

CX SESSÃO ORDINÁRIA DO COMTUR (30 de julho de 2002)

Aos trinta dias do mês de julho de dois mil e dois, às 9h05, na Sala I do Palácio das Convenções do Anhembi, realizou-se a CX 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 Sanovicz colocou as atas das reuniões CVIII e CIX para aprovação. Em não havendo nada a ser declarado, as atas foram consideradas aprovadas. Sr. Eduardo iniciou a reunião informando que teremos a apresentação do Sr. Wilson Rabahy, representante da FIPE, que mostrará o estudo do mercado interno de turismo. Sr. Eduardo informou ao Sr. Wilson Rabahy a composição do COMTUR e agradeceu sua presença. Sr. Rabahy agradeceu a todos e iniciou sua apresentação comentando que esta pesquisa foi um projeto contratado pela EMBRATUR, a qual queria saber qual era o fluxo do turismo doméstico no Brasil, para isso formularam processos de amostragem, onde fizeram a caracterização dos entrevistados e questionamentos sobre viagens internacionais, excursões, viagens rotineiras e viagens domésticas. Como o objeto de estudo são as viagens domésticas, o item foi bem detalhado em sazonalidade, gastos, utilização de outros serviços, principais emissores e receptores no Brasil. Construíram uma matriz de origem e destino, para depois realizarem algumas inferências à partir do resultado do trabalho. Sr. Rabahy comentou que esta amostragem é a segunda realizada para a EMBRATUR, a primeira em 1998 quando foram analisadas somente as cidades com mais de 200 mil habitantes, por conta disto foi verificado que, na região de São Paulo mais de 25 municípios visitados tinham este perfil e, em outras regiões do norte e do nordeste, apenas um ou dois. O que foi constatado é que a grande massa de turismo se dá intra-regional, dentro da região e dentro do seu próprio estado, pois quando se tem apenas um município que possui mais de 200 mil habitantes, este fica subestimado quanto receptor e nesta pesquisa foi corrigido este tipo de deficiência. Utilizaram como base as regiões do IBGE, tendo assim o Brasil inteiro na pesquisa e, a partir deste ponto foi escolhido o principal município de cada região, o critério foi feito para o levantamento porque seriam 15 mil entrevistas domiciliares e cerca de 60 mil pessoas pesquisadas. Sr. Rabahy explicou que com isto se chegou a um erro de estimativa global de 0,28% e na estimativa por estado o erro vai de 1,95% para os estados maiores, até 5,7% para os estados de menor porte, e por isso deram uma maior importância para os maiores estados. Foram planejadas e executadas 15.112 pesquisas, sendo 5.500 na região Sudeste e, apenas o Estado de São Paulo, com 3.112 pesquisas do total. Os critérios foram dois: 1- buscar a representatividade regional, onde utilizaram as mezo regiões e 2- buscar a representatividade por extrato de renda, foram criados 3 grupos de renda: de 0 a 4, de 4 a 15 e mais de 15 salários mínimos, embora a proporção da população seja de quase 80% com renda de até 4 salários mínimos. Para se ter uma idéia, as grandes pesquisas de consumo se realizam na faixa litorânea, onde se concentram a maior parte da população brasileira, então a área do interior, que é menos povoada e normalmente não é muito utilizada nas pesquisas de consumo, mas como o objetivo da pesquisa é de política de governo, interessa conhecer essas áreas e assim a cobertura de área foi total. Sr. Rabahy comentou que a característica dos entrevistados foi feita por renda, 50% dos entrevistados são chefes de família, e os outros 50% donas de casa, este é o perfil da pesquisa e por conta disto temos a pesquisa mais detalhada e com resultados mais precisos. Comentou que foi solicitado uma questão quanto às viagens internacionais,

que na pesquisa anterior teve como resultado cerca de 2,5% das pessoas pesquisadas, as quais declararam que tinham feito uma viagem internacional pelo menos no ano anterior, já nesta pesquisa o resultado foi de 1,7%, então teve um ganho muito forte pelo motivo já esperado, a pesquisa foi realizada em outubro de 2001 e a anterior foi em 1998, antes da flexibilização cambial, e por conta da aceleração do câmbio, tivemos uma redução de quase 11% da saída de brasileiros para o exterior, a diferença das porcentagens, de certa forma, foi canalizado para o comércio interno do turismo. Uma outra pergunta que foi incluída questionava se as pessoas entrevistadas tinham a intenção de viajar para o exterior e se o terrorismo teria afetado a decisão de viajar, 2,9% informavam que antes do ataque pretendiam viajar para o exterior, destes praticamente 60% ainda pretendiam ir, mas razões de natureza econômica predominaram. Procuramos saber se as pessoas poderiam substituir uma viagem internacional por uma nacional e vimos que 30% dos entrevistados não trocariam por nada uma viagem internacional por razões como trabalho, visita a parentes, o atrativo ser único, realizações de cursos, motivos religiosos e outros, o que mostra que mesmo sendo uma porcentagem pequena há uma resistência muito grande de se substituir essa viagem por uma nacional. Sr. Rabahy mostrou que nas viagens domésticas o percentual em 1998 era de 32% de entrevistados que viajaram para cidades nacionais, já nesta pesquisa este número subiu para 36%. O número de viagens feitas em média é de 2,2 viagens/ano e a permanência média é de 10,8 dias. Os tipos de viagens são: final de semana prolongado, viagens que demandam 15 dias e as que demandam 30 dias. Sr. Rabahy completou dizendo que os meios de hospedagens e meios de transporte confirmam a informação da pesquisa anterior, a casa de amigos e parentes predomina com 66%, hotéis com 15%, casa alugada 5% e casa própria com 3%, estes números não contam com as viagens rotineiras que têm uma parte exclusiva para ela, as quais foram classificadas como aquelas viagens que o indivíduo faz pelo menos 1 vez por mês e no mínimo de 10 por ano. Esta pesquisa revela o fluxo de pessoas que viajam, tiveram condições de segmentar as pessoas que viajam para hotéis, de avião, e as que ganham mais de 10 salários e o valor gasto na viagem. Ressaltou que pesquisa analisa todas as pessoas que saem do seu entorno habitual para uma localidade diferente, por um período superior a 24 horas e inferior a 1 ano sem busca de remuneração, segundo o conceito da OMT – Organização Mundial do Turismo. Sr. Rabahy mostrou outro ponto interessante é que, 36% das pessoas entrevistadas utilizaram ônibus de linha como meio de transporte, carro próprio ficou com 30%, carona 10% e avião 9% (pesquisa anterior consta apenas 7%), então com esses números verificou-se que houve uma melhoria da qualidade por duas razões, pois por um lado tivemos a diminuição da porcentagem de pessoas que se utilizaram de casas de amigos e parentes como hospedagem e um aumento da taxa de pessoas que utilizam o avião como meio de transporte. Sr. Rabahy comentou que nos motivos da viagem o lazer predomina com 76%, e dentro deste item 50% visitam amigos e parentes, o que está associado com o meio de hospedagem utilizado, 28% fuga da rotina, 11% atrativos turísticos. O item não lazer tem 24%, e se divide em negócios com 45%, congressos e feiras com 7%, compras 12,6%, o que demonstra que 64% do fluxo é para negócios, contando com todo o território nacional, mas se esta pesquisa fosse realizada apenas em São Paulo este número aumentaria, mas de qualquer forma o fluxo brasileiro é de 13% só para negócios. O último ponto da pesquisa são os atrativos turísticos, onde a resposta “nenhum” é a que prevalece com quase 50%, porquê as pessoas buscam atrativos que são um conjunto de coisas, além de visitar amigos e parentes, não contam muito, outro motivo é que se ele vai para a praia, que seria seu principal atrativo, pode também visitar museus, ir a teatros, enfim

utilizar um conjunto de outros atrativos, o primeiro atrativo apontado foi a praia. Sr. Rabahy comentou que foi pesquisada também a sazonalidade da alta e baixa estação, 42% das viagens ocorrem na alta estação, aparentemente fica contraditório imaginarmos que a maior parte das pessoas viajam na baixa estação, que não é o fato, pois foi classificado com o alta estação os meses de janeiro, fevereiro, dezembro e julho, o que na média dá uma participação de 10% do total, enquanto que os outros 8 meses mantêm os outros 58% com uma participação de 7% ao mês. Então, aproximadamente 35% de pessoas viajam mais na alta estação, o que confirma o esperado, sobrecarga dos equipamentos e a oferta de abastecimento que se for somada ao índice de sazonalidade, dado pelo fluxo internacional, onde em janeiro se tem um índice que quase duas vezes a média do ano. O mais importante é que 37% dos entrevistados não mudariam por nada a oportunidade de viajar. Sr. Rabahy explanou que o gasto nas viagens são em proporção da renda, o que era um fato já esperado, nas faixas de 0 a 4 salários mínimos o gasto é de 1 a 1,5% e o máximo é de 2,5 a 2,7%, o que equivale a cerca de R\$ 341,00 por viagem, de 4 a 15 média de R\$ 876,00, mais de 15 salários gasta em torno de R\$ 1.847,00, a média geral é de R\$ 709,77 por viagens, o que mostra que quanto maior a renda mais se gasta em viagens. A questão de "outros serviços" tem dois pontos, um são os serviços de agências de viagens e hotéis e o outro para sabermos a concorrência que se tem com a utilização dos serviços oferecidos, 7% dos pesquisados utilizam agências de viagens, classificadas por 86% dos entrevistados como boas e ótimas, 24% utilizam hospedagens pública, 83% acham bons ou ótimas. Sr. Rabahy comentou que São Paulo é o principal centro emissor e receptor do país porque o turismo é uma atividade muito ligada com a geração de renda e São Paulo é um pólo de muita concentração populacional. Por conta destes fatos, o Estado de São Paulo é o mais emissor, e como o grande fluxo ocorre intra-regional ele se torna o mais receptivo também. No Brasil 45% do fluxo ocorre dentro dos próprios estados, já em termos de gastos esta realidade é diferente já que o estado que em número de pessoas era de 46% em gastos, baixa para 25% no fluxo intra-regional, devido às viagens serem mais curtas e muitas vezes as pessoas vão para suas casas na praia ou no campo e não utilizam equipamentos hoteleiros, mas as pessoas que saem de São Paulo tendo como destino o nordeste utilizam agências de viagens, transporte aéreo, hotéis, entre outros, fato este que demonstra que o turismo redistribui as rendas entre os estados. Sr. Rabahy comentou que foram realizadas algumas simulações do que acontece com o número de turistas no Brasil, partindo destes dados com algumas hipóteses de trabalho, foram divididos por extrato de renda para que todas as cidades que não entraram na pesquisa pudessem participar, chegaram a uma estimativa de 42 milhões de pessoas que viajam no Brasil em viagens domésticas, o que nos dá cerca de 26% da população brasileira. Após termos estes dados, fizeram uma inferência pelos gastos, o que os levou a uma estimativa de R\$ 22 bilhões, já pela Conta Satélite de Turismo, que faz toda a pesquisa a partir do consumo, se chegou a um valor de R\$ 48 bilhões, dando uma média de 5,5% do total consumido no Brasil, na região nordeste se gasta 35,4% e na região sudeste 37%, o que mostra que o turismo tem um papel muito importante para o desenvolvimento do Brasil. Sr. Eduardo agradeceu a apresentação e a presença do Sr. Wilson Rabahy e abriu a palavra para os Conselheiros. Sra. Magda, representante da Associtur, parabenizou o trabalho e questionou se este material tem os aspectos que evoluíram neste período. Sr. Rabahy respondeu que o que podemos ver neste trabalho é que tivemos uma melhoria na qualidade da viagem, as pessoas começaram a utilizar as agências de viagens e os hotéis. Sr. Alexandre Werfel questionou se os recursos que seriam gastos em viagens internacionais que não

aconteceram foram gastos em viagens nacionais. Sr. Rabahy informou que este ponto não foi analisado, mas se imaginarmos que neste período não tivemos aumento de renda e sim um aumento nas viagens internas, isto pode ter acontecido. Sr. Eduardo questionou se 2/3 do turismo doméstico se hospeda fora da oferta formal. Sr. Rabahy informou que sim, e que na pesquisa anterior este número era de quase 70% e que apenas 1/3 da população brasileira utiliza os meios de hospedagem colocados no mercado. Sr. Eduardo comunicou que qualquer membro do Conselho que necessite de mais alguma informação deve contatar a Secretaria Executiva do COMTUR. Sr. Eduardo passou a palavra à Sra. Denise para a discussão e aprovação das normas. Sra. Denise ressaltou que foi encaminhado um documento para todos os Conselheiros a respeito das propostas que estão sendo apresentadas ao COMTUR, devido às solicitações sempre abordadas ao conselho foram resumidas em três diferentes normas: 1- apoio à eventos de interesse turístico, 2- pedido de chancela do COMTUR e 3 - obtenção de patrocínio. Sra. Denise questionou se algum dos presentes teriam alguma dúvida ou esclarecimento, já que todos receberam este material com antecedência. Esclareceu que as propostas foram encaminhadas apenas para os titulares e suplentes por ser uma aprovação. Enfatizou que de acordo com a resposta do Jurídico da Anhembi, na norma de apresentação de pedido de chancela do COMTUR, no sexto parágrafo onde diz "a título de compensação para utilização da chancela" seria mudado para "a título de contraprestação". Explicou que as normas foram criadas devido à demanda de pedidos que chegam à Secretária Executiva do Conselho, os quais solicitam que seus eventos sejam analisados e aprovados como de interesse turístico ou que seus projetos de mídia impressa recebam a chancela do COMTUR e em muitas vezes para dar continuidade às ações do Plano Municipal de Turismo, devido ao orçamento reduzido, a Anhembi como executora das ações do PLATUM, necessita procurar parceiros para realizar os projetos, com a criação destas normas podemos criar regras para serem seguidas igualmente por todos, além de dar uma maior clareza aos procedimentos. Sr. Eduardo abriu a palavra aos Conselheiros para discussão. Sra. Marlene questionou se a norma deve ser seguida após a captação de um evento ou anteriormente. Sra. Denise informou que serão utilizadas somente após a certeza de realização do mesmo na Cidade de São Paulo. Sr. Domingos Chiappetta questionou se há a necessidade dos congressos já existentes e aprovados anteriormente passarem novamente pelo COMTUR. Sra. Denise respondeu que não por já terem sido aprovados anteriormente. Sr. Jarbas elogiou a elaboração das normas porque pela primeira vez está sendo dada uma clareza ao trabalho executado pela Secretaria Executiva do COMTUR. Esclarecidas as dúvidas e nada mais havendo a ser tratado, as três normas: apoio à eventos de interesse turístico, pedido de chancela e obtenção de patrocínio foram aprovadas, por unanimidade, na íntegra. Sr. Eduardo passou a palavra a Sra. Denise que apresentou o Plano Municipal de Turismo – PLATUM 2003. Sra. Denise iniciou a apresentação colocando o trabalho em perspectiva, fazendo referência à dinâmica que foi seguida para chegar ao material que está sendo apresentado. Comentou que quando o trabalho foi iniciado tivemos a perspectiva de que conseguiríamos fazer uma abordagem quantitativa e tentar chegar ao ponto de que cada real investido neste orçamento, que tipo de retorno poderíamos obter do ponto de vista de imposto, geração de riquezas, receitas para a indústria de turismo de São Paulo. Com o decorrer do trabalho percebemos que é muito difícil, em relação ao setor de turismo, nós conseguirmos uma objetividade nesse nível pelo menos para este exercício. Foi construída uma lógica de ênfase em alguns dos segmentos, de como atacá-los, que tipo de natureza de ação fazem sentido para estes segmentos. A apresentação está dividida em 3 partes: contexto, plano e anexo. Iniciou

comentando que a cidade de São Paulo apresentou um crescimento de 50% no número de visitantes internacionais no período de 1996 a 2000, enquanto os visitantes cresceram 100% no Brasil, no mesmo período, o que indica que São Paulo perdeu espaço neste contexto. As chegadas nacionais em São Paulo cresceram 51% contra um crescimento Brasil de 46%. O turismo de negócios e eventos em São Paulo (73,5%) é predominante, representando quase três vezes a participação do mesmo segmento na média brasileira (27,9%). Explicou que no gráfico foi unificada a parte de negócios e eventos, então verificamos que São Paulo tem uma posição extremamente dominante. O perfil que a cidade tem do turismo de negócios faz com que a média de gastos diários do turista em São Paulo (US\$ 124,6) seja 48% superior ao perfil do turista no Brasil (US\$ 84). Ressaltou que a permanência média do turista em São Paulo é de 2,25 dias. Em uma pesquisa mais recente, foi constatado em um refinamento do número anterior, que o turista nacional em São Paulo em 83% dos casos fica até três dias, enquanto o internacional em 74% dos casos permanece entre dois a seis dias. No sentido de tentar identificar em quais desses segmentos de turistas nós poderíamos ter mais chances de obter um melhor retorno, foi feita uma matriz, na qual foi colocado o grau de dificuldade para atrair e manter o turista, contra o gasto médio diário. Idealmente o melhor turista para se lidar é aquele que gasta bastante e que tenha um grau de manutenção e/ou atração relativamente baixo. Iniciamos analisando os *visitors de outros estados* que têm um grau de dificuldade de atração alto e um gasto médio relativamente baixo. E média de massa, o custo de atração é muito mais elevado que em relação à um turista de negócios que já tem uma demanda natural. Os *visitors dos estados limítrofes* não têm um grau de dificuldade para atrair e seu gasto é um ponto superior, até porque há uma concentração de renda no Brasil muito forte próximo a São Paulo, região Sudeste, por isso este turista tem uma renda melhor e, conseqüentemente, pode gastar um pouco mais. Os *visitors do interior de São Paulo* têm identidade maior com o próprio estado, onde mora e a capital é a referência cultural, de negócios, entre outros e se motivado adequadamente é um turista interessante de se trabalhar, mas ele tem um grau de dificuldade de atração médio e seu gasto ainda é relativamente baixo. Os *visitors internacionais*, o Sr. Marcelo Pedroso indicou que têm um grau de dificuldade de atração alto porque precisamos de média de massa, que é cara, porém este turista tem uma potencialidade de gasto maior, porque vem com uma moeda estrangeira. Em relação à *Eventos Internacionais*, o grau de dificuldade também é alto, em função da competição internacional na captação de eventos, a dificuldade de manutenção é total, porque eles realizam cada edição em uma localidade, porém o gasto médio diário é elevado já que o participante de evento em geral tem uma explosão de gasto. Entrando em um campo onde temos uma oportunidade maior, temos os turistas de *eventos nacionais* os quais têm um grau de dificuldade médio, e têm um perfil de gasto alto porque está no mesmo perfil de evento. Quanto a *Negócios nacionais*, têm uma facilidade de atração maior pelo pólo de negócios que a cidade representa, pela recorrência desta pessoa que desenvolve um trabalho na cidade com uma certa regularidade, porém está um pouco deslocado do ponto de vista de gasto por ser um turista que tem um perfil de gasto mais ou menos consolidado, pelo fato de ser decorrente não excede muito os gastos que realiza na cidade e por último, negócios internacionais, seguindo o mesmo conceito da cidade pólo geradora de negócios, perfil de gasto alto, maior que eventos e negócios nacionais, por trazerem uma moeda forte, que traz uma potencialidade de gasto maior em relação ao turista nacional. Sra. Denise comentou que este Plano está desenvolvido baseado em cinco elementos: objetivos, forças e fraquezas, oportunidades e ameaças, estratégia e plano de ação.

Os objetivos do plano são: aumentar o número de chegadas nacionais e internacionais, aumentar a permanência média, aumentar o consumo médio diário e aumentar a participação de São Paulo no mercado de eventos nacional e internacional. Citou as forças de São Paulo: hotelaria de padrão internacional – categorias e preços competitivos, ofertas culturais compatíveis com as principais metrópoles, gastronomia rica e diversificada, ambiente cosmopolita, shoppings diferenciados e ruas de comércio especializado, e diversidade de serviços disponíveis 24 horas. Elencou as oportunidades: promover a integração entre os agentes de forma à estruturar a oferta de produtos turísticos – teatros, parques, restaurantes, incentivar a permanência no fim-de-semana, ampliar a participação no mercado destino sede de eventos, expandir a presença em mercados naturais, como o interior de SP e estados limítrofes, ameaça terrorista em países desenvolvidos, tendência de aumento do fluxo interno de turistas, absorção dos eventos que estão deixando de ocorrer devido a turbulência política e social na América Latina e vantagem cambial, e ameaças: posicionamento agressivo de cidades concorrentes nacionais como Rio, Salvador e internacionais, oferta competitiva de infra-estrutura de países desenvolvidos – centros de convenções. A proposta estratégica é expandir o turismo na Cidade de São Paulo, com impactos no aumento de entradas, permanência, consumo e eventos captados, através de ações de promoção nos principais mercados e massificação de informações, de forma a criar uma experiência de vida enriquecedora para os turistas. Visualizando as maneiras de viabilizar as estratégias e as linhas de condução, as quais seriam o plano direto de ação para se chegar aos objetivos, são as linhas mestras de ação que possuem dois pontos a serem trabalhados: Promoção e Informação: criação de material de apoio promocional para eventos de grande apelo turístico, participação cooperada em feiras e eventos com empresários; produção de material de promocional turístico incluindo folheteria, brindes, banco de imagens; realização de Fam Tours; contratação de serviços de assessoria de comunicação para divulgação da cidade e Infra-Estrutura e Manutenção: reestruturação dos serviços de informação turística ampliando as Centrais de Informação Turística, criação da Loja São Paulo, Call Center e Site; disponibilização de Roteiros Turísticos pela cidade, programa de trabalho para desenvolvimento de oportunidades de programas de ofertas turística; criação de indicadores de desempenho da atividade turística como receptivo, com respectivo banco de dados; criação do banco de dados de eventos nacionais para suporte a captação e a manutenção do funcionamento do COMTUR. Ressaltou que estes dois pontos gerariam os resultados esperados, o valor total de orçamento proposto é de R\$ 3,3 milhões, dos quais as ações relacionadas com promoção e informação atingiriam R\$ 1,9 milhão e o restante de R\$ 1,4 milhão para a infra-estrutura e manutenção. Sra. Denise lembrou que todos os conselheiros receberam também um plano de ação no qual se tenta atingir uma base, para podermos colocar a Cidade de São Paulo como mercado forte na recepção de turistas. Comentou que o Programa de Promoção e Informação Turística tem o objetivo resgatar, divulgar e transformar institucionalmente a cidade como ponto comercial Sra. Denise abriu a palavra aos Conselheiros. Sr. Jarbas questionou como se chegou ao valor dos roteiros turísticos, que na apresentação consta R\$ 702 mil. Comentou que no quadro de oportunidades no primeiro item, temos a necessidade de integração entre os agentes, parques, restaurantes e etc., o qual significativamente foi colocado em primeiro lugar, pois este ponto é muito importante para se aumentar o número e a satisfação dos turistas, além de ser um problema antigo. Enfatizou que as entidades não se preocupam em prestigiar o associado das outras entidades, não havendo assim uma colaboração das entidades. Sra. Denise esclareceu que a intenção é exatamente de integrar e conduzir

todo o trabalho de oferta, visando para que todos sejam parceiros, entendendo a importância deste fato, já com relação à pergunta, a ideia é não ser um roteiro que funcione apenas uma vez por semana, como o anterior, ele irá funcionar de Segunda a Segunda e à princípio, com um ou dois horários, os ônibus serão envelopados, nos finais de semana faríamos roteiros pontuais e durante a semana seriam roteiros circulares. Enfatizou que os custos são elevados, pois os ônibus serão personalizados e ficarão à disposição todos os dias e serão utilizados apenas para este fim, além da divulgação na mídia, o valor estimado refere-se ao custo anual. Sra. Magda comentou que no Rio de Janeiro existia um roteiro, chamado City Rio, que foi um serviço instituído pela Secretaria de Turismo do Rio de Janeiro e também foi identificado pelo Plano Maravilha como uma necessidade, mas infelizmente fechou devido ao alto custo e por não ter um apoio da sociedade nem das entidades envolvidas na área, então este assunto tem que ser bem analisado, pois neste Plano é o que receberá uma boa parte da verba total. Sr. Eduardo expôs que um dos melhores programas de ônibus turístico é o de Barcelona, inaugurado em 1985 e até o ano de 1994 deficitário, e Barcelona é uma cidade que não se pode questionar do ponto de vista do receptivo turístico, este programa passou todos estes anos sustentados por verbas públicas e em paralelo foi extremamente difícil desenvolver um programa de trabalho que fizesse com que o conjunto dos agentes econômicos se integrassem àquele roteiro, mas uma constatação que tivemos é que é unânime, por parte deste Conselho, é que todos querem este serviço na cidade, o desafio será lançado e estamos dispostos a solicitar um conjunto bastante considerável de verbas do Tesouro para investir neste programa. Ressaltou que estamos tendo o cuidado de trazer este programa antes de aprová-lo ao Conselho Municipal de Turismo, porque se for aprovado, nos reservamos o direito de cobrar de todas as entidades o compromisso que o representante de cada entidade assumiu no Conselho. Sra. Magda concordou com o Sr. Eduardo e todos têm que saber do grande investimento que se tem para criar este serviço. Sra. Marlene Matias completou dizendo que o roteiro de Porto Alegre também é um bom exemplo de sucesso neste serviço e, à partir da aprovação deste serviço, tem que se pensar em sua operacionalização e, é neste ponto que temos que contar com a integração dos agentes econômicos do turismo. Sra. Denise colocou o PLATUM 2003 para aprovação. Em não havendo mais nada a ser declarado, o Plano Municipal de Turismo – PLATUM 2003 foi considerado aprovado por unanimidade. Sr. Eduardo parabenizou a todos em nome da Presidência e abriu a palavra aos Conselheiros. Sr. Jarbas pediu para que fosse inserido no próximo Informativo do COMTUR uma nota parabenizando a Secretaria de Esportes e Turismo pela realização da Maratona de São Paulo, Maratona esta que foi muito discutida neste Conselho quanto à sua primeira realização, mas podemos ver que a cidade de São Paulo foi focalizada por câmeras da Rede Globo por todo o tempo, isso traz uma propaganda para a cidade, dando apoio para o turismo. Sra. Vininha informou que houve uma nova eleição na ABRAJET –SP e o novo presidente é o Sr. Waldir Martinez. Sr. Luiz Antônio Seraphim comentou que acabou de se realizar em São Paulo uma exposição magnífica de Renoir, gostaria de saber se este evento foi bem vendido para fora do Estado de São Paulo ou até mesmo no interior, e se existe algum mecanismo que facilite o acesso do turista à Cidade de São Paulo, considerando-se que hoje para se conseguir visitar uma exposição deste nível tem que se sair do país. Sr. Eduardo esclareceu que do ponto de vista dos seus organizadores, foi bem divulgado e fizeram a mídia que acharam adequada ou possível, já do nosso ponto de vista, a informação foi recolhida e repassada aos veículos que temos à disposição, mas só saberemos o resultado quando os organizadores divulgarem. Sr. Seraphim questionou se é possível fazer parcerias de outros estados para que mais

turistas venham à cidade ver essas exposições. Sr. Eduardo explicou que não é questão de se fazer parcerias, o que tem que ser feito é propaganda na mídia, o que custa caro. Sr. José Américo informou que dia 27/08/2002, às 20h00 haverá um coquetel de abertura do Congresso Nacional ABREDI/ABRASEL, no auditório Elis Regina, e todos receberão os convites via e-mail. Sra. Marlene Matias comentou que no dia 02/07/2002 foi realizada uma eleição na ABBTUR, o novo presidente é o Sr. Marcelo Vilela de Almeida, convidou a todos para o Seminário da ABBTUR, onde, no dia 5, será apresentado o Planejamento Estratégico da ABBTUR, o qual já foi apresentado na região Norte e Nordeste, depois irá para Santa Catarina. Sra. Márcia Villela complimentou a Secretaria do Estado pela Maratona da Cidade de São Paulo e registrou os cumprimentos ao Sr. Paulo Mattos, que sempre esteve presente e atuante neste Conselho. Sr. Domingos justificou a ausência do Sr. Lúcio Soares Lúcio devido a problemas de saúde. Complimentou a Secretaria de Esportes por ter acatado a realização da Prova Ciclística 9 de Julho, solicitou que fosse encaminhado à Prefeitura um ofício comentando o problema das pontes e viadutos, sugerindo a instalação de arcos ou sensores para barrar caminhões e ônibus altos. Sr. Seraphim explicou que a cidade possui detectores de altura, mas os motoristas não respeitam, já foi tentado, no passado, alguns outros dispositivos, mas causaram problemas maiores e acabava potencializando acidentes. Sr. Antônio Reinales comunicou que o novo presidente da ABIH é o Sr. Nelson Baeta Neves, informou que está sendo desenvolvido na "Viva Paulista" uma nova calçada, em parceria com a Prefeitura e que pretendem estender este projeto ao Centro da cidade. Solicitou que fosse trazido ao Conselho a apresentação do novo projeto da Cidade com o Secretário, para que pudéssemos desenvolver novas idéias. Sr. Eduardo passou a palavra à Sra. Denise. Sra. Denise informou que estamos participando da organização dos Jogos Sul-Americanos, já foi dado o início aos treinamentos e convidou a todos para participarem da abertura dia 1º de agosto, no Ginásio Mauro Pinheiro, à partir das 19h00. Informou sobre a parceria com a Comissão de Turismo e Gastronomia da Câmara Municipal, estão trabalhando para a execução do Prêmio de Gastronomia, que este ano ocorrerá dia 07/11, enfatizou que existem outras entidades trabalhando em conjunto e o mote deste prêmio é mostrar a importância que tem a gastronomia para a Cidade de São Paulo. Informou que estaremos do dia 22 a 24 de agosto participando da ABAV, mais uma vez em parceria com o SPC&VB, operando com o estande cooperado, abrindo mesas para a participação de entidades ou empresas que queiram estar presentes, possibilitando a participação de um conjunto de entidades privadas. Sr. Alexandre Werfel comentou que em referência à questão da Sra. Márcia Villela, sobre a não consulta às entidades na elaboração do PLATUM, enfatizou que o Plano foi confeccionado no âmbito do FUTUR onde participam a ABEOC, UBRAFE, ABREDI, ABAV, ANHEMBI e as Secretarias Municipais, não sendo uma elaboração sem consulta, pois as entidades estavam representadas e foi bem estudado. Sr. Eduardo colocou que o COMTUR recebeu uma solicitação encaminhada pelo Sr. Sérgio Bicca, pedindo que incluísse, como convidado do COMTUR, a AMCHAN – Câmara Americana de Comércio, e questionou se algum Conselheiro era contra ao convite. Como não teve nenhum Conselheiro contrário ao convite foi aprovada a inclusão da Câmara. Sr. Eduardo comentou que recebeu uma carta do Presidente da ABAV nacional, referente a uma crítica ao encaminhamento do Projeto de Lei 277/02, no qual o Governador Geraldo Alckmin cria a Agência de Desenvolvimento do Turismo do Estado de São Paulo, este assunto é de âmbito Estadual, então não seria necessário o COMTUR se manifestar a respeito, todas as entidades têm o direito de ter acesso ao projeto que muda totalmente a estrutura de gestão de turismo no Estado de São Paulo. Informou que o

projeto na íntegra está no site www.al.sp.gov.br. Sr. Eduardo agradeceu a presença de todos e encerrou a reunião às 12h05. Para constar, eu, Luciana Bertaglia do Canto, lavrei a presente ata, que, se aprovada, será assinada pelos membros do Conselho.

São Paulo, 30 de julho de 2002.

Secretária	Luciana B. do Canto	_____
Presidente	Eduardo Sanovicz (Anhembi)	_____
Sec.Executiva	Denise Battistini (Anhembi)	_____
ABBTUR	Marlene Matias	_____
ABEOC	Alexandre L. Werfel	_____
ABEOC	Sérgio Luiz Bicca	_____
ABIH	Antonio Reinales	_____
ABRACCEF	Márcia Villela	_____
ABRACCEF	Ana Luisa Diniz Cintra	_____
ABRAJET	Vininha de Moraes	_____
ABREDI	José Américo Dias da Rocha	_____
ASSOCITUR	Magda Rita Ardito	_____
CET	Luís Antonio Seraphim	_____
DSV	Reinaldo Peres Rodrigues	_____
<hr/>		
EMURB	Donisete F. dos Santos	_____
SEMPLA	Rubens Chammas	_____
SET	Iê K.K.Kobayashi	_____
SF	Mário Sasaki	_____
<hr/>		
SHRBS/SP	Domingos Chiappetta	_____
SINDETUR	Marciano Gianerini Freire	_____
SINDIPROM	João Batista de Lima	_____
SMC	Vera Lúcia Dias	_____
SPC&VB	Ana Maria Carvalho	_____
ABDETH	Sonia Marly de Arruda Miranda	_____
AMITUR	Jarbas Favoretto	_____
Anhembi	Vitor Iglesias Cid	_____
Anhembi	Marcelo Pedroso	_____

FIPE/USP

Wilson Abraão Rabahy

PROCENTRO

Regina Orsi

SMMA

Paula de F. Pereira Lopes

VASP

Elenice Zaparoli
