

São Paulo: R\$ 3 bilhões por ano e m eventos

ENTREVISTA



Wilson Martins Poit, presidente da SPTuris

São Paulo: R\$ 3 bilhões por ano em eventos

No início deste ano, Wilson Martins Poit, então presidente da São Paulo Negócios, assumiu também a presidência da São Paulo Turismo, no lugar de Marcelo Rehder. Formado em Engenharia Elétrica pela Faculdade de Engenharia Industrial (FEI) e fundador da Poit Energia – vendida em 2012 – o dirigente tem um passado com currículo invejável. Em 2009, recebeu o prêmio de “Empreendedor do Ano” da Ernst & Young e o “Entrepreneur of 2009”, concedido pela Frost & Sullivan, pelo uso das melhores práticas corporativas e de gestão. Poit assumiu a SPTuris num ano decisivo para o turismo da cidade, com os olhos do mundo concentrados na Copa, que teve a abertura do torneio na capital paulista. “Fizemos bonito e tanto os paulistanos quanto os turistas ficaram satisfeitos com o que viram aqui no período do Mundial.” Agora, os esforços da São Paulo Turismo estão concentrados na recepção aos agentes na 42ª Abav – Expo

nos graças à rodada de negócios que se instala nos cinco dias de evento. Teremos agora no Anhembi a edição da feira que, sem dúvida nenhuma, nos ajuda a promover São Paulo como o melhor destino de lazer e negócios da América Latina. A exposição que temos é bastante grande: é a vitrine do setor de turismo e viagens.

A SPTuris pretende uma maior aproximação com os agentes de viagens para a promoção da cidade em outros estados? Como isso pode ser feito?

A entidade realiza em outros destinos nacionais a promoção turística, além da capacitação de agentes do receptivo. Nossos profissionais organizam palestras e capacitações em outras cidades para apresentar o que São Paulo tem de melhor, com o objetivo de atrair sempre mais visitantes. Nossa participação em feiras internacionais também é constante e isso nos dá um retorno muito bom.

A Copa do Mundo exigiu muito de todo o serviço receptivo da cidade.

Que lições principais foram aprendidas com o evento para o aperfeiçoamento da estrutura turística?

Sem dúvida, fizemos bonito e tanto os paulistanos quanto os turistas ficaram satisfeitos com o que viram aqui no período do mundial. Os paulistanos sentiram orgulho da cidade e os turistas adoraram São Paulo e a nossa hospitalidade. Quase todos afirmaram que gostariam de voltar. E a visão que eles tinham mudou muito. Os turistas esperavam uma cidade desorganizada, insegura e estavam preparados para enfrentar problemas. E ocorreu o inverso. Foram bem recebidos e surpreendidos pela organização. Isso só foi possível graças ao desempenho de todo o trade turístico que não mediu esforços para receber bem nos

soz visitantes. Como lição, podemos afirmar que não deixamos a desejar para nenhum outro destino internacional. Precisamos começar a difundir uma imagem mais positiva e menos pessimista da cidade. De modo geral, o brasileiro precisa fazer mais isso. A imagem que a cidade deixou para os turistas foi retratada em um filme que a São Paulo Turismo lançou recentemente que mostra o que os visitantes acharam da capital. O vídeo traz entrevistas com americanos, japoneses, belgas, argentinos, chilenos, colombianos e turistas de diversas outras nacionalidades que estiveram na cidade. Eles também falam de locais que visitaram em São Paulo, suas impressões e do que mais gostaram na gastronomia paulistana. Os vídeos estão disponíveis no YouTube. Agora, é aproveitar essa onda positiva para crescer.

Como avalia o setor de eventos na cidade de São Paulo no último ano? Houve crescimento significativo?

O setor de eventos e negócios segue uma constante na cidade. Concentramos aqui cerca de 65% das grandes feiras de negócios do Brasil. São Paulo é palco da maior Parade LGBT do mundo, sedia uma das cinco mais importantes semanas de moda do planeta, a SPFW, e recebe a Fórmula 1, um dos eventos automobilísticos mais famosos do mundo. Sem contar os grandes shows e espetáculos nacionais e internacionais. De acordo com a União Brasileira dos Promotores de Feiras (Ubrafe) circulam pelas feiras mais de 5 milhões de pessoas, mercado que gera mais R\$ 3 bilhões de receita por ano na cidade. O nosso forte ainda é o turismo de negócios e isso é extremamente importante para a roda do turismo continuar girando. Outro dado interessante mostra que o Brasil entrou no radar do mundo

quando o assunto é a realização de congressos e convenções. São Paulo tem demonstrado um bom desempenho no setor, mas diversas outras cidades também ganharam destaque e investem cada vez mais em espaços para realização desses eventos. Segundo dados divulgados pela International Congress and Convention Association (Icca) em dez anos os congressos e convenções realizados no Brasil registraram aumento de 408%. Entre 2003 e 2013, o total de eventos passou de 62 para 215. O ranking divulgado pela associação mostra que o Brasil permaneceu entre os dez países que mais recebem congressos e convenções associativas, liderado pelos Estados Unidos.

No meu ponto de vista, estamos em um momento de necessidade de inovação para abrir mais mercado. Com ideias novas a busca por realização de eventos e feiras em São Paulo pode se tornar ainda mais atrativa.

São Paulo é vista como uma cidade cara para o turista em algumas pesquisas mundiais, principalmente em relação à hotelaria. Como isso pode ser revertido? Há possibilidade de um acordo com diferentes segmentos econômicos (hotéis, restaurantes, museus etc) para permitir descontos ou benefícios especiais para os turistas?

Costumo dizer que São Paulo é uma cidade democrática. Aqui atendemos todos os bolsos e gostos, desde o turista que quer pagar mais barato no meio de hospedagem – ficando em hostels e temos uma oferta atrativa com 70 unidades na cidade – ou mais caro, em um hotel de rede conhecida internacionalmente. A boa gastronomia nem sempre está

atrelada a restaurantes caros e renomados. O lanche mais famoso da cidade, por exemplo, pode ser encontrado no Mercado Municipal por pouco mais de R\$ 10. É o tradicional sanduíche de mortadela. Temos a disposição a qualquer hora do dia os pratos típicos de mais de 50 nacionalidades. Por aqui também é possível fazer bons passeios sem pagar nada... como visitar o parque do Ibirapuera, por exemplo. Sobre a parceria com outros players do turismo gostaria de destacar uma ação que realizamos entre os meses de junho e julho deste ano. Trata-se da campanha "Descubra São Paulo" que apostou em uma programação cultural e vários descontos em hospedagem. O objetivo foi mostrar toda a oferta cultural e de entretenimento aos turistas que desejavam viajar para São Paulo no período da Copa do Mundo, mas que procuraram outras atrações da cidade e preços acessíveis.

Reunimos, em site desenvolvido especialmente para a campanha, as principais atrações e eventos da

cidade e também alguns dos pacotes promocionais criados por operadoras, agências de turismo e hotéis para o visitante aproveitar a cidade gastando pouco. As ofertas iam desde tarifas especiais em hotéis até city tour no centro histórico e traslado entre aeroporto/ hotel e hotel/ aeroporto também oferecidos pelos meios de hospedagem. O site era responsivo, ou seja, ele se adaptava a telas de diferentes formatos, como tablets e smartphones. Também foi lançado o selo da campanha, que os parceiros disponibilizaram em seus sites. Essa campanha só foi possível graças a participação de diversos parceiros. Essa ação nos deu um resultado muito positivo, por isso faremos mais em um curto espaço de tempo.

A reclamação principal para os eventos na cidade é em relação à mobilidade. A SPTuris tem feito algum planejamento conjunto com a Secretaria de Transportes para criar facilidades para os eventos corporativos?

Veja bem, temos problemas de mobilidade como qualquer outra grande metrópole do mundo, mas quando há um esforço em conjunto, o resultado é positivo. Na Copa, por exemplo, a Fifa escolheu Curitiba e São Paulo como as melhores cidade-sede do mundial. A capital paranaense teve destaque pela operação nos jogos, enquanto a capital paulista teve o melhor esquema de segurança e transporte fora do estádio. Penso que ainda temos muito o que melhorar, mas o bom desempenho durante a Copa do Mundo mostra que estamos no caminho certo. Há um estudo realizado para interligarmos o Anhembi ao metrô, mas ainda não temos prazos definidos para que isso aconteça. De qualquer forma, outras soluções foram encontradas e têm funcionado bem, como o traslado gratuito oferecido pelos organizadores dos eventos do Terminal Tietê para o Anhembi.

A sinalização turística é um dos pontos fundamentais para a melhor classificação da cidade pelos visitantes. Há investimentos atuais para a ampliação dessas sinalizações?

A São Paulo Turismo está investindo na sinalização turística da cidade desde 2007. De lá para cá, 100 atrativos turísticos já foram sinalizados com cerca de 700 placas de sinalização viária. Essa placa é aquela com fundo marrom e escrita em branco, com setas indicando onde está o monumento para que o turista se situe utilizando carro ou ônibus. Este ano investimos pesado em sinalização turística para pedestres. Mais de 400 placas foram instaladas no centro de São Paulo e na Avenida Paulista. Corremos contra o tempo para entregar esse projeto para a Copa e ele ficará como legado para a cidade, assim como as novas Centrais de Informação Turística. Ampliamos o número de seis para 15 centrais. Estamos planejando expandir ainda mais as ações no turismo paulistano. No momento, desenvolvemos o projeto de

sinalização do Polo Turístico de Parelheiros, no extremo sul da cidade. Está em fase de planejamento e captação de verba.

Quando se fala em São Paulo, acabamos sempre lembrando do segmento mais forte, que é de eventos. Há uma preocupação atual do SPTuris com o segmento de lazer? Como estão os números desse segmento nos últimos dois anos?

Crescendo. As taxas de ocupação nos finais de semana estão maiores, a cidade conta mais hotéis, os atrativos também estão mais cheios. Enfim, é um segmento que estamos conquistando ano a ano principalmente por conta de campanhas como a Viva Tudo Isso, que está em uma nova fase. Também utilizamos muitos materiais gráficos, como roteiros, mapas e indicações de pontos turísticos. Tudo isso fica disponível nas nossas Centrais de Informação Turística. Em abril deste ano recebemos um prêmio do site de viagens Trip Advisor. São Paulo foi escolhida como melhor destino turístico do Brasil e o terceiro da América do Sul pelos usuários do site. Isso mostra que estamos sendo reconhecidos como destino de lazer e a visão de que São Paulo é lembrada só por negócios está mudando.

A sua gestão tem sido muito elogiada pelo trade na condução do planejamento turístico da cidade, mas sempre há uma preocupação com a continuidade das ações quando mudam os governantes após eleições. Acredita que é possível manter um legado no SPTuris que não seja afetado por futuras mudanças no governo municipal?

Venho da iniciativa privada e toda experiência que adquiri nesse mundo quero trazer para o setor público. Estou trabalhando com metas, planejamento e estratégia. Em cima desses pilares não há como traçar outro caminho. Se já existe um planejamento, basta segui-lo para chegar ao resultado esperado. Isso independe das possíveis mudanças que a SPTuris pode sofrer. Ainda quero fazer muito pelo turismo paulistano e, como digo sempre, sonhar grande dá o mesmo trabalho que sonhar pequeno, então mãos a obra. Vamos planejar grande para atingirmos algo maior. Quero aproveitar a expertise que adquiri no setor privado e trazer para o público, além de viabilizar parcerias público-privadas também para o turismo por meio da SP Negócios, empresa municipal que também estou à frente. Aqui na São Paulo Turismo meu foco é implantar novas ferramentas de gestão, compliance e formar sucessores.

FERNANDO PORTO

BRASILTURIS JORNAL

Embu das Artes

A Estância Turística mais próxima de São Paulo tem a maior feira de artes e artesanato a céu aberto do país, além de galerias de artes, antaquiões, museus, lojas de móveis rústicos e artesanais. Você encontra ainda gastronomia típica e internacional.

Visite Embu das Artes e se encante com a beleza e as ofertas de cultura e lazer.

Embu das Artes fica na Rod. Régis Bittencourt (BR 116), km 279 e 282. Centro de Atendimento ao Turista: 11 4081-6161. www.embudasartes.sp.gov.br / www.embudasartes.tur.br

Ministério do Turismo

Comitê de Turismo de Embu das Artes

Setembro / 2014