaulo.com.br	eventos@estacaosaopaulo.com.br	11-3813-6355
SP	Sao Paulo	Girassol 355 Espaço Para Eventos	250	1	5 m	250	www.girassol355.com.br	girassol 355@girassol355.com.br	11-3032-6351
SP	Sao Paulo	HSBC Brasil	2.400	3	15m	2.400	www.hsbcbrasil.com.br	eventos@hsbcbrasil.com.br	11-5646-2120
SP	São Paulo	Inka Moema	240	3	6,40 m	140	www.inkamoema.com.br	atendimento@inkamoema.com.br	11-5561-1630
SP	São Paulo	Jockey Club de São Paulo	744	8	3,5m	200	www.jockeysp.com.br	jockeysede@jockey.com.br	11-2161-8607
SP	São Paulo	Leopolldina	382	2	3 m	209,5	www.leopolldo.com.br	eventos@leopolldo.com.br	11-3702-6363
SP	São Paulo	Leopolldo Faria Lima	650	2	4,50 m	272,9	www.leopolldo.com.br	eventos@leopolldo.com.br	11-3702-6363
SP	São Paulo	Leopolldo Itaim	1.000	2	6 m	640	www.leopolldo.com.br	eventos@leopolldo.com.br	113702-6363
SP	São Paulo	Lo Spazio	420	1	5m	200	wwww.lospazioeventos.com.br	atendimento@lospazioeventos.com	11-5533-0066
SP	São Paulo	Lugar 166	220	1	5m	220	www.lugar166.com.br	lugar166@lugar166.com.br	11-3045-7727
SP	São Paulo	Mansão França	680	1	4,70 m	680	www.buffetfranca.com.br	contato@buffetfranca.com.br	11-3662-6111
SP	São Paulo	Mega Polo Modas	480	3	3,50 m	365	www.megapolomodao.com.br	eventos@megapolomodas.com.br	11-6886-6112
SP	São Paulo	Moinho Eventos	8.000	2	20m	1.000	www.moinhoeventos.com.br	moinho@moinhoeventos.com.br	11-2698-0765
SP	São Paulo	Morumbi Hall	2.700	1	7,5m	1.200	www.morumbihall.com.br	elaine.motta@morumbihall.com.br	11-5505-6487
SP	São Paulo	Nacional Club	6.000	8	5,80 m	230	www.nacionalclub.com.br	atendimento@nacionalclub.com.br	11-3873-2388
SP	São Paulo	Reuss Buffet	348	1	3 m	348	www.buffetreus.com.br	buffettreus@buffetreus.com.br	11-5031-8100
SP	São Paulo	Sala São Paulo	1.536	4	21 m	987	www.salasaopaulo.art.br	eventos@salasaopaulo.art.br	11-3367-9500
SP	São Paulo	São Paulo Center	2.400	12	2,7 m	250	www.saopaulocenter.com.br	eventos@saopaulocenter.com.br	11-2142-3600
SP	São Paulo	Tom Brasil	2.400	3	16 m	450	www.hsbcbrasil.com.br	eventos@hsbcbrasil.com.br	11- 5646-2120
SP	**São Paulo**	**Traffô**	**980**	**2**	**4,80 m**	**300**	**www.traffo.com.br**	**contato@traffo.com.br**	**11-3045-4524**
SP	Sao Paulo	Via Funchal	2.100	1	20 m	2.100	www.viafunchal.com.br	eventos@funchal.com.br	11-3044-2727
SP	São Paulo	Vila Uber	900	1	6 m	542	www.vilauber.com.br	eventos@vilauber.com.br	11- 3845-1888
SP	**São Paulo**	**Villa Noah**	**7.000**	**6**	**8,50 m**	**750**	**www.noah.com.br**	**eventos@noah.com.br**	**11-2179-3400**

* Todos os dados constantes da presente tabela foram fornecidos por escrito pelos respectivos espaços para eventos. A Revista EVENTOS não se responsabiliza por eventuais discrepâncias.

** A Revista EVENTOS pesquisou um universo de cerca de 500 espaços para eventos em todo Brasil, publicando apenas aqueles que responderam por escrito, no prazo estipulado.

Alquimia Serviços de Marketing - Jorge Medauar não é mais o diretor de Criação da Accentiv (antiga Incentive House). O publicitário faz parte agora da Alquimia Serviços de Marketing. Medauar é também vice-presidente da Ampro - Associação de Marketing Promocional.

Atlantica Hotels - A rede hoteleira criou a diretoria de Estratégia de Marcas e Integridade de Produtos. O cargo foi ocupado por **Christina Munte**, que deixou a direção de operações do hotel. A ela caberá a missão de manter acesa a chama criativa da empresa.

Azul Linhas Aéreas - Adalberto Febeliano deixou a vice-presidência executiva da Associação Brasileira de Aviação Geral (ABAG), para se dedicar a nova companhia aérea Azul.

Banco de Eventos - A publicitária **Priscila Pellegrini** ocupou o recém-criado cargo de gerente de produção, atuando em conjunto com a diretora de produção da empresa, **Elisa Santa Rita**. Pellegrini atuava na TV1.

CC&M Comunicação e Marketing - Ricardo Zaratin Leite atuará como relações internas, além de gerenciar o RH, para a readequação de processos de job, intercâmbio departamental e implementação de ações e políticas de incentivo.

Club Med Rio das Pedras - O hotel terá novo cheff de Village a partir de novembro. No final de outubro o italiano Gianni Merone se muda para o resort da rede em Kani, nas Maldivas. Quem assume seu lugar é outro italiano, **Antônio Di Razza**, que já foi chefe de Esportes do Village de Itaparica (BA) e estava no Club Med Kabira, no Japão.

Fábrica Comunicação Dirigida - A agência contratou quatro colaboradores: **Dário Siqueira** (ex-DPTO) e **Maria Fernanda Azevedo** chegam para atuar na criação on-line, sendo o primeiro para o cargo de diretor de arte, e a segunda para assistente de arte. Já **Fernanda Monteiro** e **Marcela Barbieri** foram anunciadas como executivas de atendimento.

Fala! - Chegaram para reforçar a equipe de criativos da agência os diretores de arte **Lincoln Takamiti** (ex-Atis e OlhoGráfico) e **Tomoyuki Sato** (ex-Atis), além do assistente de arte **Carlos Eduardo Precendo** (ex-Efeito Graph e Pancrom).

Gran Meliá Jardim Europa - A gerência geral do empreendimento está agora sob o comando de **Johannes Georg Bayer**. O executivo atua há 20 no mercado de hotelaria em países como Alemanha, Suíça, França, Itália e Brasil.

Gran Stella Maris - Elaine Carvalho é a nova coordenadora de eventos do Resort. A profissional deixou o cargo que ocupava no Sol Barra Hotel, agora sob o comando de Nira Cabral.

Holiday Inn Parque Anhembi - Renata Formenti é a nova diretora de vendas e marketing do hotel. A executiva é formada em administração pelo Ibero Americano, pós-graduada em ecoturismo pelo Senac, e possui cursos em contabilidade hoteleira e front office management na London Hotel School.

Iberostar Bahia – André Penna assumiu a direção geral do Iberostar Bahia, no lugar do espanhol **David Malagelada**, que ficará responsável pelo novo resort Iberostar Praia do Forte, com data de inauguração marcada para outubro próximo. Penna chega ao resort após passar o comando do navio Iberostar Grand Amazon para Alex Melo.

InterContinental Rio - O italiano **Dino Pisellini** chega ao hotel para assumir o posto de chef executivo. Nascido em Veneto, Dino promete muitas novidades típicas da região, que tem tradição em polentas e risotos.

Meliá Angra Marina & Convention Center - Com mais de 20 anos trabalhando na hotelaria, **Jaime Oliveira** assumiu a gerência geral do mais novo empreendimento da Sol Meliá Hotels & Resorts.

Pestana Caracas - Gustavo Jarussi agora é o gerente geral do hotel, a décima primeira unidade do Pestana na América do Sul. Formado em gastronomia pela Universidade Anhembi Morumbi, em São Paulo, e pós-graduando em marketing pela FAE Business School.

Portte Eventos - Valéria Daltro Brandão, que atuava como gerente de promoção do Salvador da Bahia Convention & Visitors Bureau, assumiu em agosto a direção executiva da empresa.

Rio Quente Resorts - Sandra Maia assumiu a gerência de marketing do resort com a missão de lançar novas campanhas de divulgação e manter os bons números do empreendimento. A executiva é formada em comunicação social, pós-graduada em marketing, com especialização em administração, excelência e negociação.

Royal Jardins - Helena Suzuki chegou para incrementar a equipe de Elly Shimasaki, assumindo a área de alimentos e bebidas do hotel. Helena coordenará as compras e o serviço de qualidade, quesitos em que possui ampla experiência. **Alexandre Koga** integra a equipe de vendas do hotel Royal Jardins e atua também no Royal Golden e Royal Savassi em Belo Horizonte.

Sofitel Rio de Janeiro Copacabana - Tatiana Costa assumiu a diretoria de vendas do hotel. Tatiana possui cerca de dez anos de experiência no ramo hoteleiro, tendo passagens pelo Le Meridien e Sheraton Rio Hotel & Resort.

Staybridge Suites - O novo diretor de vendas e marketing, **Douglas Meneses**, chegou ao empreendimento da rede IHG (InterContinental Hotels Group) com alguns desafios, entre eles manter os bons resultados financeiros, elevar a receita com eventos e trazer novas contas ao hotel.

Tour House - Com o crescimento de 68% no segmento de eventos e incentivos no primeiro semestre deste ano, a empresa contratou duas novas gerentes de contas. **Andréa Cachum** e **Maria Laura Barroso** chegam para reforçar a equipe da agência de viagens corporativas, liderada por Igor Tobias.

Villa Noah - Após mais de quatro anos à frente das áreas de marketing e vendas do Noah Gastronomia e espaço de eventos Villa Noah Embratel, **Juliana Escandura** parte para carreira solo. A executiva criou sua própria empresa de marketing e inteligência em eventos, a ELU!.

IMAGINE A NOSSA ESTRUTURA PARA EVENTOS...

A próxima convenção da sua empresa não precisa ser assim tão convencional. Na Costa do Sauípe, além de amplos e modernos centros de convenções e auditórios equipados com tecnologia e serviços para realização de seu evento, você vai ter a sofisticação, o conforto e o lazer que precisa: campo de golfe de 18 buracos, centros náutico e equestre, quadras de tênis, gastronomia variada de nível internacional e uma ampla variedade de serviços de conveniência. Tudo em uma das mais lindas praias do litoral norte baiano. Costa do Sauípe, para você trabalhar se divertindo e se divertir trabalhando.

INFORMAÇÕES:

COSTA DO SAUÍPE SÃO PAULO
nilton.nantes@costadosauipehotels.com.br
(+5511) 2711-4500

COSTA DO SAUÍPE BAHIA
eventos@costadosauipehotels.com.br
(+5571) 2104-7685

COSTA DO SAUÍPE
BAHIA - BRASIL

WWW.COSTADOSAUIPE.COM.BR

Sol Meliá organiza coquetel para lançar Meliá Angra Marina, seu primeiro resort no Brasil

A rede hoteleira Sol Meliá realizou um coquetel para lançar o Meliá Angra Marina & Convention Resort. Com apoio da TAM e da Revista EVENTOS, o evento foi realizado em São Paulo, no dia 11 de agosto, no Meliá Jardim Europa, e contou com a presença de celebridades, organizadores de eventos e gestores de marketing, eventos e RH.

Valorize a imagem de sua empresa com a Foto Studio Equipe.

BLU-RAY **HDV** **5.1 DOLBY SURROUND**

rua andreia paulinetti, 406
brooklin - são paulo -sp
11 5183.9229
www.fotostudioequipe.com.br

Calendário — Setembro — 2008

MÊS	DIA	SETOR	NOME EVENTO	CIDADE	ESTADO	LOCAL	ORGANIZADORA	TEL	E-MAIL	SITE
Setembro	01 a 05	Manutenção	Expo. de Produtos, Serviços e Equipamentos para Manutenção	Santos	SP	Mendes Convention Center	Associação Brasileira de Manutenção	(12) 2317-000	eventos@abraman.org.br	www.abraman.org.br
Setembro	01 a 30	Decoração e Arquitetura	Casa Cor Rio	Rio de Janeiro	RJ	Colégio Sacré de Jesus	Três Plus	(21) 2512-2411	tresplus@tresplus.com.br	www.casacor.com.br
Setembro	1	Moveleiro	Americas Com	Rio de Janeiro	RJ	Windsor Barra Hotel	IBC Brasil	(21) 3017-6888	ibc@brasil.com.br	www.ibcbrasil.com.br
Setembro	02 a 05	Sucroalcooleiro	Feira de Negócios e Tecnologia da Agricultura da Cana-de-Açúcar	Sertãozinho	SP	Centro de Eventos Zanini	Multiplus Produções e Empreendimentos	(11) 2132-8936	multiplus@multipluseventos.com.br	www.agrocana.com.br
Setembro	02 a 05	Telecomunicações	Simpósio Brasileiro de Comunicações	Rio de Janeiro	RJ	Rio Othon Palace	Sociedade Brasileira de Telecomunicação	(21) 2274-3364	sbrt@sbrt.org.br	www.sbrt.org.br
Setembro	02 a 05	Sucroalcooleiro	Feira Intl. da Indústria Sucroalcooleira	Sertãozinho	SP	Centro de Eventos Zanini	Multiplus Produções e Empreendimentos	(11) 2132-8936	multiplus@multipluseventos.com.br	www.agrocana.com.br
Setembro	02 a 05	Artes Gráficas, Embalagens	Feira Intl. de Produtos, Serviços & Tecnologia para Escolas	São Paulo	SP	Pav. de Exposições Anhembi	Francal Feiras e Empreendimentos	(11) 6226-3100	feiras@francal.com.br	www.escolapaperbrasil.com.br
Setembro	03 a 07	Moveleiro	Feira Mineira de Móveis e Decorações	Belo Horizonte	MG	Pav. de Exposição Minascentro	MG Marketing de Negócios	(31) 3217-7900	comercial@mgmarketing.com.br	www.mgmarketing.com.br
Setembro	03 a 07	Agribusiness	Expo. de Agronegócios, Comércio e Indústria de Sidrolândia	Sidrolândia	MG	Parque de Expo. Waldomiro João Comparin	Sindicato Rural de Sidrolândia	(67) 3272-1131	sinrural@sidronet.com.br	www.sinrural@sindronet.com.br
Setembro	04 a 07	Turismo	Feira Regional, Industrial, Comercial e de Turismo de Itajubá	Itajubá	MG	Parque de Expo. Aureliano Chaves	Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Itajubá	(35) 3622-1020	aciei@aciei.com.br	www.frici.com.br
Setembro	04 a 07	Esporte e Lazer	Feira de Esportes e Turismo de Aventura	São Paulo	SP	Centro de Exposições Imigrantes	MG Media Group do Brasil	(11) 5067-6767	info@adventurefair.com.br	www.adventurefair.com.br
Setembro	06 a 07	Artes	Feira Circuito das Artes	Rio de Janeiro	RJ	Ateliê do Jardim Botânico	Palma Master Produções	(21) 2511-1191	contato@circuitodasartes.com.br	www.circuitodasartes.com.br
Setembro	05 a 14	Coureiro Calçadista	Festa Nacional do Calçado	Novo Hamburgo	RS	Parque de Exposições Fenac	Fenac-Feiras e Empreendimentos	(51) 3584-7200	eventos@fenac.com.br	www.festanacionaldocalcado.com.br
Setembro	05 a 07	Artes	Feira de Pedras Semi-Preciosas e Artesanato Regional	Bom Despacho	MG	Salão Social do Sesc	Assoc. dos Fab. de Artigos com Pedras Semi-Preciosas de MG	(37) 3522-7253	afape@zap.10.com.br	www.afape.com.br
Setembro	09 a 11	Supermercadista	Feira Goiana de Supermercados	Goiânia	GO	CC de Goiânia	Associação Goiana de Supermercados	(62) 3215-2528	secretaria@agos.com.br	www.agos.com.br
Setembro	09 a 11	Artes Gráficas, Embalagens, Livrarias	Feira Intl. de Embalagem para a Indústria Alimentícia	São Paulo	SP	Transamérica Expo Center	Nielsen Business Media	(11) 5643-3000	fabio.gandini@nielsen.com	www.foodpackexpo.com.br
Setembro	09 a 11	Alimentos e Bebidas	Feira Intl. de Embalagens, Equipamentos, Matérias-Primas para a Indts	São Paulo	SP	Transamerica Expo Center	Nielsen Business Media	(11) 5643-3000	fabio.gandini@nielsen.com	www.tecnobebiba.com.br
Setembro	09 a 12	Metalurgia e Siderurgia	Feira Intl. de Tec. em Fundição, Siderurgia, Forjaria, Alumínio e Serv.	Joinville	SC	Megacentro Expoville	Messe Brasil Feiras & Promoções	(47) 3451-3000	metalurgia@messebrasil.com.br	www.feirametalurgia.com.br
Setembro	09 a 11	Alimentos e Bebidas	Exposição Intl. de Ingredientes e Soluções para a Ind. Alimentícia	São Paulo	SP	Transamérica Expo Center	Nielsen Business Media	(11) 5643-3000	fabio.gandini@nielsen.com	www.expois.com.br
Setembro	10 a 13	Medicina	Congresso Brasileiro de Ecografia Vascular	Rio de Janeiro	RJ	Hotel Intercontinental Rio	Sociedade Brasileira de Angiologia	(21) 3323-2200	secretaria@sbacvrj.com.br	www.sbacvrj.com.br
Setembro	10 a 15	Agribusiness	Exposição Agropecuária e Industrial do Leste Mato-Grossense	Barra do Garças	MT	Parque de Exposições Eliziário José	Sindicato Rural de Barra do Garças	(67) 3401-2008	sindbgarcas@uol.com.br	www.sindicatoruralbg.com.br
Setembro	10 a 14	Geral	Mostra Empresarial do Leste Mineiro	Governador Valadares	MG	Unicento	Associação Comercial de Governador Valadares	(34) 3271-6330	expoleste@expoleste.com.br	www.expoleste.com.br
Setembro	10 a 13	Turismo	Feira Internacional da Amazônia	Manaus	AM	Studio 5 - Centro de Convenções	Superintendência da Zona Franca de Manaus	(92) 3237-3053	fiam@suframa.gov.br	www.suframa.gov.br/fiam
Setembro	10 a 12	Refrigeração	Feira de Ar Condicionado, Refrigeração, Aquecimento	Curitiba	PR	Expo Curitiba	Associação Sul Brasileira de Refrigeração, Ar Condicionado	(41) 3317-3107	hanover@hanover.com.br	www.hanover.com.br
Setembro	11 a 13	Lojistas	Rio Expo Lojas	Rio de Janeiro	RJ	CC Sul América	LK Asssessoria e Comunicação	(21) 3293-6705	info@sindlojas.com.br	www.sindilojas-rio.com.br
Setembro	11 a 13	Medicina	Simpósio Intl.de Cirúrgia Oncologica , Estérica e Construtiva de Mama	Ro de Janeiro	RJ	Hotel Sofitel Rio de Janeiro	CM & Eventos	(21) 2525-1230	cm@cmeventos.com.br	www.cmeventos.com.br
Setembro	11 a 16	Agribusiness	Feira Agroindustrial de Anápolis	Anápolis	GO	CC de Anápolis	Visual Comunicações e Produções	(62) 3324-3469	visualpublici@ig.com.br	www.visualpromocoes.com.br
Setembro	13 a 21	Agribusiness	Feira Comercial e Industrial de Ituiutaba	Ituiutaba	MG	Parque de Exposições Juscelino Kubitschek	Associação Comercial e Industrial de Ituiutaba	(34) 3268-0365	aci@mgt.com.br	www.aciituiutaba.com.br
Setembro	15 a 18	Indústria do Petróleo	Rio Oil & Gás	Rio de Janeiro	RJ	Riocentro	IBP	(21) 2112-9000	ibp@ibp.org.br	www.ibp.org.br
Setembro	15 a 18	Hotelaria	Feira Intl.de Equipamentos, Prodts e Serv para Hotéis, Motéis, Restaurantes	São Paulo	SP	Pav. de Exposições do Anhembi	Equipotel Feiras, Edições e Promoções	(11) 6226-0400	faleconosco@equipotel.com.br	www.novaequipotel.com.br
Setembro	15 a 18	Beleza e Estética	Salão para o Segmento de Spas	São Paulo	SP	Pav. de Exposições do Parque Anhembi	Equipotel Feiras, Edições e Promoções	(11) 6226-0400	feiras@equipotel.com.br	www.equipotel.com.br
Setembro	15 a 18	Alimentos e Bebidas	Salão de Alimentos e Bebidas	São Paulo	SP	Pav. de Exposições do Parque Anhembi	Equipotel Feiras, Edições e Promoções	(11) 6226-0400	feiras@equipotel.com.br	www.equipotel.com.br
Setembro	15 a 18	Agribusiness	Semana Intl. da Fruticultura, Floricultura e Agroindústria	Fortaleza	CE	CC do Ceará	Instituto de Desenvolvimento da Fruticultura e Agroindústria	(85) 3246-8126	instituto@frutal.org.br	www.frutal.org.br
Setembro	16 a 18	Saúde	Congr. Regional de Informação Ciências da Saúde	Rio de Janeiro	RJ	CC Sulamérica	Acquativa Promoções e Produções	(21) 3571-3363	atendimento@acquativa.com.br	www.acquativa.com.br
Setembro	16 a 18	Comércio Exterior	Feira de Negócios de Comércio Exterior	Belo Horizonte	MG	Aeroporto Intl. Tancredo Neves	Israel Scalioni ME	(31) 9191-8773	israelscalioni@yahoo.com.br	www.minasemnegocios.com.br
Setembro	16A 17	Petroquímica	Petroleum and Chemical Industry Confence Brasil	Rio de Janeiro	RJ	CC Mario Henrique Simonsen	Instituto dos Engenheiros Elétricos e Eletrônicos	(21) 2539-1214	cmeventos@cmeventos.com;.br	www,cmeventos.com.br
Setembro	16 a 19	Alimentos e Bebidas	Feira Intl. de Processamento e Industrialização da Carne	Chapecó	SC	Parque de Exposições Tancredo Neves	Dipemar Divulgação da Pesca Marítima	(11) 3885-4265	mercoagro@dipemar.com.br	www.dipemar.com.br
Setembro	16 a 20	Construção Civil	Feira de Construção de Minas Gerais	Belo Horizonte	MG	Expominas	Fagga Promoção de Eventos	(31) 3521-1500	marketing@fagga.com.br	www.fagga.com.br
Setembro	17 a 20	Agribusiness	Feira do Comércio e Indústria de Imperatriz	Imperatriz	MA	CC de Imperatriz	Associação Comercial e Industrial de Imperatriz	(99) 3525-1391	acii@aciima.com.br	www.aciima.com.br
Setembro	17 a 19	Veterinário	Feira Internacional de Produtos e Serviços da Linha Pet e Veterinária	São Paulo	SP	Transamerica Expo Center	Nielsen Business	(11) 5643-3000	miryam.tolotto@nielsen.com	www.petsa.com.br
Setembro	17 a 27	Cultura e Educação	Feira do Livro do Oeste Catarinense	Chapecó	SC	Centro de Eventos de Chapecó	Câmara Catarinense do Livro	(49) 3321-8531	info@cclivro.org.br	www.cclivro.org.br
Setembro	18 a 21	Casamentos e festas	Expo Noivas e Festas	Rio de Janeiro	RJ	Centro de Convenções Sulamérica	Goal Promoções	(21) 1437-9595	exponoivasefestas@exponoivasefestas.com.br	www.exponoivasefestas.com.br
Setembro	19 a 21	Botânica	Exposição Orquídeas na Primavera	Rio de Janeiro	RJ	Jardim Botânico	OrquidaRio	(21) 2233-2314		www.orquidario.com;br
Setembro	19 a 28	Cultura e Educação	Feira Pan-Amazônica do Livro	Belém	PA	Hangar CC da Amazônia	Secretaria de Estado da Cultura do Pará	(91) 4009-8745	fpanamazonica@secult.pagov.br	www.feirapanamazonica.gov.br
Setembro	23 a 24	Bijuteria e Joalheria	Salão de Bijuterias, Folheados, Prata e Acessórios de Moda	Rio de Janeiro	RJ	Rio Othon Palace Hotel	Masi & Associados Empreendimentos Promocionais	(21) 2106-1500	masi@masi-bijoias.com.br	www.masi-bijoias.com.br
Setembro	23 a 26	Artes Gráficas, Embalagens, Livrarias	Feira da Indústria de Embalagem e Gráfica	Joinville	SC	Complexo Expoville	Marktevents Feiras de Negócios	(47) 3028-0002	marktevents@marktevents.com.br	www.marktevents.com.br
Setembro	24 a 28	Música	Feira Intl. da Música, Instrumentos Musicais, Áudio	São Paulo	SP	Expo Center Norte	Francal Feiras e Empreendimentos	(11) 6226-3100	feiras@francal.com.br	www.expomusic.com.br
Setembro	25 a 28	Imobiliário	Salão Imobiliário São Paulo	São Paulo	SP	Pav. de Exposições do Parque Anhembi	Reed Exhibitions Alcantara Machado	(11) 6221-0400	info@sisp.com.br	www.sisp.com.br
Setembro	25 a 09	Cinema	Festival do Rio	Rio de Janeiro	RJ	Cine Odeon	Cima-Centro de Cultura e Informação	(21) 35154450	cima@cima.org.br	www.cima.org.br
Setembro	25 a 27	Medicina	Congr. Clínica Médica do Estado do Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	RJ	Hotel Glória	Trasso Comunicação	(21) 2729-9243	trasso@trasso.com.br	www.trasso.com.br
Setembro	25 a 28	Construção Civil e Arquitetura	Salão Imobiliário São Paulo	São Paulo	SP	Pav. de Exposições do Parque Anhembi	Reed Exhibitions Alcantara Machado	(11) 6221-0400	info@sisp.com.br	www.sisp.com.br
Setembro	26 a 29	Beleza e Estética	Feira Internacional da Beleza	São Paulo	SP	Pav. de Exposições do Parque Anhembi	Reed Exhibitions Alcantara Machado	(11) 6221-0400	info@sisp.com.br	www.cosmeticcosmetica.com.br
Setembro	27 a 29	Cosmética	Hair, Beauty and SPA Show 2008	Rio de Janeiro	RJ	Riocentro	Fagga Promoção de Eventos	(21) 3431-4000	fagga@fagga.com.br	www.fagga.com.br
Setembro	27 a 05	Moveleiro	Feira de Móveis do Paraná	Curitiba	PR	Centro de Exposições de Curitiba	Diretriz Empreendimentos	(41) 3075-1100	diretriz@diretriz.com.br	www.diretriz.com.br
Setembro	29 a 01	Biotecnologia	Latin-American Congress-Fair on Biotechnology	São Paulo	SP	Hotel Transamérica	Fundação Biominas	(11) 3486-1733	biolatina2008@biominas.org.br	www.biolatina2008.com
Setembro	29 a 03	Química	Congr. Brasileiro de Química	Rio de Janeiro	RJ		Associação Brasileira de Química	(21) 224-5092	abqeventos@abq.org.br	www.abq.org.br
Setembro	30 a 02	Transporte e Logística	Feira de Logística, Transporte e Comércio Exterior	Serra	ES	Pav. de Exposições de Carapina	Rota Service Ltda.	(27) 3319-8110	rotaeventos@rotaeventos.com.br	www.rotaeventos.com.br
Setembro	30 a 02	Agribusiness	Feira Latino-Americana de Suinocultura	Curitiba	PR	Estação Embratel Convention Center	Editora Animalworld Sociedade	(41) 3888-2077	info@porkexpo.com.br	www.porkexpo.com.br

Cadastre sua feira ou congresso: feiras@revistaeventos.com.br

Em cada página um convite para os melhores eventos corporativos.

O melhor conteúdo para o mercado de eventos corporativos. A Eventos Making Of deixa você e seus clientes por dentro do que aconteceu de melhor no país. Anuncie conosco e garanta que sua marca esteja na lista de convidados dessa publicação, que por si só é um grande evento.

eventos Making of

Eu sou Klaus Kühnast, diretor de Vendas da TAM, a maior companhia aérea da América Latina. Sou responsável por oferecer para a sua empresa uma excelente estrutura de serviços para feiras, congressos e eventos. Nosso conceito é trabalhar em parceria para garantir um atendimento exclusivo e diferenciado, vendas de passagens, condições especiais, check-in antecipado e a maior malha aérea do Brasil a serviço do seu evento. Eu assumi um compromisso: fazer da TAM a sua companhia aérea preferida. E esse compromisso eu assino embaixo.

Klaus Kühnast

Diretor de Vendas

TAM

Paixão por voar e servir