

## OPINIÃO

### Crescimento consciente

São Paulo é a primeira cidade da América Latina para fazer negócios e a quinta mais gentil do mundo, de acordo com *ranking* recentemente divulgado pela revista inglesa *Reader's Digest*. Um reconhecimento que ganha mais valor por ser de uma respeitada publicação internacional. Isso é o reflexo do trabalho dos órgãos que atuam para fomentar o turismo na metrópole.

Essa avaliação também traz à tona novas considerações a respeito da consciência que o paulistano adquiriu da importância de tratar bem seu semelhante, item indispensável para o desenvolvimento do setor.

Uma das bandeiras do São Paulo Convention & Visitors Bureau é o *Bem Receber*, filosofia passada diariamente aos nossos associados, que multiplicam esse pensamento com respeito, profissionalismo e hospitalidade. O resultado é uma população cordial e gentil que, cada dia mais, percebe que só temos a ganhar com essas atitudes. E os frutos já começam a surgir.

A cidade registrou no primeiro semestre deste ano um aumento de 112% no número de eventos captados e apoiados pelo SPCVB, e de 75% no de visitantes, em relação ao mesmo período de 2005.

Na metrópole, o turismo de negócios não se encerra em boa infra-estrutura para eventos, hotéis bem equipados e variedade de categorias e preços. Ele vai além. O executivo que nos visita dispõe de muitas opções de entretenimento, gastronomia e, claro, um povo amigoso, sempre disposto a ajudá-lo, despertando assim o desejo de ficar mais um dia.

Outra pesquisa recente complementa a explicação desse crescimento. O *América Economia Intelligence*, centro de estudo da revista *América Economia*, apontou nossa metrópole como o principal destino da América Latina para se fazer negócios. O estudo destaca a grande capacidade de inovação da cidade.

Essas conquistas são motivo de orgulho, fruto de trabalho e união das engrenagens dessa máquina chamada turismo. Conseguimos transpor obstáculos e provar que, a cada dia, o setor está mais maduro. Por isso, nunca é demais dizer, união é fundamental. É buscando ir mais longe que São Paulo fica mais perto do mundo.

**Orlando de Souza**  
PRESIDENTE



## CAMPANHA

# São Paulo é tudo de bom e você também

A expressão “tudo de bom” – que remete a diversão, inteligência, algo agradável e sem preconceito – há algum tempo disseminou-se pela multifacetada metrópole e caiu no uso popular, afinal, aqui todos são bem-vindos.

O SPCVB aproveitou a oportunidade para desenvolver o lema *São Paulo é Tudo de Bom*. A intenção é consolidar essa idéia na mente dos mais de 10 milhões de paulistanos – e, em seguida, em todo o Brasil – e fazer dela uma espécie de *I love New York*.

O diretor-superintendente da entidade, Toni Sando, espera que a campanha logo se espalhe e que todos andem com o *slogan* pelas ruas, mostrando a marca da metrópole que não pára. Para isso, um “arsenal” de ações vem sendo preparado para difundir a idéia entre as pessoas.

Para os carros, adesivos; para os estabelecimentos comerciais, selos *São Paulo é Tudo de Bom e Você Também*; nas feiras, nos congressos e nos eventos a marca no estande do SPCVB. “Direcionar a forma como uma cidade é conhecida pelos turistas em potencial é fundamental para o sucesso do turismo”, destaca Sando. De acordo com ele, atualmente a metrópole é referência no turismo de negócios.

Sando explica que será fundamental a colaboração da população. “Com o envolvimento de todos, certamente alcançaremos o sucesso pretendido com essa ação, que

# NOSSOS TÁXIS também NOSSA PIZZA também

promete aquecer a economia local – sobretudo os 52 segmentos ligados diretamente com o turismo –, deixando de ser uma ação do SPCVB e gerando benefícios a toda a comunidade.”

Essa nova ação de marketing do SPCVB é a continuidade da campanha publicitária veiculada durante o primeiro semestre em todo o país. Personalidades como Ana

Maria Braga, Regina Duarte, Luana Piovani, Luciano Huck e João Dória Jr. mostraram o que é o turismo paulistano. Negócios, cultura, entretenimento e vida noturna foram alguns dos temas abordados na ação.



O São Paulo Convention & Visitors Bureau é uma fundação sem fins lucrativos, mantida pela iniciativa privada e denominada juridicamente Fundação 25 de Janeiro. A entidade foi instituída em 11 de novembro de 1983.

### Missão

PROMOÇÃO, CAPTAÇÃO, GERAÇÃO E INCREMENTO DE EVENTOS QUE AUMENTEM O FLUXO DE VISITANTES A SÃO PAULO  
[www.visitesaopaulo.com](http://www.visitesaopaulo.com)

## Fatos & Fotos

- 1 Jarbas Favoreto (Amitur), Toni Sando (SPCVB) e Fernando Longo (Secretário Estadual de Turismo)
- 2 Heloisa Prass (SPCVB e Pestana SP Hotel), Ana e Rubem (SPCVB) e Gisele Alvarez (Pestana SP Hotel) na Aviestur
- 3 Roland De Bonadona (Accor Hotels), Goiaci Alves Guimarães (FAVECC) e Orlando de Souza (SPCVB), no evento Feijão Amigo
- 4 Equipe SPCVB com IbrahimTatouh (IT Viagens e Incentivo), na EBS
- 5 Fernando Amaral, presidente da ITM Expo, com Elenice Zaporoli (SPCVB)
- 6 Diretoria e gerentes do SPCVB, associados da Costa dos Alcatrazes e Ilhabela, com a cantora Vanessa da Matta, na festa de lançamento do Guia SPCVB 2006.
- 7 Ana (SPCVB) com Gisela Prochaska (Innovation), Chris Ayrosa (C.A. Cenografia) e Tatiana Saccomanno (Casa das Caldeiras), empresas associadas e parceiras na festa de lançamento do Guia SPCVB 2006
- 8 Ricardo Bernd (RB2 Comunicação) e Raul Sulzbacher (SPCVB) no Elegance Raid
- 9 Elenice Zaporoli e Toni Sando (SPCVB), Horácio Neves (BrasilTuris) e Monica Rabelo (SPCVB) no evento de aniversário do BrasilTuris Jornal



## HOSPITALIDADE

### Bem Receber marca presença em sete feiras

*O objetivo é estar sempre nos principais eventos da cidade*

Fomentar o turismo de entretenimento, elevar a imagem positiva de São Paulo e promover facilidades aos expositores e visitantes das feiras realizadas na metrópole. Com essas propostas surgiu o programa *Bem Receber*, desenvolvido pelo SPCVB. Em poucos meses, a ação já contabiliza a presença em sete grandes eventos.

Os visitantes do Congresso Internacional de Oftalmologia, Hair Brasil, Feicom, APAS, Salão do Turismo, Pride & Attitudes e Hospitalar contam com os benefícios do programa, que vão de descontos na entrada de bares e casas noturnas a chope e petiscos de cortesia. "Neste segundo semestre estaremos nos principais congressos, feiras e eventos que passarão por São Paulo", destacou o gerente de marketing Rubem Valduga.

**ALÉM DAS REUNIÕES** - Rubem conta que essa iniciativa serve para mostrar que o turismo de negócios não se resume a sala de eventos, nem a pavilhão de exposições. "O executivo que nos visita depara com grande diversidade de opções de entretenimento. O *Bem Receber* chega para evidenciar essa estrutura", ressalta.

Além disso, segundo ele, é mais uma

oportunidade para os associados que atuam nesse segmento evidenciar sua marca e seus produtos. Os estandes *Bem Receber* contam com o *staff* do SPCVB e equipes das Centrais de Informações Turísticas da São Paulo Turismo, que oferecem aos visitantes, além dos descontos em *points* da cidade, dicas culturais, materiais promocionais e dados sobre tudo o que é possível fazer para se divertir entre uma reunião e outra.



O VICE-PRESIDENTE ROOSEVELT HAMAN E O DIRETOR-SUPERINTENDENTE TONI SANDO NO ESTANDE BEM RECEBER INSTALADO NO SALÃO DO TURISMO 2006

## BALANÇO



O BALANÇO TEVE AUDITORIA DA DELOITTE TOUCHE TOHMATSU BRASIL

### Reunião anual do Conselho Curador

O Conselho Curador da entidade esteve reunido, no fim de maio, para analisar a demonstração financeira referente ao exercício de 2005. O resultado foi a aprovação de 100% dos gastos e investimentos, que tiveram auditoria da Deloitte Touche Tohmatsu Brasil.

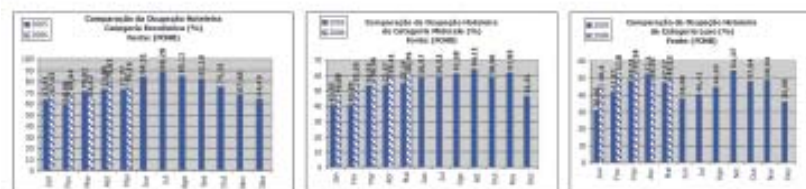
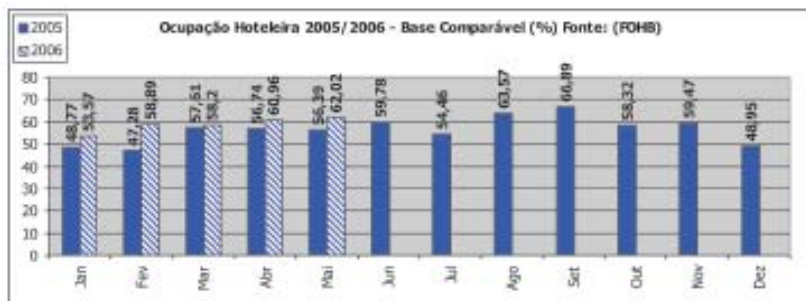
De acordo com o presidente da entidade, Orlando de Souza, "esse é o resultado do trabalho profissional que a Fundação realiza".

Na ocasião, além da aprovação das contas pelo presidente do Conselho, Tasso Gadzanis, também foi entregue aos membros o relatório de atividades do primeiro semestre deste ano – nesse período foi lançado o *Guia SPCVB* e conquistamos o prêmio *Brasil Travel News*. Além de ter captado e apoiado vários eventos, a entidade esteve presente em diversas feiras.

# São Paulo em Números

## HOTELARIA

**550** hotéis <sup>(1)</sup> Taxa média de ocupação em 2005: **55%**  
**50 mil** apartamentos disponíveis <sup>(3)</sup> Diária média em 2005: **R\$ 124,00**  
**350** motéis <sup>(1)</sup>



## GASTRONOMIA

**12,5 mil** restaurantes <sup>(3)</sup> **3,2 mil** padarias  
**2ª** cidade do mundo em número de restaurantes <sup>(1)</sup> **10,4 milhões** de pãesinhos por dia  
**52** tipos de culinária <sup>(1)</sup> **7,2 mil** pãesinhos por minuto <sup>(1)</sup>  
**500** churrascarias <sup>(1)</sup> **1,5 mil** pizzarias  
**250** restaurantes japoneses <sup>(13)</sup> **1 milhão** de pizzas por dia  
**15 mil** bares <sup>(1)</sup> **720** pizzas por minuto <sup>(1)</sup>  
**2 mil** opções de delivery <sup>(1)</sup>

## CULTURA E LAZER

**120** teatros <sup>(1)</sup> **27** eventos culturais <sup>(3)</sup>  
**71** museus <sup>(3)</sup> **46** parques <sup>(2)</sup>  
**280** salas de cinema <sup>(3)</sup> **7** estádios de futebol <sup>(2)</sup>  
**75** bibliotecas <sup>(2)</sup> **9** casas de espetáculos <sup>(2)</sup>  
**39** centros culturais <sup>(2)</sup> **1.000** academias de ginástica <sup>(2)</sup>  
**2.785** praças <sup>(2)</sup> **184** casas noturnas <sup>(3)</sup>  
**4** parques temáticos <sup>(2)</sup> **1** autódromo (aqui é realizado o GP Brasil de Fórmula 1) <sup>(2)</sup>

## EVENTOS

Somos a capital sul-americana de feiras de negócios <sup>(4)</sup>  
Aqui acontecem 90 mil eventos por ano <sup>(12)</sup>  
Conheça alguns de nossos indicadores:

**1** evento a cada **6 minutos** <sup>(12)</sup> transportes terrestre e aéreo <sup>(8)</sup>  
**500 mil** empregos diretos e indiretos <sup>(2)</sup> Circulam por ano **4,3 milhões** de profissionais e compradores, sendo **45 mil** estrangeiros. <sup>(4)</sup>  
**120** das **160** grandes feiras realizadas no país <sup>(4)</sup> **230 mil m²** de oferta diária em áreas de pavilhões <sup>(4)</sup>  
**1** feira de negócios a cada **3 dias** <sup>(4)</sup> **150 mil m²** de oferta diária em centros de convenções, espaços hoteleiros e outros <sup>(8)</sup>  
**75%** do mercado brasileiro de feiras de negócios <sup>(4)</sup> **29 mil** empresas expositoras passam por esses espaços, por ano <sup>(4)</sup>  
**R\$ 2,4 bilhões** de receita/ano <sup>(4)</sup>  
**R\$ 700 milhões** em locação de área para exposição <sup>(4)</sup>  
**R\$ 700 milhões** em serviços <sup>(4)</sup>  
**R\$ 8 bilhões** em viagens, hospedagem e

## TURISMO

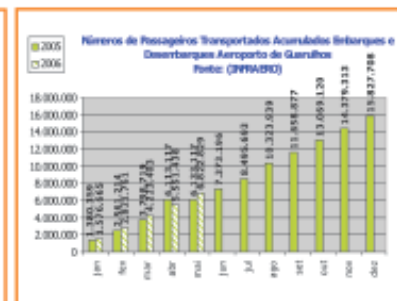
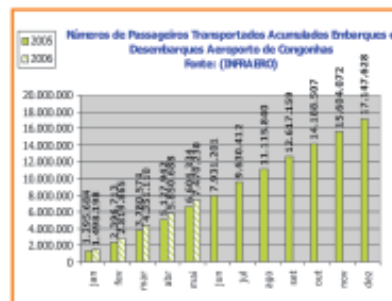
**9 milhões** de visitantes passam pela cidade anualmente <sup>(8)</sup>  
**2 dias** é o tempo médio de permanência dos viajantes na cidade <sup>(8)</sup>  
**R\$ 300,00** é o gasto médio diário de um visitante de lazer <sup>(8)</sup>  
**R\$ 600,00** é o gasto médio diário de um visitante de negócios <sup>(3)</sup>

## CONSUMO E FINANÇAS

**240 mil** lojas <sup>(1)</sup> **1.931** agências bancárias <sup>(1)</sup>  
**4 mil** farmácias e drogarias <sup>(1)</sup> **864 mil** transações de cartão de crédito por dia <sup>(1)</sup>  
**5 mil** pet shops <sup>(1)</sup> **42** ruas especializadas em mais de **40** segmentos <sup>(2)</sup>  
**72** shopping centers que recebem **30 milhões** de visitantes por mês <sup>(1)</sup> **15%** é a participação da cidade no PIB brasileiro <sup>(2)</sup>  
**900** feiras livres semanais <sup>(1)</sup>  
**34 mil** indústrias <sup>(3)</sup>

## TRANSPORTE

**5,2 milhões** de carros <sup>(3)</sup> **500** helicópteros (2ª maior frota do mundo) <sup>(1)</sup>  
**33 mil** táxis <sup>(1)</sup> **39** companhias aéreas <sup>(3)</sup>  
**21** empresas de táxi <sup>(1)</sup> **3** aeroportos na Grande São Paulo + 1 em Campinas <sup>(2)</sup>  
**10 mil** ônibus <sup>(1)</sup> **25 países e 75 cidades** nacionais e internacionais são os destinos oferecidos nesses aeroportos <sup>(6)</sup>  
**800** linhas de ônibus <sup>(2)</sup> **500 pousos e decolagens** diariamente no Aeroporto Internacional de Cumbica (Gru) <sup>(1)</sup>  
**19** terminais rodoviários <sup>(2)</sup> **33 mil** passageiros, diariamente, passam por Cumbica <sup>(1)</sup>  
**4** linhas de metrô <sup>(2)</sup>  
**57,6 km** de linhas metroviárias <sup>(3)</sup>  
**52 estações** de metrô <sup>(2)</sup>  
**270 km** de linha férrea <sup>(2)</sup>  
**91 mil** ruas e avenidas <sup>(1)</sup>  
**5,5 mil** semáforos <sup>(3)</sup>  
**1,8 mil** postos de gasolina <sup>(1)</sup>  
**349 mil** placas de trânsito <sup>(1)</sup>



**Fontes:**

(1) Editora Abril (2) PMSP (3) São Paulo Turismo (4) Ubrafe (5) Governo do Estado de São Paulo (6) Infraero (7) Fohb (8) São Paulo Convention & Visitors Bureau (9) Revista Latin Trade (10) IBGE (11) MEC (12) Sebrae (13) Guia de Restaurantes Japoneses – Editora JBC



**RELACIONAMENTO**

# SPCVB conquista parceiros em Alphaville e no ABC

Sete empreendimentos hoteleiros são os mais novos associados

Após o ingresso no quadro de associados de entidades e empresas de Ilhabela e Costa dos Alcatrazes, no litoral norte do Estado, sete empreendimentos de Barueri (Alphaville) e da região do ABC paulista também se uniram à Fundação. O objetivo é ampliar a oferta de serviços de hospedagem aos visitantes de São Paulo em dois pólos de eventos na cidade: zonas Sul e Oeste.

Para a gerente de relacionamento com mantenedores, Ana Maria Carvalho, trazer novos associados de fora da capital é um importante passo no caminho da excelência no atendimento. "As adesões representarão mais facilidade de hospedagem aos visitantes que vêm para feiras, congressos e eventos na ITM Expo, Transamérica Expo, Centro de Convenções Imigrantes e Estância Alto da Serra."

Passam a figurar entre os associados: Sequóia Residence, Clarion Alphaville, Comfort Suítes Alphaville, Quality Suítes Alphaville e Ibís Tamboré, em Alphaville; e Liau Hotels Park Suits e Liau Hotels Park Plaza, em São Bernardo do Campo.

A partir de agora, os materiais de divulgação da entidade passam a contar com a oferta dessas empresas. "Com a maior diversidade, o SPCVB ganha força na hora da captação de eventos. Além das



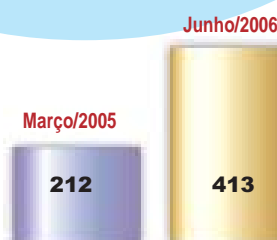
PAULO DE SOUZA/PMSBC



DIVULGAÇÃO PMB

ACIMA, A ALAMEDA RIO NEGRO, ENTRADA PRINCIPAL DE ALPHAVILLE E UM DOS CARTÕES-POSTAIS DE BARUERI. AO LADO, O IMPONENTE PAÇO MUNICIPAL DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

praias e belezas naturais de Ilhabela e Costa dos Alcatrazes, contamos agora com uma região referência em luxo e requinte e outra de grande praticidade em razão da proximidade do sistema viário Anchieta-Imigrantes, o que propicia a chegada rápida à capital", destaca Ana Maria. "São parceiros estratégicos que certamente crescerão com o turismo da cidade."



**Crescimento**

COM A ENTRADA DOS NOVOS PARCEIROS, CHEGA A 413 O NÚMERO DE ASSOCIADOS DO SPCVB. ISSO REPRESENTA UM CRESCIMENTO DE 95% (201 NOVOS ASSOCIADOS) DESDE MARÇO DE 2005, QUANDO TEVE INÍCIO A ATUAL GESTÃO.

**REGISTROS**

## SPCVB apóia o Pestana Hotel

A diretora de vendas e marketing do Pestana SP Hotel e vice-presidente do SPCVB, Heloísa Prass, reuniu cerca de 300 profissionais da área de organização de eventos em maio para apresentar o espaço de eventos do empreendimento hoteleiro. O SPCVB apoiou a realização e ofereceu aos participantes material institucional da cidade. O grupo musical *Cia. Broadway Brasil* animou a noite.

## Embaixadores Renaissance

Nossa equipe marcou presença no evento *Embaixadores Renaissance*, realização interna do hotel paulistano. História, curiosidades, bairros e pontos turísticos, culinária, arte, cultura e *glamour* foram temas abordados na exposição para os colaboradores do empreendimento. Os *staffs* do SPCVB e da São Paulo Turismo distribuíram materiais institucionais da cidade. Essa ação garantiu a interação dos colaboradores do empreendimento hoteleiro e resultou em elogios do gerente geral do hotel, Rahul Vir.

Segundo a gerente de relacionamentos do SPCVB, Ana Maria Carvalho, "a ação do hotel veio ao encontro da missão da nossa entidade, que é promover e divulgar a cidade. Com colaboradores mais bem orientados, quem ganha é o visitante".



AVIESTUR - GERENTES E ASSOCIADOS DO SPCVB NA PRIMEIRA EDIÇÃO DESTE ANO



IMEX - MARIA JOSÉ ALVEZ SARAVIA (GERENTE REGIONAL DA ICCA PARA A AMÉRICA LATINA), EDUARDO SANOVICZ (PRESIDENTE DA EMBRATUR) E ELISABETE SORRENTINO (SPCVB)

## Estivemos Presentes...

- Abril** EBS  
Aviestur
- Mai** IMEX
- Junho** Lacime  
TAM Show Rio de Janeiro, Brasília, Salvador e Belém

## Feiras com Associados...

- 1 e 2 de setembro Avirrp
- 29 e 30 de setembro Aviestur
- 25 a 29 de outubro Abav
- 16 a 19 de novembro Feira de Gramado
- 5 a 7 de dezembro Exosystem

## Estaremos Presentes...

- La Cumbre
- Icca General Assembly

## TANQUE CHEIO

# Que venham os turistas do interior

Para atraí-los nos fins de semana, com o propósito de usufruir o lazer da cidade, o **SPCVB** e a São Paulo Turismo lançam programa de descontos

O compromisso de fomentar o turismo em São Paulo gerou nova ação do **SPCVB** e da São Paulo Turismo: a campanha *São Paulo Tanque Cheio*, que terá início em agosto e buscará atrair à metrópole visitantes com perfil bem definido, o paulista do interior que chega dirigindo o próprio veículo.

As duas entidades se uniram a parceiros como Visanet e Distribuidora de Petróleo Via Brasil para oferecer aos viajantes descontos e benefícios em equipamentos turísticos da capital.

“A expectativa é de aumento na taxa de ocupação hoteleira, bem como na movimentação de setores da economia, como gastronomia e compras”, antecipa o gerente de marketing do **SPCVB**, Rubem Valduga.

Prevista para durar até dezembro, a ação prevê que o visitante que abastecer seu veículo em um dos 100 postos da rede Via Brasil no Estado e pagar com

cartões Visa ou Visa Electron valores a partir de R\$ 60,00 ganhará um *voucher* de descontos. No “passaporte” está a relação dos parceiros, entre hotéis, restaurantes e parques.

No caso das unidades hoteleiras, 43 delas participam da promoção com tarifas que variam entre R\$ 80,00; R\$ 100,00 e R\$ 120,00 – uma alusão aos limites de velocidade nas rodovias do Estado. Além

do desconto na tarifa, o visitante contará com café-da-manhã, *early check-in* no sábado, *late check-out* no domingo, apartamentos *single* ou *double*. Entre os parceiros estão o Parque da Mônica, o Mundo da Xuxa e o Playcenter.

**DIVULGAÇÃO** - Para estimular o acesso aos benefícios, começará a ser veiculada uma campanha publicitária em emissoras de rádio e em jornais do interior.



## NEGÓCIOS



# A melhor cidade da América Latina

Os mais de 10 milhões de paulistanos podem se orgulhar de sua cidade por mais um motivo: São Paulo é o melhor destino da América Latina para fazer negócios, segundo estudo divulgado recentemente pelo *América Economia Intelligence*, centro de pesquisas da revista *América Economia*, do Chile.

O *ranking* pontuou os 40 melhores municípios da região para negócios. Santiago (no Chile) ficou em segundo lugar e Monterrey (no México), em terceiro. Entre os critérios de avaliação estão o potencial inovador, a capacidade para gerar novos empreendimentos, a competitividade em telecomunicação, a segurança e o custo de vida.

**ICCA** - Outra boa notícia vem da *International Congress & Convention Association* (ICCA). Em nova classificação das metrópoles que mais recebem eventos internacionais de negócios, a cidade subiu 16 posições: da 53ª para a 37ª colocação mundial. Foram 29 realizações no ano passado, contra 16 em 2004 – crescimento de mais de 80%.

Na lista que leva em conta o número de participantes, a capital ocupa posição de maior destaque: o 28º lugar, graças aos 17.285 visitantes recebidos em 2005.

No *ranking* por país, o Brasil figura agora na 8ª posição, por ter atraído 130.265 pessoas em 2005, contra 84.647 no ano anterior. Também houve ascensão no ranking de eventos: do 14º posto em 2004, com 106, para o 11º no último ano, com 145.

## PREMIAÇÃO



ORLANDO DE SOUZA (SPCVB), PAULO MIRANDA (BRASIL TRAVEL NEWS) E TONI SANDO (SPCVB)

# SPCVB recebe o “Oscar” do Turismo

O forte trabalho de incentivo ao turismo paulistano desenvolvido pela atual diretoria do **SPCVB** no decorrer de 2005 foi coroado com o prêmio *Brasil Travel News – Os 10 Mais do Turismo*, na categoria “Incentivo ao Desenvolvimento do Turismo”.

O troféu foi entregue ao presidente Orlando de Souza em festa realizada em junho no Hotel Crowne Plaza, no bairro da Bela Vista. Como personalidade do ano foi premiado o presidente da Embatur, Eduardo Sanovicz. A TAM ganhou como melhor companhia aérea e a CVC Turismo, como melhor operadora.

A premiação existe há mais de 20 anos e avalia fatores como desempenho comercial, capacidade de inovação, criatividade e sucesso nas realizações.

## SALA SÃO PAULO

# Muito prazer, concierges!

Evidenciar as faces do turismo paulistano é um dos propósitos do **SPCVB**, que se uniu à Fundação Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo e à Associação Brasileira dos *Concierges* de Hotéis de São Paulo (Lês Cléf’s d’Or). A parceria resultou na apresentação, em junho, da Sala São Paulo, o maior e o melhor espaço para concertos da América Latina, aos *concierges* da capital.

Durante o coquetel, o presidente do **SPCVB**, Orlando de Souza, ressaltou que “qualificar esses profissionais é um importante passo no fomento ao turismo local”. Para o vice-presidente, Raul Sulzbacher, “os *concierges* são fundamentais aos espaços de entretenimento. São eles os gurus dos visitantes de luxo”. Os diretores da Sinfônica e da Lês Cléf’s d’Or também marcaram presença.



TONI SANDO (SPCVB), FRANCISCO LIMA (ASSOC. BRAS. DOS CONCIERGES DOS GRANDES HOTÉIS/SP), CARLOS HARASAWA (FUNDAÇÃO OSESP), LUIZ ALBUQUERQUE (ASSOC. BRAS. DOS CONCIERGES DOS GRANDES HOTÉIS/SP) E ORLANDO DE SOUZA (SPCVB)

## Vice-presidentes do SPCVB



DA ESQUERDA PARA A DIREITA:

RAUL SULZBACHER, PERCIVAL MARICATO, ALBERTO VIDIGAL, MAURÍCIO BERNARDINO, ALEXANDRE WERFEL, ORLANDO DE SOUZA (PRESIDENTE), JOSÉ RAFAEL GUAGLIARDI, HELOISA PRASS, ANNIE MORRISSEY, PAULO AMORIM, VALTER PATRIANI E ROOSEVELT HAMAM

### EXPEDIENTE

EM DIA é uma publicação trimestral da Fundação 25 de Janeiro / São Paulo Convention & Visitors Bureau. Alameda Ribeirão Preto, 130, conj. 121, São Paulo, SP, CEP 01331-000. Tel: (11) 3289-7588, fax: (11) 3285-1520, spcvb@spcvb.com.br. Direção: Toni Sando. Coordenação: Ana Maria Carvalho. Redação: Scritta – Serviço de Imprensa Ltda. - Divisão de Publicações. Jornalista responsável: Paulo Piratininga (MTPS 17.095). Textos: Wagner Lima (MTb 37.325). Editoração: Edgar Pêra (MTb 14.336). Revisão: Júlio Yamamoto. Tiragem: 2 mil exemplares. É permitida a reprodução das matérias, desde que citada a fonte.