ROTA VIVA
INTERNATIONAL MAGAZINE

ANO VIII - Nº 24 - R$10,50

ABAV
2012

TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS
BUSINESS AND EVENTS-RELATED TOURISM

PORTO DE GALINHAS
Visual surpreendente

Surprising visual

CONVENTION BUREAUX
Mais de um século de sucesso

Over a century of success

CBC&VB

BRASIL

Everything a luxury

hotel can offer

PARK HOTEL

RÁ - BRAZIL

3253-1803

k.com.br

Lobby

La Marine Restaurant

Marina´s fast food

swimming pools

Presidential suite

Kid´s place

EDITORIAL

Pouco a pouco, mas constante e irreversivelmente, o Brasil vem desenvolvendo a sua indústria do turismo. No entando, algumas medidas importantes ainda têm que ser tomadas para a maior profissionalização do setor, saindo de seu empirismo histórico. Além da infraestrutura, obrigação dos governos, faz-se necessária uma maior conscientização dos empresários do setor, principalmente no que diz respeito à compreensão da importância dos Convention Bureaux e da mídia especializada. Os Convention, os captadores de eventos de negócios, congressos e feiras, carecem de maior apoio, principalmente no momento em que o segmento cresce a olhos vistos, com a instalação de novos centros e espaços especializados. E ao tomarem consciência de sua importância, os players saberão também conscientizar seus clientes para a importância de sua contribuição. Também necessário se faz a compreensão do trabalho da mídia, o canal que em última instância leva ao comprador do produto turismo o conhecimento do destino. E é depois de escolher para onde ir que esse viajante vai procurar as agências ou operadoras para selecionar o melhor pacote para onde pretende viajar. E, já no destino, toda a cadeia produtiva lucra com os recursos despendidos por esses visitantes. RV

Little by little, but in a constant, irreversible fashion, Brazil is developing its tourism industry. However, some important measures still need to be taken in order to professionalize the sector and free it from its historic empiricism. Besides infrastructure – a government obligation – it is necessary that entrepreneurs gain an understanding of the importance of Convention Bureaux and specialized media. Convention Bureaux, the attracters of business events, conferences and trade shows, deserve more support, especially at a time when the segment is growing significantly, with the installation of new convention centers and specialized structures. When stakeholder firms become aware of the importance these institutions have, they will know to educate their clients about it. Also long due is an understanding of the role played by the media, ultimately the channel through which the buyers of a tourist product get to know about a destination. And it is after they choose a place to visit that travelers will look for tour agencies or tour operators to pick the package that best suits them. Once these visitors get to the destination, the entire productive chain benefits from the resources they spend. RV

ROTA VIVA
INTERNATIONAL MAGAZINE

06 *Turismo de Negócios e Eventos*
Business and events-related tourism

18 *PORTO DE GALINHAS*
Visual surpreendente
Surprising visual

22 *Museus: para o futebol e para a lingua portuguesa*
Museums: for soccer and portuguese language

30 *Uma industria cearense pouco conhecida*
A scarcely known Ceará industry

34 *CONVENTIONBUREAU*
Mais de um seculo de sucesso
Over a century of success

44 *GONÇALVES*
Bucolismo mineiro
Minas Gerais bucolicness

Expediente

Conselho Editorial:
Antonio Eliseu de Barros Junior, Carlos Antonio de Oliveira Carvalho, Carlos Eduardo Cadoca Pereira, Celso Morandi, Colombo Cialdini, Dilson Jatahy Fonseca Junior, Fernando Cesar Ferrero, José Ozanir Castilhos da Rosa, Luiz Carlos de Assis Bernardes, Paulo Cesar Boechat Lemos, Régis Nogueira de Medeiros, Roberto José Marques Pereira, Vitório Rodrigues Ferreira.
Diretor/Editor/Publisher:
Antonio F. A. Calabria
Redação:
Eliane Ubaldo da Silva
Tradução:
Claudio S. A. Calabria
Repórter:
Joana Carolina S. A. Calabria
Fotos:
Acervo Rota Viva
Projeto Gráfico:
Edson Álvares
A Revista Rota Viva é uma publicação de:
Antonio F. A. Calabria Editora
revistarotaviva@rotaviva.com.br
www.rotaviva.com.br

Centro de Negócios Sebrae/CE.

É assim que a gente apoia os pequenos: com grandes espaços.

O Centro de Negócios Sebrae/CE é uma vitrine para quem busca um moderno espaço para a realização de eventos. Com uma área de 2.800m², o complexo possui uma praça externa com projeto paisagístico, hall center para pequenos eventos, espaço destinado a feiras e exposições, estrutura de apoio (sala VIP, sala de imprensa, sala de administração dos eventos, praça de alimentação). O espaço é totalmente adaptado para deficientes físicos.

O Centro de Negócios Sebrae/CE possui dimensões adequadas para pequenos e médios eventos. Localização privilegiada pela proximidade do centro da cidade e região litorânea, do conglomerado hoteleiro de Fortaleza e do melhor corredor comercial do Nordeste.

O espaço perfeito para a realização do seu evento.

CENTRO DE NEGÓCIOS SEBRAE/CE

Av. Monsenhor Tabosa, 777 - Praia de Iracema
Tel.: (85) 3255.6600 / 6703 / 6805 / 6842
Fax: (85) 3255.6669
www.ce.sebrae.com.br
centrodenegocios@ce.sebrae.com.br

SEBRAE

Turismo de negócios e eventos
A nova vocação do Nordeste Brasileiro

Centro de Eventos do Ceará - CEC

Nos últimos anos, o Brasil vem apresentando um sensível crescimento no segmento do turismo de negócios, estando hoje posicionado entre os oito maiores captadores dessa atividade em todo o mundo. Enquanto isso, o turismo de lazer tem caído ou na melhor das hipóteses tem crescimento zero. No último ano, a nossa Conta Turismo apresentou um déficit de R$ 10 bilhões, com R$ 15 bilhões de saída e apenas R$ 5 bilhões de entrada. Para Gastão Vieira, Ministro do Turismo, " o Turismo de Negócios ocupa um patamar inédito no Brasil.Em 2011, alcançamos o melhor resultado na captação de congressos e convenções internacionais desde 2003 quando o Ministério do Turismo foi criado. No último ano o Brasil sediou 304 eventos internacionais, crescimento de 390% nos últimos nove anos, colocando-nos no sétimo lugar do ranking da ICCA – International Congress and Convention Association. O Brasil é o único pais sul-americano entre os 10 primeiros colocados."

Eventos no Nordeste - De olho no turismo profissional, o Nordeste tem se especializado, com novos e modernos equipamentos sendo implantados em diversos estados, em espaços privados e públicos. Exemplos da segunda assertiva, são os estados do Ceará e da Paraíba, que acabam de inaugurar grandes Centros de Convenções, que já estão funcionando parcialmente. No Ceará, depois de cerca de 20 anos de reinvidicação do trade, o Governo Cid Gomes, tendo à frente de sua secretaria de turismo Bismarck Maia, está terminando a construção do Centro de Eventos do Ceará, o segundo maior do Brasil e com capacidade de receber até 30 mil pessoas ao mesmo tempo, em um ou mais eventos. O Centro de Eventos do Ceará nasce após anos de discussões entre governos e iniciativa privada, uns contra e outros a favor, ora discutindo o local, uns mais apropriados e outros menos. Chegou-se até a conjecturar a construção de um aterro no mar para receber o equipamento. Com 99% de suas obras físicas concluídas, o CEC insere Fortaleza no seleto grupo das cidades do mundo capazes de sediar mega eventos em espaços fechados. Orçado em cerca de R$ 500 milhões, após um primeiro levantamento que calculava em R$ 150 milhões seu custo total, o Centro é o segundo maior do Brasil e pode receber até 48 eventos simultaneamente. São

Reveillon do Marina Park Hotel

153 mil m2 de área construída num terreno de 17 hectares, com 2 hectares de jardins e mais de 3 mil vagas de estacionamento.

Sustentabilidade - Refrigeração, iluminação, sanitários e acessibilidade obedecem às regras de preservação do meio ambiente, assim como o acesso de deficientes, facilitado pelas instalações. O sistema de climatização instalado em todos os setores tem central de água gelada e tanque de termoacumulação, o que reduz o consumo de energia. Os sanitários são dotados de sistemas de escoamento de dejetos a vácuo, o que diminui muito o consumo de água. Uma grande modificação foi feita no entorno do equipamento, com a construção de novas pistas e túneis, para uma maior mobilidade urbana na região, já de si muito movimentada e com graves problemas de trânsito. As modificações deram uma sensível melhoria nos antigos problemas, causados principalmente pelo crescimento da região que sedia entre outros a Universidade de Fortaleza – Unifor, a maior do estado. De acordo com o Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará – IPECE, o CEC deve gerar, já no seu primeiro ano de funcionamento, R$ 360 milhões em impostos municipais, estaduais e federais e influenciará na criação de mais de 110 mil empregos, 85% deles no Ceará.

Visibilidade - No sábado 29 de setembro o Centro de Eventos do Ceará ganhou grande visibilidade ao sediar a final do concurso Miss Brasil 2012, que numa bela produção teve o equipamento como pano de fundo para a festa, com transmissão direta para o Brasil e vários outros países. Na apresentação do equipamento, em agosto último, o Governo do Ceará apresentou um show num evento fechado com o barítono espanhol Placido Domingo para três mil convidados de todo o Brasil. Em resposta às criticas pelo alto custo da festa e a seleção de convidados vips, o Governador Cid Gomes foi enfático: - “Esse é um equipamento que tem de vender espaços, e o público que compra espaços, que realiza eventos e feiras é um público que está muito concentrado no sul do país. Ou a gente atrai essas pessoas para cá ou vamos ficar com um equipamento que não vai ser usado. Então, eu acho

Auditório e salão de eventos do CEC; segundo maior do Brasil

Concurso Miss Brasil 2012, no CEC

que a melhor forma é fazer o que nós fizemos, um grande evento com uma atração internacional, trazendo para cá os nossos principais potenciais compradores."

Equipamentos privados - Dotado de uma boa rede hoteleira em constante crescimento, Fortaleza tem grandes hotéis que oferecem bons equipamentos para eventos de pequeno e médio portes em ambientes fechados, como o Marina Park Hotel com suas várias salas e salões para eventos, mais o Atlântic Hall, salão de feiras com capacidade para receber até 4 mil pessoas. Ainda no Marina Park, um bosque com coqueiros, pátios, quadras de tênis e outros esportes que, juntos, chegam a receber até 100 mil pessoas em 3 dias em espaço aberto, no Ceará Music, festival musical que se realiza todos os anos naquele espaço. É lá também que acontece o Reveillon do Marina todos os anos e que junta cerca de 8 mil pessoas confortavelmente sentadas a mesas. O Reveillon do Marina é o maior reveillon de hotel no Brasil.

Turismo em João Pessoa - O Centro de Convenções de João Pessoa já começa a mudar a realidade do turismo paraibano. As obras do novo complexo estão em pleno andamento e a inauguração da primeira etapa foi realizada em 26 de agosto, dia do aniversário da cidade. Todo o conjunto será inaugurado em meados de 2013. Até agora, foram investidos R$ 94 milhões, sendo R$ 70 milhões de recursos próprios do Estado da Paraíba e o restante do Governo Federal. A obra total está orçada em R$ 170 milhões.

A maioria dos turistas que visitam o Estado, tendo João Pessoa como a porta de entrada, têm um perfil familiar, de amigos e pessoas que formam os grupos da melhor idade. Esse perfil irá mudar, segundo afirmação do próprio governador paraibano, Ricardo Coutinho. "O turismo de eventos vai mudar o público que vem à Paraíba, tendo o foco principal no segmento corporativo, de grandes eventos", disse o governador.

A aposta está justamente direcionada à instalação do Centro de Convenções. De acordo com Ricardo Coutinho, a Paraíba será a "bola da vez" no turismo de eventos, porque irá oferecer uma nova proposta para o setor, com uma cidade - João Pessoa - pronta para re-

Novo Centro de Convenções de João Pessoa

ceber bem esses turistas, com infraestrutura urbana diferenciada. João Pessoa por si só já é um forte motivador para a atração dos eventos e, com esse novo equipamento, certamente será bem requisitada pelos seus organizadores.

A estrutura - Localizado na Costa do Sol, às margens da PB-008, o complexo do Centro de Convenções contará com um Mirante, uma área destinada à Feira de Exposição e Eventos, um Teatro e um Centro de Congressos. Para a comodidade dos visitantes, o local terá um estacionamento com capacidade para abrigar 1.020 carros, sendo 19 vagas exclusivas para portadores de necessidades especiais. O estacionamento para ônibus terá a oferta de 22 vagas, além de ponto de táxi. O local também terá um heliponto. No quesito ambiental, estão previstas áreas para jardins e de preservação. Lagos e espelhos d'água estarão espalhados pelo local, com capacidade de armazenar água pluvial.

O prédio do Mirante se destaca entre os outros do complexo por sua forma triangular: na planta, o prédio possui a fórmula geométrica perfeita de um triângulo equilátero. Ponto central do complexo, o Mirante será equipado, no primeiro piso, com banheiros para os visitantes, balcão para atendimento, hall de acesso aos elevadores e escada.

No segundo pavimento, estarão as salas de administração, segurança e áreas técnicas para ar condicionado. Já a 7,5 metros do piso estará o restaurante, com espaço para 94 mesas de quatro lugares e uma ampla varanda. No vértice deste pavimento haverá uma cascata com queda no lago da Praça do Relógio de Sol. O mirante propriamente dito estará localizado a 55 metros do chão, o equivalente a 17 andares, proporcionando uma vista panorâmica do litoral pessoense.

O Centro de Congressos está sendo erguido sobre um lago artificial com 60 centímetros de

" Garanto os terrenos e incentivos para quem estiver disposto a investir aqui agora."

Governador Ricardo Coutinho

Feira de Turismo no Centro de Eventos de João Pessoa

profundidade, interligado por passarela ao Mirante. O local tem área total construída de 13.641, 98 metros quadrados. O primeiro pavimento, com área de mais de 11 mil metros quadrados, possuirá divisórias móveis acústicas, podendo servir como um auditório para 2.340 pessoas, ou ser dividido em até oito espaços diferentes. O local também contará com salas multiuso, salas de apoio, sanitários públicos e para funcionários, reprografia, salas para atendimento médico, cozinha e refeitório. No segundo piso funcionará a área administrativa.

Exposições e Eventos - O prédio de Exposições e Eventos, já inaugurado e funcionando, possui mais de 19 mil metros quadrados construídos, com área livre para estandes, de 15 mil metros quadrados. No restante do espaço foram distribuídas quatro áreas para credenciamento e/ou vendas de ingressos, integradas aos dois estacionamentos contíguos ao espaço da feira, oferecendo a possibilidade de realizar até quatro eventos distintos no mesmo momento.

O local também conta com uma lanchonete ampla, com atendimento interno à feira e externo, com espaço para 32 mesas cobertas e 40 mesas no deck, ao lado de um espelho d'água com fonte. Dentro do prédio há o apoio de outras três lanchonetes.

O teatro, próxima etapa a ser inaugurada, terá 3.042 lugares, divididos entre plateia e balcão. A área de plateia contará com 2.478 poltronas comuns, 56 para obesos e 13 espaços para cadeiras de rodas. Já o balcão terá 489 poltronas comuns e seis para obesos. O Teatro contará com toda a estrutura adequada para abrigar as peças e musicais mais celebrados do país e do mundo. O complexo do Centro de Convenções da Paraíba está sendo implantado às margens da rodovia PB 008, bairro Costa do Sol, no caminho para as praias do litoral sul do estado. O Centro foi projetado para ser um dos mais modernos do país, com todos os equipamentos necessários para a realização de pequenos, médios e grandes eventos.

Polo Turístico Cabo Branco – Lançado há cerca de 30 anos pelo Governador Tarcisio Burity, o Complexo Turístico Cabo Branco pretendia a construção

Mirante do Centro de Convenções de João Pessoa

Obras em andamento do novo Centro de Convenções de João Pessoa

de hoteis e equipamentos turísticos após a praia do Seixas, no sul de João Pessoa. Os terrenos foram doados a empresas e empresários do ramo, com o compromisso de ali implantarem os estabelecimentos combinados. Os anos passaram-se e nada foi feito. Agora, com a construção do Centro de Convenções, integrante do Polo, torna-se imprescindível a construção de novos hotéis em João Pessoa, pois o parque atualmente existente é insuficiente para atender à demanda que começa a haver. O Govenador Ricardo Coutinho assumiu agora o compromisso de levar avante a empreitada, negociando com os atuais proprietários das áreas para a implantação ou tranferindo-as para outros que se comprometam a iniciar de imediato os investimentos necessários. " Garanto os terrenos e incentivos para quem estiver disposto a investir aqui agora." O Polo não pode ser patrimônio de uns poucos que nada fazem ali. Dou todas as garantias necessárias para sua implantação. A todos os empresários do Brasil e exterior digo que a hora é essa. Somos a bola da vez do Turismo de Negócios e Eventos do Nordeste. A 40 quilômetros daqui está sendo construído um dos maiores polos industriais do Brasil, capitaneado pela Fiat Automóveis, que já tem sua montadora bastante adiantada. E o Polo do Cabo Branco, com seu Centro de Convenções e infraestrutura de primeira será um dos principais beneficiados." conclui Ricardo Coutinho.

Hospede-se no melhor Flat à beira-mar, de João Pessoa
Be a guest at the best Hotel by the sea in João Pessoa
Localizado à beira-mar na Praia do Cabo Branco em João Pessoa, nosso Hotel dispõe de 75 apartamentos
TV a cabo - Frigobar - cofre individual
ar condicionado - Internet Banda Larga
Cozinha Internacional - Bar Panoramico
Scotch Bar - Piscina.
Ambassador
FLAT

Business and events-related tourism
The new vocation of Northeast Brazil

Ceará Events Center

Over the last few years, Brazil has been undergoing sensible growth in the segment of business tourism, which earned it a position among the top eight countries that attract the most events. Meanwhile, leisure tourism has been decreasing or, at best, getting zero growth. Last year, our Tourism Account had a R$ 10 billion deficit, with R$ 15 billion in expenditures and only R$ 5 billion in revenue. According to Gastão Vieira, Minister of Tourism, "Business-related tourism holds an unprecedented position in Brazil. In 2011, we got our best result in terms of international conferencing since 2003, when the Ministry of Tourism was created. Last year, Brazil hosted 304 international events, a 390% growth over the last nine years, placing us at seventh place in the International Congress and Convention Association - ICCA ranking. Brazil is the only South American in the top ten.

Events in Northeast Brazil. With an eye at professionalizing tourism, Northeast Brazil has been seeking to upgrade its structure, and new modern facilities are being implemented in private and public spaces. Examples are provided by the states of Ceará and Paraíba, both of which have just opened massive Convention Centers, which are already functioning partially. In Ceará, after nearly 20 years of claiming by the local trade, the Cid Gomes administration, headed by Bismarck Maia, is finishing the construction of the Ceará Events Center, the second largest in Brazil, with a capacity for 30 thousand people in one or more events. The advent of Ceará Events Center was preceded by years of arguments between public administrations and the private initiative as to the pertinence of the building and its location. Some went as far as claiming a landfill operation should be done along the coast to accommodate the structure. With 99% of physical works concluded, Ceará Events Center places Fortaleza in the select group of world cities that can host mega events indoors. With a total cost of nearly R$ 500 million, after a first estimate of R$ 150 million, the Center is Brazil's second largest of its kind and can host 48 events at once. Its built area adds up to 153 thousand meters over a 17

hectare plot, with 2 hectares of gardens and more than 3 thousand spaces for car parking.

Sustainability – Air conditioning, lighting, toilets and accessibility follow the tenets of environmental preservation and ease of access for disabled people. The cooling system installed in all sectors includes a cold water central and a thermal accumulation tank, reducing energy consumption. Toilets are equipped with vacuum depletion systems, which reduce water consumption. Important alterations were promoted in the structure`s neighboring areas, with the construction of new lanes and tunnels to provide more urban mobility in the region, which already was very busy and had serious traffic problems. Modifications brought sensible improvements in relation to these old problems, brought about by the region's growth – it is home to the state's largest university, Universidade Fortaleza – Unifor. According to Ceará's Economic Strategy and Research Institute – IPECE, CEC should generate, in its first year in operation, a R$ 360 million revenue in local, state and federal taxes and will have an impact on the creation of more than 110 thousand jobs, 85% of which in Ceará.

Visibility – On 29 September, a Saturday, Ceará Events Center got a lot of visibility for hosting the finals of Miss Brazil 2012, an event that was broadcasted to all of Brazil and several other countries. To launch the new structure, the Government of Ceará put up a concert of Spanish baritone Plácido Domingo at a closed event for three thousand guests from all of Brazil last August. Replying to criticism aimed at the lavish costs of the party and the criteria for selecting guests, Governor Cid Gomes was emphatic: "This is a structure with spaces that needs to be sold, and the audience that buys these spaces and organize events and trade shows is made up of people who are concentrated in the country's south. Either we bring these people here or we will have a structure that will not be used. So, I think we did the right thing, a large event with an international attraction, to bring here our main potential buyers."

Private structure – Equipped with a good hotel network

that is constantly growing, Fortaleza has large hotels that offer good structure for small and mid-sized indoor events, such as Marina Park Hotel, which has several rooms and halls for events, and Atlântic Hall, a space for trade shows with a capacity to hold up to 4 thousand people. Still in Marina Park, a green space with palm trees, patios, tennis courts and other sports that, altogether, hold up to 100 thousand people for three nights in Ceará Music, a yearly music festival. This is also where Marina's New Year Party happens. Every year, 8 thousand comfortably seated people participate in Marina's party, Brazil's largest New Year party at a hotel.

Tourism in João Pessoa – João Pessoa's Convention Center is already changing the picture for tourism in Paraíba. Construction work in the new complex is well underway and the first stage was inaugurated at August 26, on the city's anniversary. The entire complex will be inaugurated in mid-2013. So far, R$ 94 million have been invested, R$ 70 million of which provided by Paraíba's state funds and the rest by the Federal Government. The whole work is quoted in R$ 170 million. Most tourists visiting the state are groups of family, friends and senior citizens. This profile is going to change, according to Governor Ricardo Coutinho himself. "Events-related tourism is going to change the profile of tourists coming to Paraíba, with a main focus on the corporate segment and on large events," the governor said.

Important alterations were promoted in the structure`s neighboring areas

Bets are placed precisely in the construction of the Convention Center. According to Ricardo Coutinho, Paraíba is the next thing in the events tourism scene, due to the new offer that it represents, coming from a city that is ready to cater to these tourists, with a competitive urban infrastructure. João Pessoa is in itself a strong attracter of events. Now, with this new facility, it will certainly be in demand by event organizers.

The structure – Set in the Costa do Sol area, by the PB-008 road, the Convention Center complex will feature an observation deck, an area for Trade Shows, a Theater and a Conference Center. For the comfort of visitors, the place will have a parking lot for 1.020 cars, including 19 of spaces for people with special needs. There will also be room for 22 buses, as well as a taxi stop. The place will also boast a helipad. In the environmental department, gardens and preservation areas are in the plans. Lakes and reflecting pools that can hold rain water will be scattered throughout the place.

The Observation building stands apart from the others due to its triangle shape: the blueprints show the building with perfect shape of an equilateral triangle. The Observation building is a central point in the complex. The first floor will be equipped with bathrooms for visitors, an attention desk, access hallway to lifts and a staircase.

The second floor will accommodate administration offices, security offices and the air conditioning system. 7.5 meters above this, there will be a restaurant with room for 94 tables for four and a spacious balcony. From a vertex in this pavement a cascade will pour water into the Sun Watch Plaza. The observation deck itself will be located 55m above the ground, which corresponds to a 17-floor building, giving a panoramic view to the coast of João Pessoa.

The Conference Center is being built over a 60 cm deep artificial lake, linked to the Observation building by a walkway. The place has a total built area of

13,641.98 square meters. The first pavement will take up more than 11 thousand square meters. Mobile partitions will allow it to function as an auditorium for 2,340 people or to be split into up to eight different spaces. The place will also rely on multipurpose rooms, support rooms, toilets for the public and for staff, reprography, rooms for medical care, a kitchen and a cafeteria. The second floor will be home to the administration offices.

Exhibitions and Events - The building that houses the Trade Shows and Events Arena has already been inaugurated and is in now functioning. It has a built area of more than 19 thousand square meters, of which 15 thousand square meters are free area for stalls. In the remaining space there are four areas for accrediting and/or ticket sales, integrated to two parking lots adjoining the arena, which makes it possible to realize up to four distinct events at any given time.

The place also relies on a spacious snack bar, which will cater to the trade show and to the external public, with a space for 32 tables indoors and 40 tables on a deck situated beside a reflecting pool with a fountain. Three other bars will be featured.

The theater, which is the next part to be inaugurated, will have 3,042 seats, divided into stalls and galleries. The stalls will feature 2,478 regular chairs, 56 seats for overweight people and 13 spaces for wheelchairs. The galleries have 489 regular chairs and 6 for overweight people. The Theater will have the complete structure to stage the most celebrated national and international plays and musicals. The Paraíba Convention Center complex is being implemented by the PB 008 road, in the Costa do Sol area, on the way to the state's southern beaches. The Center was projected to be one of the most modern in Brazil, with all the necessary equipment to seat small, mid-sized and large events.

Tourism Hub Cabo Branco – Launched some 30 years ago by Governor Tarcisio Burity, the Cabo Branco Tourist Complex aimed at the construction of hotels and tourist facilities after the Seixas beach, in the south of João Pessoa. Plots of land were donated to companies and entrepreneurs from the segment, which were supposed to build certain establishments. The years went by and nothing was done. Now, with the construction of the Convention Center, which is part of the Hub, the construction of new hotels in João Pessoa has been made indispensable, since the current hotel capacity is insufficient to cater to the demand that is beginning to appear. Governor Ricardo Coutinho has now committed himself to pushing this enterprise forward, negotiating with current land holders in order to make them implement the expected structures or transfer the land to others who commit themselves to begin investing immediately. "I will guarantee the land and the incentives for whoever is willing to invest here now. The Hub cannot be the property of a few who do nothing there. I give all the necessary guarantees for the implantation. To all entrepreneurs in Brazil and abroad, the time is now. We are the next thing in Northeast Brazil's Business and Events-related Tourism. 40km from here, one of Brazil's main industrial hubs is being built, led by Fiat Motors, with an industry that is already well underway. And the Cabo Branco Hub, with its Convention Center and top quality infrastructure will largely benefit from that," concludes Ricardo Coutinho.

João Pessoa´s Convention Center

O Marketing Promocional no turismo brasileiro

A participação do Marketing Promocional no desenvolvimento do negócio de turismo no Brasil pode ser ligada a dois fatores principais: a promoção do turismo brasileiro e a importância do segmento do turismo de negócio e eventos comerciais. E, para ilustrar essa minha visão, gostaria de mostrar um pouco sobre a abrangência do Marketing Promocional neste contexto.

"O marketing promocional é entendido como comunicação de marca com objetivo de incrementar a percepção de seu valor por meio de técnicas específicas e pontos de contato que ativem a compra, o uso, a fidelização ou a experiência de produtos e serviços".

A definição acima demonstra claramente a inserção do Marketing Promocional no rol das atividades importantes para promover o turismo brasileiro. Porque toda a atividade comercial ou institucional inserida no segmento precisa planejar o seu negócio e criar os projetos que não só sejam promissores comercialmente, mas, que se tornem realmente uma experiência marcante na vida dos participantes ou visitantes. Está na hora do Governo Brasileiro ter visão holística e reunir os setores que conhecem, trabalham estratégia de negócios e aplicam as verbas globais de marketing e comunicação para sentar junto na fase de planejamento. Para planejar e produzir eventos como Copa e Olimpíadas os seus organizadores contratam experts que estão criando e produzindo os espetáculos para entreter, promover e/ou vender direta ou indiretamente a Copa do Mundo ou as Olimpíadas para o público consumidor brasileiro.

Pois nessa ocasião, o nosso país precisa mais do que nunca de "ativação e incentivo" que o Marketing Promocional pode oferecer de melhor para o país. Ou seja, precisamos trabalhar rápido e estrategicamente para que os brasileiros se sintam orgulhosos de serem anfitriões destes grandes eventos mundiais. Este orgulho contagiante vai provocar uma catarse e naturalmente a produtividade e responsabilidade vai crescer na população e a vontade de investir bem os recursos e preparar o país para receber melhor do que nunca os visitantes. Falta ao país este trabalho de chamamento e mudança de atitude perante o que vai vir pela frente. Para este tipo de conscientização, a consultora em sustentabilidade Aparecida Nogarolli chama de movimento "isto é comigo"! Esta ação é primordial para o Brasil neste momento.

Pois bem, agora vamos mudar de foco e "pincelar" com cores mais vivas como Marketing Promocional pode solidificar o nosso turismo de negócio. M.I.C.E. – sigla em inglês para as iniciais dos setores Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions ou Reuniões, Incentivos, Congressos e Exposições. Aqui no Brasil, o formato de atuação que mais se aproxima do M.I.C.E. no exterior é o grupo de Eventos do Conselho Nacional de Turismo (ABEOC, ABRACCEF, AMPRO, CBC &VB e UBRAFE).

O termo M.I.C.E. se refere a um tipo específico de turismo organizado em grupos, geralmente planejado com bastante antecedência e com uma duração determinada. Esses grupos são reunidos para um propósito pontual em torno de um tema específico, como um hobby, uma profissão, negócio ou um tema educativo além da viagem de lazer como premiação, criando produtos e serviços que individualmente não poderia obter. Desta maneira é necessário formar uma cadeia produtiva própria e alta especialização para atender esse mercado.O turismo M.I.C.E. possui uma agenda bem planejada e detalhes refinados. Ele é conhecido por sua programação extensa para um público de bom poder aquisitivo e exigente. E, para ser conclusiva, darei aqui alguns dados somente da parcela M.I.C.E. que é o Marketing de Incentivo, geralmente realizado como uma campanha de incremento de performance de venda ou como parte de programa de relacionamento comercial. O seu resultado é o reconhecimento para colaboradores da empresa, representantes, distribuidores ou revendas, por ter alcançado ou ultrapassado uma meta ou um trabalho acima da expectativa, através de premiações.

Uma dessas formas de premiação ou recompensa é a viagem de incentivo, cuja lembrança na mente dos premiados pode durar por muitos anos, principalmente pela customização, encantamento e vivência inusitada. De acordo com os indicadores divulgados no Motivation Show que aconteceu em Chicago no mês de outubro de 2010, o nível de engajamento das equipes em programas de incentivo chega a alcançar 71%. Além disso, os programas de incentivo conseguem elevar em média, até 24% os níveis de produtividade e o crescimento do resultado de vendas em torno dos 42%. Quando o objetivo é a capacitação de clientes as campanhas garantem um ganho de 25%.

Com toda essa performance no exterior e semelhante também aqui, este setor no Brasil precisa ainda de apoio governamental na legislação para se fortalecer como em muitos países. Eu tenho a certeza de que uma mudança cultural e de posicionamento governamental vai desenvolver e ajudar a legitimação da fatia do negócio do turismo brasileiro perante o mundo, apoiando o desenvolvimento de um setor que faz parte da vocação brasileira: o turismo e o serviço.

Elza Tsumori
Conselheira da AMPRO-Associação de Marketing Promocional; Coordenadora do Fórum das Entidades de Eventos; Diretora da Academia Brasileira de Eventos e Turismo e sócia da Casa Barcelona – Gestão de Marcas & Design de Negócios.

Você perto da praia, ao lado da piscina e rodeado de lazer.

You closed to the beach, next to the swimming pool and around the fun.

Blue Tree Premium Fortaleza. A escolha de quem quer conforto, localização privilegiada e atendimento especial.

Blue Tree Premium Fortaleza. The choice of who wants comfort, great location and special services.

Informações / Informations: +55 (85) 4008.4008
R. Dr. Atualpa Barbosa de Lima, 500 • Fortaleza, CE
Reservas / Reservation: +55 (11) 3018.1848
Demais regiões / Other: +55 0300 150 5000

Blue Tree Premium
Fortaleza · Ceará

PORTO DE GALINHAS

Visual surpreendente!

Não é difícil entender porque Porto de Galinhas, distrito do município de Ipojuca, no litoral Sul de Pernambuco, é uma das praias mais visitadas do País. A praia, eleita sete vezes consecutivas a mais bonita do Brasil, guarda inúmeros atrativos turísticos, a começar pela areia dourada, água transparente e temperatura agradabilíssima para a prática do mergulho.

O visual é surpreendente. Porto é toda recortada por denso coqueiral que emoldura a orla. Tem uma extensão larga de areia e é bem grande (cerca de 12 quilômetros de extensão), o que permite aos mais bem dispostos fazer longas caminhadas sob a brisa agradável. Porto possui uma colônia de corais que perfazem um sensacional conjunto de piscinas naturais internacionalmente conhecidas e admiradas.

Para chegar até elas, o visitante pode optar por ir andando sobre os corais ou, se preferir, a nado. Mas o ideal é num prazeroso passeio de jangada. Pense numa coisa agradável. E ficará ainda mais se você levar óculos de mergulho e respirador (snorkel) para se encantar com a paisagem subaquática – um show de fauna e flora e formações rochosas. Para o mergulhador mais experiente, a praia dispõe de serviço de aluguel de equipamentos destinados a esse tipo de aventura.

Outras opções são os passeios a barco pelos rios e manguezais, muito presentes no Pontal de Maracaípe que é uma espécie de extensão de Porto de Galinhas. Lá o turista verá, além da vegetação peculiar, o habitat natural dos cavalos-marinhos, espécie aquática quase em extinção.

Na Baía de Maracaípe estão as mais perfeitas ondas para quem não abre mão do surf. Não é à toa que o point é considerado um paraíso para surfistas. A praia está sempre inserida no calendário de campeonatos de surf nacionais e internacionais.

Continuando nosso passeio por Porto de Galinhas, veremos que os atrativos vão além dos naturais. As igrejas construídas nos séculos 17 e 18 e um baobá (árvore gigante e sagrada dos africanos) trazido pelos escravos são atrações à parte, bem como o velho Engenho Canoas e uma rudimentar casa-de-farinha, típicos da economia rural pernambucana. O Engenho Canoa, erguido há mais de cem anos, ainda produz mel e rapadura nos moldes primitivos. Já para os amantes do Ecoturismo, existem várias rotas organizadas pelos hotéis – uma excelente oportunidade de conhecer o remanescente de Mata Atlântica e tantos outros pontos inesquecíveis.

Chegando na parte urbana o turista encontra uma cidade simpática, toda decorada com coloridas esculturas de galinhas produzidas em restos de coqueiros. Não faltam opções de pousadas, hotéis, resorts de alto nível, restaurantes, lojas de artesanato e roupas, entre outros serviços.

Dependendo da época do ano, à noite Porto de Galinhas ferve. As ruas ficam lotadas de gente em busca de diversão que às vezes dura até o amanhecer. Boates e arenas de shows são instaladas durante o período de férias, que tem intensa programação, com direito a trios elétricos e bandas de renome nacional.

Outra característica ímpar de Porto é a qualidade de seus equipamentos hoteleiros, que se destacam entre os melhores do Brasil.

.

Na culinária, Porto de Galinhas esmera-se no preparo de pratos à base de frutos do mar, sendo também famosos seus doces e geléias de frutas regionais e as passas de caju. Um convite irrecusável aos prazeres gastronômicos.

PORTO DE GALINHAS

Outstanding Visual!

It's not hard to understand why Porto de Galinhas, a district of the Ipojuca municipality, in the south coast of Pernambuco, is one of the country's most visited beaches. The beach, chosen Brazil's most beautiful seven times in a row, holds many tourist attractions, beginning with its golden sand, crystal clear water and most agreeable temperatures for diving.

Visuals are outstanding. Porto das Galinhas is all crossed by a dense coconut grove that frames the coast. It has a wide strip of sand and is quite large (approximately 12 km long), which allows extended walks under a pleasant breeze for the more animated people. Porto das Galinhas features a coral colony that gives shape to an internationally-famous group of sensational natural pools.

To reach them, visitors can choose to walk or swim. But the ideal option is a pleasant raft tour. Think of something agreeable. And it can get even better if you take swimming goggles and snorkel to experience the delightful underwater scenery – a natural spectacle of plants, animals and rock formations. For more experienced divers, the beach features a rental service for specialized equipment. Other options are boat tours across the rivers and mangrove swamps. Many of them are present in Pontal de Maracaípe, which is a kind of extension of Porto de Galinhas. There tourists will see, besides peculiar vegetation, the natural habitat

of sea horses, an aquatic species that is close to becoming in threat of extinction.

The Bay of Maracaípe has perfect waves for those who do not miss an opportunity to go surfing. It's not an accident that this is considered to be a surfers' paradise. The beach is always included at national and international surf competitions' calendars.

Following with our tour of Porto de Galinhas, we shall see that attractions go beyond the natural sphere. Seventeenth and eighteenth century churches and a baoba (giant African tree regarded as sacred) brought by slaves are attractions of a kind, as well as the old Engenho Canoas and a rudimentary casa-de-farinha (grist mill), typical of Pernambuco's rural economy. Engenho Canoa, a sugar mill built more than a century ago, still produces honey and rapadura in the primitive way. For the ecotourism lovers, there are several routes organized by hotels – an excellent opportunity to know what is left of the Atlantic rainforest and so many other unforgettable sites.

Upon reaching the urban part, the tourist finds a quaint city, all decorated with hen sculptures made of coconut tree barks. Options of inns, hotels, high level resorts, restaurants, clothes and handicraft shops, among other services, are not lacking.

Depending on the time of year, Porto de Galinhas becomes bustling with activity at night. Streets get crowded with people who want to have a good time, which can last till morning. Nightclubs and concert arenas are set up during vacations period, with an intense schedule, including trios elétricos (electric sound trucks) and famous Brazilian groups.

Another singular feature of Porto is the quality of its hotels, which figure among Brazil's best.

As for the cuisine, Porto de Galinhas zeal excels in the preparation of seafood-based dishes, other famous treats being the jams and sweets made from regional fruits, and dried cashew. An undeclinable invitation to gastronomic pleasures.

UMA VIAGEM DE EMOÇÕES PELA HISTÓRIA DO FUTEBOL

Na entrada de um dos cartões postais da cidade, o burburinho na fila, com gente de todas as caras, jeitos e idades, é a primeira pista de que o Museu do Futebol é um programão para todos os credos. Flamenguista, corinthiano, gremista, são-paulino, tricolor... não importa, ali, embaixo das arquibancadas do mítico estádio do Pacaembu, todas as paixões se encontram para cultuar a alegria do povo.

As boas-vindas ficam a cargo do rei Pelé. O maior jogador brasileiro de todos os tempos abre os trabalhos para um roteiro fascinante por mais de um século de história, costurado com muita emoção e tecnologia. O museu, inaugurado em 2008 e que hoje conta com cerca de mil visitantes diários, é um equipamento da Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo.

Depois de passar por uma seleção dos maiores entre os maiores jogadores do país (de Didi a Tostão, de Carlos Alberto a Ronaldo), há a chance de escolher uma personalidade nacional para revelar, em vídeo, um momento inesquecível do futebol. Ao lado, cabines com um dial radiofônico estilizado oferecem uma viagem deliciosa por narrações de jogos de outros tempos. Ary Barroso, Waldir Amaral, Osmar Santos e José Carlos Araújo estão entre os locutores. Na sequência, o coração bate mais forte na Sala Exaltação. Debaixo das estruturas da arquibancada, com um som ensurdecedor equivalente ao do estádio em dia de jogo, telões gigantescos mostram alegrias e tristezas da torcida, xingamentos e explosões.

E tem muito mais: um rico desfile de imagens da história do futebol, exibindo todo o contexto da chegada em território brasileiro pelos pés dos ingleses; lembrança da triste derrota na final da Copa de 1950; um panorama de Copa por Copa; curiosidades sobre regras e números do futebol; e muitas brincadeiras, como um minicampo virtual no chão e um simulador de pênalti que dá a velocidade do seu chute. Mais divertido do que isso, só mesmo ver os rostos de contentamento de pais e filhos se deliciando juntos, como se estivessem levando a taça de campeão para casa.

Museu do Futebol
Endereço: Praça Charles Miller, s/n
Horário de visitação: das 9h às 18h (bilheteria até as 17h)
Ingressos: R$ 6 (inteira) /R$ 3 (meia-entrada para estudantes, idosos e professores) Crianças até 7 anos não pagam
***Todas as quintas-feiras a entrada é gratuita**
Tel.: (11) 3664-3848
Informações: www.museudofutebol.org.br
Twitter: @_museudofutebol
Facebook: www.facebook.com/museudofutebol

A thrilling journey through soccer history

Before the doors of one of the city's postcards, the burble produced by people of every kind of face, age and manners, while they wait to enter, is the first hint that the Museum of Football is a tour for everyone. Whatever the team you support, all soccer passions coexist here, under the tiers of the mythical Pacaembu Stadium.

Pelé, the king, is in charge of welcoming visitors. The all-time best Brazilian player is the first to be highlighted in a fascinating journey through over one century of history, full of passion and technology. Inaugurated in 2008, the museum gets nearly one thousand visitors everyday and is run by the State Secretariat of Culture of São Paulo.

After a gallery featuring a selection of the best Brazilian players ever (from Didi to Tostão, from Carlos Alberto to Ronaldo), one gets the chance to choose a Brazilian celebrity to show, in video, an unforgettable moment of soccer history. Right next, cabins with a stylized radio dial provide a delightful trip through broadcasts of old-times' games. Ary Barroso, Waldir Amaral, Osmar Santos and José Carlos Araújo are among the featured commentators. After that, the Exaltation Room has everyone's hearts beating faster. Under the tier structures, with a deafening sound that reproduces the crowd cheering on a match day, huge screens portray supporters in different moments, bursting out or cursing, in glory or in agony.

And there is still much more to see: a rich parade of images from the sport's history, depicting the context of its arrival in Brazilian territory in the hands (or the feet, rather) of the English; memories of the Brazilian defeat at the 1950 World Cup final; and many interactive games, such as a virtual miniature field and a penalty simulator that reads out the speed of your kick. Even more fun than that is seeing the happy faces of parents and children having fun together, as if they were taking the championship Cup home RV

Museum of Football
Adress: Praça Charles Miller, s/n
Working Hours: from 9AM to 6PM (tickets on sale until 5PM)
Tickets: R$ 6 (half price for students, senior citizens and professors) Children up to 7 years do not pay
***Free entry on Thursdays**
Tel.: (11) 3664-3848
Information: www.museudofutebol.org.br
Twitter:
Facebook: www.facebook.com/museudofutebol

Um museu para a Língua Portuguesa

Primeiro museu no mundo dedicado a um idioma, o Museu da Língua Portuguesa vem fazendo história em pouco mais de seis anos de funcionamento na Estação da Luz, Centro de São Paulo. A instituição da Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo já recebeu a visita de mais de 2, 8 milhões pessoas, tornando-se palco de grandes exposições temporárias, como as dedicadas a Clarice Lispector e, mais recentemente, a Jorge Amado.

Para mostrar a língua como elemento formador e unificador de nossa cultura, o Museu usa tecnologia e interatividade, transformando o visitante num agente ativo da exposição de longa duração. O passeio começa em elevadores panorâmicos, que mostram a Árvore da Língua, uma enorme escultura em metal de 16 metros de altura.

Ao chegar ao segundo andar, surge a Grande Galeria, uma tela de 106 metros de comprimento onde são projetados ,simultaneamente, 11 filmes sobre as diferenças culturais do Brasil. Próximo dali, há oito totens que formam as "Palavras Cruzadas": cada totem trata de um idioma e suas relações com o português, com ênfase nas nossas línguas originais (indígenas) e de origem africana.

Ainda neste andar há três instalações: a Linha do Tempo, o Mapa dos Falares e o Beco das Palavras. A primeira apresenta um histórico do português a partir das raízes portuguesa, ameríndia e africana. Na segunda, o visitante pode escolher uma localidade e assistir a depoimentos de pessoas e seus "falares". Já a terceira é a mais lúdica de todo o Museu: o público interage com as sílabas diversas, formando palavras e assim conhecendo mais sobre suas origens. Também no segundo andar, painéis de fotos mostram um pouco do passado e da restauração do edifício sede da Estação da Luz.

Subindo mais um andar, há mais uma surpresa: a Praça da Língua. Com capacidade para 280 pessoas, o auditório do Museu é o palco para a exibição de um filme e apresentação de grandes efeitos visuais, com projeção de palavras, versos e imagens na arena. Sem dúvida, uma festa das palavras.

Nestes anos, o Museu da Língua Portuguesa vem se destacando, ainda, pela qualidade de seus serviços educativos, que já mereceram inúmeros prêmios, inclusive do Ministério da Cultura e que são, também, uma atração a mais para os visitantes

MUSEU DA LÍNGUA PORTUGUESA

Endereço: Praça da Luz s/n; tel.: (11) 3326-0775

Horário: de terça a domingo, das 10h às 18h (a bilheteria fecha às 17h).

Fechado às segundas.

Na última terça-feira do mês o museu fica aberto até as 22h.

Ingressos: R$ 6 e R$ 3 (meia entrada), com entrada gratuita aos sábados

A museum for the Portuguese language

The first museum dedicated to a language, Museu da Língua Portuguesa is a landmark. It first opened six years ago, at Estação da Luz, in São Paulo, where it still functions. The institution is run by the Culture Secretariat of the State of São Paulo and has received more than 2.8 million people and staged exhibitions dedicated to writers such as Clarice Lispector and Jorge Amado.

To depict language as the one element to account for the formation and unification of Brazilian culture, the Museum employs interactive technology that makes visitors into the active agents of the permanent exhibition. The tour begins at observation elevators with a view to the Tree of Language, a huge 16-meter high metal sculpture.

On the second floor, the Grand Gallery emerges – a 106 m long screen where 11 movies about Brazil's cultural differences are screened at once. Next to it, there are eight totems forming the "Crosswords". Each one of them presents one language and its relationship with Portuguese, with an emphasis on native and African tongues.

On the same floor there are three installations: the Timeline, the Speakmap and the Word Alley. The former presents a history of Portuguese from its Portuguese, Amerindian and African roots. In the second one, visitors can choose a location and watch testimonies by different people in their own idioms. The third one is the most recreational in the entire Museum: the audience interacts with syllables, forming words and getting to know more about their origins. Also on the second floor, panels with pictures depict some of the past and the restoration of Estação da Luz.

Going up one floor, the Language Square is another surprise. With a capacity for 280 people, this is the Museum's auditorium, where a movie with amazing visual effects is shown. Words, verses and images are projected in the arena. A true celebration of words.

Over these last six years, the Museum has stood out for the quality of its educational services, which have earned it countless prizes, including one from the Ministry of Culture

MUSEUM OF THE PORTUGUESE LANGUAGE
Adress: Praça da Luz s/n; tel.: (11) 3326-0775
Working hours: Tuesday through Sunday, from 10AM to 6AM (tickets on sale until 5PM) Closed on Mondays. On the last Tuesday of every month, the museum is open until 10PM.
Tickets: R$ 6 and R$ 3 (half price), with free entry on Saturdays.

CENTRO DE EVENTOS DO CEARÁ.
O BRASIL CABE AQUI.

Ambientações meramente ilustrativas

GRANDE PAVILHÃO

ESTACIONAMENTO

ÁREA DE CONVIVÊNCIA

SALAS MULTIUSO

No Centro de Eventos do Ceará, inaugurado pelo Governo do Estado, você encontra 176.899 m² distribuídos de forma inteligente. São 2 pavilhões, cada um com capacidade para 30.000 pessoas em um total de 27.560 m² e 36 salas multiuso moduláveis de 300 m². Assim dá para realizar até 42 eventos simultaneamente em ambientes climatizados e com isolamento acústico. Também é possível contar com uma Área de Convivência com 7.006 m² de lojas e praça de alimentação. Além de ser o mais moderno e bem equipado do Brasil, o Centro de Eventos do Ceará, que fica localizado a 7 km da Av. Beira-Mar, coloca o Estado no circuito internacional dos grandes eventos. Esse é o novo destino de feiras, congressos, exposições e shows. Imagine um evento: ele cabe aqui.

CENTRO DE EVENTOS DO CEARÁ

GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ
Secretaria do Turismo

O País da Década no Esporte

Colombo Cialdini
Presidente do Fortaleza Convention & Visitors Bureau

Nós estamos na vitrine. Sim, o Brasil é definitivamente a nação da vez no mundo quando o assunto é o esporte. Sede dos dois maiores eventos esportivos do planeta, a Copa do Mundo e as Olimpíadas, temos muito a ganhar com isso.

O Ceará é um dos estados que já lucra com a vinda das mega competições. Fruto de credibilidade reconhecida pelo governo federal, nossa capital vai receber na Copa do Mundo dois jogos da seleção brasileira e mais quatro de outras seleções. Estes confrontos são importantes, mas bem mais que os jogos são as intervenções que já estão acontecendo em todo o estado, devido às exigências do Caderno de Encargos da FIFA. Visualiza-se um ganho tremendo de infraestrutura, principalmente na questão de nossas malhas viárias. O setor turístico já comemora, pois se atualmente temos uma taxa de ocupação que se aproxima dos 80% boa parte do ano, após toda a divulgação que uma Copa realiza em todo o mundo novos empreendimentos virão, bem como aumento do fluxo de visitantes. Nosso aeroporto também já sofre mudanças positivas, ou seja, teremos um novo cenário em nossa região.

Outro aspecto que já experimenta mudanças é o investimento no esporte como um todo. Existem mais recursos sendo direcionados a programas de alto rendimento e categorias de base. Muitas pessoas também em cidades do interior já vivem do esporte, praticamente todas as cidades do país possuem uma Secretaria ou órgão ligado ao desporto, fato este que ajudará muito nosso desempenho que se refletirá no quadro de medalhas das Olimpíadas em 2016. Um país sede naturalmente leva vantagem na exposição da mídia internacional bem como em vários outros quesitos que contribuem para o incremento da economia e não podemos decepcionar nesse ponto.

Os cearenses devem comemorar, pois além de já possuir condições naturais favoráveis à prática de inúmeras modalidades esportivas, como os esportes de praia, devido aos nossos ventos e sol em quase todo o ano, também já somos visados e escolhidos para sediar todo tipo de evento esportivo, principalmente por possuirmos uma boa rede hoteleira, diversificada gastronomia além do maior patrimônio que é a hospitalidade do povo. Precisamos avançar em alguns pontos importantes, como melhorar nossos parques esportivos. Somos uma cidade que beira os 3 milhões de habitantes e ainda não possuímos um ginásio capaz de hospedar competições internacionais com piso adequado, a mesma situação acontece com relação às nossas piscinas que atualmente também não atendem os requisitos mínimos para eventos de grande porte, sejam eles nacionais ou internacionais. Com a grande obra do complexo do Castelão, que além de um estádio de futebol será uma verdadeira arena para diversos eventos, outras obras no entorno irão contribuir para o desenvolvimento do desporto local e das cidades circunvizinhas, como um Centro de Excelência, dotado de equipamentos da mais alta tecnologia.

Este é um divisor de águas para o Ceará não somente no esporte, mas em todos os segmentos que envolvem nossa economia.

Uma locomotiva de desenvolvimento que motiva a todos por querermos um Ceará cada vez melhor. Mãos à obra!

VII SEMINÁRIO SEP DE LOGÍSTICA

IV FEIRA DE TENDÊNCIAS DE LOGÍSTICA DO NORTE E NORDESTE

O MAIOR SEMINÁRIO DE LOGÍSTICA DO NORTE/NORDESTE, COM OS PRINCIPAIS EXPOSITORES E ESPECIALISTAS DO BRASIL. GARANTA SUA PRESENÇA ENTRE OS GESTORES DE SUCESSO.

Entre na dinâmica de temas como Logística Integrada, Meio Ambiente, experiências público-privadas, cenários econômicos e vários outros assuntos abordados pelas principais autoridades na área.

LOCAL: GRAN MARQUISE HOTEL
FORTALEZA • CEARÁ • BRASIL

ADQUIRA JÁ O SEU STAND.

21 a 24
DE NOVEMBRO DE 2012

PARCERIA
cvt portuário Centro Vocacional Tecnológico
DOCAS DO CEARÁ
FUNCEPE

PROMOÇÃO
PRÁTICA EVENTOS

REALIZAÇÃO
ABTRA
SEP

Informações:
85 3433.7684 | 85 3433.7685
www.seminariosep.com.br

UMA INDÚSTRIA CEARENSE POUCO CONHECIDA

Industria Naval do Ceará - Estaleiro Inace

Assunto recorrente no Ceará nos últimos tempos, o novo estaleiro de construção naval que se pretende ali construir de quando em vez aparece nos noticiários da Mídia, ora como declaração de empresários, ora de políticos, ainda outros que falam que vão construí-lo em Paracuru, alguns em Caucaia, enfim, são muitos os "pitacos" mas nada comprovável. O que nunca se fala é que Fortaleza já possui há quase 50 anos um dos mais importantes estaleiros brasileiros. É o Inace – Indústria Naval do Ceará, do Grupo empresarial Gil Bezerra, seu presidente. Responsável pela construção da quase totalidade da frota pesqueira que operava no Nordeste nas décadas de 1970 e 1980, o Inace tem ainda em seu portfólio inúmeros navios de guerra fabricados para a Marinha Brasileira e marinhas estrangeiras – único estaleiro brasileiro que já exportou esse tipo de embarcação. De suas carreiras saíram diversos barcos de apoio para a indústria petroleira e muitos outros navios que navegam nos oceanos do mundo.

> A Indústria Naval do Ceará fabrica também embarcações de luxo para exportação.

Classificado como o maior estaleiro brasileiro de médio porte, a Indústria Naval do Ceará fabrica também embarcações de luxo para exportação. São grandes iates que saem de suas carreiras para o mundo, contribuindo de maneira significativa para a pauta de exportações do Ceará. Luxuosos, com seus cascos construídos

em alumínio naval – tecnologia desenvolvida alí, os iates do Inace são entregues alguns mobiliados e decorados, com todos esses complementos fabricados ali mesmo no Poço da Draga, onde Gil Bezerra montou uma movelaria destinada a isso e onde trabalham verdadeiros artistas da madeira que nada ficam a dever aos estrangeiros. Registre-se que o Inace é o único estaleiro brasileiro que constrói iates desse porte e com estes materiais.

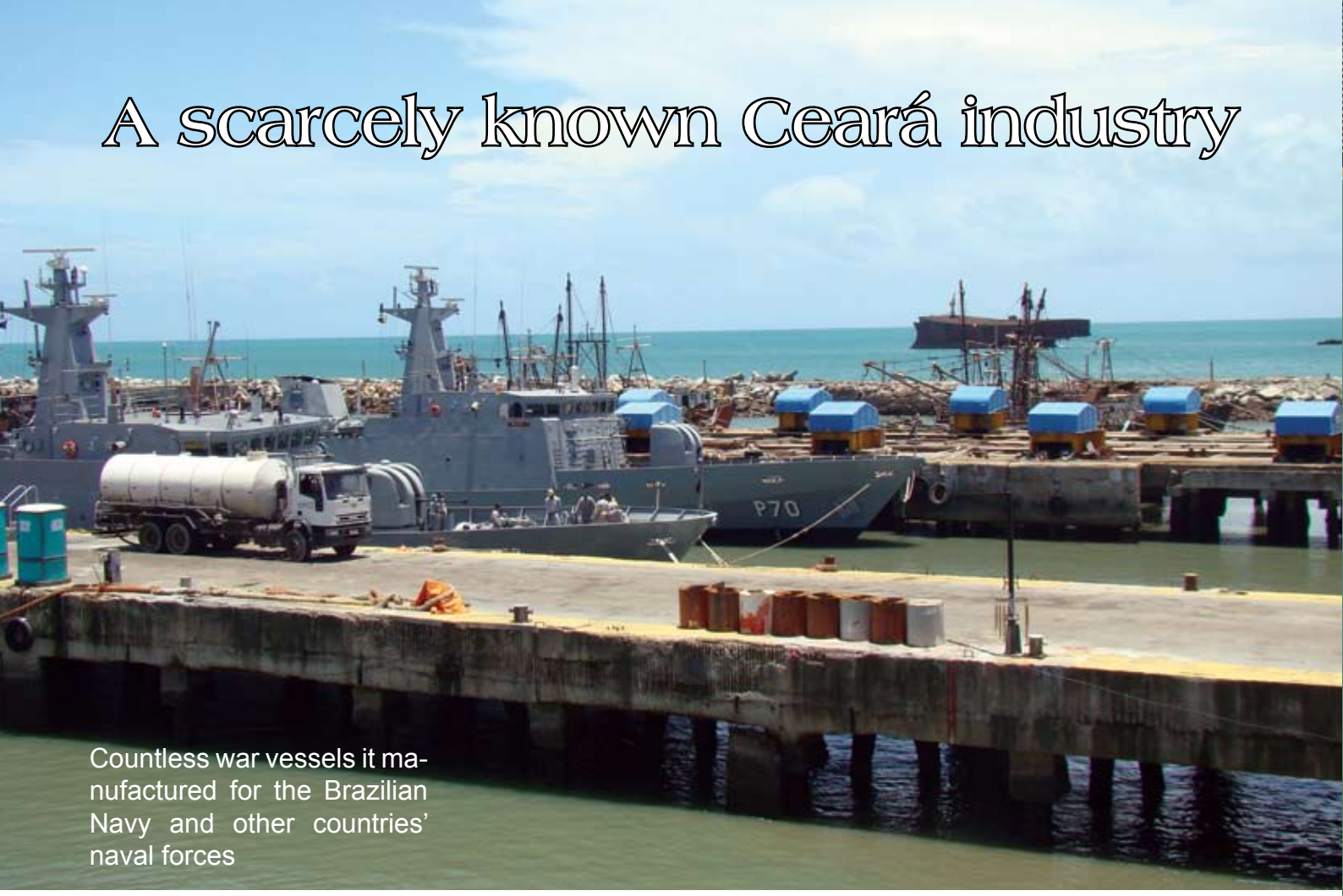
Movelaria: daqui saem móveis para os iates do Inace

Ocupando uma área de 200 mil metros quadrados, sendo 55 mil de área construída, tem 1.500 metros de orla com um calado que hoje vai de 4 a 7 metros, mas com possibilidades de ser aumentado em muito. A montagem de um estaleiro como o Inace não se faz com menos de 400 milhões de reais, valor aproximado do ali usado. Seu quadro de mão de obra conta hoje com mil funcionários, contra 1.500 no ano passado.

Pois bem, sobre essa importante indústria cearense a mídia local pouco ou nada fala, limitando-se a falar mal de seus proprietários que de algum tempo para cá passaram a ser vítimas de inúmeras perseguições e armadilhas, inexplicáveis pelo senso comum. O que a opinião pública, os empresários e a mídia deviam trabalhar é, ao invés de especulações sobre a vinda de novos estaleiros, manifestar-se para que os órgãos governamentais responsáveis por investimentos na área, como Transpetro, olhassem para esse cantinho do Ceará e aportassem capitais infinitamente menores que os já colocados nos chamados "estaleiros virtuais" para dar à Indústria Naval do Ceará a capacidade de fabricar navios de grande porte para operar no Pré-Sal, evitando fiascos como o do navio petroleiro João Cândido, que deveria ter sido entregue em 2010 e só o foi agora, a um custo de 340 milhões de reais, o dobro do inicialmente orçado. A embarcação, de 274 metros de comprimento e capacidade de um milhão de barris de petróleo, quando foi inaugurada a primeira vez em 2010 pelo presidente Lula teve que ser recolhida às pressas para não afundar e eram tantos os seus defeitos que foi apelidada de Sufflair, o único com o casco aerado, alusão ao chocolate com essa característica. O Estaleiro Inace é comandado até hoje pelo seu fundador, o economista Gil Bezerra, sempre escudado por sua fiel parceira de todas as horas, sua esposa Eliza Gradvohl Bezerra, a controladora da parte econômica e coração do Grupo RV

Gil Bezerra e Eliza Gradvohl Bezerra.

A scarcely known Ceará industry



Countless war vessels it manufactured for the Brazilian Navy and other countries' naval forces

The new shipyard being planned for Ceará has become a recurring subject in these parts. Now and again, it surfaces in the media, at times with declarations by businessmen or by politicians, some saying they will bring it to Paracuru, some to Caucaia – much guesswork and little solid information. What is never mentioned is that one of Brazil's top shipyards has been operating in Fortaleza for almost 50 years. Inace – Ceará Naval Industry belongs to a business group led by Gil Bezerra. Inace has been responsible for the construction of nearly all fishing vessels operating in Northeast Brazil during the 70s and 80s. Its portfolio also includes countless war vessels it manufactured for the Brazilian Navy and other countries' naval forces – indeed, it is the only Brazilian shipyard to have exported this type of embarkation. From its slipways came many support vessels operating in the oil industry, as well as many other ships that navigate the oceans of the world.

> Inace is also a manufacturer of luxury embarkations for the international market.

Ranked first among Brazilian mid-sized shipyards, Inace is also a manufacturer of luxury embarkations for the international market. These are grand yachts that leave Inace's slipways for the world, significantly contributing for the state's exports. Inace luxury yachts rely on locally developed naval aluminum hulls. Some of the vessels are delivered fully furnished and decorated, courtesy of a furniture industry set up by Gil Bezerra at Poço da Draga,

Inace´s luxury yacht

where true woodwork artists work. Inace is the only Brazilian shipyard to build yachts this big and with these materials.

Occupying a 200 thousand square meter area, with 55 thousand square meters making up for built area, it has a 1,500 meter-long waterfront with draft levels ranging between 4 and 7 meters, though these levels could be expanded much further. To set up a shipyard like Inace, it would take no less than 400 million real. That is the approximate value invested there. Its labor force now adds to one thousand workers, down from 1,500 last year.

Well, the local media will say little or nothing about this important Ceará industry, limiting itself to reproaching its owners, who have become the victims of countless traps, unexplainable to the common sense. What the public opinion, the businessmen and the media should do, rather than speculate about the arrival of new shipyards, is to call for the government agencies that oversee investment in this field, such as Transpetro, to turn their eyes to this corner of Ceará, where they can allocate capitals infinitely less substantial than they have already invested in so-called "virtual shipyards". This way they will be entitling Inace to manufacture large scale ships for operation in the Pre-Salt oilfields, thereby avoiding failures like the João Cândido oil tanker, which should have been delivered in 2010 and only became ready in 2012, at 340 million real, two times the initial price. When it was first launched by president Lula in 2010, the 274 meter-long vessel, which can hold up to one million oil barrels, had to be removed quickly so as not to sink. Its faults were so many that it was nicknamed "Sufflair", the ship with the airy hull, after the chocolate brand with the same characteristic. To this day, Inace Shipyard is run by its founder, economist Gil Bezerra, always escorted by his loyal all-time partner, his wife Eliza Gradvohl Bezerra, who is the controller of the group's economic heart.

CONVENTION BUREAUX

Mais de um século de sucesso!

Por Rui Carvalho e Antonio Calabria

Charles B. King (dir.) e sua carruagem sem cavalos

A história da origem dos CVB's é tão antiga quanto curiosa! Pelo que se sabe, no final do século XIX, a linha de montagem criada por Henry Ford em Detroit para a produção em série dos automóveis da marca, começava a chamar a atenção de empresários de outros estados e países pelo sucesso obtido com o aumento da produtividade e racionalização dos custos de produção , introduzindo o conceito de economia de escala. Naquela época, a cidade fundada por Jean De La Mothé Cadillac, era famosa como uma das mais ativas produtoras de fogões e móveis de cozinha do país!

Detroit sempre foi uma cidade com grande apelo turístico e de economia poderosa. Já no início de 1896, muitos homens de negócios das mais variadas cidades chegavam a Detroit para participar de convenções, congressos e reuniões de trabalho. Os hotéis, restaurantes, táxis, bares e boates viviam abarrotados de gente animada com muita propensão para gastar! A cidade já começava a delinear uma certa vocação para o turismo de negócios naquele final de século.

Foi num desses dias, mais precisamente no dia 06 de fevereiro de 1896, que Milton Carmichael, um jornalista recém chegado de Indiana, ligado ao Partido Republicano, veio trabalhar no The Detroit Journal, um dos principais periódicos da época, e escreveu o texto que reproduzimos abaixo, e que pode ser considerado o estopim para a fundação do primeiro convention bureau do mundo! Chamamos a atenção para a acurada visão estratégica demonstrada por Carmichael, falecido em 1948, evidenciada na aparente simplicidade do texto, o qual, após uma análise mais cuidadosa, revela uma modernidade difícil de entender em pleno século XXI. *Ao longo dos últimos anos Detroit construiu fama de cidade de convenções. Visitantes vêm de milhares de quilômetros de distância para participar de eventos empresariais. Fabricantes de todo o país usam nossa hotelaria para promover reuniões onde discutem os temas de seus interesses, mas tudo isso sem que haja um esforço por parte da comunidade, nem uma ação que vise dar-lhes algum apoio durante sua estadia entre nós! Eles simplesmente vêm para Detroit porque querem ou precisam! Será que Detroit, através de um esforço conjunto, não conseguiria ga-*

rantir a realização de 200 ou 300 convenções nacionais ao longo do próximo ano? Isso significaria a vinda de milhares e milhares de pessoas de todas as cidades americanas, e elas gastariam milhares de dólares no comércio local, beneficiando a população da cidade.

Com este artigo, Carmichael conseguiu despertar o interesse de alguns empresários e comerciantes membros da Câmara de Comércio e do Clube dos Fabricantes, os quais, em reuniões com hoteleiros, agentes

Hotel Cadillac (Detroit) - 1907

de venda do sistema ferroviário e outros comerciantes, decidiram, em encontro acontecido no hotel Cadillac, fundar uma organização para promover, de forma ordenada, um esforço contínuo para atrair mais convenções para a cidade. Assim surgia The Detroit Convention and Businessmen's League, ou Liga de Convenções e Homens de Negócio de Detroit, primeiro nome da entidade que em 1907 passou a adotar a denominação de Detroit Convention & Tourists Bureau. Nessa época, o convention tinha um pouco menos de 20 empresas associadas, mas a idéia vingou e começou a dar frutos em outras cidades dos Estados Unidos e até do exterior. Em 1915 havia 12 outros convention, cujos representantes se encontraram em Detroit para formar a organização que hoje é a IACVB – International Association of Convention & Visitors Bureaux, entidade que reúne centenas de CVBs do mundo todo.

Milton Carmichael

O surgimento do primeiro convention do mundo, como vimos, foi motivado por um singelo artigo de jornal que questionava a passividade dos empresários locais com relação aos benefícios da vinda de visitantes para a cidade. Entretanto, um fato histórico ajudou a dar visibilidade mundial à cidade de Detroit, e vai ficar, para sempre, ligado à história dos conventions: Naquele mesmo ano de 1896, Charles B. King saiu de sua loja em St. Antoine dirigindo uma carruagem sem cavalos, movida por um motor de dois tempos, num fato inédito que marcaria o início do surgimento da indústria automobilística que, até hoje, é a marca de Detroit. Era a primeira vez que um automóvel era dirigido pelas ruas da cidade e o autor dessa façanha, Charles King, que chegou a ter dificuldades com as autoridades locais por sua ousadia, coincidentemente, foi um dos fundadores do convention de Detroit.

Evidentemente, as coisas não foram tão fáceis como alguns podem imaginar. Quando Carmichael falou em investimento, em gastar dinheiro para trazer gente de fora, imediatamente algumas vozes mais conservadoras alegaram que seria um desperdício aplicar recursos próprios num projeto tão mirabolante. Segundo essa corrente, caberia às autoridades locais investir na vinda de visitantes e na captação de eventos! Mas a visão estratégica do jornalista, que insistia em defender que cabia à comunidade empresarial se unir e não ficar esperando a iniciativa do poder público, acabou por prevalecer. A independência financeira e a ausência de qualquer ingerência política, são, até hoje, um dos traços mais marcantes dos convention em todo o mundo. Como se vê, Carmichael já

Hotel Cadillac (Detroit) - Hoje

João Pessoa, PB: Os grandes destinos dependem dos Convention Bureaux

enfrentava lutas delicadas naquela época, inclusive uma que durou mais de 50 anos, que foi o empenho pela construção de um centro de convenções de grande porte, capaz de abrigar eventos como o Detroit Auto Show, maior orgulho da poderosa indústria automobilística que se formou no município. Num boletim de 1913 o convention alertava que, devido à falta de espaço adequado, a cidade perdera cerca de 3.500 grandes eventos nos últimos seis anos! Por incrível que pareça, essa é uma situação que ainda aflige alguns Convention mundo afora, principalmente no Brasil, mas, como podemos constatar, é uma reivindicação que, se não tem dado muitos resultados práticos, pelo menos conta com uma considerável herança histórica. No Brasil, os Convention lutam com grandes didiculdades para conseguir promover os destinos e fazer a captação de eventos, pois seu trabalho não é bem compreendido pelos empresários em geral. Se mudarem essa mentalidade, os resultados virão, na forma de novos fluxos turísticos, principalmente no momento em que o Brasil no geral e o Nordeste em particular investem em novos Centros de Convenções, como os exemplos recentes de Fortaleza e João Pessoa, que acabam de inaugurar grandes equipamentos. E para que eles sejam eficazmente ocupados, é fundamental o trabalho dos CVBs. Para isso, os CVBs precisam do apoio dos beneficiados e trarão, certamente, grandes retornos. Com todos os problemas, no entanto, os empresários de Detroit, liderados pelo jornalista Carmichael, acabaram por formatar o conceito que viria a dar origem ao primeiro convention do mundo funcionando nos mesmos moldes dos de hoje – o London Convention & Visitors Bureau, fundado, já com essa denominação e características, em 1905. Desde então muita coisa mudou, o turismo cresceu e ganhou importância estratégica para muitos países. Transformou-se em produto de exportação, atividade geradora de emprego e renda, assumiu status de impulsionador do desenvolvimento e ganhou as páginas de economia dos principais meios de comunicação. Entretanto, a idéia de entidades

agindo na captação de eventos e na divulgação dos atrativos turísticos de uma cidade ou região para aumentar o fluxo de visitantes, vem sendo consolidada nos cinco continentes, foi ganhando corpo, e hoje, existem mais de 1000 Convention espalhados pelo mundo!

Em todo esse processo, que já dura mais de um século, é importante perceber que uma constatação ajudou a deslocar as discussões em torno dos convention bureaux da área de turismo para o setor de economia: é o peso da cadeia produtiva do turismo de negócios. De fato, ao agirem na captação de eventos, os convention acabam impactando direta ou indiretamente uma série de atividades que não estão, necessariamente, ligadas ao turismo! São empresas que prestam serviços auxiliares em eventos, como segurança, limpeza, gráficas, recepcionistas, tradução simultânea, transporte, floriculturas, shows, buffets, restaurantes, casas noturnas, shoppings, táxis, enfim, um universo calculado em mais de cinqüenta atividades que, somadas, formam parte da economia do turismo que, calcula-se, seja responsável por cerca de 8% do PIB nacional. Evidentemente, para se chegar a esse número, é preciso incluir na conta o faturamento das empresas que, temporariamente, se juntam à atividade turística em si, ainda que de forma indireta, para formar a dita Economia do Turismo. Assim, quando uma construtora, por exemplo, está levantando um hotel, passa a integrar a economia do turismo. Seguindo o mesmo raciocínio, quando o hotel acionar a indústria têxtil com a compra dos suprimentos de cama, mesa e banho de que vai precisar, passará também a somar pontos na economia do turismo, bem como a indústria cerâmica ao fornecer as louças de que o hotel vai precisar, e assim por diante, num círculo virtuoso que espalha benefícios por toda a cadeia produtiva. Há de se compreender que o Turismo é um produto acabado, o destino turístico é esse produto e os agregados são os setores que dele se beneficiam. Quando o cliente compra o produto, compra todos os outros agregados, dos quais o que mais se beneficia é o comércio. E é o setor que menos apoia os trabalhos dos Convention. Veja o exemplo dos Shopping Centers. É comum mandarem seus ônibus especiais nos hoteis pegarem turistas para levá-los em excursões de compra, mas não movem um centavo para ajudar na sua captação, beneficiando-se de um trabalho para o qual não contribuiram. Ao fazer girar essa roda da fortuna, os CVBs conseguiram desviar o foco de discussão da área do interesse turístico para a do desenvolvimento econômico. Hoje, no Brasil, os CVBs existentes são mais solicitados pelos cadernos de economia dos jornais do que pelos tradicionais veículos do trade turístico, embora, é claro, um bom convention bureau, deva representar com bastante propriedade todo o trade turístico local.Evidentemente, indo muito além disso, os convention modernos e mais atuantes, têm sua base de representação bastante ampliada, conseguindo uma abrangência que lhes dá legitimidade para discutir, propor e executar políticas regionais de turismo e influenciar as autoridades na condução dos investimentos no setor, com reflexos muito positivos na atividade econômica das regiões ou cidades que representam. Os Convention brasileiros representam um setor que tende a crescer em importância e peso político, agindo como caixa de ressonância de uma atividade que é responsável por um faturamento de 47 bilhões de reais anuais (3,6% do PIB), que emprega mais de três milhões de pessoas e recolhe 5,2 bilhões de reais em impostos com a realização de 400 mil eventos por ano. São números, qualquer que seja o ângulo que se adote, que não podem ser ignorados por nenhuma política nacional de turismo e pelos empresários de visão, e que, por si só, atestam a pujança do setor e o acerto de Milton Carmichael, quando, lá nos idos de 1896 em Detroit, quase que sem querer, deu origem ao conceito que hoje é reconhecido mundialmente como receita de sucesso para o fomento da atividade econômica e do turismo de negócios, os Convention & Visitors Bureaux

Charles Bradley Carmichael

CONVENTION BUREAUX

Over a century of success!

By Rui Carvalho and Antonio Calabria

The origin of CVBs is as old as it is curious. It is known that in the late 19th century the assembly line created in Detroit by Henry Ford for the mass production of automobiles began to draw the attention of businessmen from other states and countries due to the success it had achieved in increasing productivity and rationalizing production costs, introducing the concept of scale economics. In that time, the city founded by Jean De La Mothé Cadillac was known as one of the most active producers of stoves and kitchen furniture in the country! Detroit always had a great appeal for tourists and a powerful economy. In the beginning of 1896, many businessmen from the most varied cities would come to the city for conventions, congresses and business meetings. Hotels, restaurants, taxis, bars and clubs were crowded with people inclined to spend! The city was beginning to show a certain vocation for business tourism by the end of that century.

On one of those days, February 6th 1896 to be precise, Milton Carmichael, a journalist just arrived from Indiana, with connections to the Republican Party, came to the city to work for the Detroit Journal, one of the major newspapers of the time, and wrote the article reproduced next, which can be considered the springboard for the foundation of the world's first conven-

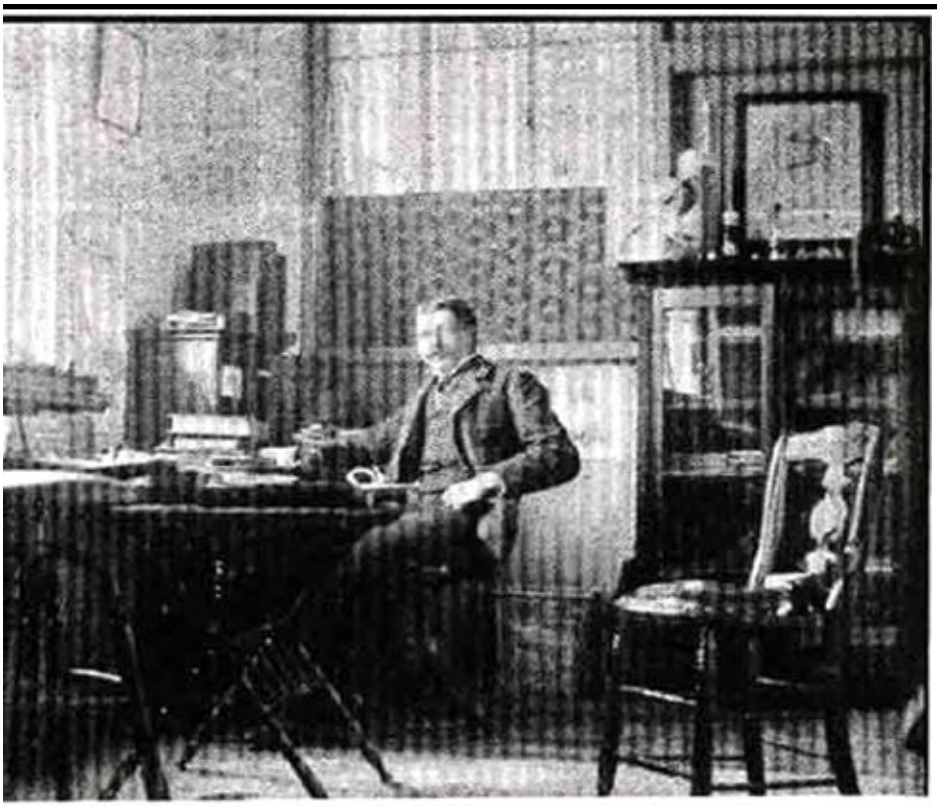
João Pessoa´s new Convention Center

tion bureau! We call attention to the accurate strategic vision shown by Carmichael, deceased in 1948, which is evident in the text's deceptive simplicity, which actually hides a modern view that is hard to believe could exist in the 19th century: *"...Along the years, Detroit has acquired the fame of a city of conventions. Visitors come from places thousands of miles away to attend business events. Manufacturers from all over the country use our hotels to hold meetings where they discuss topics of their interest, but all this happens without any effort from the community nor any action seeking to provide them with some support during their stay among us! They simply come to Detroit because they want to or they need to! Couldn't Detroit orchestrate a joint effort in order to secure the organization of 200 or 300 national conventions throughout next year? This would mean the arrival of thousands and thousands of people from all American cities, and they would spend millions of dollars in the local market, thus benefiting the city's population."*

With this article, Carmichael was able to arouse the interest of some businessmen and traders who were members of the Board of Trade and the Manufacturers' Club. They convened with hotelkeepers, railway sales agents and other traders in a meeting at the Cadillac hotel and decided to found an organization to promote, in an organized way, a continuous effort to attract more conventions to the city. This was the beginning of the Detroit Convention and Businessmen's League, an entity that would change its name in 1907 to Detroit Convention & Tourists Bureau. In 1915 there were 12 other convention bureaux, whose representatives gathered in Detroit to form the organization that is now known as IACVB – International Association of Convention & Visitors Bureaux, which encompasses hundreds of CVBs from all over the world.

The emergence of the world's first convention bureau, as described, was motivated by a simple newspaper article that questioned the idleness of local businessmen concerning the benefits of the arrival of visitors in the city. However, a historical fact helped give the city of Detroit worldwide visibility, and it will be forever connected to the story of CVB. In that same year of 1896, Charles B. King left his store in St Antoine driving a horseless carriage, moved by a two-stroke engine, an unheard of fact that would mark the beginning of the automobile industry, which is Detroit's trademark to this day. That was the first

First Convention Bureau in the world



Charles B. King in his Office and Drafting Room on the second floor of Lauer's Shop.

time an automobile was driven through the streets of the city and the one responsible for this feat, Charles King, who got in trouble with local authorities for his boldness, was coincidentally one of the founders of the Detroit Convention Bureau.

Obviously, things were not as easy as some might imagine. When Carmichael spoke of investments, of spending money to bring people in from outside, some conservative voices immediately claimed that it would be a waste of money to invest local funds in such a preposterous project. According to this current, investing in drawing visitors and events should be the responsibility of local authorities. But the strategic vision of the journalist, who insisted on defending the union of business community and not just waiting for efforts from public authorities, ultimately prevailed. To this day, financial independence and the absence of any political interference are some of the most outstanding features of CVBs all over the world.

As can be seen, Carmichael was facing delicate fights at the time, including one that lasted over 50 years, which was the effort for the construction of a large convention center which could host events such as the Detroit Auto Show, the biggest pride of the powerful automobile industry that was formed within the city.

In a 1913 bulletin the convention warned that, because of lack of proper space, the city had lost nearly 3,500 large events in the previous six years! Strange as it may seem, this is a situation still faced by conventions throughout the world, especially in Brazil. It is a claim that may not have had a lot of practical results, but at least relies on a considerable historical legacy. In Brazil, Convention Bureaux struggle against serious hardships to promote destinations and bring events, as their work is not well understood by entrepreneurs in general. If this mindset can be changed, results will show up in the form of increased tourist flow, especially at a time in which Northeast Brazil is investing in new Convention Centers, such as the recent examples of Fortaleza and João Pessoa, where new facilities have just been inaugurated. And to efficiently use them up, the work of CVBs is fundamental. To be able to do so, CVBs need support from the ones who will benefit from these results. In spite of all the problems, the Detroit businessmen, led by the journalist Carmichael, ultimately formed the concept that would give rise to the world's first convention bureau, working in the same manner as today's CVBs: London Convention & Visitors Bureau, founded with this name and features in 1905. Ever since then, a lot of things changed. Tourism grew and became strategically important for many countries. However, the idea of entities acting together to support the acquisition of events and the promotion of tourist attractions in a city or region in order to increase the flow of visitors has been consolidated in the five continents, began taking form and today there are more than 1,000 CVBs spread throughout the world! In all this process, which has

been going on for over a century, we must point out exactly the role of the business tourism production chain as the driving force that moved the discussions about convention bureaux from the leisure and entertainment industry to the field of economics. In fact, by making efforts to acquire events, CVBs ultimately have an effect, directly or indirectly, in a number of trades that are not necessarily connected to tourism! These are companies that provide ancillary services in events, such as security, cleaning, printing, receptionists, simultaneous translation, transportation, flowers, shows, catering, restaurants, night clubs, malls, taxis, in a word, a universe estimated in more than fifty trades which, all told help make up the basis of tourism economy, which is estimated to be responsible for 8% of the country's GDP. Therefore, when, for instance, a construction company is building a hotel, it becomes a part of tourism economy. By the same reasoning, when such hotel orders the linen supplies it will need from the textile industry, such industry will add its input to tourism economy, in a virtuous circle that spreads benefits throughout the entire regional productive chain. It must be understood that Tourism is a finished product, the tourist destination, with added value coming from sectors that benefit from the activity. When clients purchase the product, they are also paying for added value, from which the commercial sector is the most benefitted. And that is the sector that offers the least support to the work of Convention Bureaux. Take the example of malls. It is commonplace for them to send vans to pick up tourists at their hotels and take them on shopping tours, but they won't place a single cent to help actually bring these tourists. As such, they benefit from an activity to which they didn't contribute. It was by setting this fortune wheel in motion that CVBs were able to shift the discussion from the tourism field to the economic development field. Today in Brazil, the existing CVBs, around 50 in number, get more press from economy newspapers than by traditional tourism publications, although, of course, a good convention bureau must properly represent the entire local tourism trade. Of course, the modern and busiest conventions have expanded their representation basis, covering such a wide scope as to give them legitimacy to discuss, propose and carry out regional tourism policies and influence the authorities in the management of investments in the trade, with quite positive effects in the economy of the regions or cities they represent.

Brazilian Convention Bureaux represent a sector that tends to gain importance and political weight, acting like an echo chamber for an activity that is responsible for a 47 billion real revenue every year (3.6% of Brazil's GDP), which employs over three million people and collects 5.2 billion real in taxes with the realization of 400 thousand events every year. Whatever the angle adopted for analysis, these are numbers that cannot be ignored by any national tourism policy, and which, by themselves, attest to the strength of the industry and the foresight of Milton Carmichael when, in 1896 in Detroit, he created almost by accident the concept that is now widely renowned as the recipe for success to foment economical activities and business tourism the Convention & Visitors Bureau

Passagens aéreas e terrestres
Nacionais e Internacionais
Reservas de hotéis em todo o Brasil
Turismo receptivo
LocAutos
Locação de veículos e turismo
Populares Executivos
Vans e Mini Vans
(85) 3248.4494

Av. Abolição, 1840
Meireles
Fortaleza - Ce
(85) 3248-4494
(85) 3044-4494

FORTALEZA

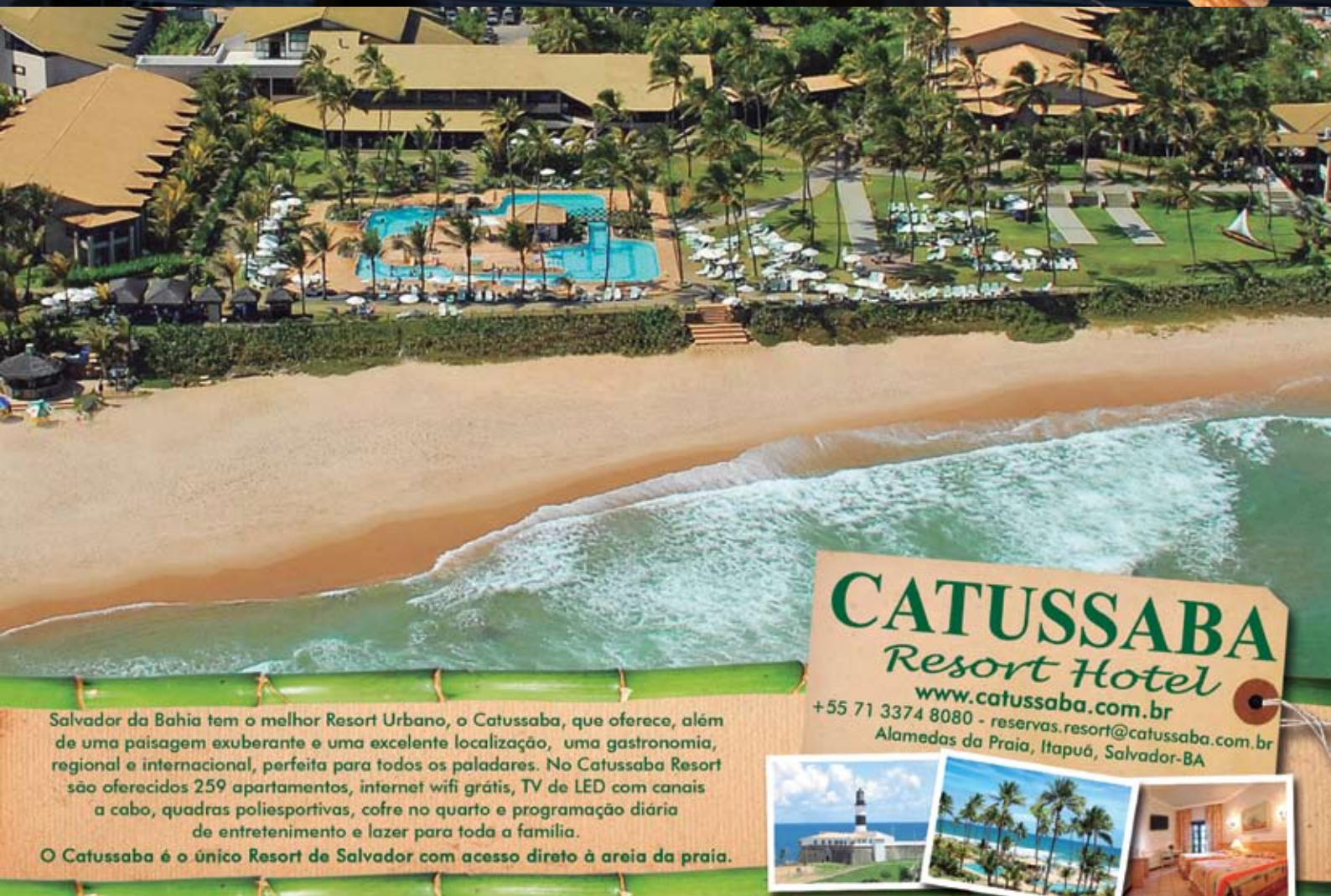
O DESTINO DO SEU PRÓXIMO EVENTO.

Fortaleza é única. Não há outra cidade brasileira que possa ter uma diversidade tão grande de paisagens, como praias, dunas e serras, oferecendo um verdadeiro paraíso turístico. A este cenário soma a famosa hospitalidade do Fortalezense e sua cultura rica e festiva, conjunto que a transforma em um lugar simplesmente irresistível. Quando se trata de negócios, Fortaleza passa a ser um grande centro, com completíssima infra-estrutura de serviços que acolhem tanto eventos nacionais como internacionais. Lugar ideal para quem busca a combinação perfeita do trabalho com a diversão. Venha visitar esta cidade e comprovar qu. quem vem a Fortaleza volta para casa com inesquecíveis histórias para contar.

FORTALEZA CONVENTION & VISITORS BUREAU

www.fortalezaconvention.com.br
fcvb.com@fortalezaconvention.com.br
(85) 3258.5888

A vista é por nossa conta!
OUTRAS CASAS EM:
*ARACAJU-SE
*FORTALEZA-CE
*JOÃO PESSOA-PB
*NATAL-RN
*RECIFE-PE
SAL E BRASA
CHURRASCARIA
DEVASSA
SAL E BRASA
CHURRASCARIA
Rua Carimbamba, 917 - Pituba
Shoppings: Salvador Norte, Paralela e Bela Vista
Em breve, na orla, Rancho do Cupim
Salvador (BA) - (71) - 3461-1999


CATUSSABA
Resort Hotel
www.catussaba.com.br
+55 71 3374 8080 - reservas.resort@catussaba.com.br
Alamedas da Praia, Itapuã, Salvador-BA
Salvador da Bahia tem o melhor Resort Urbano, o Catussaba, que oferece, além de uma paisagem exuberante e uma excelente localização, uma gastronomia, regional e internacional, perfeita para todos os paladares. No Catussaba Resort são oferecidos 259 apartamentos, internet wifi grátis, TV de LED com canais a cabo, quadras poliesportivas, cofre no quarto e programação diária de entretenimento e lazer para toda a família.
O Catussaba é o único Resort de Salvador com acesso direto à areia da praia.

BUCOLISMO MINEIRO NA SERRA DA MANTIQUEIRA

A cidade mineira de **Gonçalves** tem muita história para contar. Charmosa e aconchegante, com ar interiorano preserva até hoje suas tradições culturais. Modas de viola, a centenária Banda Lira Nossa Senhora das Dores, artesanatos e ateliês diversos, desfiles de carros de bois e festas de seus padroeiros podem ser vistos e apreciados nas ruas da cidade. Mas não é só. A beleza natural e preservada da região é de encher os olhos com cachoeiras de águas cristalinas, picos com mais de 2.000 metros de altitude, belas trilhas e um visual deslumbrante. A 190 Km de São Paulo, no topo da serra da Mantiqueira, Gonçalves possui uma exuberante paisagem natural, com florestas de araucárias, belíssimas cachoeiras, penhascos que chegam a 2.100m de altitude e inúmeros cursos d'água. Tudo isso faz, da nossa região, lugar ideal para a prática de turismo rural, esportes radicais, caminhadas, ou simplesmente um delicioso banho de cachoeira.

CLIMA

O clima é subtropical de altitude com precipitação de 1480 mm concentrada no verão. A temperatura varia entre a mínima de -7º C e a máxima de 30º C.

No inverno as baixas temperaturas atraem muitos turistas oriundos principalmente de São Paulo, Campinas, Vale do Paraíba e do Sul de Minas Possui um conjunto paisagístico singular, com montanhas rochosas, relevo tipicamente acidentado, florestas remanescentes da mata atlântica, picos de até 2100 m de altitude, cachoeiras com águas cristalinas, rica fauna e flora silvestre exuberante, recebendo o cognome carinhosos de "A Pérola da Mantiqueira". O município está reconhecido pela EMBRATUR de alto potencial turístico desde 03/07/95. Pertence a APA Fernão Dias, área de proteção ambiental criada através do Decreto Estadual nº 38.925 de 17/06/97.

HISTÓRIA

Em 1878, Policarpo Júnior doou seis alqueires de terra da fazenda Rio Manso situada na divisa dos estados de Minas e São Paulo, para a construção de uma capela em louvor a Nossa Senhora das Dores em cumprimento a uma promessa. Vinte anos mais tarde, por discórdia entre os herdeiros da fazenda, a capela foi transferida para as margens do Rio Capivari, local da atual matriz. Residiam no local três colonos de sobrenome Gonçalves que legaram o nome ao povoado que foi se formando ao redor da capela. O povoado começava a crescer e já contava com alguns estabelecimentos comerciais quando em 1909 o Capitão Antonio Carlos elevou Gonçalves a Distrito de Paz, trouxe agência dos Correios e o cartório de Registro Civil, além de lavrar em ata a fundação da Lira Nossa Senhora das Dores que existe até hoje. O povo de Gonçalves a partir de então passou a lutar pela emancipação política, visando o desligamento do município de Paraisópolis. Em 30 de dezembro de 1962 foi concedida a autonomia a diversos municípios

Restaurante Rosa Madeira

mineiros, entre eles Gonçalves. Finalmente, em Primeiro de março de 1963, deu-se a instalação oficial do novo município de Gonçalves.

Com uma economia basicamente agropecuária , hoje o município se destaca como polo turístico da Serra da Mantiqueira, devido ao seu agradável clima sub-tropical de altitude, sua belíssimas cachoeiras e suas características interioranas que não se perderam com o passar dos anos

PONTOS TURÍSTICOS MAIS VISITADOS

Pedra de São Domingos: Pico a 2.050 metros de altitude, com visão 360º sem obstáculos. A visão é espetacular, abrangendo grande parte da Mantiqueira, algumas cidades do sul de Minas além de Campos do Jordão e Monte Verde.(é o segundo ponto mais alto). Está a 15km de Gonçalves.

Pedra do Forno:

Grande formação rochosa a 1970 metros de altitude. Acesso por trilha a partir do bairro da Terra Fria.

A trilha é no meio da mata e o percurso pode levar no mínimo 1 hora de caminhada. No sopé da pedra existe uma escada de ferro preso à rocha e no topo da pedra do forno existe uma capelinha.

Pedra Bonita: Pico a 2120 metros de altitude. Visão de 360º sem obstáculos, incluindo o Vale do Paraíba. Acesso por trilha. É o ponto mais alto da região. Uma caminhada ao pico da Pedra Bonita equivale a uma fantástica aula de geografia sobre a Mantiqueira.

Pedra do Cruzeiro (ou Atrás da Pedra):Maciço rochoso que emerge isolado no vale do Lambari. Assume formas variadas conforme o ângulo de visão. O topo está a 1152 metros de altitude onde há uma pequena capela e uma cruz.

Serra da Balança: É uma sucessão de picos formando estreitos platôs, como um muro ascendente em forma de ferradura que culmina com o Alto do Campestre. As altitudes vão de 1300 a 1750 metros de altitude, alguns têm paredões verticais de mais de 100 metros voltados para o Vale de Sapucaí.

Cachoeira do Simão: A 3 km de Gonçalves. É uma bela queda do ribeirão campestre com cerca de 7 metros de altura dividido em dois segmentos. Deságua em uma larga piscina que à direita recebe as águas de outro córrego. Em seguida, as águas esculpem um estreito "canion" de paredes verticais, passando por uma ponte e seguindo mais largo e manso sob um sombreado túnel formado por grandes árvores da mata ciliar.

Cachoeira do Retiro: Apenas a 2 km de Gonçalves .Conjunto de várias quedas e piscinas naturais. O carro deve ser deixado na estrada e o acesso é por trilha.

Cachoeira Fazendinha: Na estrada que liga a cidade ao bairro Sertão do Cantagalo. Com cerca de 100 metros de extensão, a cachoeira fazendinha é uma bonita atração.

Ela desce por uma longa encosta inclinada, formando pequenas piscinas em campo aberto até terminar numa queda maior, dentro de um bosque cercado de samambaias gigantes, a 1650 metros de altitude. Acesso só com permissão do proprietário

GASTRONOMIA

A gastronomia da região tem sido trabalhada com afinco e já produz resultados alentadores. Dentre eles podemos citar dois exemplos capazes de figurar em qualquer guia gastronômico. São os restaurantes Rosa Madeira e Janelas com tramela.

Rosa Madeira - um olhar contemporâneo.

No Rosa Madeira, a alta gastronomia brasileira recebe os temperos da imaginação criativa e inquieta do chef Sergio Peres.

Pesquisador nato e sempre atento às novas tendências e aos novos sabores da gastronomia, Sergio faz da sua cozinha um lugar de experimentações e recriações. Nela, seu apetite pelo sabor do novo vai prato a prato transformando a conhecida culinária brasileira em um menu original, refinado e delicioso.

O Rosa Madeira é uma saborosa experiência contemporânea em forma de restaurante, onde a paixão pela nossa raiz culinária e a busca pelo prato perfeito podem ser sentidos em todas as nossas criações.

Janelas com Tramelas

Cozinha Brasileira, bar, boteco. É um lugar para você se sentir a vontade: acolhedor e que conta história de sabores do Brasil. Uma experiência gastronômica de diversidade (como é nosso país). Gostoso de verdade!

Aberto todos os dias para almoço e jantar na cidade de Gonçalves, MG, na Serra da Mantiqueira.

A casa é caipira, ou melhor, inspirada na arquitetura caipira.

Uma releitura das nossas casas de roça, com a singeleza de janelas com tramela, paredes caiadas, objetos e decoração que nos levam para o nosso interior.

É um lugar para se sentir à vontade: acolhedor, conta histórias de sabores do Brasil. Uma experiência gastronômica de diversidade . Para trazer o clima de uma verdadeira casa da roça, o ambiente procura atentar a detalhes como piso de cimento queimado, paredes pintadas com tinta cal, janelas de madeira pintadas de azul e fechadas com tramelas.

Em relação ao cardápio, os pratos tradicionais brasileiros comandam. As opções foram escolhidas baseadas nas regiões do país. Destaque para o matambre recheado, arroz branco e feijão, receita tipicamente sulista, e para o pirarucu no leite de castanhas do Pará, batata cozida e arroz branco, bastante degustado no norte brasileiro.

O restaurante ainda oferece variedade de petiscos, como o bolinho de bacalhau com pinhão, pão de torresmo e o carro-chefe borná de mineiro, que traz caldinho de feijão, torresminho, linguiça, pastelzinho de angu, pão de torresmo, fatias de queijo minas e pão de queijo. De sobremesa, a dica é o pudim de tapioca.

Venha conhecer nossas belezas!

Você tem tudo para conhecer **Fortaleza** de um jeito jamais imaginado.

Ambientes temáticos e espaço para quem gosta *curtir o sol e o frescor de nossa piscina*

***Apartamentos** singles,duplos e tripos*

HÓSPEDE PROTEGIDO

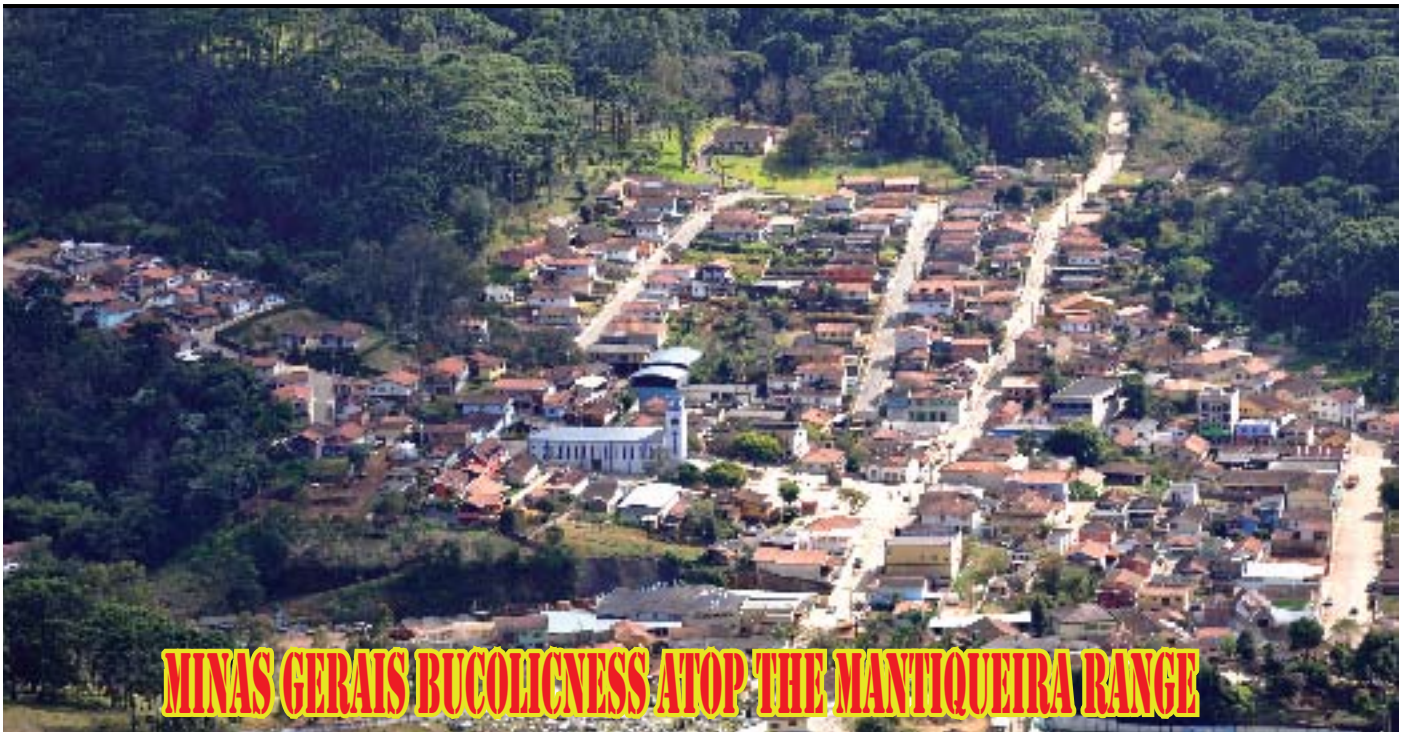
AGORA COM SEGURO
Médico, Hospitalar e Odontológico, Gratuitamente

WiFi *Cobertura por internet sem fio gratuita em todo hotel*

Rua Visconde de Mauá, 151 | Praia do Meireles - Fortaleza - CE - Brasil | Phone: +55 85 3466.1900

VILLA MAYOR
HOTEL TEMÁTICO

Acesse agora: www.villamayor.com.br | e-mail: reservas@villamayor.com.br



MINAS GERAIS BUCOLICNESS ATOP THE MANTIQUEIRA RANGE

Gonçalves, in the state of Minas Gerais, has a lot of history behind it. This charming and welcoming town with a homely feel preserves to this day its cultural traditions. Folk songs played on typical guitars, the century-old band Lira Nossa Senhora das Dores, handicraft and ateliers, oxcart parades in celebration of patron saints can still be seen and admired in the streets. But that's not everything. The region's preserved nature fills the eyes, with its crystal clear waterfalls, mountains peaking at over 2000 meters, beautiful trekking paths and outstanding views. 190 km from São Paulo, on top of the Mantiqueira mountain range, Gonçalves holds is home to exuberant natural sceneries, including pine forests, wonderful waterfalls, mountains that can reach 2100 meters above sea level and countless water courses. All of this makes our region the ideal place for such practices as rural tourism, extreme sports, trekking or simply going for some bathing at a waterfall.

C L I M A T E

The climate is height subtropical, with 1480mm rainfall mostly in summer. The temperature ranges between -7º C and 30º C. During winter, low temperatures draw many tourists, mainly from São Paulo, Campinas, Vale do Paraíba and Southern Minas Gerais. Its landscape is a peculiar one, with stony mountains, a typically irregular terrain, remainders of the Atlantic rainforest, peaks that reach 2100 meters above sea level, waterfalls with crystal clear waters, rich and exuberant wildlife, all of which earned it the nickname of Pearl of the Mantiqueira. Gonçalves is listed by EMBRATUR as a high tourist potential municipality since July 3, 1995. It belongs to the Fernão Dias APA, an environmental protection area created by State Decree no. 38.925, on June 17, 1997.

HISTORY

In 1878, to fulfill a promise, Policarpo Júnior donated six alqueires of land (15 hectares) from his Rio Manso farm, set on the border between Minas Gerais and São Paulo, for the construction of a chapel in praise of Our Lady of Sorrows. Twenty years later, after a dispute between heirs, the chapel was moved to the banks of river Capivari, where the current church is set. The village that began to form around the chapel borrowed its name from three settlers from the Gonçalves family who lived there. By 1909, the village was beginning to grow and already had some commercial establishments, when Captain Antonio Carlos gave it the status of District and brought a post office and a Civil Registry Office, besides registering the foundation date for the band Lira Nossa Senhora das Dores, which exists to this day. From then on, the people of Gonçalves began to struggle

organic agriculture

for political emancipation, vying for detachment from the town of Paraisópolis. On December 30 1962, several villages in Minas Gerais were given autonomy and the status of municipalities, and Gonçalves was among ves was among them.

Finally, on March 1, 1963, the official inauguration of the new municipality of Gonçalves took place. With an economy based on agriculture, the town stands out as a tourist attraction in the Mantiqueira mountain range, due to its pleasant height subtropical climate, wonderful waterfalls and quaint characteristics which have not disappeared with the passing of years.

MOST VISITED ATTRATIONS

Pedra de São Domingos: Peaking at 2050m above sea level, it gives a spectacular unobstructed 360º view to a large portion of the Mantiqueira mountains, including some southern Minas Gerais cities as well as Campos do Jordão and Monte Verde (this is the second highest point). 15km from Gonçalves.

Pedra do Forno: Large rocky formation 1970m above sea level. Accessible through a trekking path in the Terra Fria region. The path goes across the forest and the trekking can last one hour until the lee of the rock. There is an iron ladder fixed to the rock and a little chapel on the peak.

Pedra Bonita: A peak at 2120 meters above sea level. Unobstructed 360º view to Vale do Paraíba. Acessible through a trekking path. This is the region's culminating point. A tour of Pedra Bonita equals a fantastic geography class about the Mantiqueira mountain range.

Pedra do Cruzeiro or Atrás da Pedra : A sole rocky massif that pokes up from the valley of river Lambari. Its shape varies according to the angle of observation. The summit reaches 1152 meters above sea level, and there is a little chapel and a cross on the top.

Serra da Balança: This is a series of peaks forming narrow plateaus, like an ascending wall shaped as a horseshoe ending in Alto do Campestre. The height of these peaks varies between 1300 and 1750 meters, and some of them have vertical walls of more than 100 meters turned to Vale de Sapucaí.

Retiro Waterfall: A mere 2km from Gonçalves. A series of waterfalls and natural pools. Vehicles must be left on the road as the place is accessible through a trekking path.

Fazendinha Waterfall: On the road between the city and the neighborhood of Sertão do Cantagalo. Extending roughly for 100 meters, Fazendinha waterfall is a beautiful attraction. It runs down a slanted rock, forming shallow pools until it ends in an abrupt fall into a forest filled with giant ferns, 1650m above sea level. Accessible only with permission from the owner.

Food

The region's restaurant structure underwent a thorough process of qualification and already shows interesting results. We can give two examples of restaurants that could be in the most selective food guides. They are Rosa Madeira and Janelas com tramela.

Rosa Madeira
a contemporary outlook

At Rosa Madeira, Brazilian high cuisine is seasoned with the restless, creative imagination of chef Sergio Peres. A natural-born researcher, ever attentive to new trends and new flavors, Sergio turned his kitchen into a place for experiments and recreation. One dish at a time, his appetite for the new transforms the well-known Brazilian cuisine into an original, refined and delicious menu.

Rosa Madeira is a contempo-

rary experience, a delight of a restaurant where the passion for our culinary roots and the search for the perfect dish can be felt in all creations.

Janelas com Tramelas

Brazilian cuisine, bar, pub. A place that makes you feel at home and tells stories about Brazilian tastes. An experience in the diversity of food (and of our country). Real tasty! Open every day for lunch and dinner in the city of Gonçalves, MG, in the Mantiqueira mountain range.

The place is a humble country house, inspired by the architecture of the caipira dwellings.

A recreation of an inner Brazil house, with the subtle touches of windows with wooden latches, whitewashed walls, objects and decoration that lead us to the heart of Brazil.

A place to feel at home and to get to know the stories of Brazilian tastes. An experience in food diversity. To bring the atmosphere of a true backwoods house, attention was given to such details as the burnt cement paving, walls painted with whitewash, blue wooden windowsills closed with latches.

As for the menu, traditional Brazilian dishes figure prominently. Dishes from each one of the country's regions were selected. The highlight is matambre (a rolled flank steak filled with vegetables and roasted), white rice and beans, a typically southern Brazil recipe, and pirarucu (a fish) with Brazil nut milk, cooked potato and white rice, much appreciated in northern Brazil.

The restaurant also offers a variety of appetizers, such as cod and pine rolls, pork rind bread and the tour de force borná de mineiro, which includes bean sauce, fried pork rind, sausage, pastry, pork rind bread, slices of Minas cheese and cheese rolls. As for the dessert, go for the tapioca pudding.

ecologic trail

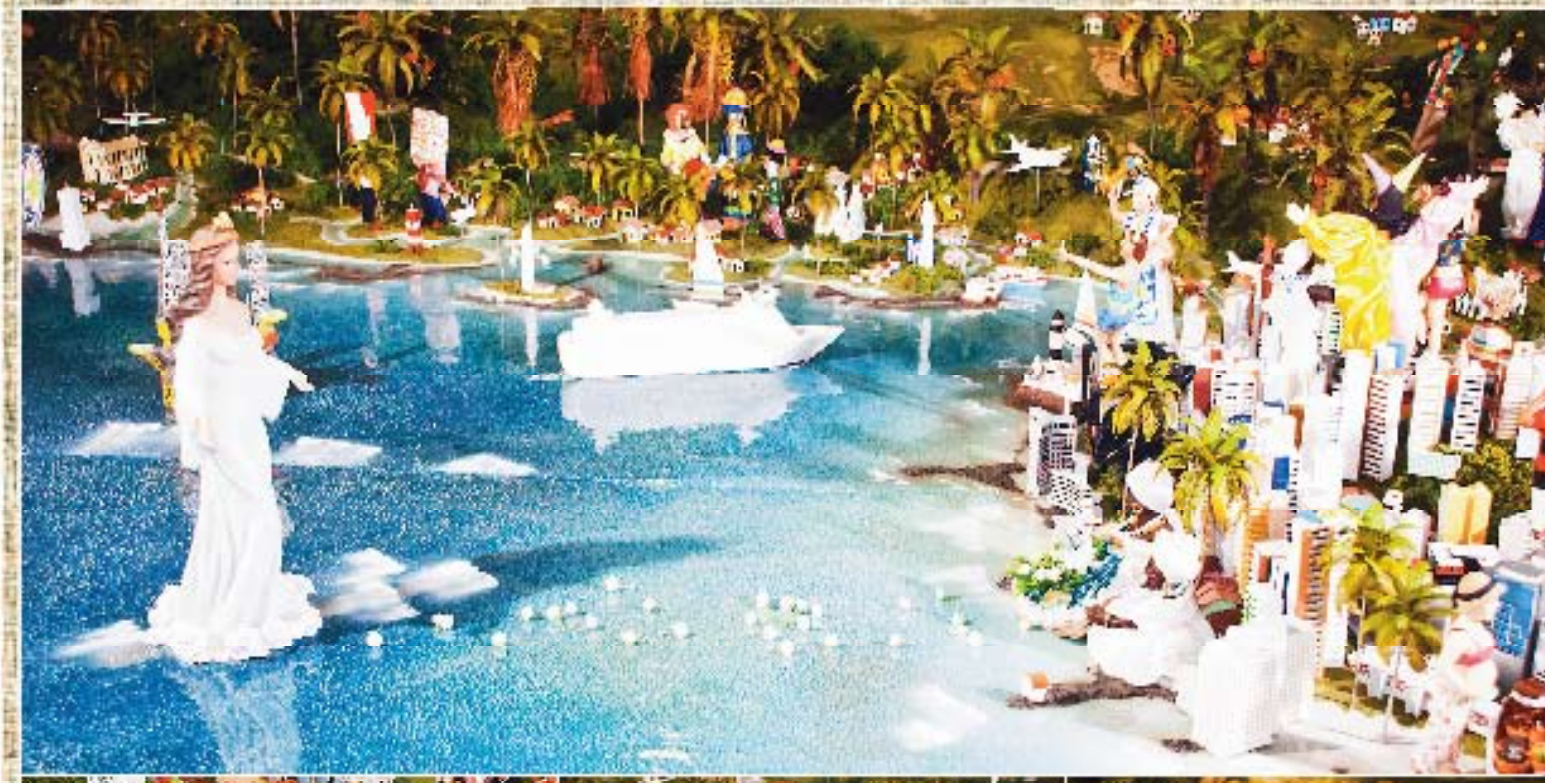
Sal e Brasa Churrascaria
Av. Abolição, 3500 - Meireles
(85) - 3261-8888
FORTALEZA - CE

Sal e Brasa Gourmet
Shopping Del Paseo - 1º Piso
(85) - 3456-3059
FORTALEZA - CE

Sal e Brasa Fast Grill
Av. Aguanambi, 2018
FORTALEZA - CE

Outras casas:
ARACAJU, SALVADOR, RECIFE, JOÃO PESSOA e NATAL.

Viaje por um mundo chamado Bahia



Venha conhecer a Maquete da Bahia em nosso estande na ABAV

Venha encontrar um perfeito aperitivo do que é viver a Bahia. Visite nosso estande na ABAV. Aqui você vai vivenciar uma experiência singular e conhecer os principais pontos turísticos do Estado através de uma maquete, com 120 m² de área, reproduzindo 100 cenários diferentes das 13 zonas turísticas do Estado. Com uma visibilidade diferenciada, você poderá passear tranqüilamente pelas praias baianas, sentir a sensação de explorar a Chapada Diamantina, visitar a Região do Descobrimento e fitnar pelas ribeiras do São Francisco como se estivesse andando nas renseira. Venha dar uma vitrinha e conhecer as zonas turísticas, expressões culturais e diversidade deste mundo tão rico chamado Bahia.

DESEMBARQUE
(71) 8888.3103
24 H
www.bahiatursa.br

SECRETARIA DO TURISMO
BAHIATURSA

2013
RÉVEILLON
MILENAR
UMA NOITE NA CHINA
MARINA PARK
CHICLETE
OTTO 7 NOVE 4
E BANDA ACAIACA
UMA FESTA DE TRADIÇÕES MILENARES E GRANDES EMOÇÕES.
Patrocínio:
Venda de ingressos:
(85) 3254.4666
PARCELADO NO CARTÃO
www.marinapark.com.br
reveillon@marinapark.com.br
MARINA PARK