

ATA DA XCVI SESSÃO ORDINÁRIA DO COMTUR

Aos vinte e dois dias do mês de maio de 2001, às 09h00, na Sala I do Palácio das Convenções do Anhembi, realizou-se a XCVI Sessão Ordinária do COMTUR, sob a presidência do Sr. Eduardo Sanovicz e com a presença dos membros convidados que se encontram relacionados no final desta Ata. Sr. Eduardo iniciou a reunião colocando a ata da última sessão ordinária para aprovação. Nada havendo a ser declarado pelos membros, a ata foi considerada aprovada por todos. Colocou que o tema de debate da reunião seria a necessidade do conselho debater, discutir, formular uma política em relação aos eventos de grande porte, onde listou quatro a princípio, que tem mídia nacional e internacional via TV, ressaltou que eles tem uma dinâmica desvinculada da atividade da indústria do turismo, foi feito uma pesquisa no último Carnaval onde 96% das pessoas que vieram assistir o Carnaval moram na Grande São Paulo, 2,5% eram turistas brasileiros e 1,5% eram estrangeiros, ressaltou que na Fórmula 1 este dado é diferente, mas Maratona e São Silvestre os dados são similares, o objetivo desta reunião é debater o caráter destes eventos, as ações que podem ser tomadas, como nos articularmos. Pode ser articulado como os outros dois grupos com informes mensais e deixou o debate aberto. Passou a palavra para o Sr. Aristides para conceituar o tema. Sr. Aristides comentou que a muito tempo o conselho comenta os mega eventos que ao longo do ano acontecem na cidade e eles tem evoluídos para se tornarem eventos turísticos, além do Carnaval temos a Fórmula 1, Maratona e São Silvestre, onde procuraremos fazer, a partir do estado de cada um dos eventos desenvolver ações no sentido de torná-los operacionalmente turísticos, exemplificou a arquibancada do turista no Carnaval, criando produtos para poder divulgá-los em outros estados e exterior, onde para os outros eventos gostariam de criar produtos similares, onde os turistas possam vir antes dos eventos e aproveitar das atrações que a cidade oferece, motivando-as ficar na cidade. Quanto a Maratona pensam em seguir o exemplo de Nova Iorque, onde no período da Maratona a Nova Iorque fica U\$ 100 milhões mais rica. O objetivo é simples, sendo difícil colocar em prática as ações necessárias, onde depende do setor público e setor privado. Sr. Jarbas ressaltou a necessidade de se aproveitar o gancho da Maratona, onde São Paulo é televisionado por duas horas e mostrar os pontos bonitos da cidade, ressaltou a necessidade de buscar o aumento de participantes e público, onde poderia aumentar o valor do prêmio. A respeito do Carnaval chamou atenção sobre a intervenção da VR na venda dos ingressos, onde todo o trabalho feito com as agências emissivas do interior de São Paulo, perdeu a credibilidade, acha que dá para recuperar esse trabalho, onde trazendo o turista do interior para assistir o Carnaval torna-se um chamaris para chamar os turistas estrangeiros. Sr. Luiz Carlos comentou que o Carnaval é um produto vendável desde de que trabalhado com bastante antecedência. Ressaltou a necessidade de se fazer um trabalho com as empresas aéreas do exterior para trazerem operadores e turistas para o Carnaval, tem que começar o trabalho hoje para conseguir resultado para daqui dois anos. Sra. Marlene, com relação do Carnaval, colocou que um dos maiores problemas para os operadores estarem trabalhando este produto é o preço dos ingressos que sai muito tarde. Sr. Carlos Gusmão ressaltou que o Carnaval é um evento que gera dinheiro, onde necessita que as linhas de ônibus para a Anhembi devem ser revistas e melhoras já que o Carnaval também é para as pessoas carentes. Ressaltou que quem vem assistir o Carnaval de carro sofre porque os ônibus das escolas cruzam a entrada do estacionamento, sendo este ser outro problema. Ressaltou a necessidade de valorizar as escolas de domingo, segunda e terça para atrair o público, já que atualmente fica vazia as arquibancadas. Colocou que há três anos tenta fazer um Baile de Gala para abertura do Carnaval, onde como São Paulo é passagem para todos que vão para o Rio poderia ser mais um atrativo. Espera que este ano consiga viabilizá-lo. Sr. Fábio acredita que a segurança seria um tema para se acoplar a venda de pacote de Carnaval, concorda com a necessidade de um chamariz para o Carnaval paulistano, diferenciando do Rio de Janeiro. Ressaltou a necessidade de chamar a mídia eletrônica para nos auxiliar na divulgação, envolvendo-os em nossos projeto. Sra. Elenice comentou que em termos de companhias aéreas para todos os mega eventos, poderia ser feito uma parceria na divulgação junto aos agentes de viagens, nacionais e internacionais, que já trabalham com as empresas aéreas, onde a chegada antecipada do turista na cidade viabiliza as tarifas mais baratas. Outro produto que poderia ser trabalhado são os "speech de bordo", onde os comandantes vendem a cidade onde vão pousar, poderiam trabalhar os mega eventos, outra opção seriam os famtours com as operadoras. Sr. Jorge Miguel ressaltou a importância de eventos paralelos aos mega eventos para atrair o turista, onde ele chegaria antes e iria embora alguns dias depois. Comentou a dificuldade de oferecer serviços na área de transportes. Ressaltou a necessidade de verificar os transportes, nos mega eventos para a grande massa e o transporte fretado para o turista, onde proporciona segurança para os usuários. Para viabilizá-los é necessário projetos de parcerias. Sr. Domingos comentou que a gastronomia esta dentro de todos os eventos, onde seria necessário fazer um programa para atrair o turista. Estranhou a falta do Reveillon na lista dos mega eventos. Ressaltou a necessidade de se iniciar um trabalho agora com a mídia para divulgar São Paulo junto ao Reveillon da Paulista. Sr. Eduardo

registrou a presença do Ver. Antonio Goulart que é representante da CMSP no COMTUR e presidente da Comissão de Turismo da CMSP. Sr. Júlio comentou que deve-se discutir quais são os elementos constituintes de uma política para grandes eventos por serem fundamentais para que possamos desenvolver uma política de captação de novos eventos para a cidade. Ressaltou que uma política de grandes eventos deve buscar articular três públicos: o morador da cidade dando uma dimensão social para o evento, o segundo aspecto seria relacionar com o público nacional e o terceiro seria o estrangeiro. Acredita que a justa articulação entre estes três públicos deveria ser o primeiro elemento de uma política de captação para os grandes eventos. O segundo aspecto seria a dimensão turística do grande evento. O terceiro ponto seria a captação de grandes eventos, onde São Paulo tem potencial. Ressaltou que os eventos esportivos no circuito internacional tem um grande potencial para captação, exemplificou a Circuito de Tênis, de Golfe, entre outros. A captação de grandes eventos seria ponto principal na política de grandes eventos. Acha que é preciso que se faça a justa equação da relação custo-benefício, que é sediar grandes eventos na cidade de São Paulo, onde no exemplo da Fórmula 1 a Prefeitura arca com todos os custos e a sociedade recebe os benefícios. Sr. Alexandre questionou qual foi o total de impostos recolhidos por causa da Fórmula 1. Sr. Júlio respondeu que quanto a cidade não tem esta planilha, já os ingressos são isentos de impostos. Sr. Alexandre sugeriu que se faça um mapeamento dos turistas que vem a cidade, para os mega eventos, para poder se oferecer algo específico ao turista. Sr. Marciano sugeriu como pauta do Comitê de Captação de Eventos, alguns eventos de suma importância: O Meeting de Atletismo, o Grande Prêmio de Motovelocidade e a Fórmula Indy. Sugeriu estarmos atentos aos aspecto tênis, depois do marketing feito por Gustavo Kuerten, temos grande chances de captar eventos de tênis. Retomou o assunto Carnaval, ressaltou que pelos principais desfiles serem na sexta feira (dia útil) e sábado e nos demais dias o comércio está parcialmente fechado prejudica em se tentar fazer com que o turista permaneça na cidade, onde é de suma importância criar atrativos. Sra. Alessandra acredita que a importância dos grandes eventos está ligada diretamente a importância da permanência do turista na cidade, além da política de captar eventos tem que se pensar na permanência do turista na cidade. Comentou que se continuar os mesmos níveis dos reservatórios de água, em 2002 teremos dez meses de racionamento, onde prejudicaria e muito os atrativos turísticos da cidade. Comentou que no final de semana houve um grande Torneio de Tênis em Arujá, onde os participantes ficaram confinados no hotel por não ter uma estrutura de

Nada mais havendo a ser tratado, Sr. Eduardo Sanovicz encerrou a reunião às 11h45. Para constar, eu, Luciana Bertaglia do Canto, lavrei a presente Ata, que se aprovada será assinada pelos membros do Conselho.

São Paulo, 14 de Maio de 2001.

Secretária Luciana Bertaglia do Canto

Presidente	Eduardo Sanovicz - Anhembi
Vice-Presidente	Aristides de La Plata Cury – SPC&VB
Secretária Exec.	Denise Battistini – Anhembi
Sec. Exec. Adj.	Armando Arruda Pereira Campos Mello – UBRAFE

ABAV	Luiz Carlos Rodrigues do Valle
ABAV	Shigueru Tamura
ABBTUR	Marlene Matias
ABEOC	Alexandre Leite Werfel
ABEOC	Sérgio Luiz Bicca
ABIH	Fábio Ionescu
ABIH	Antonio Reinales
ABLA	Luiz Cabral
ABRACCEF	Ana Luisa Diniz Cintra
ABREDI	Rogério Oliva
ABREDI	José Américo Dias da Rocha
ACSP	Alessandra C. Ferreira
ASSOCITUR	Jorge Miguel dos Santos

CET	Luis Antonio Seraphin
CMSP	Antonio Goulart
DEA TUR	Viviane Dias Vicente
SEME	Júlio Filgueira
SEME	Ricardo Leyser
SEMPA	Rubens Chammas
SINDEGTUR	Carlos Alberto Gusmão
SF	Manoel Hermano de Lima
SHRBS	Domingos Chiappetta
SINDIPROM	João Batista de Lima
SINDETUR	Marciano Gianerini Freire
SMC	Ricardo Nogueira Bogus
ABRESI	Lúcio Soares Lúcio
AFEET	Lygia de Freitas Valle
Anhembi	Paula Muniz
ANT	Jarbas Favoretto
BRASILTURIS	Marcos Araújo
Business Travel	Rubem Tavares
CMSP	Rogério Farhat
PROCENTRO	Nelson José C. Hatanaka
SEHAB	Violeta Kubrusly
SGM	Inês Maria Rodrigues
VASP	Elenice Zapparoli