

CVIII SESSÃO ORDINÁRIA DO COMTUR (28 de Maio de 2002)

Aos vinte e oito dias do mês de maio de dois mil e dois, às 9h45, na Sala I do Palácio das Convenções do Anhembi, realizou-se a CVIII Sessão Ordinária do Conselho Municipal de Turismo - COMTUR, sob a Presidência do Sr. Eduardo Sanovicz e com a presença dos membros relacionados no final desta ata. Sr. Eduardo iniciou a reunião comentando que o assunto que será discutido é muito importante porque decide os rumos que serão tomados nos próximos anos em programas ligados ao desenvolvimento do turismo na cidade. Comunicou que algumas entidades substituíram seus membros representantes, a saber: ABREDI - Titular: Sr. Percival Maricato e Suplente: Sr. José Américo Dias da Rocha; CMSP - Titular: Sr. Ver. William Woo e Suplente: Sr. Ver. José Laurindo de Oliveira. Solicitou aos conselheiros, que ainda não enviaram o mailing da diretoria de sua entidade ou órgão, que o fizessem o mais rápido possível, devido a nova prática que foi inaugurada no Conselho de tentar informar, da maneira mais ampla possível, ao trade sobre todas as ações do COMTUR. Sr. Eduardo passou a condução da reunião para o Sr. Armando (UBRAFE). Sr. Armando iniciou a reunião colocando a ata da última sessão para aprovação. Sr. Lúcio Soares Lúcio comentou que na última reunião foi citado que o setor de hotéis solicitou a presença do Sr. Carlos Zarattini, e não estava presente na apresentação do mesmo, enfatizou que a ABRESI é uma entidade que também representa os hotéis, e as colocações que foram feitas na reunião foram ligadas ao setor. Em nada mais havendo a ser declarado, a ata foi considerada aprovada. Sr. Armando apresentou aos conselheiros o Sr. João Batista de Lima, representante do SINDIPROM, o qual assumiu a presidência da UBRAFE. Sr. Jarbas Favoretto questionou sobre o mapa turístico da cidade aprovado pelo COMTUR e, conforme reportagem contendo erros. Sr. Armando comentou que a empresa responsável pelo mapa já se manifestou e reconheceu o erro na parte das plantas constantes dos mapas, erros de digitação e revisão, porém na leitura do FUTUR, o que coube ao Anhembi foi revisar as informações turísticas do texto. Sr. Jarbas perguntou se essa empresa foi a mesma que foi recusada há 3 anos. Sra. Denise informou que não e explicou que quando foi abordada pelo jornal que publicou a reportagem, o jornalista questionou sobre a importância e os benefícios do conteúdo do mapa e, em nenhum momento, expôs sua real intenção, e a reportagem dá a entender que tivemos o direito de resposta, ficando assim, sem poder nos defender. Sra. Denise comentou que o Sr. Marcelo, representante da ENGEMAP, presente na reunião, se posicionou e encaminhou uma documentação na qual a empresa comunicou a revisão do mapa e se dispõe a entregar, o mais rápido possível o mesmo número de mapas que foram tirados de circulação. Comentou que ninguém que tivesse o mapa em mãos ficaria com uma informação turística errada ou não conseguiria chegar ao local desejado, pois em nenhum momento o mapa deixou de dar a informação precisa, mesmo tendo consciência de que os erros ortográficos não deveriam ter acontecido. Sr. Armando ressaltou que o COMTUR aprovou o projeto em si e os conselheiros não o revisaram, por isso só tem responsabilidade em cima do projeto. Sr. Paulo Mattos comunicou que a Sociedade Brasileira de Termalismo - SBT realizará um congresso dia 14/09/02, em Poços de Caldas. O congresso reunirá elementos de toda a atividade termalística do mundo, que inclui águas, clima e poluição, as quais são de interesse para a cidade de São Paulo. Convidou a todos para participar do congresso. Sr. Jarbas informou que de 13 a 16 de junho será realizado o Congresso do Turismo Paulista, no Colégio São Luís e o congresso irá reunir os Conselhos Municipais do Interior de São Paulo. Convidou todos Conselheiros e interessados a participar deste congresso. Sr. Armando agradeceu o convite, em nome do COMTUR, e desejou sucesso aos Congressos. Sr. Fernando de Souza, representante para

faculdade Uni Sant'Anna, comunicou que por sua universidade ter um movimento estudantil que promove encontros objetivando o intercâmbio de informações, acredita ser importante a divulgação desses eventos nas faculdades. Sra. Denise agradeceu a presença de todos os coordenadores das faculdades de turismo. Sr. Armando passou a palavra ao Sr. Aristides e à Sra. Patrícia Servilha que apresentaram o **Cronograma de trabalho sobre o Plano de Marketing do Turismo da Cidade de São Paulo**. Sr. Aristides iniciou a apresentação explicando que há anos foi detectada a necessidade de elaborar o Plano para resolver os problemas turísticos da cidade, como os finais de semana, abertura dos comércios aos domingos, entre outros. Devido a este fato, o SPC&VB criou ações para resultar em uma maior ocupação da cidade nos finais de semana, já que o turismo de negócios não consegue. Explicou que um dos primeiros obstáculos enfrentados foi o comércio não abrir aos domingos, e compras é um diferencial de São Paulo. Durante 5 anos, o SPC&VB coordenou diversas forças interessadas na abertura do comércio aos domingos, o que era uma condição necessária, então há três anos, em uma reunião interna do SPC&VB, por uma moção do presidente Roberto Gheller aceitaram que não sabiam mudar uma imagem que já estava formada na cabeça das pessoas e então foi decidido que teria que buscar parceiros que pudessem viabilizar a contratação de uma empresa com reconhecimento internacional e que tivesse um caso de sucesso semelhante ao desafio que era a cidade de São Paulo. Tiveram o apoio inicial da Accenture, que está realizando o projeto do PLATUM e passados dois anos, chegou-se a empresa Marketing Systems. Comentou que o diagnóstico apontou que São Paulo não tem uma identidade turística, a qual precisa ser criada e, em segundo, não se consegue criar produtos turísticos para atrair os turistas. Comentou que a Marketing Systems possui filial no Brasil tendo como sua representante, a Sra. Patrícia Servilha e em sua sede em Barcelona, o Sr. Josep Chias, conhecido no Brasil pelo fato de ter participado do Plano Maravilha no Rio de Janeiro. Sr. Armando passou a palavra à Sra. Patrícia Servilha. Sra. Patrícia iniciou a apresentação agradecendo o convite e apresentou a Sra. Claudia Tossoni, Diretora da Marketing Systems de Buenos Aires, a qual está colaborando neste plano. Explicou que a idéia da reunião é mostrar um pouco do processo de trabalho que está sendo conduzido pela Marketing Systems, em conjunto com o SPC&VB, para alcançar os objetivos. Ressaltou que neste processo do trabalho é preciso ter a participação não só das entidades, como também das pessoas, pois nenhuma empresa de consultoria sabe tudo que o cliente necessita, assim irão realizar uma metodologia, que na verdade, terá como subsídio a participação de toda a sociedade envolvida. Informou que o Plano de Marketing do Turismo está sendo realizado em três partes: 1. Diagnóstico, fase atual, que está sendo finalizada e será apresentada em junho, 2. Formular a estratégia de marketing, 3. Apresentar um projeto para operacionalizar o plano de marketing. Sra. Patrícia comentou que o diagnóstico está analisando 6 aspectos: 1- o turismo hoje; 2- como São Paulo se posiciona no mercado, levando em conta o mercado nacional e internacional; 3- situação da oferta turística; 4- qual a opinião do setor de turismo; 5- qual a opinião do turista e a 6- política turística desenvolvida pelas entidades, órgãos públicos e sociedade civil em geral. No turismo hoje é verificado qual o número de turistas que São Paulo tem, mas devido as pesquisas de turismo em todo o mundo não serem precisas, o que temos, são pesquisas mais ou menos estruturadas que dão uma idéia do volume, dos turistas que se hospedam na cidade. Possuem apenas dados dos turistas que chegaram no Brasil sendo que 26% dos internacionais vieram à São Paulo e, 19% eram nacionais. Enfatizou que é muito apontado pelos turistas a dificuldade de se conhecer a cidade devido ao seu tamanho e a deficiência do transporte público. Sra. Patrícia comentou que 68% da oferta dos meios de hospedagem são hotéis e 32% são flats. Os hotéis e flats associados ao SPC&VB foram as primeiras fontes de pesquisa que estão trabalhando em conjunto na determinação da permanência do hóspede e da taxa de ocupação da semana e do final de semana para 2002, porque os números de 2001, em função da mudança da situação do turismo mundial, são pouco

válidos para o que se pretende realizar. Já foi determinado que a origem dos hóspedes nos hotéis e flats são 56% nacionais e 44% internacionais o que mostra que apesar do mercado nacional estar em maior número, estão quase equiparados. Informou que a origem dos hóspedes nacionais é bem diversificada, quase 50% se concentra na região centro-sul e os hóspedes internacionais têm, como maior fluxo, os turistas dos EUA. Esta pesquisa foi realizada entre janeiro e abril de 2002, entrevistaram 18 empresas receptoras as quais nos mostraram que o city tour é o principal produto comercializado, além dos transfers, produtos específicos voltados para destinos, produtos fora da cidade, locação de automóveis, eventos e reserva de hotéis. Para determinar o posicionamento de São Paulo no mercado turístico foi realizada uma pesquisa com 210 operadores, dentro e fora de São Paulo, e o resultado foi que os recursos mais conhecidos em São Paulo são: museus, shoppings, patrimônio histórico, centros de convenções e o patrimônio ambiental. Comentou que, com uma distância enorme em relação a qualquer outro recurso da cidade, o MASP é o mais conhecido, seguido pelo Museu Paulista (Ipiranga), Parque do Ibirapuera, Anhembi Centro de Convenções e os Shoppings Ibirapuera e Morumbi, sendo que existe uma confusão das pessoas entre o Shopping e o Parque do Ibirapuera e em um terceiro bloco, encontram-se: Pinacoteca, Estação da Luz, Pátio do Colégio, Iguatemi Shopping, Avenida Paulista, Teatro Municipal, Eldorado Shopping, Memorial da América Latina, Museu de Arte Moderna, Museu de Arte Sacra, Largo São Bento (Igrejas), Expo Center Norte, Pátio Higienópolis e Instituto Butantan. Sra. Patrícia informou que a satisfação dos operadores com a cidade está em 60%, mas 20% tem má impressão. Sra. Claudia comentou que entre as dificuldades citadas, a mais importante, com 25%, é a falta de postos de informação turística, 17% o trânsito da cidade, 8% pelas pessoas de São Paulo se acharem superiores, 8% má conservação da cidade, 8% falta de divulgação do patrimônio cultural, 8% alta competitividade entre profissionais, 8% má sinalização, 8% falta de segurança e atendimento para turistas nos museus. Sra. Patrícia comentou que as principais sugestões para a melhoria estão divididas em promoção turística, com 44%, 38% para melhoria da cidade em geral e, 21% desenvolvimento turístico, o que aponta um dado muito positivo, porque verificaram que 65% das sugestões para melhoria são possíveis de serem realizadas pelo próprio setor privado. A idéia é estudar os recursos que hoje são produtos e quais desses são ofertáveis. Do ponto de vista turístico temos recursos que já existem, podendo ser culturais, naturais ou gastronômicos. Neste processo fazem uma avaliação dos recursos provenientes da lista que é fornecida pelas comissões e pelas pesquisas com os operadores, através de uma avaliação, comparado em termos mundiais. Sra. Patrícia explicou que a opinião interna do setor é muito importante e tem que ter a participação, a colaboração e discussão de todos os itens trabalhados no diagnóstico. A Marketing Systems está fazendo uma avaliação dos produtos existentes estruturados, com no mínimo um folheto explicativo do local e depois das ofertas, quais as promoções que estão sendo feitas em São Paulo e qual sua análise de conteúdo. Sra. Patrícia lembrou que, além do COMTUR, também serão realizadas diversas reuniões com o setor interno, a saber: Ação Local, Cultura, Compra, Gastronomia, Comunicação e Social. Assim, poderão estabelecer com estas comissões qual a opinião de cada uma. Sr. Aristides comentou que à medida em que o plano for se desenvolvendo serão criadas outras comissões, mas que por enquanto serão realizadas reuniões semelhantes a esta, com as comissões já existentes, há idéia de formar outra comissão que seria a de Eventos Sociais, que tem uma repercussão e um reflexo muito grande, tanto em São Paulo, como fora. Sra. Patrícia lembrou que outra comissão que está sendo criada é das faculdades de turismo. Irão trabalhar com a opinião interna das comissões da seguinte forma, o que eles vêem de melhor e pior, o que falta e o que sobra na cidade com o objetivo de definir prioridades. Outra questão que será trabalhada com estes grupos são as palavras da cidade, quais as palavras que definem a cidade, pois aos poucos poderão definir a identidade, a logomarca e o *slogan*. Na Internet também está

sendo realizada esta pesquisa para obter a opinião dos moradores da cidade. Outro ponto é a cor da cidade, com qual cor a cidade é observada, para poder talvez, alterar a atual preta, branca e vermelha. Com tudo o que foi explanado, a MKT Systems estabelece conclusões através da análise F.O.F.A. – fortes oportunidades, fracas ameaças, que são pontos que dependem dos agentes de turismo e esportes da cidade de São Paulo e dos gaps, que é a análise dos recursos, produtos e ofertas, onde se tem fatos que geram oportunidades e ameaças, mas o difícil é identificar as oportunidades. Os gaps são uma forma visual de explicar aonde se tem uma série de recursos, que muitas vezes não são produtos, ou seja, utilizam um gap de estruturação para transformá-los em produtos e utilizam o gap de promoção para transformá-los em ofertas. Após toda a análise, Sra. Patrícia explicou que a formulação da estratégia de marketing será baseada em uma visão de como queremos São Paulo em 2010, quais objetivos e metas a serem alcançados nesse período. Este plano, quando for concluído, terá metas quantitativas e qualitativas que formarão a visão de São Paulo 2010. Informou a todas as entidades que participam deste plano que estão convidadas a participarem das comissões que já estão formadas ou formar outras que acharem necessárias. Sr. Aristides explicou que esta reunião foi introdutiva, pois as sugestões do conselho serão ouvidas em uma reunião extraordinária do COMTUR que coincidirá com a vinda ao Brasil do Sr. Josep Chias, presidente da Marketing Systems, e assim dentro desta metodologia, o COMTUR poderá dar suas visões que serão incorporados ao *briefing* que gerará a logomarca e a identidade turística da cidade e depois os recursos, produtos e ofertas. Sr. Armando passou a palavra ao Sr. Eduardo Sanovicz. Sr. Eduardo agradeceu a Sra. Patrícia e comunicou que o ano de 2001 foi um ano de absoluto sucesso para a Anhembi à medida que foi revertida uma dívida de R\$ 24 milhões em 2000, para um resultado positivo de R\$ 2,7 milhões, o que permitiu criar uma situação inédita, que foi administrar o custeio das atividades da Anhembi sem utilizar verbas públicas. Com o objetivo de resgatar a atividade principal da empresa e torná-la competitiva novamente, o Palácio da Convenções foi todo reformado e hoje será reinaugurado o Teatro Elis Regina. Em parceria com clientes, foi construído o Pavilhão Oeste, com 10 mil m². O setor privado retomou as obras do hotel, o qual estará pronto entre setembro e outubro de 2003 e farão mais uma obra que ampliará a área de exposições em mais 20 mil m², o que significa que em 2004, a Anhembi terá 105 mil m² de área para exposições, uma ampliação de quase 50%. A próxima ação será a reforma do Pavilhão de Exposições. Sr. Armando convidou o Sr. Secretário Jorge Wilhelm para compor a mesa e lhe passou a palavra. Sr. Jorge agradeceu o convite e iniciou sua apresentação comentando que nos próximos 10 anos, em função do Plano Diretor, será revelado a perspectiva de crescimento, adensamento e diversificação do setor econômico e, para São Paulo é muito importante que as empresas, principalmente as ligadas ao setor de turismo cresçam e se diversifiquem porque esse é um dos aspectos importantes que está mudando até o próprio Plano Diretor. Sr. Jorge exibiu o vídeo que foi mostrado na Conferência da Cidade, último debate público feito pelo Executivo sobre o Plano Diretor. O vídeo expôs quais são os objetivos e metas do plano, quais são os principais problemas da cidade e como o plano pretende melhorar estes pontos. Sr. Jorge explanou que as matérias recentes dos jornais, muitas vezes, pinçam alguns aspectos polêmicos, dando a impressão de que o Plano somente propõe alguns artigos nos quais existe disputa e não os 270 restantes nos quais existe consenso. Explicou que a lei que está na Câmara foi expedida em crítica a situação atual e sobre a visão de alguns números do que será São Paulo no futuro. A cidade de São Paulo que hoje possui 10,4 milhões de habitantes, terá em 2010, 1 milhão a mais, e este processo é considerado lento em relação aos antigos índices, mas este crescimento se dará de forma desigual com o preenchimento de alguns vazios e reocupando algumas áreas, até mesmo na periferia. Este crescimento não preocupa do ponto de vista quantitativo, mas sim nas grandes diferenças de qualidade urbana. Nesta visão de futuro, o que preocupa é a grande concentração de edifícios em

alguns pontos e o vazio de outros, a densidade média de São Paulo é relativamente baixa, só que os prédios não se distribuem por média estatística e sim em determinadas regiões e provocam o que chamam de pólos geradores de tráfego. Lembrou que outro ponto a ser visto, é que São Paulo tem um grande déficit no sistema viário, habitacional e no transporte público, o que no período de 10 anos, deverá ser corrigido, mas é um processo lento e oneroso, pois depende não só de investimentos, mas também de uma situação social para diminuir o número de excluídos que não conseguem chegar ao mercado de trabalho. A dificuldade de transitar na cidade é devido à falta de um bom transporte coletivo, pois temos apenas 47 km de Metrô, contra os 147 km do projeto original. Sr. Jorge comentou que é proposto de uma forma geral, criar uma série de oportunidades para novas operações urbanas que já existem e serão áreas planejadas na qual a empresa privada poderá construir acima do coeficiente médio de até 4 vezes a área do lote. Nas diversas áreas que se propõe renovar, a exemplo da CEAGESP na Vila Leopoldina que será removida do local em que se encontra hoje, Vila Maria e Carandiru, Av. Jacu Pêssego, a Av. Francisco Morato até a Vila Sônia que é o ponto de partida da linha 4 do Metrô. Será também construída uma Rodoviária que receberá os ônibus que utilizam as rodovias Régis Bittencourt e Raposo Tavares. Uma importante operação urbana é a Diagonal Sul e a Diagonal Norte que são áreas onde encontra-se um vazio urbano por causa da mudança da estrada de ferro e das indústrias que estavam ligadas a ela, permitindo que esses espaços se tornem áreas públicas. O plano propõe a intervenção com 19 projetos estratégicos que objetivam dinamizar ou qualificar aspectos centrais. No Parque Dom Pedro ocorrerá 4 desses projetos, o Parque o Anhembi assumirá o Palácio das Indústrias onde hoje é o Gabinete da Prefeita. A região da 25 de Março terá toda uma reestruturação para sua qualificação e o deslocamento dos ambulantes para um boulevard de comércio popular, ao lado da 25 de Março. Para o transporte coletivo foi proposto que sejam priorizadas as linhas de Metrô e as de trem. Nos próximos 10 anos teremos que contar com a melhoria de ônibus e para isso existe toda uma rede, que foi mencionada pelo Sr. Secretário Zarattini, de corredores e vias expressas e de investimentos. O problema ambiental também tem seu espaço no Plano, o qual, não se trata apenas de 20 parques novos e diversas praças, mas de atacar o problema da drenagem, para a qual existem diversas propostas, uma delas a construção de piscinões e criação de piscininhas, isto é, a obrigação de todos os edifícios terem uma caixa de água de retenção fluvial durante uma hora, depois podendo se ligar ao restante da rede. As propostas do Plano Diretor implicam em despesas e custos e estão verificando e comparando com o Orçamento Municipal. Esta situação é um dado duro e objetivo no planejamento dos próximos 10 anos, a SEMPLA e a Prefeitura se preocuparam em ver se conseguem cobrir, além do orçamento, os custos destas obras. Assim se criou a diferença entre o nível de coeficiente permitido para se construir, o qual foi aumentado para 2 vezes e meia a 4 vezes, em média, dando incentivo aos construtores, capitando a valorização imobiliária, criando assim um fundo de desenvolvimento e urbanização que só poderá ser gasto em habitação de interesse social, espaços públicos e melhorias ambientais, no transporte e na infra-estrutura e com isso conseguindo para os próximos 10 anos um recurso que permite construir coletivamente este futuro que o Plano Diretor propõe. Ressaltou que no Plano Diretor existe um artigo que privilegia os hotéis e as leis dos hotéis continuam mantidas para os empreendimentos que sejam realmente hoteleiros, sem ortoga onerosa. Sr. Armando abriu a palavra aos Conselheiros. Sr. Alexandre Werfel questionou se o Plano será transformado em lei e o que significa, do ponto de vista administrativo, a reeleição dessa administração ou não, influenciando na continuidade do Plano e na sua execução. Sr. Jorge esclareceu que o Plano Diretor tem uma parte só de diretrizes, portanto de longo prazo e uma parte de ações estratégicas cujo o horizonte é 2004, cada política setorial tem nos seus artigos as diretrizes de longo prazo e as ações de curto prazo, que irão se transformar por lei. Sr. Antônio Reinales questionou se existe a preocupação da

Prefeitura em ocupar os imóveis abandonados da região central com os sem-tetos, o que causaria um grande problema social e a desvalorização dos imóveis vizinhos. Outra questão é em relação aos flats e apart hotéis, existe a preocupação dos hoteleiros por estarem acabando com a hotelaria tradicional, que paga seus impostos e encargos corretamente. Sr. Jorge comentou que não há no Plano nenhuma previsão de que os edifícios considerados vazios sejam ocupados por sem-tetos este é um problema muito complicado mas a Prefeitura prevê uma série de atividades para tirar essas pessoas das ruas e ingressá-las no mercado de trabalho. No caso dos hotéis, sabem da legislação imperfeita em relação aos flats e estão procurando uma saída e contam com um grande aliado, a favor desta causa, que é o Sr. Eduardo, que desde que assumiu veio trazer e pleitear a alteração na legislação dos flats, para que exista uma situação de justiça, além do que, para a atual administração há muito interesse de por lado manter a construção civil e do outro de manter a atividade hoteleira, que hoje é um dos grandes campos de expansão econômica. Sr. Ver. William Woo comentou que este plano já se encontra em discussão na Câmara. Questionou o que está sendo planejado para a área do Carandiru e na Zona Cerealista. E sobre o transporte público, quais os projetos para a sua melhoria, já que em relação ao Metrô sabemos que somente o Governo do Estado investe e o problema do lixo na cidade. Sr. William informou que está em andamento um projeto, de sua autoria, para igualdade dos flats com os hotéis, pois hoje não há mais uma diferença no serviço. Sr. Jorge explicou que quanto ao problema das lixeiras surgiu como uma contrapartida do imobiliário urbano que não pode receber publicidade. No que diz respeito ao Carandiru, a idéia da operação urbana Carandiru/Vila Maria é incorporar o Carandiru como um parque com equipamentos sociais. No problema do Metrô é fundamental que o Governo Federal entre maciçamente no financiamento do transporte público de massa na cidade mais importante do país, pois em uma economia globalizada significa muito. Referente à Zona Cerealista, a CEAGESP está incluída na operação urbana Vila Leopoldina que engloba o terreno da CEAGESP e todo o entorno. Sr. Paulo Mattos parabenizou a apresentação e perguntou sobre o problema que a cidade passa do abastecimento de água, às linhas de Metrô e sobre o crescimento desordenado da construção de hotéis na cidade. Sr. Jorge comunicou que no aspecto água a perspectiva é a obrigação de circulação de água dentro dos edifícios, que é o projeto das piscininhas, a água das chuvas ficará retida nos reservatórios, a qual não será de água potável e sim de água servida e poderá ser reutilizada na irrigação do jardim, limpeza, lavagem de carros ou até nos vasos sanitários gerando uma grande economia. Sr. Jorge explicou que o fato de ter ônibus que passam vazios, decorre de um contrato antigo com as empresas de transporte, que a atual administração está alterando, pois o subsídio é por quilometro rodado e não por passageiro transportado. Informou que estão fazendo uma alteração nestes contratos e que a Secretaria de Transportes já está implementando, as linhas tronco e a divisão das empresas por região, diminuindo os veículos e dando uma uniformidade na lotação desses veículos. O aumento das habitações hoteleiras é um fato totalmente positivo porque se tem um grande aumento de visitantes na cidade de São Paulo, mas a verdade é que o futuro de São Paulo é ser um destino receptivo de uma população constante ou de moradores temporários que se hospedarão em hotéis. Sr. Armando agradeceu a presença do Sr. Secretário e passou a palavra ao Sr. Eduardo Sanovicz. Sr. Eduardo comentou que o COMTUR tem sido extremamente privilegiado pela presença seguida de Secretários das mais diversas áreas e solicitou que as entidades e empresas presentes entendam que essa discussão sobre o Plano Diretor é absolutamente inesgotável, sugeriu que fossem enviadas a equipe técnica da SEMPLA todas as questões ou dúvidas por e-mail ou até pessoalmente nas reuniões deste Conselho. Ressaltou que a SEMPLA está disposta a debater nas diversas entidades que solicitarem. Registrou o agradecimento a presença do Sr. Secretário e reafirmou o convite para a reinauguração do teatro Elis Regina. Sr. Jorge completou comunicando que o Plano Diretor pode ser encontrado na internet pelo site

www.prefeitura.sp.gov.br. Sr. Eduardo encerrou a reunião às 12h05. Para constar, eu, Luciana Bertaglia do Canto, lavrei a presente ata, a qual, se aprovada, será assinada pelos membros do Conselho.

São Paulo, 28 de maio de 2002.

Secretária Luciana B. do Canto _____

Presidente Eduardo Sanovicz(Anhembi) _____

Vice-Presidente Aristides d. La P. Cury(SPC&VB) _____

Sec. Executiva Denise Battistini(Anhembi) _____

Sec. Executivo Adjunto Armando A. P. C. Mello(UBRAFE) _____

ABBTUR Marlene Matias _____

ABEOC Alexandre L. Werfel _____

ABEOC Sérgio Luiz Bicca _____

ABIH Antônio Reinales _____

ABLA Luiz Antônio Cabral _____

ABRACCEF Marcia Villela _____

ABRAJET Paulo Santos Mattos _____

ABRAJET Vininha de Moraes _____

ABREDI José Américo Dias da Rocha _____

CET Luis Antônio Seraphim _____

CMSP José Laurindo de Oliveira _____

CMSP William Woo _____

EMURB Donisete F. dos Santos _____

SGM Célia Ramos _____

SGM Inês Maria Rodrigues _____

SINDETUR Marciano G. Freire _____

SMC Vera Lucia Dias _____

SMC Andréia Afonso dos Santos _____

UBRAFE João Batista de Lima _____

ABRESI Lúcio Soares Lúcio _____

ABRESI Maurício Costa _____

Anhembi Vitor Igrezias Cid _____

Anhembi Marcelo Pedroso _____

Anhembi Ana Paula Dutra _____

Anhembi Moises da Rocha _____

Anhembi Gerson Roza _____

AMITUR Jarbas Favoretto _____

Brasilturis Marcos Araújo _____

Business Travel Rubem tavares _____

ENGEMAP Marcello G. Deliza _____

Guia de Turismo Elisabeth Mullet _____

Marketing Systems Patrícia Servilha _____

Procentro Regina Orsi _____

SEHAB Violeta Kubrusly _____

SEMPLA Jorge Wilhelm _____

SEMPLA	Gerson Candido Alves	_____
SEMPLA	André Luis Gonçalves Pina	_____
SEMPLA	Ivan C. Maglio	_____
SMMA	Paula de F. Pereira Lopes	_____
UNIBERO	Maria José Graretta	_____
UNI Metodista	Victor R. Kiyohara	_____
UNICSUL	Ana Lúcia Seixas	_____
Uni Santanna	Fernando H. de Souza	_____
Uni Anhembi Morumbi	Gracira Cabrera	_____
VASP	Elenice Zapparoli	_____