

# CENTRAL DE MONITORAMENTO DO TURISMO PAULISTANO

City of São Paulo Tourism Monitoring Center

Edição / Issue: 8

Março / March 2015



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

São Paulo  
turismo  
www.spturis.com



observatoriodoturismo.com.br

O Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, núcleo de estudos e pesquisas da SPTuris, continua o monitoramento das expectativas e tendências de mercado para o turismo paulistano em 2015, além dos desempenhos mensais para fevereiro.

Principal objeto de estudo para o mês referência, o Carnaval Paulistano 2015 trouxe resultados positivos para a Cidade de São Paulo: pela primeira vez, o Observatório realizou entrevistas com foliões que aproveitaram a programação de rua do evento.

Os resultados completos da pesquisa - Sambódromo do Anhembi, Carnaval de Rua e Mídias Sociais - podem ser encontrados em [www.observatoriodoturismo.com.br](http://www.observatoriodoturismo.com.br).

*The Tourism and Events Observatory of the City of São Paulo, studies and research department of SPTuris continues monitoring expectations and market trends for the São Paulo tourism sector in 2015, in addition to the monthly performance for February.*

*Main object of study for february, the São Paulo Carnival 2015 brought positive results for the city: for the first time, the Observatory conducted interviews with tourists who took the street event schedule.*

*The full results of the survey - Anhembi Sambadrome, Street Carnival and Social Media - can be found at [www.observatoriodoturismo.com.br](http://www.observatoriodoturismo.com.br).*

## PUBLICAÇÕES DO OBSERVATÓRIO DE TURISMO E EVENTOS PUBLICATIONS OF THE OBSERVATORY OF TOURISM AND EVENTS

As principais publicações de estudos e levantamentos realizados pelo Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo reunidos em um único local.

*The main publications of studies and surveys conducted by the Tourism and Events Observatory of the City of São Paulo gathered in one place.*



## PRINCIPAIS DADOS/ FEVEREIRO 2015 - SÃO PAULO DATA HIGHLIGHTS/ FEBRUARY 2015 - SÃO PAULO COMPARATIVO: FEVEREIRO 2014/2015 COMPARISON: FEBRUARY 2014/2015

### MEIOS DE HOSPEDAGEM

MEANS OF ACCOMODATION

**52,65%**  $\downarrow$  16,4%

ocupação hoteleira

52,65%: hotel occupancy

**R\$ 326**  $\downarrow$  4,9%

diária média praticada nos hotéis

326 BRL: hotel average daily rate

**38,70%**  $\downarrow$  28,7%

ocupação nos hostels

38,70%: hostel occupancy

**R\$ 54**  $\uparrow$  12,5%

diária média praticada nos hostels

56 BRL: hostel average daily rate

### IMPOSTOS SOBRE SERVIÇOS - ARRECAÇÃO COM TURISMO

TAX OVER TOURISM SERVICES

**R\$ 21.762.208**  $\uparrow$  23%

valor de arrecadação em fevereiro/ 2015

21,8 million BRL: tax collecting on february 2015

### TRANSPORTES

TRANSPORTATION

**1.337.940**  $\uparrow$  10,8%

passageiros nos terminais

rodoviários do Tietê, Barra Funda e Jabaquara

passengers on Tietê, Barra Funda and Jabaquara bus terminals

**6.526.645**  $\uparrow$  8,9%

passageiros nos aeroportos

passengers on airports

### CENTRAIS DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA

TOURIST INFORMATION CENTERS

**7.057**  $\downarrow$  2,4%

pessoas atendidas

people assisted

**1.704**  $\uparrow$  43,8%

turistas brasileiros

brazilian tourists

**MUNDO**  
**WORLD**

O índice de confiança da OMT, que consulta 300 especialistas mundiais trimestralmente, aponta que embora as expectativas do comportamento das atividades turísticas para 2015 melhorem, são menos otimistas do que as de 2014.

A OMT prevê que o crescimento das chegadas internacionais cresçam entre 3 e 4% em 2015 e o crescimento previsto para Américas, Pacífico e Ásia seja entre 4 e 5%. Prevê também que as chegadas serão incrementadas na África entre 3% e 5% e no Oriente Médio entre 2% e 5%.

O preço do petróleo em queda estimula a queda de preços do transporte, impulsionando o crescimento das viagens. Porém, países exportadores de petróleo que são destinos procurados podem sentir os efeitos negativos do baixo preço.

*The UNWTO Tourism Barometer consults 300 world experts quarterly, points out that although the expectations of the behavior of tourist activities to improve in 2015, are less optimistic than the 2014.*

*The UNWTO expects growth of international arrivals to grow between 3 and 4% in 2015 and the anticipated growth in the Americas, Asia Pacific is estimated between 4 and 5%. It also provides that arrivals will be incremented in Africa between 3% and 5% and the Middle East between 2% and 5%.*

*The price of oil falling stimulates drop shipping prices, driving the growth of travel. However, oil-exporting countries that are popular destinations can feel the negative effects of low.*

**fonte: OMT, 2015**  
**source: UNWTO, 2015**

**BRASIL E SÃO PAULO**  
**BRAZIL AND SÃO PAULO**

De acordo com uma pesquisa mensal do Ministério do Turismo, de sondagem do consumidor que mede a intenção de viagem do brasileiro para os próximos 6 meses, no relatório de fevereiro houve uma diminuição na intenção de viagem do brasileiro em relação ao mesmo período de 2014, passando de 26,7% para 23,7%.

O levantamento mostra que a intenção de viajar pelo Brasil aumentou de 67,8% em fevereiro de 2014 para 73,2% este ano. O mercado interno continua sendo a principal alavanca para o setor turístico no Brasil, disse o ministro do Turismo, Vinicius Lages.

As economias dos 4 estados da região Sudeste terão acréscimo de R\$ 4,48 bilhões com viagens motivadas pelos feriados nacionais em 2015 (MTur). O Sudeste será destino de mais de um terço das viagens previstas para o país. Os destinos paulistas serão destaque, com metade desse montante (R\$2,27 bilhões).

*According to a monthly survey by the Ministry of Tourism, consumer survey that measures the Brazilian travel intentions for the next six months, the February report there was a decrease in the Brazilian travel intention over the same period 2014, going from 26.7% to 23.7%.*

*The survey shows that the intention of traveling in Brazil increased from 67.8% in February 2014 to 73.2% this year. The domestic market remains the main driver for the tourism sector in Brazil, said the Minister of Tourism, Vinicius Lages.*

*The economies of the four states of the Southeast will have 4.48 BRL billion increase in travel motivated by national holidays in 2015 (Ministry of Tourism). The Southeast will target more than a third of the planned trips to the country. The Paulistas destinations will be highlighted, with half of this amount (2.27 BRL billion).*

**Fonte: Ministério do Turismo, 2015**  
**source: Ministry of Tourism, 2015**

**73,2%**

**Intenção de viagens pelo Brasil por brasileiros**  
**Intended trips around Brazil by Brazilians**

**3 e 4%**

**crescimento das chegadas internacionais estimadas pela OMT**  
**International arrivals growth estimated by UNWTO**

**R\$ 2,27 bilhões**

**acréscimo de receita nas viagens em feriados para São Paulo**  
**2.27 BRL Billion: holiday trips to São Paulo Receipt Growth**

## MEIOS DE HOSPEDAGEM DE SÃO PAULO SÃO PAULO'S ACCOMODATION FACILITIES

De acordo com o levantamento mensal realizado pelo Observatório, a taxa de ocupação nos meios de hospedagem paulistanos de fevereiro de 2015 teve uma queda de 16,4% em relação ao mesmo mês de 2014. As diárias médias aumentaram 4,9% no mesmo período.

Os hostels, acompanham o mesmo desempenho dos hotéis, também tiveram queda em seus indicadores: taxa de ocupação de 38,70% e aumento da diária média em R\$54. Os dados representaram uma queda de 28,7% e aumento de 12,5%, respectivamente.

According to the monthly survey conducted by the Observatory, the occupancy rate in São Paulo lodging facilities for February 2015 fell by 16.4% compared to the same month of 2014. The average daily increased 4.9% in the same period.

The hostels, follow the same performance of the hotels also fell on the indicators: occupancy rate of 38.70% and increased daily average of R \$ 54. The data represented a decrease of 28.7% and 12.5% increase, respectively.

# 52,65%

taxa de ocupação dos hotéis registrada em fevereiro pela SPTuris

Hotel occupancy rates registered by SPTuris in february

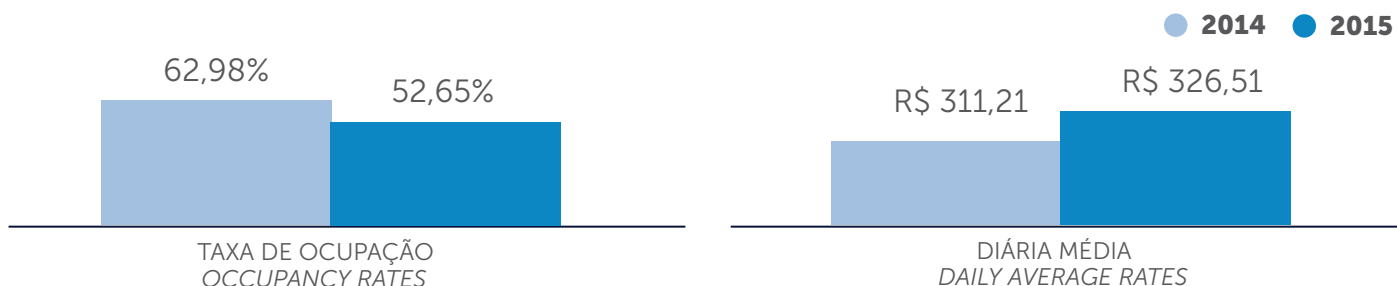
# 38,70%

taxa de ocupação registrada em fevereiro pela SPTuris

Hostel occupancy rates registered by SPTuris in february

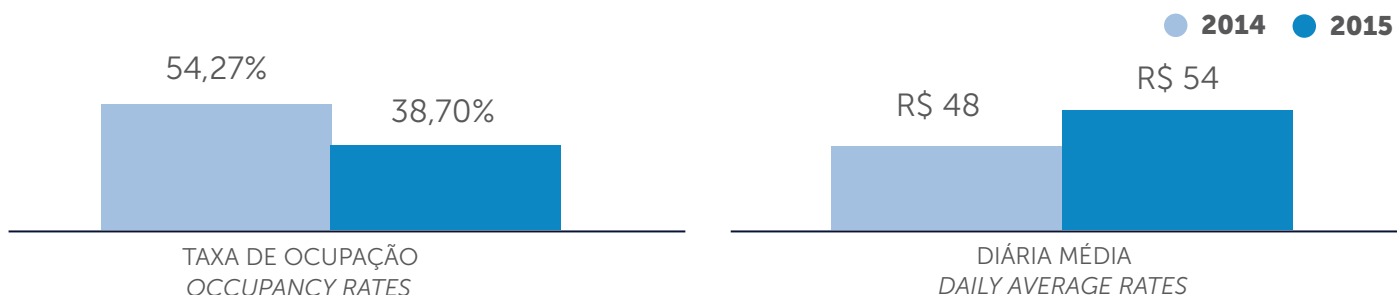
## HOTÉIS - TAXA DE OCUPAÇÃO E DIÁRIA MÉDIA: FEVEREIRO 2014/2015 HOTELS - OCCUPATION RATES AND DAILY AVERAGE RATES: FEBRUARY 2014/2015

fonte/ source: Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo/ São Paulo Tourism Observatory, 2015



## HOSTELS - TAXA DE OCUPAÇÃO E DIÁRIA MÉDIA: FEVEREIRO 2014/2015 HOSTELS - OCCUPATION RATES AND DAILY AVERAGE RATES: FEBRUARY 2014/2015

fonte/ source: Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo/ São Paulo Tourism Observatory, 2015



\*fonte: Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, 2015

\* source: Observatory for Tourism and Events of the City of São Paulo, 2015

## IMPOSTOS SOBRE SERVIÇOS EM TURISMO TAXES OVER TOURISM SERVICES

Conforme informações obtidas junto à Secretaria Municipal de Finanças, o valor arrecadado em Imposto Sobre Serviços no Grupo 13 (Turismo e atividades correlatas) em fevereiro de 2015 representou um montante de R\$ 21,8 milhões, um acréscimo de 23% com relação ao mesmo período de 2014.

A arrecadação de impostos com turismo no município somente representou 2,6% da arrecadação total de ISS em geral em fevereiro de 2015.

According to information obtained from the City Department of Finance, the amount collected in Service Tax on Group 13 (Tourism and related activities) in January 2015 represented an amount of R\$ 23.5 million, an increase of 7% over the same period 2014.

Tax collection with tourism in the municipality only represented 2.1% of total revenues in general ISS in January 2015.

# 23%

crecimento do ISS do Turismo: fevereiro 2014/2015

23%: growth on Tax on Tourism Services, february 2014/2015

# R\$ 21,8 milhões

arrecadação do ISS do Turismo: fevereiro 2015

21,8 BRL millions: collection of Tourism ISS, february 2015

## IMPOSTOS SOBRE SERVIÇOS - TURISMO - FEVEREIRO 2014/2015 (R\$) TAXES OVER TOURISM SERVICES - FEBRUARY 2014/2015 (BRL)

fonte/ source: Secretaria Municipal de Finanças/ Secretary of City Finances, 2015

	2014	2015	VARIAÇÃO / VARIATION
FEVEREIRO FEBRUARY	17.697.811	21.762.208	+23,2%

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

fonte/ source: Secretaria Municipal de Finanças/ Secretary of City Finances, 2015

	CIDADE/ CITY	TURISMO / TOURISM	REPRESENTATIVIDADE/ REPRESENTATIVITY
FEVEREIRO/ FEBRUARY 2015	849.690.281	21.762.208	+2,6%

\*fonte: Secretaria Municipal de Finanças, 2015

\* source: Municipal Secretary of Finance, 2015

## BARES E RESTAURANTES BARS AND RESTAURANTS

Uma estimativa realizada pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) indica que o mercado de delivery de alimentos deve movimentar R\$ 9 bilhões em 2015, totalizando um aumento de R\$ 1 bilhão em relação ao ano passado.

Esse crescimento é alavancado pela tecnologia, que traz comodidade para quem compra, e também por uma maior diversidade de restaurantes que oferecem o serviço. Embora os pedidos por telefone continuem sendo uma opção bastante utilizada, o futuro da entrega de alimentos está em plataformas digitais, que reúnem milhares de estabelecimentos espalhados por todo o país.

One estimate from the Brazilian Association of Bars and Restaurants (Abrasel) indicates that the delivery of food market should move 9 BRL billion in 2015, totaling an increase of 1 BRL billion compared to last year.

This growth is leveraged by technology, which brings convenience for buyers, and also for a wider range of restaurants offering serviço. Embora phone orders remain a widely used option, the future of food delivery is on digital platforms, bringing together thousands of locations spread throughout the country

\*fonte: Abrasel, 2015

\*source: Abrasel, 2015

**AEROPORTOS  
AIRPORTS**

Segundo a ABEAR - Associação Brasileira das Empresas Aéreas - no mês de janeiro houve um aumento de 9,2% na demanda por transporte doméstico, em relação ao mesmo período de 2014. A oferta foi ampliada para atender o aumento da procura, e avançou 4,1%. Com a expansão equilibrada, o fator de aproveitamento dos vôos foi de 84,6% registrando um recorde histórico para o mês de janeiro.

No mercado internacional, os resultados do primeiro mês de 2015 são ainda mais expressivos. Com as quatro companhias aéreas associadas - AVIANCA, AZUL, GOL e TAM - realizando operações regulares, a demanda registrou uma expansão de 32,9% sobre janeiro de 2014. A oferta internacional foi igualmente ampliada e avançou 26,4%.

Os aeroportos mostraram, como já é tendência nos últimos meses, crescimento no movimento com relação ao mesmo mês de 2014. Mais detalhes na tabela abaixo.

According to ABEAR - Brazilian Association of Airline - in January increased by 9.2% in the demand for domestic transport, compared to the same period of 2014. The offer was expanded to meet the increased demand, and advanced 4.1%. With the balanced expansion, the load factor of the flights was 84.6% registering a record for the month of January.

In the international market, the results of the first month of 2015 are even more impressive. With the four member airlines - AVIANCA, BLUE, GOL and TAM - conducting regular operations, demand recorded an increase of 32.9% compared to January 2014. The international offering was also expanded and advanced 26.4%.

Airports shown, as is already trend in recent months, growth in motion with the same month of 2014. More details in the table below.

**MOVIMENTO NOS AEROPORTOS - JANEIRO 2014/2015  
AIRPORTS MOVEMENT - JANUARY 2014/ 2015**

<b>GUARULHOS / GUARULHOS AIRPORT</b>	2014	2015	VARIAÇÃO/ VARIATION
<b>Passageiros - TOTAL/ passengers - total*</b>	<b>3.590.000</b>	<b>3.805.000</b>	<b>+6,0%</b>
<b>Aeronaves - TOTAL/ airplanes - total*</b>	<b>26.666</b>	<b>26.784</b>	<b>+0,4%</b>

<b>CONGONHAS / CONGONHAS AIRPORT</b>	2014	2015	VARIAÇÃO/ VARIATION
<b>Passageiros - TOTAL/ passengers - total</b>	<b>1.534.037</b>	<b>1.743.274</b>	<b>+13,6%</b>
<b>Aeronaves - TOTAL/ airplanes - total</b>	<b>16.964</b>	<b>17.612</b>	<b>+3,8%</b>

<b>VIRACOPOS / VIRACOPOS AIRPORT</b>	2014	2015	VARIAÇÃO/ VARIATION
<b>Passageiros - TOTAL/ passengers - total</b>	<b>867.279</b>	<b>978.371</b>	<b>+12,8%</b>
<b>Aeronaves - TOTAL/ airplanes - total</b>	<b>11.837</b>	<b>11.319</b>	<b>-4,4%</b>

**3 AEROPORTOS 3 AIRPORTS**

<b>Passageiros - TOTAL/ passengers - total</b>	<b>5.991.316</b>	<b>6.526.645</b>	<b>+8,9%</b>
<b>Aeronaves - TOTAL/ airplanes - total</b>	<b>55.467</b>	<b>55.715</b>	<b>+0,4%</b>

\*fonte: ABEAR, Infraero, GRU Airport e Viracopos Aeroportos Brasil, 2015

\*source: ABEAR, Infraero, GRU Airport and Viracopos Aeroportos Brasil, 2015

**TERMINAIS RODoviÁRIOS  
BUS TERMINALS**

No mês de fevereiro os desembarques de passageiros dos três terminais rodoviários que atendem à cidade de São Paulo (Tietê, Barra Funda e Jabaquara) apresentaram aumento de 7,9%, 17,1% e 17,2 respectivamente, se comparados ao mesmo período de 2014.

As chegadas de ônibus também tiveram variação positiva para os três terminais, Tietê (3,9%), Barra Funda (0,2%) Jabaquara (17,2%).

Nota-se que o aproveitamento da disponibilidade de assentos nos ônibus das viagens tem sido melhor.

*In February passenger landings of the three bus terminals that serve the city of São Paulo (Tietê, Barra Funda and Jabaquara) increased by 7.9%, 17.1% and 17.2 respectively, compared to the same period 2014.*

*The bus arrivals were also positive change for the three terminals, Tietê (3.9%), Barra Funda (0.2%) Jabaquara (17.2%).*

*Note that the use of seat availability on buses of viagens have been better.*

**MOVIMENTOS NOS TERMINAIS RODoviÁRIOS - FEVEREIRO 2015  
BUS TERMINALS MOVEMENT - FEBRUARY 2015**

**PASSAGEIROS DESEMBARCADOS / PASSENGER ARRIVALS**

FEVEREIRO FEBRUARY	TIETÊ		Variação variation	BARRA FUNDA		Variação variation	JABAQUARA		Variação variation
	2014	2015		2014	2015		2014	2015	
	820.021	884.509	7,9%	278.980	326.791	17,1%	108.020	126.640	17,2%

**CHEGADAS DE ÔNIBUS / BUS ARRIVALS**

FEVEREIRO FEBRUARY	TIETÊ		Variação variation	BARRA FUNDA		Variação variation	JABAQUARA		Variação variation
	2014	2015		2014	2015		2014	2015	
	35.562	36.967	3,9%	13.372	13.400	0,2%	5.401	6.332	17,2%

\*fonte: SOCICAM, 2015  
\* source: SOCICAM, 2015

**O SETOR DE EVENTOS  
EVENT INDUSTRY**

A saúde também é uma área que movimento o segmento de MICE (Meeting, Incentives, Conferences and Exhibitions). Segundo o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), mais de 22 mil pessoas ligadas à área de saúde devem participar nesse ano de eventos médicos internacionais captados ou promovidos pela instituto.

Segundo o Embratur, no próximo ano mais de 11 mil pessoas, entre brasileiros e estrangeiros, devem participar de congressos, simpósios e seminários na mesma área. "Esse tipo de congresso contribui para que o Brasil esteja atualmente entre os principais destinos de eventos do mundo. Em parceria com os Estados e o setor privado, estamos trabalhando para trazer novos eventos", afirmou o presidente da Embratur, Vicente Neto.

Até 2016, os eventos já confirmados acontecerão em oito cidades de sete estados, levando visitantes para São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Rio Grande do Sul, Rio Grande do Norte, Santa Catarina e Bahia.

*Health is also an area that moving the MICE segment (Meeting, Incentives, Conferences and Exhibitions). According to the Brazilian Tourism Institute (Embratur), more than 22 thousand people linked to health should participate in this year of international medical events raised or promoted by the institute.*

*According to Embratur, next year more than 11 thousand people, including Brazilian and foreign, must participate in conferences, symposia and seminars in the same area. "This type of meeting helps that Brazil is currently among the leading event destinations in the world. In partnership with the states and the private sector, we are working to bring new events," said the president of Embratur, Vicente Neto.*

*By 2016, the events already confirmed will take place in eight cities in seven states, leading visitors to Sao Paulo, Rio de Janeiro, Parana, Rio Grande do Sul, Rio Grande do Norte, Santa Catarina and Bahia.*

\*fonte: Mercado & Eventos, Fevereiro de 2015  
\* source: Mercado & Eventos, February 2015



## CENTRAIS DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA TOURIST INFORMATION CENTERS

As Centrais de Informação Turística (CIT) tiveram uma variação negativa de 2,4% no total de atendimentos realizados durante o mês de fevereiro, em comparação com o mesmo período do ano anterior. O número de atendimentos à população local caiu 41,3%, enquanto o atendimento a turistas estrangeiros apresentou aumento de 48,3%.

Os tipos de informação mais solicitadas pelos turistas e moradores que buscaram dicas sobre a cidade nas CITs foram referentes a transporte (21,6%), localização de atrativos (18,9%) arte e cultura (16,6%) e serviços em geral (14,2%).

The Tourist Information Centers (CIT) had a negative variation of 2.4% of all cases performed during the month of February, compared to the same period last year. The number of visits to the local population fell 41.3%, while services to foreign tourists increased by 48.3%.

The types of information most requested by tourists and locals who sought advice on the city in CITs were related to transport (21.6%), attractive location (18.9%) art and culture (16.6%) and services overall (14.2%).

### ATENDIMENTOS REALIZADOS EM FEVEREIRO - COMPARATIVO 2014/2015

PEOPLE ASSISTED IN FEBRUARY - COMPARISON 2014/ 2015

	2014	2015	VARIAÇÃO/ VARIATION
Turistas Estrangeiros/ foreign tourists	2.016	2.989	+48,3%
Turistas Domésticos/ Domestic tourists	1.185	1.704	+43,8%
População de São Paulo/ São Paulo residents	4.029	2.364	-41,3%
<b>TOTAL DE ATENDIMENTOS</b> TOTAL ASSISTANCES	<b>7.230</b>	<b>7.057</b>	<b>-2,4%</b>

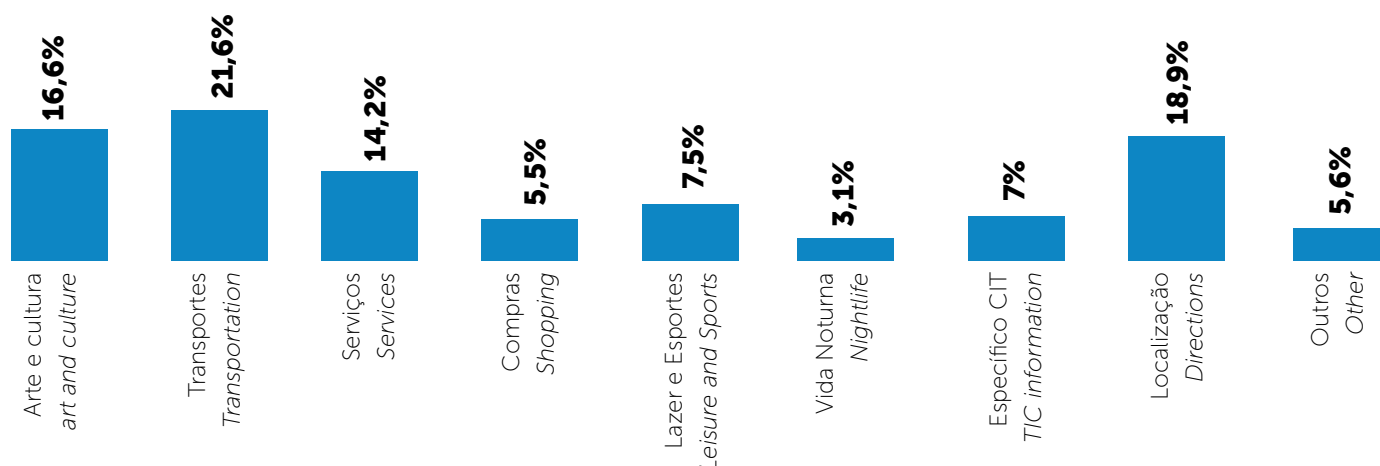
### PRINCIPAIS EMISSORES DE TURISTAS EM BUSCA DE INFORMAÇÕES NAS CENTRAIS - FEVEREIRO 2015

MAIN ORIGIN OF TOURISTS ASSISTED ON TOURISTS INFORMATION CENTERS - FEBRUARY 2015

INTERNACIONAIS INTERNATIONAL	BRASILEIROS BRAZILIAN	PAULISTAS RESIDENTS ON SÃO PAULO STATE
1 Chile	São Paulo (SP)	Campinas
2 Argentina	Rio de Janeiro (RJ)	Guarulhos
3 França	Minas Gerais (MG)	São José dos Campos
4 Alemanha/ Germany	Rio Grande do Sul (RS)	São Bernardo do Campo
5 Inglaterra	Paraná (PR)	Sorocaba

### TIPOS DE INFORMAÇÕES PRESTADAS - FEVEREIRO 2015\*

TYPES OF INFORMATION ASKED BY TOURISTS - FEBRUARY 2015



\* fonte: Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, 2015

\* source: Observatory for Tourism and Events of the City of São Paulo, 2015

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

Segundo levantamentos de postagens de turistas realizadas nas redes sociais sobre a cidade de São Paulo, os principais assuntos mais citados foram os cartões postais paulistanos (37,02%), gastronomia (27,39%) e arte urbana (21,11%). A principal ferramenta utilizada para os posts continua sendo o Instagram (43,95%), revelando uma tendência já consolidada da "postagem-imagem".

Os atrativos mais citados continuam sendo, nesta ordem: Avenida Paulista, Parque do Ibirapuera, Mercado Municipal e o Museu de Arte de São Paulo - MASP.

According to surveys of tourists from posts made on social networks over the city of São Paulo, the main issues were the most cited postcards São Paulo (37.02%), food (27.39%) and urban art (21.11%). The main tool used for posts remains Instagram (43.95%), revealing a central tendency of the "post-image".

The most mentioned attractions remain, in this order: Avenida Paulista, Ibirapuera Park, City Market and the Art Museum of Sao Paulo - MASP.

# 97,23%

*mensagens positivas ou neutras postadas sobre a Cidade de São Paulo nas redes sociais*

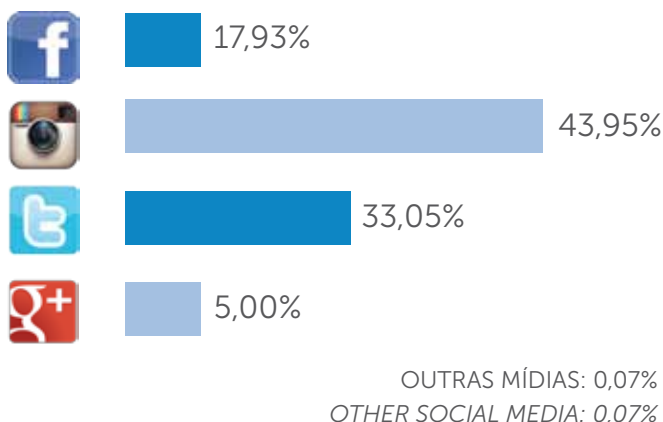
*positive or neutral posts about the City of São Paulo in social media*

# 37,02%

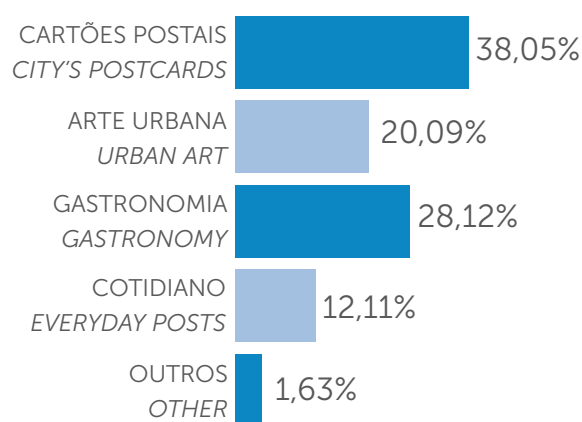
*do total de postagens citam cartões postais da cidade*

*of total posts comment about city's postcards*

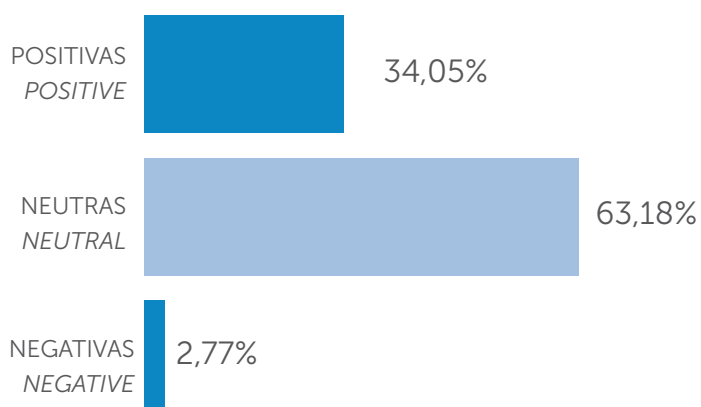
### PRINCIPAL MÍDIA SOCIAL UTILIZADA MOST USED SOCIAL MEDIA NETWORK



### PRINCIPAIS ASSUNTOS MAIN SUBJECTS



### AVALIAÇÃO DAS MENSAGENS MESSAGE EVALUATION



### ATRATIVOS MAIS CITADOS MOST MENTIONED ATTRACTIONS

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



O mês de fevereiro reflete para o setor turístico paulistano as incertezas econômicas que o país vive no início de 2015.

Contudo, algumas oportunidades de mercado são identificadas como tendências para o ano pelo Observatório: Eventos do segmento MICE e sociais, turismo doméstico de curta duração e atividades de lazer e cultura.

Eventos - organizadores de eventos consultados pelo Observatório afirmam que o mercado de feiras de negócios, principalmente as voltadas para indústria, sofrem impacto da baixa atividade no primeiro trimestre. Os eventos sociais e voltados para o segmento de congressos e convenções estima um crescimento para o primeiro semestre, sendo um setor menos propenso à cancelamentos e decréscimo no número de participantes.

Turismo doméstico de curta duração - A alta do dólar mudou o planejamento de viagem de milhares de brasileiros, que adiaram viagens ao exterior aguardando um câmbio mais favorável. A viagens de curta duração, especialmente nos inúmeros feriados prolongados em 2015 serão uma oportunidade de negócio para os roteiros paulistanos, que devem incluir especialmente atividades culturais, especialmente exposições temporárias de sucesso, que atrairam milhares de turistas e paulistanos aos museus em 2014.

O Observatório de Turismo e Eventos continuará analisando o mercado e realizando consultas por área de atuação para análises segmentadas sobre o desempenho do turismo paulistano para os próximos meses.

*The month of February reflects to São Paulo's tourism sector economic uncertainty facing the country in early 2015.*

*However, some market opportunities are identified as trends for the year by the Centre: Events MICE segment and social, domestic tourism short and recreational and cultural activities.*

*Events - Event organizers consulted by the Centre say the trade shows market, mainly focused on industry, are impacted by low activity in the first quarter. Social and events geared to the congresses and conventions segment estimates growth for the first half, one less prone to cancellations sector and decrease in the number of participants.*

*Domestic tourism short - The high dollar has changed the travel planning of thousands of Brazilians, who postponed trips abroad waiting for a more favorable exchange rate. The short trips, especially in the many long holidays in 2015 will be a business opportunity for the São Paulo path, which should include specific cultural activities, especially temporary exhibitions of success, which attracted thousands of tourists and São Paulo to museums in 2014.*

*The Centre for Tourism and Events will continue analyzing the market and conduct consultations by area of activity for targeted analysis on the performance of São Paulo tourism for the coming months.*

#### **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 de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo** **City of São Paulo Tourism and Events Observatory**

Chefe de Equipe/ Team Leader: **Fábio Montanheiro**

Analista Técnica/ Technical Analyst: **Andreza Serra**

Estagiários/ Interns: **Disney Batista, Midiã Barbosa, 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



**Visite/ Visit:**

www.spturis.com

www.cidadedesapaulo.com