



Divulgação

Miami

Destino divulga novas áreas turísticas

AA estampa cidade em revista de bordo e anuncia voo direto para Manaus. *Página 18*

ENTREVISTA



Fiona Jeffery, chairman da WTM

WTM 2011:
mais expositores
e Brasil em
destaque

Página

AVIAÇÃO

Tam MRO tem
novo diretor
executivo

HOTELARIA

Transamérica
apresenta centro
de convenções

BRASIL

Fornatur entrega
reivindicações ao



Miami múltipla

Natália Strucchi

Já foi tempo em que as atrações em Miami eram apenas as compras e Miami Beach. A cada temporada a cidade se reinventa e apresenta aos seus visitantes novas opções em entretenimento, gastronomia e hospedagem. Os brasileiros continuam atraídos pelo destino. No último ano mais de meio milhão (555.302) visitou Miami, valor 15% maior se comparado ao mesmo período de 2009 (482.871).

Entre as áreas que vem despertando o interesse dos turistas está Downtown, local escolhido como ponto de estada por 17% dos brasileiros que estiveram no

destino em 2010. Entre as principais atrações o Centro Adrienne Arsht, um palácio da música erudita e ópera, a Freedom Tower, restaurada para abrigar coleções de arte, a Faculdade de Miami Dade, com seu imenso e movimentado campus, além de restaurantes e lojas de grife.

O Museu de Arte de Miami (MAM), em construção, vai abrir suas portas em 2013 após um investimento de mais de 100 milhões de dólares. Em 2014, será a vez do Museu de Ciência. Estima-se que os dois venham a atrair cerca de um milhão de visitantes por ano.

Os dados da cidade revelam o interesse de pessoas de todo o mundo.

O Aeroporto Internacional de Miami recebe 34,1 milhões de passageiros por ano, o que o torna o terceiro no tráfego de passageiros internacionais para EUA. Já o Porto de Miami registra mais de 4 milhões de passageiros anuais*.

Em relação ao brasileiros, o principal objetivo (68%) é o lazer, sendo que 55% ficam hospedados na casa de familiares ou amigos e 45% em hotéis. As áreas mais procuradas da cidade pelos turistas oriundos do Brasil são Coral Gables/Coconut Grove/Key Biscayne (25%), North Dade/Sunny Isles (17%), Downtown Area (17%), Miami Beach (16%), South Dade (15,6) e Airport Area (9,4%).

American Airlines ressalta potencial do destino



A American Airlines apresentou, no final de setembro, a nova edição da sua revista de bordo, Nexos, que traz na capa Miami, local que sediou o lançamento do novo material. A ideia da reportagem da capa é exatamente mostrar o renascimento de bairros da

cidade que há alguns anos não tinham grande apelo turístico. Downtown, Midtown, Design District e Wynwood District são exemplos dessa situação.

"Miami mudou muito nos últimos 20 anos. E a AA tem ajudado a trazer cada

vez mais visitantes para cá. A cidade não é conhecida apenas por Miami Beach, isso mudou. Downtown, por exemplo, tem seis mil leitões", explicou o vice-presidente Sênior da AA, Peter Dolara. Ele acabou seu breve discurso garantindo que a empresa fará, sempre, tudo que estiver em seu alcance para fortalecer o destino.

O diretor executivo da revista Nexos, Michael Woody, lembrou das transformações pelas quais a publicação passou. "No início, a capa era composta sempre por alguma celebridade, mas em 2003, isso começou a mudar e os destinos foram estampados. Essa não é a primeira vez que temos Miami como matéria principal, mas ainda sim é um foco novo e estamos muito felizes", disse. Em espanhol e em português, a revista Nexos está a bordo dos voos da American Airlines de/para a América Latina, México, Espanha e Caribe.

Ter a edição também em português

comprova o peso do mercado brasileiro para a companhia. De acordo com a diretora de Comunicações da empresa, Martha Patin, o Brasil é mesmo um grande destaque entre as operações nos últimos anos e os voos estão sempre com ocupação altíssima. "Miami, por exemplo, recebe muitos brasileiros. Em todos os lugares da cidade podemos ouvir o português", ressaltou.

Ainda segundo ela, em número de voos, o primeiro destino da companhia é o México. Contudo, a tendência é que o Brasil continue recebendo novas rotas, como o voo Manaus - Miami que começa a ser operado em 16 junho de 2012 as sextas, sábados, domingos e segundas. Os assentos da nova rota, autorizada recentemente pelo Departamento de Transportes dos Estados Unidos, já estão disponíveis para compra através da central de reservas da companhia aérea.





Suíte do JW Marriott Marquis

Hotelaria de alta qualidade

O que não faltam em Miami são opções de hospedagem. Segundo dados do Great Miami Convention and Visitors Bureau, são 349 hotéis e motéis, somando mais de 42 mil quartos. A cada ano, novos e modernos empreendimentos aparecem na geografia da cidade. O JW Marriott Marquis, por exemplo, localizado na Biscayne Boulevard Way, mistura sofisticação, design, moda, arte e tecnologia em uma paisagem diversificada que abriga tanto o turismo de negócios quanto o de lazer.

O M&E teve a oportunidade de conhecer toda a infraestrutura do hotel, que foi apresentado por Romina Meta, diretora corporativa e Charlene Overturf, coordenadora de Marketing e Relações Públicas do Marriott Marquis. O preço médio das suítes pode variar entre US\$ 390, US\$ 450 e US\$ 600, dependendo da época do ano. Já os hóspedes dos andares 36, 37 e 41 possuem benefícios a mais, como um lounge privativo, um espaço

onde podem tomar café da manhã e ter acesso ao Business Center.

Outro diferencial é o fato de ter “um hotel dentro do hotel”. Nos andares 38,39 e 40 fica instalado o Hotel Beaux Arts. Uma espécie de categoria ainda mais sofisticada, com 44 quartos. “A decoração é diferente e nossa estratégia de vendas também. Esse ambiente é para executivos que buscam um hotel de luxo diferente dos regulares. É super personalizado e privado”, explicou Romina Meta.



Romina Meta e Charlene Overturf



Entrada do Beaux Arts

Dados de brasileiros em Miami	2010	2009
Número de visitantes	555.302	482.871
Despesa total	US\$ 1.140.576.484	US\$ 943.525.588
Despesa diária por pessoa	US\$ 271,69	US\$ 259,15
Tempo de estada	7,56 dias	7,54 dias
Despesa média na viagem	US\$ 2.053,98	US\$ 1.953,99