



CXCIV SESSÃO ORDINÁRIA DO COMTUR

(17 de junho de 2015)

Reunião realizada dia 17 de junho de 2015 às 10h30, na Sala Jacarandá Branco, no Hotel Holiday Inn, sob a presidência da Sra. Luciane Leite e com a presença dos Senhores Conselheiros e Convidados relacionados no final desta ata.

Sra. Luciane Leite agradeceu a presença de todos e iniciou a apresentação da pauta da reunião. O primeiro assunto a ser tratado foi o lançamento do **PLATUM 2015-2018**, ressaltou que o processo de elaboração do documento foi iniciado em agosto de 2014, logo após a Copa do Mundo e contou com a participação de toda a equipe da Diretoria de Turismo da SPTuris. Foram consideradas diversas demandas do Conselho e do trade e dados levantados pelo Observatório do Turismo. Agradeceu o apoio e consultoria da **Profª. Drª. Mariana Aldrigui** na elaboração do documento, que colaborou na definição de objetivos e linhas de atuação do plano; objetivos estes que foram apresentados e aprovados na CXCI Sessão Ordinária do COMTUR, ocorrida em 29/10/2014. Dando prosseguimento, informou que o conteúdo do plano foi então desenvolvido e seus resultados preliminares foram apresentados na CXCII Sessão Ordinária do COMTUR, realizada em 15/12/2014, e validados na CXCIII Sessão Ordinária do COMTUR realizada em 18/03/2015. Após essa apresentação, o documento foi finalizado, revisado e lançado oficialmente na presente reunião. Apresentou brevemente os **objetivos** do Plano, que são: 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 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. Em seguida falou sobre os **Princípios do plano**: sustentabilidade, cooperação e participação; inovação e bom ambiente para negócios; acessibilidade, inclusão e respeito à diversidade. Passou em seguida para a apresentação dos **Eixos de Atuação**, que são: consolidação do turismo em São Paulo; educação para o turismo; excelência na experiência turística e promoção do destino. Explicou também as diversas **Propostas** para cada um desses eixos. Para o **Eixo de atuação: Consolidação do turismo em São Paulo**, as ações 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. Já para o **Eixo de atuação: Educação para o Turismo**, as ações são: 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. Para o **Eixo de atuação: Excelência na experiência turística** as ações são: 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 a 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. Por fim, falou sobre as propostas para o **Eixo de atuação: Promoção da Cidade**, que são: participar de eventos de relacionamento e promoção com o mercado nacional, fortalecendo alianças estratégicas para promoção do destino de forma integrada, em nível local, estadual e nacional; 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. No Plano atual estão previstos dois projetos especiais: desenvolvimento do turismo sustentável no **Pólo de Ecoturismo de São Paulo** e a cidade de **São Paulo nos Jogos Olímpicos Rio 2016**. Após analisar as demandas recebidas de diversas entidades do trade, explicou que foram elencadas algumas **demandas essenciais para o desenvolvimento do Turismo**, entre elas: segurança nas zonas turísticas de alta concentração de pessoas, como 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. Por fim, falou dos **Próximos passos**, após o lançamento do PLATUM: envio do documento para todas as secretarias; apresentação do Plano na Câmara Municipal dos Vereadores; agendamento de reunião com as Secretarias Municipais; reunião com faculdades de turismo para buscar parcerias; atualização do Plano de Ações do segundo semestre de 2015 com foco no plano; monitoramento; levantamento das ações com os membros do Conselho para alcançar os objetivos propostos.

Sra. Luciane Leite agradeceu a todos os que colaboraram na elaboração do documento.

Em seguida, procedeu à **assinatura do Protocolo de Intenções com a Associação das Prefeituras das Cidades Estâncias do Estado de SP – APRECESP**. Explicou que tal documento registra os possíveis trabalhos que podem ser realizados em conjunto e/ou auxílio de uma das empresas, como repasse de informações, *know how*, etc. A assinatura de um protocolo de intenções é também uma forma de agilizar procedimentos jurídicos futuros, ampliar a mão de obra, otimizando o resultado das ações de planejamento e promoção do destino São Paulo, além de ser uma ótima forma de divulgação das empresas na mídia do segmento turístico. Destacou que o mercado de Turismo as alianças são fundamentais. Informou que protocolos similares já foram firmados entre SP e Nova Iorque, Madri, Rosário, entre outras cidades, com o objetivo de auxílio mútuo na execução dos trabalhos necessários para planejamento e promoção do destino São Paulo.

Sr. André Bozola agradeceu em nome das estâncias paulistas e discorreu sobre a importância do Projeto de Lei Complementar 32/2012, sancionado em 29 de maio do presente ano pelo governador Geraldo Alckmin e que prevê a ampliação do número de

municípios beneficiados com os recursos vinculados ao Fundo de Melhorias das Estâncias. Explicou que, com isso, mais 140 municípios do Estado de São Paulo poderão ser de interesse turístico. Destacou que os municípios candidatos deverão preencher alguns critérios, entre eles ter um Conselho Municipal de Turismo já instituído e um Plano Municipal de Turismo.

Sra. Luciane Leite destacou que a cidade de Socorro é um exemplo de destino acessível no Brasil.

Sra. Anna Luiza iniciou a apresentação sobre os **Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016**, enfatizando a pesquisa que o Observatório do Turismo realizou durante a Copa do Mundo 2014 e apontou que 70% dos estrangeiros que chegam ao Brasil o fazem por São Paulo. A expectativa é que ocorra o mesmo durante as Olimpíadas. Explicou que a SPTuris em parceria com o SPC&VB pretendem divulgar o material do **Fique Mais um Dia**, com intuito de incentivar o turista que chega por São Paulo a permanecer por mais dias no destino. Disse que acompanhamentos mostram que a cidade do Rio de Janeiro durante o evento dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos estará ocupada em sua totalidade por atletas, turistas, espectadores e jornalistas, com isso, São Paulo deverá aproveitar esse nicho para divulgar sua oferta cultural e gastronômica, além de outros eventos esportivos e eventos de negócios. Continuou dizendo que o saldo final da Copa do Mundo em São Paulo foi positivo e que muitos empresários e entidades ficaram satisfeitos com os resultados obtidos. Destacou que a realização do evento no Brasil é certa; não há dúvidas quanto à sua concretização, mesmo que o momento econômico do país seja diferente ou mais dificultoso. Informou que muitas cidades brasileiras já estão em contato com as delegações e embaixadas de diversos países, principalmente com aqueles que têm tradição olímpica; tais delegações chegarão a estas cidades antes da realização do evento para aclimação das equipes. Informou que São Paulo está entre as sub-sedes escolhidas para sediar os jogos de futebol durante os **Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016**. Para aproveitar essa oportunidade de negócios na cidade, a SPTuris já iniciou tratativas junto aos empresários do trade hoteleiro para alinhar quais são as expectativas para o evento; indicou que nos próximos meses haverá também reuniões com outros setores, como companhias aéreas, bares e restaurantes, mercado de entretenimento, entre outros. Em seguida apresentou alguns números dos **Jogos Olímpicos**: está prevista a participação de **10.500 atletas de 205 países**; serão ao todo **17 dias de competições em 33 locais**; serão realizadas **306 provas de 42 modalidades, em 28 esportes**; ao todo serão **45.000 voluntários**. Para os jogos **Paralímpicos**, são aguardados 4.350 atletas de 178 países; serão 12 dias de provas em 04 locais de competições; serão disputadas 528 provas de 22 modalidades; 22 esportes e a todo serão 25.000 voluntários. Mostrou que, além do Rio de Janeiro, há as chamadas Cidades do Futebol, que receberão os jogos, São Paulo, Manaus, Brasília, Belo Horizonte e Salvador. Mostrou alguns dados sobre os **jogos de futebol** que ocorrerão nestas cidades **28 Seleções** competindo, sendo 16 seleções masculinas e 12 seleções femininas; ao todo serão realizados **58 jogos**, sendo 32 jogos masculinos e 26 jogos femininos; os jogos ocorrerão durante **18 dias e competições no período de 03 a 20 de agosto**. Continuou mostrando que no

caso de São Paulo os jogos ocorrerão na Arena Corinthians apresentou o calendário das partidas; serão **10 partidas em 07 dias**; ocorrendo nas seguintes datas e horários: 03/08 – feminino, às 13h; 06/08 – feminino às 13h, 10/08 – masculino às 19h; 12/08 - feminino às 19h; 13/08 – masculino às 22h; 17/08 - masculino (Semifinal) às 13h e 19/08 feminino (Bronze) às 16h. Seguiu discorrendo sobre o **Revezamento da Tocha Olímpica**, que passará por todas as capitais brasileiras, sendo que em algumas delas será somente de passagem e em outras haverá algum tipo de festividade; os **objetivos** sobre o evento é atingir o maior número de pessoas; aumentar o interesse, a participação e a união do povo brasileiro em torno dos Jogos; contar histórias do Brasil e de pessoas que inspiram as gerações futuras; uma celebração a cada dia e, a cada celebração, uma memória. Sobre o **percurso** da tocha, explicou que a mesma passará em todos os 26 estados e capitais, além do Distrito Federal; passará por locais de interesse nacional, geográfico, histórico e cultural que revelem o país; mais de 250 cidades irão participar, incluindo 83 cidades com celebração; serão de 90 a 100 dias para o revezamento e haverá cerca de 12 mil condutores da tocha. Falando especificamente de São Paulo, lembrou que a cidade possui grandes cartões postais que podem ser explorados durante esse período de condução da tocha olímpica, principalmente com as tomadas de imagens, que são sempre muito representativas com a divulgação do material que será enviado para o restante do país e do mundo. Informou que a cidade de São Paulo foi contatada por representantes de alguns países interessados em criar atrações culturais ou pontos de atratividade pela cidade. Citou o exemplo de Londres, que contou com os chamados **Live Sites** durante as últimas Olimpíadas, que são espaços de convivência onde são transmitidos, ininterruptamente eventos esportivos durante as Olimpíadas. Explicou que este tipo de espaço também é comum em cidades no entorno da cidade-sede; são espaços criados pela iniciativa privada, com auxílio de patrocinadores oficiais e não-oficiais. Explicou que após conversas com grandes agências de publicidade do país, constatou-se que, assim como a Copa do Mundo, as Olimpíadas também possuem o seu rol de patrocinadores oficiais. Com isso, há uma quantidade significativa de restrições com relação à exposição de marcas e afins. Como São Paulo não é a cidade-sede dos Jogos Olímpicos é possível se desvencilhar de várias destas restrições, além de ser um pólo socioeconômico extremamente significativo – um dos maiores da América Latina. Explicou que, por tudo isso, é possível dizer que não há hoje uma grande marca que não esteja interessada em investir e se expor em São Paulo, sendo patrocinadores oficiais ou não-oficiais. Neste âmbito, explicou que as marcas vêem São Paulo como uma vitrine, pronta para receber eventos esportivos até eventos de entretenimento, como grandes shows. Continuou informando que os *Live sites* são como as *Fan Fest* durante a Copa do Mundo – as cidades-sede e sub-sedes não tem a obrigatoriedade de realizá-los; em seguida mostrou alguns números da *Fan Fest* realizada na cidade de São Paulo: o evento recebeu **568.247 pessoas em 25 dias, foram realizados 12 shows nacionais e 54 apresentações de artistas locais**; não foi registrado nenhum incidente de violência e não houve nenhum atendimento médico de casos graves. Informou aos presentes que São Paulo foi eleita a melhor sede dentre as sedes da Copa do Mundo e a *Fan Fest* de São Paulo foi premiada como a melhor *Fan Fest*. Continuou explicando que não há outra cidade no país que realize grandes eventos na mesma quantidade e na mesma

proporção que São Paulo. Finalizou informando que a São Paulo Turismo já está realizando reuniões com diversos setores do *trade* para alinhar sobre o que é possível criar em termos de atratividade na cidade, o que é possível inovar no quesito estadia, transportes, entre outros. Lembrou que o governo do Rio de Janeiro já assumiu que não terá capacidade para alojar todos os participantes dos Jogos Olímpicos na cidade ao mesmo tempo, criando até medidas paliativas como alojamentos em navios e afins – já a cidade de São Paulo possui hoje 42 mil leitos à disposição. Ressaltou que o papel da Prefeitura de São Paulo durante este mega evento será o de fomentar, incentivar e apoiar o *trade* para que São Paulo exerça sua vocação natural, que é atrair pessoas.

Sra. Luciane Leite lembrou que a São Paulo Turismo é responsável pela promoção do destino São Paulo e este papel será reforçado durante os Jogos Olímpicos. Comunicou que esta foi a primeira apresentação sobre o assunto Jogos Olímpicos; algumas pequenas reuniões setoriais também foram realizadas. Informou que serão convocadas algumas entidades do *trade* para a formação de um **Comitê de Hospitalidade** nos moldes do que foi formado durante a Copa, a fim de multiplicar as informações. Informou que no dia **01 de julho** haverá evento sobre o tema Jogos Olímpicos onde todos do *trade* serão convidados; o tema será **Oportunidades das Olimpíadas Rio 2016** e contará com apresentações de Monica Schimenes, CEO da MCM *Brand Experience* e de Francisco Martins do SEBRAE, apresentando o programa SEBRAE no Pódio.

Sr. Fabio Montanheiro informou que a primeira fase da Pesquisa de Demanda Turística de São Paulo se inicia e será realizada em três rodovias: Rodovia Regis Bittencourt, Rodovia Fernão Dias e Rodovia Castelo Branco, E se estenderá até o mês novembro de 2015, e também será realizada nos três Terminais Rodoviários da cidade e nos Aeroporto de Congonhas, Guarulhos e Viracopos. Em seguida iniciou a apresentação dos resultados da **Pesquisa de Perfil de Público e impacto do evento Convenção Internacional do Rotary 2015**. Explicou que esta pesquisa faz parte de um planejamento que inclui a realização de 15 pesquisas que o Observatório do Turismo realizará no ano de 2015 nos principais eventos da cidade de São Paulo. Neste ano já foram realizadas no Carnaval e no Festival Lollapalooza; estão previstas pesquisas durante a Virada Cultura, a Virada Esportiva, entre outros eventos. Demonstrou os resultados da pesquisa realizada na **Convenção Internacional do Rotary 2015**: quanto à **origem dos participantes**, a pesquisa apontou que 35,7% dos entrevistados eram estrangeiros e 64,3% eram brasileiros; quanto ao **local de residência**, 21,8% eram paulistanos, 8,2% eram da região metropolitana de São Paulo, 34,3% eram turistas brasileiros e 35,7% eram turistas estrangeiros; quanto ao **gênero**, 52,2% são do sexo feminino e 47,8% são do sexo masculino; quanto à **faixa etária**, 7,4% tem entre 16 e 18 anos, 11,2% tem entre 18 e 24 anos, 9,1% tem entre 25 e 29 anos, 12,1% tem entre 30 e 39 anos, 17,4% tem entre 40 e 49 anos, 21,1% tem entre 50 e 59 anos e 21,6% tem 60 anos ou mais; quanto ao **grau de instrução**, apontou que 0,3% tem ensino fundamental completo, 6,2% tem ensino médio incompleto, 9,3% tem ensino médio completo, 13,6% tem ensino superior incompleto, 52,2% tem ensino superior completo e 18% tem pós graduação; quanto à **renda familiar mensal média**, apontou que 13,2%

estão na faixa acima de R\$19.701,00; 7,3% estão na faixa de R\$15.761,00 a R\$19.700,00; 16,4% estão na faixa de R\$11.821,00 a R\$15.760,00, 1,8% estão na faixa de R\$789,00 a R\$2.364,00, 18,7% estão na faixa de R\$7.881,00 a R\$11.820,00; 17,4% estão na faixa entre R\$3.941,00 a R\$7.880,00; 5,6% estão na faixa de R\$2.365,00 a R\$3.940,00 e 0,3% estão na faixa até R\$788,00. Em seguida, com relação à pergunta: **“São Paulo é a cidade ideal para este tipo de evento no Brasil”**, mostrou que as respostas obtidas foram: **71,5% concordaram totalmente**, **23,5% concordaram parcialmente**, 2% são indiferentes, 1,7% discordaram parcialmente e 1,4% discordaram totalmente. Falou também que os entrevistados foram solicitados a avaliar a cidade de São Paulo e o próprio Anhembi; destacou que muitos depoimentos colhidos durante a pesquisa são de entrevistados, em sua maioria estrangeiros, elogiando a solicitude dos funcionários do Anhembi. Quanto aos **Meios de Hospedagem dos Turistas em São Paulo**, mostrou que a pesquisa apontou que: 61,6% hospedaram-se em hotel ou flat; 2,1% hospedaram-se em *hostel* albergue; 21,1% em casa de amigos/ parentes; 2,1% em casa própria e 12,1% não se hospedaram na cidade, mas ficaram no chamado “vai e volta”. Com relação às **atividades de lazer realizadas em São Paulo** (pergunta que permitia múltiplas respostas), mostrou que: 7,5% realizaram passeios turísticos; 17,2% realizaram passeios ligados à gastronomia; 2,8% visitaram galerias de arte; 7,5% visitaram museus; 4,2% foram a shows; 8,3% foram à bares; 14,2% foram à shoppings; 6,3% foram ao teatro; 1,9% foram ao cinema; 5,5% visitaram parques e áreas verdes e 5,3% aproveitaram a vida noturna da cidade. Quando questionados sobre os **meios de transporte utilizados na cidade**, os entrevistados responderam: 6,4% usaram ônibus fretado; 0,4% usaram trem; 10,9% usaram metrô; 3,7% usaram ônibus; 49,5% usaram táxi; 3,7% usaram carro alugado e 22,2% usaram carro próprio. Discorreu sobre o **impacto econômico do evento na cidade**, e informou que foi apurado que os gastos dos turistas na cidade somaram R\$40,5 milhões e a permanência média foi de 3,9 dias para brasileiros e 5,1 dias para estrangeiros. Finalizou informando que os resultados destas e de outras pesquisas encontram-se disponíveis no site <http://www.observatoriodoturismo.com.br/>.

Sra. Rachel Quintiliano questionou sobre os prazos e resultados esperados do PLATUM.

Sra. Fernanda Ascar respondeu informando que a Diretoria de Turismo e Entretenimento da SPTuris realiza o Planejamento Estratégico Anual, onde constam as planilhas detalhadas com tais dados; destacou que optou-se por não divulgar as planilhas neste momento pois não há ainda a informação precisa sobre o orçamento esperado para os próximos anos. Informou que tradicionalmente todos os anos, na primeira reunião do COMTUR, são apresentados aos conselheiros e convidados os dados na forma do Planejamento Estratégico. Disse que a idéia no momento é atualizar o planejamento com novos dados após o lançamento do PLATUM, que serão apresentados na próxima reunião do COMTUR.

Sra. Mariana Aldrigui informou que as metas do PLATUM, em geral, são revistas a cada dois anos por conta de mudanças e também da disponibilização ou não de orçamento para realização das metas planejadas. Informou também que a principal

questão dessa nova abordagem do PLATUM é fazer com que o documento seja de fácil compreensão para as entidades que não são do trade do Turismo; continuou dizendo que a proposta é que, o PLATUM tem que circular entre os principais parceiros e Secretarias para ser compartilhado, e que utilizem o documento em reuniões de seus próprios Conselhos, até mesmo para mostrar onde estão as demandas. Explicou que o Turismo sozinho não consegue dar conta de todas as demandas, e que muitas não podem ser realizadas pela SPTuris, como no caso das informações em Inglês dentro dos ônibus da cidade. Colocou-se à disposição para esclarecimentos de dúvidas para que mais instâncias do poder público entendam quais são as possíveis contribuições do Turismo para melhorar a cidade.

Sr. Marco Antônio Ramos de Almeida discorreu sobre a questão do Centro da cidade, que é a região que viabiliza a imagem da cidade para o Turismo ou para a captação de grandes eventos. Questionou que no Plano de Metas da Prefeitura o Plano de Recuperação do Centro só foi 5% concluído até o presente momento e não existem programas específicos para a região central. Informou que será retomada a reunião da **Operação Urbana do Centro** e solicitou que a SPTURIS participe da comissão, em breve a Associação Viva o Centro oficializará o convite.

São Paulo, 17 de junho de 2015.

Presentes:

Entidade	Nome	Membro
ABAV/SP	Shigueru Tamura	Suplente
ABIH	Bruno Hideo Omori	Titular
ABIH	Antônio Reinales	Suplente
ABRASEL	Leonardo A. G. Ramos	Convidado
APRECESP	André Bozola	Convidado
APRECESP	Fernando Zuppo	Convidado
APRECESP	Lorraine Lopes	Convidado
ARESP	Irineu Burin	Titular
Associação Viva o Centro	Marco Antônio Ramos de Almeida	Titular
CET	Claudinéia Baroni Sarra	Titular
DEATUR	Leandro Aquino	Titular
FECOMÉRCIO	Jéssica Kobayashi Corrêa	Suplente
SEME	Luiz Sales	Suplente
SENAC	Sandra Regina M. de A. Freitas	Titular
SENAC	Juliana Trombeta Reis	Suplente
SF (1)	André Luis G. de F. Filho	Suplente
SGM (1)	Marcio Adriano R. Freire	Titular
SGM (2)	Odair Henrique Neto	Titular
SGM (3)	Rachel Quintiliano	Titular
SGM (3)	Katiele França do Nascimento	Suplente
SINHORES	Ivan Baldini	Titular



SKAL SP	Aristides de La Plata Cury	Titular
SMDU	Katia Canova	Titular
SPC&VB	Elenice Zapparoli	Suplente
Subprefeitura da Sé	Fabio Palumbo Canova	Suplente
USP	Mariana Aldrigui	Suplente

Em conformidade:

Luciane Leite

Secretária-Executiva do COMTUR

Miquéias de Moraes

Gestor do FUTUR

Sandra Menezes

Tesoureira do FUTUR