

PLATUM PLANO DE
2015|2018 TURISMO
MUNICIPAL

CIDADE DE SÃO PAULO

Créditos

Prefeito de São Paulo

Fernando Haddad

Secretário Especial para Assuntos do Turismo

Presidente da São Paulo Turismo

Wilson Poit

Vice-Presidente da São Paulo Turismo

Ítalo Cardoso

Diretora de Turismo e Entretenimento

Luciane Leite

Coordenação geral

Fernanda Ascar

Coordenação técnica e conteúdo

Mariana Aldrigui, Raquel Vettori

Projeto gráfico e diagramação

Fábio Montanheiro, Luciana Jabur

Equipe técnica

Fábio Montanheiro, Beatriz Oliveira, Juliana Carrasco, Lilian Natal, Marisa Marrocos.

Revisão

Mariana Aldrigui, Lilian Natal.

Participação

Adalberto Alcântara, Amanda Valenciano, Ana Gabriela Galante, Andreia Piason, Adriana Omuro, Amarilis Rocha, Andrezza Serra, Bruno Silva, Cláudio Pontífice, Cynthia Noce, Disney Batista, Elen Andrade, Fernanda Franco, Janaina Machado, Janete Novaes, Juliana Nabono, Juliana Pestana, Lucia Regina, Luciana Canto, Luciana Moreira, Luciana Sinzato, Mariana Sano, Raquel Benz, Raquel Terra, Sandra Ferraggine, Silvia Chimenti, Talitha Garcia, Taynah Caram, Thamires de Moraes, Thelma Ghobril, Thiago Santos, Vanessa Mariano e Vanessa Rossini.

Colaboração

Conselho Municipal de Turismo e empresários do setor de turismo.

Elaborado pela Equipe Técnica da Diretoria de Turismo e Entretenimento da São Paulo Turismo S/A - Empresa de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo.

Av. Olavo Fontoura, 1209 - Parque Anhembi - Santana - São Paulo - SP - 02012-021

(11) 2226-0562 - projetosturisticos@spturis.com

Visite: spturis.com e cidadedesaopaulo.com

Impresso em junho de 2015

Tiragem: 1.000 exemplares

O objetivo da São Paulo Turismo S/A é promover a cidade de São Paulo de forma independente e sem nenhum vínculo com os estabelecimentos mencionados. As informações que constam neste material estão sujeitas a atualizações e/ou revisões posteriores.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Platum 2015-2018 : Plano de Turismo Municipal / [elaborado pela Equipe Técnica da Diretoria de Turismo e Entretenimento da São Paulo Turismo]. -- São Paulo: São Paulo Turismo, 2015.

Vários autores

1. Planejamento municipal - Brasil - São Paulo (Estado)
2. Planejamento regional - Brasil - São Paulo (Estado)
3. Platum - Plano de Turismo Municipal - 2015-2018
4. Turismo - Administração
5. Turismo - Brasil - Região Sudeste
6. Turismo - Política governamental - Brasil I. Equipe Técnica da Diretoria de Turismo e Entretenimento da São Paulo Turismo.

15-05046

CDD -354

Índices para catálogo sistemático:

1. Brasil : Turismo : Política e planejamento : Gestão pública 354



São Paulo
turismo
www.spturis.com



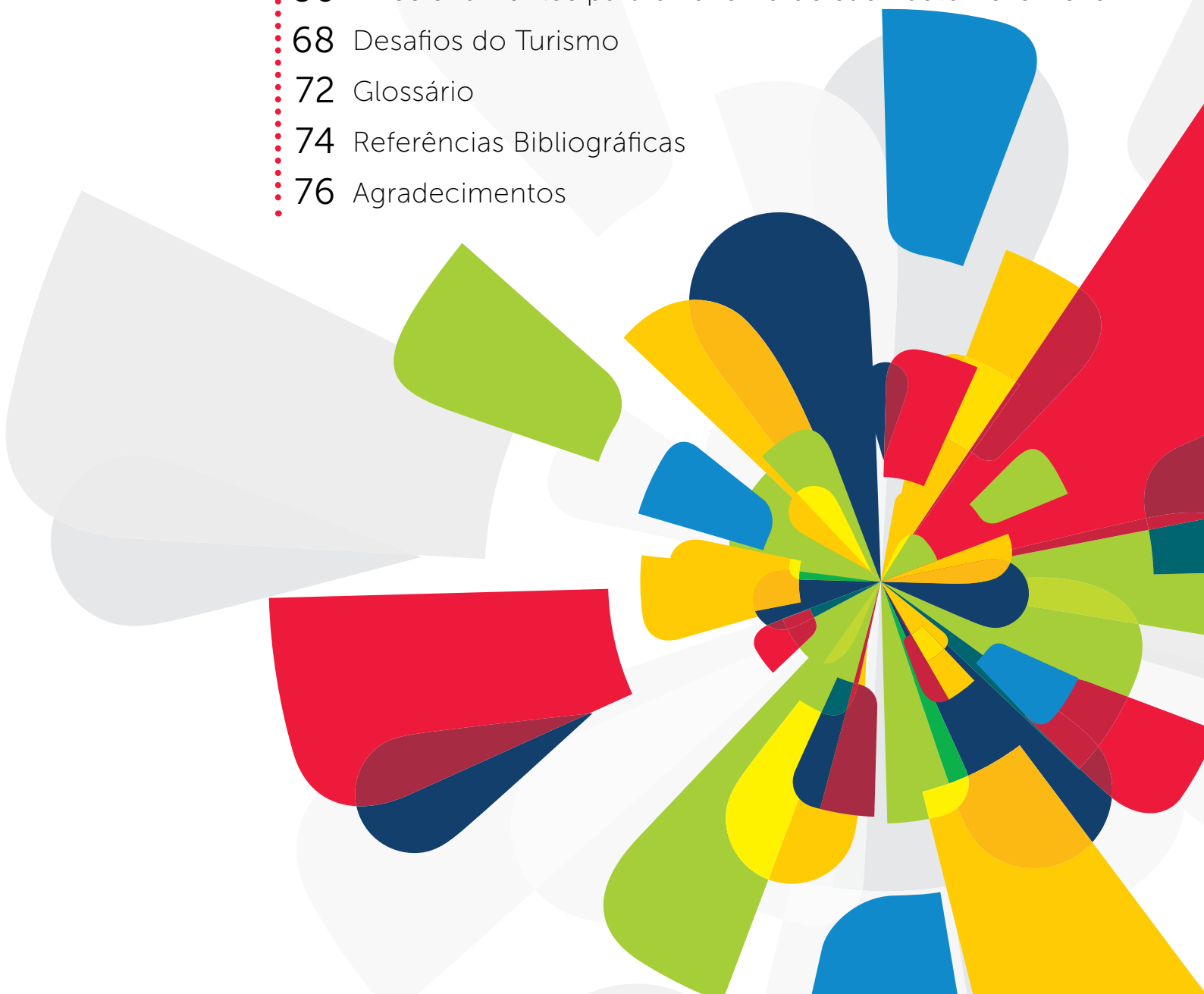
PLATUM

PLANO DE TURISMO MUNICIPAL

CIDADE DE SÃO PAULO

ÍNDICE

- 5 Carta do Presidente da São Paulo Turismo
- 6 Apresentação
- 10 A atual dimensão do Turismo
- 22 O turismo que acontece em São Paulo
- 44 Principais resultados do Platum 2011-2014
- 56 Direcionamentos para o Turismo de São Paulo 2015-2018
- 68 Desafios do Turismo
- 72 Glossário
- 74 Referências Bibliográficas
- 76 Agradecimentos





Vista da metrópole a partir do Parque da Cantareira.

Foto: José Cordeiro|SPTuris

O TURISMO DA CIDADE DE SÃO PAULO MUDOU

Há poucos anos, a capital paulista era vista apenas como uma cidade para trabalhar, eventualmente visitar a família ou fazer compras. Tudo isso se manteve. Mas São Paulo é muito mais. E milhões de pessoas mundo afora perceberam isso. Em grande parte, graças ao trabalho da Prefeitura de São Paulo e da SPTuris - como os resultados do último Platum mostram nas próximas páginas - e a cadeia produtiva do setor no município, que se ergueu e se reinventou.

Capital cultural, de entretenimento, gastronomia, eventos, design, moda e conhecimento do Brasil, a metrópole também conquistou seu lugar ao sol no turismo. E aos poucos chegou ao topo, sendo hoje o maior destino do país. Mesmo que o turista aqui não se veja como turista muitas vezes. Porque o visitante de São Paulo gosta de se misturar ao cotidiano da cidade, frequentar museus e teatros que os paulistanos vão, passear na Paulista, comprar algo diferente no Mercado, andar no Parque Ibirapuera, divertir-se na Vila Madalena, tomar chope comendo pastel, dar uma passadinha em uma grande livraria, pedir um pão na chapa em uma boa padaria, aproveitar feirinhas de arte e artesanato e muito mais.

E essa é a nova proposta do Platum - Plano de Turismo Municipal. Agora que o turismo paulistano está cada vez mais consolidado, queremos que avance se misturando ao crescimento e desenvolvimento da própria cidade.

Esse é nosso novo desafio.
Não apenas da São Paulo Turismo, mas de todos.

Um abraço,

Wilson Poit

Secretário Especial para Assuntos do Turismo
Presidente da SPTuris

COSMOPOLITA, MODERNA, GLOBAL, POPULOSA, DENSA, COMPLEXA, INTERESSANTE

Diversos são os adjetivos que caracterizam a maior cidade brasileira, destino anual de 15 milhões de visitantes. Centro financeiro, gastronômico e cultural do Brasil, capital das inovações criativas, polo disseminador das tendências, São Paulo acolhe a todos, indistintamente.

Hoje, a cidade é o maior destino turístico do Brasil. De forma prática, São Paulo recebe por ano a sua população em volume de visitantes, o que significa uma grande pressão sobre sua infraestrutura, e ao mesmo tempo, a entrada de recursos que movimenta sua economia, fortemente baseada em comércio e serviços. Isso demanda do gestor público, em suas diversas áreas de atuação, a inclusão do turismo como pauta na definição de suas estratégias.

Eis, portanto, o maior desafio da gestão do Turismo nesta metrópole. Nossos visitantes não vêm em busca de belezas naturais, relaxamento ou descanso. Ao contrário, vem fundamentalmente fazer negócios, participar de eventos, visitar feiras, estabelecer novas relações comerciais, atualizar-se, aprender, conhecer o novo, reciclar o antigo, rever conceitos, cuidar da saúde, enfim, aproveitar o que São Paulo oferece diariamente a quem vive aqui.

O turista em São Paulo não está propriamente em férias e, por isso, poucas vezes se permite ser chamado assim. É, na verdade, um visitante experiente, que acumula informa-

ções sobre o que há de melhor e mais interessante para fazer entre um compromisso e outro – experimentar novos restaurantes ou retornar aos prediletos, assistir a shows e espetáculos, adquirir produtos e serviços nos milhares pontos de venda de comércio, do luxuoso ao popular, visitar museus e galerias, mostras e parques.

Quem aqui chega se impressiona não apenas com a dimensão da cidade, mas com a multiplicidade de interesses e comportamentos que convivem e transformam cada visita em uma experiência única e que deve ser repetida.



Museu de Arte de São Paulo, artistas do mundo todo no coração da cidade.

Foto: José Cordeiro|SPTuris

O turismo em São Paulo, portanto, não é convencional, realizado durante férias e baseado na fruição do tempo livre.

É ágil e movimentado, como a própria dinâmica da cidade. Turistas em São Paulo se comportam como seus moradores, sem câmeras ou contemplação, mas com pressa e em busca de serviços de excelência.

Reconhecem a necessidade de estar aqui e demandam melhor acolhimento, tanto em

termos de infraestrutura, como no atendimento a suas necessidades e desejos. E o papel da SPTuris é agir efetivamente no seu atendimento, articulando os diversos setores envolvidos para que a experiência de viver São Paulo seja não apenas incomparável, mas necessária aos brasileiros e aos estrangeiros que visitem nosso país.

Este documento apresenta a todos um novo desafio: fazer com que o Turismo seja reconhecido como uma das mais importantes atividades econômicas e sociais da cidade, contribuindo para que São Paulo permaneça como grande centro de negócios e principal metrópole da América Latina.

O PLANO DE TURISMO MUNICIPAL DE SÃO PAULO

O PLANO DE TURISMO MUNICIPAL - PLATUM FOI INSTITUÍDO PELA LEI MUNICIPAL Nº 11.198, DE MAIO DE 1992, COM O PROPÓSITO DE PROMOVER O TURISMO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL, ECONÔMICO E CULTURAL, ATRAVÉS DA FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS PARA O SETOR. A LEI ATRIBUI AO ANHEMBI TURISMO E EVENTOS DA CIDADE DE SÃO PAULO S/A - ANTIGA DENOMINAÇÃO DA SÃO PAULO TURISMO S/A - E AO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO - COMTUR - O PAPEL DE COORDENAR E IMPLANTAR TAIS POLÍTICAS.

Com o término da vigência do plano anterior, Platum 2011-2014, e em busca de revisão e atualização da política de turismo municipal, a SPTuris contou com a colaboração da professora doutora Mariana Aldrigui, da Universidade de São Paulo (USP), cujas pesquisas recentes tratam do desenvolvimento do turismo em grandes metrópoles. Em suas diversas etapas, contou ainda com o envolvimento e colaboração dos membros do COMTUR, de especialistas, empresários, trabalhadores e entidades do setor, além de toda a equipe da SPTuris – em especial da Diretoria de Turismo e Entretenimento, na elaboração do Platum 2015-2018.

Embora representado por um documento, é um instrumento em constante revisão e atualização, por tratar de uma atividade dinâmica e que responde rapidamente às mudanças globais e locais.

Este documento apresenta uma contextualização do turismo no cenário mundial, indicando os números que colocam São Paulo entre as cidades globais, ou seja, os polos de grande atração de turistas pela diversidade de opções oferecidas e pela vibração econômica e cultural que a transforma em um produto diferente para cada novo visitante, a cada novo dia.

Efetivamente, ele propõe alternativas que demandam a cooperação direta dos demais setores do poder público e da sociedade, entendendo que não existe uma cidade diferente para o turista, mas, sim, cada vez mais, pessoas que querem viver São Paulo e aproveitá-la como um verdadeiro paulistano, valendo-se de toda a estrutura pensada para o residente, e da certeza de que é preciso estar aqui para saber, experimentar, encantar-se e realizar sonhos e projetos.

Uma das referências utilizadas para a elaboração do Platum foi o Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo (PDE), instituído pela Lei municipal nº 16.050 de 2014, que orienta o crescimento e o desenvolvimento urbano em todo o município para garantir que ele aconteça de forma planejada e direcione as ações do poder público e da iniciativa privada nos próximos anos.

O turismo não foi destacado como atividade estratégica no novo plano, o que reforça o desconhecimento da importância da atividade para a cidade. Por outro lado, as estratégias traçadas

abrem um amplo leque de oportunidades para que o turismo se posicione como atividade de destaque para São Paulo.

Estratégias do PDE 2014

- Socializar os ganhos de produção da cidade.
- Assegurar o direito à moradia digna para quem precisa.
- Melhorar a mobilidade urbana.
- Qualificar a vida urbana nos bairros.
- Orientar o crescimento da cidade nas proximidades do transporte público.
- Reorganizar as dinâmicas metropolitanas.
- Promover o desenvolvimento econômico da cidade.
- Incorporar a agenda ambiental ao desenvolvimento da cidade.
- Preservar o patrimônio e valorizar as iniciativas culturais.
- Fortalecer a participação popular nas decisões dos rumos da cidade.

A gestão do turismo deve ter foco em quatro delas: **qualificação da vida urbana nos bairros**, que prevê a implementação de Planos Regionais das Subprefeituras, e que por serem mais específicos, devem contemplar o turismo nas regiões onde ele já acontece e onde tem potencial para ser desenvolvido; **promoção do desenvolvimento econômico da cidade**, com possibilidade de fortalecimento do turismo de negócios e incentivo às economias criativas; **incorporação da agenda ambiental ao desenvolvimento da cidade**, que contempla, além das ações de sustentabilidade previstas transversalmente, o retorno da Zona Rural no município e a estruturação do ecoturismo como alternativa de desenvolvimento; e **preservação do patrimônio e valorização das iniciativas culturais**, valendo-se dos bens de interesse histórico, cultural, paisagístico, ambiental e social da cidade como atrativos turísticos.

Espera-se que os diferentes setores da administração municipal possam utilizar o Platum como um documento direcionador para integração de ações, reconhecendo que os benefícios da atração de mais turistas são diretamente percebidos nos diferentes setores, direta e indiretamente ligados ao turismo: hospedagem, gastronomia, feiras, congressos e convenções, transporte público e privado, shoppings, ruas especializadas e comércio em geral, atrações culturais e esportivas, e toda a gama de atividades que permite a realização de reuniões de negócios.

O foco para a gestão do turismo de São Paulo entre 2015 e 2018 considera tratar-se de uma cidade em que o residente tenha orgulho de viver e apresentar a seus amigos e parentes, o empresário encontre sempre novas e interessantes oportunidades de fazer negócios, o gestor público possa encontrar soluções que atendam aos interesses da população e os visitantes, todos, se sintam acolhidos, bem recebidos e determinados a retornar a São Paulo o mais rápido possível.

Para isso, o Platum 2015-2018 se estrutura sobre quatro grandes eixos - a **consolidação do turismo na cidade**, a **educação para o turismo**, a **busca da excelência na experiência turística** e a **promoção do destino** - pautados em ações estratégicas específicas que, juntas, levarão à conquista dos objetivos audaciosos aqui propostos.

Auditório Ibirapuera, palco de shows ao ar livre.

Foto: José Cordeiro|SPTuris



A ATUAL DIMENSÃO DO TURISMO



A ATUAL DIMENSÃO DO TURISMO

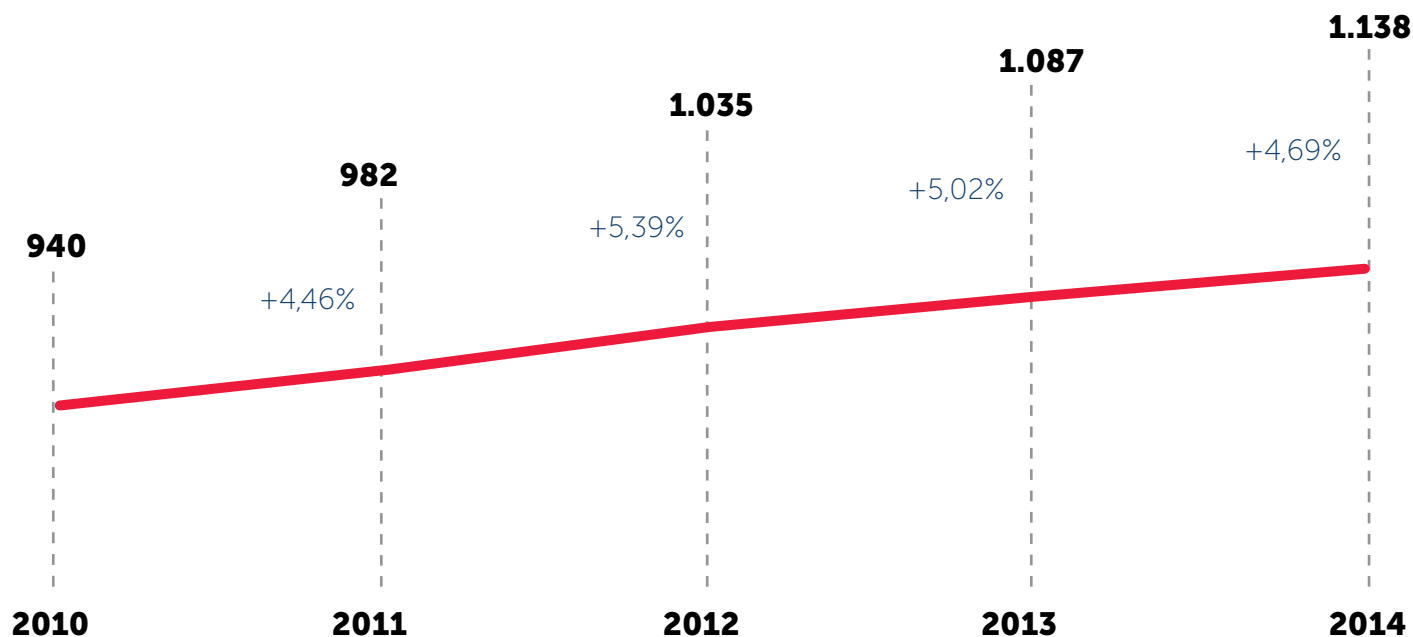
Uma das principais atividades econômicas e sociais do planeta, o turismo se destaca por seus elevados números. Em 2014, o PIB global do turismo teve crescimento de 3,6%, um aumento acima da média registrada pela economia mundial, de 2,5%. A contribuição do Turismo foi da ordem de US\$ 7,6 trilhões¹, mantendo cerca de 277 milhões de empregos.

Tais cifras posicionam o turismo como a quinta atividade de maior relevância econômica mundial, atrás de Serviços Financeiros, Comunicações, Bancos e Educação, porém à frente de Mineração, Indústria Química e Indústria Automobilística.

Dados da Organização Mundial do Turismo (UNWTO²/OMT) revelam que 1,14 bilhão de pessoas empreenderam viagens internacionais em

Figura 1
Movimentação de turistas no mundo

Nº de turistas (milhões)



Fonte: Organização Mundial do Turismo (OMT), 2015

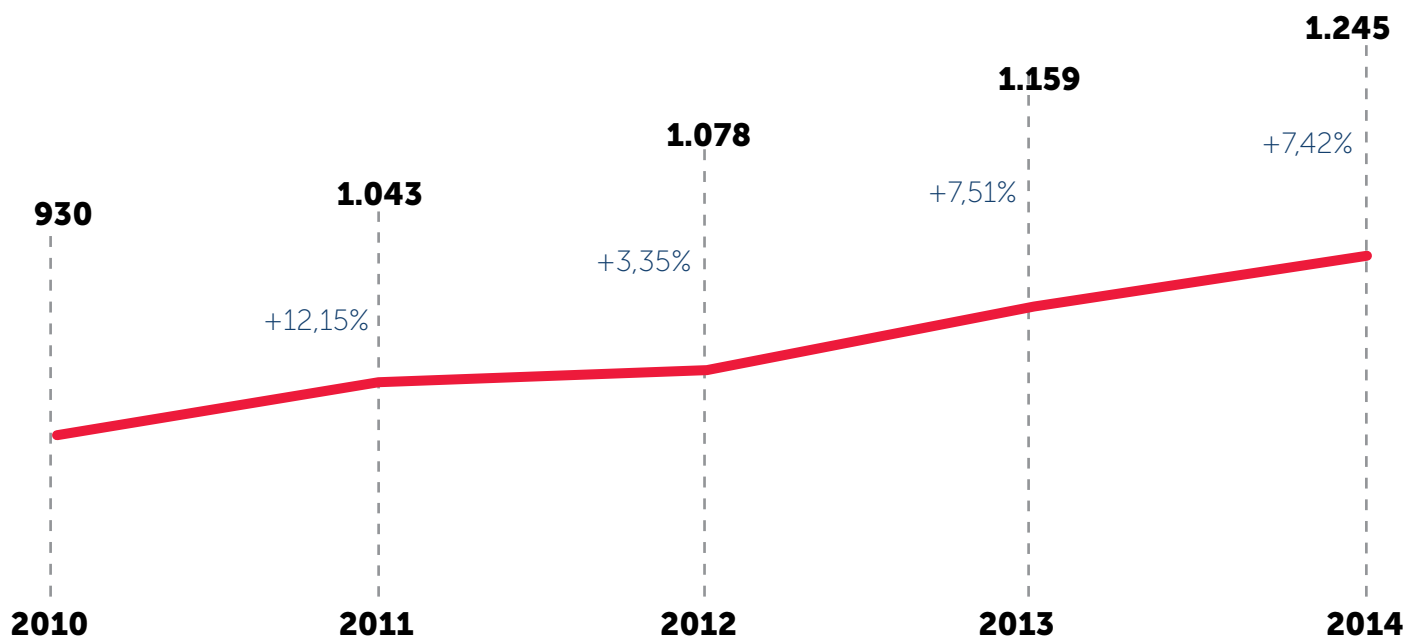
¹WTTC, 2015 - World Travel and Tourism Council (Conselho Mundial de Viagens e Turismo)

²UNWTO - World Tourism Organization of the United Nations (Organização Mundial do Turismo)

2014, número este 4,7% maior que no ano anterior. Segundo previsões da UNWTO e do WTTC, a taxa de crescimento anual do Turismo deve se manter entre 4% e 5% anualmente, mesmo índice registrado desde 2009.

Se houvesse unificação na metodologia de mensuração do turismo interno nos países membros, este seria a mais importante atividade econômica do mundo, uma vez que a projeção da UNWTO/OMT é que o número de viagens domésticas (realizadas dentro das fronteiras dos países onde residem os viajantes) exceda em até dez vezes o número de viagens internacionais.

Figura 2
Receitas turísticas no mundo
Receitas Turísticas em US\$ (milhões)

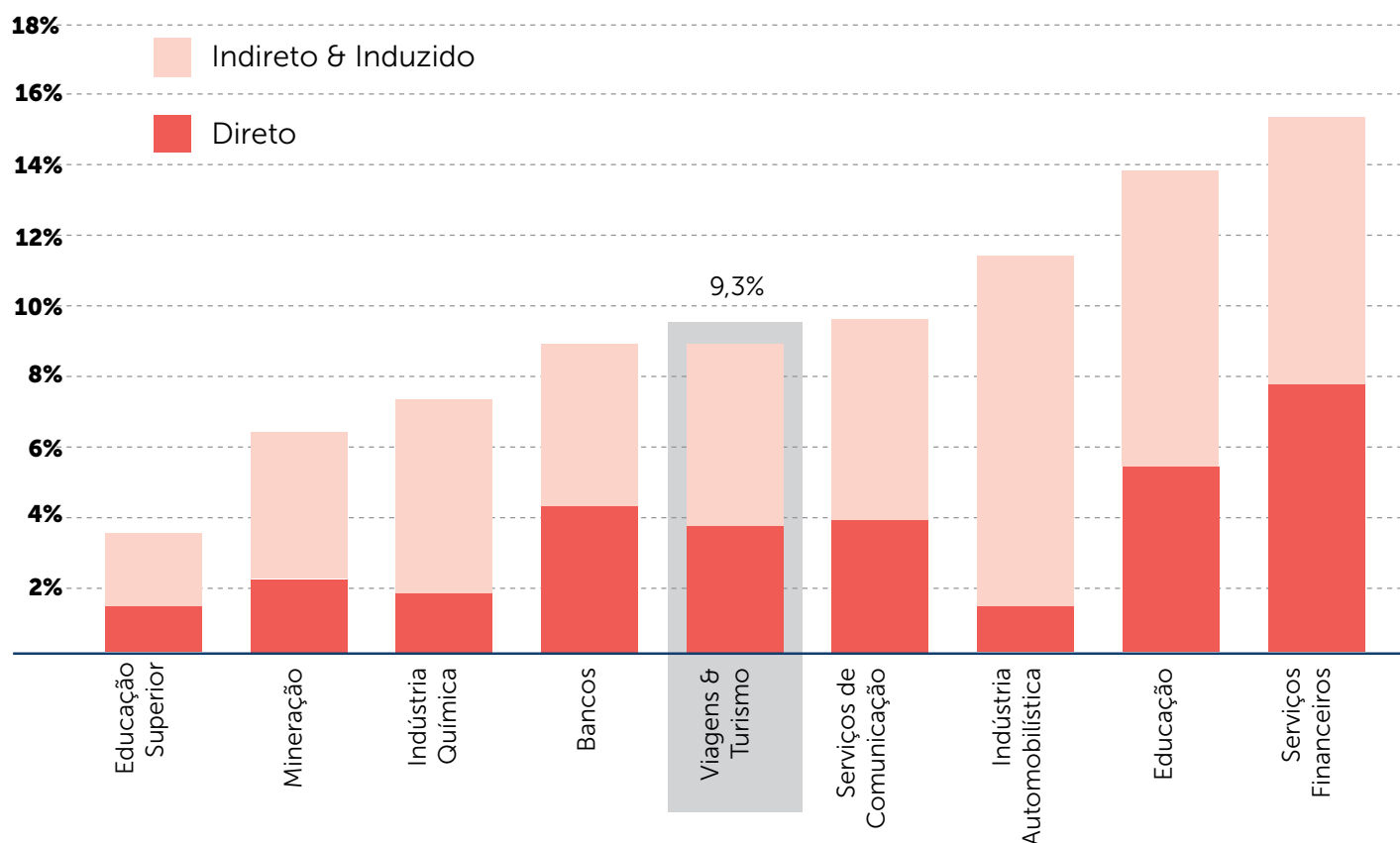


Fonte: Organização Mundial do Turismo (OMT), 2015

No Brasil, do mesmo modo, pesquisas comprovam o vigor do segmento. Desde a metade da década de 1990, o país gradualmente melhora sua posição no cenário turístico mundial, registrando a chegada de 5,8 milhões de visitantes em 2013. O WTTC afirma que o país ocupa o quinto lugar em termos de crescimento da economia no setor de viagens e turismo, superado apenas pela Coreia do Sul, Indonésia, Índia e China.

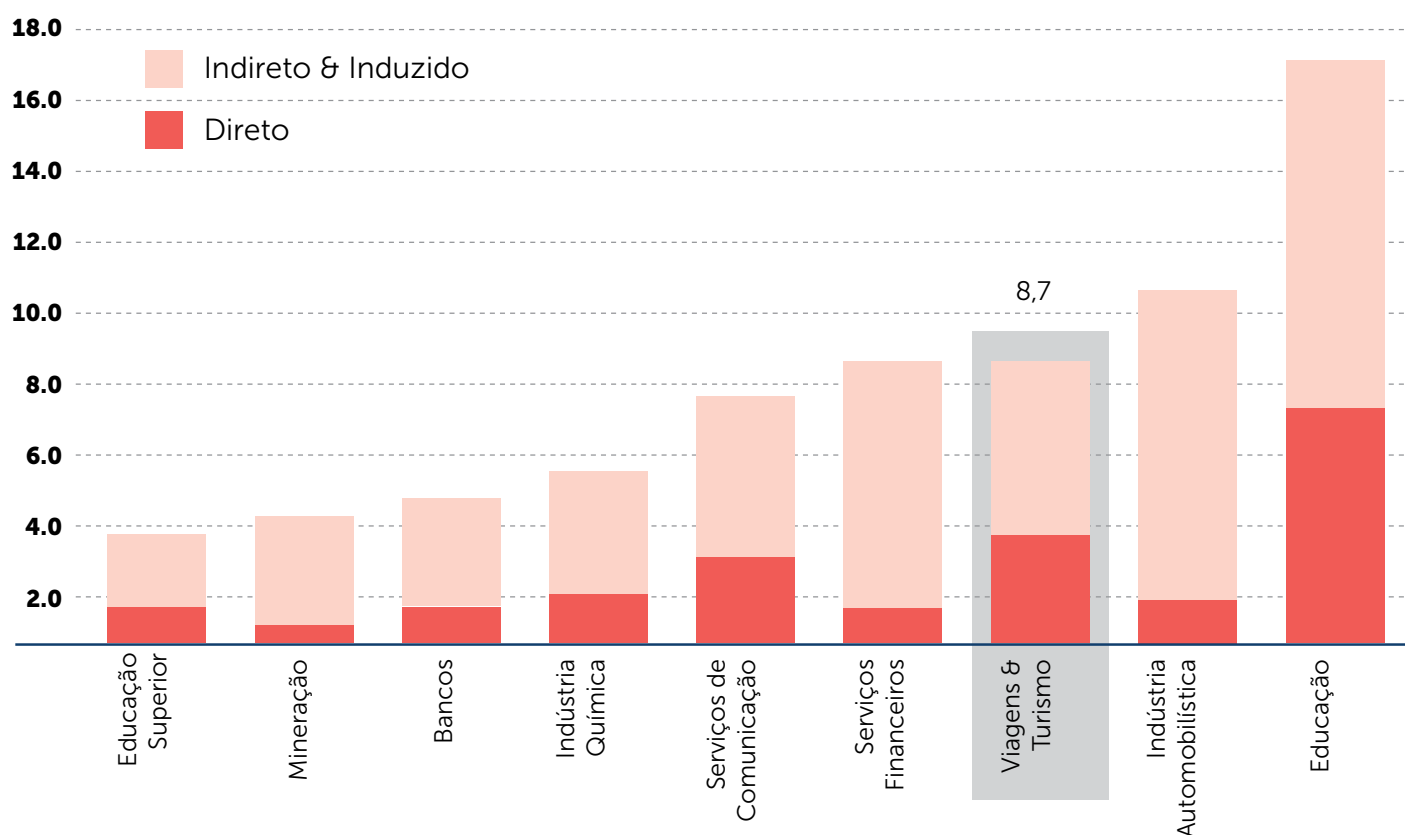
As figuras 3 e 4 demonstram a importância do setor em relação a seu impacto no Produto Interno Bruto brasileiro, como também sua grande capacidade de geração de empregos.

Figura 3
Impacto do Produto Interno Bruto brasileiro por segmento
(variação %)



Fonte: Adaptado de World Travel & Tourism Council (WTTC), 2015

Figura 4
Impacto nos empregos brasileiros por indústria
(milhões)



Fonte: Adaptado de World Travel & Tourism Council (WTTC), 2015

Não há dúvidas de que o volume de pessoas viajando para e pelo Brasil aumentou significativamente nos últimos anos, graças a diversos fatores, entre eles a redução no valor do deslocamento e o aumento da concorrência nos serviços de viagem e hospedagem. A estabilização da economia e um cenário de otimismo entre 2010 e 2014 também estimularam a realização de negócios em todo o país, especialmente nas capitais.

A realização da Copa do Mundo FIFA™ Brasil 2014 colaborou para o incremento do número de visitantes, notadamente nas 12 cidades sede, porém enquanto os gastos de turistas estrangeiros em cartão de crédito, em dez cidades sede, somaram 27%, São Paulo e Rio de Janeiro juntas ficaram com quase o dobro deste valor, 47% do total gasto, segundo relatório de turismo feito pela VISA.

Copa do Mundo FIFA™ e eleições em um mesmo ano afetaram significativamente a distribuição da demanda no país, mas ainda assim, segundo a ABRACORP³, o segmento de viagens corporativas (viagens de negócios e eventos) cresceu 14,5% em 2014, e as duas principais metrópoles brasileiras, São Paulo e Rio de Janeiro, foram o destino de 49% das viagens contabilizadas (dos 13,1 milhões de bilhetes aéreos emitidos).

Essa atratividade das metrópoles não é uma particularidade do Brasil. Os destinos mais visitados do mundo são os grandes centros urbanos e, em sua maioria, recebem a classificação de **Cidade Global**, segundo critérios estabelecidos pela rede internacional de pesquisadores sobre cidades globais - GaWC⁴, como Londres, Nova Iorque, Hong Kong, Paris e Singapura. É possível afirmar que o volume de negócios realizados em uma cidade global guarda estreita relação com o número de visitantes que ela recebe, e todos estes visitantes utilizam serviços diretamente ligados ao turismo.

³ABRACORP - Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas

⁴GaWC - Globalization and World Cities Research Network (Rede de Pesquisas em Globalização e Cidades Globais)

Partida de futebol na Arena Corinthians, durante a Copa do Mundo da Fifa™ Brasil 2014. Foto: Luciana Jabur|SPTuris





Avenida Faria Lima, importante centro comercial, cultural e financeiro da cidade. Foto: José Cordeiro|SPTuris

As cidades globais são centros urbanos que projetam sua influência em todo o mundo, em função da concentração de decisões que afetam a política e a economia mundial, e das empresas e organizações que controlam e movimentam o capital financeiro e intelectual, dispondo, portanto, de condições para que muitas atividades de ponta se desenvolvam.

O turismo é uma atividade central, característica da cidade global. A concentração de empresas e polos de inovação leva naturalmente à concentração de pessoas de renda elevada, e estas pessoas demandam serviços e produtos diferenciados, notadamente em restaurantes, lojas e equipamentos de cultura e entretenimento. A diversidade de opções acompanha a diversidade de interesses e a multiplicidade de estilos de vida que se reúnem e convivem nestas aglomerações urbanas.

Em muitos casos, é exatamente o estilo de vida do residente um dos pontos mais atrativos para uma visita às cidades. A esse estilo de vida vão se somando as opções que a cidade oferece, e nem sempre tais opções têm relação direta com o que se considera tipicamente turístico. Viagens de negócios podem ser complementadas por atividades de lazer, cultura, esporte, compras, entretenimento e, principalmente, gastronomia.

As grandes metrópoles mundiais direcionam seus investimentos em infraestrutura para torná-las mais atrativas como um todo – para o residente, para o investidor e para o visitante, e ao integrar



o visitante no processo de planejamento das políticas urbanas, incluem imediatamente as questões do turismo, ampliando as oportunidades que esta atividade proporciona para a cidade, econômica e socialmente.

Em São Paulo, como em outras grandes cidades, os atrativos tradicionais são uma pequena parte de sua atividade turística; são os serviços que atendem tanto a turistas como residentes aqueles que mais têm impacto na experiência do visitante.

Da variedade gastronômica aos centros de compra, da cena cultural ao agito na noite, São Paulo é o local onde tudo acontece, a qualquer hora. É cada vez mais comum aliar trabalho e lazer, prazer e profissão, aprendizado e tratamento de saúde, compras e reuniões. Mais que isso, dada a dimensão de São Paulo, com sua população estimada em 11,5 milhões⁵ e cerca de 15 milhões⁶ de visitantes ao ano, o turismo ressignificado pode rapidamente tornar-se um dos mais importantes geradores de empregos, especialmente porque suas atividades características envolvem profissionais com diferentes níveis de qualificação, havendo um grande número de posições ocupadas por pessoas de baixa escolaridade.

Recente estudo publicado pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo em conjunto com a Oxford Economics (empresa de consultoria econômica britânica) concluiu que os governos que integram o setor de Turismo em sua estratégia de desenvolvimento econômico percebem muito rapidamente os resultados positivos na economia local.

“A concentração de negócios diversos em São Paulo faz com que o turismo não se destaque como uma atividade única e facilmente dimensionada. Ao contrário, aqui o turismo é atividade transversal, complementar a praticamente todas as demais atividades econômicas da metrópole.” (Aldrigui, 2011)

Reforçando este argumento, o relatório *MasterCard 2014 Destination Cities Index* demonstra que as viagens internacionais têm impacto direto nas cidades, do ponto de vista social, cultural e de negócios.

“Junto com os visitantes chegam novas ideias e experiências que beneficiam tanto as pessoas como o destino, e que são tão importantes quanto o dinheiro que eles trazem. Quanto mais conectada mundialmente uma cidade, mais vibrante e dinâmica ela se torna.” (Mastercard, 2014)

⁵ SEADE; IBGE, 2014

⁶ Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo



Nesse relatório, há apenas uma cidade latino-americana entre os 20 principais destinos internacionais no mundo (Lima), com chegada estimada de 5,11 milhões de estrangeiros. Na região, São Paulo é a terceira cidade que mais recebe estrangeiros, estimados em 2,51 milhões.

Figura 5
10 principais destinos para turistas internacionais na América Latina em 2014
Nº de turistas (mi = milhões)



- 1. Lima (5,11 mi)
- 2. Cidade do México (2,57 mi)
- 3. São Paulo (2,51 mi)
- 4. Punta Cana (2,22 mi)
- 5. Buenos Aires (2,11 mi)
- 6. San Jose (1,51 mi)
- 7. Rio de Janeiro (1,20 mi)
- 8. Bogotá (0,94 mi)
- 9. Montevideu (0,85 mi)
- 10. Quito (0,67 mi)

Fonte: MasterCard DestinationCities Index, 2014

MasterCard

2014 Global Destination Cities Index

By: Dr. Yuwa Hedrick-Wong and Desmond Choong



Capa do relatório MasterCard 2014 Destination Cities Index, 2014.



Figura 6
10 principais destinos para turistas internacionais na América Latina
Nº de turistas (milhões)

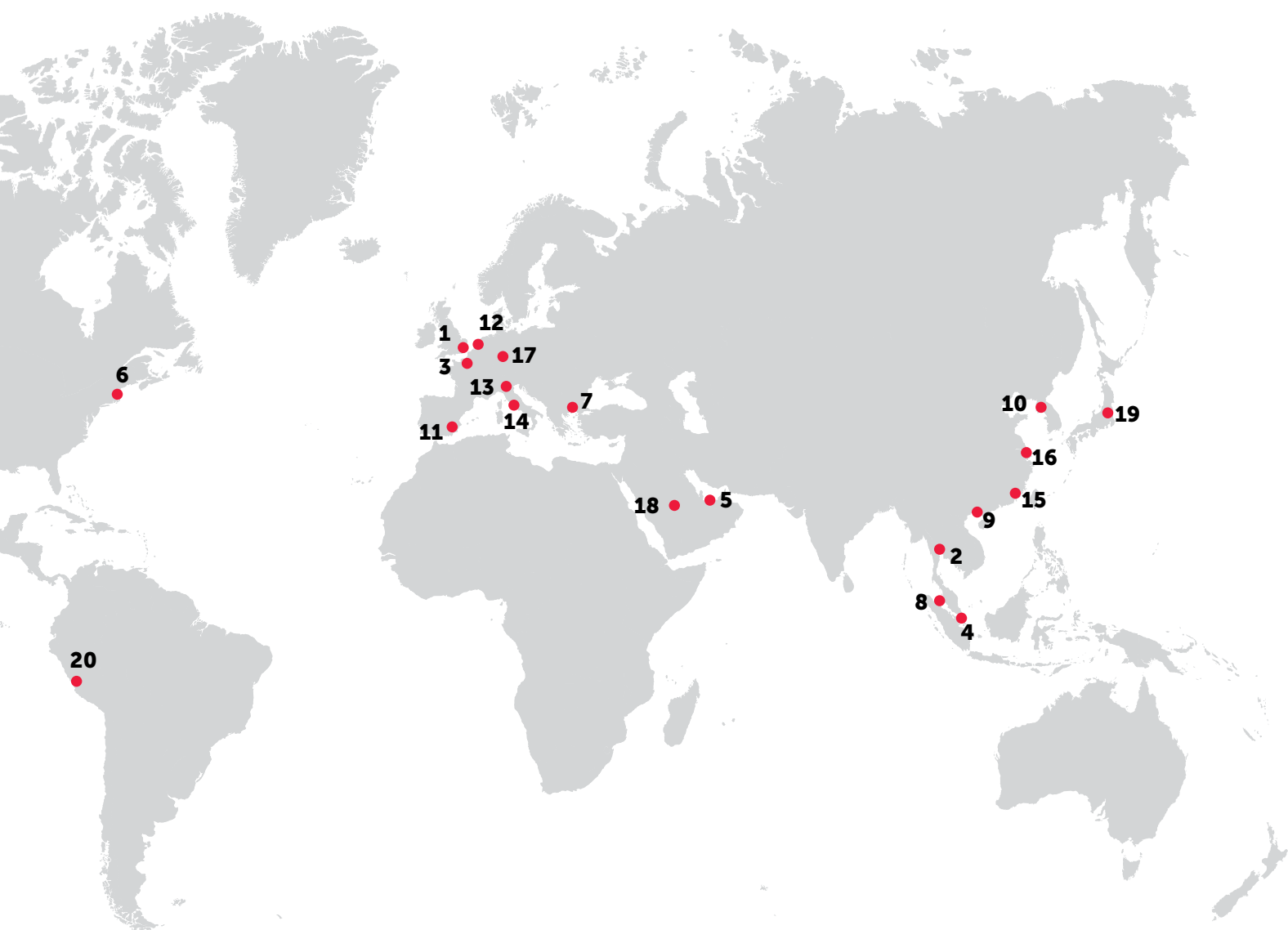
Destino	País	2010	2011	2012	2013	2014	Variação 2013/2014
Lima	Peru	2,1	2,9	3,9	4,9	5,1	4,1%
Cidade do México	México	1,8	2,1	2,3	2,4	2,6	7,8%
São Paulo	Brasil	2,0	2,1	2,1	2,3	2,5	9,7%
Punta Cana	República Dominicana	1,7	1,8	2,0	2,1	2,2	5,5%
Buenos Aires	Argentina	2,4	2,4	2,2	1,9	2,1	9,2%
San José	Costa Rica	1,3	1,4	1,4	1,5	1,5	3,5%
Rio de Janeiro	Brasil	0,9	1,0	1,1	1,2	1,2	0%
Bogotá	Colômbia	0,7	0,8	0,8	0,9	0,9	5,3%
Montevideú	Uruguai	0,8	0,9	0,8	0,8	0,8	10,2%
Quito	Equador	0,4	0,4	0,5	0,6	0,7	18,2%

Fonte: MasterCard Destination Cities Index, 2014

Figura 7

20 principais destinos para turistas internacionais no mundo em 2014

Nº de turistas (mi = milhões)



- | | |
|----------------------------|-------------------------|
| 1. Londres (18,69 mi) | 11. Barcelona (7,37 mi) |
| 2. Bancoc (16,42 mi) | 12. Amsterdã (6,82 mi) |
| 3. Paris (15,57 mi) | 13. Milão (6,05 mi) |
| 4. Singapura (12,47 mi) | 14. Roma (6,79 mi) |
| 5. Dubai (11,95 m) | 15. Taipei (6,29 mi) |
| 6. Nova York (11,81 mi) | 16. Shanghai (6,09 mi) |
| 7. Istambul (11,60 mi) | 17. Viena (6,05 mi) |
| 8. Kuala Lumpur (10,81 mi) | 18. Riade (5,59 mi) |
| 9. Hong Kong (8,84 mi) | 19. Tóquio (5,38 mi) |
| 10. Seul (8,63 mi) | 20. Lima (5,11 mi) |

Fonte: MasterCard *Destination Cities Index*, 2014

Mercado Municipal: cores e sabores.

Foto: José Cordeiro|SPTuris





O TURISMO QUE ACONTECE EM SÃO PAULO



O TURISMO QUE ACONTECE EM SÃO PAULO

A magnitude de São Paulo como cidade global foi documentada pela empresa Análise Editorial, na publicação Anuário São Paulo Outlook 2013 – Capital Internacional dos Negócios.



“A cidade de São Paulo é a capital absoluta dos negócios do Brasil e da América Latina, concentrando sedes de empresas, instituições financeiras, *startups* e filiais das principais companhias de tecnologia do mundo. Na última década, a metrópole - que é a décima mais rica do planeta, considerando seu PIB, e a sexta maior em população - começou a se destacar como polo de negócios globais, chamando a atenção de investidores internacionais por seus elevados índices de crescimento econômico, a alta qualidade dos serviços e o crescente mercado consumidor.” (Outlook, 2013)

O grupo de executivos entrevistados para a elaboração deste relatório reforça que a principal vantagem de São Paulo é a disponibilidade e a qualidade da mão de obra, seguida do mercado consumidor e a infraestrutura de tecnologia da informação. Já os itens que necessitam de atenção urgente são a infraestrutura da cidade para sediar grandes eventos, o custo dos imóveis e a estrutura para pesquisa e desenvolvimento.

Da perspectiva dos serviços oferecidos, a gastronomia é considerada como ponto forte da cidade, seguida pela oferta de atividades de cultura e entretenimento, e os serviços de educação. Os índices que seguem merecendo a atenção do poder público são a segurança, a mobilidade urbana e a preservação ambiental.

Há muito otimismo nas afirmações dos mais de 200 executivos entrevistados, o que naturalmente ampliará o volume de pessoas viajando com destino a São Paulo:

- 81% dos executivos entrevistados apostam na melhora do ambiente de negócios para os próximos 10 anos;
- 88% consideram a cidade como excelente ou boa em termos de retorno de investimentos;
- 75% dos executivos pensam em São Paulo para a implantação de seus novos projetos;
- 95% dos executivos recomendariam a cidade para colegas em busca de oportunidades ou expatriação.

A figura 8 ilustra as principais áreas que tem atraído os executivos para São Paulo.

Figura 8
Áreas de atração de executivos para São Paulo

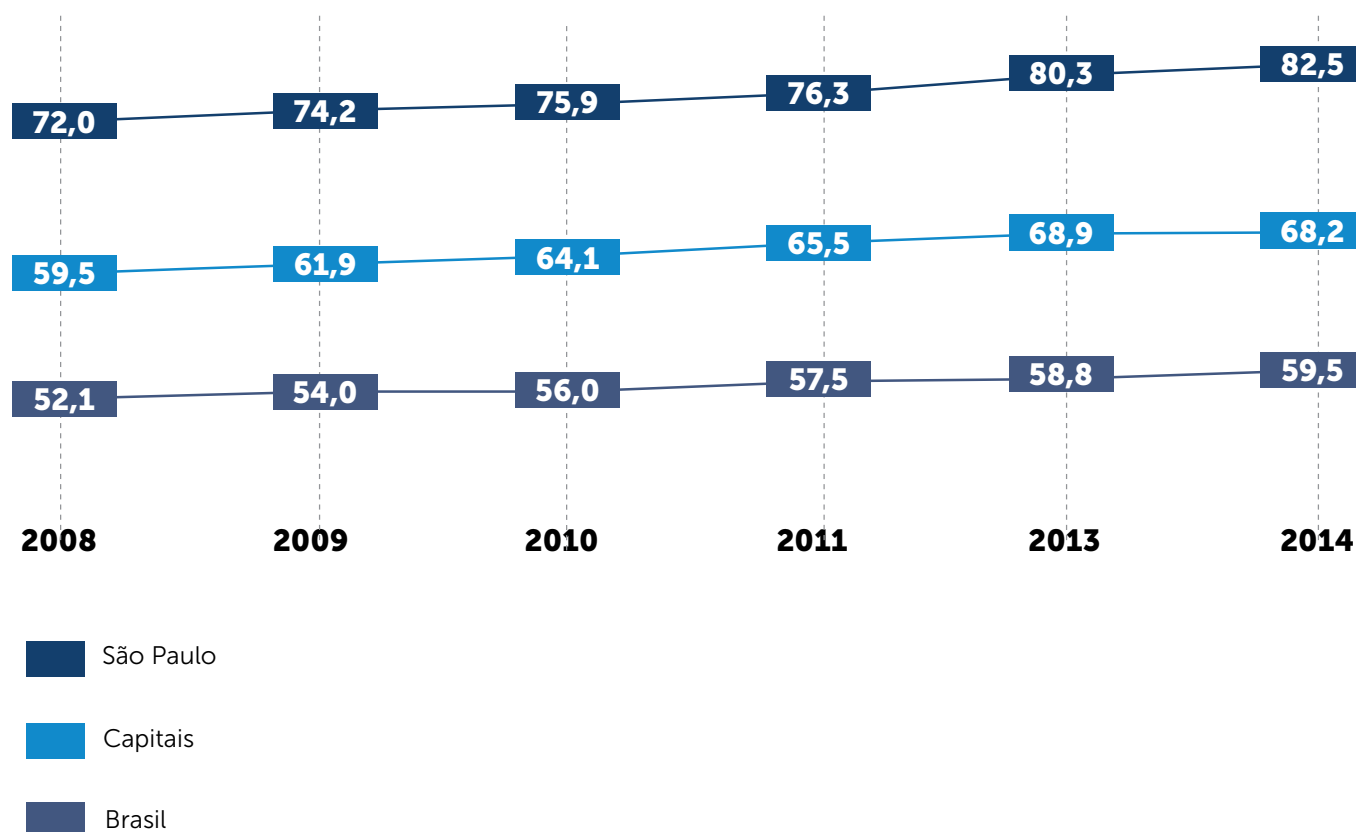


A percepção dos entrevistados na pesquisa mencionada anteriormente pode ser confirmada pelo resultado do *Índice de Competitividade do Turismo Nacional*, divulgado pelo Ministério do Turismo no final de 2014: São Paulo figura como o primeiro destino no nível 5 de competitividade, o mais alto do estudo.

A cidade está no topo do *ranking* e apresenta crescimento desde o início da divulgação do índice, com ao menos 10 pontos percentuais a mais que a média das capitais e 18 pontos percentuais a mais que a média nacional.

A figura 9 apresenta a evolução de São Paulo desde a primeira edição do estudo, em 2008.

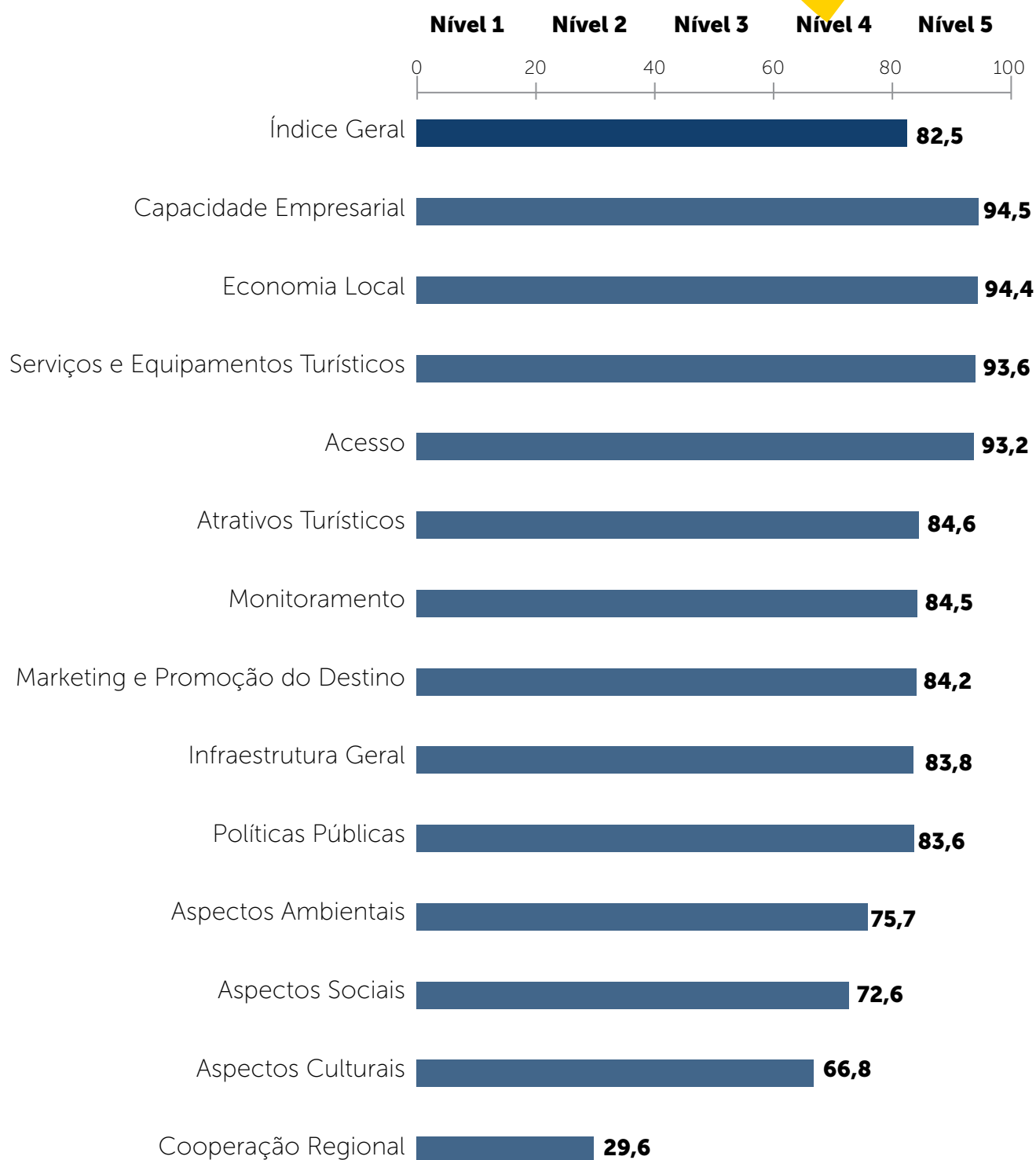
Figura 9
Índices de competitividade - São Paulo x Capitais x Brasil 2008-2014*



*A pesquisa não foi realizada em 2012.

A pesquisa avalia os destinos em treze dimensões.
O desempenho da cidade de São Paulo está representado na figura 10.

Figura 10
Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho - cidade de São Paulo



Fonte: Índice de Competitividade dos Destinos Indutores, Ministério do Turismo/FGV, 2014

Quanto mais atraente e competitiva a cidade fica, maior o número de visitantes, e maior a necessidade de uma gestão pública dedicada a acolher os diferentes interesses, ampliando permanência e gastos, oferecendo as melhores experiências em termos de turismo urbano.

Atualmente, São Paulo possui ligações diretas com

25 países e 45 cidades

a partir do Aeroporto Internacional de São Paulo/Guarulhos, conforme a ilustração:

Figura 11
Destinos internacionais com voos diretos para São Paulo

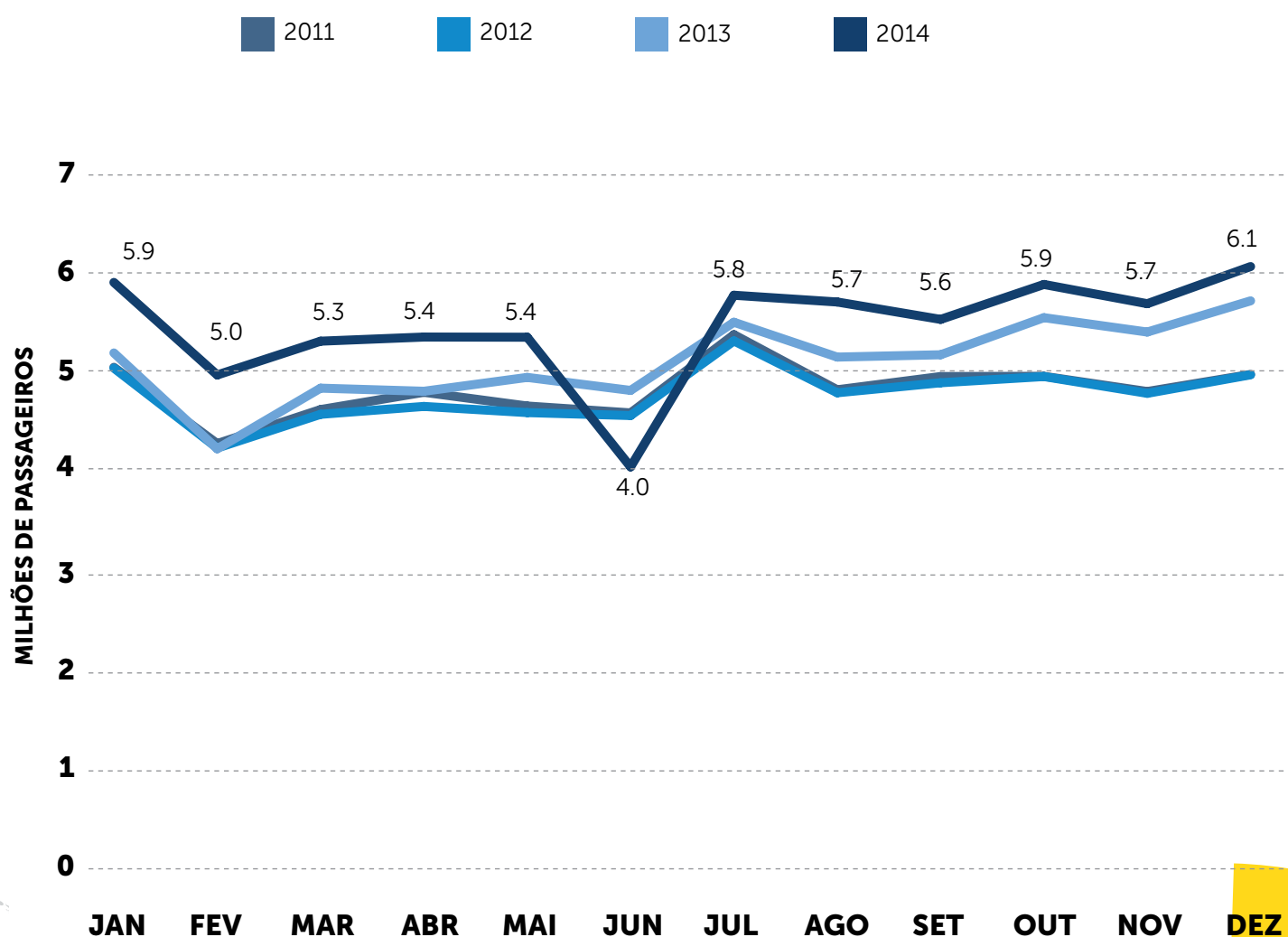


Fonte: Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo

Os números diretamente relacionados ao turismo de São Paulo impressionam. Os aeroportos de Congonhas e Guarulhos, juntos, responderam por **25% do movimento total de passageiros no Brasil**.

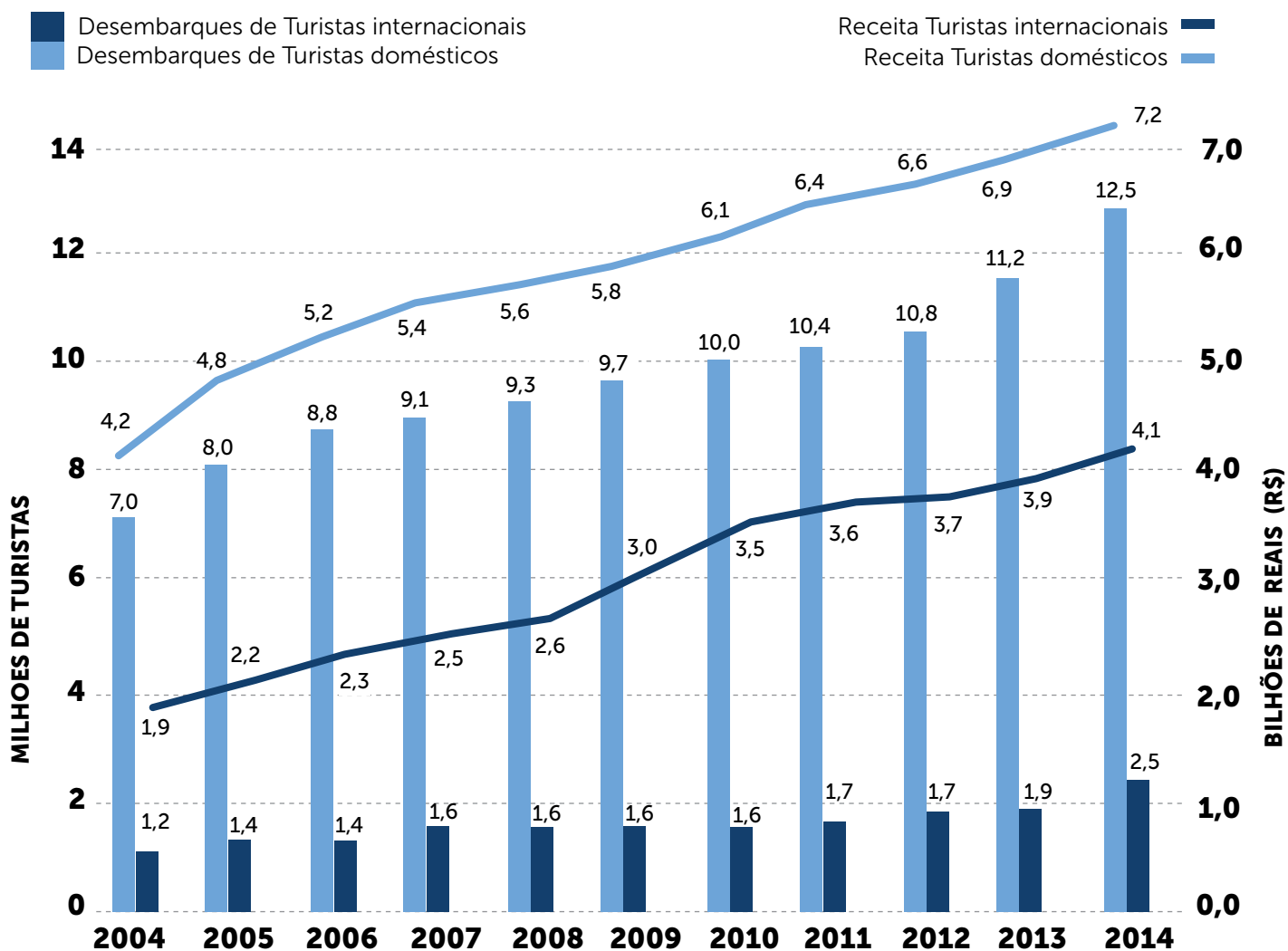
Acrescentando o aeroporto de Viracopos a esse número, o percentual chega a **27% do total**.

Figura 12
Desembarques de passageiros nos aeroportos que servem São Paulo



A relação entre receita com o turismo e o número de desembarques está ilustrada na figura 13 abaixo:

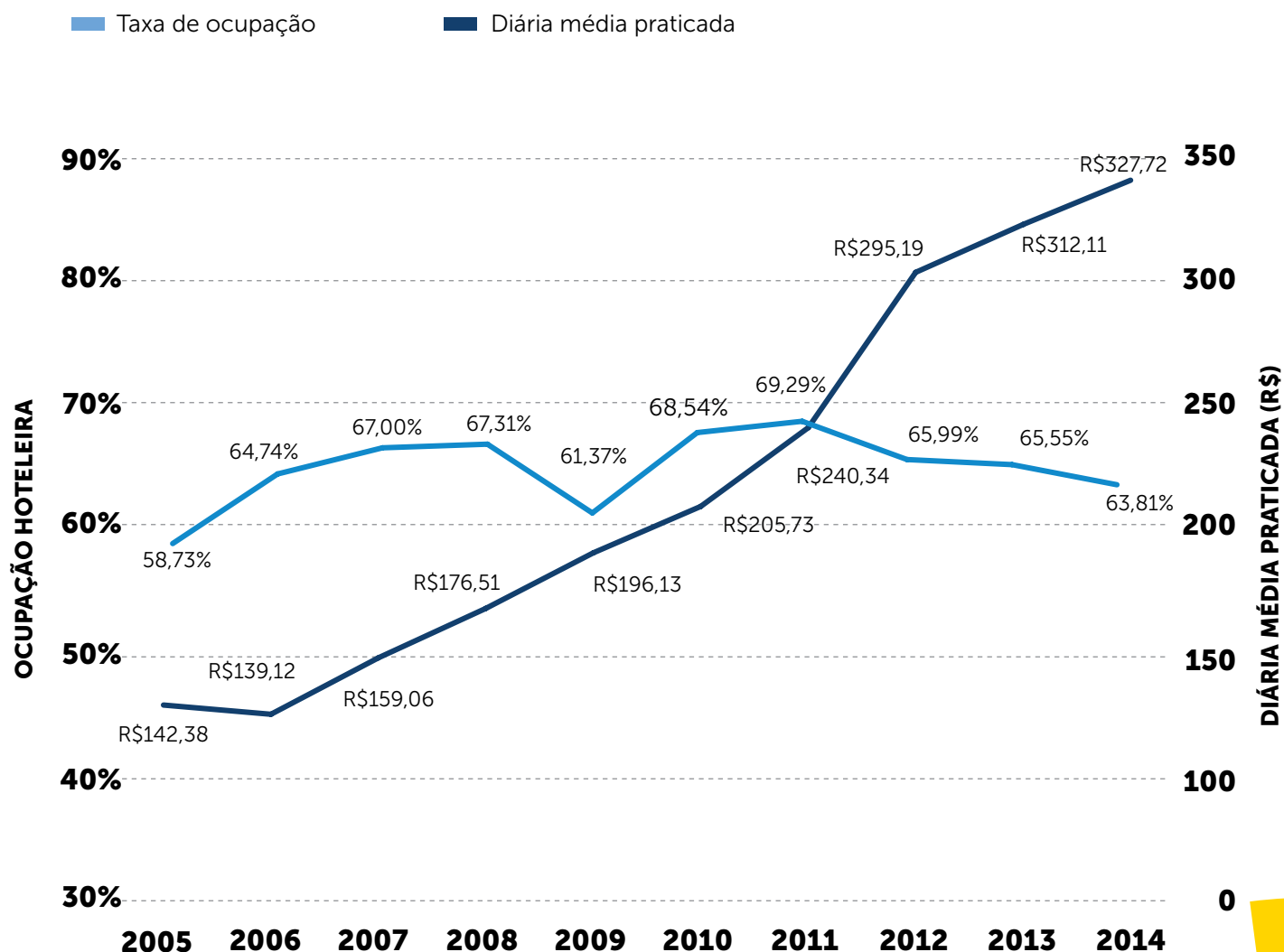
Figura 13
Desembarques e receita com turismo em São Paulo - 2004/2014



Fonte: Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo®

Outro indicador expressivo do movimento de turistas na cidade é o resultado da atividade hoteleira, combinando os dados de ocupação e diária média.

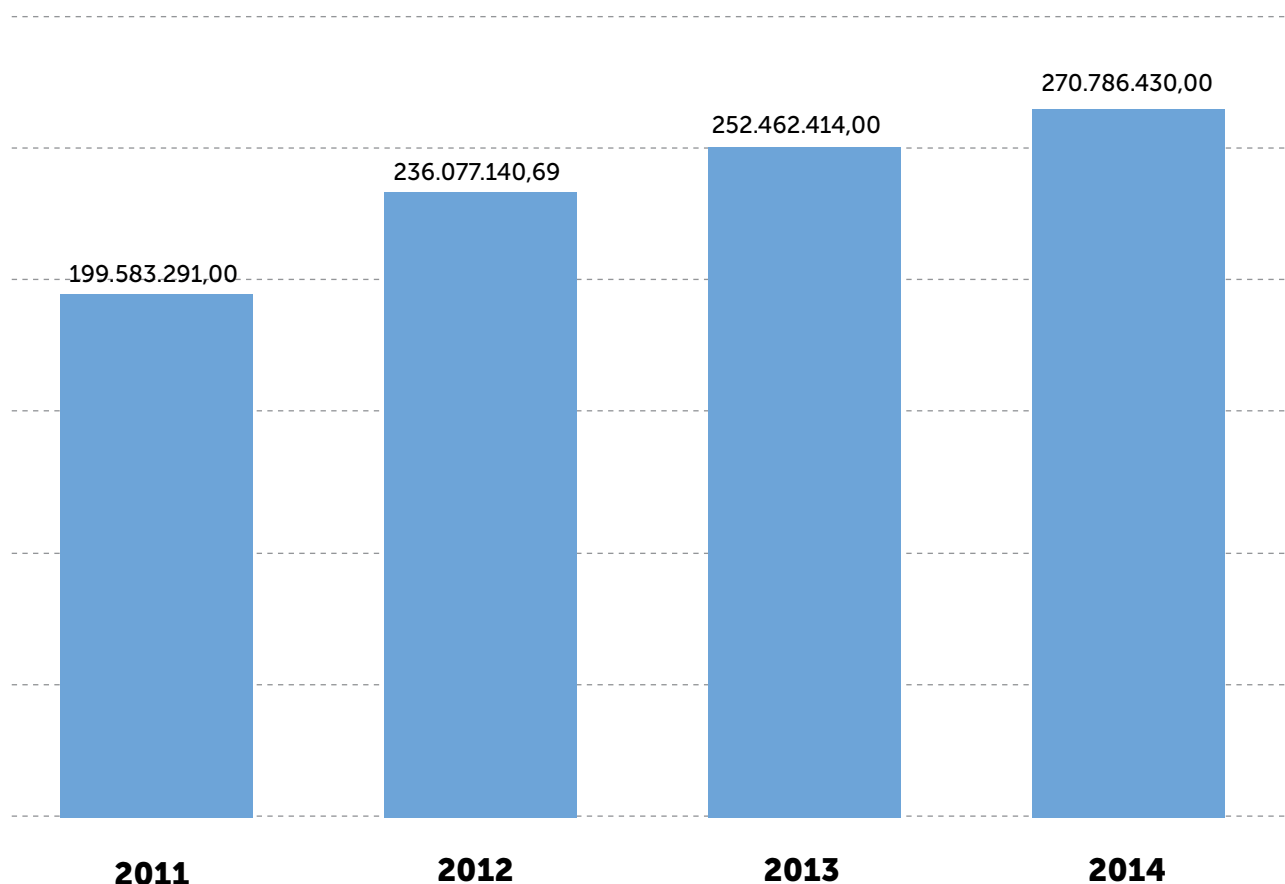
Figura 14
Desempenho da hotelaria - 2005/2014



Fonte: Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo®

Adicionalmente, pode-se acompanhar a evolução na arrecadação de impostos por meio do indicador composto pelo Grupo 13 do ISS (imposto sobre serviço de qualquer natureza). O grupo 13 congrega as atividades de hospedagem, agenciamento de viagem, guiamento de turismo, planejamento de eventos, organizações de festas, recreação, dentre outras.

Figura 15
Arrecadação anual de ISS do Grupo 13 - Turismo 2011-2014
(em reais)



Fonte: Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo®



Avenida Faria Lima, novo centro de grandes corporações e negócios. Foto: José Cordeiro|SPTuris.

O TURISMO QUE ACONTECE EM SÃO PAULO

O estudo sobre o mercado de trabalho das atividades características do turismo na capital paulista realizado em 2015 com dados de 2012 apontou que a cidade possui 99 mil postos de trabalho formais e diretos ligados às atividades de turismo. Segundo estimativas, se somados os indiretos, esse número pode saltar para 443 mil.

A maior porcentagem está relacionada ao setor de alimentação, com 44,5% dos empregos, seguido por transporte aéreo (22,2%), meios de hospedagem (14,7%) e agências de viagem (13,1%). A área de transportes ainda figura com 3,4% para transporte terrestre e 1,9% para aluguel de veículos. Juntos, transporte aquaviário e cultura e lazer somam 0,3%.

O turismo em São Paulo movimenta uma cadeia enorme que gera empregos, renda e competitividade. O mercado de trabalho do segmento de turismo é analisado desde o taxista, que tem o primeiro contato com o visitante quando ele desembarca no aeroporto, até o garçom, que servirá sua refeição em um dos mais de 15 mil restaurantes espalhados pela cidade.

O levantamento aponta um crescimento de 40% nos postos de trabalho em poucos anos. Em 2006, eram 70 mil cargos. As áreas que mais registraram elevação foram alimentação, que passou de 29.556 para 44.089 mil pessoas empregadas; transporte aéreo, de 15.518 para 21.953; e agências de viagem, que saltou de 8.516 para 12.976 profissionais.

Figura 16

Evolução da ocupação nas Atividades Características do Turismo (ACTs) 2006-2012

(em número de empregos formais)

Ano	Alojamento	Alimentação	Transporte Terrestre	Transporte Aquaviário	Transporte Aéreo	Aluguel de Transporte	Agência de Viagem	Cultura e Lazer	Total - ACTs	Total - Economia
2006	13.058	29.556	2.650	18	15.518	1.071	8.516	432	70.819	3.034.161
2007	13.509	31.803	2.951	29	19.398	1.261	8.786	290	78.027	3.295.493
2008	13.410	34.348	2.967	10	20.741	1.531	9.391	285	82.683	3.560.435
2009	12.820	35.911	3.104	4	20.844	1.518	9.558	277	84.036	3.700.385
2010	13.449	38.067	3.012	1	23.765	1.654	11.157	309	91.414	3.960.084
2011	13.600	40.979	3.116	1	24.363	1.593	12.513	283	96.448	4.162.775
2012	14.541	44.089	3.379	1	21.953	1.891	12.976	260	99.090	4.315.136

Fonte: IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada|Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo®, 2015

Para a definição dos números apresentados na pesquisa, foram utilizados dados do Sistema Integrado de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor de Turismo (SIMT) do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), referentes ao ano de 2012, último dado disponível para consulta.

O estudo considera apenas os empregos formais e diretos, ou seja, não dispõe de dados da informalidade e dos empregos indiretos gerados pela atividade turística na cidade. Além disso, os dados do IPEA são analisados conforme recomendações da Organização Mundial de Turismo.

Figura 17
Índice de evolução da ocupação nas Atividades Características do Turismo (ACTs) 2006-2012

Ano	Alojamento	Alimentação	Transporte Terrestre	Transporte Aquaviário	Transporte Aéreo	Aluguel de Transporte	Agência de Viagem	Cultura e Lazer	Total - ACTs	Total - Economia
2006	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2007	103,5	107,6	111,4	161,1	125,0	117,7	103,2	67,1	110,2	108,6
2008	102,7	116,2	112,0	55,6	133,7	143,0	110,3	66,0	116,8	117,3
2009	98,2	121,5	117,1	22,2	134,3	141,7	112,2	64,1	118,7	122,0
2010	103,0	128,8	113,7	5,6	153,1	154,4	131,0	71,5	129,1	130,5
2011	104,2	138,6	117,6	5,6	157,0	148,7	146,9	65,5	136,2	137,2
2012	111,4	149,2	127,5	5,6	141,5	176,6	152,4	60,2	139,9	142,2

Figura 18
Índice de crescimento na ocupação nas Atividades Características do Turismo (ACTs) 2006-2012

	Alojamento	Alimentação	Transporte Terrestre	Transporte Aquaviário	Transporte Aéreo	Aluguel de Transporte	Agência de Viagem	Cultura e Lazer	Total - ACTs	Total - Economia
Formal	1,8	6,9	4,1	-38,2	6,0	9,9	7,3	-8,1	5,8	6,0

Fonte (fig. 17 e 18): IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada|Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo®, 2015



O volume de pessoas que circula em São Paulo é sempre maior que o seu número de habitantes. Além dos moradores das cidades vizinhas que para cá se deslocam diariamente, há um significativo grupo de não residentes que se vale de toda a infraestrutura de acesso e transportes, de hospedagem, alimentação e entretenimento e que podem ser facilmente identificados como turistas por seu comportamento e atividades desenvolvidas.

Mas há um número muito maior de visitantes que se confundem com os moradores locais por agir exatamente como eles, já que vêm com frequência à cidade, conhecem suas particularidades e, mesmo diante dos diversos desafios enfrentados (trânsito, poluição, aglomerações), precisam estar aqui para reuniões, conferências, treinamentos, cursos, compras, tratamentos, cultos, festas, apresentações, desfiles de moda, shows e muito mais. São pessoas que vivem em São Paulo mesmo sem morar aqui.

Distantes da cidade turística tradicional, das atrações historicamente mapeadas, esses visitantes demandam mais e melhores equipamentos de hospedagem e alimentação, transporte mais ágil e seguro, maior infraestrutura de tecnologia e opções de lazer e entretenimento que complemente sua estada por motivos profissionais. Comparam São Paulo a outras grandes cidades pelo mundo; comparam São Paulo a outras cidades brasileiras, e sabem que dificilmente encontrarão tanta diversidade em um só lugar.

São Paulo é o maior destino do chamado Turismo de Negócios no Brasil, mas é muito mais que isso. Quanto mais profissionais a cidade recebe, quanto mais conhecimento é produzido e compartilhado, quanto mais transações se realizam, mais pessoas entendem ser necessário estar aqui. A cada dia, mais pessoas descobrem que é fundamental viver, mesmo que por pouco tempo, em São Paulo.

Praticamente todos os segmentos do turismo são identificáveis na cidade. Isso acontece em função da multiplicidade de opções disponíveis. Entretanto, quatro grandes motivações de visita se destacam – Negócios e Eventos, Lazer e Entretenimento, Gastronomia e Compras.

NEGÓCIOS E EVENTOS

O turismo de negócios é a grande vocação da cidade. O poder econômico, associado à infraestrutura de apoio e à oferta e qualidade dos serviços fazem de São Paulo um destino singular. Dados do Observatório do Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo® – núcleo de estudos e pesquisas da São Paulo Turismo que analisa o comportamento do turismo paulistano, apontam “negócios” como motivação de 46% das viagens à capital paulista e “feiras e eventos” por mais 22%.

Av. Paulista, centro econômico e cultural de São Paulo. Foto: José Cordeiro|SPTuris.

São Paulo é o **maior centro financeiro** da América Latina e apontado como um dos centros que devem ganhar relevância nos próximos anos¹.

Contabiliza **67% dos ativos** e **60% dos depósitos** no país³.

É a cidade que mais realiza eventos internacionais no Brasil, segundo o ranking ICCA.

Dispõe de cerca de **700 mil m² em grandes espaços** para realização de eventos, além de centenas de espaços menores⁵.

São Paulo é a **6ª maior indústria de asset management** (gestão de ativos) do mundo².

31 dos 50 maiores bancos privados do mundo e metade dos bancos de investimento, financiamento e crédito e corretoras e distribuidoras de títulos e valores mobiliários, de câmbio e afins estão em SP³.

Sedia 75% das grandes feiras do país, por onde circulam **4,3 milhões de pessoas**, entre profissionais e compradores⁵.

É a **1ª colocada** da pesquisa sobre sedes de centros financeiros internacionais na América Latina².

Tem uma das maiores bolsas do mundo em valor de mercado, a **BM&FBovespa**, e é líder entre os países da América Latina⁴.

As feiras de **negócios geram 16,3 bilhões** em impacto econômico/ano, sendo **9 bilhões em investimentos** feitos pelos promotores, montadores e expositores e **7,3 bilhões em recursos gerados** nos setores de hospedagem, alimentação, compras, transporte aéreo, terrestre, lazer e alimentação⁵.

¹ Global Financial Centres Index, 2014

² The Banker

³ Banco Central do Brasil

⁴ BM&F BOVESPA

⁵ UBRAFE/FIPE, 2013

LAZER E DIVERSÃO

São Paulo é a cidade brasileira onde tudo acontece. É a capital da cultura, da criatividade, da novidade, do entretenimento e da diversidade que encanta a todos. O grande número de atrativos culturais espalhados pela cidade, áreas revitalizadas e reinventadas, encontros sociais em eventos de ruas, praças e parques, megaeventos, shows, exposições e tantos outros fazem a efervescência da cidade, que apaixona seus moradores e seduz seus visitantes.

Exposição ao ar livre em São Paulo, no beco do Batman. Foto: José Cordeiro/SPTuris.

São Paulo tem diversos espaços reinventados que transformam a cidade:

Museu Aberto de Arte Urbana, becos do Batman e do Aprendiz, Catavento Cultural, Museu da Língua Portuguesa, Parque da Juventude, Praça Victor Civita, Baixo Augusta, Praça das Artes, Museu Afro, Museu do Futebol, entre outros. **E é grande centro de Economia Criativa.**

A cidade tem grandes templos que atraem fiéis de todas as religiões: **Solo Sagrado, Templo de Salomão, Santuário Mãe de Deus**, mencionando apenas alguns.

É **geradora de tendências**, sede da Bienal Internacional de Arte, Bienal de Arquitetura e Bienal do Livro, Mostra Internacional de Cinema, São Paulo *Fashion Week*, *Design Weekend* e centro de disseminação de Arte Urbana, reunindo obras de grafiteiros de renome internacional, como OSGEMEOS, Kobra, Minhau, Chivitz, Binho Ribeiro e diversos outros.

Tem mais de **100 peças teatrais em exibição** por semana e 600 espetáculos teatrais por ano, em seus mais de **160 teatros**.

É diversa. Sedia uma das maiores **paradas LGBT do mundo** e a Marcha para Jesus, **o maior evento evangélico do país**, que reúne mais de 2 milhões de fiéis por edição.

Tem mais de **280 salas de cinema** e a **SPCine**, empresa vinculada à Secretaria Municipal de Cultura que atua como um escritório de desenvolvimento, financiamento e implementação de programas e políticas para o setor audiovisual. A cidade é cada vez mais utilizada como set de filmagens para filmes, comerciais etc.



É a cidade brasileira que mais **recebe musicais e espetáculos internacionais**.

Já foram apresentados por aqui: Chicago, A Bela e a Fera, O Fantasma da Ópera, *Les Misérables*, Priscila, Mamma Mia, Rei Leão, *Cats*, O Mágico de Oz e tantos outros.



Recebe exposições nacionais e internacionais **que atraem visitantes de todo o país**.

De 2011 a 2014, algumas de grande repercussão foram: *Corpos – A Exposição*, *Guerra e Paz – Cândido Portinari*, *Mestres do Renascimento – Obras Primas Italianas*, *Esplendores do Vaticano: Uma Jornada através da Fé e da Arte*, *Stanley Kubrick*, *David Bowie Is*, *A Magia de Miró*, *Mayas: revelação de um tempo sem fim*, *Yayoi Kusama: Obsessão Infinita*, *Castelo Rá-Tim-Bum*, *Arte no Brasil: uma história do Modernismo*, *A Ópera da Lua – OSGEMEOS*, *Salvador Dali*, *Ron Muek – hiper realismo*.



É palco de **grandes shows internacionais** que atrai milhares de turistas. De 2011 a 2014, passaram por aqui: Justin Bieber, Red Hot Chili Peppers, Britney Spears, Lady Gaga, André Rieu, Ringo Starr, Guns n' Roses, Amy Winehouse, Shakira, U2, Madonna, Paul McCartney, Elton John, Pearl Jam, Kiss, Queens of the Stone Age, Miley Cyrus, Michael Bublé, Foo Fighters, Demi Lovato, Iron Maiden, Justin Timberlake, entre muitos outros.



Recebeu a 17ª exposição mais visitada do mundo em 2012, "Impressionismo: Paris e a Modernidade" no Centro Cultural Banco do Brasil, com média de 5.660 visitantes por dia, segundo a pesquisa feita pela *The Art Newspaper*.



Dos seus **101 museus¹**, **quatro estão entre os 10 melhores do país**: Catavento Cultural, Museu do Futebol, Pinacoteca do Estado e Museu da Língua Portuguesa, eleitos pela Travelers' Choice Museums, promovido pelo site TripAdvisor® em 2014.



É a única cidade brasileira a sediar um **Grande Prêmio de Fórmula 1**, garantido até 2020. Em 2014 a F1 foi responsável pela movimentação econômica de cerca de R\$ 296 milhões, crescimento de 13% em relação a 2013, e atraiu milhares de turistas e visitantes. Recebeu, em 2013, o prêmio de melhor organização entre os GPs do mundo.



Sede também de **outros eventos esportivos importantes**: UFC, Fórmula Truck, Stock Car, Maratona Internacional de São Paulo, Corrida Internacional de São Silvestre, Brasil Open de Tênis etc.

¹Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo®

Dos 10 estádios de futebol existentes, dois de padrão internacional foram inaugurados em 2014: a **Arena Corinthians**, sede dos jogos da Copa do Mundo da FIFA™ Brasil 2014, e o **Allianz Parque**, arena multiuso.

São Paulo é sede de partidas de futebol masculino e feminino dos **Jogos Olímpicos 2016**.

Possui centenas de casas noturnas e a **4ª Melhor vida noturna do planeta**, eleita pela rede de notícias CNN em 2014.

Mantém **111 parques e áreas verdes** segundo a Secretaria Municipal do Verde e Meio Ambiente, e o **Polo de Ecoturismo de São Paulo**, que contempla duas áreas de proteção ambiental: Capivari-Monos e Bororé-Colônia. Localizadas no extremo sul do município, preservam rios de águas cristalinas, cachoeiras e áreas de agricultura orgânica.

A cidade estimula a vida ao ar livre: tem ciclovias, ciclofaixas, ciclorrotas e ciclofaixas de lazer. São **220 km de vias permanentes exclusivas para bicicleta**, mais de **120 km de ciclofaixas de lazer** aos domingos e feriados nacionais.

É a pioneira, no Brasil, na implantação de **parklets** – espaços de lazer instalados sobre vagas de estacionamento em espaços públicos.

Sua população se apropria das ruas em **festas populares**, como a **Virada Cultural**, que atrai **4 milhões de pessoas** e o **Carnaval de rua**, com **302 blocos**, além dos desfiles no Sambódromo do Anhembi, que reúne **68 escolas de samba**, 14 delas do Grupo Especial.

Anhembi Expo, centro de eventos e exposições e local de grandiosos eventos na cidade. Foto: José Cordeiro|SPTuris.



GASTRONOMIA

A gastronomia é um dos traços culturais mais fortes e marcantes de São Paulo. Seja um turista de negócios, um visitante de um dia, alguém que veio para cuidar da saúde ou um jovem mochileiro, todos precisam comer. E a oferta é de excelência e absolutamente democrática. Pode-se gastar muito para comer bem em São Paulo, mas a satisfação pode ser tão boa quanto, em uma refeição rápida, barata e na rua.

Barraca de frutas no Mercado Municipal. Foto: José Cordêiro|SPTuris.

São mais de **50 tipos de culinária**, das tradicionais árabe, italiana, japonesa às exóticas mongol, russa ou escandinava.

Tem **festivals, festas e feiras que celebram a gastronomia**, como a *Brooklin Fest*, Festa da Achiropita, de São Vito, do Imigrante, Feira da Liberdade e da *Kantuta* (comunidade boliviana). Realiza **871 feiras livres** por semana, sempre com um bom **pastel e caldo de cana**.

Em 2015, São Paulo ganha a primeira edição do renomado **Guia Michelin**, publicação mundialmente reconhecida, que seleciona excelentes hotéis e restaurantes.

O **Mercado Municipal**, ícone da gastronomia paulistana, é o **4º atrativo mais procurado por turistas estrangeiros e o 2º pelos turistas nacionais**.

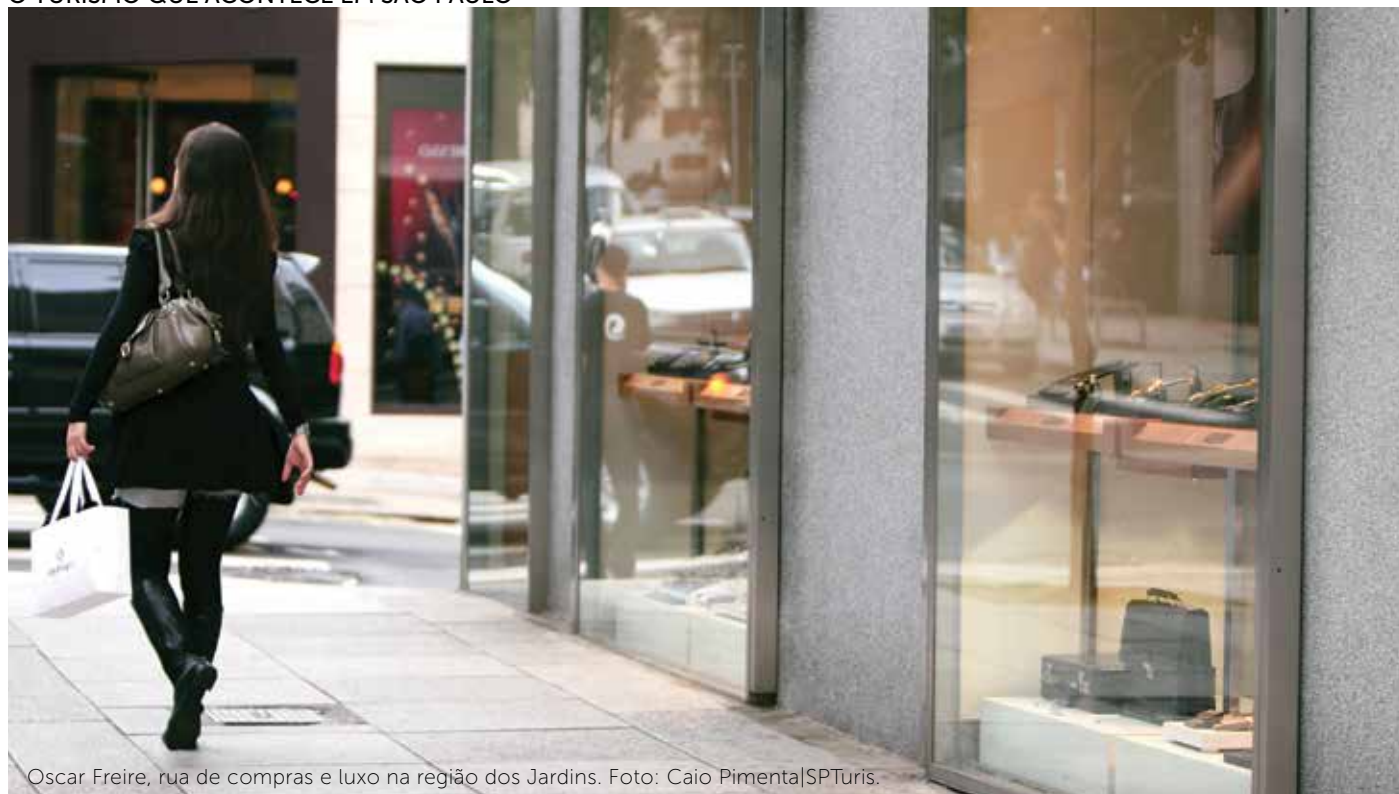
São Paulo foi a 1ª cidade brasileira a receber a **Restaurant Week**, que hoje acontece em 15 cidades do Brasil e mais de 100 cidades no mundo.

Tem o **7º melhor restaurante do mundo**, o D.O.M., eleito em 2014 pela revista britânica *Restaurant*. Seu chef **Alex Atala**, foi eleito como o melhor do planeta na categoria *Chef's Choice* na mesma premiação, e **Helena Rizzo**, do Maní, como a **melhor chef mulher do mundo**.

A cidade é pioneira no Brasil em **comida de rua gourmet** com seus *food trucks*, *food bikes*, *food parks*, feirinhas gastronômicas. São mais de **700 pontos** autorizados de venda na rua.

Oferece **tours gastronômicos**: roteiros por docerias finas, bares de cervejas especiais, cafés diferenciados.

Ainda segundo a *Restaurant 2014*, dentre os 50 melhores restaurantes da América Latina, **seis estão em São Paulo**: D.O.M., Maní, Mocotó, Epice, Attimo e Fasano.



Oscar Freire, rua de compras e luxo na região dos Jardins. Foto: Caio Pimenta|SPTuris.

COMPRAS

A cidade mais populosa do país é aquela com maior mercado consumidor, variedade e disponibilidade de produtos e por consequência, a que mais atrai pessoas em busca de boas compras, seja no atacado ou no varejo. Ainda que a motivação da viagem não seja o comércio, estar em São Paulo é uma oportunidade de adquirir produtos e serviços não encontrados facilmente em suas cidades de origem, mercadorias com bons preços ou itens exclusivos e luxuosos, razão pela qual os turistas dedicam parte de sua estada em São Paulo às compras.

São Paulo tem a **maior zona de comércio popular do país**, a Rua 25 de Março e adjacências, por onde passam **400 mil pessoas por dia**.

A "25" está entre os **8 atrativos mais citados** por turistas nas redes sociais.

A mesma rua convive com outras **59 ruas especializadas** em mais de **51 segmentos** na capital paulista.

Possui **53 shoppings centers**, a maior concentração de centros de compras do país, incluindo desde shoppings populares a centros de comércio de luxo¹. E uma das dez ruas **mais luxuosas do mundo**, a **Oscar Freire**, segundo a consultoria internacional *Excellence Mystery Shopping*.

¹Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo®



Jardim Botânico, espaço para quem cultiva o bem-estar. Foto: Caio Pimenta|SPTuris.

SAÚDE

É preciso reforçar que São Paulo é também consolidada e reconhecida em outros segmentos, como o Turismo de Saúde. Milhares de pessoas - e cada vez mais - vêm à cidade para consultas e tratamentos médicos, graças à sua infraestrutura médica única e custos significativamente menores do que nos EUA e Europa. A cidade tem cerca de 60 hospitais habilitados para fazer transplantes, 14 deles com certificação internacional de qualidade pela *Joint Commission International* (2014). Abriga mais de 9 mil clínicas, com 50 especialidades médicas, e mais de 50 SPAs. O Hospital Israelita *Albert Einstein* foi eleito, pelo sexto ano consecutivo, como o melhor hospital da América Latina pela revista *America Economia*, e o Hospital Samaritano de São Paulo ocupa a 6ª posição no mesmo ranking (2014).

ESTUDO

O Turismo de Estudo/Educacional também merece atenção. São Paulo é referência em educação na América Latina. Reúne renomadas instituições de pesquisa e ensino, e realiza os principais congressos acadêmicos e seminários especializados, de forma que, para se manter atualizado – nas mais variadas áreas do conhecimento – é preciso passar por São Paulo.



CIT móvel em frente ao Pátio do Colégio.

Foto: José Cordeiro|SPTuris

PRINCIPAIS RESULTADOS: PLATUM 2011 - 2014



PRINCIPAIS RESULTADOS: PLATUM 2011 – 2014

Assim como as versões anteriores, o Platum 2011-2014 teve como enfoque principal orientar a consolidação de São Paulo como destino turístico de lazer e entretenimento, além do turismo de negócios.

Pode-se afirmar, com satisfação, que o trabalho realizado nesses quatro anos rendeu bons frutos e a Copa do Mundo FIFA™ Brasil 2014 coroou o alcance dos objetivos propostos.

O reconhecimento vem demonstrado pelos prêmios que a cidade tem recebido.



- Foi eleita em abril de 2014 o melhor destino do Brasil em premiação do site de viagens TripAdvisor®, por votação popular.
- No mês de setembro do mesmo ano, foi apontada pela rede de notícias CNN como uma das 10 cidades do planeta com melhor vida noturna, ocupando a 4ª posição.
- Ficou com o 1º Lugar no índice de Competitividade do Turismo Nacional 2014 pelo Ministério do Turismo em estudo feito pela Fundação Getúlio Vargas. O estudo consiste na avaliação econômica, social e ambiental de 65 destinos, para embasar as estratégias dos gestores e orientar — em curto, médio e longo prazo — as políticas públicas do setor no País.
- Foi reconhecida com o prêmio IFEA - *World Festival & Event City* como destino que não mede esforços para proporcionar um ambiente interessante para eventos e festivais bem sucedidos. O selo IFEA reconhece cidades exemplares em todo o mundo que superam expectativas.
- São Paulo foi considerada a cidade mais influente da América Latina, em um ranking que avaliou 50 metrópoles, feito pelo *Civi Service College* de Cingapura e *Chapman University*, em 2014.

Buscando propiciar diretrizes que promovessem o desenvolvimento social, econômico e cultural do turismo na Cidade de São Paulo, os principais objetivos do Platum 2011-2014 foram atingidos, graças também ao envolvimento de outros órgãos e instituições. Os resultados são apresentados a seguir, em três categorias:

**PESQUISA,
ESTRUTURAÇÃO
e PROMOÇÃO**

PESQUISA



São Paulo avançou no acompanhamento dos indicadores e introdução de novas pesquisas. Por meio do Observatório do Turismo®, foi analisado o comportamento do turismo paulistano, contribuindo nas tomadas de decisão no setor público e privado para o aprimoramento e desenvolvimento do turismo na cidade de São Paulo.

Entre as principais atividades, destacam-se:

Acompanhamento e publicação mensal

Indicadores de arrecadação de ISS, movimentação dos aeroportos e terminais rodoviários, desempenho da hotelaria paulistana, perfil dos visitantes das Centrais de Informação Turística.

30 Pesquisas de demanda e impacto econômico

Realizadas em grandes eventos, como Carnaval, Virada Cultural, São Paulo Fashion Week, Grande Prêmio de Fórmula 1, Shows e outros.

Pesquisas inéditas

Perfil dos frequentadores das Ciclofaixas de Lazer, perfil dos hóspedes em hostels, levantamento e perfil dos Artistas de Rua, perfil de público do Mercado Municipal, perfil dos taxistas, perfil dos estudantes estrangeiros na USP, demanda no Aeroporto de Guarulhos e estudo do mercado LGBT Paulistano.

Infográficos

Apresentando dados sobre mochileiros, feiras de negócios, perfil do turista, desempenho dos meios de hospedagem durante a Copa do Mundo e Mulheres de Negócios em São Paulo.

Central de Monitoramento do Turismo da Cidade de São Paulo

Implantada durante a Copa do Mundo FIFATM Brasil 2014 – realizando trabalho inédito de acompanhamento diário dos indicadores do turismo na capital.

ESTRUTURAÇÃO

São Paulo trabalhou muito para bem receber seus turistas e visitantes, e proporcionar experiências únicas e encantadoras. A cidade está cada vez mais estruturada e preparada para o turismo, como pode ser visto durante eventos como a Copa do Mundo FIFA™ Brasil 2014.

Os principais resultados do aprimoramento da estrutura receptiva da cidade.



Foto: José Cordeiro/SPTuris

592 novas placas de sinalização turística viária instaladas

Ampliada a sinalização turística viária, passando de 94 para 181 atrativos turísticos sinalizados, com recursos de contrato firmado entre SPTuris e Ministério do Turismo.

451 placas de sinalização turística para pedestres instaladas

Implantada a sinalização turística para pedestres nas regiões Centro e Paulista, com placas direcionais e interpretativas, com recursos de contrato firmado entre SPTuris e Ministério do Turismo e contrato firmado entre a Prefeitura de São Paulo e o Ministério do Turismo.

Bem-vindo a São Paulo

Implantados pórticos de boas vindas e despedida na Rodovia Ayrton Senna, principal acesso do Aeroporto de Guarulhos a São Paulo, com recursos de contrato firmado entre SPTuris e Ministério do Turismo.

3 novas CITs

Inauguradas centrais de informação turística no Mercado Municipal, Praça da República e Aeroporto de Congonhas. Ampliação e modernização da CIT Tietê.

8 CITs móveis

3 vans e 5 segways para atendimento em locais de grande fluxo de turistas - eventos e principais atrativos, implantadas através de convênio firmado entre SPTuris e Ministério do Turismo.

262.161 atendimentos nas CITs.



Foto: Raquel Vettori/SPTuris

ESTRUTURAÇÃO



95 vagas de Zona Azul Fretamento

Criados por meio de articulação com a Secretaria Municipal de Transportes, bolsões de estacionamento para fretados próximo a atrativos turísticos.

25 pontos de embarque e desembarque

Estabelecidos locais para embarque e desembarque de fretamentos de turismo próximos a atrativos turísticos, junto à Secretaria Municipal de Transportes.

Central Telefônica 156

Ampliada a funcionalidade do serviço - com a Secretaria de Comunicação - incluindo atendimento bilíngue e informações turísticas da cidade na Copa do Mundo.

Passeios Turísticos de Trólebus

Em comemoração ao aniversário da Cidade. Mais de 10 mil pessoas participaram nos quatro anos (2011-2014).



Ponto a Ponto

Guia Turístico de Transportes, desenvolvido para ajudar turistas a transitarem pela cidade, utilizando o transporte público.

TurisMetrô

Programa de roteiros para percorrer pontos turísticos da cidade aos finais de semana pagando apenas o bilhete do metrô. Atendeu entre janeiro de 2011 e abril de 2013, **16.321 pessoas** em **761 saídas** de **22 roteiros diferentes**, com **86% de taxa de ocupação** e **99% de aprovação** pelos usuários.

Roteiro Natalino 2011

6.300 pessoas atendidas em 126 saídas ao longo de 18 dias, passando pelos principais pontos iluminados da cidade.



Polo de Ecoturismo de São Paulo

Criado em 2014 para desenvolvimento territorial pelo turismo na região das Áreas de Proteção Ambiental Capivari-Monos e Bororé-Colônia. A SPTuris faz parte do Conselho Gestor do Polo e do Grupo de Trabalho formado pela Secretaria do Governo Municipal e lidera diversas ações na região.

ESTRUTURAÇÃO



www.cidadedesaopaulo.com/ciclofaixa

Criado site, material promocional e informativo das vias dedicadas à bike, dicas de segurança, aluguel de bicicleta, roteiros etc.

Roteiros Temáticos

Produzidos e lançados 10 novos roteiros temáticos: Afro, Arquitetura pelo Centro Histórico, Arte Urbana, o Café e a história da Cidade, Cidade Criativa, Ecorrural, Futebol, Geek, Independência do Brasil e Mirantes.

Mapas Regionais

Produzidos e lançados 7 novos mapas regionais:

- Geral;
- Centro e Bom Retiro;
- Paulista e Ibirapuera;
- Ipiranga e Vila Mariana;
- Morumbi;
- Butantã e USP;
- Santana e Pacaembu;
- Pinheiros e Vila Madalena.

Guia do Torcedor

Produzido e impresso guia para atendimento ao turista durante Copa do Mundo FIFA™ Brasil 2014, distribuído nas CITs, hotéis, aeroportos, pontos de táxi, estádio e demais pontos de relevância para o turista.

Guia Acontece

Produzido e impresso mensalmente com a programação da cidade.

Relacionamento com o mercado receptivo

- 73 Agências de Turismo Receptivo
- 132 Guias de Turismo
- 70 *Hostels*
- 5 *Walking Tours*

Cadastramento, divulgação, capacitação, treinamentos, envio de programação e manutenção de fluxo constante de informações.



ESTRUTURAÇÃO

Comitê Integrado de Hospitalidade

Com vistas à Copa do Mundo FIFA™ Brasil 2014, coordenado pela SPTuris com a participação de diversos setores do *trade* turístico e órgãos públicos para integração de ações.

É importante ressaltar a especial importância da **Secretaria do Governo Municipal**, responsável pelo financiamento integral da manutenção das Centrais de Informação Turística e financiamento parcial de ações como a Sinalização Turística e CITs móveis, por meio de contratos de repasse firmados com o **Ministério do Turismo**, outro parceiro essencial.

PROMOÇÃO

Muitas ações foram realizadas para reforçar São Paulo como uma metrópole vibrante, cheia de boas surpresas, e capaz de encantar a todos os visitantes. Foi dada continuidade à promoção do turismo por meio da participação nas principais feiras e eventos, nacionais e internacionais, para apresentação da cidade de São Paulo nos segmentos de Negócios e Lazer, além das campanhas de marketing e divulgação do destino.

Destaques:

56 participações em feiras e eventos (2011-2014)

Com 37.370 pessoas/empresas atendidas.

SP360°

Lançado o site com fotos panorâmicas interativas dos principais ícones turísticos de São Paulo.

Lançado o Aplicativo SPMOBILE

Com os principais atrativos turísticos da cidade de SP, além de opções de bares, restaurantes, hotéis etc.

www.cidadedesaopaulo.com/mice

Lançado o site MICE (*meetings, incentives, conferences and exhibitions*), ferramenta online de busca de espaços para realização de eventos na cidade, com mais de 230 equipamentos cadastrados.



PROMOÇÃO



Manuais MICE e Lazer

Reedição dos manuais que auxiliam gestores de viagens corporativas e de eventos e agentes de viagens a vender São Paulo.

LGBT

Criado site e guia do segmento: cidadedesapaulo.com/lgbt.

Materiais Promocionais

Produzidos, impressos e distribuídos, tais como o Fique Mais um Dia, Destino São Paulo, Viva Tudo Isso, cartões postais e outros.



4.036 agentes de viagens capacitados

De mercados emissores nacionais, por meio de palestras ao trade.

10 edições do evento São Paulo Meu Destino®

Com atendimento/apoio de 1.434 profissionais em *famtours*, *presstrips* e *site inspections*: viagens de familiarização para conhecimento do destino, possibilitando melhor comercialização, produção de matérias ou seleção da cidade para realização de eventos.



Foto: José Cordeiro/SPTuris

126 eventos nacionais e internacionais

Captados para a cidade pelo Convention & Visitors Bureau (SPC&VB), com apoio da SPTuris.

968 eventos apoiados

Por meio de cessão de material promocional, divulgação no calendário da cidade, articulação com demais órgãos municipais e/ou instalação de CIT móvel.

Intercâmbios de promoção

Firmados com Madri, Nova Iorque, Xangai e Rosário para promoção cruzada dos destinos.



SP Porta a Porta

Programa de divulgação do destino São Paulo que passou por 308 agências de turismo em 32 cidades do interior do estado de São Paulo, principais emissoras de turistas para a capital paulista.



LANÇADA A
MARCA
SÃO PAULO
VIVA TUDO ISSO!

Novo
posicionamento
turístico e
identidade única
para promoção do
destino.

14 edições da São Paulo Best Week

Semana de promoções e descontos diferenciados em hotéis, restaurantes e programas culturais, atraindo cerca de 44.500 mil visitas ao site do SPBW.

19 campanhas publicitárias

Desenvolvidas e veiculadas, reforçando a vocação da cidade como destino de excelência em Gastronomia, Moda, Arquitetura e Design, Oportunidades, Arte e Cultura, História e Teatro. Veiculação em rádios, TVs, jornais, revistas, *on-line* e ações de *merchandising*.



A Marca São Paulo foi lançada em dezembro de 2011. Após um importante trabalho de pesquisa, apresenta um novo caminho para promover a cidade de São Paulo como um destino único de lugares, serviços, pessoas e ideias. A identidade visual da marca reflete toda a estratégia de divulgação da cidade de São Paulo no Turismo e a sua expressão visual associada ao grafismo de seu nome contribui para o correto posicionamento do destino. O foco da marca está na variedade e quantidade de experiências únicas e surpreendentes que acontecem em São Paulo.

Seu lançamento foi seguido por ações inéditas de divulgação da cidade de São Paulo nos principais mercados nacionais e internacionais utilizando meios de comunicação como TV, rádios, internet, mídias sociais, jornais e revistas etc. Também foi criado um site de apoio com as principais informações sobre a Marca São Paulo que podem ser consultadas em www.cidadedesaopaulo.com/marca-sp.

A Marca São Paulo busca sintetizar a essência da cidade e elevar seus valores destacando a vibração paulistana pela expressão “viva tudo isso!”. Com forte embasamento estratégico, e estruturada sobre quatro pilares:

Procuramos o inesperado

- No mundo atual, é cada vez mais difícil se diferenciar, emocionar e proporcionar experiências inesquecíveis.
- Procuramos saber a origem das coisas e aumentar o nosso repertório. Mais do que surpreender, as coisas precisam ser mágicas e deslumbrantes. Numa sociedade marcada pela cultura da cópia, onde todos fazem mais do mesmo, surpreender fica mais difícil. São Paulo é inusitada e tudo o que é inusitado chama nossa atenção. A surpresa quebra a rotina e causa impacto. O inesperado faz parte do cotidiano da metrópole.

Respeitamos as diferenças

- Para ser paulistano, basta morar em São Paulo. A cidade valoriza as diferenças, mostra contrastes e respeita culturas. As diversas tribos que habitam a cidade convivem e compartilham o mesmo ambiente, mostrando que São Paulo é um grande exemplo de vida em sociedade.

Vivemos o presente

- A sociedade continua em busca de prazer e diversão. Em São Paulo, todos querem mais e melhor. Não se pode perder nada e tudo tem que ser aproveitado ao máximo. A cidade vive o presente, se modifica e se reinventa o tempo todo. Em São Paulo, há uma gama infinita de coisas para se satisfazer: os melhores restaurantes, os grandes shows, excelentes oportunidades de negócios e maiores chances de sucesso profissional.

Somos comunidades

- Enquanto São Paulo cresce, as pessoas se distanciam umas das outras e perdem contato humano. Somos atraídos pelo diferente e particular. Tentamos resgatar um pouco da familiaridade perdida, criando uma atmosfera de vilarejo em nossas cidades.



São Paulo



Arquitetura neogótica da Catedral da Sé.

Foto: José Cordeiro|SPTuris

DIRECIONAMENTOS PARA O TURISMO DE SÃO PAULO 2015-2018



DIRECIONAMENTOS PARA O TURISMO DE SÃO PAULO 2015-2018

A liderança de São Paulo como destino turístico no Brasil se evidencia pelos dados apresentados até aqui. Ainda assim, a equipe da São Paulo Turismo sabe que há condições de melhora significativa nos indicadores, fortalecendo o turismo de negócios e ampliando as oportunidades dos diversos segmentos ligados ao turismo de lazer.

O Plano de Turismo Municipal é o documento que apresenta direcionamentos para orientar as ações da Prefeitura de São Paulo, por meio da Secretaria Especial de Assuntos do Turismo, do Comtur (Conselho Municipal de Turismo), da São Paulo Turismo e também o setor empresarial e as instituições envolvidas direta e indiretamente no desenvolvimento do turismo na cidade no quadriênio 2015-2018. Entretanto, em função do dinamismo da atividade e da rapidez com que novos cenários socioeconômicos se apresentam, planos de ações anuais serão apresentados em complemento ao atual Platum.

Figura 18
Eixos de atuação Platum 2015|2018



Os eixos de atuação concentram-se no trabalho de fortalecimento do turismo trazendo estratégias de educação e sensibilização para a importância do segmento, apresentando a transversalidade da atividade, buscando novos indicadores e captando novas parcerias para fortalecer as suas bases, aumentando a competitividade de São Paulo nos mercados nacional e internacional. Ainda que, o atual cenário indique retração a curto prazo, as ações de promoção devem ser mantidas e intensificadas para que a cidade não perca o espaço de destaque conquistado nos últimos anos.

As ações da São Paulo Turismo na vigência deste plano serão pautadas por quatro princípios norteadores:



SUSTENTABILIDADE

Em todos os seus níveis: ambiental, social, cultural e econômica. É preciso adotar novos hábitos por meio de escolhas responsáveis, criativas e inovadoras, e sensibilizar o turista a adotar o mesmo comportamento, respeitando tanto o meio ambiente quanto a cultura local, ao mesmo tempo em que promove o desenvolvimento social e econômico das comunidades receptoras.

ACESSIBILIDADE, INCLUSÃO E RESPEITO À DIVERSIDADE

A partir do compromisso com o desenho universal, garantindo a plena igualdade de acesso para todos os visitantes com deficiência ou mobilidade reduzida, bem como o desenvolvimento do turismo como ferramenta de inclusão e de valorização da diversidade de pessoas e comunidades tão característica de São Paulo.

COOPERAÇÃO E PARTICIPAÇÃO

Entre o setor público, o setor privado e a sociedade civil organizada. O desenvolvimento do turismo é consequência do desenvolvimento da cidade, e também do estado e do país, de modo que agentes de diferentes esferas devem compreender a atividade e atuar em conjunto. Da mesma forma, o envolvimento com o setor privado, responsável direto pela experiência do turista, é essencial, assim como o diálogo e participação das entidades representativas dos setores relacionados.

INOVAÇÃO E BOM AMBIENTE PARA NEGÓCIOS

Facilitando o ambiente de negócios para estimular a geração de oportunidades e o empreendedorismo. Além disso, é preciso que todos os envolvidos na oferta de bens e serviços tenham foco na melhoria da qualidade, de modo contínuo, criativo e inovador, incluindo novas tecnologias e considerando sempre as tendências do mercado.

OBJETIVOS DO PLANO DE TURISMO MUNICIPAL 2015|2018

- Estimular a compreensão da dimensão real da atividade turística na cidade, destacando sua capacidade efetiva de indução do desenvolvimento social e econômico, gerando emprego e renda a grupos diversos em todas as áreas da cidade, bem como trabalhar a valorização da autoestima do paulistano.
- Inserir as pautas do turismo na agenda política municipal, estreitando laços e propondo programas em conjunto com os demais órgãos e instituições públicas municipais.
- Aumentar os resultados do setor, buscando maior número de turistas nacionais e internacionais, elevando ao mesmo tempo a média de permanência e de gastos com bens e serviços.
- Consolidar e ampliar a posição de destino global como um dos mais competitivos do país, e também da América Latina, tanto no segmento de negócios e eventos como também no turismo de lazer, dentro do conceito de cidade criativa, com cada vez mais opções de entretenimento, cultura e gastronomia.
- Promover o destino São Paulo, incentivando sua comercialização nos mercados de interesse, destacando a qualidade nos serviços e na experiência do turista.

Cinemateca Brasileira: espaço de eventos e de produção audiovisual brasileira. Foto: José Cordeiro|SPTuris.



Serão conduzidas ações estratégicas para cada eixo, pautadas pelos objetivos e princípios norteadores, apresentadas a seguir.

EIXO DE ATUAÇÃO : CONSOLIDAÇÃO DO TURISMO DE SÃO PAULO

As ações do eixo de Consolidação do Turismo buscam apresentar, principalmente para o setor público, o turismo como uma atividade econômica com alto poder de geração de empregos e receitas, e que permite fortalecer uma imagem positiva para São Paulo. A estratégia deste eixo prevê, especialmente, a busca de novos indicadores, por meio do Observatório do Turismo®, que apresentem a real dimensão do turismo paulistano. Algumas das principais ações a serem desenvolvidas são:

- Apresentar estudos e pesquisas para definição de novos indicadores;
- Atuar em sinergia com entidades e os principais órgãos oficiais produtores de estatísticas municipais, estaduais, nacionais e internacionais, visando à consolidação de dados sobre o turismo;
- Desenvolver um sistema de inteligência do turismo, que concentre os dados e informações disponíveis acerca da atividade;
- Viabilizar pesquisas de estudo da demanda turística da cidade;
- Propor novas pesquisas de perfil do público e avaliação da cidade nos principais eventos;
- Viabilizar eventos de interação e troca de experiências entre os diversos atores do turismo;
- Incentivar a formação de novas parcerias entre os mercados relacionados com a atividade;
- Promover a interação entre o Turismo e as secretarias do governo municipal, a fim de construir propostas de atuação conjunta;
- Buscar sinergia com entidades de classe e com os governos estadual e federal, otimizando as ações de turismo na cidade de São Paulo;

- Estruturar parcerias com municípios da região metropolitana e outras cidades do litoral e interior do estado, fortalecendo o papel de destino indutor que São Paulo deve exercer, ampliando os benefícios da atividade para todo o estado;
- Dar mais agilidade e objetividade às reuniões do Conselho Municipal de Turismo com implantação de grupos de trabalho;
- Estimular a participação da São Paulo Turismo e entidades do Conselho Municipal de Turismo em foros de temas interdisciplinares e nas reuniões de elaboração dos Planos de bairros previstos no PDE – Plano Diretor Estratégico.

EIXO DE ATUAÇÃO : EDUCAÇÃO PARA O TURISMO

A consolidação de um destino turístico depende em grande parte das ações de educação para o turismo, que apresente a cidade e suas atrações aos moradores, seus principais embaixadores. Programas de qualificação profissional ampliam as possibilidades de inserção da população no mercado de trabalho, e elevam a qualidade dos serviços prestados, além de estimular o empreendedorismo. As ações de educação para o turismo serão trabalhadas em várias frentes:

- Incentivar a produção científica e a transferência de conhecimento entre a São Paulo Turismo e as instituições de ensino e pesquisa;
- Inserir a temática do turismo como tema transversal na educação municipal;
- Identificar as demandas do mercado para orientar a implantação de programas de qualificação de mão de obra para o setor;
- Apoiar ações e programas de capacitação e qualificação dos governos municipal, estadual e federal, otimizando os resultados para a cidade;
- Viabilizar campanhas que possibilitem a conscientização dos paulistanos sobre o potencial turístico de São Paulo, tornando-os anfitriões do turismo na cidade;

EIXO DE ATUAÇÃO : EXCELÊNCIA NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA

Visitantes conectados são visitantes mais exigentes. A informação se dissemina instantaneamente e eleva a expectativa por serviços de excelência, por experiências autênticas e memoráveis. A gestão do destino deve contribuir para que o turista possa vivenciar o melhor da cidade, estimulando ações que beneficiem visitantes e moradores.

- Ampliar e modernizar o programa de sinalização turística viária e para pedestres;
- Implantar programas de incentivo à valorização da vida ao ar livre, com a apropriação do espaço público e coletivo, com criatividade e dinamismo;
- Incentivar e apoiar eventos geradores de fluxo e que contribuam para a imagem positiva da cidade;
- Viabilizar uma opção de transporte turístico pelas principais atrações da cidade – Linha Turismo;
- Qualificar a oferta do serviço receptivo da cidade;
- Disseminar dicas e orientações sobre a cidade para população, turistas e prestadores de serviços, relacionadas ao turismo;
- Manter e aprimorar os serviços oferecidos pelas CITs - Centrais de Informação Turística existentes na cidade;
- Propor ações conjuntas que facilitem o deslocamento e o transporte turístico na cidade;
- Envidar esforços para a realização de projetos para o desenvolvimento sustentável do turismo em regiões mais afastadas do centro da cidade, com baixo dinamismo econômico e com potencial turístico pouco explorado.

EIXO DE ATUAÇÃO : PROMOÇÃO DA CIDADE

A promoção do destino é essencial para a manutenção e o crescimento da atividade turística, especialmente em um cenário de forte competitividade. São Paulo deve aumentar os investimentos em ações de promoção e marketing para ampliar sua participação no mercado nacional e internacional. Com a criação da Marca São Paulo, o posicionamento desejado é de um destino com variedade, qualidade e quantidade de experiências únicas e surpreendentes.

- Participar de eventos de relacionamento e promoção, fortalecendo alianças estratégicas para promoção do destino de forma integrada em nível municipal, estadual, nacional e internacional.
- Promover o aprimoramento tecnológico e visual no portal de turismo oficial da cidade, oferecendo uma ferramenta completa para o usuário.
- Ampliar o programa de capacitação de agentes e operadores para venda dos produtos turísticos da cidade.
- Aprimorar a gestão e fortalecer a Marca São Paulo com o incentivo de utilização de sua identidade nos projetos e ações oficiais de turismo da cidade, bem como pelo setor público e privado.
- Desenvolver campanhas promocionais e estratégias de posicionamento nos principais meios de comunicação, para consolidação do destino, bem como criar material promocional para divulgação em território nacional e em mercados internacionais prioritários.
- Realizar viagens técnicas de familiarização com agentes de viagem, organizadores de eventos, jornalistas e outros formadores de opinião para ampliar os canais de vivência e divulgação da cidade.
- Intensificar a captação de eventos nacionais e internacionais para a cidade, apoiando as ações desenvolvidas pelo SPC&VB (São Paulo Convention & Visitors Bureau).
- Incentivar a criação e promoção de novos produtos e serviços turísticos com foco em nichos específicos de mercado, incluindo produtos casados que envolvam São Paulo e outros destinos no Brasil.

Além das ações indicadas nos eixos prioritários, dois projetos merecem destaque por contemplarem ações que permearão os quatro eixos e demandarão tratamento diferenciado.

PROJETOS ESPECIAIS : DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL NO POLO DE ECOTURISMO DE SÃO PAULO



Balsa do Bororé atravessando a represa Billings. Foto: José Cordeiro|SPTuris.

O Polo de Ecoturismo de São Paulo nasceu por meio da Lei nº 15.953, de janeiro de 2014, e contempla os territórios das Áreas de Proteção Ambiental, Capivari-Monos e Bororé-Colônia, localizadas nos distritos de Parelheiros, Marsilac e Ilha do Bororé. As atividades de ecoturismo desta região passaram a ser normatizadas e a área virou alvo de incentivos e benefícios fiscais para estimular o desenvolvimento econômico e social por meio do turismo. Para tanto, foi criado pela Prefeitura de São Paulo, o Conselho Gestor do Polo e um grupo de trabalho sob coordenação da Secretaria de Governo Municipal, ambos com a participação da SPTuris, que atua na região desde 2005.

Com a publicação do novo Plano Diretor Estratégico de São Paulo, a região foi oficializada como Zona Rural, o que oferecerá alternativas de desenvolvimento.

Considerando as peculiaridades da região, que diferem do perfil do turismo que já acontece na cidade, e para garantir um direcionamento das ações de forma sustentável e que possibilite uma maior participação da comunidade local, o Polo deve ter um Plano de Turismo específico.

PROJETOS : A CIDADE DE SÃO PAULO NOS ESPECIAIS : JOGOS OLÍMPICOS RIO 2016



Arena Corinthians, palco dos jogos. Foto: José Cordeiro, 2014.

Os Jogos Olímpicos de 2016 serão realizados no Brasil, na cidade do Rio de Janeiro, mas outras cinco cidades receberão jogos de futebol feminino e masculino.

São Paulo receberá dez partidas, na Arena Corinthians, localizada no bairro de Itaquera, durante o mês de agosto.

Em fevereiro de 2016, haverá definição das chaves, quando será possível saber o perfil dos turistas que a cidade receberá.

Nosso papel é potencializar a participação de São Paulo neste evento e reforçar sua imagem cosmopolita, a diversidade cultural e gastronômica, sua vocação para negócios e a eficiência de sua hospitalidade.

Compõem ainda o rol de ações estratégicas que poderão ser implementadas: “Revezamento da Tocha Olímpica” e “Live sites”¹, oportunidades para a promoção turística e propagação da cultura brasileira e paulistana.

¹Espaços públicos abertos para eventos e exibição das competições.

DEMANDAS ESSENCIAIS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

À medida que o Turismo avança como pauta e estratégia do poder público municipal, mais fácil se tornam o diálogo e as relações entre os setores público e privado. Em recente diagnóstico, representantes do setor elencaram demandas que fogem às atribuições e competências da São Paulo Turismo, mas que impactam diretamente a atividade.

Desta forma é fundamental argumentar pela necessidade de um posicionamento efetivo das demais secretarias e organismos do poder público, indicando que tais demandas representam também solicitações dos moradores de São Paulo, conforme abaixo:

- Segurança nas zonas turísticas de alta concentração de pessoas: Centro, Luz, Paulista, Vila Madalena, Jardins, entre outras;
- Informações em língua estrangeira nos modais do sistema de transportes e nos serviços públicos que eventualmente alcancem visitantes estrangeiros;
- Facilidades para o Transporte Turístico, com autorização de circulação, acesso, embarque, desembarque e regulamentação dos diversos serviços de transporte oferecidos para turistas;
- Limpeza e conservação das áreas de circulação de pedestres em toda a cidade;
- Estímulo à conservação do patrimônio histórico e cultural.



Estação da Luz, portão de entrada de imigrantes em São Paulo no último século e sede do Museu da Língua Portuguesa.

Foto: José Cordeiro|SPTuris

DESAFIOS DO TURISMO



DESAFIOS DO TURISMO

O maior desafio à gestão pública do destino São Paulo é fazer com que o Turismo na cidade seja reconhecido como uma atividade prioritária para seu desenvolvimento, em diversos aspectos, atraindo a atenção política necessária para aumentar o orçamento dedicado a projetos que gerem mais empregos, distribuam renda e criem oportunidades para moradores em todas as áreas da metrópole, diversificando ainda mais sua economia.

A falta de prioridade para o Turismo no orçamento municipal é histórica e possui diversas possíveis explicações, e a mudança desse status acontecerá no momento em que o poder público atribuir à atividade novo significado político, social e econômico na cidade de São Paulo.

Em meio aos diversos desafios vinculados à gestão desta metrópole, considerá-la como centro de negócios e inovações do país é fundamental. É aqui que nasce e se desenvolve grande parte das tecnologias inovadoras que trarão significativas mudanças na vida dos brasileiros. E também se produz muito conhecimento, onde pesquisas são realizadas e compartilhadas, e patentes são registradas.

Muitos empreendedores aqui se encontram com seus potenciais patrocinadores e clientes. Novos procedimentos no tratamento da saúde são desenvolvidos. Novas ideias surgem e se tornam realidade em São Paulo, graças à imensa concentração de pessoas e empresas, gerando oportunidades para qualquer tipo de negócio.

São Paulo cresce pelos encontros que proporciona, e é no acolhimento a todos que aqui vem em busca de aprimoramento que a cidade será reconhecida como a capital de negócios da América Latina.

São diversas as mudanças necessárias, a começar pela releitura de quem é o visitante em São Paulo, o que ele vem fazer, e o que ele demanda. Seus anseios por segurança e mobilidade são os mesmos de todo o residente, e é fundamental que ele possa ter informação precisa em idiomas diferentes. Seja em táxis, metrô, ônibus ou nas ciclofaixas, todo turista deve

estar apto a trilhar seu caminho e chegar ao seu destino com segurança.

O número de visitantes aumenta no mesmo ritmo em que a economia se movimenta, e aumenta também a demanda por profissionais qualificados, capazes de atender solicitações em diversas frentes – atendimento ao turista, hospitalidade, eventos, gastronomia, entretenimento, compras, saúde, cultura e lazer. Nossas instituições de ensino devem estar preparadas para orientar os jovens na escolha de carreiras promissoras e de rápida empregabilidade. Da mesma forma, devem abrir portas aos profissionais que buscam novas opções, novos conceitos, alternativas para mudança de carreiras.

Investidores buscam parceiros e empresários anseiam por novas oportunidades para ampliar seus negócios, de modo que facilitar o acesso às informações, reduzindo as etapas burocráticas em busca da efetiva concretização de negócios é fundamental para que mais gente esteja aqui, gerando ideias e riqueza ao município.

Romper com os padrões tradicionais na abordagem do desenvolvimento do turismo municipal foi o primeiro passo. Cabe agora apresentar dados e indicadores cuja substância permita a implantação de ações e projetos com resultados facilmente mensuráveis. E argumentar pela inclusão do turismo nas pautas primordiais das diversas instâncias do governo municipal.

São Paulo apresenta um desafio diário para quem aqui reside, e ainda assim revela-se acolhedora e surpreendente. São Paulo seduz o visitante por seus contrastes, e pode, efetivamente, ter resultados bastante positivos se, de maneira coerente e direcionada, dedicar-se a acolher melhor os quase 15 milhões de visitantes que a tem como destino.

Dra. Mariana Aldrigui

Professora na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH/USP) e pesquisadora na área de turismo urbano. Autora da tese Cidade Global, Destino Mundial - turismo urbano em São Paulo.

A partir de agora, não basta apenas vontade política. São necessárias ações políticas em prol de um destino competitivo e atraente, que reflita sua posição de líder e gerador de tendências.

Esta seção traz conceitos básicos utilizados no turismo e conceituação sobre órgãos e instituições mencionadas ao longo do documento.

ABRACORP - Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas

A ABRACORP é uma rede de agências de viagens associadas que busca ser referência na indústria de viagens corporativas, e também procura a melhor forma de operar e se relacionar com seus clientes e demais integrantes dessa indústria. www.abracorp.org.br

CITs - Centrais de Informação Turística

As centrais funcionam, desde 1983, como importante fonte de informação sobre a cidade para turistas e moradores. Nesses locais é possível ter acesso a materiais impressos e informações fornecidas pelos atendentes, seja sobre os atrativos turísticos, como localização, infraestrutura e acesso aos locais que os visitantes da cidade necessitam chegar.

COMTUR - Conselho Municipal de Turismo

O Conselho Municipal de Turismo é o órgão responsável por discutir os assuntos relativos ao desenvolvimento do turismo na cidade de São Paulo, e acompanhar a execução do Plano Municipal de Turismo (Platum). O conselho é composto por representantes de setores públicos e privado, e também pela sociedade civil.

Destino Indutor

Termo utilizado pelo Ministério do Turismo para indicar um destino turístico já consolidado, com infraestrutura adequada e atrativos reconhecidos, capaz de atrair ou distribuir uma quantidade significativa de turistas para os demais destinos turísticos em seu entorno.

Embratur – Instituto Brasileiro de Turismo

Foi criado em 1966 pelo Decreto-Lei 55, o mesmo que criou o Conselho Nacional de Turismo, para uma definição de uma política nacional para o setor. Com a criação do Ministério do Turismo em 2003, o Instituto Brasileiro de Turismo passou a ser uma autarquia especial deste e se tornou responsável exclusivamente da promoção, marketing e apoio à comercialização de destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros internacionalmente (www.embratur.gov.br).

Famtours

Viagem de familiarização voltada ao mercado de turismo (agentes de viagem e operadores).

Food Bikes

Após o *food truck*, as *food bikes* surgiram como uma outra opção, que conta com um investimento menor e melhor aproveitamento de espaço pelo uso de bicicletas para comercialização de comidas de rua.

Food Parks

São os espaços que abrigam os *food trucks* e *food bikers* transformando-se em grandes praças públicas de alimentação.

Food Trucks

Representam uma nova tendência da gastronomia mundial. São empreendimentos que oferecem grande variedade de comidas de rua sendo comercializadas em vans ou carros adaptados.

Guia de Turismo

Profissional encarregado de receber, conduzir, assistir e orientar grupos organizados de turistas durante traslados, excursões, visitas e viagens (profissão regulamentada pela lei 8.623/1993). Para atuar no Brasil deve ser credenciado pelo Ministério do Turismo.

Guia turístico

Todo material desenvolvido para auxiliar turistas durante visitas ou viagens, como mapas e folhetos.

Índice de Competitividade do Turismo Nacional

A pesquisa do Índice de Competitividade do Turismo Nacional é promovida pelo Ministério do Turismo com a metodologia de pesquisa desenvolvida pela Fundação Getúlio Vargas, também em parceria com o SEBRAE Nacional. Trata-se de um diagnóstico do turismo em 65 destinos turísticos, que acompanha a evolução destes

com relação à competitividade. Com os resultados, é possível desenvolver planos de ações governamentais para o desenvolvimento da atividade turística em determinados locais.

MICE - Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions

A sigla é uma abreviação das palavras Reuniões, Viagens de Incentivo, Conferências e Exposições em inglês, e é utilizada para definir um segmento do turismo de negócios.

Ministério do Turismo

O Ministério do Turismo age na condução de políticas públicas com modelo de gestão descentralizado, para o desenvolvimento do turismo como atividade econômica sustentável. O ministério assumiu este posicionamento, quando a EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo) passou a concentrar suas ações para promoção e apoio à comercialização de produtos, serviços e destinos brasileiros fora do país.

Plano Nacional de Turismo

O Plano Nacional de Turismo aborda políticas nacionais de turismo e apresenta em um documento os planejamentos estratégicos para desenvolvimento da atividade turística no Brasil para o futuro. É realizado sob coordenação do Ministério do Turismo, Governo Federal e Conselho Nacional de Turismo (www.turismo.gov.br).

Observatório do Turismo e de Eventos da cidade de São Paulo®

Observatório do Turismo é um núcleo de estudo e pesquisa da São Paulo Turismo. Responsável por análises de comportamento do turismo da cidade, contribui para um levantamento de dados e resultados que podem gerar ações para melhorar a atividade turística (www.observatoriodoturismo.com.br)

Organização Mundial do Turismo (OMT/ UNWTO)

A Organização Mundial do Turismo é uma agência especializada das Nações Unidas e sua missão consiste em promover o turismo responsável, sustentável e acessível. Também contribui para disseminar o Código de Ética Mundial para o Turismo, buscando potencializar a contribuição socioeconômica positiva do turismo e neutralizar possíveis impactos negativos (www.unwto.org).

Parklets

Intervenção urbana que consiste na construção de espaços públicos de lazer sobre faixas de estacionamento, criando extensões da calçada e melhorando a paisagem urbana.

São Paulo Convention & Visitors Bureau

Fundação estadual de direito privado, sem fins lucrativos, cuja principal linha de ação é a captação e apoio a eventos e a promoção do destino. Está focada no fomento do turismo de negócios, integrando todos os setores econômicos, conectados direta ou indiretamente ao turismo.

Trade Turístico

Conjunto de órgãos, instituições e empresas ligadas à atividade turística.

Transporte Turístico

Todo veículo utilizado para transporte de turistas, seja ônibus, micro-ônibus, utilitários e automóveis.

Turismo doméstico

Realizado dentro do país, por seus moradores.

Turismo receptivo

Envolve os agentes que prestam serviços aos turistas no local de destino (agências e operadoras de viagens, guias de turismo, meios de hospedagem, entre outros).

WTTC - Conselho Mundial de Viagens e Turismo (The World Travel & Tourism Council)

Fórum global constituído por membros importantes da tomada de decisões na indústria de viagens e turismo. Companhias aéreas, aeroportos, companhias de cruzeiros, agências e operadoras de viagens fazem parte da equipe, e contribuem assim para uma análise holística do setor. www.wttc.org.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRACORP

Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas. Balanço de viagens corporativas de 2014. São Paulo: Abracorp, 2015.

ALDRIGUI, Mariana.

Cidade Global, Destino Mundial: Turismo urbano em São Paulo. Tese de Doutorado. São Paulo: USP, 2011.

AMÉRICA ECONOMIA

Especial Hospitais e Clínicas – Ranking. Disponível em rankings.americaeconomia.com/mejores-clinicas-hospitales-2014/ranking acessado em dezembro de 2014.

ANÁLISE EDITORIAL

São Paulo Outlook – anuário 2013 – capital internacional dos negócios. São Paulo: Ibep Gráfica, 2013.

BM&F BOVESPA

A nova bolsa. Disponível em bmfbovespa.com.br, acessado em Dezembro de 2014.

ERNST & YOUNG, FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

Brasil Sustentável - Impactos Socioeconômicos da Copa. São Paulo: FGV, 2010.

FIA

Fundação Instituto de Administração. Plano Estratégico de Ações Governamentais em São Paulo - Copa do Mundo FIFA™ 2014. São Paulo: FIA, 2010.

FIPE

Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. Acompanhamento do Mercado de Trabalho das Atividades Relacionadas ao Turismo (Relatório Final). São Paulo: FIPE, 2010.

GaWC

The World According to GaWC.

Disponível em www.lboro.ac.uk/gawc/gawcworlds.html.

IBGE

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas. Disponível em www.ibge.gov.br, acessado em dezembro de 2014.

MASTERCARD (HEDRICK-WONG, Y. & CHOONG, D)

Mastercad 2014 Global Destinations Cities Index. Mastercard Worldwide Insights, 2014.

MTUR - Ministério do Turismo

- Anuário Estatístico. Vol. 37, Brasília: 2011.
- Plano estratégico de marketing turístico do Brasil: experiências do Brasil. Brasília: MTUR, 2014.
- Relatório Brasil: Estudo da Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento do Turismo. São Paulo: FGV, 2009.
- Ministério do Turismo. Turismo no Brasil 2011 - 2014 - Documento Referencial. São Paulo: FGV, 2010.

MTUR, SEBRAE e FGV

Índice de Competitividade do turismo nacional (recurso eletrônico): Destinos indutores do desenvolvimento turístico regional: Relatório Brasil 2014. Brasília: Sebrae, 2014.

PMSP – Prefeitura Municipal de São Paulo

Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo – Lei 16.050, de 31 de julho de 2014. São Paulo: PMSP, 2014.

PwC - Price Waterhouse Coopers.

Cities of Opportunities 6. Nova Iorque: PwC, 2014.

SÃO PAULO TURISMO S/A

- Diretoria de Turismo. Relatório de Desempenho 2011-2014. São Paulo: SPTuris, 2014.
- Diretoria de Turismo. Platum 2007-2010 Plano de Turismo Municipal - Cidade de São Paulo. São Paulo: SPTuris, 2007.
- Diretoria de Turismo. Platum 2011-2014 Plano de Turismo Municipal - Cidade de São Paulo. São Paulo: SPTuris, 2010.
- Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo®. Cidade de São Paulo - Indicadores e Pesquisas do Turismo 2008. São Paulo: SPTuris, 2008.
- Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo®. Cidade de São Paulo - Boletins Semestrais. São Paulo: SPTuris, 2009 e 2010.
- Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo®. Relatório final da sala de monitoramento do atendimento ao turista. São Paulo: SPTuris, 2014.
- São Paulo. Brandbook. São Paulo: SPTuris, 2011.

SEADE

Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados.

Disponível em www.seade.gov.br, acessado em Dezembro, 2014.

UNWTO - World Tourism Organization.

UNWTO *World Tourism Barometer*. Madrid: UNWTO, 2015.

VISA (Jenniffer McGowan)

Copa do Mundo FIFA™ 2014 - Relatório de Turismo.

Disponível em visabr.tumblr.com, acessado em dezembro de 2014.

WTTC - World Travel and Tourism Council

- 2014 *Economic Impact Research*. Disponível em www.wttc.org, acessado em dezembro de 2014.
- *The Comparative Economic Impact of Travel and Tourism*. Londres: WTTC & Oxford Economics, 2014.
- 2015 *Economic Impact Research*. WTTC, 2015 (impresso).



AGRADECIMENTOS

Agradecimento especial aos colaboradores da Presidência, Vice-Presidência, Chefia de Gabinete, e das Diretorias de Eventos, Marketing e Vendas, Infraestrutura, Representação dos Empregados, e Administrativo-Financeira e de Relação com os Investidores da São Paulo Turismo, que de forma voluntária doaram um pouco do seu tempo compartilhando percepções sobre o Turismo na Cidade de São Paulo e que serão fundamentais para viabilização de muitas das ações aqui indicadas.

Agradecimento pela participação na pesquisa:

- Affonso Celso de Oliveira (Condomínio Edifício Copan)
- Alexandre Miqui (Peru Gourmet)
- Alexandre Zamora (Tu Casa Hostel)
- Alexis Pagliarini (WTC Events Center/ Sheraton São Paulo WTC)
- Ana Paula Portes (Habitat Natural Turismo)
- Adréa Longuinho (Guia de Turismo)
- Antônio Carlos Morilha (Associação Paulista de Motéis)
- Auro Nardelli (Pax Tour Receptive Service)
- Camila Zampini (Associação dos Lojistas dos Jardins)
- Cláudia Calandra de Lima (Fundação Maria Luisa e Oscar Americano)
- Cristina Yu (Guia de Turismo)
- Débora Polato (Ybatã Viagens e Turismo)
- Denise Consolmagno (Hostel Alice)
- Diogo Dias Lopes (Guia de Turismo)
- Dilson Verçosa Jr. (American Airlines)
- Eduardo Sanovicz (ABEAR)
- Fábio Casaca (Telstar Hostels)
- Fátima Busani (Andanças Viagens e Turismo)
- Flavia Matos (FOHB)
- Frederico Landre (Expedições do Ócio)
- Frodo Eggens (3dogs e Beats Hostels)
- Gabriela Mattedi (Aquarela SP Hostel)
- Gustavo Dermedjan (Bee.W Hostel Bar)
- Ilan Weinfeld (Guia de Turismo)
- Jarbas Favoretto (AMITur)
- Jo Achim Liebert (Club Transatlântico)
- Juliana Aranega (Alatur JTB)
- Lauro Andrade (SP Design Weekend - Summit Promo)
- Luana Maria Theodoro (Luamath)
- Luiz Henrique Miranda (Amigo!)
- Luis Oliveira (Guia de Turismo)
- Luzia Bertagna (Guia de Turismo)
- Marcelo Dias Calado (Fecomércio)
- Margarete Schubert (Guia de Turismo)
- Maria Clélia da Silva (Expo Center Norte)
- Marina Moretti (Associação de Hostels de SP)
- Michell Almeida (Hostel Jardim São Paulo)
- Miguel Naghirniac Neto (Águias da Serra)
- Monica Percequillo (Guia de Turismo)
- Nadia Mie Taira (Mama Brasil Hostel)
- Nilma de Araujo Rodrigues (Prefeitura de São Paulo)
- Nilton Borges (Mooca Hostel Atlântica)
- Osvaldo Barbosa de Oliveira (RV Mais Promoção e Eventos)
- Paulo Pimentel (Hotel Urbano)
- Percival Maricato (Abrasel-SP)
- Roland de Bonadona (Accor)
- Samir Reis (Infinity Soluções em Turismo)
- Sérgio dos Santos (Guia de Turismo)
- Sylvio Ferraz Jr. (Tam Viagens)
- Terezinha Heinen (Guia de Turismo)
- Ubirajara de Oliveira (Página Editora e Jornalismo)

Agradecimento ao Conselho Municipal de Turismo

- ABAV/SP - Associação Brasileira de Agências de Viagem de SP
- ABBTUR - Associação Brasileira de Turismólogos e Profissionais do Turismo
- ABEOC - Associação Brasileira de Empresas de Eventos
- ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Estado de SP
- ABLA - Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis
- ABRACCEF - Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras
- ABRAJET/SP - Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo
- ABRASEL/SP - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes de São Paulo
- ACSP - Associação Comercial de São Paulo
- ASSOCITUR - Associação de Transportes de Turistas
- CET - Companhia de Engenharia de Tráfego
- CMSP - Câmara Municipal de São Paulo
- DEATUR - Delegacia Especializada em Atendimento ao Turista
- DSV - Departamento de Operação do Sistema Viário
- SEME - Secretaria Municipal de Esportes, Lazer e Recreação
- SEMPLA - Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Gestão
- Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo
- SF - Secretaria Municipal de Finanças e Desenvolvimento Econômico
- SGM - Secretaria do Governo Municipal
- SINDEGTUR - Sindicato Estadual dos Guias de Turismo de São Paulo
- SINDETUR - Sindicato das Empresas de Turismo no Estado de São Paulo
- SINHORES SP - Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de São Paulo
- SMDU - Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano
- SMC - Secretaria Municipal de Cultura
- SNEA - Sindicato Nacional das Empresas Aeroviárias
- SPC&VB - São Paulo Convention and Visitors Bureau
- São Paulo Turismo SA
- SP-Urbanismo
- Subprefeitura Sé

Agradecimento às entidades convidadas do COMTUR:

- ABRAT GLS - Associação Brasileira de Turismo para Gays, Lésbicas e Simpatizantes
- ABRESI - Associação Brasileira das Entidades e Empresas de Gastronomia, Hospedagem, e Turismo
- AMITUR - Associação dos Municípios de Interesse Cultural e Turístico
- ARESP - Associação dos Operadores de Receptivo de São Paulo
- Associação Paulista Viva
- Associação Viva o Centro
- CIPETP - Comitê Estadual Interinstitucional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas
- Conselho Gestor do Polo de Ecoturismo de São Paulo
- FECOMÉRCIO - Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo
- FOHB - Fórum dos Operadores Hoteleiros do Brasil
- SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
- SESC - Serviço Social do Comércio
- SINDIPROM - Sindicato das Empresas de Promoção, Organização e Montagem de Feiras, Congressos e Eventos do Estado de SP
- SKAL SP - Associação Internacional de Profissionais de Turismo
- SMPED - Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência e Mobilidade Reduzida
- UBRAFE - União Brasileira dos Promotores de Feiras
- USP - Escola de Comunicação e Artes - Curso de Turismo

Convidados pessoa física

- São Paulo Turismo
 - Roberto Belleza – Especialista em Acessibilidade
 - Miquéias de Moraes - Gestor do FUTUR
 - Sandra Menezes - Tesoureira do FUTUR



Stand up paddle nos rios do Polo de Ecoturismo de São Paulo.

Foto: José Cordeiro|SPTuris





São Paulo
turismo
www.spturis.com



**PREFEITURA DE
SÃO PAULO**
TURISMO

www.cidadedesaopaulo.com