

LA AVENIDA PAULISTA COMO ÍCONO TURÍSTICO

Su relación con el turismo de negocios de São Paulo (Brasil)

*Debora Cordeiro Braga
Viviane Veiga Shibaki
Universidade de São Paulo
São Paulo – Brasil*

El presente artículo intenta evaluar los elementos que contribuyen a que la Avenida Paulista se mantenga como el ícono turístico de una metrópolis que se destaca por el turismo de negocios. Con este objetivo se realizó una revisión bibliográfica sobre turismo urbano, metropolitano y de negocios, y sobre marketing de ciudades. El mismo sirvió de apoyo para la realización de un estudio exploratorio de los datos secundarios obtenidos en documentos de organismos y asociaciones relacionados con la gestión turística en São Paulo. Estudio que también incluyó los datos obtenidos en el trabajo de campo, como establecimientos, elementos culturales, información sobre la estructura hotelera y los atractivos ubicados en torno a la avenida. Pudo comprobarse que el carácter de ícono facilita la difusión de la oferta turística de la región y propicia a los turistas de negocios el acceso a esa diversificada oferta mientras están en São Paulo gracias a las facilidades del transporte y a la concentración de los servicios y equipamientos en ese espacio urbano paulistano.

PALABRAS CLAVE: *ícono turístico, Avenida Paulista, turismo metropolitano, turismo de negocios, São Paulo, marketing de ciudades.*