

CENTRAL DE MONITORAMENTO DO TURISMO PAULISTANO

City of São Paulo Tourism Monitoring Center

Edição / Issue: 4

Novembro / November 2014



OBSERVATÓRIO
DE TURISMO E EVENTOS
DA CIDADE DE
SÃO PAULO
SÃO PAULO TURISMO

São Paulo
turismo
www.spluris.com



observatoriodoturismo.com.br

#novembroazul



A edição de novembro do boletim mensal da Central de Monitoramento do Turismo Paulistano traz a análise do décimo mês de 2014, primeiro do último trimestre do ano, para o turismo da cidade de São Paulo.

Setores como a hotelaria e eventos ainda mantêm a expectativa de crescimento previsto para o segundo semestre de 2014. Outubro, particularmente, foi um mês atípico e com resultados finais abaixo das previsões de alguns setores da economia do turismo na capital paulista, principalmente para os meios de hospedagem, prejudicados pelas eleições, além da baixa na economia brasileira

Os dados detalhados para cada setor encontram-se disponíveis nas próximas páginas.

The November edition of the monthly newsletter of the Central Monitoring Paulistano Tourism brings the analysis of the tenth month of 2014, the first half of last year for the tourism of the city of São Paulo.

Sectors such as hospitality and events still maintain the expected growth forecast for the second half of October 2014, particularly, was an atypical and final results below expectations for some sectors of the tourism economy in São Paulo month, mainly for lodging facilities, adversely affected by elections and the low in the Brazilian economy

Detailed data for each sector are available on the following pages.

DISPONÍVEIS EM WWW.OBSERVATORIODOTURISMO.COM.BR
AVAILABLE AT WWW.OBSERVATORIODOTURISMO.COM.BR

DIMENSIONAMENTO DO TURISMO PAULISTANO DIMENSIONING OF TOURISM IN SÃO PAULO



Dados da cidade de São Paulo mostram a grandeza do setor turístico na capital

Data from the city of São Paulo show the greatness of the tourism in the capital

42ª ABAV - EXPO INTERNACIONAL DE TURISMO 2014 42TH ABAV - INTERNATIONAL EXPO OF TOURISM 2014



O perfil do profissional de turismo presente na maior feira de turismo nacional foi traçado a partir dos dados coletados na edição 2014 da feira da ABAV Nacional em São Paulo

The profile of this professional tourism fair of the largest domestic tourism was drawn from data collected in the 2014 edition of the National ABAV fair in Sao Paulo

PRINCIPAIS DADOS/ OUTUBRO 2014 - SÃO PAULO DATA HIGHLIGHTS/ OCTOBER 2014 - SÃO PAULO COMPARATIVO: OUTUBRO 2013/2014 COMPARISON: OCTOBER 2013/2014

MEIOS DE HOSPEDAGEM MEANS OF ACCOMODATION

63% ▼ **10,3%**

ocupação hoteleira
63%: hotel occupancy

R\$ 312 ▼ **2,8%**

diária média praticada nos hotéis
312 BRL: hotel average daily rate

44,28% ▼ **7,6%**

ocupação nos hostels
44.28%: hostel occupancy

R\$ 47 ▼ **2,8%**

diária média praticada nos hostels
47 BRL: hostel average daily rate

IMPOSTOS SOBRE SERVIÇOS - ARRECAÇÃO COM TURISMO

TAX OVER TOURISM SERVICES

R\$ 23.816.120 ▲ **7,1%**

valor de arrecadação em outubro/ 2014

23.8 million BRL: tax collecting on october 2014

TRANSPORTES TRANSPORTATION

1.373.551 ▲ **4,4%**

passageiros nos terminais
rodoviários do Tietê, Barra Funda e Jabaquara

passengers on Tietê, Barra Funda and Jabaquara bus terminals

873.065 ▲ **6,2%**

passageiros no aeroporto
de Viracopos

passengers on Viracopos Airport

CENTRAIS DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA TOURIST INFORMATION CENTERS

5.145 ▼ **23,4%**

pessoas atendidas
people assisted

1.742 ▲ **2,9%**

turistas estrangeiros
foreign tourists

MUNDO
WORLD

Há uma grave escassez de “pessoas certas, no lugar certo, com as habilidades certas” para atender o crescimento de Viagens e Turismo ao longo dos próximos dez anos e esta crise do capital humano precisa de ação imediata, de acordo com David Scowsill, presidente do Conselho Mundial de Viagens & Turismo (WTTC). Segundo ele, os setores público e privado precisam de engajamento para resolver este preocupante problema, evitando uma severa restrição na contribuição econômica da indústria.

Segundo resultados da pesquisa “Férias Marcadas” de 2014, do Expedia.com, que esmiuçou hábitos de férias dos viajantes, o Brasil segue firme entre os países com maior período de férias anuais corridas, 30 dias - juntamente com Alemanha, Dinamarca, Espanha e França. Porém, apenas no Brasil e na França este período é aproveitado em sua totalidade. Os japoneses, por exemplo, que tem média de 18 dias de férias no ano, utilizam apenas metade deste tempo para viajar.

There is a serious shortage of the right people, in the right place, with the right skills to meet the growth of Travel & Tourism over the next ten years. This human capital crisis needs immediate action. That is the “urgent” message from David Scowsill, CEO of the World Travel & Tourism Council (WTTC), the global private sector body for Travel & Tourism. Mr Scowsill is calling on the public and private sectors to collaborate together “to solve this very concerning issue and to prevent the economic contribution of the industry from being severely constrained”.

According search results for “Holiday Marked” 2014, from Expedia.com, which broke in pieces the holiday habits of travelers, Brazil remains strong among the countries with the highest annual period of racing vacation, 30 days - along with Germany, Denmark, Spain and France. However, only in Brazil and in France this period is availed in its entirety. The Japanese, for example, which has an average of 18 days of vacation per year, use only half this time to travel.

fonte: Expedia e Conselho Mundial de Viagens & Turismo, 2014
source: Expedia and WTTC, 2014

R\$ 280 milhões

movimentação econômica gerada pelo Salão do Automóvel

280 milions BRL: economic movement generated by the International Motor Show of São Paulo

31 mil

novos empregos na hotelaria nacional nos próximos anos

31,000 new jobs in the coming years national hotel

BRASIL E SÃO PAULO
BRAZIL AND SÃO PAULO

O surgimento uma nova classe consumidora no Brasil, assim como a realização de eventos de grande porte no país, estão gerando novos investimentos na malha hoteleira nacional. Conforme noticiado pelo MTur, novos empreendimentos hoteleiros representam mais de 31 mil empregos diretos e um movimento de R\$ 11 bilhões na economia. As principais redes com novos empreendimentos são a Accor, Atlantica, InterCity, BHG, Vert e Blue Tree. Algumas redes internacionais ainda ausentes no país têm previsão de investimentos e início de operação nos próximos anos.

O final de outubro em São Paulo foi marcado pela realização de eventos grandiosos dos mais diversos segmentos. A Pet South America, realizada no Expo Center Norte entre os dias 28 e 30, contou a presença de mais de 23 mil pessoas. De 30 de outubro a 2 de novembro, a Expo Nutrition reuniu 37 mil pessoas interessadas no setor de suplementação e nutrição esportiva, também no Expo Center Norte.

Já o Pavilhão de Exposições do Anhembi recebeu o Salão Internacional do Automóvel de São Paulo, entre 30 de outubro e 09 de novembro. O evento recebeu 756.114 pessoas ao longo de 11 dias de visitação, de acordo com informações da organizadora, Reed Exhibitions Alcantara Machado.

Durante a realização da maior feira do setor automobilístico no país, o Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo realizou uma pesquisa inédita questionando a satisfação dos visitantes quanto ao local do evento. Segundo o levantamento, mais de 84% dos visitantes afirmaram que o Anhembi é o melhor local para a realização do Salão. Estimativas do Observatório apontam que a movimentação econômica gerada pelo Salão foi de R\$ 280 milhões. Cerca de 32,5% dos visitantes eram turistas, com permanência média de 2,5 dias na cidade e gasto pessoal de R\$ 986.

The emergence of a new consumer class in Brazil, as well as holding large events in the country, are generating new investment in national hotel network. As reported by the Ministry of Tourism, new hotel projects representing more than 31,000 direct jobs and a movement of 11 billion BRL into the economy. Some international chains still absent in the country are expected to start operations and investments in the coming years.

The end of October in Sao Paulo was marked by grandiose events of different segments. Pet South America, held at the Expo Center Norte between 28 and 30, said the presence of more than 23,000 people. From October 30 to November 2, Expo Nutrition gathered 37,000 people interested in sports nutrition and supplementation industry, also at Expo Center Norte.

Already the Anhembi Exhibition Pavilion received the International Motor Show in São Paulo, between October 30th and November 9th. The event was attended by 756,114 people over 11 days of visitation, according to information from the organizer, Reed Exhibitions Alcantara Machado.

While performing the largest fair in the automobile sector in the country, the Observatory for Tourism and Events of the City of São Paulo conducted an unprecedented survey questioning visitor satisfaction as the venue. According to the survey, over 84% of visitors said that the Anhembi is the best venue for the Hall. Observatory estimates indicate that economic movement generated by the Hall was 280 million BRL. Approximately 32.5% of visitors were tourists, with an average stay of 2.5 days in the city and personal expenditure of 986 BRL.

fonte: SPC&VB e SPTuris, 2014
source: SPC&VB and SPTuris, 2014

MEIOS DE HOSPEDAGEM DE SÃO PAULO - OUTUBRO/2014 SÃO PAULO'S ACCOMODATION FACILITIES - OCTOBER/2014

De acordo com o levantamento mensal realizado pelo Observatório, a taxa de ocupação nos meios de hospedagem de outubro de 2014 teve uma queda de 10,3% em relação ao mesmo mês de 2013. As diárias médias também caíram, 2,8% no mesmo período.

Para o FOHB (Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil), também houve queda (5,9%) na ocupação de seus associados em outubro: 69,64% em 2013 indo para 65,99 em 2014

Os hostels, acompanhando o mesmo desempenho dos hotéis, também tiveram queda em seus indicadores: taxa de ocupação de 44,28% e diária média de R\$47 (7,6% e 2,8% menores que em 2013, respectivamente).

Um motivo provável para esta baixa é o forte turismo de compras na cidade, principalmente realizado por visitantes de cidades (interior de SP), que não se hospedam.

Apesar das quedas nos índices, contrárias às previsões otimistas para outubro/2014, a realização dos eventos ainda previstos para novembro e dezembro podem recuperar em até dois pontos percentuais o fechamento da média anual para 2014.

According to the survey produced by Observatory, the occupancy rate in the lodging facilities in October 2014 fell by 10.3% compared to the same month in 2013. The daily average also fell, 2.8% in the same period

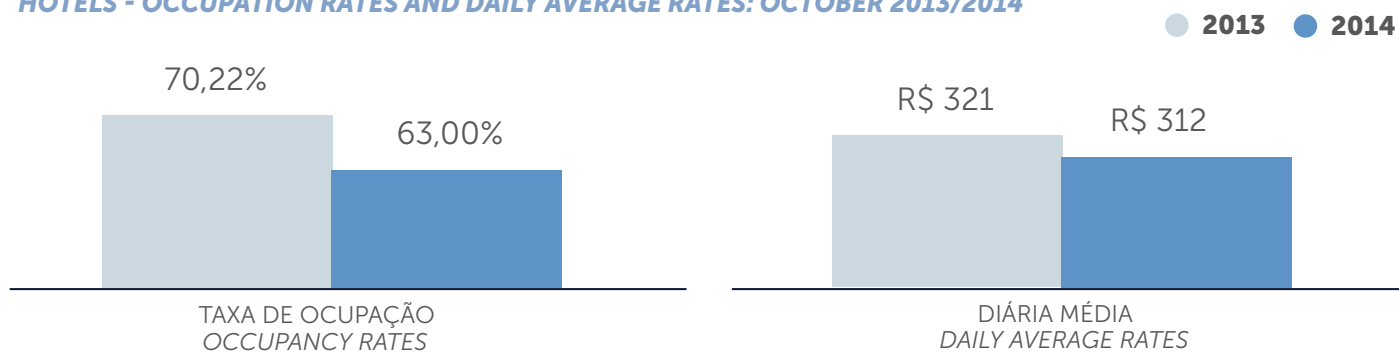
For FOHB (Operators Forum Hoteliers in Brazil), there was also a decrease (5.9%) in the occupation of its members in October: 69.64% in 2013 going to 65.99 in 2014.

The hostels, following the same performance of the hotels also fell in its indicators: occupancy rate of 44.28% and a daily average of 47 BRL (7.6% and 2.8% lower than in 2013, respectively).

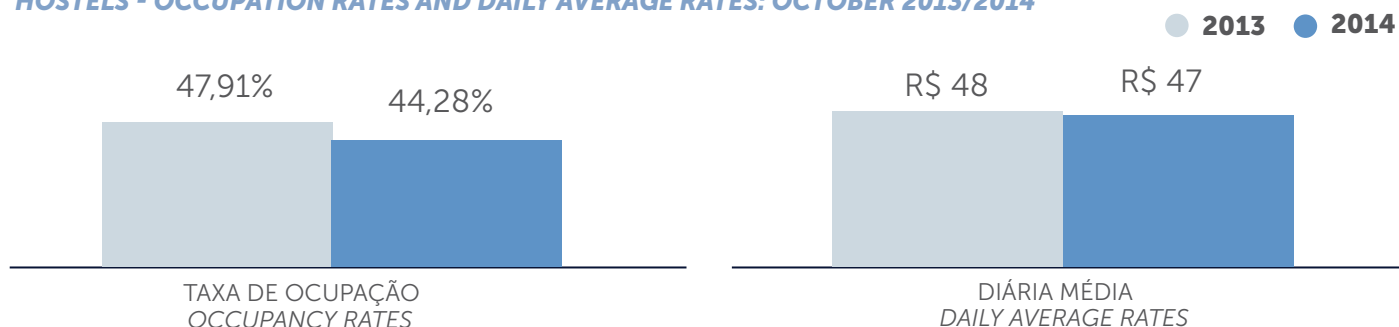
A likely reason for this low is strong shopping tourism in the city, mainly held by visitors from cities (São Paulo state), not staying in the city.

Despite falls in rates, contrary to the optimistic forecasts for October / 2014 a realização events still planned for November and December can recover up two percentage points closing the annual average for 2014.

HOTÉIS - TAXA DE OCUPAÇÃO E DIÁRIA MÉDIA: OUTUBRO 2013/2014 HOTELS - OCCUPATION RATES AND DAILY AVERAGE RATES: OCTOBER 2013/2014



HOSTELS - TAXA DE OCUPAÇÃO E DIÁRIA MÉDIA: OUTUBRO 2013/2014 HOSTELS - OCCUPATION RATES AND DAILY AVERAGE RATES: OCTOBER 2013/2014



*fonte: Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo e Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil, 2014

* source: Observatory for Tourism and Events of the City of São Paulo and Operators Forum Hoteliers in Brazil, 2014

IMPOSTOS SOBRE SERVIÇOS EM TURISMO - OUTUBRO/2014 TAXES OVER TOURISM SERVICES - OCTOBER/2014

Conforme informações obtidas junto à Secretaria Municipal de Finanças, o valor arrecadado em Imposto Sobre Serviços no Grupo 13 (Turismo e atividades correlatas) em outubro de 2014 representou um montante de R\$ 23,8 milhões, um acréscimo de 7,1% com relação ao mesmo mês de 2013.

A arrecadação de impostos com turismo no município representaram 2,4% da arrecadação total de ISS em geral em outubro de 2014.

According to information obtained from the City Department of Finance, the amount collected in taxes on services in Group 13 (Tourism and related activities) outubro in 2014 represented an amount of 23.8 million BRL, an increase of 7.1% compared the same month of 2013.

The collect of taxes from tourism in the county accounted for 2.4% of the total collection of ISS generally in October 2014.

7,1%

crescimento do ISS do Turismo: Outubro 2013/ 2014

7.1%: growth on Tax on Tourism Services, October 2013/2014

R\$ 23,8 milhões

arrecadação do ISS do Turismo: outubro 2014

BRL23.8 milion: amount collected - Tax on Tourism Services, October 2014

IMPOSTOS SOBRE SERVIÇOS - TURISMO - COMPARATIVO OUTUBRO (R\$) TAXES OVER TOURISM SERVICES - OCTOBER COMPARISON (BRL)

fonte/ source: Secretaria Municipal de Finanças/ Secretary of City Finances, 2014

	2013	2014	VARIAÇÃO
OUTUBRO OCTOBER	22.241.500	23.816.119	+7,1%

IMPOSTOS SOBRE SERVIÇOS DA CIDADE DE SÃO PAULO (R\$) - GERAL TAXES OVER SERVICES (BRL)

fonte/ source: Secretaria Municipal de Finanças/ Secretary of City Finances, 2014

	CIDADE / CITY	TURISMO / TOURISM	REPRESENTATIVIDADE / REPRESENTATIVITY
OUTUBRO OCTOBER 2014	973.560.598	23.816.119	2,4%

*fonte: Secretaria Municipal de Finanças, 2014

* source: Municipal Secretary of Finance, 2014

BARES E RESTAURANTES BARS AND RESTAURANTS

Redes de alimentação já iniciaram contratações temporárias para suprir demanda de final de ano. De acordo com entidades que representam prestadores de serviços, cerca de 163,6 mil trabalhadores serão beneficiados com as contratações temporárias, sendo que 70% das vagas serão direcionadas ao comércio. Algumas famosas redes de fast food já começaram a ampliar o quadro de funcionários para conseguir atender o público desta época do ano e esperam um crescimento em 20% nas vendas

Supply networks have begun temporary hires to meet demand year-end. According to organizations representing service providers, about 163,600 workers will benefit from the temporary hires, with 70% of seats will be directed to the trade. Some famous fast food chains have begun to expand the staff to be able to meet the public this time of year and expect a 20% growth in sales

20%

expectativa aumento das venda no final de ano

20%: expected increase in sales at the end of the year

70%

das vagas temporárias no comércio, incluindo alimentação

70%: temporary vacancies directed to trade, including food

*fonte: AtitudeCom, 2014

* source: AtitudeCom, 2014

AEROPORTOS
AIRPORTS

A procura por transporte aéreo doméstico no Brasil avançou 3% em setembro de 2014 em relação ao mesmo mês do ano passado. O forte crescimento nos primeiros meses de 2014 e a relativa estabilidade durante a temporada de realização da Copa do Mundo somados aos avanços recentes mais moderados resultam em uma expansão acumulada da demanda de 5,4% no ano até agora. A estatística é medida em RPKs (passageiros-quilômetros transportados) e os dados são relativos ao desempenho das empresas integrantes da Associação Brasileira das Empresas Aéreas (ABEAR): AVIANCA, AZUL, TAM e GOL.

O resultado de setembro é positivo para um mês de nível de atividade mais fraca na sazonalidade típica do setor. A existência de um dia útil a mais nos dados de setembro de 2014 em relação a setembro de 2013, além de um amplo trabalho das companhias aéreas para promoverem seus produtos e serviços, mantendo em alta a procura por viagens aéreas de lazer no país em um momento de baixa no mercado corporativo, são fatores que contribuem para esse desempenho em um período de crescimento mais lento da economia nacional.

Com a demanda se expandindo, a taxa de ocupação dos assentos seguiu em apreciação, avançando 1,3 ponto percentual sobre setembro de 2013, ficando em 78,7%.

The demand for domestic air travel in Brazil advanced 3% in September 2014 compared to the same month last year. The strong growth in the first months of 2014 and relative stability during the season of hosting the World Cup added to the more moderate recent advances result in a cumulative increase in demand of 5.4% so far this year. The statistic is measured in RPKs (passenger kilometers) and data are relative to the performance of members of the Association of Airline Companies (ABEAR) companies: AVIANCA, BLUE, TAM and GOL.

The September result is positive for one month's level of weaker activity in the typical seasonality of the industry. The existence of one more working day on data from September 2014 compared to September 2013, plus a large work of air to promote their products and services companies, keeping in high demand for air travel for leisure in the country on a time low in the corporate market, are factors that contribute to this performance in a period of slower growth of the national economy.

With the expanding demand, the occupancy rate of seats followed in assessing, advancing 1.3 percentage point over September 2013, getting 78.7%.

+3%

procura por transporte aéreo doméstico em setembro/2014
+3%: demand for domestic air travel in September / 2014

+6,2%

passageiros em Viracopos
+6.2%: passengers in Viracopos

MOVIMENTOS NOS AEROPORTOS - OUTUBRO 2013/2014
AIRPORT MOVEMENT - OCTOBER 2013/ 2014

fonte/ source: INFRAERO, GRU Airport, Viracopos Aeroportos Brasil, 2014

VIRACOPOS / VIRACOPOS AIRPORT	2013	2014	VARIAÇÃO/ VARIATION
Passageiros - TOTAL/ passengers - total	822.145	873.065	+6,2%
Aeronaves - TOTAL/ airplanes - total	11.234	11.575	+3,0%

*fonte: ABEAR, Concessionárias dos aeroportos e Infraero, 2014
* source: ABEAR, Dealers of airports and Infraero, 2014

*dados de Guarulhos e Congonhas para Outubro/2014 estarão disponíveis somente após 28/11
* data from Guarulhos and Congonhas to October / 2014 will be available only after November, 28

**TERMINAIS RODoviÁRIOS
BUS TERMINALS**

Os desembarques de passageiros dos três terminais rodoviários que atendem à cidade de São Paulo (Tietê, Barra Funda e Jabaquara) apresentaram variação positiva de 4,4% em outubro de 2014, comparado ao mesmo período de 2013. As chegadas de ônibus tiveram crescimento um pouco menor, 0,7% para o mês.

Individualmente, o terminal rodoviário Barra Funda teve o maior aumento no número de passageiros (10,5%) e uma leve queda na chegada de ônibus (-1,5%).

Conclui-se que as empresas rodoviárias estão buscando melhorar constantemente a ocupação dos assentos disponíveis em suas linhas.

The arrivals of passengers at the three bus terminals of São Paulo (Tietê, Barra Funda and Jabaquara) showed positive growth of 4.3% in October 2014 compared to the same period in 2013. The arrivals of buses grew one slightly lower, 0.7% for the month.

Individually, Barra Funda bus station had the largest increase in the number of passengers (10.5%) and a slight decrease in bus arrival (-1.5%).

We conclude that the bus companies are constantly seeking to improve the occupancy of seats available in their lines.

+4,4%

*variação de passageiros nos terminais em outubro 2013/2014
+4.4%: variation passengers at bus terminals in October 2013/2014*

+10,5%

*variação de passageiros em Barra Funda em outubro 2013/2014
+10.5%: variation passengers at Barra Funda in October 2013/2014*

**MOVIMENTOS NOS TERMINAIS RODoviÁRIOS - OUTUBRO 2013/2014
BUS TERMINALS MOVEMENT - OCTOBER 2013/ 2014**

fonte/ source: SOCICAM, 2014

PASSAGEIROS DESEMBARCADOS / PASSENGER ARRIVALS

OUTUBRO OCTOBER	TIETÊ		Variação variation	BARRA FUNDA		Variação variation	JABAQUARA		Variação variation
	2013	2014		2013	2014		2013	2014	
	885.601	904.480	+2,1%	312.624	345.471	+10,5%	117.720	123.600	+4,9%

CHEGADAS DE ÔNIBUS / BUS ARRIVALS

OUTUBRO OCTOBER	TIETÊ		Variação variation	BARRA FUNDA		Variação variation	JABAQUARA		Variação variation
	2013	2014		2013	2014		2013	2014	
	38.147	38.547	+1,0%	14.782	14.554	-1,5%	5.886	6.180	+4,9%

	2013	2014	VARIAÇÃO / VARIATION
Passageiros - TOTAL/ passengers - total	1.315.945	1.373.551	+4,4%
Ônibus - TOTAL/ buses - total	58.815	59.281	+0,7%

*fonte: SOCICAM, 2014

* source: SOCICAM, 2014

CENTRAIS DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA TOURIST INFORMATION CENTERS

As Centrais de Informação Turística (CIT) registraram uma queda de cerca de 23% no total de atendimentos realizados em outubro de 2014, em comparação com o mesmo período de 2013. Porém, o número de turistas internacionais atendidos aumentou 2,9%.

As principais procedências dos turistas estrangeiros que buscaram informações nas centrais foram Argentina, Alemanha, Colômbia, França e Chile. Considerando brasileiros, paulistas (do interior do estado), fluminenses, mineiros, paranaenses e gaúchos foram os que mais procuraram dicas sobre as cidades nas CITs. Os tipos de informação solicitadas em sua maioria são referentes a transporte (19,8%) e localização de atrativos (18,2%).

The Tourist Information Centers registered a decline of about 23% in attendances in October 2014 compared with the same period of 2013. However, the number of people served increased 2.9% international tourists.

The main origins of foreign tourists who sought information on the plants were Argentina, Germany, Colombia, France and Chile. Considering Brazilian, who sought more tips about the city were from São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Parana and Rio Grande do Sul. The types of information requested are mostly related to transportation (19.8%) and location of attractions (18.2%).

ATENDIMENTOS REALIZADOS EM OUTUBRO - COMPARATIVO 2013/2014

PEOPLE ASSISTED IN OCTOBER - COMPARISON 2013/ 2014

	2013	2014	VARIAÇÃO/ VARIATION
Turistas Estrangeiros/ foreign tourists	1.693	1.742	+2,9%
Turistas Domésticos/ Domestic tourists	1.641	1.623	-1,1%
População de São Paulo/ São Paulo residents	3.381	1.780	-47,3%
TOTAL DE ATENDIMENTOS TOTAL ASSISTANCES	6.715	5.145	-23,4%

PRINCIPAIS EMISSORES DE TURISTAS EM BUSCA DE INFORMAÇÕES NAS CENTRAIS - OUTUBRO 2014

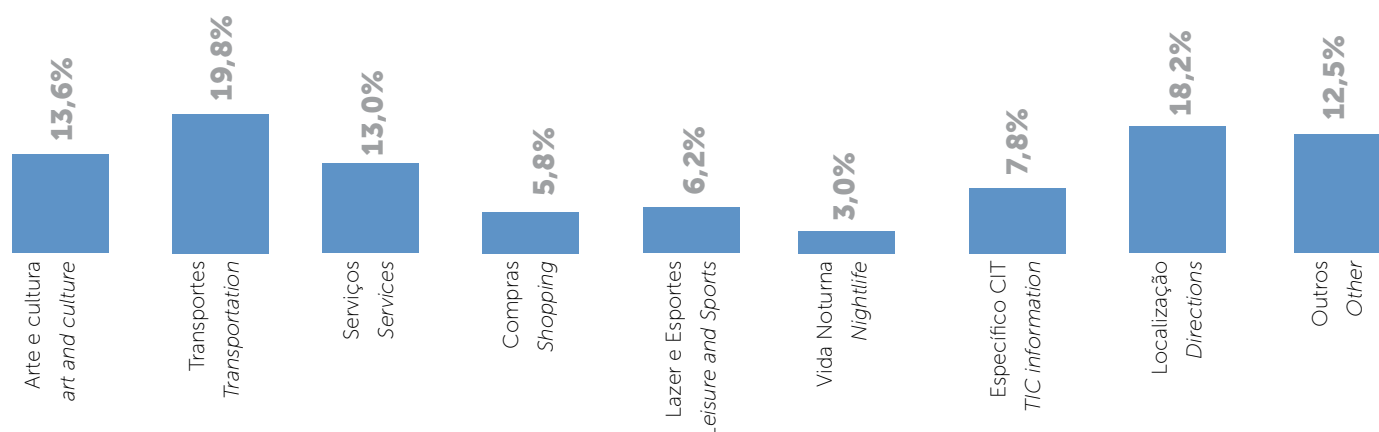
MAIN ORIGIN OF TOURISTS ASSISTED ON TOURISTS INFORMATION CENTERS - OCTOBER 2014

INTERNACIONAIS INTERNATIONAL	BRASILEIROS BRAZILIAN	PAULISTAS RESIDENTS ON SÃO PAULO STATE
1 Argentina	São Paulo (SP)	Campinas
2 Alemanha/ Germany	Rio de Janeiro (RJ)	São José dos Campos
3 Colômbia/ Colômbia	Minas Gerais (MG)	Ribeirão Preto
4 França/ France	Paraná (PR)	Santos
5 Chile	Rio Grande do Sul (RS)	Piracicaba

TIPOS DE INFORMAÇÕES PRESTADAS - OUTUBRO 2014*

TYPES OF INFORMATION ASKED BY TOURISTS - OCTOBER 2014

*ACUMULADO/ COMPILATED 2014



*fonte: Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, 2014

* source: Observatory for Tourism and Events of the City of São Paulo, 2014

MÍDIAS SOCIAIS -TURISMO EM SÃO PAULO SOCIAL MEDIA - TOURISM IN SÃO PAULO

O Observatório realizou uma coleta de mensagens sobre a cidade de São Paulo como destino turístico nas redes sociais. Foram monitoradas menções a 48 palavras-chave relacionadas à cidade de São Paulo nas principais redes sociais utilizadas no mundo (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, entre outros), entre os dias 20/jul/2014 e 20/out/2014, totalizando 34 mil posts coletados.

As palavras incluídas na coleta foram selecionadas dentre uma nuvem de palavras mais citadas que estão relacionadas com as palavras principais: São Paulo, Sao Paulo, saopaulo, sampa, #sampa, #sp e #saopaulo, entre outras. A ferramenta mais utilizada para realizar posts foi o instagram (44,41%) seguida do twitter (34,85%). Os atrativos turísticos mais citados foram a Avenida Paulista, Parque do Ibirapuera e Mercado Municipal.

The Observatory has made a collection of posts about the city of São Paulo as a tourist destination on social networks. Mentions were monitored on 48 keywords related to the city of São Paulo in major social networks used in the world (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, etc.), between July,20 and October,20 (2014) totaling 34,000 posts collected.

The words included in the collection were selected from a cloud of most cited words that are related with key words: São Paulo, Sao Paulo, saopaulo, sampa, #sampa, #sp and #saopaulo, among others. The most widely used tool to accomplish posts was the instagram (44.41%) followed by twitter (34.85%). The most cited tourist attractions were Paulista Avenue, Ibirapuera Park and Mercado Municipal.

44,41%

do total de postagens sobre São Paulo como destino turístico foram feitas no instagram

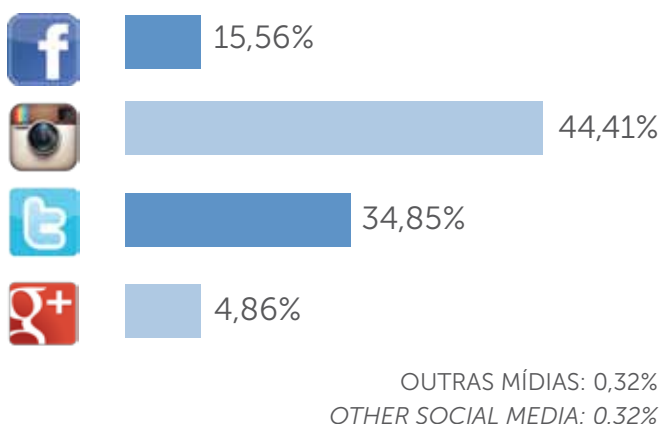
of total posts about São Paulo as a destination are made on instagram

17,88%

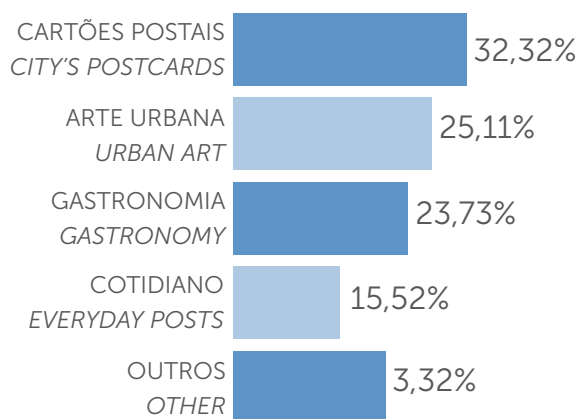
do total de postagens citam a Avenida Paulista como atrativo turístico

of total posts comment about Paulista Avenue as a tourist attraction

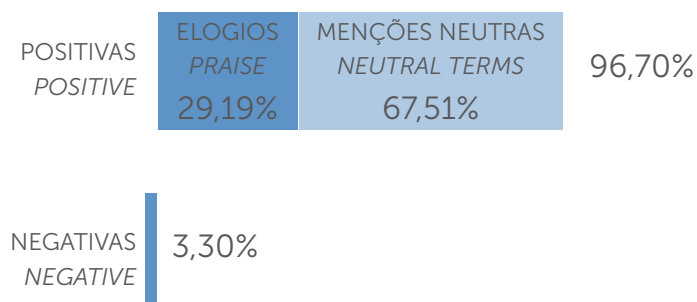
PRINCIPAL MÍDIA SOCIAL UTILIZADA MOST USED SOCIAL MEDIA NETWORK



PRINCIPAIS ASSUNTOS MAIN SUBJECTS



AVALIAÇÃO DAS MENSAGENS MESSAGE EVALUATION



ATRATIVOS MAIS CITADOS MOST MENTIONED ATTRACTIONS

AVENIDA PAULISTA PAULISTA AVENUE
 PARQUE IBIRAPUERA IBIRAPUERA PARK
 MERCADO MUNICIPAL
 MASP SÃO PAULO MUSEUM OF ART
 RUA 25 DE MARÇO 25 DE MARÇO STREET
 PINACOTECA DO ESTADO
 VILA MADALENA
 MUSEU DO FUTEBOL MUSEUM OF FOOTBALL

EVENTOS EVENTS

O estudo "II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil", produzido pela ABEOC Brasil em parceria com o SEBRAE Nacional, apresenta resultados interessantes sobre o setor. A principal conclusão do estudo mostra que o segmento cresce continuamente no Brasil e impacta positivamente a economia.

Em 2013, o setor gerou R\$ 209,2 bilhões de receita, além de mais de 1.89 milhão de empregos diretos e formais em 590 mil eventos realizados. Destaque para a região Sudeste, responsável por 52% dos eventos, seguida por Nordeste, com 20%, e Sul, com 15%.

A íntegra da pesquisa está disponível para download no site da ABEOC Brasil.

**fonte: ABEOC, 2014*

** source: ABEOC, 2014*

The study "2nd Economic Dimensioning of the Exhibition Industry in Brazil", produced by ABEOC Brazil in partnership with SEBRAE National presents interesting results on the sector. The main conclusion of the study shows that the segment continuously grows in Brazil and positively impacts the economy.

In 2013, the sector generated US\$209.2 billion in revenue, more than 1.89 million direct and formal jobs for 590,000 events. Emphasis on the Southeast region, responsible for 52% of events, followed by Northeast, with 20%, and South, with 15%.

The full survey is available for download on the site ABEOC Brazil.

MERCADO HOTELEIRO HOTEL MARKET

Hoje no Brasil existem cerca de 460 mil UHs espalhadas por aproximadamente 12 mil hotéis, praticando uma diária média nacional em torno de R\$ 230. A hotelaria, que era concentrada em grandes capitais do país, passou por uma expansão no interior dos estados.

Inserida neste contexto está uma extensa lista de cidades em todo o país que aproveitou o entusiasmo com a Copa do Mundo somado ao momento ascendente que vivíamos na economia para investir em novos meios de hospedagem.

Essa super oferta, conjugada a um PIB estagnado e considerando a projeção de que 2015 demandará complexos ajustes macroeconômicos, acende um alerta aos hoteleiros, que devem atentar-se para preparar seus empreendimentos aos ajustes necessários.

Para melhor enfrentar esta conjuntura, deve-se pensar em três itens importantes: atender bem (o que significa treinamento, capacitação, reciclagem, salários compatíveis e benefícios atrativos; isto porque o cliente satisfeito sempre volta), investir em meios modernos de comercialização (meios eletrônicos de reserva, controle de disponibilidade, pagamento virtual e divulgação do hotel são obrigatórios) e CRM, Customer Relationship Management, ou Gestão de Relacionamento com o Cliente (conhecer a fundo o cliente, seus gostos e preferências).

**fonte: texto original de Luiz Arthur Medeiros para Revista Hotéis, 2014*

** source: original text from Luiz Arthur Medeiros for Hotels Magazine, 2014*

Today in Brazil there are about 460,000 HUs spread over approximately 12,000 hotels, practicing a national daily average of around 230 BRL. The hotel, which was concentrated in large cities in the country, underwent expansion within the states.

Inserted in this context is an extensive list of cities around the country that took the enthusiasm with the World Cup plus the upward momentum that we lived in the economy to invest in new ways of hosting.

That oversupply, coupled with a stagnant and considering the GDP projection for 2015 that require complex macroeconomic adjustments, lights a warning to hoteliers should look up their ventures for making the necessary adjustments.

To better cope with this situation, one must consider three important items: serve well (which means training, training, retraining, compatible wages and attractive benefits, because this satisfied customer always comes back), investing in modern media marketing (media electronic booking, availability control, virtual payment and placement of the hotel are mandatory) and CRM, Customer Relationship Management (familiarized with the client, their tastes and preferences).

São Paulo Turismo

Secretário Especial para Assuntos do Turismo e Presidente da SPTuris/
Special Secretary for Tourism Affairs and SPTuris President: **Wilson Poit**
Gerente de Comunicação/ *Communication Manager:* **Lilian Natal**

Observatório do Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo *City of São Paulo's Tourism and Events Observatory*

Chefe de Equipe/ *Team Leader:* **Fábio Montanheiro**
Analista Técnica/ *Technical Analyst:* **Andrezza Serra**
Estagiários/ *Interns:* **Raquel Terra, Taynah Caram e/and Thiago Santos**

Av. Olavo Fontoura, 1209 - Portão 35 - Anhembi - Santana - São Paulo - SP - 02012-021

Tel.: (11) 2226-0626/0623 - pesquisa@spturis.com

www.observatoriodoturismo.com.br



OBSERVATÓRIO
DE TURISMO E EVENTOS
DA CIDADE DE
SÃO PAULO
SÃO PAULO TURISMO

São Paulo
turismo.
www.spturis.com



PREFEITURA DE
SÃO PAULO
TURISMO

Visite/ Visit:

www.spturis.com

www.cidadedesapaulo.com