



PLATUM

2019 | 2021
PERSPECTIVA 2030

PLANO DE TURISMO MUNICIPAL
CIDADE DE SÃO PAULO



[f](#) [t](#) [i](#) [t](#) [u](#) [r](#) [i](#) [s](#) [m](#) [o](#) [p](#) [r](#) [e](#) [f](#) [s](#) [p](#)

prefeitura.sp.gov.br/turismo

PLATUM

PLANO DE TURISMO MUNICIPAL
CIDADE DE SÃO PAULO

2019 | 2021

PERSPECTIVA 2030



Bruno Covas
Prefeito de São Paulo

Orlando Lindório de Faria
Secretário Municipal da Casa Civil

Secretaria Municipal de Turismo - SMTur
Miguel Calderaro Giacomini
Secretário de Turismo

Rodolfo Marinho
Secretário Adjunto

Vicente Rosolia
Chefe de Gabinete

São Paulo Turismo - SPTuris
Osvaldo Arvate Júnior
Presidente

Frederico Rozanski
Diretor de Turismo

Coordenação Geral:
Maria Camila Florêncio
Analista de Políticas Públicas e Gestão Governamental - SMTur

Fernanda Ascar
Gerente de Turismo - SPTuris

Coordenação Técnica:
Raquel Vettori
Coordenadora de Turismo - SPTuris

Conteúdo:
Amanda Valenciano
Maria Camila Florêncio
Raquel Vettori
Silvia Chimenti
Thamires Moraes

Projeto Gráfico:
Eliandro Ramos

Diagramação:
Caroline Braga

Ilustração:
Amanda Valenciano
Mylene Cyrino

Revisão:
Fernanda Ascar
Heverton Nascimento
Karine Resende
Maria Camila Florêncio
Michele Fernanda Vicente
Raquel Vettori

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

PLATUM : Plano de Turismo Municipal : Cidade de
São Paulo 2019/2021 : perspectiva 2030. --
São Paulo : Secretaria Municipal de Turismo :
São Paulo Turismo, 2019.

Vários colaboradores.
Bibliografia.

1. Turismo 2. Turismo - Administração 3. Turismo -
São Paulo (SP) 4. Turismo - Serviços.

19-30424

CDD-338.47918161

Índices para catálogo sistemático:

1. São Paulo : Cidade : Planejamento turístico :
Economia 338.47918161

Cibele Maria Dias - Bibliotecária - CRB-8/9427



MENSAGEM DO PREFEITO

Um Plano para o Futuro

O setor de turismo ganha um destaque cada vez maior na cidade de São Paulo. A imagem de uma metrópole voltada apenas para o trabalho ficou no passado e, embora continue sendo uma cidade que acolhedora e de oportunidades, tornou-se referência global de grandes eventos culturais, de lazer e negócios.

Não por acaso dados do Google mostram, por exemplo, que São Paulo é a segunda cidade mais buscada do mundo inteiro para viajar em 2020. A capital é reconhecida por sites especializados de turismo como um dos dez melhores destinos brasileiros para os turistas em busca de lazer, compras, cultura e, claro, sua diversificada gastronomia. Não é para menos: São Paulo possui 124 museus, 119 teatros e casas de espetáculo, 20 mil restaurantes e 30 mil bares.

Em 2018, recebemos 15,7 milhões de turistas que injetaram R\$ 12,9 bilhões na economia local, fazendo com que São Paulo, sozinha, respondesse por 9,8% do PIB nacional do turismo. O turismo de negócios movimenta mais de R\$ 16,3 bilhões ao ano, ocupando o primeiro lugar no Brasil. A noite paulistana é considerada uma das cinco melhores do mundo e São Paulo é um dos principais destinos para celebrar o mês do Orgulho LGBT.

Enfim, uma cidade que celebra o direito de expressão para todos e é capaz de se reinventar a todo momento, transformando, por exemplo, o seu carnaval em um dos principais e mais procurados do país.

Ciente da importância do setor para a economia da cidade e do país, a Prefeitura de São Paulo elaborou o Plano de Turismo Municipal (Platum) 2019-2021. O objetivo é promover políticas públicas direcionadas ao segmento nos próximos anos, criando condições para que o turismo em São Paulo cresça cada vez mais, de maneira consolidada e sustentável, e atraia cada vez mais turistas à metrópole que tem muito a oferecer a visitantes de todo o Brasil e do mundo.

Bem-vindos a São Paulo, que, apesar da sua grandeza, pressa e complexidade, estará sempre pronta para recebê-los com respeito e educação.

Bruno Covas
Prefeito



MENSAGEM DO SECRETÁRIO

É com imenso prazer que a Prefeitura de São Paulo, por meio da Secretaria Municipal de Turismo, apresenta o Plano de Turismo Municipal 2019 - 2021 | Perspectivas 2030. De forma inédita, o planejamento do turismo da nossa cidade foi realizado com tamanha participação da sociedade civil, setor público e privado, a fim de alinhar as ações de governo e desenhar uma Política Pública de Turismo que vá ao encontro do que o Município de São Paulo precisa e ao que anseiam os profissionais e empresários do setor do turismo e a sociedade civil.

Este documento é o resultado do esforço de equipes da Secretaria Municipal de Turismo, da SPTuris e de parceiros do Conselho Municipal de Turismo, que conduziram *workshops* com especialistas do mercado, encontros com estudantes de turismo dos ensinos técnico e superior, consulta pública e a 1ª Conferência Municipal de Turismo realizada nos dias 16 e 17 de agosto de 2019.

O produto desse grande esforço segue apresentado neste documento que define os objetivos, estratégias e metas no triênio 2019-2021, além de apresentar a perspectiva para a gestão pública do turismo até 2030. É um documento referencial, mas que deve – e precisa – ser apropriado por cada um daqueles que contribuíram para sua elaboração e por todos os envolvidos na atividade.

Um plano de turismo só sai do papel quando há a conjunção do interesse público com a mobilização dos interessados. Do nosso lado, estamos empenhados para entregar o melhor para São Paulo e garantir que o turismo se consolide como importante área de Política Pública na cidade, cumprindo sua vocação indutora de desenvolvimento social, humano, econômico e sustentável.

Vamos em frente, que há muito a ser feito!

A todos que colaboraram com esse processo, nosso muito obrigado.

Miguel Calderaro Giacomini
Secretário de Turismo

LISTA DE SIGLAS

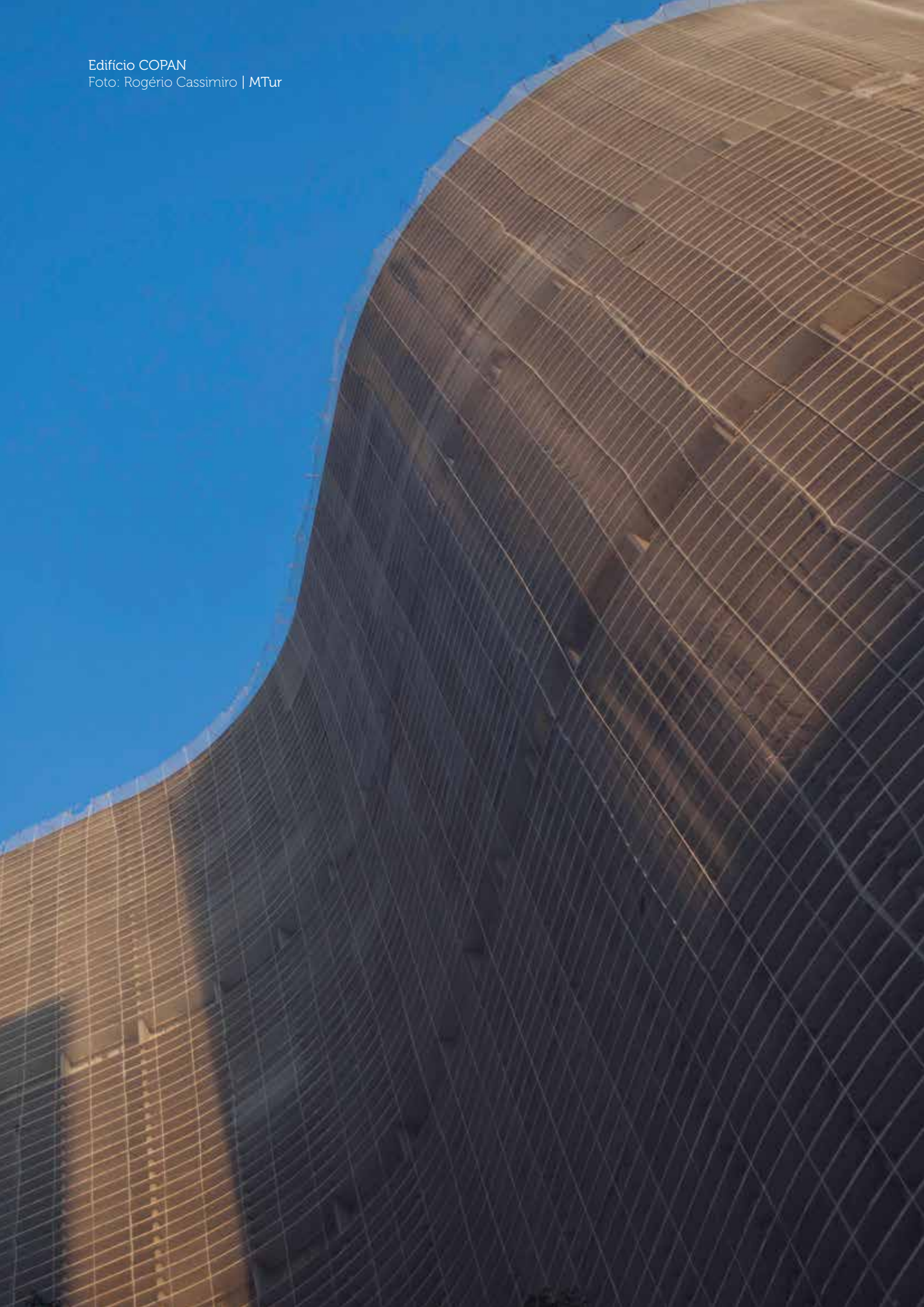
Abrasel – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
AGPP – Assistente de Gestão de Políticas Públicas
Alta – Associação da América Latina e do Caribe de Transporte Aéreo
Amlurb – Autoridade Municipal de Limpeza Urbana
Amteci – Associação Empresarial do Polo de Ecoturismo de São Paulo
Anac – Agência Nacional de Aviação Civil
Anatel – Agência Nacional de Telecomunicações
APA – Área de Proteção Ambiental
APDO – Analista de Planejamento e Desenvolvimento Organizacional
APPGG – Analista de Políticas Públicas e Gestão Governamental
Cadastr – Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos
CMDRSS – Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário
Conseg – Conselho de Segurança
CET – Companhia de Engenharia de Tráfego
CEU – Centro Educacional Unificado
CIT – Central de Informação Turística
Comtur – Conselho Municipal de Turismo
Congetur – Conselho Gestor do Polo Ecoturismo de São Paulo
Conpresp – Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico, Cultural e Ambiental da Cidade de São Paulo
Conturesp – Conselho Estadual de Turismo do Estado de São Paulo
CPTM – Companhia Paulista de Trens Metropolitanos
EMTU – Empresa Metropolitana de Transportes Urbanos de São Paulo
Fipe – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
Futur – Fundo Municipal de Turismo
GAB – Gabinete
GCM – Guarda Civil Metropolitana
GTI – Grupo de Trabalho Intersecretarial
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
Icca – *International Congress and Convention Association*
ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
ID – *Identity* (Documentos de Identificação de Estrangeiros)
IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
ISS – Imposto Sobre Serviço
Metrô – Companhia do Metropolitano de São Paulo
Mice – *Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions* (Reuniões, Incentivos, Conferências e Exposições)
MP – Medida Provisória
MTur – Ministério do Turismo
ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

ONU – Organização das Nações Unidas
PIB – Produto Interno Bruto
PL – Projeto de Lei
Platum – Plano de Turismo Municipal
PMSP – Prefeitura Municipal de São Paulo
PPA – Plano Plurianual
Secom – Secretaria Especial de Comunicação
Seme – Secretaria Municipal de Esportes e Lazer
Sesc – Serviço Social do Comércio
Setur – Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo
SF – Secretaria Municipal da Fazenda
SGM – Secretaria do Governo Municipal
Sindegur – Sindicato Estadual dos Guias de Turismo de São Paulo
Siurb – Secretaria Municipal de Infraestrutura Urbana e Obras
SMADS – Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social
SMC – Secretaria Municipal de Cultura
SMCC – Secretaria Municipal da Casa Civil
SMDet – Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Trabalho
SMDHC – Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania
SMDU – Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano
SME – Secretaria Municipal de Educação
SMG – Secretaria Municipal de Gestão
SMIT – Secretaria Municipal de Inovação e Tecnologia
SMPED – Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência
SMRI – Secretaria Municipal de Relações Internacionais
SMS – Secretaria Municipal da Saúde
SMSU – Secretaria Municipal de Segurança Urbana
SMSub – Secretaria Municipal das Subprefeituras
SMT – Secretaria Municipal de Transportes
SMTur – Secretaria Municipal de Turismo
SMUL – Secretaria Municipal de Urbanismo e Licenciamento
SPTrans – São Paulo Transporte
SPTuris – São Paulo Turismo
SSP-SP – Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo
STM – Secretaria dos Transportes Metropolitanos do Estado de São Paulo
SVMA – Secretaria Municipal do Verde e Meio Ambiente
Ubrafe – União Brasileira dos Promotores de Feiras
USP – Universidade de São Paulo
WEF – *World Economic Forum* (Fórum Econômico Mundial)
WTTC – *World Travel & Tourism Council* (Conselho Mundial de Viagem & Turismo)
ZMRF – Zona de Máxima Restrição de Fretamento

LISTA DE FIGURAS, GRÁFICOS E TABELAS

Figura 1 – Metodologia do elaboração do Platum	16
Figura 2 – Modelo de apresentação de objetivos e metas do Platum 2019-2021	20
Figura 3 – Empregos em turismo	27
Figura 4 – Procedência dos turistas internacionais	36
Figura 5 – Procedência dos turistas nacionais	36
Figura 6 – Mapa dos atrativos turísticos	45
Figura 7 – Mapa de espaços para eventos	47
Figura 8 – Mapa da oferta gastronômica	49
Figura 9 – Mapa da oferta de hospedagem	51
Figura 10 – Mapa do sistema de transportes	53
Figura 11 – Eixos estratégicos e objetivos para o turismo de São Paulo	60
Gráfico 1 – Impacto no PIB mundial por setor	27
Gráfico 2 – Participação do PIB de viagens e turismo no PIB global	27
Gráfico 3 – Crescimento do PIB	27
Gráfico 4 – Índice de Competitividade Turística - Posição do Brasil	28
Gráfico 5 – Evolução do Brasil no Índice de Competitividade Turística	28
Gráfico 6 – Posicionamento de São Paulo no Ranking TripAdvisor	30
Gráfico 7 – Posicionamento de São Paulo no Ranking MasterCard	30
Gráfico 8 – Arrecadação ISS Grupo 13.	31
Gráfico 9 – Taxa de ocupação hoteleira	32
Gráfico 10 – Taxa de ocupação hoteleira no final de semana	32
Gráfico 11 – Empregos em turismo em São Paulo	32
Gráfico 12 – Chegadas de turistas - Cidade São Paulo 2018	34
Gráfico 13 – Projeção da demanda turística 2012-2020	35
Gráfico 14 – Projeção da receita turística 2012-2020	35
Gráfico 15 – Meio de hospedagem dos turistas nacionais	37
Gráfico 16 – Motivação da viagem dos turistas nacionais.	37
Gráfico 17 – Motivação da viagem dos turistas internacionais	39
Tabela 1 – Tipos de metas e indicadores do Plano	19
Tabela 2 – Ranking dos principais destinos nacionais 2019	30
Tabela 3 – Ranking dos principais destinos da América Latina (nº de visitantes)	30
Tabela 4 – Top 10 cidades multiculturais do mundo 2019	30
Tabela 5 – Crescimento do Grupo 13 do ISS	31
Tabela 6 – Chegadas de turistas internacionais no Brasil em 2018	34
Tabela 7 – Avaliação da cidade por turistas nacionais	38
Tabela 8 – Meio de hospedagem dos turistas internacionais	38
Tabela 9 – Avaliação da cidade por turistas internacionais	40

Edifício COPAN
Foto: Rogério Cassimiro | MTur



SUMÁRIO

RESUMO EXECUTIVO	10
1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Gestão pública do turismo na cidade de São Paulo	14
1.2 Etapas de formulação do Platum	15
1.3 Missão, visão e valores	17
1.4 Metodologia	19
2 CENÁRIO ATUAL	23
2.1 O turismo no mundo e no Brasil	26
2.2 O turismo em São Paulo	29
2.3 Demanda turística	34
2.4 Oferta turística	41
3 15 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	57
3.1 Metas de impacto e resultados	58
3.2 Eixos estratégicos	60
3.3 Objetivos estratégicos	64
CONSIDERAÇÕES FINAIS	92
GLOSSÁRIO	94
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	96
AGRADECIMENTOS	97

RESUMO EXECUTIVO

O turismo é uma atividade capaz de gerar grande impacto positivo nos destinos se for implementada da maneira adequada, com planejamento e monitoramento constantes. A definição de uma política pública clara para a atividade é essencial para garantir que esse desenvolvimento ocorra de forma sustentável, potencializando seus impactos econômicos, ambientais e sociais para a maior parte possível da população.

O presente Plano apresenta a consolidação da política pública de turismo de São Paulo para 2019–2021, indicando também perspectivas de mais longo prazo – 2030, com metas e programas a serem desenvolvidos pela Secretaria Mu-

nicipal de Turismo, visando à consolidação do turismo como importante atividade e, com a participação direta e indireta da sociedade civil, iniciativa privada e de outros entes públicos.

Para definição da estrutura do Plano foram consideradas as propostas recebidas do mercado e do governo, nas etapas preparatórias. Essas propostas foram organizadas em metas, acompanhadas de indicadores em três níveis de desdobramento: as metas de impacto, as metas de resultado e as metas operacionais.

A demonstração clara daquilo que precisa ser feito está apresentada por meio de 15 objetivos estratégicos:

1. Fortalecer a capacidade institucional técnica-administrativa por meio da infraestrutura organizacional e ampliação de recursos (humanos e financeiros).

2. Fortalecer a capacidade institucional de inteligência de dados por meio de sistemas de monitoramento e avaliação.

3. Fortalecer a capacidade institucional de governança por meio de parcerias com organizações do poder público, da iniciativa privada e do terceiro setor.

4. Promover o reconhecimento e a valorização de São Paulo como uma cidade turística.

5. Estabelecer e divulgar um calendário de eventos unificado da cidade.

6. Definir e implantar política pública de desburocratização e apoio a eventos.

7. Fomentar e apoiar segmentos temáticos e nichos (compras, cultural, gastronômico, religioso, étnico, esportivo, ecoturismo, LGBTI, infantil, dentre outros) existentes.

8. Incentivar o desenvolvimento territorial do turismo na cidade.

9. Fomentar o turismo nos Polos de Ecoturismo de Parelheiros/Marsilac/Ilha do Bororé e da Cantareira.

10. Reativar o território do Triângulo SP, no centro histórico de São Paulo.

11. Ampliar e aprimorar a infraestrutura turística de mobilidade e acessibilidade.

12. Ampliar, aprimorar e promover os serviços turísticos.

13. Promover o aprimoramento da hospitalidade para que o turista se sinta acolhido.

14. Fortalecer a imagem de São Paulo como destino turístico de relevância nacional e internacional.

15. Aumentar o consumo da oferta turística de São Paulo por turistas e moradores.

RESUMO EXECUTIVO

Atingido, esse conjunto de objetivos – cada qual com suas metas operacionais especificadas neste documento – causará um impacto significativo, mudando desde a compreensão da atividade pela administração pública e moradores até a percepção da imagem de São Paulo como um destino criativo

e interessante, e que precisa ser explorado, mais de uma vez.

O presente documento apresenta a metodologia utilizada, o cenário atual do turismo da cidade, incluindo oferta e demanda, e as estratégias para alcançar os objetivos aqui apresentados.

Avenida Paulista
Foto: Acervo SPTuris





Viaduto do Chá | Theatro Municipal
Foto: José Cordeiro



1 INTRODUÇÃO

1.1 Gestão pública do turismo na cidade São Paulo.....	14
1.2 Etapas da formulação do Platum.....	15
1.3 Missão, visão e valores.....	17
1.4 Metodologia.....	19

INTRODUÇÃO

1.1 Gestão pública do turismo na cidade de São Paulo

A Secretaria Municipal de Turismo – SMTur é um órgão novo na administração municipal. Ele é o atual responsável pela formulação, implementação e avaliação da política de promoção, apoio e execução de projetos e eventos de interesse turístico da cidade de São Paulo.

A participação mais ativa do ente público na gestão de turismo se deu em 1974, quando a Lei Nº 8.180/74 autorizou o município a participar como principal acionista da Anhembi S/A – Centro de Feiras e Salões. Ao longo dos anos, a Anhembi S/A ganhou novas denominações, até que, em 2005, passou a chamar-se São Paulo Turismo – SPTuris. Nesse processo, acresceu às atividades sociais funções públicas e prestação de serviços relacionados ao turismo.

No entanto, enquanto empresa, a SPTuris possui limitações para elevar o turismo ao patamar de política pública de Estado. Com a criação da Secretaria Municipal de Turismo, pela Lei nº 16.974/18 e Decreto nº 58.381, de agosto de 2018, essas limitações foram eliminadas e, embora a Secretaria substitua a SPTuris no papel de formular e gerir a política de turismo e eventos na cidade, a empresa permanece como um braço executivo.

Assim, a Secretaria incorporou a atribuição de revisar, atualizar e implantar o Plano de Turismo Municipal – Platum, importante instrumento de planejamento e gestão da política municipal de turismo, instituído pela Lei Municipal nº 11.198, de maio de 1992. Esta mesma Lei também instituiu o Conselho Municipal de Turismo – Comtur e o Fundo Municipal do Turismo – Futur. Tais instrumentos permi-

tem a conjunção de esforços entre o poder público e a sociedade civil para a promoção do desenvolvimento social e econômico do turismo paulistano.

Os planos de turismo de São Paulo vêm sendo elaborados desde 1999. Ao longo deste período, foram criadas estratégias com o propósito de fortalecimento da imagem da cidade como destino turístico e como polo de realização de eventos, de desenvolvimento de pesquisas e indicadores do setor, de fortalecimento e integração do trade no desenvolvimento da atividade, de aumento do tempo de permanência e do gasto médio dos turistas na cidade, de promoção turística e aprimoramento do turismo de lazer e cultura.

Em termos metodológicos, os Platums formulados variaram bastante e com vigência de um, três ou quatro anos (1999-2001; 2002; 2003; 2004-2006; 2007-2010; 2011-2014; 2015-2018). O Platum 2015-2018 concentrou-se no trabalho de fortalecimento do turismo frente ao poder público, trazendo estratégias de educação e sensibilização para a importância do segmento.

Considerando o término da vigência do plano e a criação de uma nova institucionalidade, viu-se a oportunidade de repensar o processo de formulação e a metodologia do Platum, com objetivo de torná-lo estratégico. Ou seja, transformar as propostas construídas em um amplo processo participativo, em objetivos e metas, alinhados com a visão de onde queremos posicionar a cidade de São Paulo até 2030. Com isso, esperamos que os próximos Secretários que irão conduzir a política municipal de turismo tenham claro aquilo que precisará ser feito em curto, médio e longo prazo. E, ano a ano, estabeleça um plano de ação espelhado no planejamento orçamentário das futuras Leis de Diretrizes Orçamentárias – LDOs e Leis Orçamentárias Anuais – LOAs, transformando o turismo em uma política pública de Estado.

1.2 Etapas da formulação do Platum

A elaboração do novo Platum 2019–2021 | Perspectivas 2030 considerou as seguintes etapas:

I. Reuniões entre os representantes de diversas organizações do setor público, privado e sociedade civil e o Secretário Municipal de Turismo, entre janeiro e fevereiro de 2019, momento em que foram recebidas e registradas as primeiras demandas;

II. Diagnóstico: com levantamentos de dados gerais da cidade, oferta e demanda turística;

III. *Workshops*: com mais de 150 participantes, representantes de empresas e entidades do turismo ou atividades correlatas. Foram doze encontros temáticos realizados nos meses de abril e maio de 2019, com membros da academia, representantes de atrativos turísticos, agências de turismo receptivo e relacionadas à mobilidade urbana, setor de entretenimento e compras, setor de eventos e mercado do turismo corporativo, hospedagem e alimentação, ecoturismo, governo (membros de diversos setores, relacionados direta e indiretamente com o turismo), representantes da economia criativa e do Conselho Municipal de Turismo, órgãos de segurança pública, mídia especializada no turismo, além das equipes técnicas da SMTur e da SPTuris. Nessa etapa, foram discutidos os desafios e destaques de São Paulo, bem como apresentadas propostas de ações que cada um dos segmentos entende como importantes ou necessárias para o desenvolvimento e/ou aprimoramento da atividade;

IV. Encontros com instituições de ensino em turismo: com formato similar ao dos *workshops*, nos quais foram levantados os desafios e os destaques da cidade, bem como sugestões de

propostas para o setor. Foram nove encontros, realizados nos meses de maio e junho de 2019;

V. Consulta pública *on-line*: após a realização destes *workshops* e encontros, as propostas levantadas foram analisadas e agrupadas em macroprogramas. Foram relacionadas 136 propostas que foram submetidas ao Conselho Municipal de Turismo – Comtur e disponibilizadas para consulta pública *on-line* entre os dias 17 e 31 do mês de julho, por meio do endereço eletrônico <https://participe.gestaourbana.prefeitura.sp.gov.br/politica-municipal-turismo>. Ao longo dos 15 dias de consulta foram registradas 41 contribuições para o material, que foram analisadas e acrescentadas ao caderno de propostas;

VI. Em paralelo à consulta pública *on-line*, entre os dias 15 e 24 de junho, foram realizadas entrevistas em profundidade com turistas, nacionais e internacionais, com diferentes perfis e motivações de viagem, escolhidos por meio de abordagem aleatória, em áreas de grande circulação na cidade. Foram abordadas questões relacionadas sobre o município, as percepções sobre o turismo e a identidade turística de São Paulo, meios de acesso às informações e à experiência na cidade. As contribuições extraídas dessas entrevistas também foram agregadas ao caderno de propostas;

VII. 1ª Conferência Municipal de Turismo de São Paulo – Confetur: evento realizado nos dias 16 e 17 de agosto com mais de 500 participantes, que contou com painéis temáticos sobre turismo, além de ampla discussão dos Grupos de Trabalho sobre as propostas levantadas nas etapas anteriores. Ao final, foram aprovadas 178 propostas.

PLATUM 2019-2021

Etapas de Elaboração



Figura 1 - Metodologia de elaboração do Platum- Elaboração própria.

O diagnóstico elaborado e as propostas discutidas ao longo do processo resultaram na base para a construção deste Plano de Turismo Municipal, que concentra as principais metas a serem atingidas no período de 2019 a 2021, bem como uma perspectiva da atividade turística até 2030, além de fundamentar a Política Pública de Turismo da cidade.

1.3 Missão, visão e valores

O processo de planejamento estratégico do Platum 2019|2021 – Perspectiva 2030 se propôs a pensar em onde queremos chegar, qual visão temos para o futuro do turismo na cidade de São Paulo, e qual é o método ou caminho para se chegar lá. E o ponto de partida é a “missão”. É a declaração do motivo para o Plano existir.

A visão por sua vez é a projeção de onde ele quer chegar. Mas, tal projeção não pode ser pensada em um prazo indeterminado de tempo. Precisa-se pensar em um horizonte temporal e nas etapas necessárias para que essa visão de futuro se realize; pois, caso não se realizem as etapas, a visão de onde se quer chegar precisa ser repensada.

E, permeando a missão e visão de futuro, estão os valores dos quais não se abre mão. E tais valores funcionam como princípios norteadores das decisões.

Então, para dar uma lógica a todas as demandas que foram apresentadas, a Secretaria Municipal de Turismo teve que buscar nas raízes que motivaram a criação da pasta e nos discursos dos diversos atores envolvidos no processo de formulação, a missão, visão e valores para o novo horizonte da política municipal de turismo.

Missão

Com a criação da Secretaria Municipal de Turismo e o processo de formulação do novo Plano de Turismo Municipal a missão da gestão pública no turismo também foi repensada.

O Decreto que regulamenta a Secretaria, além de transferir parte das atribuições da São Paulo Turismo para um órgão da administração pública direta, trouxe novas atribuições e reforçou o papel do Platum na promoção do desenvolvimento econômico, social e cultural.

As propostas da sociedade civil recebidas nesse processo de formulação demandavam também um olhar para o desenvolvimento sustentável, indo de encontro ao compromisso assumido pela Prefeitura Municipal de São Paulo com o cumprimento e monitoramento dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU - Organização das Nações Unidas.

Além disso, cresceu a demanda por ações específicas voltadas para os municípios, em diversas frentes: desde a realização de campanhas para a valorização e uso da oferta turística da cidade, como o centro histórico de São Paulo; até a inclusão social e produtiva dos municípios em projetos de turismo com geração de emprego e renda. Em resposta, o município que já era beneficiário da política municipal de turismo também foi contemplado em parte das ações como “turista”.

Neste cenário, entendeu-se que a missão da Política Municipal de Turismo, ou seja, a declaração do motivo da organização e do plano existirem é:

“Posicionar a política pública de promoção, apoio e execução de projetos e eventos de interesse turístico como estratégia de desenvolvimento econômico, social, humano e sustentável da cidade e dos municípios de São Paulo”.

Visão

A visão, por sua vez, foi pensada a partir de aspectos políticos e técnicos. Os políticos dizem respeito à ambição de onde se gostaria de chegar. E os técnicos dizem respeito às métricas para acompanhar a evolução dos resultados e até sua viabilidade.

A ambição da Secretaria e dos atores envolvidos na política municipal de turismo é que a cidade de São Paulo assuma a liderança turística de, no mínimo, toda a América Latina. O crescimento significativo da atividade é capaz

de trazer benefícios para toda a população, sejam eles econômicos ou sociais, com resultados como o aumento de emprego, renda e arrecadação, e melhorias da infraestrutura urbana, segurança e zeladoria.

Para mensurar a evolução da atividade, as métricas possíveis são metas de impacto e resultado baseadas em *rankings* e indicadores econômicos e sociais já consolidados. Assim, definiu-se como visão que:

“Em 2030, São Paulo estará posicionada entre os dez principais destinos turísticos do mundo”.

Valores

Os princípios norteadores da política municipal de turismo emergiram da trajetória do setor e também de desafios recentes que têm sido colocados para esta política, em especial das demandas que vieram do processo de formulação do plano. Assim, chegou-se aos seguintes valores:

- **Inovação:** É o ato de modificar algo. Geralmente tem efeito de adaptação ou renovação de estratégias, ferramentas e costumes existentes para melhorar a vida ou o trabalho de pessoas. Pode ser considerada em múltiplos aspectos, como inovação tecnológica que pode promover uma gestão integrada e inteligente dos destinos, ou mesmo a capacitação de profissionais para novas estratégias de promoção ou hospitalidade, transformando a cidade de São Paulo em um destino mais atrativo.

- **Sustentabilidade:** Suprir as necessidades do presente sem afetar a habilidade das gerações futuras de suprirem as próprias necessidades. Deve ser considerada em todos os seus níveis: ambiental, social, cultural e econômica. É preciso adotar novos hábitos por meio de escolhas responsáveis e sensibilizar os atrativos e turistas a adotar o mesmo comportamento, respeitando tanto o meio ambiente, quanto a cultura local.

- **Acessibilidade:** É a possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como de outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privado de uso coletivo, por pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida. No turismo se expressa por meio de todas as ações e serviços direcionados ao público em geral. Assim, sempre que se pensar em uma ação, os critérios de acessibilidade e inclusão devem ser atendidos.

- **Respeito à diversidade:** Significa respeito à variedade, pluralidade, diferença. No turismo representa a diversidade das regiões, dos segmentos, dos nichos populacionais, da cultura presente em manifestações de qualquer tipo como a gastronomia, e mesmo de ofertas de produtos e serviços oferecidos pela cidade. Mas, também pode significar inclusão social, em especial quando se reconhece e se dá visibilidade a segmentos e nichos populacionais que podem ser valorizados, como a cultura das comunidades japonesa, negra, e LGBTI, por exemplo.

- **Cooperação:** O desenvolvimento do turismo é consequência do desenvolvimento da cidade, de modo que agentes de diferentes esferas devem compreender a atividade e atuar em conjunto. O envolvimento com o setor privado, responsável direto pela experiência do turista, é essencial, assim como o diálogo e a participação das entidades representativas dos setores relacionados.

- **Intersetorialidade:** É uma estratégia para integrar diferentes setores de políticas públicas para responder a problemas complexos. Na política pública de Turismo significa ter as diferentes secretarias e outros órgãos da gestão pública trabalhando em parceria para atender às diferentes demandas da população.

1.4 Metodologia

De posse da missão, visão e valores, além do mapeamento e sistematização das propostas que saíram da Conferência em formato de demandas, o principal desafio foi pensar em níveis de agregação de tais propostas. E o fio condutor para isso foi a métrica usada para verificá-lo.

Assim, para avaliar o desempenho da Política Municipal de Turismo foram adotados indicadores conectados a metas em diferentes níveis, uma vez que medem resultados que possuem pesos diferentes. Os indicadores permitirão acompanhar o alcance das metas, identificar avanços, melhorias de qualidade, correção de problemas, necessidade de mudanças, etc.

As metas irão assegurar a efetiva implementação da estratégia, visto que contêm uma finalidade, um valor e um prazo. A finalidade de cada meta é enunciada no detalhamento do indicador e expressa um propósito da organização. Um estado de futuro esperado em um determinado período.

Assim sendo, no Platum (2019-2021) | Perspectivas 2030 se tem três conjuntos de indicadores e metas. Estes três níveis de metas e indicadores permitem um alinhamento entre aquilo que precisa ser feito (operacional), os resultados que tais operações produzem, e os efeitos de tais resultados (impacto), alcançando a visão de futuro almejada.

Tipo de meta	Tipo de indicador	O que medem?
IMPACTO	Efetividade	Aponta se houve mudanças socioeconômicas, ambientais ou institucionais decorrentes dos resultados obtidos pela política, plano ou programa. Servem para embasar a análise crítica do cenário atual e da visão de futuro.
RESULTADO	Eficácia	Aponta o grau com que um plano ou programa atinge as metas e objetivos planejados, ou seja, uma vez estabelecido o referencial (linha de base) e as metas a serem alcançadas, utilizam-se indicadores de resultado para avaliar se estas foram atingidas ou superadas.
OPERACIONAL	Processos, projetos, produtos e insumos	Possuem estreita relação com produtividade, ou seja, o quanto se consegue produzir com os meios disponibilizados. Assim, a partir de um padrão ou referencial, a eficiência de um processo será tanto maior quanto os mesmos produtos e/ou serviços sejam obtidos com menor quantidade de recursos.

Tabela 1 - Tipos de metas e indicadores do Plano - Elaboração própria.

Mas, apesar deste documento estar tecnicamente amparado em metas, optou-se por resumir a mensagem em 15 objetivos que sintetizam o propósito de se realizar este plano e ao mesmo tempo aonde se quer chegar. Eles são mais gerais porque funcionam como direcionamentos da Política de que fazem parte.

Abaixo destes objetivos estratégicos estão os objetivos específicos, que neste Plano se expressam como diretrizes para nortear o conjunto de metas agrupadas por convergência de temas ou métodos de ações. Funcionam como pequenos guarda-chuvas onde estão inseridas o terceiro nível de detalhamento das metas, as metas operacionais.

OBJETIVO 1

Fortalecer a capacidade institucional técnica-administrativa, por meio da infraestrutura organizacional, ampliação de recursos (humanos e financeiros) e gestão de sistemas.

Objetivo Específico 1.1: Institucionalizar ferramentas de planejamento do turismo alinhadas com métodos e prazos de instrumentos da organização da PMSP.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de Execução
1.1.a Formular o Plano de Turismo Municipal com periodicidade de 4 anos, para o mesmo período de vigência do Plano Plurianual que determina o orçamento a médio prazo.	Plano de Turismo Municipal publicado com mesma vigência do PPA (2022-2025 e 2026-2029)	Comtur	2021 e 2025
1.1.b Criar Plano Executivo anual para divulgar as metas eleitas como prioritárias em cada ano, alinhando-o com a Lei Orçamentária Anual.	Plano Executivo publicado anualmente	Comtur	Contínuo
1.1.c Criar Relatório Anual de Monitoramento do Plano de Turismo Municipal, para apurar e divulgar o andamento das metas da Secretaria.	Relatório publicado anualmente	N/A	Contínuo

Figura 2 - Modelo de apresentação de objetivos e metas do Platum 2019-2021.

Na metodologia adotada, na coluna “envolvidos” há os nomes de todas as organizações, governamentais ou não, que têm interface direta com a meta a ser executada. Em alguns casos, são estas organizações as responsáveis por implementar a meta, cabendo a SMTur realizar a tarefa de articulação institucional. Nos demais, cabe à SMTur executar, contando com o suporte ou envolvimento das organizações citadas. Ainda que não esteja explicitamente mencionada, a SMTur está envolvida diretamente em todas as metas operacionais.

Por fim, considerando o amplo processo participativo para o levantamento das demandas para o desenvolvimento da atividade, uma

grande gama de ações foram levantadas, mas é preciso ter clareza de que os recursos - humanos e orçamentários - são limitados; com isso, as ações prioritárias foram indicadas como prazo até 2021 e as demais com indicação de realização até 2030. As ações que são essenciais e não devem ser interrompidas estão indicadas como “contínuo”, e também devem ser iniciadas até 2021.

As matrizes para todos os objetivos, bem como as metas de impacto e resultado, se encontram na terceira parte deste documento. Antes de apresentá-las, contudo, cabe uma contextualização do cenário atual da atividade e da política de turismo que se pretende influenciar.

Monumento às Bandeiras
Foto: Aldho Guimarães





Ponte Estaiada
Foto: Leon Rodrigues | Secom



2 CENÁRIO ATUAL

2.1 O turismo no mundo e no Brasil.....	26
2.2 O turismo em São Paulo.....	29
2.3 Demanda turística.....	34
2.4 Oferta turística.....	41

CENÁRIO ATUAL

A cidade de São Paulo que conhecemos hoje é muito diferente daquela de 1554, quando o acanhado povoado de Piratininga, não compreendia mais que o espaço entre o Pátio do Colégio e a Praça da Sé. No decorrer dos quatrocentos anos seguintes o conglomerado se expandiu a partir do Triângulo Histórico; foi o centro irradiador das expedições bandeirantes; e foi elevado à condição de cidade em 1711. No século XIX, São Paulo deixou sua imagem de cidade colonial para transformar-se na metrópole do café.

Este novo período foi marcado por intensa efervescência social e cultural, principalmente com a vinda de estudantes abastados para a Faculdade de Direito recém-instalada no Largo São Francisco; e pela expansão da economia cafeeira que conectou a cidade ao interior do Estado e ao Porto de Santos. A capital paulista começou a atrair viajantes que encontraram nela uma estrutura comparada a de cidades europeias, tanto por sua estética, quanto pela disponibilidade de infraestrutura, abrigando serviços de hospedagem e alimentação bem diferente das hospedarias existentes no século anterior.

O enriquecimento da capital paulista devido ao

café estimulou a vinda de trabalhadores de diversas partes do mundo. A chegada desses imigrantes contribuiu para tornar São Paulo uma cidade cosmopolita, constituída por 70 nacionalidades distintas, cada qual com seus costumes e cultura. A riqueza acumulada no município nesse período e o conhecimento trazido pelos novos habitantes deram origem a um processo de industrialização. Entretanto, não apenas a indústria constituiu as bases de São Paulo.

A forte modernização proporcionou à cidade um momento artístico e cultural único na história do País. Artistas brasileiros, como a pintora Anita Malfatti e o escritor Oswald de Andrade, e estrangeiros, como o escultor Vitor Brecheret, deram início à Semana de Arte Moderna em 1922, com o objetivo de exibir trabalhos que compreendessem características inovadoras da Europa com um toque do estilo típico nacional.

A cidade continuava a crescer e se desenvolver, os bondes deram lugar aos ônibus, houve a construção de teatros, cinemas, bibliotecas e parques, a exemplo do Ibirapuera, de 1954. Visualmente a cidade continuava a se transformar com a retificação e o alargamento de vias, e a construção de



Pátio do Colégio
Foto: José Cordeiro

arranha-céus, como os da Avenida Paulista. A capital paulista observou um expressivo crescimento na indústria, consolidando-se como o maior centro industrial do País. A partir daí, surgiu uma série de estruturas urbanas, consideradas verdadeiros marcos paisagísticos e espaços favoráveis ao turismo de negócios, impulsionados pelas comemorações do IV Centenário, em 1954.

Entre as décadas de 1950 a 1980, foram realizados esforços coordenados a fim de consolidar São Paulo como o maior centro de negócios do País, principalmente em relação à organização de eventos e feiras industriais e comerciais. Este movimento estimulou o Parque Ibirapuera a abrigar as principais feiras até a década de 1970, quando da construção do Parque Anhembi, cuja inauguração ocorreu com a 7ª edição do Salão do Automóvel, em novembro de 1970.

No início da década de 1970, com o deslocamento das indústrias para outros municípios da Grande São Paulo, a metrópole descobre sua vocação para os serviços e aos poucos se consolida como o maior centro financeiro da América Latina. Desde 1980 fixado na Avenida Paulista, o centro financeiro começa a migrar para a região da Avenida Luís Carlos Berrini e Marginal Pinheiros na década de 1990; e a Avenida Paulista passa a ter seu ponto focal na cultura.

Assim, São Paulo se tornou uma cidade global, com mais de 11 milhões de habitantes, que exerce forte influência nos serviços e negócios de toda a América do Sul, possuindo elevado grau de desenvolvimento estrutural, econômico e político e abrigando sedes de importantes empresas e instituições internacionais; além de coordenar as dinâmicas econômicas, políticas e burocráticas, pois carrega consigo serviços especializados, centros tecnológicos e científicos, grandes bancos, bolsa de valores, entre outros.

Compreender a fundo o município de São Paulo, suas estruturas e serviços, a dinâmica do turismo e do turista é fundamental na definição de um plano de ação coerente em prol do desenvolvimento sustentável da cidade e de seus cidadãos.

DADOS DEMOGRÁFICOS

1.521,11 km²

Área da cidade

32

Subprefeituras

96

Distritos

11.253.503

População (2010)

7.398,26 hab/km²

Densidade demográfica (2010)

5.539.936

Pessoal ocupado (2017)

45,8%

População ocupada (2017)

R\$ 57.071,43

PIB per capita (2016)

Fontes: Prefeitura Municipal de São Paulo e IBGE, 2010, 2016 e 2017.

2.1 O turismo no Brasil e no Mundo

O turismo é hoje um dos maiores setores econômicos e fenômeno social do mundo. Ao mesmo tempo em que a atividade cria empregos, impulsiona as exportações e gera prosperidade, o turismo permite a difusão das culturas e integração dos povos, contribui para o desenvolvimento social, humano e sustentável dos destinos.

Dados do *World Travel & Tourism Council* (WTTC 2018) apontam o turismo como a quinta atividade de maior relevância econômica do planeta, considerando seu impacto global direto, indireto e induzido no PIB, respondendo por 10,4% – equivalente a 8,8 trilhões de dólares – o que a coloca à frente de atividades tradicionais como a mineração, a agricultura e a indústria automobilística, e atrás da construção civil, serviços financeiros, saúde e comércio varejista.

Pelo oitavo ano consecutivo, o turismo enquanto atividade econômica apresentou crescimento superior ao da economia global. Em 2018, enquanto a economia cresceu 3,2%, o turismo cresceu 3,9%, esse movimento de ascensão da atividade reflete na geração de empregos. Hoje, ainda segundo o WTTC 2018, um em cada dez empregos direto, indireto e induzido no mundo está ligado ao turismo, e nos últimos cinco anos, um a cada cinco empregos gerados é relacionado à atividade, que mantém 319 milhões de empregados.

Tamanha relevância econômica não tira da atividade o seu papel social. Por suas características, o turismo tem potencial para geração de empregos de forma dinâmica e responde rapidamente às mudanças e ao crescimento do mercado, em especial gera oportunidades de ingresso no mercado formal de trabalho para mulheres, jovens e pessoas de baixa escolaridade, muitas vezes tidos com menor potencial de empregabilidade.

Segundo a Organização das Nações Unidas, é a força econômica que faz com que o turismo tenha potencial para auxiliar, direta ou indiretamente, a alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS, conjunto de metas criadas pelos Estados-Membros da ONU para promover um futuro mais sustentável para o mundo.

No Brasil, da mesma forma, o turismo apresenta números expressivos. Estudos do WTTC (2018) apontam que 8,1% do PIB nacional decorrem das atividades de viagens e turismo, o que representa 556,1 bilhões de reais. Apesar de um desenvolvimento um pouco menos acelerado, impactado por fatores políticos e econômicos, o PIB turístico cresceu 3,1% em relação a 2017 e a atividade é hoje responsável por 7,5% do total de empregos no País (6,855 milhões). A projeção é que o número de empregos relacionados à atividade alcance os 8,171 milhões em 2019, com crescimento de quase 20%.

O Relatório de Impacto Econômico 2019 do WTTC aponta ainda que o Brasil ocupe a 12ª posição no ranking de receitas total de turismo no mundo, com 6,2 bilhões de dólares de impacto com gastos dos visitantes internacionais, o que corresponde a 2,2% do total de exportações.

Já no Índice de Competitividade Turística de 2019, do Fórum Econômico Mundial (WEF), o Brasil figura na 32ª posição entre 136 países. Neste relatório, o País é apontado como o segundo principal destino no mundo em recursos naturais e 9º em recursos culturais e viagem de negócios, no entanto, posições como o 127º em “ambiente de negócios”, 124º em “segurança”, 106º em “priorização do setor” e 89º em “abertura nacional” colocam o País em posição de pouca competitividade.

Todavia, o cenário é positivo quando analisamos a evolução deste índice. Em 2007, o Brasil ocupava a 59ª posição, em 2017 chegou à melhor posição – 27º lugar e em 2019 passou a ocupar o 32º lugar.

IMPACTO NO PIB MUNDIAL POR SETOR

US\$ bilhões (valores de 2018)

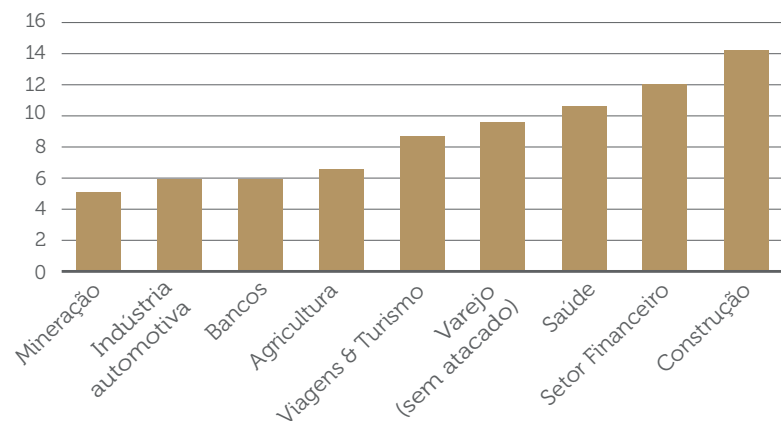


Gráfico 1 - Impacto dos setores no PIB mundial. Fonte: WTTC 2018.

PARTICIPAÇÃO DO PIB DE VIAGENS E TURISMO NO PIB GLOBAL

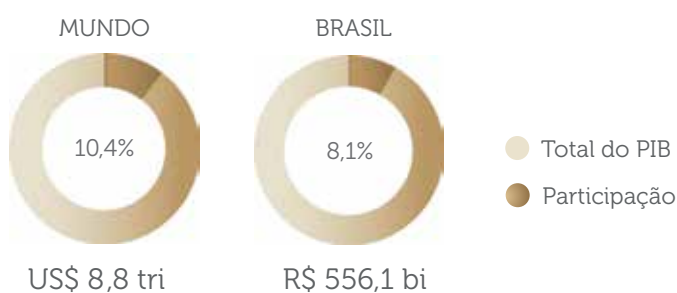


Gráfico 2 - Participação do PIB de viagens e turismo no PIB global. Fonte: WTTC 2018.

CRESCIMENTO DO PIB

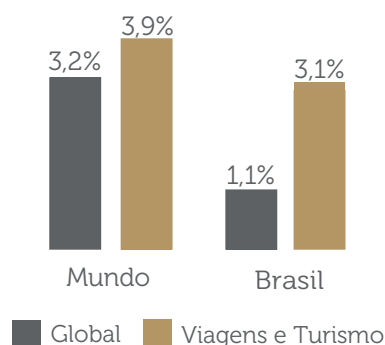


Gráfico 3 - Crescimento do PIB no mundo e no Brasil. Fonte: WTTC 2018/ IBGE 2018.

EMPREGOS EM TURISMO



Figura 3 - Empregos em turismo. Fonte: WTTC 2018.

ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE TURÍSTICA

Posição do Brasil

Total de Países Avaliados: 136

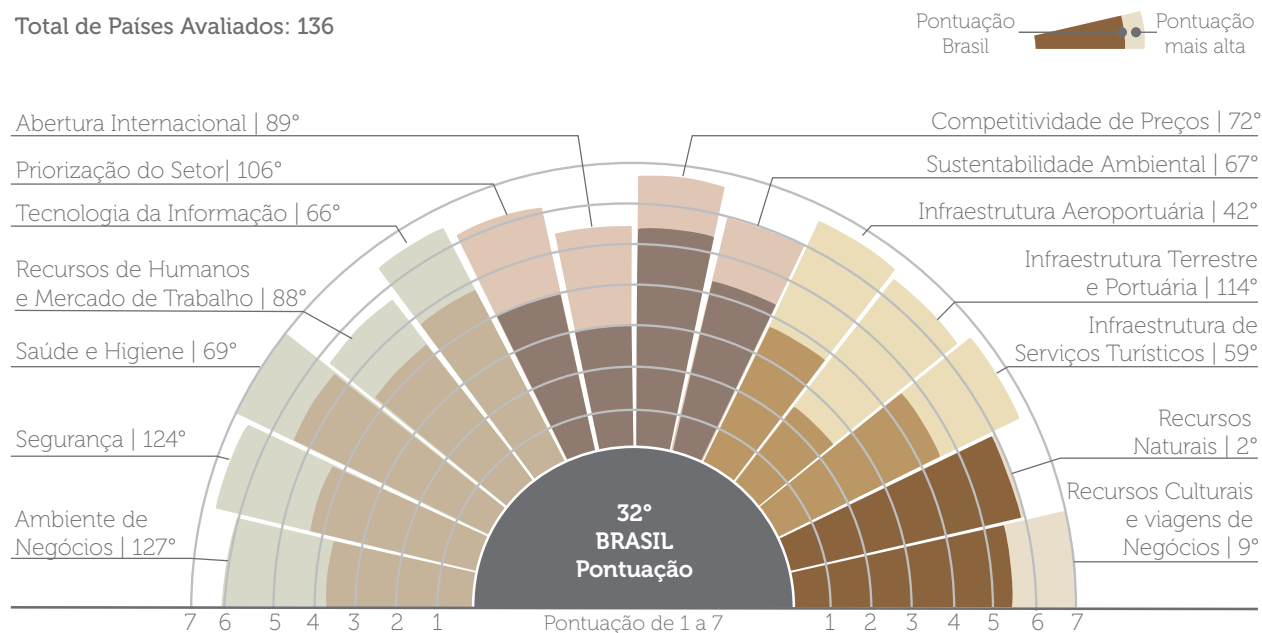


Gráfico 4 - Índice de competitividade turística - Posição do Brasil. Fonte: WEF 2019.

EVOLUÇÃO DO BRASIL

Índice de competitividade turística

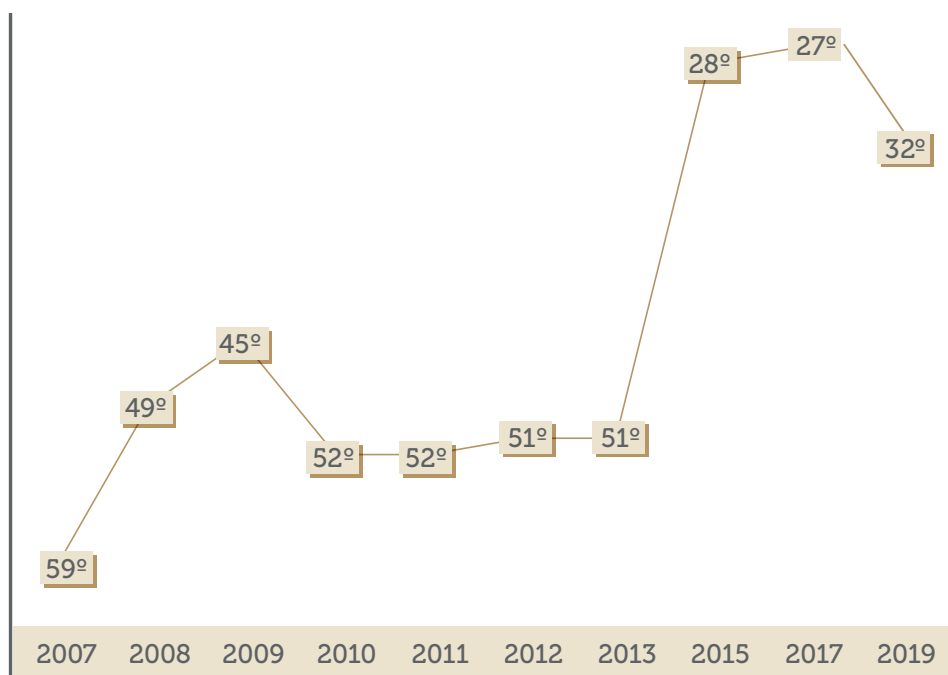


Gráfico 5 - Evolução do Brasil no Índice de competitividade turística. Fonte: WEF 2019.

Tendências no Brasil e no mundo

O turismo é uma atividade dinâmica, em constante mutação, motivada pelos mais diversos fatores. Observar as tendências que estão determinando o consumo de viagens e turismo no momento do planejamento das ações da gestão pública é fundamental para aumentar as chances de assertividade das ações. Algumas tendências do cenário turístico do Brasil e do mundo, atualmente, são:

- **Conectividade:** o viajante é conectado, busca e compartilha informações em todas as fases: no planejamento, durante e depois da viagem; utiliza-se cada vez mais de plataformas com ferramentas de avaliação e vídeos como principal linguagem de comunicação para o planejamento das viagens.

- **Tecnologia e inovação:** a tecnologia não está só no usuário, mas em toda a gestão do destino. Destinos utilizam-se do *big data* para a compreensão sobre a demanda, seu monitoramento e o planejamento de ações. Surge o conceito de *smart destination* na gestão dos destinos e experiência do turista no espaço urbano.

- **Experiência local:** cada vez mais há apreciação por viagens com experiências autênticas no destino, valorizando o aprendizado, a interação com a comunidade e a experimentação de atividades que envolvam a cultura local de forma criativa. Cresce a popularidade por alimentos e bebidas extremamente locais. Há aumento da busca de experiências independentemente do destino.

- **Viagens curtas e frequentes**

O ritmo do dia a dia requer mais paradas para o corpo e a mente. As viagens tornam-se mais curtas e ocorrem com mais frequência, ocasionando busca por locais mais próximos e favorecendo o turismo doméstico.

- **Bleisure Travel (business + leisure)**

A diminuição do tempo livre faz com que as viagens a negócios (*business*) sejam aproveitadas para o lazer (*leisure*). Há interação do trabalho

com a vida pessoal e o aproveitamento dos destinos de forma mais ampla.

- **Economia compartilhada e colaborativa**

Amplia-se o uso da economia compartilhada e colaborativa como novas formas de negócios, diversificando a oferta de serviços e impulsionando o aumento da qualidade. Plataformas como *Airbnb*, de reserva de acomodações e meios de hospedagem, e *Uber*, de transporte privativo, são cada vez mais populares e amplamente utilizadas no setor do turismo.

2.2 O turismo em São Paulo

No contexto nacional, São Paulo é o principal destino turístico em volume de visitantes, com uma demanda estimada em 15,7 milhões de turistas em 2018 (Fipe), gerando uma receita estimada em quase R\$ 13 bilhões.

Quando comparada a outros destinos nacionais, é a primeira cidade na busca por turismo de negócios, eventos e convenções, segundo a pesquisa de Demanda Turística Internacional 2014-2018, do Ministério do Turismo, e a quinta no segmento de lazer. E vem ganhando projeção como destino de turismo de lazer.

Em 2019, São Paulo foi eleita pelos viajantes, em pesquisas da plataforma *TripAdvisor*, como o sexto melhor destino turístico nacional, na premiação *Traveller's Choice*. A classificação é determinada por um algoritmo baseado na quantidade e qualidade de comentários e avaliações de hotéis, restaurantes e atrações. Em 2014, São Paulo esteve posicionada em primeiro lugar, perdendo posições nos anos seguintes, e chegando à pior colocação dos últimos anos em 2018 e 2019.

Foi apontada, também em 2019, pelo Portal *CultureTrip*, como uma das dez cidades mais multiculturais do mundo, colocando-a ao lado de destinos como Londres, Paris e Nova Iorque.



TRIP ADVISOR TRAVELLERS' CHOICE 2019

Principais destinos nacionais

CLASSIFICAÇÃO	CIDADE
1	RIO DE JANEIRO - RJ
2	GRAMADO - RS
3	PORTO SEGURO - BA
4	IPOJUCA - PE
5	JIJOCA DE JERICOQUARA - CE
6	SÃO PAULO - SP
7	CAMPOS DE JORDÃO - SP
8	FOZ DO IGUAÇU - PR
9	MACEIÓ - AL
10	SALVADOR - BA

Tabela 2 - Ranking dos principais destinos nacionais 2019. Fonte: TripAdvisor.

POSICIONAMENTO DE SÃO PAULO TripAdvisor Travellers' Choice

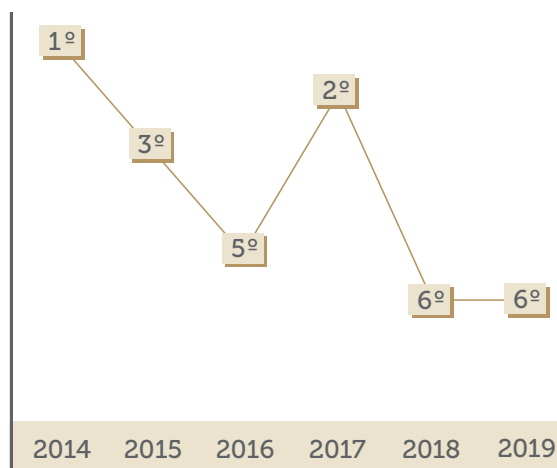


Gráfico 6 - Posicionamento de São Paulo no Ranking TripAdvisor. Fonte: TripAdvisor.



mastercard.

TOP 10 CIDADES DA AMÉRICA LATINA 2019

Por visitantes internacionais

1	CANCUN - MÉXICO
2	PUNTA CANA - REPÚBLICA DOMINICANA
3	RIVIERA MAYA - MÉXICO
4	CIDADE DO MÉXICO - MÉXICO
5	LIMA - PERU
6	SANTIAGO - CHILE
7	SÃO PAULO - BRASIL
8	BUENOS AIRES - ARGENTINA
9	CUSCO - PERU
10	CIDADE DO PANAMÁ - PANAMÁ

Tabela 3 - Ranking dos principais destinos da América Latina (nº de visitantes) 2019. Fonte: MasterCard.

POSICIONAMENTO DE SÃO PAULO Ranking MasterCard

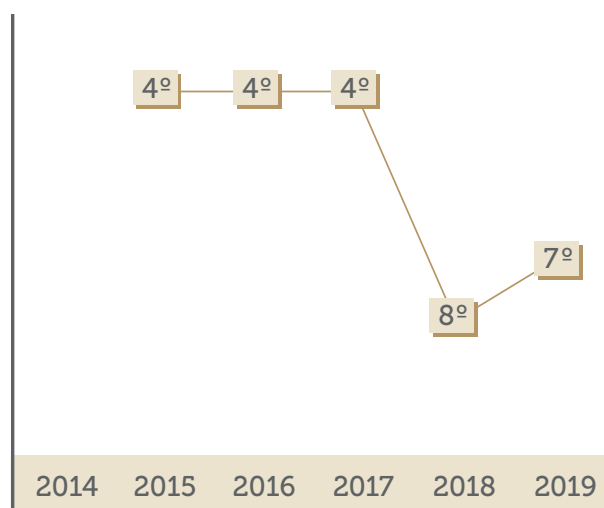


Gráfico 7 - Posicionamento de São Paulo no Ranking MasterCard. Fonte: MasterCard.



culture trip

TOP 10 CIDADES MULTICULTURAIS - MUNDO

AMSTERDAM • LONDRES • LOS ANGELES • PARIS • NOVA IORQUE • SÃO FRANCISCO • SÃO PAULO • SINGAPURA • SIDNEY • TORONTO

Tabela 4 - Top 10 cidades multiculturais do mundo 2019. Fonte: Culture Trip.

Independentemente da motivação, no contexto da América Latina, São Paulo se destaca como destino. O Relatório *MasterCard Global Destination Cities Index* 2019 apontou São Paulo em 7º lugar no *ranking Top Destinations* da América Latina, em número de turistas. Apesar de ser um número positivo, indica uma queda no posicionamento da cidade que esteve no 4º lugar no relatório de 2017.

Esse volume de visitantes tem impacto direto na economia da cidade. O acompanhamento da arrecadação do Imposto Sobre Serviço (ISS) do Grupo 13 – grupo que concentra a arrecadação das principais atividades do turismo: hospedagem, pacotes turísticos, eventos – é o melhor indicador disponível hoje para representar a participação do setor do turismo na economia. Em 2019, segundo dados da Secretaria Municipal de Finanças, a arrecadação do grupo 13 foi de cerca de R\$ 380 milhões, registrando aumento de 15% se comparado a 2018, maior porcentagem de crescimento dos últimos anos, acompanhando o crescimento da arrecadação. Em 2019 o ISS do Grupo 13 representou 2,7% do ISS total.

**ARRECADAÇÃO ISS
Grupo 13 (em milhões)**

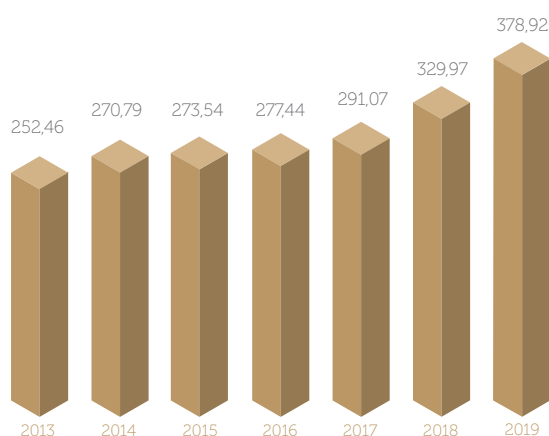


Gráfico 8 - Arrecadação ISS Grupo 13. Fonte: SF 2019.

Crescimento do Grupo 13 no ISS (%)

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
6,87	7,26	1,02	1,43	4,91	13,36	14,83

Tabela 5 - Crescimento do Grupo 13 do ISS
Fonte: SPTuris 2020.

Ainda que o Grupo 13 seja o que mais representa as atividades do turismo, acredita-se que o impacto seja consideravelmente maior, uma vez que o turismo movimenta vários outros setores da economia, contabilizados fora deste grupo. Um estudo recente da FecomércioSP aponta que 571 setores estão de alguma forma relacionados à atividade e sofrem impacto direto, indireto, compartilhado ou são aquecidos pelo turismo.

Para se ter uma ideia do volume e importância do fluxo turístico no cenário nacional e internacional, pode-se considerar o movimento de passageiros nos aeroportos de aviação comercial que servem à cidade, os quais movimentaram 622.252 aeronaves e receberam 72.773.231 passageiros em 2018; segundo a Agência Nacional de Aviação Civil.

O Aeroporto Internacional de São Paulo/Guarulhos – Governador André Franco Montoro responde por quase 20% do fluxo de passageiros do País e, de acordo com o *Megahubs International Index 2018* da OAG – *Official Aviation Guide*, que lista os 50 aeroportos do mundo mais conectados internacionalmente, encontra-se na 37ª posição, sendo inclusive o único aeroporto brasileiro na lista. São Paulo conecta-se com os sete aeroportos mais conectados do mundo, e com oito dos dez maiores. Contabilizando os três aeroportos comerciais, São Paulo possui conectividade com 29 países, 22 Estados brasileiros e o Distrito Federal.

Além do fluxo aéreo, há de se considerar o terrestre, que em 2018 teve circulação de 15.784.595 pessoas em viagem de ônibus nos três terminais rodoviários da cidade, explorando 1.619 destinos nacionais e 6 internacionais. Só no Terminal Rodoviário Tietê, considerado o maior terminal rodoviário da América Latina, a média de circulação diária é de 90 mil usuários. Em 2018, de acordo com dados da Socicam, empresa que administra os terminais, foram contabilizados mais de 10 milhões de passageiros em cerca de 403 mil veículos neste terminal.

A taxa de ocupação hoteleira é outro indicador importante que reflete o desempenho do turismo e que demonstra crescimento. Ainda que, cada vez mais, a hospedagem em imóveis para aluguel de curta temporada, como os da plataforma *Airbnb*, seja uma opção ao turista, a taxa de ocupação hoteleira em 2019 apresentou um bom desempenho, ficando na segunda melhor posição desde o início da série histórica em 2005, inferior apenas ao ano de 2011, que alcançou taxas de 69,29%.

Quando comparada à ocupação dos finais de semana, verificamos que nos últimos anos a diferença entre ambas têm diminuído, o que pode indicar a crescente do turismo de lazer que se dá, especialmente aos finais de semana e/ou a extensão da permanência do turista de negócios. A diferença que em 2012 era de 11,30%, chegou ao seu nível mais baixo em 2016 com 4,78% e encerrou 2019 em 5,85%.

Do ponto de vista da geração de empregos, o turismo é responsável, diretamente, por 252 mil postos formais de trabalho na cidade, o que representa 6,3% do total de ocupações em São Paulo.

É fato, portanto, que a atividade no município é expressiva, porém, ainda que o volume seja grande, o turista em São Paulo não é visível como o é em tantos outros lugares, porque realiza as mesmas atividades cotidianas dos paulistanos. São Paulo não é turística porque enxergou o turismo como oportunidade. São Paulo é uma Cidade Global e projeta sua influência nos centros urbanos brasileiros e do mundo, e por essência, as cidades globais são cidades turísticas. Isso explica, em partes, a ausência de um estereótipo de turista: sendo São Paulo a terra da diversidade, qualquer pessoa se passa por paulistano, ou por morador da cidade, independentemente de sua aparência física ou sotaque. Talvez seja esse o motivo para que, de forma geral, o turista se sinta tão acolhido em terras paulistanas.

TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA (em %)

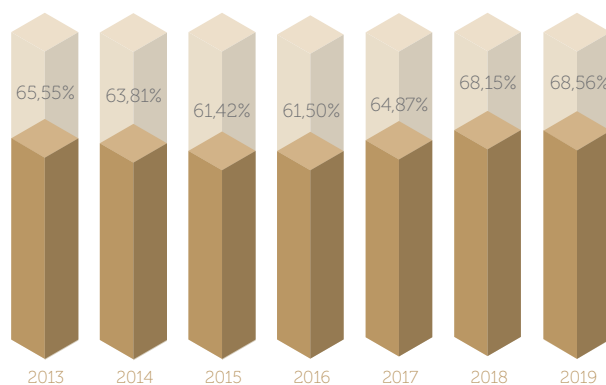


Gráfico 9 - Taxa de ocupação hoteleira. Fonte: OTE 2020.

TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA Final de semana (em %)

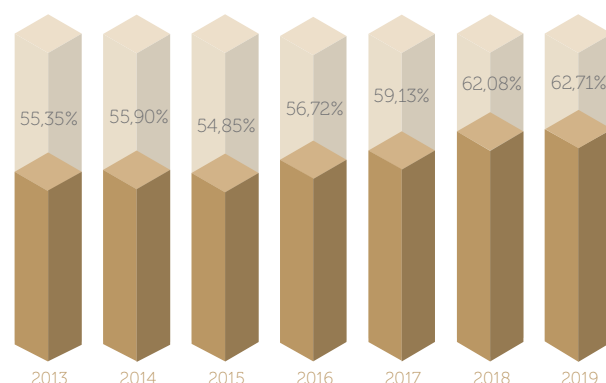


Gráfico 10 - Taxa de ocupação hoteleira no final de semana. Fonte: OTE 2020.

EMPREGOS EM TURISMO Cidade de São Paulo

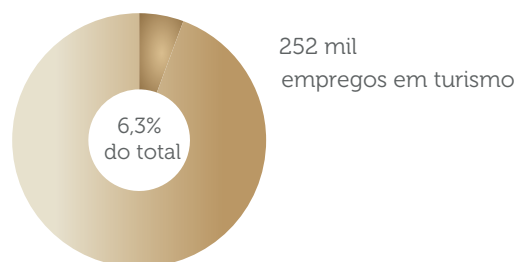
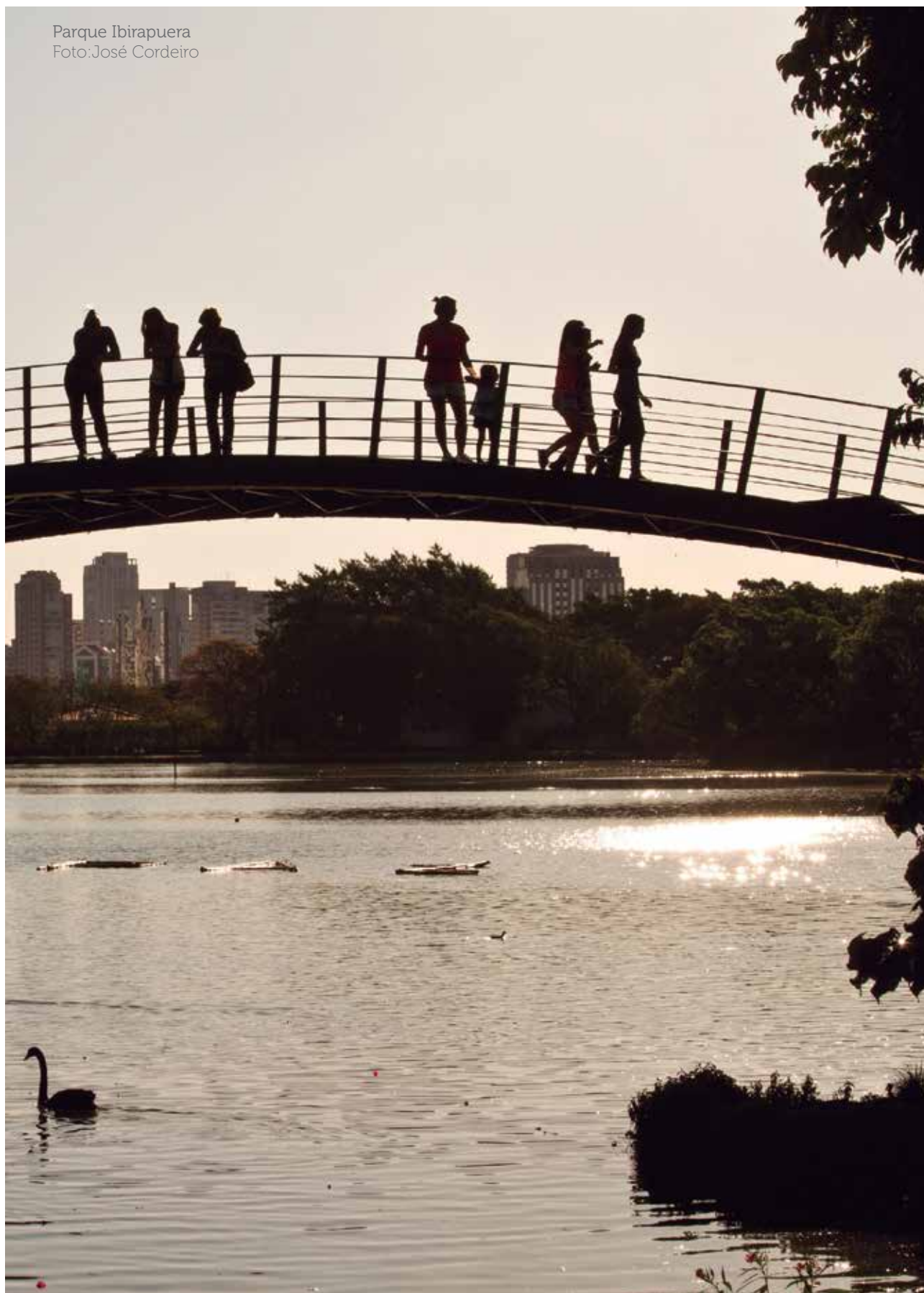


Gráfico 11 - Empregos em Turismo em São Paulo. Fonte: IPEA 2018.

Parque Ibirapuera
Foto: José Cordeiro



2.3 Demanda turística

Definida como o conjunto de pessoas vindas de outras localidades que pernoitam ao menos por um dia no destino, independentemente da motivação, a demanda turística da cidade de São Paulo é extremamente diversificada.

Os resultados apresentados sobre a demanda turística foram elaborados a partir dos estudos "Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil" (Fipe 2010), "Dimensionamento e Caracterização da Demanda Turística no Município de São Paulo" (Fipe 2010), "Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil" (Fipe 2017) e "Pesquisa de Perfil da Demanda dos Turistas da Cidade de São Paulo" (Observatório do Turismo 2015).

Estima-se que São Paulo recebeu cerca de 15,7 milhões de turistas em 2018. Destes turistas, 12,8 milhões são brasileiros e 2,9 milhões estrangeiros, visitando São Paulo, motivadas por negócios, lazer, eventos, saúde, estudos, entre outros.

CHEGADA DE TURISTAS Cidade de São Paulo - 2018

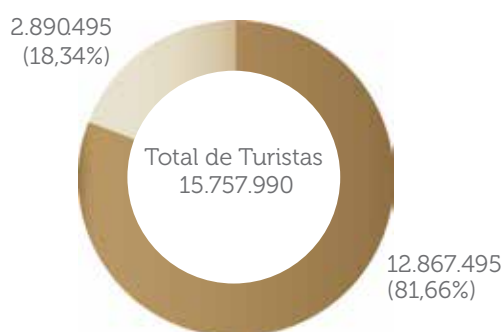


Gráfico 12 - Projeção de Turistas na Cidade de São Paulo. Fonte: Fipe/OTE 2010.

Em estimativas baseadas em um cenário tendencial para a economia brasileira desenvolvido pela Fipe e para a economia mundial disponibilizado pela *Economist Intelligence Unit*,

a receita turística gerada por essa demanda, em 2018, chegou aos R\$ 12,9 bilhões, sendo R\$ 8,1 bilhões correspondentes aos gastos dos turistas nacionais e R\$ 4,8 bilhões deixados na capital por visitantes internacionais.

Principais Emissores de Turistas

O Brasil recebeu 6.621.376 turistas internacionais em 2018, dos quais cerca de 2,5 milhões provenientes da Argentina e meio milhão dos Estados Unidos

Chegadas Turistas Internacionais no Brasil		
País	Nº Total	%
Argentina	2.498.483	37,73%
Estados Unidos	538.532	8,13%
Chile	387.470	5,85%
Paraguai	356.897	5,39%
Uruguai	348.336	5,26%
França	238.345	3,60%
Alemanha	209.039	3,16%
Itália	175.763	2,65%
Reino Unido	154.586	2,33%
Espanha	147.159	2,22%

Tabela 6 - Chegadas de turistas internacionais no Brasil em 2018. Fonte: MTur 2019.

Quanto ao destino São Paulo, a posição se inverte, Estados Unidos fica em primeiro lugar na emissão de turistas para a cidade, com 14,4% e Argentina em segundo, com 13,6%. Observa-se que, inclusive pela proximidade, a América do Sul é nosso grande polo emissor. O Estado de São Paulo é o maior emissor das Unidades da Federação no Brasil para a Capital, correspondendo a mais de 65% dos turistas do País. Isoladamente, a região sudeste responde por 77,11% dos turistas nacionais que chegam a São Paulo. Entre os municípios que mais emitem turistas para a cidade nota-se também a maior incidência de localidades próximas, como Santos-SP, Curitiba-PR e Campinas-SP.

ESTIMATIVA DA DEMANDA TURÍSTICA 2012-2020

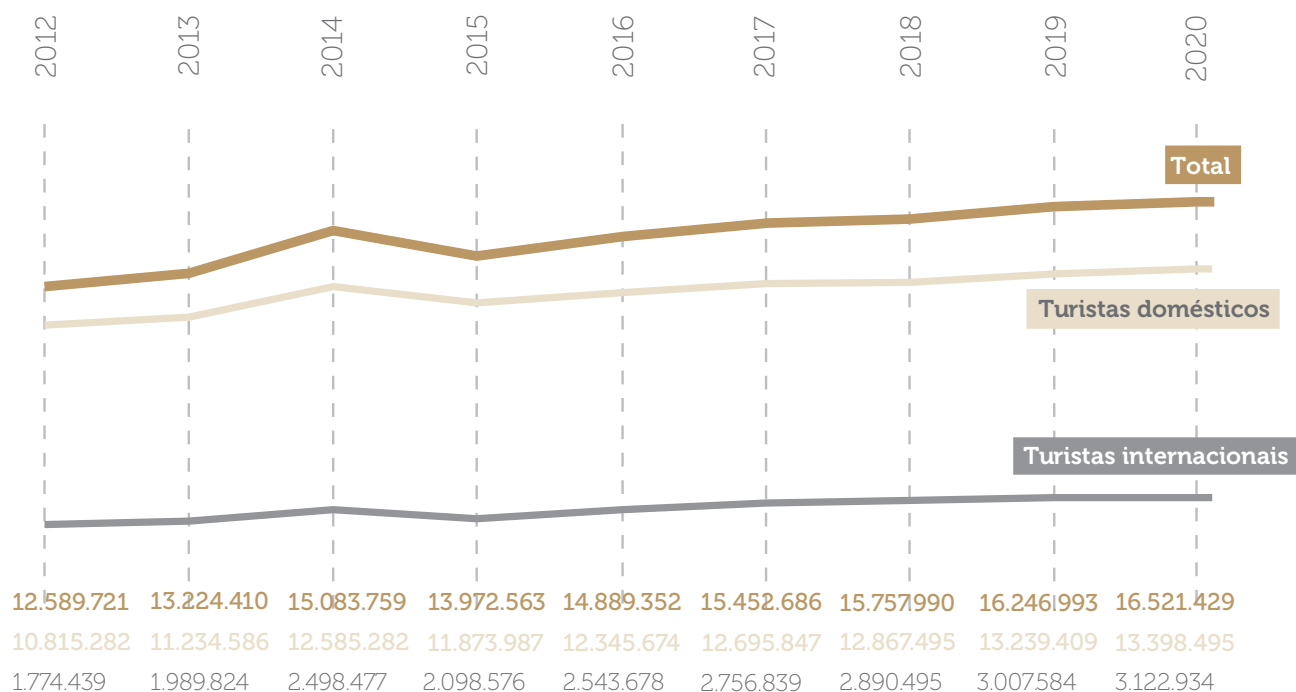


Gráfico 13 - Projeção da demanda turística. Fonte: Fipe/OTE 2010.

ESTIMATIVA DA RECEITA TURÍSTICA 2012-2020 (em R\$)

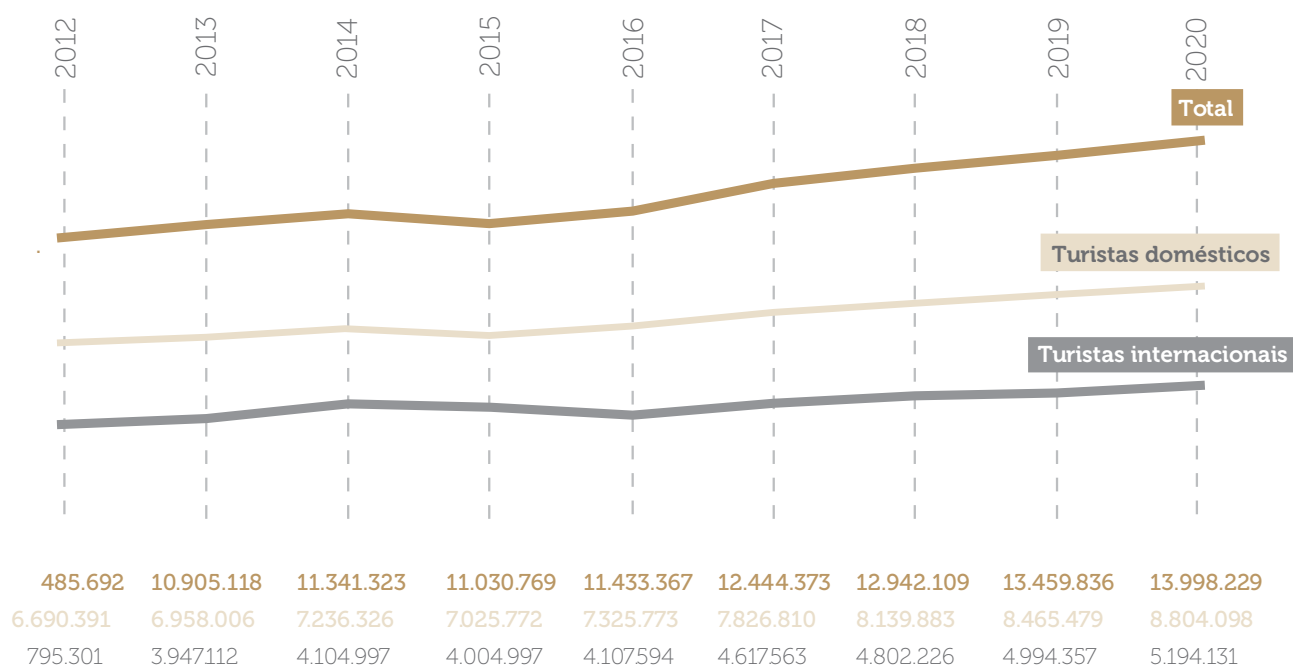


Gráfico 14 - Projeção da receita turística. Fonte: Fipe/OTE 2010.

PROCEDÊNCIA DOS TURISTAS INTERNACIONAIS

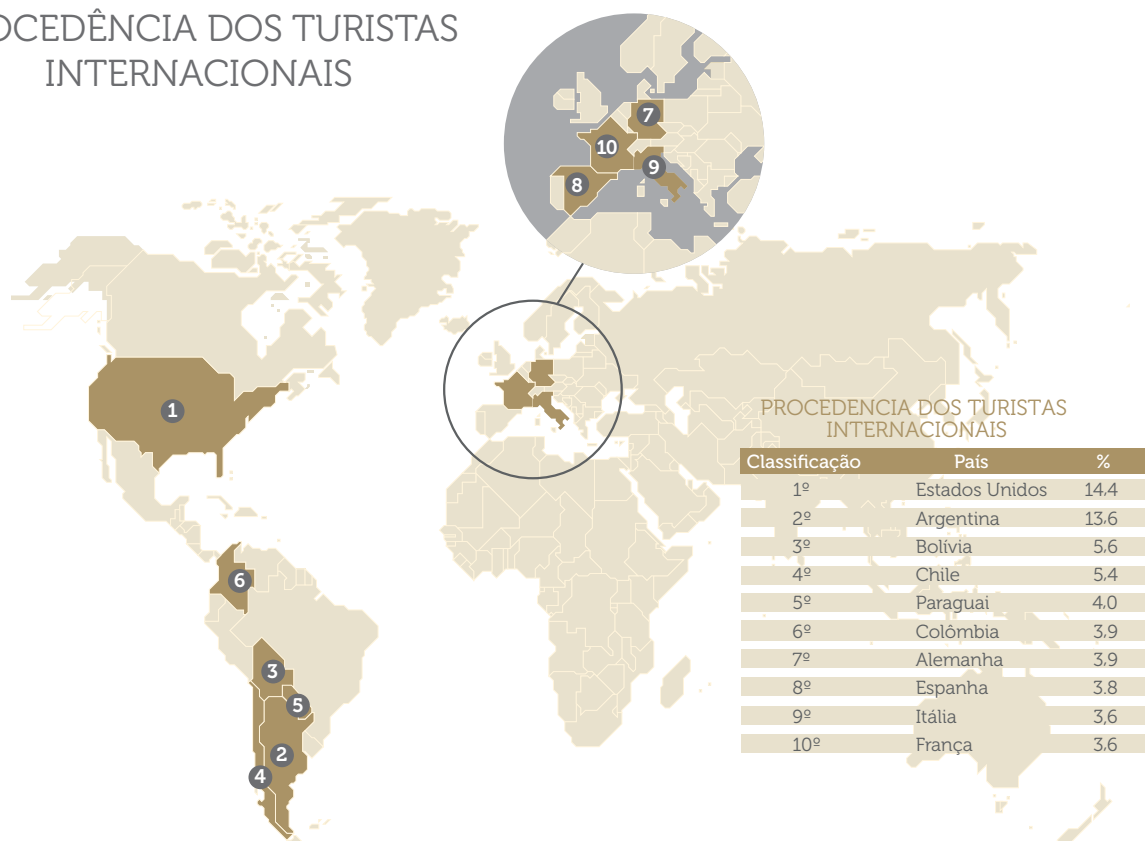


Figura 4 - Procedência dos turistas internacionais em 2018. Fonte: MTur 2019.

PROCEDÊNCIA DOS TURISTAS NACIONAIS

TURISTAS BRASIL - ESTADOS

Classificação	Estado de Residência	(%)
1º	São Paulo	65,3%
2º	Minas Gerais	6,8%
3º	Paraná	6,0%
4º	Santa Catarina	4,2%
5º	Rio de Janeiro	4,0%
6º	Rio Grande do Sul	2,6%
7º	Bahia	1,5%
8º	Goiás	1,4%
9º	Distrito Federal	1,3%
10º	Mato Grosso do Sul	1,1%

TURISTAS BRASIL - CIDADES

Classificação	Cidade de Residência	(%)
1º	Santos	4,8%
2º	Curitiba	3,5%
3º	Campinas	3,4%
4º	Rio de Janeiro	3,1%
5º	Praia Grande	2,6%
6º	Belo Horizonte	2,1%
7º	Jundiaí	1,9%
8º	Brasília	1,6%
9º	Sorocaba	1,5%
10º	Cubatão	1,4%



Figura 5 - Procedência dos turistas nacionais em 2015. Fonte: OTE 2015.

Caracterização da Demanda Turística Doméstica

Quando o recorte da análise da demanda da cidade de São Paulo é o turista nacional, em termos de gênero, há a predominância da demanda de turistas do sexo masculino (63,10%). A faixa etária da maioria desses entrevistados está concentrada nas idades entre 30 a 49 anos (47,4%). Quanto à renda mensal, a maior concentração (24,2%) está registrada entre 5 e 10 salários mínimos. É um turista que prioritariamente viaja sozinho (50,14%) e costuma vir de carro (78,4%), também considerando a proximidade dos principais emissores. Quanto à hospedagem, a maioria fica em casa de parentes ou amigos, mas há significativa parcela que se hospeda em hotéis.

par de reuniões ou eventos corporativos. É um turista que não se parece com turista, que se mistura à população, e que consome muito da oferta gastronômica e de entretenimento. Já um quarto dos turistas procuram São Paulo por motivo de lazer. É o turista que vive a cidade, que circula pelos pontos turísticos e demanda informação turística. Quanto aos demais, há os que visitam parentes e amigos, os que vêm para tratamentos de saúde e estética, para participar de eventos diversos. Há também os que vêm para estudar, para compras pessoais e uma pequena proporção por motivos diversos. A média de gasto total individual (pessoal e corporativo) durante a estada é de R\$ 688,07, com gasto médio diário de R\$ 264,64. O turista nacional fica em média 2,6 dias na cidade.

PROCEDÊNCIA DOS TURISTAS NACIONAIS

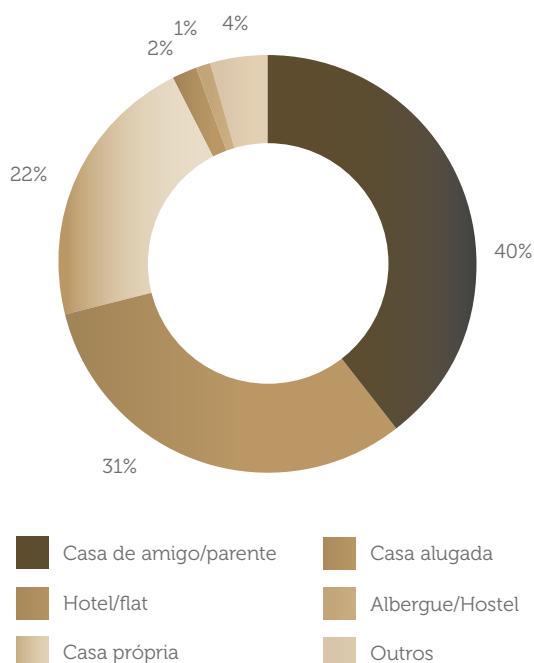


Gráfico 15 - Meio de hospedagem dos turistas nacionais. Fonte: OTE 2015.

MOTIVAÇÃO DA VIAGEM DOS TURISTAS NACIONAIS

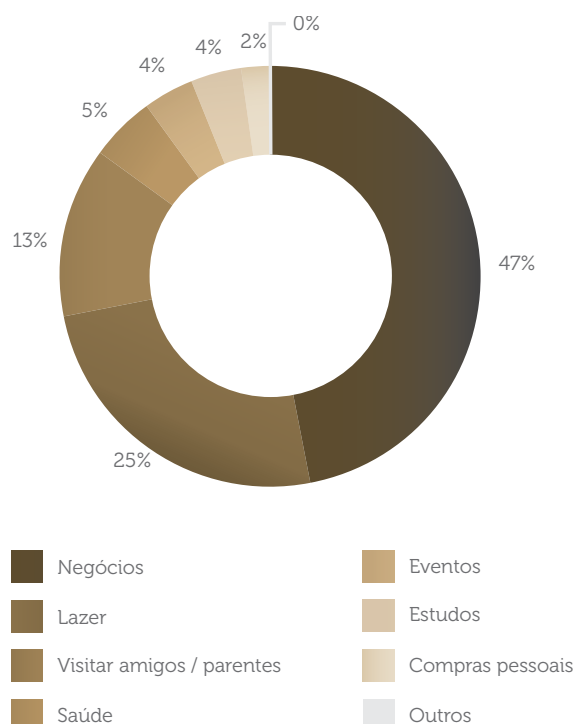


Gráfico 16 - Motivação da viagem dos turistas nacionais. Fonte: OTE 2015.

Quanto à motivação da viagem, negócios permanece em primeiro lugar, é a vocação da cidade. Quase metade dos turistas que vêm a São Paulo, o fazem a negócios para partici-

Na avaliação da cidade pelos turistas nacionais, são extremamente positivos os resultados obtidos nos itens "atrativos culturais e entretenimento", "opções gastronômicas" e "opções de compras", com respectivamente 70,4%, 86% e 86,76% do público avaliando como ótimo ou bom. Nessa avaliação também surgiram alguns

pontos que requerem maior atenção e trabalho integrado de diversas áreas dos setores público e privado, como a limpeza urbana e a sensação de segurança, sendo este o ponto mais crítico. De um modo geral, 67% dos turistas nacionais aprovam a cidade, avaliando a experiência como ótima ou boa.

Avaliação da cidade por turistas nacionais						
Item avaliado	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não usou
Hospedagem	13,80%	31,10%	6,50%	0,90%	0,80%	46,90%
Mobilidade na cidade	6,19%	31,81%	25,57%	15,55%	19,01%	1,87%
Transporte público	4,00%	24,70%	18,50%	8,50%	12,40%	31,90%
Táxi	4,99%	32,01%	12,58%	3,10%	2,87%	44,46%
Centrais de informação turística	4,00%	25,28%	11,82%	3,10%	2,65%	53,16%
Sinalização turística	5,50%	40,10%	18,70%	6,50%	4,70%	24,50%
Atrativos culturais / Entretenimento	22,10%	48,30%	7,50%	1,10%	0,50%	20,50%
Opções gastronômicas	39,10%	46,90%	6,00%	1,00%	0,60%	6,40%
Opções de compras	39,38%	47,38%	4,08%	0,47%	0,44%	8,25%
Limpeza urbana	3,34%	25,13%	36,21%	18,18%	16,09%	1,13%
Sensação de segurança	1,90%	18,00%	28,20%	20,50%	30,70%	0,70%
Hospitalidade da população	8,38%	51,24%	26,38%	5,94%	5,92%	2,14%
Avaliação geral da cidade	8,40%	58,60%	27,20%	3,70%	1,80%	0,30%

Tabela 7 - Avaliação da cidade por turistas nacionais. Fonte, OTE 2015.

Caracterização da Demanda Turística Internacional

O turista internacional que visita o Brasil é, em sua maioria, do sexo masculino (62,9%); faixa etária predominante está concentrada entre 32 a 50 anos (47,9%), mas com bastante ocorrência no grupo de 25 a 31 anos (20,7%);

com renda média mensal de USD 3.263,53. O principal acesso à cidade é por via aérea, com uma pequena ocorrência por via marítima (Porto de Santos). Em 2018, 54,6% dos visitantes internacionais se hospedaram em hotéis, nota-se uma queda na procura deste tipo de hospedagem em relação aos anos anteriores.

Meio de Hospedagem do Turista Internacional					
Tipo de alojamento utilizado	(%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Hotel, flat ou pousada	61,6%	60,4%	60,1%	58%	54,6%
Casa de amigos e parentes	29,3%	31,0%	30,9%	31,6%	35,1%
Casa alugada	2,4%	2,6%	3,0%	2,4%	2,1%
Camping ou albergue	2,9%	2,0%	3,0%	2,9%	2,6%
Casa própria	1,8%	2,3%	1,9%	2,5%	2,4%
Resort	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%
Outros	1,7%	1,6%	1,0%	2,5%	3,0%

Tabela 8- Meio de hospedagem dos turistas internacionais. Fonte: MTur 2019.

No estrato internacional, assim como no nacional, a principal motivação da viagem é negócios, eventos e convenções, seguido por outras motivações e por fim lazer. Quando comparado ao cenário da demanda nacional, São Paulo figura como o principal destino de negócios para 48,7% dos turistas, seguido pelo Rio de Janeiro, para 19,7%. A liderança da capital se repete em outros motivos, preferido por 28,3% dos turistas, novamente seguido pelo Rio de Janeiro com 21,4%. Por fim, quando o motivo da viagem é lazer, São Paulo fica na quinta posição com 7,9% da preferência, atrás de Rio de Janeiro (29,7%), Florianópolis (17,1%) e Foz do Iguaçu (12,9%) e Armação de Búzios (8,2%).

Dos turistas que visitam São Paulo a negócios, 7,4% visitam também o Rio de Janeiro e 2% visitam também Curitiba. Daqueles que têm outras motivações, 10,2% visitam também o Rio de Janeiro e 2,4% Salvador. E os turistas a lazer, visitam também o Rio de Janeiro (21,7%) e Foz do Iguaçu (9,7%).

MOTIVAÇÃO DA VIAGEM DOS TURISTAS INTERNACIONAIS

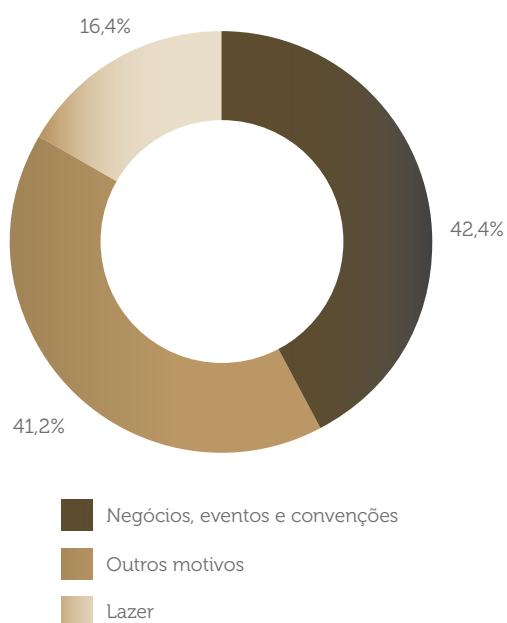


Gráfico 17- Motivação da viagem dos turistas internacionais. Fonte: MTur 2019.

O turista internacional fica em média 10,2 dias na cidade, com gasto médio de R\$ 484 por dia.

A avaliação da cidade pelos turistas internacionais é bastante positiva. Itens como hospitalidade, diversão noturna, gastronomia e alojamento tiveram resultado positivo pela grande maioria dos visitantes, com cerca de 96% a 98%. As piores avaliações são relativas a limpeza pública (69,8%), aos preços (69,9%), segurança pública (70,6%) e telecomunicações (73,7%). Se comparados os resultados de 2013 com os de 2018, treze dos dezesseis itens avaliados tiveram melhora na avaliação.



Avaliação da cidade pelos turistas internacionais					
Item avaliado	Anos / Avaliação positiva (%)				
	2013	2014	2015	2016	2017
Hospitalidade	98,0%	97,5%	98,3%	98,0%	98,4%
Diversão Noturna	95,2%	95,9%	96,7%	98,2%	98,0%
Gastronomia	96,5%	96,3%	97,5%	97,5%	98,0%
Restaurante	96,5%	96,3%	97,0%	97,3%	97,8%
Alojamento	91,8%	93,1%	94,8%	95,9%	95,2%
Serviço de táxi	91,4%	91,3%	92,2%	92,1%	92,1%
Aeroporto	73,2%	77,5%	93,4%	92,4%	91,5%
Guias de turismo	86,3%	85,1%	86,3%	87,3%	90,6%
Informação turística	79,5%	85,2%	87,1%	83,8%	86,1%
Transporte público	75,3%	79,6%	82,6%	82,6%	84,7%
Sinalização turística	67,6%	72,1%	74,8%	76,0%	78,2%
Rodovias	66,7%	69,3%	71,3%	73,0%	72,9%
Telecomunicações	63,3%	64,3%	66,1%	71,3%	71,7%
Segurança pública	68,9%	71,7%	72,9%	73,3%	71,4%
Limpeza pública	70,7%	71,1%	70,4%	71,4%	71,3%
Preços	41,6%	47,5%	63,5%	68,6%	66,0%

Tabela 9 - Avaliação da cidade por turistas internacionais. Fonte: MTur 2019.



Vista aérea do centro de São Paulo
Foto: Leon Rodrigues | Secom

2.4 Oferta turística

Considerando a oferta turística como a totalidade de produtos e serviços disponíveis ao turista em determinada localidade, é certo afirmar que a monumentalidade de São Paulo, associada à diversidade de seu povo, produz uma oferta ampla e de qualidade, que atende tanto ao senso comum quanto à individualidade de cada visitante, tornando a visita uma experiência única.

Embora seja notoriamente conhecida como a capital dos negócios, a cidade dispõe de oferta em diversos setores; os atrativos, em sua maioria de ordem cultural, incluem desde museus e centros culturais a teatros, mirantes, entre outros; há grande oferta também no âmbito natural, como parques e áreas verdes, viveiros e represas.

No setor de serviços, há todo tipo de meio de hospedagem, como hotéis, motéis, apart-hotéis, *hostels*, além do crescente número de hotéis de luxo e de hospedagem compartilhada; quanto aos eventos São Paulo é líder nacional, dispondo de diversos espaços, como pavilhões de exposições, centros de convenções, casas

de espetáculo e diversos espaços para todos os tipos de acontecimentos.

A gastronomia, rica e variada, possui desde restaurantes premiados até botecos de esquina famosos pela boa comida, bebida e atendimento, além de diversos festivais gastronômicos durante todo o ano.

A vida noturna é destaque e reconhecidamente uma das melhores do mundo, com oferta variada, de qualidade e bairros boêmios com grande concentração de estabelecimentos.

Seguindo o espírito da economia criativa e destinos inteligentes, a cidade desponta com vários exemplos que se utilizam do capital intelectual, cultural e da criatividade para gerar valor econômico, de diversos espaços com oferta acessível e de serviços e produtos que possibilitam experiências de qualidade aos turistas.

Dada a dinâmica e a dimensão de São Paulo, catalogar 100% da oferta real torna-se tarefa impossível. O levantamento dos dados a seguir foi feito entre fevereiro e maio de 2019, buscando retratar, da forma mais fiel possível, o que a cidade tem a oferecer.



Atrativos

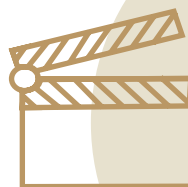
Culturais

A cidade está repleta de **espaços culturais, são mais de 500 entre museus, institutos culturais, galerias de arte, cinemas, teatros e auditórios**. Só de centros, associações, institutos e fundações culturais são mais de 100, e de galerias, ateliês e escritórios de arte, mais de 80. Mais de 70% dos espaços são de administração privada, demonstrando maturidade do setor no investimento em cultura. Há espaços renomados e reconhecidos internacionalmente; o *Traveller's Choice* Museus de 2018, da plataforma *TripAdvisor*, elencou quatro equipamentos da cidade na lista dos dez melhores do Brasil. **A Pinacoteca do Estado ficou em 2º lugar; o Catavento Cultural em 6º; o Museu do Futebol em 8º e o MASP – Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand, que possui o mais importante acervo de arte europeia do Hemisfério Sul, ficou na 10ª posição.** No mesmo ano o *Art Newspaper*, da Inglaterra, posicionou o **CCBB – Centro Cultural Banco do Brasil – na 85ª posição na lista dos 100 mais visitados do mundo**, e o **Instituto Tomie Ohtake na 92ª posição**. Há destaques em todas as artes, entre os teatros, por exemplo, despontam como referência o **Theatro Municipal**, edifício icônico de 1911, com programação erudita, e o **Teatro Renault**, com grandes produções. A **Sala São Paulo** é outro grande destaque, eleita pelo *The Guardian* **como a 10ª melhor sala de concertos do mundo**, em um *ranking* elaborado por *Traver Cox* – especialista inglês em acústica. Para os que se interessam por arquitetura, há quase quinhentos anos de história a serem explorados, com riqueza de estilos que vão desde a época colonial até os dias atuais. A **Faculdade de Direito da USP** e os icônicos **edifícios Martinelli e Copan** são bons exemplos; e por toda cidade há espaços culturais ao ar livre a se visitar, que incluem desde conhecidas **praças e viadutos**, como a **Sé** e a da **República**, e o **Chá e Santa Ifigênia**, até monumentos famosos, como o **Monumento às Bandeiras**, de Victor Brecheret.

124
Museus



76
Cinemas
357
Salas de
exibição



119
Teatros



Pinacoteca do Estado
Foto: Jefferson Pancieri



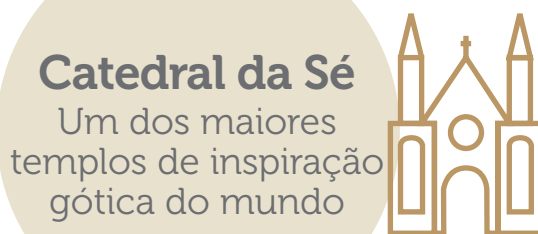
Mirantes

Há diversos mirantes para contemplação da paisagem pela cidade; estão distribuídos entre parques e edifícios públicos, restaurantes e bares. Entre os destaques, estão o **Edifício Martinelli**, um dos **primeiros arranha-céus** de São Paulo, o **Museu de Arte Contemporânea**, que oferece uma belíssima vista do **Parque do Ibirapuera**, e o **Pico do Jaraguá**, o ponto mais alto da cidade, com 1.135 metros de altura, que permite avistar boa parte do município de São Paulo.



Religiosos

A cidade conta com inúmeros espaços e edificações de destaque, seja por sua relevância arquitetônica ou importância religiosa. A **Catedral Metropolitana da Sé**, considerada um dos maiores templos de inspiração gótica do mundo; o **Santuário Mãe de Deus – Theotókos**, que tem capacidade para receber 100 mil fiéis simultaneamente; o **Templo de Salomão**, maior espaço religioso do País atualmente, e a **Basílica Nossa Senhora da Assunção – Mosteiro de São Bento**, são alguns dos exemplos mais visitados por turistas na cidade. Os cemitérios também são considerados atrativos turísticos. Em São Paulo, os **Cemitérios da Consolação** e do **Morumby** são bastante procurados, o primeiro principalmente pela arte tumular e por oferecer visitas guiadas, e o segundo por abrigar o túmulo de Ayrton Senna, piloto de Fórmula 1.



Entretenimento e diversão

No campo do entretenimento e diversão a cidade conta com parques de diversão, parques temáticos - como o **KidZânia** e o **Parque da Mônica**, espaços para a prática de jogos de inteligência, além de atrativos que apresentam a fauna abundante e diversa em espaços únicos e lúdicos, como o **Aquário**, com incrível variedade de peixes e animais de diversos biomas, o **Borboletário Águias da Serra**, considerado o maior privado do País e o **Zoológico de São Paulo**, maior da América Latina.



Borboletário Águias da Serra
Foto: José Cordeiro

Naturais

Ademais da riqueza cultural, São Paulo possui **126 parques e áreas verdes**, dos quais, o mais famoso e conhecido turisticamente é o **Ibirapuera**, projetado, entre outros, pelo arquiteto Oscar Niemeyer e entregue à cidade em comemoração ao seu quarto centenário. O **Parque da Luz** é destaque por ser o mais antigo e o **Parque Tenente Siqueira Campos – O Trianon** – é conhecido por guardar remanescentes da Mata Atlântica em plena Avenida Paulista. Os extremos da cidade são particularmente ricos em áreas verdes e onde estão localizados os polos de ecoturismo: o Polo de Ecoturismo de Parelheiros, Marsilac e Ilha do Bororé, no extremo sul, ocupando área que abrange as **APAS Bororé-Colônia e Capivari-Monos**. São locais preservados e, portanto, propícios a atividades como trilhas e esportes radicais, além abrigar **aldeias indígenas**, atrativos culturais ligados aos colonizadores locais, e sítios de agricultura orgânica. No extremo norte há o **Polo de Ecoturismo da Cantareira**, com parte da área do **Parque Estadual da Cantareira**, que extrapola os limites da cidade.

Esportes

Para praticar ou assistir, há muitos atrativos ligados ao esporte: **Centro Olímpico, Centro Paraolímpico, Centro de Esportes Radicais, velódromo, pistas de skate, hipódromos, campos de golf, estádio de sumô** e de **basebol**, entre outros. O esporte mais popular do País conta com estádios famosos, como a **Arena Corinthians**, sede da Copa do Mundo FIFA 2014, o **Morumbi**, estádio tombado pelo Conpresp, maior entre os privados e segundo maior do País, o **Allianz Arena**, muito utilizado como arena de shows, e o **Estádio Pacaembu**, sede da Copa do Mundo de 1950. E há também os menores, mas queridos pela população, como o **Canindé** e o **Juventus**. Outro destaque esportivo é o Autódromo Municipal José Carlos Pace, ou apenas **Autódromo de Interlagos**, onde acontecem as edições do Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1.



Atrativos Turísticos

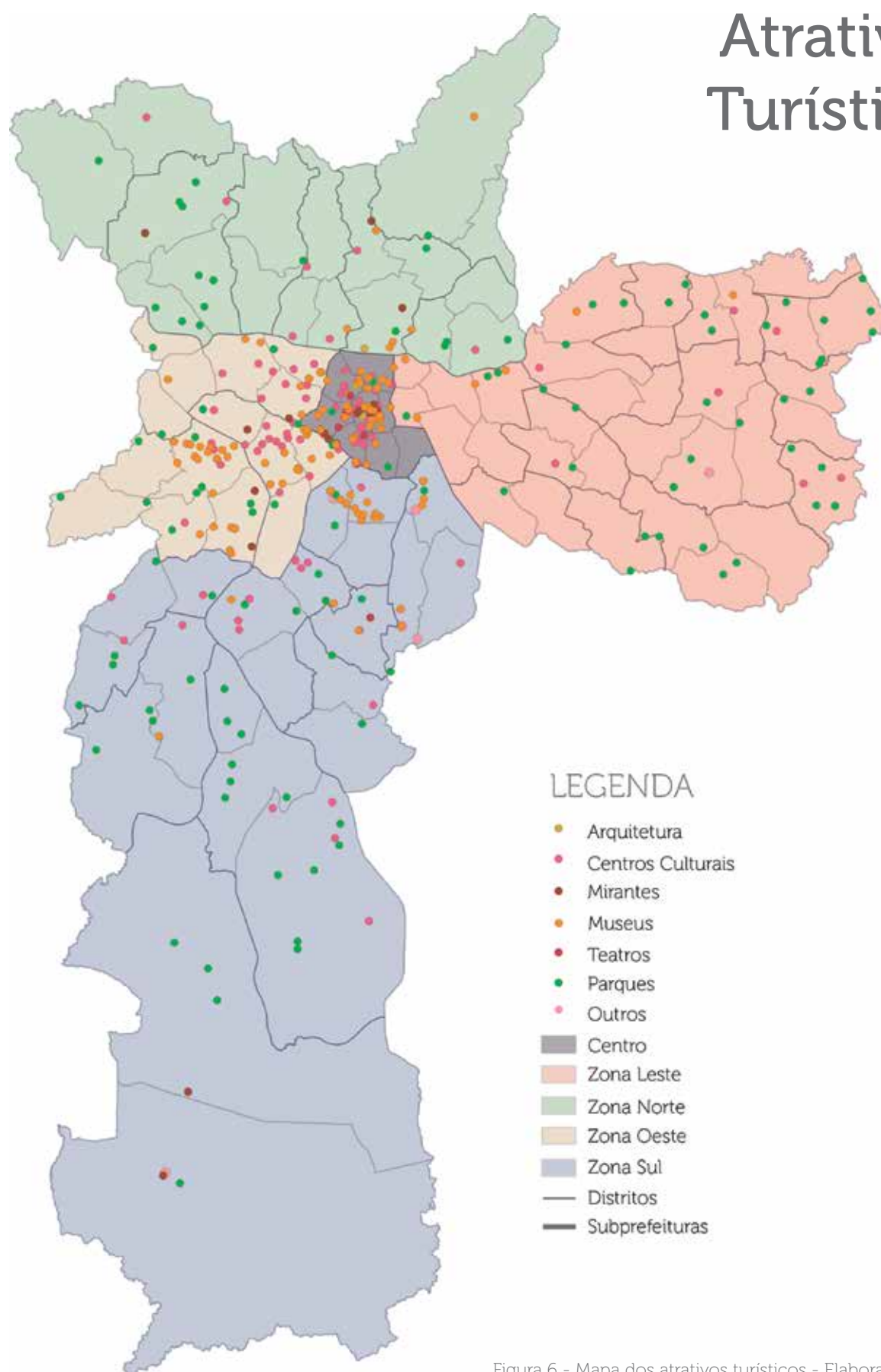


Figura 6 - Mapa dos atrativos turísticos - Elaboração própria

Eventos

Apenas em 2018, mais de **300 congressos e convenções** foram realizados na cidade, segundo dados do Visite São Paulo. De acordo com o *ranking* da Icca, a capital paulista foi o **primeiro lugar no Brasil e terceiro na América Latina em número de eventos realizados** e na listagem global, ganhou 3 posições se comparada a 2017. A cidade está equipada com diversos espaços que recebem eventos de todos os tipos. Apenas os **5 grandes centros de exposições** - Anhembi, Transamérica Expo Center, Pro Magno, São Paulo Expo e o Expo Center Norte - somam 294 mil m² de área locável. Junto a outros espaços, estão disponíveis na cidade **4,4 milhões de m² para realização de eventos**, conforme divulgado pela pesquisa Ubrafe/Fipe, 2013. Além dos locais tradicionais contabilizados nessa metragem, a cidade oferece espaços de eventos diferenciados e inusitados. Museus, estádios, centros culturais, casarões antigos, galpões, *rooftops* e parques são alguns exemplos de espaços onde é possível realizar eventos corporativos, festas e celebrações diversas. No segmento de entretenimento, São Paulo também é destaque. **O Allianz foi o estádio que mais recebeu megashows no mundo em 2017**, segundo a *Pollstar*, uma publicação especializada em concertos com sede nos Estados Unidos. Alguns dos destaques do calendário de eventos da cidade são a **Corrida Internacional de São Silvestre**, o **Carnaval de Rua**, a **Parada do Orgulho LGBT**, o **Grande Prêmio de Fórmula 1** e a **Comic Con Experience**.

1º no Brasil
3º na América Latina
em número de eventos¹



4,4 milhões m²
Área locável de eventos³



+ de 2 mil
Eventos
cadastrados
no calendário do
Visite SP 2018²

R\$ 16,3
bilhões/ano³

Impacto das feiras
de negócios



¹ Ranking Icca, 2018
² Visite São Paulo, 2019
³ Ubrafe/Fipe, 2013



ABAV Expo
Foto: Marcelo Iha

Espaços para eventos

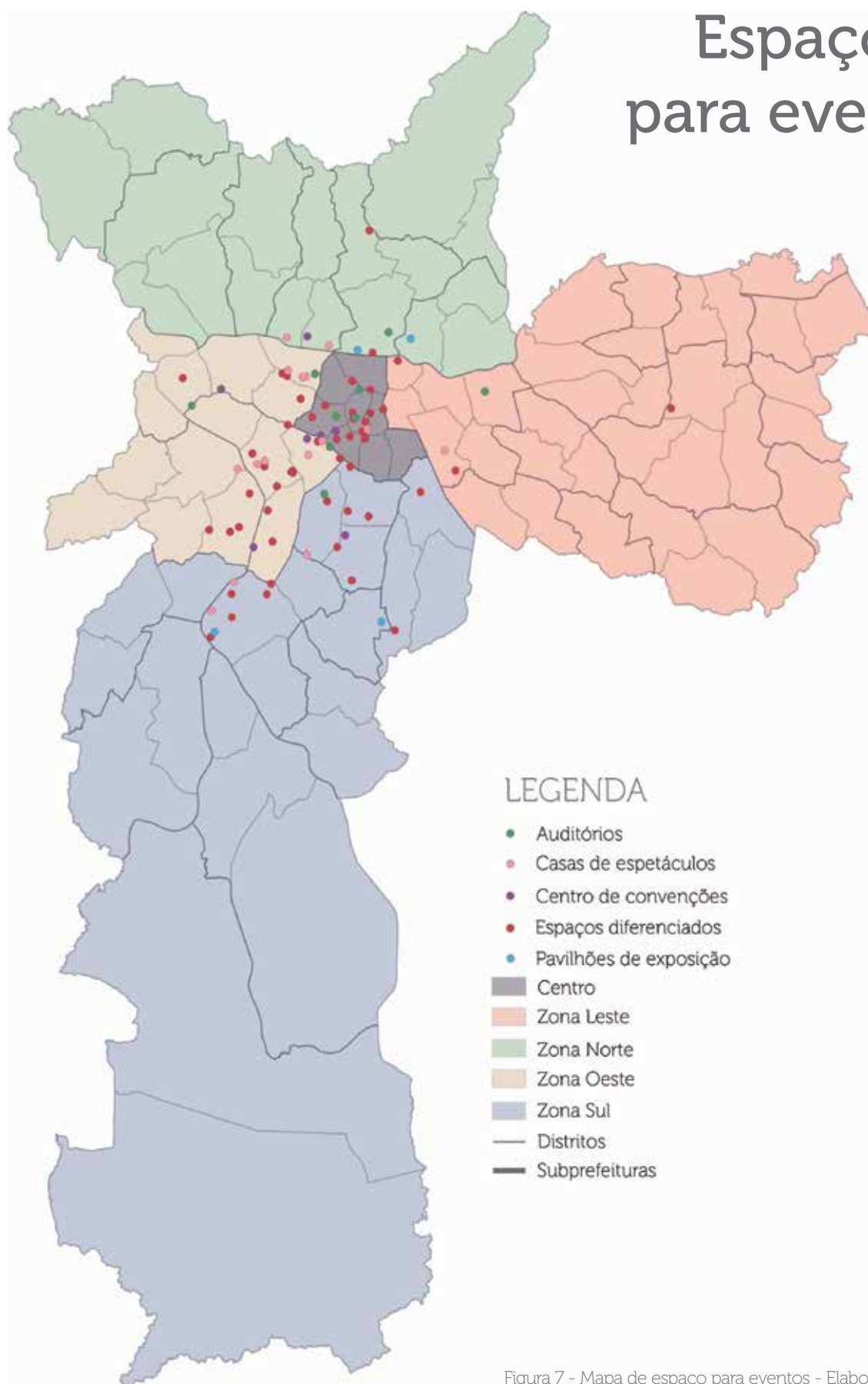


Figura 7 - Mapa de espaço para eventos - Elaboração própria

Gastronomia

São Paulo é uma cidade que vive a gastronomia de forma intensa. Conta com 110 restaurantes premiados pelo Guia *Michelin* 2019. Em 2018 recebeu o título de Capital Ibero-Americana de Cultura Gastronômica, pela Academia Ibero-Americana de Gastronomia, e de Capital da Gastronomia pelo *Salon Internacional de la Restauration, de l'hôtellerie et de l'Alimentation* – Sirha. Há reconhecimento também de restaurantes e *chefs* internacionalmente: A **Casa do Porco** ficou em 39º entre os melhores do mundo em 2019; **Helena Rizzo** foi considerada a melhor chef mulher em 2014, todos na avaliação da *The Restaurant*, e o **Mocotó** foi considerado o melhor restaurante sem reserva do mundo em 2019, pelo *The World Restaurant Awards*.

A oferta de restaurantes e bares é imensa; há desde estabelecimentos centenários, até novas experiências gastronômicas que oferecem de jantares às escuras até *brunchs* em espaços religiosos. Os **eventos gastronômicos** se multiplicam pela cidade e incluem desde festivais em centros culturais, como o **Memorial da América Latina**, até festas típicas nas paróquias e bairros. Alguns dos eventos já são consagrados, a **Restaurant Week** e o **Comida di Buteco**; as feiras livres também são famosas pelo pastel e caldo de cana. Sempre há o que comer a qualquer hora do dia ou da noite, inclusive nos **food parks** e espaços montados com *trailers* e *containers* que oferecem serviço de alimentação.

20 mil
restaurantes⁴



58

Tipos de culinária
nacionalidades e
regionalidades



30 mil
bares⁴



4 Abrasel, 2018



Culinária Japonesa
Foto: José Cordeiro

Gastronomia

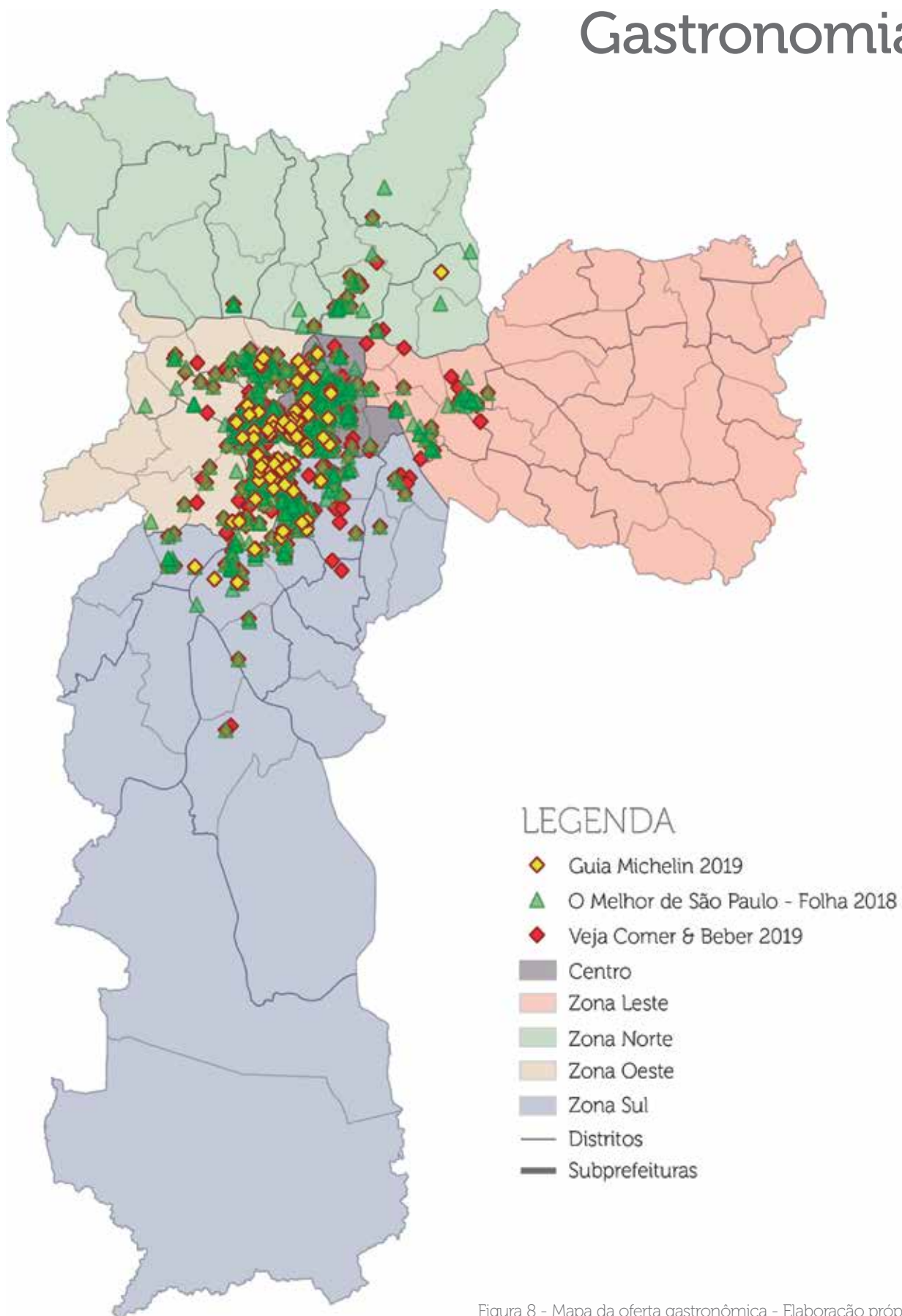


Figura 8 - Mapa da oferta gastronômica - Elaboração própria

Hotelaria

São Paulo possui uma das maiores ofertas hoteleiras da América Latina. São cerca de **400 hotéis, 45 mil quartos e 80 mil leitos**, divididos entre as diversas categorias. Há desde hotelaria de luxo até apart-hotéis e hospedagem de baixo custo. A maior parte dos meios de hospedagem pode ser encontrada nas regiões do Centro, Jardins e Pinheiros. Muitos hotéis estão associados a grandes redes hoteleiras, conhecidas internacionalmente; são **71 bandeiras**, que pertencem a **44 redes hoteleiras**, números expressivos que corroboram a força econômica do turismo. Há na cidade dois “seis estrelas”: o **Palácio Tangará** e o **Four Seasons**, e mais um em construção, o **Rosewood**. São Paulo conta também com ampla rede de *hostels* e com crescente número de imóveis para alugar por meio de plataformas digitais. Outro tipo de estabelecimento que se firma no setor são os *motéis*, que além da cobrança por horas, passaram a oferecer unidades habitacionais convencionais e valores por diária, além de repaginar a decoração das unidades habitacionais.



403
Hotéis



79
Hostels

45 mil
quartos
80 mil
leitos nos hotéis



14 mil
anúncios de
aluguel por
temporada



Referência de hotel em São Paulo
Foto: José Cordeiro

Hotelaria

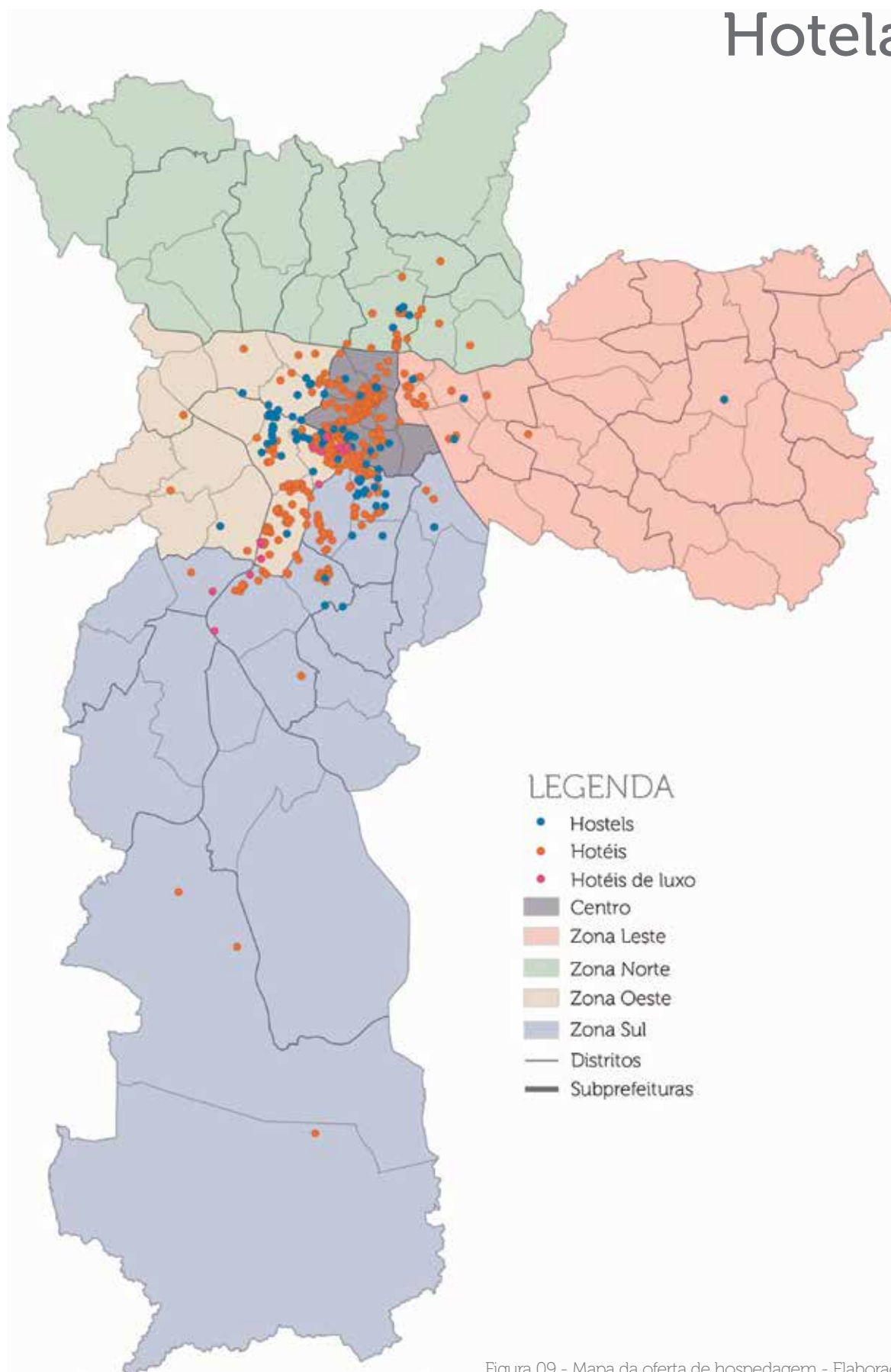


Figura 09 - Mapa da oferta de hospedagem - Elaboração própria

Acesso / Infraestrutura de transporte

Para garantir a chegada à cidade e dar suporte a toda essa oferta, atendendo à demanda de moradores, visitantes e turistas, São Paulo dispõe de uma complexa infraestrutura de transporte e vias de acesso à cidade, essenciais para o desenvolvimento da atividade turística.

O acesso a São Paulo pode ser feito por diferentes modais. O acesso rodoviário se dá por dez rodovias que conectam a capital a diversas regiões do Estado, interligadas pelo rodão Mário Covas. As chegadas por ônibus ocorrem em um dos **três terminais rodoviários**, estrategicamente posicionados e servidos por sistema de metrô. **O Terminal Rodoviário do Tietê é considerado o maior do País⁵**. Por via aérea, dos quatro aeroportos que atendem São Paulo, dois ficam fora da capital, sendo que **o segundo maior da América Latina e Caribe⁶, o Aeroporto Internacional de São Paulo/Guarulhos**, é servido pela linha Jade do metrô e pelo sistema *Airport Bus Service*; e o Aeroporto Internacional de Viracopos, em Campinas, é o segundo principal terminal de cargas do Brasil. **O Aeroporto de São Paulo/Congonhas é o segundo mais movimentado do País⁷**. Juntos, esses três aeroportos conectam São Paulo a 29 países, 24 estados mais o Distrito Federal, além de cidades do interior do estado, com voos diretos. Já no Aeroporto Campo de Marte, há a operação da aviação executiva, táxi aéreo e escolas de pilotagem. Vale ressaltar que a cidade detém a maior frota de helicópteros do mundo.

Para os deslocamentos internos, a infraestrutura é composta pelo sistema de transporte público coletivo que conta com **redes de metrô, trem, ônibus metropolitano e ônibus urbano**; transporte individual com uma ampla rede de táxis e veículos por aplicativo; **transporte alternativo com aluguel de bicicletas** e ampla estrutura de ciclovias, ciclofaixas e ciclorrotas; e o atual fenômeno de aluguel de **patinetes motorizados**, em processo de regulamentação, que vem se firmando como alternativa para locomoção em pequenas distâncias.

servida por **4 aeroportos** conectada a **29 países**



187 helipontos e 1 heliporto⁷



273km de vias, 23 municípios interligados 7 linhas e 94 estações da CPTM⁸



96,1km de vias, 6 linhas e 81 estações do Metrô⁹

3 terminais rodoviários 1359 municípios brasileiros e 19 internacionais conectados⁵



503,6km de sistema cicloviário, 88 bicicletários e paraciclos públicos 3 empresas de compartilhamento de bikes

9 aplicativos de transporte 2 exclusivos para mulheres



5. SOCICAM, 2019
6. Alta, 2018-2019
7. Anac, 2018
8. CPTM, 2019
9. Metrô, 2019

Transportes



Figura 10 - Mapa do sistema de transporte - Elaboração própria

Oferta variada

A ampla oferta de infraestrutura e serviços da cidade não se restringe aos temas apresentados e abrange outros setores, também responsáveis por movimentar a economia e atrair mais turistas para a cidade. Seja pelas inúmeras opções de lazer, como clubes e casas noturnas, pela ampla oferta de tratamentos de saúde e estética, pela extensa rede educacional, pelo grande número de estabelecimentos comerciais, ou pela qualidade dos serviços de apoio oferecidos, São Paulo é capaz de atender a todos os públicos e necessidades.

Vida Noturna

É internacionalmente reconhecida, com seus clubes de grande expressão como a **D.Edge** e a **The Week**, com as **festas independentes**, que ganham cada vez mais destaque, com os diversos **karaokês** e com **bares** que vão dos tradicionais aos temáticos. Alguns bairros tradicionais, como a **Vila Madalena**, **Vila Olímpia** e **Barra Funda**, são amplamente conhecidos pela vocação boêmia, mas não são únicos. Outras áreas vem ganhando cada vez mais destaque, como a região central, por exemplo.



Saúde e Bem-Estar

Considerada **um dos mais importantes centros de saúde do mundo**, concentra a maioria das especialidades com alto nível de capacitação profissional e tecnológica. Referência na área **médica** e **estética**, a cidade conta com diversos hospitais, alguns dos quais com **certificação internacional**, fornecida pela *Joint Comission International*, líder mundial no setor. A busca pelo bem-estar também é destaque devido à ampla oferta de **clínicas**, **laboratórios** e **SPAs**.

Economia Criativa

Responsável por movimentar **40 bilhões/ano**¹¹ na cidade, reúne setores como design, moda, cultura, tecnologia, artes, entre outros. A cidade conta com diversos programas de **incentivo à criatividade**, inovação e tecnologia, como o **FAB LAB Livre SP**, uma rede de laboratórios públicos; além de ser considerada **um dos maiores hubs de startups do mundo**. O consumo consciente também se destaca e as lojas colaborativas ganham espaço na cidade.



¹¹ Prefeitura de São Paulo



Compras

A cidade de São Paulo possui uma enorme oferta comercial. Turistas na cidade têm à disposição **56 shoppings centers**, diversas **ruas de comércio especializado** e lojas que atendem a todos os tipos de compradores. Conta também com **16 mercados públicos** que apresentam aos visitantes a identidade da cidade. O **Mercado Municipal**, por exemplo, é o principal deles. As feiras de artes, artesanato e antiguidades também são muito frequentadas por turistas. As mais famosas são a da **Praça da República** e da **Liberdade**. Entre as de antiguidade, estão a do **MASP** e a da **Praça Benedito Calixto**.

Educação e Pesquisa

São Paulo também tem relevância como destino para estudo, aperfeiçoamento e desenvolvimento de tecnologia. Referência em educação na América Latina, conta com diversas **universidades e faculdades** de destaque, que ofertam cursos livres, de graduação e pós-graduação nas mais diversas áreas, recebendo estudantes do Brasil e do mundo. A **Universidade de São Paulo (USP)**, por exemplo, é considerada a **segunda melhor universidade da América Latina**¹². Os **eventos acadêmicos** encontram na capital uma estrutura consolidada que garante êxito em sua realização.

¹² Jornal da USP-Ranking Quacquarelli-Symonds, 2018



Serviços de apoio

As cinco **Centrais de Informação Turística - CITs** promovem e divulgam os atrativos e serviços, inclusive em Libras, além de oferecer informações que facilitam a estada do turista. Das **agências** de turismo registradas no Cadastur, 48 são identificadas pela SP-Turis como de caráter **receptivo** e outras 16 empresas oferecem **passeios alternativos a pé ou de bike**. A cidade conta também com 823 guias de turismo com formação regional necessária ao guiamento da cidade. As **31 corretoras de câmbio** disponibilizam 103 lojas para a operação; há **326 empresas** na cidade cadastradas para o **transporte turístico**.





Edifício Altino Arantes | Farol Santander
Foto: Leon Rodrigues | Secom



3 OS 15 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

3.1 Metas de impacto e de resultados.....	58
3.2 Eixos estratégicos.....	60
3.3 Objetivos estratégicos.....	64

15 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

3.1 Metas de impacto e de resultados

Medir os resultados da Política Pública de Turismo não é tarefa fácil. Tampouco os efeitos que tais resultados produzem. A área carece de indicadores com variáveis e séries históricas consistentes.

Não se sabe, por exemplo, o total do número de turistas que a cidade recebe. O que se tem é uma projeção de demanda estimada, realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, que foi realizada em 2010. Isso ocorre principalmente pela dificuldade de se obter esse dado com precisão, considerando a quantidade de acessos da cidade. Atualmente, apenas o Ministério do Turismo capta a informação sobre a chegada de turistas internacionais e sua procedência, tendo como principal fonte de dados os registros de migração cedidos pela Polícia Federal. No entanto, ainda conforme essa projeção da Fipe, cerca de 82% dos turistas são nacionais. Este é apenas um exemplo.

Quando o assunto é o impacto na economia, o indicador mais expressivo é o ISS sobre turismo, ou seja, da arrecadação do imposto sobre serviços, especificamente relacionado ao chamado grupo 13, o qual engloba atividades de turismo, hotelaria, eventos e similares. Quanto à geração de emprego, usando o número de empregos formais e diretos nas atividades características do turismo captados pelo Sistema de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor Turismo – SIMT do Instituto de Pesquisa e Economia Aplicada – IPEA. Estes indicadores também possuem limitações, como a impossibilidade de captar o valor de ISS gerado em atividades correlatas ao turismo e a de captar informações confiáveis sobre os postos indiretos gerados pelo turismo. Mas, são os mais confiáveis.

Quando se trata dos rankings internacionais sobre a posição dos destinos, se tem outro tipo de lacuna. Os principais rankings globais, como o de Competitividade Internacional do *The World Economic Forum* ou o relatório anual da Organização Mundial do Turismo, classificam apenas países. A exceção seria o “*Global Destination Cities Index*” da MasterCard, que classifica por cidades. No entanto, a divulgação e análise das cidades deste ranking se restringem às 20 primeiras e São Paulo não está neste rol. São Paulo aparece apenas no “Top 10 Cidades da América Latina” da MasterCard, como se apresentou na segunda parte deste Plano.

Outros rankings, como o *International Congress and Convention Association* são relevantes, mas medem apenas uma parcela das atividades de turismo relacionada a convenções e eventos, o que pode ser útil para avaliar resultados, mas não os efeitos da política de turismo como um todo. De igual modo existem outros rankings e listas na gastronomia e outras áreas compreendidas dentro ou correlatas do turismo.

O que se quer expressar aqui é a dificuldade em formular metas de impacto e metas de resultado diante das métricas dos indicadores existentes. Por isso, um dos objetivos estratégicos desse plano está relacionado à realização de pesquisas que permitam o aprimoramento e produção de novos indicadores. Não obstante, se quer assumir o compromisso com metas de impacto e de resultado compreendidas como relevantes para medir os resultados e efeitos gerados pelos projetos realizados.

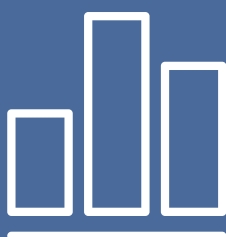
Neste sentido, esta seção mapeia quais são os indicadores a serem atualizados para se realizar a projeção das metas de impacto e de resultado a serem alcançados até 2030.

INDICADORES PARA METAS DE IMPACTO



- Aumento da arrecadação de ISS no grupo 13
Linha de base: 329,97 milhões em 2018 (SMF 2018)
- Aumento de empregos formais e diretos nas atividades características do turismo
Linha de base: 252.056 empregos em 2017 (IPEA 2018)

INDICADORES PARA METAS DE RESULTADO



- Posicionamento entre os dez principais destinos no "Global Destination Cities Index" da MasterCard até 2030
Linha de base: n/a (*Global Destination Cities Index*)
- Aumento do número de turistas
Linha de base: 15.757.990 projetados para 2018 (Fipe/OTE 2018)
- Aumento da permanência do turista nacional
Linha de base: 2,6 dias em 2015 (OTE 2015)
- Aumento da permanência do turista internacional
Linha de base: 10,2 dias em 2018 (MTur 2019)
- Aumento do gasto médio do turista nacional
Linha de base: R\$ 264,64 por dia em 2015 (OTE 2015)
- Aumento do gasto médio do turista internacional
Linha de base: US\$ 64,82 por dia em 2018 (MTur 2019)
- Aumento da taxa de ocupação hoteleira
Linha de base: 68,15% em 2018 (OTE 2018)
- Melhora no posicionamento do ranking Icca
Linha de base: Líder nacional e 3º lugar na América Latina em 2018 (Icca 2019)

3.2 Eixos estratégicos

Os objetivos estratégicos apresentados foram organizados em eixos, por similaridade. Cada eixo, com seu conjunto de objetivos, é a resposta a um desafio do turismo na cidade, identificado nas etapas preparatórias do Plano.



Figura 11 - Eixos Estratégicos e objetivos para o turismo de São Paulo - Elaboração própria

Eixo estratégico 1 - Articulação e fortalecimento institucional

A partir de sua criação, em agosto de 2018, a Secretaria Municipal de Turismo deu início a um plano de ações para suprir a falta de política pública de turismo na capital paulista. Projetos estratégicos como a valorização do Centro Histórico, a captação de eventos de visibilidade internacional e a inclusão da população no contexto turístico são exemplos da atuação positiva da Secretaria.

Todavia, o turismo é uma atividade transversal, que passa pela área de atuação de diversas outras pastas, como transporte, segurança, educação, cultura e etc. Outras vezes, requer esforços de alteração legislativa ou atuação do governo estadual ou federal, por exemplo. Alguns dos principais entraves para o desenvolvimento da atividade estão fora do escopo de atuação do turismo e dependem de uma articulação com demais secretarias e órgãos públicos, para se alcançar os impactos positivos e para que eles sejam permanentes. Ao mesmo tempo, a importância do turismo como atividade econômica e com impacto social positivo não é percebida, o que dificulta, em muito, a busca por orçamento.

Para justificar a relevância da atividade e o retorno do investimento, é importante ter dados. Ainda que hoje, o Observatório do Turismo faça o monitoramento da atividade, é preciso buscar outros indicadores e novas formas de coleta e sistematização. A evolução da tecnologia e as significativas transformações decorrentes mudaram a forma como a coleta, monitoramento e análise dos dados são feitos. Hoje, destinos turísticos inteligentes utilizam sistemas de inteligência de mercado, tanto para captação de informações da demanda turística, quanto para análise e melhor aproveitamento da oferta. Dados estes que são tão importantes para a gestão pública, quanto para a iniciativa privada.

Portanto, o principal papel da gestão pública em turismo em São Paulo é criar uma sinergia

com o próprio governo, com a iniciativa privada e trade turístico, assumindo um papel importante de conexão, para apoio e viabilização de seus projetos, mantendo sempre a preocupação de garantir que o beneficiário final das ações seja sempre a população, ainda que não seja necessariamente ela o público-alvo.

Principais desafios a serem enfrentados:

- Falta de segurança e/ou sensação de insegurança;
- Insuficiência na zeladoria pública: limpeza, iluminação, calçamento;
- Falta de reconhecimento do turismo como atividade econômica e de desenvolvimento social;
- Desconhecimento da cidade como destino turístico pela população;
- Governança pouco fortalecida;
- Poucos indicadores e ausência de sistema de gerenciamento de dados.

Eixo estratégico 2 - Calendário inteligente de eventos

São Paulo é referência no segmento de eventos, mas é comum a oferta não se conectar com a demanda, pois nem sempre são convertidos em negócios ou em produtos turísticos, pela simples falta de informação ou pela não divulgação. Do ponto de vista do setor hoteleiro ou as agências de turismo, existe uma dificuldade em criar um pacote para o *réveillon* em São Paulo, por exemplo, sem ter conhecimento antecipado da programação ou das condições do evento.

Além disso, há uma série de entraves que dificultam, burocratizam, ou inviabilizam a realização de diversos eventos, e que precisam ser trabalhados para que a cidade não perca competitividade, e como consequência, perca espaço para destinos concorrentes.

Há a necessidade de definir, clara e objetivamente, as formas oficiais de apoio do município aos eventos, analisando questões como divulgação, apoio institucional e aporte financeiro.

Principais desafios a serem enfrentados:

- Dificuldade de comunicar o calendário completo de eventos da cidade: ter a informação disponível e acessível a todos;
- Ausência de Política de apoio para captação e realização de eventos;
- Burocracia e falta de orientação das exigências legais.

Eixo estratégico 3 – Segmentação e desenvolvimento territorial

A diversidade cultural de São Paulo, fruto dos processos migratórios que a compuseram, confere à cidade características únicas, que despertam o interesse no turista. A concentração de certos povos em determinadas áreas transforma bairros em regiões turísticas, uma vez que oferece gastronomia, produtos, serviços e até mesmo arquitetura diferenciada. A Liberdade, o Bixiga e o Bom Retiro são bons exemplos.

A oferta turística na capital é superlativa. São poucas as cidades do mundo que se destacam em quase todos os segmentos turísticos como São Paulo, podendo ser explorados: o turismo de negócios, principalmente nas regiões da Paulista, Faria Lima e Berrini; saúde, próximo aos principais hospitais de referência e de especialidades da cidade; aventura, nos Polos de Ecoturismos; cultura e lazer, com museus e centros culturais, teatros, parques, entre outros distribuídos por toda cidade.

Em algumas regiões, a concentração da oferta de serviços para determinado público cria nichos, como é o caso do turismo LGBTI, que encontra nas regiões do Arouche e da Frei Caneca diversas opções de entretenimento.

Mas além dos produtos e regiões tradicionais, a cidade tem potencial para receber turistas em todos os cantos e formatar produtos criativos, que extrapolem o senso comum. O turismo hoje está fortemente atrelado à experimentação, às vivências tipicamente locais ou relacionadas a hábitos e costumes do morador, e à interação com os locais.

A formatação de produtos claros e bem definidos – não apenas a existência da oferta – gera demanda e estimula a permanência do turista por mais tempo, ampliando o consumo, implicando no aumento do gasto, na arrecadação e geração de empregos.

Principais desafios a serem enfrentados:

- Pouca ocupação do centro histórico por moradores e turistas aos finais de semana;
- Extremos da cidade com potencial para o turismo (recurso), mas sem turismo de fato (produto);
- Atividade turística não mapeada no território – segmentos e nichos.

Eixo estratégico 4 – Aprimoramento na experiência do turista

A jornada do turista é ampla e tem início bem antes da realização da viagem, na fase do planejamento, na pesquisa de destinos, paisagens, atrativos e serviços, na decisão por este ou aquele, visando suprir a suas necessidades (que dependem não só da oferta, mas de seus desejos pessoais); continua quando visita os atrativos, aproveita da programação cultural e usufrui de todos os serviços e da infraestrutura que a localidade dispõe, esperando encontrar, no mínimo, aquilo que descobriu em suas pesquisas; e finaliza depois do término da viagem, quando divulga e compartilha tudo o que viveu.

Para que essa experiência seja positiva, é preciso que o destino – e aqui entende-se por destino o poder público e iniciativa privada – esteja

preparado. Independentemente da motivação do turista, há aspectos comuns que devem ser considerados: a receptividade; a hospitalidade; a disponibilidade de informação e capacidade de comunicação, em especial em relação aos idiomas; os atrativos; os serviços públicos tais como transporte e segurança; a zeladoria urbana; os serviços turísticos e a acessibilidade. Todos eles têm forte impacto na experiência, e, quando bem estruturados, posicionam a cidade como um destino turístico competitivo.

São Paulo oferece inúmeras possibilidades de experiências memoráveis, já estruturadas e outras em desenvolvimento. A programação cultural é extensa, de qualidade e muitas vezes a preços baixos ou acessíveis; no setor de hospedagem percebe-se a expansão da hotelaria de luxo. Há opções de roteiros inusitados e inovadores, que exploram a capital de forma criativa e que mostram uma cidade humana e calorosa. E há também a gastronomia, que na capital é uma forte aliada para o encanto dos visitantes.

Porém, sua dimensão, complexidade, diversidade e quantidade de produtos, atrativos e serviços, cultura multifacetada de seu povo, ou mesmo falta de uma plataforma única que integre o setor turístico, fazem com que o desafio de garantir a excelência na experiência seja muito maior. Para que os projetos e produtos da área tenham sucesso, é preciso um pensamento transversal e articulação entre todos os envolvidos, uma vez que o turismo permeia muitos setores.

Principais desafios a serem enfrentados:

- Mobilidade e acessibilidade;
- Barreira do idioma. Falta de comunicação em idiomas, escrito ou falado;
- Pouca informação ou informação desarticulada da oferta;
- Uso restrito da tecnologia na gestão do destino.

Eixo estratégico 5 - Promoção turística e apoio à comercialização

A capital paulista é o maior destino turístico do País em volume de turistas. Possui vocação de cidade global, recebe grandes eventos e é conhecida por sua diversidade de oferta cultural, gastronômica e vida noturna, reconhecidas e premiadas internacionalmente. Utilizar-se dessa oferta - junto ao estilo de vida paulistano - para promover São Paulo como um destino turístico é essencial para o crescimento e reconhecimento da atividade turística, especialmente em um cenário tão competitivo.

A Organização Mundial do Turismo recomenda que os destinos invistam, no mínimo, 2% do valor obtido no ingresso de divisas com a atividade turística em marketing e promoção, sendo que a metade desses investimentos deve ser proveniente do setor privado.

Definir uma imagem que represente São Paulo no mercado nacional e internacional é importante para fortalecer a cidade como destino turístico, ainda que haja certa complexidade nessa definição, uma vez que São Paulo é multifacetada. Assim, é fundamental, a partir dessa definição de imagem, estabelecer um posicionamento e adotar uma política de promoção e comunicação eficiente, coesa, moderna, criativa, integrando marketing *on-line* e *off-line*.

Essa identidade precisa ser adotada por todos os parceiros - públicos e privados - e deve estar representada em toda forma de comunicação adotada, não apenas na comunicação visual, mas na forma de comunicar e no conteúdo a ser comunicado, alinhados estrategicamente.

Principais desafios a serem enfrentados:

- Pouca divulgação da oferta;
- Ausência de uma identidade turística;
- Ausência de Plano de Comunicação e Marketing.

O PLATUM E OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL - ODS

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) constituem um pacto global firmado entre os 193 Estados-Membro das Organizações das Nações Unidas para promoção de um futuro mais sustentável para o planeta terra.

Os 17 objetivos se desdobram em 169 metas, com o compromisso de não deixar ninguém para trás (*Leave no one behind*) nos temas pertinentes ao desenvolvimento, como foco em cinco dimensões: pessoas, planeta, prosperidade, paz e parcerias. E para que os ODS sejam alcançados, as nações, as organizações, as empresas e a sociedade civil devem incorporá-los em suas estratégias, atuando de maneira alinhada com esse pacto global.

A Prefeitura de São Paulo abraçou a causa e adotou o compromisso de incorporar os ODS na gestão do Município, no propósito de contribuir para construção desse futuro melhor para o planeta. Por isso, ela mapeou mais de 100 indicadores municipais relacionados com os ODS para o Programa Cidades Sustentáveis, como forma de contribuir para a municipalização da agenda. Assim, o Platum 2019|2021 levou em conta os ODS e apresenta, em seus Objetivos Estratégicos, os ODS relacionados.



Objetivos Estratégicos	ODS relacionado
1. Fortalecer a capacidade institucional técnica-administrativa por meio da infraestrutura organizacional e ampliação de recursos (humanos e financeiros).	N/A
2. Fortalecer a capacidade institucional de inteligência de dados por meio de sistemas de monitoramento e avaliação.	 
3. Fortalecer a capacidade institucional de governança por meio de parcerias com organizações do poder público, da iniciativa privada e do terceiro setor.	
4. Promover o reconhecimento e a valorização de São Paulo como uma cidade turística.	 
5. Estabelecer e divulgar um calendário de eventos unificado da cidade.	N/A
6. Definir e implantar política pública de desburocratização e apoio a eventos.	N/A
7. Fomentar e apoiar segmentos temáticos e nichos (compras, cultural, gastronômico, religioso, étnico, esportivo, ecoturismo, LGBTI, infantil, dentre outros) existentes.	
8. Incentivar o desenvolvimento territorial do turismo na cidade.	N/A
9. Fomentar o turismo nos Polos de Ecoturismo de Parelheiros/Marsilac/Ilha do Bororé e da Cantareira.	
10. Reativar o território do Triângulo SP, no centro histórico de São Paulo.	N/A
11. Ampliar e aprimorar a infraestrutura turística de mobilidade e acessibilidade.	
12. Ampliar, aprimorar e promover os serviços turísticos.	N/A
13. Promover o aprimoramento da hospitalidade para que o turista se sinta acolhido.	
14. Fortalecer a imagem de São Paulo como destino turístico de relevância nacional e internacional	
15. Aumentar o consumo da oferta turística de São Paulo por turistas e moradores.	

3.3 Objetivos estratégicos

OBJETIVO 1

Fortalecer a capacidade institucional técnica-administrativa por meio da infraestrutura organizacional e ampliação de recursos (humanos e financeiros).

Objetivo específico 1.1: Institucionalizar ferramentas de planejamento do turismo alinhadas com métodos e prazos de instrumentos da organização da PMSP.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
1.1.a Formular o Plano de Turismo Municipal com periodicidade de 4 anos, para o mesmo período de vigência do Plano Plurianual que determina o orçamento a médio prazo.	Plano de Turismo Municipal publicado com mesma vigência do PPA (2022-2025 e 2026-2029)	Comtur	2021 e 2025
1.1.b Criar Plano Executivo anual para divulgar as metas eleitas como prioritárias em cada ano, alinhando-o com a Lei Orçamentária Anual.	Plano Executivo publicado anualmente	Comtur	Contínuo
1.1.c Criar Relatório Anual de Monitoramento do Plano de Turismo Municipal, para apurar e divulgar o andamento das metas da Secretaria.	Relatório publicado anualmente	N/A	Contínuo

Objetivo específico 1.2: Qualificar e ampliar o número de servidores efetivos da Secretaria, como estratégia de garantir a continuidade da política pública de turismo.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
1.2.a Alocar na SMTur servidores efetivos de carreiras consideradas "meio" de nível médio e superior, como AGPP, APPGG, APDO, Economistas, dentre outras.	Nº de servidores efetivos lotados na SMTur	SGM SF Câmara Municipal	2021
1.2.b Criar carreiras e cargos específicos na SMTur para profissionais da área de Turismo.	Projeto de Lei para criação de cargos enviado à Câmara Municipal	SGM SF Câmara Municipal	2030

Objetivo específico 1.3: Buscar novas fontes de receita para ações e projetos.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
1.3.a Realizar estudo sobre novas fontes de recursos financeiros para o Fundo Municipal de Turismo.	Relatório do estudo apresentado ao Comtur	Comtur SMF	2021
1.3.b Realizar estudo sobre formas gerais de captação de recursos, oferecidos por outras instituições, para projetos, considerando inclusive em áreas de interface com turismo como meio ambiente.	Relatório do estudo apresentado ao Comtur	Comtur	2021
1.3.c Submeter projetos à outras instituições para a captação de recursos, incluindo projetos para os polos de ecoturismo.	Projetos submetidos	SMCC SMRI	Contínuo
1.3.d Submeter portfólio de projetos da Secretaria aos gabinetes parlamentares, prévio à aprovação da Lei Orçamentária Anual, para buscar oportunidades de emendas parlamentares.	Projetos submetidos	SMCC SMG Câmara e Assembleia Legislativa	Contínuo

Objetivo específico 1.4: Desenvolver ou apoiar a criação e manutenção de ferramentas tecnológicas que facilitem a captação e divulgação de dados públicos de turismo da cidade.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
1.4.a Realizar eventos, no formato de <i>hackathon</i> , para estimular que startups e empresas de tecnologias desenvolvam soluções para questões do turismo.	Número de eventos realizados	SMIT	2021
1.4.b Divulgar 100% dos projetos da SMTur por meio do site institucional, redes sociais, newsletter e releases.	Número de publicações de projetos / número de projetos existentes	Secom	Contínuo

OBJETIVO 2

Fortalecer a capacidade institucional de inteligência de dados por meio de sistemas de monitoramento e avaliação.

Objetivo específico 2.1: Reformular o Observatório do Turismo, compatibilizando suas atividades com as dos melhores observatórios do mundo.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
2.1.a Implantar infraestrutura organizacional "Observatório do Turismo" na SMTur.	Número de servidores e funcionários alocados na área	SPTuris SMIT	2021
2.1.b Implantar sistema de inteligência e gerenciamento de dados para análise de oferta, demanda e outros indicadores de São Paulo.	Sistema implantado e em funcionamento	SPTuris SMIT	2021

Objetivo específico 2.2: Criar novos indicadores e atualizar os já existentes de forma a atender às necessidades do poder público e do mercado.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
2.2.a Buscar novos dados por meio de parcerias com empresas de tecnologia/turismo.	Novos dados publicados	SPTuris SMIT	Contínuo
2.2.b Realizar nova pesquisa de perfil da demanda turística de São Paulo.	Pesquisa concluída e disponibilizada no site do OTE	SPTuris	2021
2.2.c Realizar nova projeção de turistas, com horizonte 2020-2030.	Pesquisa concluída e disponibilizada no site do OTE	SPTuris	2021
2.2.d Realizar pesquisa de contagem de turistas.	Pesquisa concluída e disponibilizada no site do OTE	SPTuris SMDU	2021
2.2.e Realizar pesquisa de oferta/demanda dos segmentos: compras, educação, cultura, saúde, gastronomia, religioso e vida noturna.	Pesquisa concluída e disponibilizada no site do OTE	SPTuris	2021
2.2.f Realizar pesquisa de perfil de demanda nos eventos que fazem parte do Calendário Oficial de Eventos da Cidade - Lei Municipal 14.485/07.	Pesquisa concluída e disponibilizada no site do OTE	SPTuris	2021
2.2.g Apoiar o mapeamento da oferta de equipamentos e serviços turísticos acessíveis para atualizar a plataforma "Mapa da Rede de Serviços Acessíveis" e mantê-la atualizada.	Mapeamento concluído e disponibilizado no site do Observatório e da SMPED	SPTuris SMPED	Contínuo

2.2.h Incluir dados da oferta do turismo na plataforma ObservaSampa e mantê-la atualizada	Camada de turismo criada e abastecida na plataforma	SPTuris SMDU	2021
---	---	-----------------	------

OBJETIVO 3

Fortalecer a capacidade institucional de governança por meio de parcerias com organizações do poder público, da iniciativa privada e do terceiro setor.

Objetivo específico 3.1: Atuar em sinergia com a Secretaria de Estado do Turismo e o Ministério do Turismo.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
3.1.a Criar uma agenda de ações técnicas conjuntas com a Secretaria de Estado do Turismo e o Ministério do Turismo.	Reuniões realizadas	Setur MTur	Contínuo

Objetivo específico 3.2: Atuar em sinergia com a Secretaria Municipal da Casa Civil e Câmara Municipal de São Paulo, por meio da Comissão de Turismo e Gastronomia, para debater e editar propostas de regulamentação que afetem o turismo.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
3.2.a Estabelecer uma agenda de reuniões e audiências com a Comissão de Turismo e Gastronomia da Câmara.	Número de reuniões e audiências realizadas	Câmara Municipal	Contínuo
3.2.b Mapear a regulamentação municipal existente que tenha impacto na atividade turística e analisar necessidades de alteração ou revogação a exemplo da restrição de circulação de ônibus turístico na Avenida Paulista e Lei Cidade Limpa.	Relatório de mapeamento apresentado à Comissão	Câmara Municipal	2021
3.2.c Editar portarias, decretos e projetos de lei para alterar normas que tenham impacto negativo sobre a atividade turística.	Nº de portarias, decretos e projetos de lei formulados, conforme indicação de relatório de mapeamento	Câmara Municipal	2021

Objetivo específico 3.3: Fortalecer o Conselho Municipal de Turismo – Comtur como estratégia de descentralização e intersectorialidade da política pública do turismo.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
3.3.a Fortalecer o Comtur e dar atribuições aos seus membros por meio da implantação de grupos de trabalho e/ou comissões para execução de ações do Platum.	Grupos de trabalho e/ou comissões instituídas	Comtur	2021
3.3.b Divulgar o trabalho realizado por meio do sítio eletrônico e redes sociais da Secretaria Municipal de Turismo.	Divulgação de atas do Comtur no site da SMTur e das ações nas redes sociais	Comtur	Contínuo

Objetivo específico 3.4: Manter a participação da SMTur em conselhos de turismo e áreas correlatas.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
3.4.a Participar dos conselhos e comissões relacionados ao correlatos ao turismo.	Frequência de 70% de presença nas reuniões comprovadas pelas atas, no mínimo dos conselhos em que a SMTur já é membro	CMDRSS Conturesp Caref Congetur e outros	2021 Contínuo

Objetivo específico 3.5: Estabelecer e viabilizar agenda de encontros semestrais com comitê de representantes discentes e docentes de instituições de ensino técnico e superior em turismo da cidade.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
3.5.a Realizar, no mínimo, um encontro por semestre com o comitê.	Nº de encontro semestral realizado	Instituições de ensino	2021 Contínuo

Objetivo específico 3.6: Promover encontros setoriais com o mercado (guias, agências, estabelecimentos de hospedagem, atrativos, organizadores de eventos) com especialistas, para *networking* e atualização sobre projetos e novidades que impactam o setor.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de Execução
3.6.a Realizar, no mínimo, um encontro com os setores por semestre.	Nº de encontro semestral realizado	Comtur	Contínuo

Objetivo específico 3.7: Fortalecer a vocação da Política Pública do Turismo em São Paulo como indutora de desenvolvimento econômico, social e sustentável.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
3.7a Fornecer espaço e infraestrutura para empreendedores do Programa de Desenvolvimento Econômico Local, em pelo menos quatro eventos anuais realizados pela Prefeitura/SMTur.	Número de eventos com infraestrutura oferecida	SMDET	2021
3.7b Fornecer espaço e infraestrutura para mulheres empreendedoras dos programas "Mãos e Mentes Paulistas" e "Mais Mulheres Empreendedoras", em pelo menos quatro eventos ao ano, realizados pela Prefeitura/SMTur.	Número de eventos com infraestrutura oferecida	SMDET SMDHC Comtur	2021
3.7c Organizar, no mínimo, um evento para apresentar o projeto "Mãos e Mentes Paulistas" e o projeto "Tem Saída" à empresas que organizam grandes eventos na cidade.	Apresentação dos projetos realizados	SMDET SMDHC Comtur	2021
3.7d Organizar ou participar de, no mínimo, um evento para apresentar o projeto "Tem Saída" à rede hoteleira da cidade de São Paulo.	Apresentação dos projetos realizados	SMDET SMDHC Comtur	2021
3.7e Divulgar no trade do turismo o "Selo Municipal de Direitos Humanos e Diversidade".	Apresentação do selo realizadas	SMDHC Comtur	2021
3.7f Formular um manual de práticas sustentáveis para empreendimentos de turismo e grandes eventos.	Manual de práticas sustentáveis elaborado e divulgado aos empreendimentos de turismo e grandes eventos	SVMA SMSub	2030
3.7g Criar instrumentos para estimular a prática sustentável em eventos, tais como parcerias com cooperativas de coleta seletiva, coletivos sociais, etc, para minimização do impacto ambiental.	Quantidade de ações de práticas sustentáveis implantadas	SVMA SMSub	2021
3.7h Dar publicidade ao Guia de Acessibilidade em eventos da SMPED.	Guia divulgado	SMPED	2021
3.7i Aderir e estimular a adesão de equipamentos e serviços turísticos da cidade ao Código de Conduta Contra a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes no Turismo.	Número de adesões	Comtur	2021

OBJETIVO 4

Promover o reconhecimento e a valorização de São Paulo como uma cidade turística.

Objetivo específico 4.1: Promover os atrativos da cidade para que os residentes a valorizem e a entendam como um local turístico.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
4.1.a Realizar campanha de descontos ou gratuidades para moradores da cidade em serviços turísticos e culturais, como o <i>city tour</i> , museus, e outros.	Campanha divulgada	SMC	2021
4.1.b Realizar campanha de comunicação da oferta turística para moradores da cidade.	Campanha divulgada	Secom SMC	2030

Objetivo específico 4.2: Realizar campanhas para valorização do turismo para servidores públicos e funcionários de áreas transversais ao atendimento do turista.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
4.2.a Realizar, no mínimo uma ação (como palestra, visitas técnicas, passeios de <i>city tour</i> e oficinas) que envolva funcionários e servidores de todas as áreas mapeadas.	Número de ações realizadas e funcionários de diferentes áreas de políticas públicas envolvidos	SMT SMSub SMSU SMPED SMDet	2021

Objetivo específico 4.3: Desenvolver programas de educação em turismo para escolas municipais e estaduais.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
4.3.a Desenvolver ações com a SME, para promover a valorização do turismo, como por exemplo a realização de capacitação de professores e visita técnica de alunos.	Projeto implementado	SME SVMA	2030
4.3.b Apoiar o programa "Visitas Monitoradas" que disponibiliza ônibus para as escolas levarem grupos de alunos para conhecerem locais de turismo pedagógico da cidade.	Número de novas visitas realizadas	SME SMC	2021

OBJETIVO 5

Estabelecer e divulgar um calendário de eventos unificado da cidade.

Objetivo específico 5.1: Revisar o Calendário de Eventos Oficial da Cidade de São Paulo - Lei Municipal 14.485/07, implementando novas formas de apoio à realização e captação de dados destes.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
5.1.a Reestabelecer comissão de avaliação de eventos constantes no Calendário Oficial.	Atas de reuniões da Comissão	N/A	2021
5.1.b Analisar calendário de eventos Oficial existente e propor alterações.	Novo calendário apresentado e aplicado aos próximos anos	N/A	2021

Objetivo específico 5.2: Divulgar informações dos eventos que acontecem na cidade de São Paulo.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
5.2.a Desenvolver sistema colaborativo que concentre as informações dos eventos de relevância turística ou potencial turístico da cidade, com filtros que permitam busca inclusive por nichos, temas e territórios.	Disponibilização de sistema para o público	SMIT Secom Visite São Paulo	2021
5.2.b Manter sistema atualizado com informações dos eventos de relevância turística ou potencial turístico da cidade.	Sistema atualizado mensalmente	Secom Visite São Paulo	Contínuo
5.2.c Dar transparência a todas intervenções físicas a serem geradas na operação de grandes eventos públicos contidos no calendário oficial, por meio do site da SMTur, incluindo divulgação de responsáveis pelo evento em cada um dos órgãos envolvidos.	Número de intervenções divulgadas / Número de intervenções físicas de eventos do Calendário realizadas	N/A	2021 Contínuo
5.2.d Realizar avaliação pós-evento dos eventos contidos no calendário oficial, com todos os órgãos e instituições participantes e apoiadores, e elaboração de relatório de lições aprendidas a ser compartilhado com todos os interessados.	Apresentação de relatórios ao final de cada evento	N/A	2021 Contínuo

OBJETIVO 6

Definir e implantar política pública de desburocratização e apoio a eventos.

Objetivo específico 6.1: Estabelecer critérios para que seja oferecido apoio a eventos (institucional, fomento e estrutura).

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
6.1.a Criar regulamento para apoio a eventos, considerando os diferentes tipos de apoio aos diversos eventos realizados na cidade.	Regulamento criado e divulgado	N/A	2021
6.1.b Estimular eventos que promovam a economia criativa e festivais de rua com apoio estratégico e ações da SMTur.	Número de eventos do gênero realizados/apoiados	N/A	Contínuo

Objetivo específico 6.2: Desburocratizar os processos necessários à realização de eventos públicos e privados de portes distintos.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
6.2.a Implantar comitê intersecretarial para alinhar fluxo de trabalho e comunicação, facilitando a realização/integração de grandes eventos públicos e privados, tais como o Bicentenário da Independência, Centenário da Semana de Arte Moderna, Semana Municipal da Gastronomia, dentre outros.	Atas de reunião do comitê	N/A	Contínuo
6.2.b Formular o Guia Municipal de Realização de Eventos, com normas e informações de procedimentos de diversos órgãos para obtenção de todas as licenças e autorizações para realização de eventos na cidade.	Guia publicado no site da Secretaria	SMPED	2021
6.2.c Criar estrutura ou ferramenta que facilite a obtenção das autorizações públicas necessárias para realização de eventos na cidade.	Estrutura ou ferramenta criada	SMIT	2030

OBJETIVO 7

Fomentar e apoiar segmentos temáticos e nichos (compras, cultural, gastronômico, religioso, étnico, esportivo, ecoturismo, LGBTI, infantil, dentre outros) existentes.

Objetivo específico 7.1: Formatar e divulgar produtos turísticos para os diversos segmentos.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
7.1.a Criar e divulgar roteiros temáticos que conectem a oferta turística da cidade, como por exemplo, circuito de compras populares (Região do Brás, Bom Retiro, 25 de Março).	Sistema colaborativo publicado	SPTuris Visite São Paulo Comtur	2021

Objetivo específico 7.2: Apoiar e divulgar eventos, dos diversos segmentos turísticos, da cidade.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
7.2.a Incorporar os principais eventos mapeados dos diversos segmentos na política de Apoio a eventos da Secretaria e no calendário unificado da cidade.	Novo calendário apresentado e aplicado aos próximos anos	SPTuris Visite São Paulo Comtur	2021
7.2.b Ampliar a participação das CITs nos principais eventos da cidade, considerando os critérios objetivos a serem elaborados pela SMTur (Segmento, número de público estimado, periodicidade, dentre outros).	Participar de 100% dos eventos considerados prioritários, conforme lista anual a ser definida	SPTuris Comtur Visite São Paulo	2021 Contínuo

OBJETIVO 8

Incentivar o desenvolvimento territorial do turismo na cidade.

Objetivo específico 8.1: Identificar e desenvolver as principais zonas turísticas da cidade, contemplando todas as suas regiões (norte, sul, leste, oeste e centro).

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
8.1.a Realizar estudo que permita mapear o turismo de São Paulo, identificando os segmentos e nichos nas regiões, para subsidiar a criação de zonas turísticas.	Estudo realizado	SPTuris	2021

8.1.b Inserir zonas de interesse turístico no Plano Diretor, em consonância com a proposta de Plano de Desenvolvimento Econômico 2020-2030, para combinar benefícios do que hoje são os Polos de Economia Criativa e Territórios de Interesse da Cultura e da Paisagem.	Zonas turísticas ou normatização jurídica semelhante no próximo Plano Diretor (2024-2034)	SMDet	2030
8.1.c Constituir Grupos de Trabalho Intersecretarial para integrar as ações de segurança, zeladoria, cultura, assistência social e acessibilidade nas zonas turísticas, a exemplo do Triângulo SP, no centro de São Paulo.	Número de Grupos de Trabalho constituídos	SMSub SMSU SMC SMPED SMADS	2030
8.1.d Mapear necessidade de banheiros públicos em zonas turísticas e articular sua implantação.	Número de banheiros implantados/número de zonas turísticas	SMSub	2030
8.1.e Conceder benefícios e incentivos urbanos nos territórios reconhecidos como "Zonas de Interesse Turístico".	Número de normas publicadas/ número de zonas turísticas	SMDU SMDet	2030

Objetivo específico 8.2: Fomentar e divulgar a realização de projetos que promovam o desenvolvimento do turismo pela cidade.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
8.2.1 Criar o Projeto "Vai Tur", a exemplo do "Vai" e "Vai Tec" para desenvolver experiências e serviços turísticos na cidade.	Projeto "Vai Tur" realizado	SMC SMDet	2021

OBJETIVO 9

Fomentar o turismo nos Polos de Ecoturismo de Parelheiros/Marsilac/Ilha do Bororé e da Cantareira.

Objetivo específico 9.1: Revisar e regulamentar as leis, normas e decretos que envolvam os Polos de Ecoturismo de São Paulo.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
9.1.a Regulamentar a Lei 15.953/14, que cria o Polo de Ecoturismo de Parelheiros.	Decreto publicado	SGM SVMA	2021

9.1.b Regulamentar a Lei 16.832/18, que cria o Polo de Ecoturismo da Cantareira.	Decreto publicado	SGM SMDET SVMA	2021
9.1.c Elaborar o Plano de Desenvolvimento Turístico do Polo de Ecoturismo da Cantareira – Lei 16.832/18.	Plano publicado	SGM SVMA SMSUB	2030

Objetivo específico 9.2: Estabelecer a governança sobre a gestão dos Polos de Ecoturismo.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
9.2.a Atribuir à SMTur, por meio de norma competente, a Secretaria Executiva do Congetur.	Norma publicada	SGM SMSUB	2021
9.2.b Reativar o Grupo de Trabalho Intersecretarial do Polo de Ecoturismo de Parelheiros, criado pela Portaria GAB 174/14, com as atribuições inerentes a implantação do Plano.	Ata de reunião do GTI	SGM	2021
9.2.c Realizar o 1º Fórum Regional de Turismo do Polo de Ecoturismo de Parelheiros para disseminação das propostas do Plano de Desenvolvimento do Turismo Sustentável do Polo visando à integração dos empresários locais.	Evento realizado	Congetur Amteci	2021
9.2.d Realizar encontros comerciais dos empreendimentos do Polo com o mercado do turismo (agências e operadoras).	Número de encontros realizados por ano	Amteci Congetur	Contínuo

Objetivo específico 9.3: Melhorar as condições de acesso e mobilidade no Polo de Ecoturismo de Parelheiros.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
9.3.a Apoiar a implantação de suportes para bicicletas em ônibus da rede municipal que atendam a região do Polo.	Implantação dos suportes em parte da frota de ônibus municipais	SMT	2021
9.3.b Elaborar estudo com a SMT, de alternativas para minimizar o impacto do trânsito no acesso ao Polo aos finais de semana.	Estudo realizado	SMT	2021

9.3.c Apoiar a realização de obra de alargamento da Estrada Ecoturística de Parelheiros, com infraestrutura ciclovária.	Obra realizada	SMSub, Siurb	2030
---	----------------	-----------------	------

Objetivo específico 9.4: Fomentar e apoiar a formatação de produtos turísticos da região.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
9.4.a Reformular o site do Polo de Ecoturismo de Parelheiros e mantê-lo atualizado.	Site reformulado e disponível	SPTuris Secom	2021
9.4.b Realizar <i>famtours</i> assessorados, com guias de turismo da região do polo e com troca de experiência entre os empresários locais.	<i>Famtours</i> realizados	Congetur	Contínuo
9.4.c Apoiar a abertura dos parques naturais municipais do Polo com estruturas e condições adequadas para atendimento à população e turistas.	Número de parques abertos	SMDET SVMA SMSub SMSU	2021
9.4.d Formatar as represas Guarapiranga e Billings como produto turístico para a prática de esportes náuticos, cicloturismo e de lazer.	Novos produtos criados		2030
9.4.e Enviar projeto de conservação e restauração de patrimônios históricos mapeados na região de Parelheiros, como os da Vila Evangelista de Sousa, para a SMC.	Mapeamento apresentado à SMC	SMC	2030
9.4.f Articular o retorno do trem turístico de Parelheiros, de Varginha até Evangelista de Sousa.	Trem turístico reativado	Ministério de Infraestrutura	2030

OBJETIVO 10

Reativar o território do “Triângulo SP”, no centro histórico de São Paulo.

Objetivo específico 10.1: Transformar o “Triângulo SP” em Polo de Economia Criativa Sé/República e Território de Interesse da Cultura e da Paisagem dentro do eixo Paulista/Luz.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
10.1.a Enviar Minuta de Projeto de lei sobre a matéria para Câmara.	PL enviado para Câmara	SGM	2021
10.1.b Realizar estudos sobre benefícios fiscais e incentivos urbanísticos.	Estudo realizado	SF	2021
10.1.c Desenvolver programa de incentivo à fixação de empresas do setor de economia criativa, como um polo incubador de uma experiência que poderia ser replicada em outras regiões.	Programa implementado	SMDCT	2021

Objetivo específico 10.2: Implantar estrutura turística no centro da cidade de São Paulo, conhecida como “Triângulo SP”.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
10.2.a Requalificar as calçadas, obedecendo aos critérios de acessibilidade.	Obras realizadas	SMDU	2021
10.2.b Requalificar a iluminação pública e implantar iluminação cênica.	Obras realizadas	SMDU	2021
10.2.c Implantar mobiliário urbano para que munícipes e turistas possam contemplar o território, incluindo banheiros públicos.	Mobiliário implantado	SMDU	2021
10.2.d Implantar e manter sinalização turística com <i>layout</i> de acordo com a vocação do território, incluído conteúdo.	Sinalização Implantada	SMDU SPTuris CET	2021
10.2.e Revitalizar o centro com árvores e jardins verticais para a diminuição da poluição.	Número de árvores e jardins implantados	SVMA	2021
10.2.f Apresentar projeto para estímulo de recuperação de fachadas junto à Secretaria Municipal de Cultura.	Projeto apresentado	SMC	2021

Objetivo específico 10.3: Coordenar políticas de zeladoria, segurança e assistência social para lidar com os desafios específicos do território.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
10.3.a Instituir um Grupo Intersecretarial de Governança do Território para formalizar a governança do projeto.	Grupo instituído por norma competente	SMSU SMSub Amlurb SMADS	2021
10.3.b Implantar e manter policiamento ostensivo 24h da Guarda Civil Metropolitana e atendimento ao turista.	Policiamento implantado	SMSU	Contínuo
10.3.c Implantar sistema de disponibilização de imagens em 140 pontos do Triângulo SP (City Câmeras).	Sistema implantado	SMSU	2021
10.3.d Reorganizar e manter os fluxos de varrição e lavagem de vias e equipamentos da região.	Agenda de fluxo de varrição intensificado	Amlurb	Contínuo
10.3.e Reorganizar e manter os fluxos de coleta diária de resíduos divisíveis.	Agenda de fluxo de coleta intensificado	Amlurb	Contínuo
10.3.f Reabrir o Centro de Referência Especializado para População em situação de Rua (Centro Pop Bela Vista)	Centro de Referência reaberto	SMADS	2021
10.3.g Ampliar 100 vagas no Núcleo de Convivência na Sé	Vagas ampliadas (100)	SMADS	2021

Objetivo específico 10.4: Criar e manter produtos e serviços turísticos para atrair maior número de pessoas para a região.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
10.4.a Implementar ações de comunicação com elaboração de materiais de divulgação.	Materiais criados	Secom SPTuris	2021
10.4.b Manter e ampliar o programa de visitação do Edifício Matarazzo, com ações como abrir loja de souvenir e estender o horário de funcionamento para o domingo.	Relatório mensal de visitas realizadas	N/A	Contínuo
10.4.c Elaborar e divulgar roteiros turísticos para região do Triângulo SP.	Número de roteiros divulgados	N/A	Contínuo

10.4.d Viabilizar a realização de, no mínimo, um evento mensal para atração de público e disponibilizar calendário com eventos regulares.	Número de eventos realizados	N/A	Contínuo
10.4.e Manter operações do projeto "Vem pro Triângulo SP", que tem como objetivo promover o acesso dos munícipes de São Paulo aos produtos turísticos do "Triângulo SP" e adjacências.	Número de operações realizadas por ano	SMSub	Contínuo
10.4.f Implantar um espaço institucional intitulado "Portal do Triângulo", para potencializar as ações e serviços turísticos contidos no "Triângulo SP", acolhendo neste espaço apenas guias de turismo que tenham cadastro no Cadastur.	Espaço implantado	N/A	2021
10.4.g Implantar pequenos palcos em áreas do Triângulo com pontos de energia para parceria com artistas de rua e atrações variadas	Número de palcos implantados	SMDU	Contínuo
10.4.h Facilitar o embarque e desembarque de turistas na região.	Pontos de embarque e desembarque redefinidos	CET SMT	2021 Contínuo
10.4.i Promover o aumento da oferta de hospedagem alternativa na região do Centro Histórico, desenvolvendo estratégias junto a plataformas de hospedagem (<i>Booking.com</i> , <i>Airbnb</i>).	Parcerias realizadas	<i>Airbnb</i> <i>Booking.com</i>	Contínuo

OBJETIVO 11

Ampliar e aprimorar a infraestrutura turística de mobilidade e acessibilidade.

Objetivo específico 11.1: Facilitar a mobilidade do turista em São Paulo.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
11.1.a Reformular o “cartão do turista” para uso no transporte público da cidade.	Regras alteradas	SMT EMTU Metrô	2021
11.1.b Implantar postos de venda do “cartão do turista” nos aeroportos, terminais rodoviários e estações de trem e metrô.	Número de postos de vendas e equipamentos instalados	Infraero SOCICAM Metrô	2021
11.1.c Revisar a regulamentação sobre circulação de ônibus de turismo na ZMRF e vias proibidas.	Regulamentação revisada	SMT	2021
11.1.d Rever a regulamentação do Fretamento para que contemple veículos turísticos de diferentes portes.	Regulamentação revisada	SMT CET	2021
11.1.e Implantar novos pontos de embarque e desembarque de veículos de turismo no centro e demais áreas turísticas.	Número de novos pontos de embarque e desembarque	CET	2021
11.1.f Apoiar a implantação e adequação de sistema de vias cicloturísticas/ciclovias, com sinalização específica, em zonas turísticas.	Projeto apresentado	SMT CET	2021
11.1.g Produzir materiais de apoio à visitação de pontos turísticos, como roteiros, para pessoas que queiram fazer turismo com bicicleta.	Materiais disponibilizados	CET Secom SPTuris	2021
11.1.h Realizar mapeamento de pontos (atrativos turísticos, equipamentos de apoio ao turismo, serviços públicos e de mobilidade) para implantação de bicicletários ou paraciclos.	Mapeamento realizado	N/A	2021
11.1.i Promover e incentivar a implantação de bicicletários ou paraciclos em atrativos turísticos, equipamentos de apoio ao turismo, serviços públicos e de mobilidade.	Equipamentos implantados	SMT CET	2021

Objetivo específico 11.2: Fomentar e apoiar a ampliação e adaptação de serviços e produtos turísticos para que se tornem acessíveis.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
11.2.a Realizar mapeamento de equipamentos públicos municipais de utilização turística que requerem adequações de acessibilidade.	Mapeamento realizado	SMPED	2021
11.2.b Elaborar projeto para tornar acessíveis equipamentos públicos municipais de utilização turística, com cronograma e definição de pontos prioritários.	Quantificação de pontos turísticos prioritários com acessibilidade	SMPED	2021
11.2.c Fazer levantamento de quais serviços públicos de utilização turística devem receber comunicação oral e visual multilíngue.	Relatório apresentado	SMPED	2021
11.2.d Apoiar a implantação de comunicação multilíngue em serviços públicos de utilização turística, conforme necessidade mapeada.	Número de serviços turísticos com comunicação multilíngue implantada	SMPED	2030
11.2.e Elaborar manual de boas práticas de acessibilidade em turismo e divulgá-lo aos atrativos e serviços.	Manual de boas práticas elaborado e divulgado	SMPED	2021
11.2.f Criar e divulgar um selo para certificar estabelecimentos e serviços de zonas turísticas que disponham de comunicação multilíngue e inclusiva (ex: táxi, restaurantes, comércio).	Selo criado e divulgado. Estabelecimentos sinalizados	SMPED	2021

Objetivo específico 11.3: Implantar sinalização turística, considerando critérios de legibilidade turística.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
11.3.a Formular norma, em acordo com as Diretrizes do Guia Brasileiro de Sinalização Turística, que estabeleça critérios objetivos para aferição de quais atrativos devem ter sinalização turística.	Norma formulada	CET	2021
11.3.b Implantar sinalização turística viária em atrativos e regiões não contemplados pelo atual programa.	Número de novas placas implantadas	CET	2021

11.3.c Implantar totens interativos de informação turística, multilíngues e acessíveis, em locais estratégicos e zonas turísticas da cidade.	Número de totens implantados	SMSub SMPED SMSU	2030
11.3.d Articular com as concessionárias do Metrô e CPTM para que seja contemplada na comunicação multilíngue das estações a indicação de atrativos turísticos no entorno.	Número de estações sinalizadas	CPTM Metrô	2030

OBJETIVO 12

Ampliar, aprimorar e promover os serviços turísticos.

Objetivo específico 12.1: Fomentar serviços de *City Tour* na cidade de São Paulo.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
12.1.a Implementar o serviço de <i>City Tour</i> Oficial, em substituição à Linha Circular Turismo.	Serviço implantado	N/A	2021
12.1.b Incentivar a criação de serviços de <i>city tours</i> com operação regular.	No mínimo um <i>City tour</i> criado	N/A	2021

Objetivo específico 12.2: Ampliar e qualificar o atendimento presencial ao turista por meio das Centrais de Informação Turística - CITs existentes.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
12.2.a Promover a qualificação de profissionais das CITs com periodicidade, com foco na hospitalidade e idiomas.	Incluir item na próxima licitação.	N/A	2021 Contínuo
12.2.b Realizar reparos na infraestrutura e ajustes na comunicação visual das CITs sempre que necessário.	Reparos na infraestrutura e ajuste de comunicação feitos nas CITs fixas.	N/A	2021 Contínuo
12.2.c Instalar novas CITs na cidade de São Paulo, realizando estudo de viabilidade em locais considerados estratégicos, ainda que fora do município, como o Aeroporto de Guarulhos.	Estudo sobre novos locais para implantação de CITs realizado e CITs implantadas.	N/A	2021

Objetivo específico 12.3: Fornecer informações turísticas em formatos multilíngues, considerando critérios de legibilidade turística.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
12.3.a Elaborar materiais de apoio (como mapas e guias) para as demandas do atendimento nas CITs, eventos, hotéis e etc.	Número de materiais de apoio disponibilizados por diversos canais	N/A	Contínuo
12.3.b Elaborar e imprimir mapas turísticos em braile.	Mapas turísticos disponibilizados	SMPED	2030
12.3.c Requalificar o site cidadadesaopaulo.com para torná-lo uma plataforma responsiva que sirva de referência para o mercado, moradores e turistas.	Requalificação e manutenção do site	SPTuris	Contínuo
12.3.d Inserir informações sobre os guias de turismo cadastrados pelo sindicato da categoria no site cidadadesaopaulo.com, com possibilidade de filtrar por idioma e especialidade de atuação.	Informações inseridas	Sindegtur	2021
12.3.e Apoiar e divulgar <i>walking tours</i> , <i>bike tours</i> e similares na cidade, em sites, redes sociais, Centrais de Informação Turística e etc.	Número de publicações realizadas	Agências organizadoras	Contínuo
12.3.f Qualificar o canal 156 de atendimento da Prefeitura para fornecer informações de serviços e produtos turísticos, em português, espanhol e inglês.	Canal aberto e em funcionamento	SMIT	Contínuo

Objetivo específico 12.4: Valorizar a produção e comercialização de suvenires e produtos manuais com identidade local.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
12.4.a Mapear, sistematizar e divulgar locais de venda de suvenires e produtos manuais com identidade local.	Locais divulgados no site cidadadesaopaulo.com	SMDet	2021
12.4.b Articular e incentivar a produção de suvenires, utilizando o <i>branding</i> da Cidade de São Paulo, por meio do licenciamento de produtos oficiais.	Licenciar produtos oficiais	Secom	2030

OBJETIVO 13

Promover o aprimoramento da hospitalidade para que o turista se sinta acolhido.

Objetivo específico 13.1: Ampliar, facilitar e divulgar tecnologias que promovem a hospitalidade ao turista.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
13.1.a Mapear as tecnologias e ferramentas de apoio ao turista já existentes e divulgá-las por meio dos sites eletrônicos e redes sociais.	Quantidade de tecnologias e ferramentas divulgadas	Secom	2021
13.1.b Implantar o sistema <i>Wi-Fi</i> Livre em pontos turísticos.	Números de pontos de <i>wi-fi</i> implantados em pontos turísticos	SMIT	2021
13.1.c Articular para substituir a exigência de CPF pelo ID ou Passaporte, para facilitar a ativação de chips de telefonia celular por turistas estrangeiros.	Sistema de ativação de chips para estrangeiros nas principais empresas de telefonia móvel	Anatel Operadoras de telefonia	2021

Objetivo específico 13.2: Ampliar, facilitar e divulgar o consumo da oferta turística, inclusive em horário diferenciado.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
13.2.a Articular com principais museus da cidade, a abertura em horário noturno.	Quantificar museus que aderiram ao programa de visitação em horários diferenciados	SMC Museus públicos e privados	2021
13.2.b Estimular a divulgação cruzada entre atrativos que estejam próximos, aumentando o potencial de atratividade.	Circuitos turísticos divulgados	SMC Museus públicos e privados Trade	Contínuo
13.2.c Prospectar parcerias para implantação de cartão com descontos (" <i>City Pass</i> ") para atrativos e benefícios na cidade.	Cartão implantado	SMC Museus públicos e privados Trade	2021

Objetivo específico 13.3: Promover a qualificação constante dos Agentes de Segurança Pública, a fim de atendimento a equipamentos e eventos turísticos.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
13.3.a Incluir o tema de turismo e hospitalidade nos cursos de formação e aperfeiçoamento dos Agentes de Segurança Pública.	Incluir o assunto na Ementa de, no mínimo, um curso a ser realizado	SMSU SSP-SP	2021
13.3.b Capacitar Agentes de Segurança Pública em protocolos de atendimento turístico em diferentes idiomas para que forneçam informações a turistas estrangeiros em zonas turísticas.	Número de agentes de segurança capacitados	SMSU SSP-SP	Contínuo
13.3.c Organizar fóruns anuais com órgãos da segurança, municipal e estadual, para debater a atuação desses órgãos junto aos turistas.	Número de fóruns realizados por ano	SMSU SSP-SP	Contínuo

Objetivo específico 13.4: Incentivar as boas práticas de hospitalidade por meio da sensibilização, capacitação e avaliação voltadas para profissionais do turismo.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
13.4.a Elaborar e divulgar cartilha de boas práticas em hospitalidade de serviços e atrativos turísticos e correlatos.	Cartilha de boas práticas elaborada e divulgada	N/A	Contínuo
13.4.b Criar parcerias para oferecer cursos de língua (inglês e espanhol) para profissionais do setor, com foco em protocolos de hospitalidade.	Número de cursos gratuitos ou com descontos oferecidos	CEU SMRI	2030
13.4.c Desenvolver ações para sensibilização de profissionais que interagem com turistas para que conheçam e divulguem a oferta turística.	Número de ações de sensibilização desenvolvidas e aplicadas	N/A	Contínuo
13.4.d Sensibilizar empresas e profissionais sobre a importância da capacitação em Libras por meio de oficinas.	Número de oficinas realizadas	SMPED	Contínuo
13.4.e Promover cursos de qualificação e certificação para guias de turismo que atuem em São Paulo.	Cursos realizados	Mtur Setur Sindegstur	2030
13.4.f Apoiar campanhas de fiscalização ao exercício ilegal da profissão de guias de turismo, com base no Art. n.º 47, de Lei das Contravenções Penais, exercício ilegal de profissão.	Número de intervenções realizadas	MTur Setur	2030

OBJETIVO 14

Fortalecer a imagem de São Paulo como destino turístico de relevância nacional e internacional

Objetivo específico 14.1: Planejar estratégias de marketing.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
14.1.a Formular plano de marketing para a cidade em parceria com representantes de organizações públicas e privadas, incluindo as localizadas nos extremos da cidade.	Plano publicado	Comtur	2021

Objetivo específico 14.2: Promover o reposicionamento de marca para promoção da cidade.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
14.2.a Revisar ou criar uma marca para São Paulo e definir conjunto de ações alinhadas ao posicionamento proposto e valores da marca para promoção do destino (<i>branding</i>), incluindo manual de aplicação da marca.	Marca publicada	Comtur Secom	2021
14.2.b Criar estruturas físicas de comunicação (Totens, letreiros com QR code) para promover a marca de São Paulo, por meio de fotos para mídias e redes sociais.	Número de ações criadas e divulgadas	Secom SMDU	2030

Objetivo específico 14.3: Implementar campanhas para promover a cidade de São Paulo, contemplando todas as regiões do município como destino turístico.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
14.3.a Realizar campanha para promoção de São Paulo combinada com outros destinos do Estado e do Brasil.	Número de campanhas realizadas	Secom Setur MTur	Contínuo
14.3.b Realizar campanha para promoção de São Paulo nos destinos onde há isenção da necessidade de visto para o Brasil como Austrália, Canadá, Estados Unidos, Japão e alguns países europeus.	Número de campanhas realizadas	Secom SMRI Embratur MTur	2030 Contínuo

14.3.c Realizar campanha para promoção de São Paulo nos principais destinos emissores.	Número de campanhas realizadas	Secom SMRI Embratur MTur	Contínuo
14.3.d Realizar campanha para promoção específica do turismo de base comunitária nos extremos da cidade.	Número de campanhas realizadas	Secom SMDet	2021

Objetivo específico 14.4: Desenvolver e apoiar a comercialização de serviços e produtos turísticos.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
14.4.a Criar portfólio de atividades e experiências da cidade, a partir de cada segmento, incluindo um diretório de serviços (orientações e contatos para reserva e contratação de tais atividades).	Publicação e divulgação do guia	Secom Agências e Operadoras	2021
14.4.b Criar banco de imagens oficial do município de São Paulo, para ser utilizado em campanhas oficiais do município e de parceiros.	Banco criado e disponível	Secom	2021
14.4.c Reformular e promover o site Mice (<i>Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions</i>) da cidade de São Paulo (www.cidadede-saopaulo.com/mice), atualizando o conteúdo, incluindo novas categorias e permitindo mais interação com os espaços.	Novo site apresentado e relatório mensal de atualizações	Secom SPTuris	2021
14.4.d Realizar ação de <i>cross marketing</i> (marketing cruzado) com organizadores de eventos e empresas de venda de ingressos, de forma a estimular que o turista que compra ingressos para eventos em São Paulo receba informações prévias que o estimulem usufruir outras atividades e atrações na cidade.	Número de ações criadas	Secom Comtur	Contínuo
14.4.e Realizar e apoiar capacitações sobre promoção e comercialização de serviços e produtos turísticos da cidade para profissionais que atuam em agências de turismo, comunidades locais e demais organizações que integram áreas do mercado turístico para São Paulo.	Número de capacitações realizadas	N/A	Contínuo

14.4.f Participar das feiras de turismo nacionais e internacionais, definidas como prioritárias para São Paulo, para promoção do destino.	Número de feiras realizadas	Setur Embratur	Contínuo
14.4.g Formular um <i>midia kit</i> com materiais institucionais de apoio em três idiomas (português, inglês e espanhol), que serão enviados a parceiros, para divulgação em eventos, convenções e congressos fora da cidade.	Criação dos materiais e número de pacotes distribuídos	Secom SPTuris	2021
14.4.h Utilizar o cadastro dos visitantes da cidade, usuários do <i>Wi-Fi Livre</i> , para divulgação da oferta turística da cidade.	Número de ações encaminhadas	SMIT Secom	Contínuo

Objetivo específico 14.5: Fomentar a produção audiovisual na cidade.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
14.5.a Incentivar que a cidade de São Paulo sirva de locação para produções audiovisuais, nacionais e internacionais.	Número de produções audiovisuais na cidade	SPCine	2021

OBJETIVO 15

Aumentar o consumo da oferta turística de São Paulo por turistas e moradores.

Objetivo específico 15.1: Estimular o turista a incluir São Paulo na sua viagem por meio do *stopover*.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
15.1.a Criar, apoiar e divulgar sugestões de roteiros de um a três dias na cidade para incentivar o <i>stopover</i> em São Paulo.	Número de roteiros divulgados	Secom Setur	Contínuo

Objetivo específico 15.2: Estimular o turista que vem para São Paulo motivado por negócios a permanecer mais tempo na cidade, para usufruir da oferta de lazer.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
15.2.a Criar campanha de incentivo à permanência do turista de negócios na cidade.	Campanhas criadas	Secom Comtur	2021

15.2.b Realizar ação de <i>cross marketing</i> (marketing cruzado) com organizadores de eventos para que o turista que vem a negócios receba informações prévias que o estimulem usufruir outras atividades e atrações na cidade.	Número de ações criadas	Secom Comtur	Contínuo
15.2.c Criar materiais institucionais de apoio, com sugestões de roteiros e informações gerais sobre a cidade, a serem distribuídos em eventos e congressos.	Materiais criados/ Materiais entregues	Secom Comtur	2021

Objetivo específico 15.3: Utilizar diferentes ferramentas e canais para comunicar a oferta turística de São Paulo.

Meta	Indicador	Envolvidos	Prazo de execução
15.3.a Realizar e/ou apoiar ações de <i>press-trips</i> e <i>famtour</i> dos principais e potenciais destinos emissores de turista para São Paulo.	Número de <i>press trips</i> e <i>famtours</i> realizados	Secom SPTuris	Contínuo
15.3.b Gerar conteúdo sobre o turismo da cidade, com periodicidade, para promoção do destino - via <i>releases</i> para imprensa, <i>news-letter</i> , <i>e-book</i> , site e redes sociais.	Número de <i>releases</i> , <i>news-letters</i> , <i>e-books</i> publicados. Quantidade de postagens nos sites e redes sociais	Secom	Contínuo
15.3.c Utilizar <i>crosstags</i> nas redes sociais, incluindo influenciadores digitais para promover conteúdo sobre São Paulo e prospectar seguidores.	Relatório de métricas das redes	Secom	Contínuo
15.3.d Criar <i>stickers</i> com temas de São Paulo para redes sociais em parceria com empresas como <i>Instagram</i> e <i>Facebook</i> (ex. "Eu amo São Paulo").	Número de <i>stickers</i> criados / utilizados	Empresas de tecnologia	2021
15.3.e Prospectar e possibilitar que a sociedade civil indique referências de <i>fanpages</i> do <i>Facebook</i> de comunidades estrangeiras na cidade para multiplicação de conteúdo turístico em suas páginas e nos seus países de origem.	Páginas prospectadas	Secom	Contínuo
15.3.f Utilizar canais de comunicação do sistema de transporte público e mobiliário urbano para divulgar ações e eventos de turismo na cidade.	Número de ações criadas e divulgadas	SMT Secom SMDU	Contínuo

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Plano de Turismo Municipal 2019-2021 apresenta um direcionamento para a retomada do turismo na Cidade de São Paulo, sob a gestão da administração pública, com organização, incentivos e parcerias com a iniciativa privada e a sociedade civil. Ainda que em três anos muita coisa possa – e precise ser feita – a transformação de um destino e reconhecimento de uma atividade demandam tempo.

Os desafios são enormes. Mas, vivemos um cenário positivo, formado pela conjunção de fatores que podem transformar o turismo paulistano.

Iniciativas das diferentes esferas do governo tendem a mudar a dinâmica do turismo no Brasil e provocar impacto direto na cidade de São Paulo. A isenção de visto para turistas australianos, canadenses, japoneses e norte-americanos, válida desde junho de 2019, tende a aumentar o fluxo de turistas desses países para o Brasil. Pesquisa realizada pelo site de viagens *Kayak* apontam que o número de busca por passagens para o Brasil, a partir desses países, aumentou 36% com o anúncio da medida. Ainda que não haja dados que meçam o impacto da medida, a expectativa é positiva. Desde que passaram a contar com a facilidade do visto eletrônico, implementada em 2017, o aumento na emissão de visto brasileiro para cidadãos desses mesmos países foi de 35%, segundo o Ministério do Turismo.

Também de iniciativa do Governo Federal, a abertura ao capital estrangeiro no setor aéreo facilitará a entrada de concorrentes no País, seja pelo investimento nas companhias existentes, seja trazendo novas companhias para operação nos voos domésticos, acirrando a concorrência e impulsionando a elevação nos níveis de qualidade na aviação brasileira. Antes, o limite para capital estrangeiro nas aéreas era limitado a 20%. A Medida Provisória (MP) 863 de dezembro de 2018, que trata do assunto, foi aprova-

da no Senado em maio de 2019; segundo a Anac, desde a liberação da MP e com a desregulação da franquia de bagagem despachada, cinco empresas do tipo *low cost* – que flexibiliza diversos benefícios oferecidos pelas empresas tradicionais – já vieram para o Brasil (*JetSmart, Sky Airlines, Norwegian, Flybordi e Virgin Atlantic*), além das companhias Air Europa e Air China.

Ao mesmo tempo, a Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo aprovou, em junho de 2019, a lei que prevê a redução do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) que incide sobre o combustível da aviação no Estado, passando a alíquota de 25% para 12%. A medida faz parte do Programa “São Paulo pra Todos”, do Governo Estadual. O custo dos combustíveis na aviação civil nacional responde por 40% dos custos operacionais e essa redução tem impactos positivos.

A contrapartida para a desoneração tributária é a ampliação dos serviços oferecidos pelas companhias, o aumento do fluxo de pousos e decolagens dentro do Estado, a ampliação da malha aérea para novas cidades paulistas e a implantação do *stopover*, que permite aos passageiros que desejarem realizar parada de até duas noites no destino onde será feita escala ou conexão – sem custo adicional. As empresas Latam, Gol e Azul anunciaram a ampliação de seus voos. São Paulo tende a ser muito beneficiado pela medida, uma vez que é o principal portão de entrada do País, mas que tem menor apelo para motivar viagens internacionais a lazer, como destino isolado. Esse conjunto de medidas encontra em São Paulo um espaço positivo para colher frutos.

Em paralelo a elas, o município tem feito a sua parte. O primeiro passo foi o reconhecimento da importância do turismo para a cidade, com a criação da Secretaria Municipal de Turismo. Já constituída, a SMTur realizou a sua 1ª Conferência Municipal de Turismo e trouxe o assunto à luz das discussões, mobilizando empresários e sociedade civil,

CONSIDERAÇÕES FINAIS

que se fizeram ouvir e que estão ávidos – e comprometidos – com avanços no setor. A entrega do Platum 2019 | 2021 oficializa o primeiro documento da Política Pública de Turismo, com o compromisso de avanço. Considerando o dinamismo da atividade e da rapidez com que novos cenários se apresentam, planos de ações anuais devem ser elaborados para alinhar, detalhar e atualizar as metas aqui apresentadas.

Muito do que foi apresentado e debatido não cabe em três anos, mas é fundamental que neste período o turismo seja fortalecido enquanto política pública. A pesquisa de demanda e a contagem de turistas são um primeiro passo para entender nosso cenário e definir onde queremos estar em 2030. Precisamos de mais dados sobre o setor e organizar aqueles existentes. Sem dados, não há gerenciamento. Na outra ponta, precisamos nos fazer comunicar. São Paulo precisa de uma marca forte e precisa ter claro qual é a imagem que quer vender. E a partir daí, estabelecer suas estratégias de promoção e marketing. Entre uma ponta e outra, a lição é cuidar de casa: captar mais eventos, comunicar nossos eventos, qualificar nosso centro e nossos extremos, cuidar do nosso patrimônio, qualificar nossos profissionais e engajar nossos moradores.

Esperamos que este documento, e as 178 metas operacionais que ele apresenta, seja o instrumento norteador das ações, tanto do governo – em suas diversas pastas – quanto do mercado, para a busca do objetivo comum de fazer de São Paulo uma cidade melhor, para visitantes e para seus moradores.



Edifício Martinelli
Foto: Aldho Guimarães

GLOSSÁRIO

Áreas de Proteção Ambiental (APA) – É uma categoria de Unidade de Conservação de uso sustentável estabelecida por lei federal e se configura em uma área, com um certo grau de ocupação humana, dotada de atributos abióticos, bióticos, estéticos ou culturais, especialmente importantes para a qualidade de vida e o bem-estar das populações humanas.

Big Data – termo em tecnologia de informação para análise e interpretação de grandes volumes e variedade de dados.

Branding – gestão de marca, que pode incluir desde nome e imagem a slogans e outros elementos de identidade visual, com objetivo de representar uma empresa ou local e tudo a ele relacionado.

Brunch – Refere-se a uma refeição realizada após o horário tradicional do café da manhã e costuma incorporar alimentos e bebidas tanto da primeira refeição quanto do almoço.

Cadastur – Sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo. Executado pelo Ministério do Turismo (MTur), em parceria com os Órgãos Oficiais de Turismo nos Estados do Brasil e no Distrito Federal.

Comida di Buteco – concurso que ocorre em várias cidades do País, promovendo os estabelecimentos por meio da degustação de um tira-gosto relacionado ao tema escolhido para a edição do evento.

Congetur – Conselho Gestor do Polo de Ecoturismo de São Paulo, instituído por Portaria Municipal pela Prefeitura de São Paulo.

Conselho Mundial de Viagens e Turismo (The World Travel & Tourism Council – WTTC) – Fórum global constituído por membros importantes da tomada de decisões na indústria de viagens e turismo.

Famtur – viagem de familiarização voltada ao mercado de turismo (agentes de viagem e operadoras).

Guia Michelin – guia turístico que existe desde 1900, que avalia os restaurantes e premia os melhores por meio de estrelas, de 1 a 3. É referência na área principalmente por sua imparcialidade e julgamento.

Hackathon – evento que reúne profissionais da área tecnológica, para maratonas de trabalho que visam ao desenvolvimento de softwares e soluções específicas para um ou mais desafios.

Índice de Competitividade Turística – estudo realizado pelo *World Economic Forum* - Fórum Econômico Mundial, que analisa 14 dimensões do turismo e compara 136 países.

Lei Cidade Limpa – visa à ordenação da paisagem do município, proibindo a propaganda em outdoors e regulando o tamanho de letreiros e placas dos estabelecimentos comerciais.

Lei Orçamentária Anual (LOA) - estabelece os Orçamentos da União, por intermédio dos quais são estimadas as receitas e fixadas as despesas do Governo Federal.

Low cost – tipo de empresa aérea que simplifica o que é ofertado aos passageiros, eliminando custos decorrentes de serviços e propiciando assim a redução das tarifas aplicadas.

Mapa da Rede de serviços acessíveis - instrumento que disponibiliza geograficamente os equipamentos públicos acessíveis e que prestam atendimento à pessoa com deficiência em São Paulo.

Mice (Meetings, Incentives, Conventions & Exhibitions) - Define um tipo de turismo em que grandes grupos necessitam se reunir para um propósito em comum, como reuniões de incentivo ou capacitação, congressos, seminários, feiras ou demais eventos, geralmente planejados antecipadamente.

Modelo Hop on Hop off – modelo de *city tour* no qual os ônibus turísticos realizam itinerário regular, fixo e circular, permitindo que os passageiros desembarquem nos pontos de parada dos atrativos turísticos e embarquem em outro veículo do mesmo sistema posteriormente.

Observatório de Indicadores da Cidade de São Paulo (ObservaSampa) - plataforma digital da Secretaria Municipal de Urbanismo e Licenciamento – SMUL, que reúne mais de 280 indicadores da cidade.

Observatório do Turismo e de Eventos da cidade de São Paulo - Núcleo de estudo e pesquisa da SPTuris. Responsável por acompanhar o comportamento do turismo da cidade, com análises estatísticas, levantamento de dados e resultados.

Oferta Turística – São todos os bens e serviços que estão à disposição dos consumidores e turistas, por um dado preço. Envolve os atrativos turísticos, os serviços e equipamentos, tais como hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, etc. e infraestrutura de apoio turístico, como o sistema de transportes, rede de saneamento, entre outros.

Organização Mundial do Turismo (OMT/ UNWTO) - Agência especializada das Nações Unidas e sua missão consiste em promover o turismo responsável, sustentável e acessível.

Parques Naturais Municipais – Trata-se de uma categoria de Unidade de Conservação de prote-

GLOSSÁRIO

ção integral criada pelo poder público municipal e tem como objetivo a conservação de ecossistemas naturais de relevância ecológica e beleza cênica.

Plano de Desenvolvimento do Turismo Sustentável do Polo de Ecoturismo de São Paulo – plano desenvolvido pela São Paulo Turismo para o desenvolvimento sustentável da região do Polo de Ecoturismo, situado na região de Parelheiros.

Plano Nacional de Turismo – aborda políticas nacionais de turismo e apresenta em um documento os planejamentos estratégicos para desenvolvimento da atividade turística no Brasil para o futuro. É realizado sob coordenação do Ministério do Turismo e o Conselho Nacional de Turismo.

Plano Plurianual (PPA) – plano feito a cada quatro anos pelas entidades da federação nas três instâncias, municipal, estadual e federal, a fim de estabelecer diretrizes, metas e objetivos a serem seguidos; está previsto na Constituição Federal.

Presstrip – viagem de familiarização voltada à imprensa especializada e formadores de opinião.

Programa Mãos e Mentes Paulistanas – Programa que tem como objetivo a melhoria da atividade econômica e social de empreendedores artesanais e manuais paulistanos.

Programa Mulheres Empreendedoras – consiste na disseminação de conhecimento e melhores práticas de gestão por meio de cursos, palestras, mentorias, consultorias individuais e de cooperação e empreendedorismo entre as empreendedoras.

Programa Tem Saída – política pública voltada à autonomia financeira e empregabilidade da mulher em situação de violência doméstica e familiar. A ação é uma parceria entre a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Trabalho da Prefeitura de São Paulo, Ministério Público, Defensoria Pública, Tribunal de Justiça, OAB-SP e ONU Mulheres.

Projeto “Vem pro Triângulo” – iniciativa da Secretaria Municipal de Turismo para levar pessoas de todas as regiões para conhecer os pontos icônicos do Centro Histórico, aos finais de semana.

Restaurant Week – evento gastronômico que ocorre em várias cidades do mundo, no qual restaurantes oferecem pratos de qualidade para o almoço e/ou jantar a preços fixos, a fim de promover os estabelecimentos.

Selo Municipal de Direitos Humanos e Diversidade – reconhece boas práticas de gestão da diversidade e promoção dos direitos humanos em empresas, órgãos públicos e organizações do terceiro setor.

Semana municipal da gastronomia – instituída pela LEI Nº 12.192 de 16 de setembro de 1996, na qual ocorrem eventos diversos na área da gastronomia na cidade de São Paulo.

Território de interesse da cultura e da paisagem – áreas que concentram grande número de espaços, atividades ou instituições culturais, formando polos singulares de atratividade social, cultural e turística.

Smart Destination / Destinos Inteligentes – conceito para estruturas turísticas com foco no desenvolvimento sustentável dos destinos. Os pilares para esse objetivo são: governança, tecnologia, sustentabilidade, inovação e acessibilidade.

Stopover – benefício permite aos passageiros que desejarem realizar parada no destino onde será feita escala ou conexão, sem custo adicional.

Taxa de ocupação – principal indicador do status do hotel; indica a porcentagem de unidades habitacionais vendidas em relação ao total disponível.

Triângulo Histórico – área que compreende a Praça da Sé, o Largo São Francisco e o Largo São Bento, no centro histórico de São Paulo.

Triângulo SP – projeto que tem como objetivo reativar o Centro Histórico de São Paulo. O projeto, que faz parte do Programa de Metas, contempla cerca de 60 ações para melhoria dos serviços públicos ofertados na região, instalação de infraestrutura e estratégias de ocupação urbana, turística e cultural.

VAI TEC – Programa de Valorização de Iniciativas Tecnológicas que oferece a empreendedores premiação em dinheiro, mentorias, capacitações e acesso a rede de contatos, para fomento de projetos de inovação tecnológica.

Wi-Fi Livre – programa que visa a levar internet gratuita e de qualidade à população de São Paulo, fomentando a inclusão digital e a apropriação do espaço público.

Zona de Máxima Restrição de Fretamento (ZMRF) – compreende uma área de cerca de 70 km² onde fica proibido o trânsito de veículos automotores de transporte coletivo privado de passageiros destinados ao exercício da atividade de fretamento de 2^a a 6^a feira, no horário das 5h às 21h, exceto feriados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cidade de São Paulo. CIDADE CRIATIVA. Disponível em: <http://www.capital.sp.gov.br/turista/roteiros/roteiros-tematicos/cidade-criativa/>. Acesso em: 30 de maio de 2019.

International Congress and Convention Association. ICCA Statistics Report - Country & City Rankings. Disponível em: file:///M:/Ger_tur/PLATUM%202019-2021/Documentos%20-%20Levantamento/ICCA/2018%20Country%20and%20City%20Rankings_Public%20Abstract.pdf. Acesso em 09.09.2019.

MasterCard. América Latina: Top 10 cidades por visitantes internacionais. Disponível em: <https://newsroom.mastercard.com/latin-america/pt-br/press-releases/cancun-e-o-destino-mais-visitado-da-america-latina-indica-indice-da-mastercard/>. Acesso em 09.09.2019.

Ministério do Turismo. Estudo da Demanda Turística Internacional 2018. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-internacional.html>. Acesso em: 09.09.2019.

Prefeitura de São Paulo. A gastronomia em São Paulo. Disponível em: <https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/desenvolvimento/abastecimento/index.php?p=265305>. Acesso em 09.09.2019.

Prefeitura de São Paulo. DECRETO Nº 46.649, DE 21 DE NOVEMBRO DE 2005, sobre regulamentação da Lei 11.198/92 sobre Comtur e Futur. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/sp/s/sao-paulo/decreto/2005/4664/46649/decreto-n-46649-2005-regulamenta-a-lei-n-11198-de-19-de-maio-de-1992-dispondo-sobre-o-conselho-municipal-de-turismo-comtur-e-o-fundo-municipal-de-turismo-futur>. Acesso em 09.09.2019.

São Paulo Turismo. Dados e Fatos – 2018. Disponível em: http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/DADOS_FATOS_2018.pdf. Acesso em 09.09.2019

São Paulo Turismo. Plano de Desenvolvimento Sustentável do Polo de Ecoturismo de São Paulo. Disponível em: http://cidadesaopaulo.com/v2/wp-content/uploads/2018/04/Plano-Desenv.TurismoSP_site.pdf. Acesso em: 09.09.2019.

São Paulo Turismo. Platum – Plano Municipal de Turismo. Disponível em: <http://spturis.com/comtur/platum.php/>. Acesso em: 12 de julho de 2019.

The Art Newspaper. Art's Most Popular - Exhibition and museum visitor figures 2018. Disponível em: <https://www.museum.gov.br/wp-content/uploads/2019/04/The-Art-Newspaper-Ranking-2018.pdf>. Acesso 09.09.2019.

Culture Trip. The 10 Most Multicultural Cities in the World. Disponível em: <https://theculturetrip.com/north-america/usa/california/articles/the-10-most-multicultural-cities-in-the-world/>. Acesso em 09.09.2019.

TripAdvisor. Os 10 melhores destinos do Brasil - Brasil. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/TravelersChoice-Destinations-cTop-g294280>. Acesso 31.05.2019.

TripAdvisor. Os 10 melhores museus - Brasil. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/TravelersChoice-Museums-cTop-g294280>. Acesso 31.05.2019.

Ubrafe. Clipping Jornal Valor Econômico - impacto feira de negócios. Disponível em: https://ubrafe.org.br/index.php?_tecnaUrl=/noticias/detalhes/23169/clipping-jornal-valor-economico.php. Acesso 09.09.2019.

USP. Jornal da USP - Em ranking de países emergentes, a USP é a melhor da América Latina. Disponível em: <https://jornal.usp.br/institucional/ranking-de-paises-emergentes-classifica-a-usp-como-melhor-da-america-latina/>. Acesso em 09.09.2019.

World Economic Forum. Travel and Tourism Competitiveness Report 2017. Disponível em <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/country-profiles/#economy=BRA>. Acesso em 06.09.2019.

World Travel & Tourism Council. 2019 Annual Research: Key Highlights. Disponível em <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-data/>. Acesso em 06.09.2019.

World Travel & Tourism Council. Benchmark Report 2019. Disponível em <https://www.wttc.org/economic-impact/benchmark-reports/regional-results>. Acesso em 06.09.2019.

World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2019. Disponível em <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf>. Acesso em 06.09.2019.

Tese – Projetos urbanos e turismo em grandes cidades: o caso de São Paulo
<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-02072012-140450/en.php>

Marcos da Hospitalidade na Cidade de São Paulo entre Fins do Século XIX e Fins do XX
https://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT02-10.pdf

Turismo no Centro - Plano de Desenvolvimento Turístico do Centro da Cidade de São Paulo 1ª ed. – São Paulo: São Paulo Turismo, 2008. Vários colaboradores.

Guia Turístico São Paulo – Empresa das Artes, 2010.

IBGE. História de São Paulo. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/historico/>

AGRADECIMENTOS

Comtur INTEGRANTES

Abav/SP

Edmilson Romão
Leandro Begoti

Abeoc/ SP

Suzi Camargo

ABIH/SP

Bruno Hideo Omori
Antonio Reinales

Abla

Paulo Miguel Júnior
Luiz Carlos Lang

Abrajet/SP

Miriam Perrone
Luiz S. Maggio

Abrasel/SP

Percival Maricato
Leonardo Ramos

Associação Comer- cial de São Paulo

Guilherme Afif Filho
André Monegaglia

Associtur/SP

Kelly R. Morette
Jorge M. dos Santos

Câmara Municipal de São Paulo

José Christianini
Jeremias Ribeiro

CET

Nancy Reis Schneider
Ricardo Laiza

Deatur

Marcos Paulo da Silva
Rogerio Nader

DSV

Celso G. Barbosa

Fecomercio/SP

Mariana Aldrigui
Guilherme Dietze

FOHB

Alexandre Gehlen
Orlando de Souza

Seme

Carlos Bezerra Jr
Thiago Lobo

Senac/SP

Jessica Kobayashi
Jorge Carlos Duarte

Sesc/SP

Danilo S. de Miranda
Carolina de Andrade

Setur

Marcelo Costa
Ana Cristina Clemente

SF

Margarida A. Egydio
Claudia Bice Romano

SHRBS

Wilson Luiz Pinto
Virgílio Carvalho

Sindegtur/SP

Ronado Salles Lima
David Carolla

Sindetur/SP

Marciano G. Freire

Sindiprom

Armando Arruda
Jorge A. de Souza

Sindloc-SP

Luiz Antonio Cabral
Eladio Paniagua Jr

SMG

Stephanie Matthes
Bruno Saito Alves

SMDET

Aline Cardoso
Helena Monteiro

SMIT

Daniel Annenberg

SMPED

Camila Tavares
Priscila Libonati

SMSU

Wilson B. dos San-
tos Marcos Queiroz

SPHOST

João Paulo

SPNegócios

Elisa Marques
Tandara Costa

SPTuris

Osvaldo Arvarte Jr.
Rodrigo Kuskla
Frederico Rozanski
Fernanda Ascar

SPUrbanismo

Yara Cunha Costa
Rosa Maria Miraldo

Subprefeitura Sé

Ingrid B. Martins

SVMA

Eduardo de Castro
Rodrigo P. Ravena

UBRAFE

Abdala Jamil Abdala
Vanessa L. Gomes

Visite São Paulo

Toni Sando
Elenice Zaparoli

Comtur CONVIDADOS

ARESP

Irineu Leite Burin
Arthur Paranhos

Associação Paulista Viva

Livio Antonio Giosa
Antonio C. Ribeiro

Associação Viva o Centro

Marco Antonio
Anderson Barbosa

Congetur

Solange A. Dias
Roberto Carlos Silva

SKAL/SP

Aristides Cury
Patricia Servilha

SMADS

Maria Isabel Ferraz
Andre Luiz Ferreira

SME

Raphaella Burti
Astrid Novelli

AGRADECIMENTOS

SMRI

Luiz Alvaro Menezes
Nayara Souza Costa

SMS

Edson A. dos Santos

PARTICIPANTES WORKSHOP

ABHostels

Eduardo Perroni

Abraccef

Daniel Galante

Abracorp

Gervasio Tanabe

Abrajet

Luiz Maggio
Paulo Sérgio da Silva

Abrasel

Leo Hemry

Águias da Serra

Miguel Naghirniac

Alagev

Eduardo Murad

American Operadora

Paulo Martin

Anhembi Parque

Rodrigo Kluska

AroundSP

Ana Cecilia Gonzáles

Associação Brooklin

Luiz Delfino Cardia

Associação Viva o Centro

André Baldini

Guanabara Bar e Restaurante

Geovanio de Sousa

Belas Artes SP

Camila Magyar

Belic Arte Cocina

Adriana Belic

Bem São Paulo

Edemilson Candido

Bike tour

Wesley Alves

Brasilturis Jornal

Leonardo Neves

Buenas Hotéis

Fábio Negreira

Café Latte

Vitor Sapolnik

Café Martinelli

Cristiane Ganan

Câmara Municipal

Gerson Guerra

Casa Godinho

Miguel Romano

Catavento Cultural

Pedro Jackson
Ana Lima

Centro Cultural

Banco do Brasil

Sueli Voltarelli

Centro Cultural

dos Correios

Antônio Alves

Centro Paula Souza

Alessandra Martins
Érika Karashi

CET

Sandro Cuoghi

Check Point Tours

Luciano de Abreu

Congetur

Solange Dias

Cooperapas

Lia Goes
Luciano Figueiro

Da Terra ao Prato

Leila D.

Deatur

Fernanda Herbella
Marcos P. da Silva

Drosophyla Bar

Lilian Varella

DSV

Rosimeire da Silva

DTP

Daniel Galano Jr.

EcoSampa

Vinicius Almeida

Esquina do Fuad

Denis Nery
Lilian Sallum

Fatec São Paulo

Joana Ormundo
Lorraine Fogaça
Luís Augusto Soares
Maria do Carmo
Ferreira Lima

Fecomercio

Ana Paula Locoselli
Guilherme de Oliveira

Feira Preta

Vera Santana

Free Walking Tour

Rafael Baracat

Grupo Hotec

Beatriz Rampim
Luanda Fratchesca

Ibis Hotéis

Eduardo Manganaro
Humberto Bueno
Manoela B. Andrade
Rosana Viegas

IFSP

Gilliard Souza
Jurandir Oliveira

Infinity Turismo

Heleny Reis

Intercontinental

Johannes Bayer

Intheggra

Anna L. Fonseca

Japan House

Fernanda Araujo

L'hotel Portobay

Thais Ramos

Life Marketing

Esportivo
Camilo Neira

Masp

Camila Mello

Mercure São Paulo

Ana Carolina Mar-
tins
Fernanda Gomes
Livia Alvisi

Meliá Jardim Europa

André Silva

MIS

Clarissa Janine

AGRADECIMENTOS

Museu da Cidade de São Paulo
Marfisia Lancellotti

Observatório da Gastronomia de São Paulo
André Boccato

Omelete Group
Fábio Reis

Panrotas-SP
Marcos Martins

Parque Estadual da Serra da Cantareira
Marina Sherer

Parque Estadual da Serra do Mar – Núcleo Krukutu
Marcelo Gonçalves

Parque Ibirapuera
Heraldo Guiaro

Pátio Metrô São Bento
Isabela Parrón

Perillo Kart
Flavio Perillo

Pipoca
Rogerio Ferreira

Playcorp
Fernando Elimelek

Polícia Militar
Major Elço Moreira Jr.

Pro Magno
Osnei Augusto

Sabesp
Ricardo S. Chahin

Salt and City Tours
Luciana Canto

Sebrae/SP
Guilherme Ariram
Fábio Gerlach
Fabio Ravazi

Selj
Ivone F. Alves

Selva SP
Cibele Eloá

Seme
Valéria Rambaldi

Senac-SP
Aline Delmanto
Jessica Kobayashi

Sesc-SP
Carolina Paes

Setur
Ana Clemente

Sheraton WTC
Fernando Guinato

Silcol Eco Pousada
Roberto Carlos

Sindepat
Letícia Naome
Magaly Vieira

SMDet
Aline Cardoso
José Cícero Vieira
Celso Casa Grande
Gabriela Sabino

SME
Rafaela Diedrich

SMIT
Fernando Batistuzzo

SMPED
Rodrigo Silva Rojas

SMRI
Felipe Campos
Letícia S. Cardoso
Wagner da Rocha

SMS
Patrick Andrade
Estevão Nicolau

SMSU
Eduardo Siqueira
Eliazer Rodela
Marcos Queiroz

SMSub
Márcio Monteiro

SMUL
José Armênio

SPHostel
João Paulo Amorim

Subprefeitura - Capela do Socorro
Luiz Carlos de Assis

Subprefeitura - Parelheiros
Elvira Pereira Saito

SP Escola de Teatro
Elen Londero

SP Negócios
Alisa Marques
Thais Tamborelli

SPTrans
Fabiana Saraiva

SVMA
Anita Martins
Cleide Cremonesi
Rodrigo Ravena

Sympla
André Braga
Juliana Lima

Theatro Municipal
Beatriz Ramos
Sâmia Costa

Top Travel
Patty Leone

UAM
Gilberto Back
Silvia Barreto Valente

Ubrafe
Armando C. Mello

USJT
Maria José Giaretta
Marlene Matias

USP
Marcelo Vilela
Clarissa Gagliardi
Mateus Araujo

Visite São Paulo
Sara Souza

VMO
Eloisa Campana
Joyce Duarte

Yepness
Matheus Borges

Comissão de apoio ao turismo da Câmara Municipal de São Paulo
Aurélio Nomura
Gilberto Nascimento Jr.
José Police Neto
Rodrigo Goulart
Soninha Francine

COLABORAÇÃO

Equipe SMTur

Michele Fernanda Vicente
Vander Lins

Equipe SPTuris

Adriana Omuro
Andrezza Serra
Carolina Mitie
Davi Melão
Elen de Jesus
Heverton Nascimento
Fabio Montanheiro
Janaína Machado
Juliana Carrasco
Livia Fernandes
Marcelo Iha
Marilia Uint
Mônica Zafita
Monique Anny
Nara de Lima e Sá
Paolo Belloti
Sandra Ferraggini
Thifanny Costa



Realização:



CIDADE DE
SÃO PAULO
TURISMO