

**UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO**

ROSINEIDE MARIA DE LIMA

**POLÍTICAS PÚBLICAS E OS INVESTIMENTOS NO TURISMO DE
NEGÓCIOS NA CIDADE DE SÃO PAULO (2007/2014)**

**São Caetano do Sul
2016**

ROSINEIDE MARIA DE LIMA

**POLÍTICAS PÚBLICAS E OS INVESTIMENTOS NO TURISMO DE
NEGÓCIOS NA CIDADE DE SÃO PAULO (2007/2014)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Municipal de São Caetano do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Mestra em Administração.

Área de concentração: Gestão e Regionalidade

Orientador: Prof. Dr. Luis Paulo Bresciani

**São Caetano do Sul
2016**

FICHA CATALOGRÁFICA

L71p

Lima, Rosineide Maria de

Políticas Públicas e os investimentos no turismo de negócios na cidade de São Paulo (2007/2014) / Rosineide Maria de Lima. -- São Caetano do Sul: USCS- Universidade Municipal de São Caetano do Sul, 2015.

177 p.

Orientador: Prof. Dr. Luis Paulo Bresciani

Dissertação (mestrado) - USCS, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Programa de Pós-Graduação em Administração, 2015.

1. Turismo de Negócios. 2. Políticas Públicas. 3. Cidade de São Paulo. I. Bresciani, Luis Paulo II. Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Programa de Pós-Graduação em Administração. III. Título.

Reitor da Universidade Municipal de São Caetano do Sul

Prof. Dr. Marcos Sidnei Bassi

Pró-reitora de Pós-graduação e Pesquisa

Prof.^a Dra. Maria do Carmo Romeiro

Gestor do Programa de Pós-graduação e Pesquisa

Prof.^a Dra. Raquel da Silva Pereira

Dissertação defendida e aprovada em 19/02/2016 pela Banca Examinadora constituída pelos professores:

Prof. Dr. Luís Paulo Bresciani (Orientador)

Prof. Dr. Silvio Augusto Minciotti (PPGA-USCS)

Prof. Dr. Ricardo Ricci Uvinha (EACH - USP)

Dedicatória

Primeiramente a Deus, por me fazer acreditar que seria possível concretizar este projeto. Aos meus filhos, Laura e Tales, que mesmo sem saber, foram o alicerce de toda esta construção.

Agradecimentos

Senhor Jesus, por me mostrar, que nenhum obstáculo é grande demais quando confiamos em Ti.

Agradeço aos meus familiares, mãe e irmãos. Em especial ao Geraldo e aos meus filhos, pela compreensão e paciência, principalmente pelos momentos de ausência, para me dedicar a este trabalho.

Agradeço imensamente ao meu orientador, Prof. Dr. Luís Paulo Bresciani, que com sua competência, paciência, generosidade, humildade e sabedoria, sempre me auxiliou na realização desse momento importante.

Ao Prof. Dr. Silvio Augusto Minciotti e ao Prof. Dr. Ricardo Ricci Uvinha, pela disposição em participar da minha banca de qualificação e pelas sábias palavras ditas naquela data.

Agradeço ao Programa de Pós Graduação em administração da USCS e a todo seu corpo docente, com destaque aos professores, Raquel da Silva Pereira, Antonio Carlos Gil e Silvio Minciotti pelo apoio e incentivo às descobertas acadêmicas como também pelo entusiasmo ao partilhar seus conhecimentos.

Aos meus amigos de sala, em especial a minha querida amiga Maria do Socorro e ao Marcio Medeiros que compartilharam muitos momentos deste processo comigo, sempre com muita alegria e disponibilidade para me ouvir.

Agradeço, por fim, todos aqueles que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização desta importante etapa da minha vida e àqueles que acreditaram em minha capacidade.

Resumo

A presente dissertação discute as políticas públicas que influenciaram o Turismo de Negócios na cidade de São Paulo, no período de 2007 a 2014, a partir da revisão de literatura nos campos do turismo, das políticas públicas, da gestão sustentável de território e do marketing de lugares. Partiu-se do conceito de Políticas Públicas como um conjunto de ações do Estado, direcionadas para atender às necessidades da sociedade, com o intuito do bem comum. Assim, se destaca o conceito de Turismo de Negócios, como toda viagem motivada por interesses ligados a uma atividade para desenvolvimento profissional, realização de contatos e negócios ou para a obtenção de conhecimentos. Perante as políticas estruturantes e específicas da cidade, em especial o plano diretor estratégico e os planos estratégicos regionais denotam a necessidade de um “olhar” para suas diferentes regiões. Este estudo teve, portanto, um caráter exploratório, através de levantamento documental, e abordagem qualitativa a partir do levantamento de dados e da realização entrevistas com seis atores relevantes para o tema no trade de Turismo da cidade de São Paulo. Evidencia-se a necessidade de maior reconhecimento por parte da esfera pública da importância do Turismo de Negócios para a capital paulista, com a integração de perspectivas no campo da segurança pública, mobilidade, educação e desenvolvimento urbano. Nesse sentido, o estudo enfatiza que Políticas Públicas devem ser implementadas com visão integrada e parcerias organizadas, visando ao desenvolvimento da cidade de São Paulo e de sua sociedade.

Palavras-chaves: Turismo de Negócios, Políticas Públicas, Cidade de São Paulo.

Abstract

This Master's thesis discuss the public politics that influenced the Business Tourism in São Paulo city, from 2007 to 2014, through a literature review in the following fields: tourism, public politics, sustainable-land management and place marketing. We started from the concept of Public Politics as a group of actions from the State. It is said that these actions exist to answer society's demands, in order to achieve a welfare. Therefore, the concept of Business Tourism stands out in every trip driven by a career developing activity, by networking and business or by knowledge improving. The structural politics and city's particularities have a need for a "look" to its different regions, mainly the strategic management plan and the strategic zone planes. Thus, this study had an exploratory character; it was made through a documental search and a qualitative approach, which led to collecting data and interviewing six crucial actors to the Tourism trade theme in São Paulo city. We highlight the need for a greater recognition of the Business Tourism importance for the metropolis, which includes perspectives integration in the fields of public security, mobility, education and urban development. As a result, this study emphasize that Public Politics should be established with an integrated view and organized partnership, enhancing not only São Paulo city's development, but also its society.

Key words: Business Tourism, Public Policy, São Paulo city.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Subdistritos da cidade de São Paulo.....	91
--	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Levantamento inicial dos estudos	85
--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Diretriz dos Planos Nacional do Turismo 2003-2016.	52
Quadro 2 - Macroprogramas, Programas e Objetivos do PNT (2003/2016).....	53
Quadro 3 - Resumo dos Planos Plurianuais – Programas de Turismo.	55
Quadro 4 - Resumo da Lei 11.771/2008.....	56
Quadro 5 - Decreto 7.381/2010.	57
Quadro 6 - Resumo: Documento de Turismo base para o PNT 2007/2010.	58
Quadro 7 - Resumo: Documento Referencial de Turismo base para o PNT 2013/2016.	59
Quadro 8 - Ator Público que compõe o <i>Trade</i> Turístico de São Paulo.....	76
Quadro 9 - Atores Privados e Mistos que compõem o trade Turístico da cidade de São Paulo.....	76
Quadro 10 - Fases da coleta de dados.....	78
Quadro 11 - Roteiro de entrevista.....	80
Quadro 12 - Resumo Legislação Federal - Leis e Decretos – Turismo.....	88
Quadro 13 - Investimentos nos equipamentos Turístico da cidade de São Paulo....	90
Quadro 14 - Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO).	92
Quadro 15 - Composição da Cidade de São Paulo.	96
Quadro 16 - Resumo dos Planos Municipais de Turismo da Cidade de São Paulo – 2003/2014.	98
Quadro 17 - Resumo da legislação Municipal – Turismo.....	103
Quadro 18 - Legislação: Programa de desenvolvimento da Zona Leste.....	106
Quadro 19 - Benefícios fiscais para região leste de São Paulo.	107

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Metodologia.....	83
-----------------------------	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABEAR	Associação Brasileira das Empresas Aéreas
ABEOC	Associação Brasileira de Empresas de Eventos
ABEVET	Academia Brasileira de Eventos e Turismo
ABIH	Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
ABRACCEF	Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras
ABRASEL	Associação Brasileira da Indústria de Bares e Restaurantes
AIU	Área de Intervenção Urbana
AMPRO	Associação de Marketing Promocional
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
BNDS	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
BRAZTOA	Associação Brasileira das Operadoras de Turismo
BRTS	<i>Bus Rapid Transit</i>
C&VB	<i>Convention & Visitors Bureau</i>
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior
CNTUR	Conselho Nacional de Turismo
CNTUR	Confederação Nacional do Turismo
CO ²	Dióxido de Carbono
COAL	Comitê Organizador Local

COMTUR	Conselho Municipal de Turismo
CPTM	Companhia Paulista de Trens Metropolitanos
EMBRATUR	Empresa Brasileira de Turismo
ETEC	Escola Técnica Estadual
FATECS	Faculdade de tecnologia cidade de São Paulo
FEMA	Fundo Municipal do Meio Ambiente
FIFA	<i>Fédération Internationale</i> de Football Association
FIPE	Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
FISTUR	Feira Internacional de Turismo
FUNDURB	Fundo Municipal de Desenvolvimento Urbano
GAWC	<i>Globalization and World Cities Study Group & Network</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de geografia e Estatísticas
ICCA	International Congress and Convention Association
IPTU	Imposto Predial Territorial Urbano
ISS	Imposto sobre Serviços
LDO	Lei de Diretrizes Orçamentárias
MTUR	Ministerial do Tourism
OMT	Organização Mundial do Turismo
PAC	Programa de Aceleração do Crescimento

PDE	Plano Estratégico da Cidade de São Paulo
PDM	Plano Diretor Municipal
PIB	Produto Interno Bruto
PLATUM	Plano de Turismo Municipal
PNMU	Organização das Nações Unidas para o Meio Ambiente
PNT	Plano Nacional de Turismo
PPA	Plano Plurianual
PPP	Parceria Público-Privada
PRONATEC	Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
SEADE	Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas
SCIELO	<i>Scientific Electronic</i> Library Online
SPC&VB	São Paulo Conventions & Visitors Bureau
SPTURIS	São Paulo Turismo
UBRAFE	União Brasileira dos Promotores de Feiras
WTTC	World Travel Tourism e Council
ZEIS	Zonas Especiais de Interesse Social
ZEPAM	Zona Especial de Preservação Ambiental

SUMÁRIO

1	Introdução.....	33
1.1	Origem do Estudo	33
1.2	Problematização e / Contextualização	35
1.3	Objetivo Geral.....	39
1.3.1	Objetivos Específicos	39
1.4	Justificativa do Estudo	39
1.5	Delimitação do Estudo.....	41
1.6	Vinculação à linha de pesquisa.....	42
2	Referencial Teórico	43
2.1	Turismo	43
2.2	Turismo de Negócios	45
2.3	Turismo e Políticas Públicas	48
2.4	Os Planos Plurianuais (PPA)	54
2.5	Turismo, Sustentabilidade e Desenvolvimento Territorial.	61
2.6	Marketing de Cidades: Conceitos e Aspectos de Marketing Turístico	65
3	Procedimentos Metodológicos.....	73
3.1	Tipo de Pesquisa.....	73
3.2	Delineamento da Pesquisa	74
3.3	Sujeitos da pesquisa e informações preliminares da amostra	75
3.4	Caracterização dos atores integrantes do Turismo de Negócios da cidade de São Paulo.....	75
3.5	Procedimentos para Coleta de dados	77
3.6	Instrumentos para a Pesquisa	79
3.7	Limitações da Pesquisa.....	81
4	Análise dos dados e resultados.....	84
4.1	Levantamento inicial dos estudos	84
4.2	Legislação Federal	88
4.2.1	Programa de Aceleração do Crescimento (PAC)	90
4.3	Legislação Estadual.....	92
4.4	Caracterização da cidade de São Paulo e a Legislação Municipal.. ..	93
4.4.1	Plano Diretor	99

4.4.2 Os Planos Regionais Estratégicos (PRE) das Subprefeituras de São Paulo	104
4.5 Análise sobre a percepção dos atores	108
5 Resultados e Considerações Finais.....	116
5.1 Resposta aos Objetivos	124
5.1.1 Objetivo Geral	124
5.1.2 Objetivos Específicos	126
5.2 Considerações Finais	130
Referências	133
Apêndices.....	158
Anexos.....	163

1 Introdução

1.1 Origem do Estudo

O Turismo no país teve como marco principal a Constituição Federal de 1988, através do artigo 188, no primeiro capítulo do inciso VII, onde se lê que “a União, os Estados, o Distrito Federal, e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico” (CARVALHO, 2009 p.24). Com apoio das esferas governamentais, o turismo aumentou sua contribuição no Produto Interno Bruto (PIB), conforme descrito por BENI (2001); HALL (2004); OMT (2006); RABAHY (2003); *World Travel Tourism e Council – WTTC* (2012), dentre outras referencias.

De acordo com o Ministério do Turismo, o setor teve participação em torno de 3% no PIB nacional de 2014, o que provocou um aumento significativo na sua contribuição, em relação ao ano de 2013.

Conceituar o Turismo é perpassar por diversos autores que alinham seu entendimento nas questões sociais, econômicas e sem jamais deixar de direcionar o Turismo como uma atividade de serviços que abrange os meios de hospedagens, agências de viagens, centro de informações turísticas, organizações de eventos, transportes, entretenimento e alimentação entre outros; envolve, portanto um conjunto de áreas que requer serviços de utilidade pública para proporcionar o bom funcionamento aos equipamentos turísticos.

Em sua dimensão mais abrangente, o Turismo representa as razões que levam as pessoas a realizarem viagens, ou seja, o motivo da viagem deve estar alinhado ao produto local. Desta forma, o Turismo pode ser visto a partir da demanda, ou seja, como consequência do consumo dos visitantes, caracterizando-se como atividade econômica.

Moesch (2002, p. 9) afirma que:

O turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integra-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio diverso, natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais.

Neste tocante, o Ministério do Turismo, órgão que representa a esfera federal de governo, propôs a segmentação como estratégia para comercialização dos destinos

brasileiros. A estratégia adotada pelo Ministério partiu do conhecimento que os mercados são heterogêneos; neste sentido Lovelock e Wright (2006, p.131) definem segmentação como:

[...]grupos de clientes existentes e potenciais que compartilham as mesmas características, necessidades, comportamento de compra ou padrões de consumo [...] de maneira que resulte na maior similaridade possível quanto às características relevantes dentro de cada segmento, mas diferenciados nessas mesmas características entre cada segmento.

É fato avaliar que a cidade de São Paulo, em seu processo histórico, destacou-se pelo seu desenvolvimento como polo econômico, cultural e social, estabelecendo-se como uma importante metrópole no cenário mundial.

Este referencial a consolidou como centro de uma metrópole de negócios, São Paulo apresentou em 2010 o Plano de Turismo Municipal com vigência de quatro anos (PLATUM 2011-2014) com novas propostas estratégicas de desenvolvimento da atividade turística, pressupondo seu crescente impacto econômico, social, cultural e político na cidade, para sua população e junto a seus visitantes (SÃO PAULO, 2010).

A cidade configurou-se, portanto, como destino de Turismo de Negócios, atendendo a 48,3% dos estrangeiros que vieram ao Brasil a negócios no ano de 2014 (BRASIL, 2015).

Neste aspecto, o turismo deve contemplar os pilares do desenvolvimento sustentável, conforme descritos por Sachs (2008); a) Social b) Ambiental, c) Territorial, d) Econômico, e) Político. No que se refere ao território, à ênfase é atribuída ao espaço como produtor de recursos, à relação com a população e às atividades ali desenvolvidas. Ou, nos dizeres de Santos (2005, p.255), “o território são formas, mas o território usado são objetos e ações, sinônimo de espaço humano, espaço habitado”.

Contemplar os pilares descritos por Sachs é retornar a uma questão central e essencial para a localidade, o planejamento da atividade. Conforme descreve Carvalho (2009, p.1421), “o planejamento do turismo é uma ferramenta estruturante da política de desenvolvimento sustentável, por isso ocupa um lugar decisivo no processo de concepção e implementação de estratégias de desenvolvimento”.

Observa-se, nesta análise, que a importância do planejamento foi ressaltada no ano de 2003, com a implantação do Ministério do Turismo como pasta

independente, representando a esfera federal na missão de desenvolver o turismo como atividade econômica sustentável, pois promove a geração de empregos e a inclusão social (BRASIL, 2003). Sua primeira ação foi o Plano Nacional de Turismo, com vigência no período 2003-2007 e a perspectiva de expansão e fortalecimento do turismo interno, os quais priorizaram a função social que cabe ao setor, além de privilegiá-lo como atividade de um mecanismo de melhora para o país, foi também importante indutor da inclusão social (BRASIL, 2010).

Neste cenário de crescente formalização e valorização da atividade turística, o presente projeto tem como foco de pesquisa a temática que relaciona as Políticas Públicas aos investimentos no Turismo de Negócios na cidade de São Paulo (2007/2014). A investigação visa, portanto identificar e discutir as principais políticas públicas que influenciaram o desenvolvimento do segmento do Turismo de Negócios no período de 2007 a 2014, na cidade de São Paulo.

Assim, essa dissertação foi estruturada em cinco capítulos. No primeiro capítulo temos a presente introdução e contextualização do tema, seguido pelo capítulo conceitual que aborda tópicos relativos ao Turismo, às Políticas Públicas, ao Marketing de Cidades, à Sustentabilidade e ao Desenvolvimento Territorial. O terceiro apresenta procedimentos metodológicos do estudo realizado. O capítulo 4 trata da legislação, incluindo-se uma revisão de literatura sobre a cidade de São Paulo e dos pontos principais das entrevistas junto aos atores do trade turismo da capital paulista. A legislação analisada neste capítulo aborda as esferas Federal, Estadual e Municipal. A discussão dos resultados, que aborda de modo integrado o confronto da legislação com as entrevistas é apresentada no capítulo cinco, sendo complementada pelas considerações finais.

1.2 Problematização e / Contextualização

A cidade de São Paulo é o principal polo econômico nacional, com uma população de 11,2 milhões e a primeira posição de consumo no Brasil conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2014). A décima cidade mais rica do mundo representa 12% do PIB do Brasil e 35% do PIB do Estado de São Paulo (SÃO PAULO, 2013).

Consolidada como capital da Província em 1815 instalou-se em São Paulo a primeira Faculdade de Direito, no Largo São Francisco. A partir de então, São Paulo se tornou um núcleo intelectual e político do país. No final do século XIX adquiriu a importância de um centro econômico com a expansão da cafeicultura. Imigrantes chegaram dos quatro cantos do mundo para trabalhar nas lavouras e, mais tarde, no crescente parque industrial da cidade (SAMPAIO, 2014).

Na década de 1940, São Paulo ganhou importantes intervenções urbanísticas, principalmente no setor viário. A indústria se tornou o principal motor econômico da cidade (SÃO PAULO, 2014).

Aos poucos as atividades terciárias ganham espaço e a cidade tornou-se referência mundial em negócios, sendo sede de grandes empresas nacionais e multinacionais. Desta forma, galgou posições no ranking e em 2014 ocupou importante colocação na realização de eventos de negócios (IPEA, 2015).

Neste cenário a cidade é compreendida como a principal capital do Turismo de Negócios no Brasil por sua localização estratégica, infraestrutura básica e turística para eventos das mais variadas tipologias, rede hoteleira e gastronomia internacional, além da qualificação profissional do mercado de trabalho (GAGLIARDI, CARVALHO; 2015).

O cenário que é exigido por este tipo de turismo, requer mais que profissionalismo, portanto, as infraestruturas básica e turística tornam-se essenciais. Salienta-se que a infraestrutura básica diz se respeito ao sistema de transportes, sistema de comunicação, energia elétrica, serviço de abastecimento de água, rede de esgoto, entre outros itens que são inerentes ao ser humano. Ou seja, o turismo se relaciona ao desenvolvimento sustentável da localidade, considerando que a infraestrutura básica é condição essencial para o ser humano.

Contudo, a infraestrutura turística dialoga com as necessidades dos turistas, neste estudo especificamente do turista de negócios em um grande centro urbano.

Listar estas necessidades é refletir a partir da infraestrutura básica, pois o turista é um ser humano fora do seu ambiente usual. Nesta linha, questões de segurança e comunicação são inerentes ao processo, para além das demais necessidades, como hospedagem, tecnologia, mobilidade, centros de eventos e aspectos ligados à legislação do país.

É notória a necessidade de refletir a respeito da mobilidade num polo de turismo de negócios, especialmente no transporte aéreo que no caso de São Paulo, apresentou um crescimento médio nas chegadas dos estrangeiros de 5,8% ao ano. O Turismo doméstico na cidade apresentou um crescimento médio anual de 2,3% no período 2011-2014 (BRASIL, ANUÁRIO ESTATÍSTICO, 2015).

O ano de 2014 foi atípico para o turismo paulistano. A Copa do Mundo de futebol trouxe mais de 541 mil turistas para a Cidade de São Paulo entre os meses de junho e julho, sendo 221 mil estrangeiros (40,85%) e 320 mil turistas brasileiros (59,15%). Este acréscimo de turistas por conta dos jogos inseriu quatro pontos percentuais na variação de demanda para o período 2011-2014 passando de 3,5% para 7,5% (BRASIL, ANUÁRIO ESTATÍSTICO, 2015).

Os números demonstram o efeito mobilizador dos grandes eventos, em especial, dos eventos esportivos, como Copa do Mundo e Olimpíadas, considerando que eventos como estes são considerados agentes propulsores do desenvolvimento urbano, capazes de propiciar benefícios econômicos, sociais e ambientais (EGUINO; RIBEIRO; EICHLER VERCILLO, 2012).

Assim a Copa do Mundo 2014 pode ser um marco para a cidade de São Paulo, (já existem alguns estudos dos impactos deste evento, no entanto, ainda não estão sólidos) como aconteceu com Barcelona ao realizar os Jogos Olímpicos de 1992 que se configurou como instrumento catalisador para um extenso projeto de recuperação urbana, que teve continuidade em décadas posteriores (EGUINO; RIBEIRO; EICHLER VERCILLO, 2012).

Grandiosa, a cidade conta com três aeroportos relevantes para a aviação regular e concentra a maior parte do tráfego aéreo brasileiro, sendo o principal *hub* do país (MCKINSEY & COMPANY, 2010).

O movimento descrito destes aeroportos reflete a realidade da cidade em termos de eventos realizados. A capital paulista está entre as 35 maiores cidades do mundo que recebem eventos internacionais. Os dados estão no último levantamento realizado pela *International Congress and Convention Association* (ICCA), a maior organização mundial do setor. De acordo com a instituição a cidade ocupou em 2015 a 34ª posição mundial, com 66 eventos, à frente de destinos tradicionais como Nova Iorque, Dubai e Toronto (ICCA, 2015).

Na contagem geral no ano de 2014, a cidade contribuiu para que o Brasil ficasse na 10ª colocação na pesquisa da ICCA (2015), como sede de 315 grandes encontros mundiais, sendo 21% realizados na cidade de São Paulo.

A receita com a atividade turística em São Paulo, entre o período de 2011-2014 teve crescimento médio de 4,3% ao ano, com um pico de 4,8% em 2012, ano com elevadas taxas de ocupação hoteleira e calendário de eventos cobrindo praticamente todos os meses do ano, sem grandes intervalos (BRASIL, ANUÁRIO ESTATÍSTICO, 2015).

Em 2014, São Paulo contou com 800 feiras de negócios, como informou o presidente executivo da União Brasileira dos Promotores de Feiras, Armando de Mello (UBRAFE, 2014).

Neste sentido, São Paulo é a principal cidade Brasileira a receber estrangeiros em viagens a negócios, com 48,3% das visitas ao País no ano de 2014, seguido por Rio de Janeiro, Curitiba, Porto Alegre e Brasília (BRASIL, ANUÁRIO ESTATÍSTICO, 2015).

Os números apresentados demonstram a atratividade e a competitividade da cidade em relação ao turismo de negócios. Ser um destino atrativo e competitivo é pensar na sustentabilidade econômica, mas também na sustentabilidade social, ambiental, cultural, além de fomentar a qualidade de vida dos munícipes (MOTA; VIANNA; ANJOS, 2013).

Atender às necessidades dos residentes, dos investidores, dos turistas e do meio ambiente, enfim, de todos os componentes da rede do turismo é um grande que deve ser entendido pelos gestores públicos como um ciclo. Implementar ações e ou programas com objetivos sustentáveis é impulsionar toda cadeia produtiva do turismo ao planejamento integrado e participativo.

Ainda que o setor de turismo seja formado pelo setor privado, como empresas de hospedagens, agências de viagens e outros o Estado tem adotado “um papel progressivamente mais ativo no uso do Turismo como instrumento de desenvolvimento” (HALL, 2004, p. 184), com reflexo também no âmbito regional.

Neste sentido, a condução do poder público no que se refere ao planejamento e às políticas que são direcionadas ao setor, é um elemento fundamental para que a localidade atinja seu objetivo.

Sendo assim, o presente estudo considera o seguinte problema de pesquisa: **quais foram as principais políticas públicas voltadas ao desenvolvimento do Turismo de Negócios na cidade de São Paulo, no período 2007/2014?**

1.3 Objetivo geral

O objetivo geral da dissertação proposta foi identificar e discutir as principais políticas públicas que influenciaram o desenvolvimento do segmento do Turismo de Negócios no período de 2007 a 2014, na cidade de São Paulo.

1.3.1 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos do projeto de pesquisa compreenderam:

- Identificar os principais projetos e investimentos previstos visando ao desenvolvimento do Turismo de Negócios.
- Identificar os impactos das políticas públicas em relação aos principais investimentos realizados na cidade de São Paulo.
- Identificar os resultados socioeconômicos decorrentes da expansão do Turismo de Negócios na cidade de São Paulo.

1.4 Justificativa do Estudo

Muitos foram os fatores que fomentaram o desenvolvimento do turismo no mundo, dentre eles os meios de comunicações, os meios de transportes, e os meios de hospedagens. Estes elementos fizeram com que o turismo ganhasse fluidez, principalmente após a Segunda Guerra Mundial em consequências da expansão comercial e dos negócios, do poder de compra das pessoas e da necessidade do bem-estar social.

No século XXI o turismo representa a possibilidade de desenvolvimento econômico e social para um determinado destino (país, estado, região ou município); nesse sentido, o planejamento traçado pelas esferas públicas com parcerias

privadas contribui para a geração de emprego e renda, valorização da cultura local, e tem o potencial de representar também uma elevação da qualidade de vida para os residentes da localidade.

Dados do *World Travel & Tourism Council* (2013) apontam que o turismo mundial representa em torno de 9,3% do PIB global, gera 8,1% dos empregos e compreende investimentos de mais de um trilhão de dólares. No que diz respeito ao Turismo Nacional, o Brasil aparece como décimo colocado em turismo de negócios, recebendo 19,3 bilhões de dólares em 2014 (BEDRAN ET AL, 2014).

Na categoria de metrópole, São Paulo enraizou-se na década de 1980, como o centro nacional do setor terciário, sediando uma série de atividades complexas, diversificando e especializando seu aparato de serviços e adquirindo características de uma metrópole global (LOBO; MATOS; GARCIA, 2010).

A Associação Brasileira das Agências de Viagens destaca que o segmento teve um crescimento de 14,5% em 2014 em relação ao ano anterior e atingiu R\$ 14,9 bilhões em vendas.

Desta forma, o turismo de negócios tem gerado cada vez mais visibilidade para a economia turística. Os turistas de negócios, portanto, representam uma parcela significativa (25,6%) dos estrangeiros que visitam o país (BRASIL, 2015). O gasto médio diário deste turista foi de US\$ 329,39 em 2014, quase duas vezes maior que o de turista de lazer (BEDRAM ET AL., 2014).

Com este aspecto, observa-se que o resultado dessa movimentação entre o período de 2011-2014 teve crescimento médio de 4,3% ao ano, com um pico de 4,8% em 2012, ano com elevadas taxas de ocupação hoteleira e calendário de eventos cobrindo praticamente todos os meses do ano, sem grandes intervalos (BRASIL, ANUÁRIO ESTATÍSTICO, 2015).

Diante da contribuição socioeconômica do Turismo, espera-se que as pesquisas tenham avançado no mesmo ritmo. Pesquisar o turismo é ter uma imensidão de assuntos relacionados, visto o caráter multidisciplinar do setor. Como etapa preparatória ao estudo, buscou-se levantar referências integrada sobre Turismo de Negócios e Políticas Públicas com foco na cidade de São Paulo, sem sucesso nas bases de periódicos cobertas pelos portais Capes, *Scielo* e *Scholar*.

No entanto, nesta mesma pesquisa foi possível levantar autores que trataram de políticas públicas e turismo de forma mais abrangente, delimitando assim as

políticas do segmento em relação ao Estado Brasileiro. Voltaremos a esse tema no tópico relacionado ao “Levantamento Inicial dos Estudos” sobre a temática da dissertação, ao final do capítulo 2.

Por sua extensão, a cidade de São Paulo apresenta uma dimensão geográfica imensa e uma população estimada em 12 milhões de pessoas (IBGE, 2014), sendo sede de 38% das maiores empresas privadas de capital nacional (PREFEITURA DE SÃO PAULO, 2015).

Em 2014 apresentou uma receita proveniente do Turismo em torno de R\$ 24 bilhões, e recebeu cerca de 1,8 milhão de turistas estrangeiros, sendo um importante destino mundial (BEDRAM ET. AL, 2014). Salientando-se que o ano de 2014 foi atípico, considerando o evento Copa do Mundo.

Assim, evidencia-se que a cidade de São Paulo é uma importante propulsora para o desenvolvimento nacional, e ocupa também a posição central do Turismo de Negócios na América do Sul.

1.5 Delimitação do Estudo

O turismo pode ser estudado das mais diversas formas, mas a presente pesquisa irá abordar as políticas públicas que fomentaram o Turismo de Negócios na cidade de São Paulo no período de 2007 a 2014.

Desta maneira, representa-se que o período temporal delimitado na pesquisa toma como momentos importantes a própria criação do Ministério do Turismo, em 2003, seguido do primeiro Plano Nacional de Turismo. Contudo, no ano de 2014 delimita o marco de um grande evento global, a Copa do Mundo de futebol, que demandou uma série de investimentos públicos e privados para sua realização, tendo a cidade de São Paulo como uma das principais sedes. Assim pode-se qualificar esta metrópole como uma cidade em evidência constante.

Os dados base do Plano Nacional de Turismo tem a vigência de 4 anos, devendo guardar consonância com o Plano Plurianual federal (PPA). Sendo assim os PNT e os PPAS que serão base para estes estudos, permeiam os períodos 2003-2007, 2007-2010, 2013/2016 (PNTs) e 2000-2003, 2004-2007, 2008-2011, 2012-2015 (PPAs).

Desta forma, ressaltam-se os Planos Municipais de Turismo da cidade de São Paulo relacionados aos períodos de 2003, 2004-2006, 2007-2010 e 2011-2014 serão alinhados aos PNT e aos PPAS.

Cabe lembrar, porém que estes planos têm como base outros documentos e ou legislação pertinente ao setor e a cidade de São Paulo. Neste aspecto os períodos de análises compreendem o primeiro, o segundo e o terceiro Plano Nacional de Turismo, implementados após a criação do Ministério do Turismo.

Neste sentido, o alinhamento destas políticas será realizado com os planos municipais da cidade de São Paulo no período de 2003 a 2014, com o plano diretor municipal vigente, com a legislação pertinente ao setor e de outros documentos que se fizerem necessários até o final desta pesquisa.

1.6 Vinculação à Linha de Pesquisa

Este estudo tem como objetivo identificar e discutir as principais políticas públicas que influenciaram o desenvolvimento do segmento de turismo de negócios no período de 2007 a 2014 com foco na cidade de São Paulo. A aderência à linha 1 de pesquisa (Gestão para o Desenvolvimento da Regionalidade) se baseia na abordagem focando Poder Público, Iniciativa Privada e Sociedade Civil Organizada, buscando avaliar sua articulação frente aos desafios regionais, com potencial para fortalecer o sentimento de pertencimento e de regionalidade. Coaduna-se com o tema proposto pela pesquisa, que tem como foco o desenvolvimento de um dado território por intermédio do Turismo, no caso a cidade de São Paulo, como centro da maior metrópole brasileira e sul-americana.

2 Referencial Teórico

2.1 Turismo

Ao longo do tempo, observou-se que o turismo tem demonstrado sua relevância no cenário mundial, representando 9,3% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial, incluindo os setores impactados indiretamente e induzidos, com cerca de seis trilhões de dólares em 2012 (WTTC, 2013). O turismo contribuiu com 9,2% do PIB em 2012, o que equivale a R\$ 443,7 bilhões naquele ano de referência (BRASIL, 2014).

Ressalta-se, portanto, que o turismo é atividade de prestação de serviços, que se enquadra no setor terciário da economia e na sua dimensão interfere nos demais setores, conforme explicitado por Coelho.

Ao contrário de muitas outras atividades, o turismo interage nos três setores econômicos e, quando se desenvolve, desencadeia um processo de irradiação de benefícios que ultrapassam seus limites de atuação, incrementando negócios não só no setor terciário, como também nos setores primários e secundários (COELHO, 2011, p.51).

O Turismo com características peculiares é considerado uma atividade complexa; segundo Lemos (2013), os desafios para o planejamento e gestão do segmento podem ser compreendidos nos seguintes temas: fronteiras difusas; impactos indiretos e induzidos do turismo; influência de sistemas externos; efeitos e relações imprevisíveis; e necessidade de uma abordagem holística..

Tiradentes defende que

o turismo e suas variações representam um fenômeno econômico, político, social e cultural de grande expressão no mundo atual, visto por alguns como uma alternativa adicional de geração de ocupações e de renda em áreas decadentes ou estagnadas, tendo por característica marcante o fato de ser um turismo local, de território restrito (TIRADENTES, 2006 pag.3).

Para Lemos (2013), o Turismo é um fenômeno social que está relacionado ao fluxo de pessoas, ao nível de produção e consumo de produtos, assim como de serviços. O turismo compreende todos os produtos e serviços que dão suporte ao espaço turístico, tais como a hospedagem, a visitação de atrativos turísticos, a

alimentação, o deslocamentos, entre outros serviços necessários a um espaço turístico.

Esta pesquisa utiliza o conceito da Organização Mundial do Turismo (OMT):

O turismo inclui tanto o deslocamento e as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas, bem como as relações que surgem entre eles, em lugares distintos do seu ambiente natural, por um período consecutivo inferior a um ano e mínimo de 24 horas (pernoite no destino), principalmente com fins de lazer, negócios e outros (OMT, 2003).

Em pesquisa, Boullón (2006) ressalta para que a localidade opere turisticamente, esta deve fornecer infraestrutura que propicie a chegada e estadia, a locomoção e a permanência do visitante no destino. Ou seja, deve-se acrescentar a chamada planta turística (hotéis, restaurantes e centro de convenções, por exemplo) e infraestrutura (estradas, aeroportos etc.). Não bastam os atrativos naturais de uma região, a infraestrutura se torna essencial para o desenvolvimento da atividade.

Diante desta explanação cabe ressaltar que o Ministério do Turismo no Brasil em conjunto com os órgãos oficiais do setor, orienta o mercado por meio da segmentação. A segmentação faz parte da estratégia turística do país, visando ao planejamento adequado de cada região, com a finalidade de aproveitar o máximo às condições naturais e culturais destes diferentes locais.

A segmentação de mercado se caracteriza, segundo Kotler e Armstrong (2000, p. 27) como “[...] o processo de dividir um mercado em grupos distintos de compradores com necessidades, características e comportamentos diferentes, que podem requerer produtos ou compostos de marketing distintos, [...]”.

Beni, por sua vez, explica que;

[...] o motivo de viagem é, entretanto, o principal meio disponível para segmentar o mercado. Os maiores segmentos desse mercado, por afluência de turistas, são: turismo de descanso ou férias; de negócios e compras; desportivo; ecológico; rural; de aventura; religioso; cultural; científico; gastronômico; estudantil; de congressos, convenções, encontros e similares; familiar e de amigos; de saúde ou médico-terapêutico. (BENI, 1998, p. 149),

Este discurso representa a diversificação do mercado turístico como resultado de um trabalho que tem como objetivo aproveitar ao máximo as condições da oferta (localidade) e também como resposta frente à competição entre as destinações.

Assim o Ministério do Turismo segmentou o mercado turístico brasileiro nas seguintes tipologias: Turismo Social, Ecoturismo, Turismo Cultural, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Esportes, Turismo de Pesca Turismo, Náutico, Turismo de Aventura, Turismo de Sol e Praia, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo Rural, Turismo de Saúde, Turismo Religioso, Turismo Gastronômico, Turismo da melhor idade, Turismo científico e Turismo urbano (BRASIL, 2010). Existem inúmeras variantes de segmentos do turismo atualmente. As Tipologias serão de acordo com os objetivos traçados, os segmentos podem ser muito específicos, dependendo da região ou do país. O detalhamento de cada tipologia consta no ANEXO A desta pesquisa.

Neste sentido esta pesquisa discute especificamente o segmento de Turismo de Negócios, que apresenta características próprias a serem analisadas.

2.2 Turismo de Negócios

A prática do Turismo de Negócios é realizada desde a antiguidade. No entanto, no Brasil esta atividade configurou-se por meio de feiras realizadas em espaços abertos, onde as mercadorias eram vendidas em barracas (MATIAS, 2002). Neste cenário, as feiras de negócios contribuíram para a formação de importantes cidades nordestinas, como Caruaru e Feira de Santana (SOUSA, 2004).

Alguns eventos de grande expressão, como as Olimpíadas, Copa do Mundo, Exposições Mundiais e Feiras de Negócios, colaboraram para o entendimento do segmento, firmando assim suas características (SEBRAE, 2011).

Com o desenvolvimento do setor, principalmente após a Segunda Guerra Mundial, foram criadas as entidades de classe representativas como Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC), a União Brasileira dos Promotores de Feiras (UBRAFE), a Associação de Marketing Promocional (AMPRO), a Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras (ABRACCEF) e a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH) entre outras atuantes no setor.

Em 1983 foi fundado, no Estado de São Paulo, o primeiro dentre os *Conventions & Visitors Bureau* (C&VB), que representou uma grande evolução para

o segmento e para o país, visto ser um Instrumento de planejamento, promoção, apoio, captação e geração de eventos e incentivo ao turismo de entretenimento, negócios e lazer para destinos em formação e também para os destinos já consagrados (SÃO PAULO CONVENTION & VISITORS BUREAU, 2015).

Muitas vezes, o Turismo de Negócios é definido como Turismo de Eventos, por outras vezes o conceito dos dois segmentos estão agrupados. Portanto, se faz necessário discorrer sobre os conceitos, características e autores que dissertam a respeito do tema.

Canovas (2008) conceitua o Turismo distinguindo o Turismo de Negócios e o Turismo de Lazer. Nesse sentido, congressos e feiras, bem como a realização de viagens para compras são considerados pela autora como parte do Turismo de Negócios, envolvendo transações comerciais, eventos, feiras, convenções.

Britto e Fontes (2006) acrescentam que estes, normalmente, são confundidos e até usados como sinônimos, contudo, embora tenham características similares, abordam universos distintos. No entanto, destaca-se que a principal diferença entre ambos é o fato de o Turismo de Negócios não se utilizar, necessariamente, de eventos para poder existir, enquanto o Turismo de Eventos tem sua razão de ser no evento.

Conforme análise de estudos das autoras citadas, toda viagem motivada por interesses ligados a uma atividade lucrativa, para desenvolvimento profissional, realização de contatos, negócios ou obtenção de conhecimentos é caracterizada como turismo de negócios (BRITTO; FONTES, 2006).

Haja vista a observação de Santos e Souza (2008) que classificou a viagem de negócios como turística por entender que estes interferem no fluxo dos equipamentos turísticos e ao aporte financeiro que representam para o mercado turístico.

O turista de negócios tem características diferenciadas, valorizando assim a localização dos equipamentos turísticos, como o meio de hospedagem, o aeroporto, o espaço para eventos, a empresa, a locomoção no decorrer de sua estada que possa permitir menor tempo de deslocamento ao local desejado; a qualidade; agilidade nos serviços e respeito a sua privacidade são necessidades inerentes a este tipo de turista, conforme aponta Wanderley (2004).

O propósito de esmiuçar o conceito de turismo de negócios neste estudo ocorre por questões conceituais, ora, por não ser aceito por alguns autores a existência deste tipo de turismo e, outras vezes, por ser conceituado como Turismo de Eventos. Os tipos e os formatos de encontros praticadas no âmbito do segmento de Turismo de Negócios são: Missões empresariais, visitas técnicas, viagens corporativas, reuniões de negócios, rodadas de negócios, feiras, convenções, congressos, seminários, workshops, conferências, cursos (BRASIL, 2010).

Os eventos de tipo palestra, painel, mesa-redonda, simpósio, plenária e debate também fazem parte do segmento de negócios (BRASIL, 2010). O detalhamento destes encontros de negócios está descrito no ANEXO B.

O conhecimento dos tipos e formatos dos encontros pelos atores e para esfera pública se torna essencial, visto que, este entendimento possibilita direcionar políticas públicas, assim como, orienta os prestadores de serviços do Turismo de Negócios. A classificação dos encontros por tipos e formatos permite diagnosticar necessidades de infraestrutura e serviços necessários para sua realização (BRASIL, 2010).

Neste sentido, a cidade de São Paulo com suas condições já estabelecidas de negócios, com destaque para as áreas de telecomunicações, biotecnologia, finanças, moda, entre outras, utiliza-se de eventos como instrumento prático para realização destes negócios (BRASIL, 2010).

Conforme o Ministério do Turismo (Estudo da Demanda Turística Internacional), em 2012, a cidade de São Paulo recebeu 48,3% dos estrangeiros que estiveram no Brasil a negócios, mantendo-se líder no segmento de negócios. No ano de 2014, conforme a SPTuris, mais de 70% dos que vieram para a cidade o fizeram para cumprir agenda corporativa (ANDREUCCI, 2015).

Beni (2003, p. 433) define este tipo de Turismo como sendo Empresarial ou de Negócios.

Deslocamento de executivos e homens de negócios, portanto turistas potenciais, que afluem aos grandes centros empresariais e cosmopolitas a fim de efetuarem transações e atividades profissionais, comerciais e industriais, empregando seu tempo livre no consumo de recreação e entretenimento típicos desses grandes centros, incluindo-se também a frequência (sic) a restaurantes com gastronomia típica e internacional.

Portanto, a presente pesquisa compreende o turismo de negócios como;

Conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social (Brasil, 2010).

Neste aspecto o MTUR esclarece,

As atividades de interesse profissional, associativo e institucional constituem-se em contatos e relacionamentos de trabalho; encontros de caráter comercial referem-se à compra e venda de produtos e serviços; por encontro de caráter promocional compreendem-se os processos de divulgação; os de interesses técnicos e científicos, por sua vez, estão ligados à arte ou à ciência, e por fim, os encontros sociais, que englobam assuntos próprios da sociedade (BRASIL, 2010).

A partir deste entendimento, observa-se a importância de conhecer a oferta (destino) e a demanda (perfil do turista) e preparar a localidade para o segmento.

Se posicionar de forma competitiva é preparar a localidade para renovação urbana, investindo no segmento e conseqüente no desenvolvimento da comunidade por meio de nova infraestrutura, conforme discutido por Ford e Peeper (2007 trad. nossa).

Vale ressaltar que neste panorama, percebe-se a importância e a considerável amplitude do Turismo de Negócios para a cidade de São Paulo. Ainda assim, faz-se necessário conhecer a representatividade das Políticas Públicas no âmbito nacional e regional que contribuem para o desenvolvimento do Turismo.

2.3 Turismo e Políticas Públicas

Ao tratar do tema Política Pública é imprescindível discorrer sobre o interesse comum, visto que ações e programas que são propostos por uma determinada política possuem relação direta com a vida do cidadão.

Assim, o conceito de Política é relacionado com as decisões do governo em prol da sociedade (DIAS; MATOS, 2012). No século XXI, por exemplo, caracterizado pelas diferenças existentes nas sociedades, as políticas públicas vêm com o objetivo de solucionar ou amenizar os conflitos gerados em virtude destas diferenças que persistem em formar um abismo na sociedade.

O Estado tem a função de articulador no que diz respeito à política pública, ou seja, defender os interesses sócios e econômicos da sociedade em geral. O

turismo é entendido como um fenômeno socioeconômico, portanto, faz parte da articulação do Estado (SANTO SILVA; COSTA; CARVALHO, 2013).

Logo o turismo como setor propenso a contribuir com o desenvolvimento da localidade adquiriu importância na esfera pública, vistas a criação do Ministério do Turismo em 2003. Desde então, ações foram direcionadas para o setor e como afirma Vieira, tem adquirido importância na esfera pública e tem sido contemplado pelo conjunto de ações do governo.

cabe ao Estado primar pelo planejamento e por todos os outros fatores essenciais ao desenvolvimento do turismo, em cooperação com a iniciativa privada para alcançar um bom desenvolvimento da atividade turística (Vieira 2011, p. 20).

Sendo o órgão central do Sistema Nacional de Turismo, o Ministério do Turismo (MTur) coordena os programas de desenvolvimento do turismo, em interação com os demais autores do segmento. O MTur adota um modelo institucional de gestão compartilhada entre o governo federal, os governos estaduais e municipais, o setor privado e as organizações representativas da sociedade civil (BRASIL, 2007).

Considerando a grandiosidade do Brasil, cabe, porém salientar que o modelo de gestão adotado tem sua devida importância para o desenvolvimento do turismo no país, respeitando assim, as particularidades regionais.

Três iniciativas importantes revelam a trajetória do turismo no Brasil. São elas: Política Nacional de Turismo de 1966, Política Nacional de Turismo de 1991 e Plano Nacional de Turismo de 2003. O papel do setor público na gestão e na regulação do setor do turismo, no entanto, é uma questão controversa (LEMOS, 2013).

Por volta de 1964 o turismo passou a ser reconhecido como importante atividade que poderia diminuir as diferenças econômicas e sociais existentes no país. O reconhecimento oficial se fez presente em 18 de Novembro de 1966 quando nasceu, instituída pelo Decreto-Lei 55, a primeira Política de Turismo brasileira; neste momento também foram criados o Conselho Nacional de Turismo (CNTUR) e a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR), adotando-se uma postura extremamente centralizadora de poder, condizente com o regime instalado nesta época (FERRAZ, 2000).

Os assuntos da área estiveram ligados aos mais diversos setores da administração pública. Percorreram os setores do Departamento Nacional de Informação e do Departamento Nacional de Imigração, até fazerem parte do organograma do Ministério da Justiça, Ministério do Trabalho, Ministério da Indústria e Comércio, Ministério da Indústria Comércio e Turismo, e do Ministério do Esporte e Turismo. Então, somente em 2003, atingiu-se a importância de um Ministério com status para tratar dos interesses específicos da política de turismo.

Logo, instituiu-se o Ministério do Turismo (MTUR), no Sistema Nacional de Turismo, que atua em consonância com o Conselho Nacional de Turismo, com as Câmaras Temáticas, com o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo e com os Fóruns e Conselhos Estaduais de Turismo, nas 27 Unidades da Federação (BRANDÃO, 2010).

Desta forma, possibilitou aos governos, setor privado e organizações da sociedade trabalhar de forma coesa e integrada, atuando como líderes na criação, regulação e operacionalização das políticas de turismo, pensando além dos benefícios econômicos e abrangendo os interesses ambientais, sociais e culturais (LEMOS 2013).

A Política de Turismo é o conjunto de diretrizes e fatores necessários para expressar quais os caminhos para atingir objetivos de natureza macroeconômica para o turismo do país; determinar as prioridades de ação executiva, supletiva ou assistencial do Estado; facilitar o planejamento das empresas do setor quanto aos empreendimentos e às atividades mais capazes de receber apoio estatal, devendo ser norteada pela cultura, sociedade e economia (BENI, 2001).

A política pública de turismo pode ser definida como:

O conjunto de regulamentos, normas, orientações, diretivas, e objetivos de promoção dentro dos quais as decisões coletivas e individuais que afetam diretamente o desenvolvimento do turismo dentro de um destino são tomadas (GOELDNER; RITCHIE, 2006, p.294).

Este tipo de política concerne à promoção da lei geral do turismo (Lei 11.771/2008), que estabelece normas sobre a Política Nacional de Turismo, além de definir as atribuições do governo federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico (BRASIL, 2008).

A “Lei Geral do Turismo” também estabelece como um de seus objetivos a necessidade de

promover, descentralizar e regionalizar o turismo, estimulando Estados, Distrito Federal e Municípios a planejar, em seus territórios, as atividades turísticas de forma sustentável e segura, inclusive entre si, com o envolvimento e a efetiva participação das comunidades receptoras nos benefícios advindos da atividade econômica (BRASIL, 2008).

A política do Turismo deve nortear o desenvolvimento do setor e seguir os princípios de satisfação do visitante; proteção do meio ambiente natural; e o reconhecimento de um benefício justo para os investidores (BENI, 1998).

Segundo Hall (2004), no que tange ao setor de Turismo, as políticas públicas devem ser avaliadas. Neste sentido, torna-se necessário monitorar as ações que são direcionadas para o segmento. Por seu turno, avaliação e monitoramento são fundamentais à medida que:

- ✓ Avaliam o grau de necessidades políticas e intervenções do governo;
- ✓ Possibilitam o teste de hipóteses referentes ao funcionamento do processo, natureza dos resultados e a eficiência dos programas;
- ✓ Especificam sobre resultados e impactos da política;
- ✓ Medem a eficiência e relação custo-benefício das políticas e planos de turismo em termos dos recursos financeiros, humanos e de capital.

O Ministério do Turismo e o Conselho Nacional de Turismo são incumbidos de elaborar o Plano Nacional de Turismo (PNT), que é um instrumento estratégico da Política Nacional, apresentando o envolvimento dos segmentos públicos e privados na sua elaboração.

Com uma dinâmica diferenciada, o PNT, mesmo requerido por lei, não é submetido à apreciação do Legislativo, mas deve ser aprovado pelo Presidente da República (BRASIL, 2008).

Assim o parágrafo único da Lei Nº 11.771/2008 descreve suas especificações.

O PNT tem suas metas e programas revistos a cada quatro anos, em consonância com o plano plurianual, ou quando necessário observado o interesse público, tendo por objetivo ordenar as ações do setor público, orientando o esforço do Estado e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo (BRASIL, 2008).

Os planos instituídos pelo Ministério após sua implantação são referentes aos períodos 2003/2007, 2007/2010 e 2013/2016. Estes planos são elaborados a partir de orientações do próprio mercado Turístico Brasileiro com a participação dos atores

envolvidos com segmento. A gestão política participativa e descentralizada é uma característica inerente a estes documentos.

Neste aspecto, os planos apoiam-se em diretrizes (Quadro 1) que são traçadas a partir do diagnóstico do setor e tem como objetivo orientar as ações do segmento.

Quadro 1 - Diretriz dos Planos Nacional do Turismo 2003-2016.

2003-2007	2007-2010	2013-2016
Diretrizes	Diretrizes	Diretrizes
- Ética e a Sustentabilidade, Vetores 1-Redução das desigualdades regionais e sociais. 2-Geração e distribuição de renda. 3-Geração de emprego e ocupação. 4-Equilíbrio do balanço de pagamentos.	1-Distribuição de renda e redução das desigualdades integrando soluções no campo, econômico, social, político, cultural e ambiental. 2- Prioriza o bem estar social. 3 - Ferramenta para o alcance dos objetivos do milênio, erradicação da extrema pobreza, da fome. 4-Sustentabilidade ambiental. 5 - Parceira mundial para o desenvolvimento. 6 - Padrões éticos e obedecer aos princípios gerais contidos no Código Mundial do Turismo.	1 - Geração de oportunidades de empregos e empreendedorismo. 2 - Participação e diálogo com a sociedade. 3 - Incentivo a inovação e ao conhecimento. 4 - Regionalização

Fonte: Adaptado pela autora, a partir dos Planos Nacionais de Turismo; 2003 a 2016.

Estas diretrizes definidas no Plano Nacional do Turismo são estruturadas por um conjunto articulado de macroprogramas e programas (Quadro 2) que, alinhados aos Programas e ações do Plano Plurianual do Governo, estabelecem as condições para sua efetivação no âmbito do governo federal (KANITZ; TRIGUEIRO; DE ARAÚJO, 2010).

Quadro 2 - Macroprogramas, Programas e Objetivos do PNT (2003/2016).

2003-2007	2007-2010	2013-2016
Macroprogramas	Macroprogramas	Macroprogramas
1-Gestão Relações Institucionais 2 - Fomento 3 - Infraestrutura 4-Estruturação e Diversificação da oferta turística 5-Qualidade do produto turístico 6- Promoção e apoio à comercialização. 7 - Informações turísticas	1- Planejamento e Gestão; 2-Informação e Estudos Turísticos; 3-Logística Transportes; 4-Regionalização do Turismo; 5-Fomento à Iniciativa Privada 6-Infraestrutura Pública 7 - Qualificação dos Equipamentos e Serviços Turísticos; 8 - Promoção e Apoio à Comercialização. 9- Turismo Sustentável e Infância.	- Geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo; - Participação e diálogo com a sociedade; - Incentivo à inovação e ao conhecimento; - Regionalização;
Objetivos Gerais	Objetivos Gerais	Objetivos Gerais
- Desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando diversidades regionais, culturais e naturais. - Estimular e facilitar o consumo do produto turístico brasileiro nos mercados Nacional e Internacional.	- Implementação e Descentralização da Política Nacional de Turismo - Induzir a ação interministerial para implementação de estratégias relativas à logística de transportes - Propõem a estruturação, o ordenamento e a diversificação da oferta turística no País. - Promover o aumento de viagens com a inserção de novos grupos de consumidores até então excluídos desse tipo de consumo. - Realizar os programas, ações e campanhas de promoção do turismo no mercado nacional e internacional.	- Incentivar o brasileiro a viajar pelo país; - Incrementar a geração de divisas -Incrementar a chegada de turistas estrangeiros; - Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade do turismo brasileiro; - Preparar o turismo brasileiro para os megaeventos ¹ .

Fonte: Adaptado pela autora a partir dos Planos Nacionais de Turismo; 2003 a 2016.

Esta análise mostra que para realizar o propósito de implementação, os objetivos, as metas e as ações complementam o documento com o intuito de atender as diretrizes traçadas. Por isso, no resumo apresentado, optou-se por discorrer a respeito das diretrizes, dos macroprogramas, dos programas e dos objetivos gerais, sendo estes suficientes para alcançar os objetivos propostos nesta pesquisa.

¹ Eventos esportivos: Copa do Mundo (2014) e Olimpíadas (2016). BRASIL, 2008

Os primeiros planos tiveram a perspectiva de expansão e fortalecimento do turismo interno, priorizando a função social que cabe ao setor além de fazer da atividade um mecanismo de melhora do país e também como um importante indutor da inclusão social (BRASIL, 2010). O plano de 2013/2016 tem as mesmas perspectivas dos planos anteriores, priorizando a sustentabilidade como mote central.

Por outro lado, destaca-se que o Plano Nacional de Turismo 2013-2016, apresenta uma visão de futuro de levar o Brasil à condição de 3ª economia turística mundial até 2022, sendo que em 2013 alcançou a 6ª posição, e para tanto traz orientações de caráter mais estratégico com perspectiva e efetivação de um desenvolvimento econômico sustentável, ambientalmente equilibrado e socialmente inclusivo (BRASIL, 2013).

Cabe salientar que o Plano Nacional de Turismo também é orientado pelo Plano Plurianual (PPA), a fim de integrar os objetivos das esferas públicas em relação ao setor referido.

2.4 Os Planos Plurianuais (PPA)

O Plano Plurianual (PPA) é um instrumento previsto no artigo 165 da Constituição Federal de 1988, e foi idealizado como um relatório de acompanhamento para subsidiar o planejamento físico e financeiro a ser discutido e aprovado pelo Congresso Nacional (Cargnin, 2007), e o primeiro plano abrange o período datado de 1991-95.

Assim, são estabelecidas as prioridades de investimentos, os programas, os objetivos e a estimativa de gastos no período de quatro anos (BRASIL, 2011).

O Quadro 3 aponta o resumo dos programas de turismo estabelecidos nos PPAs. Para atender os objetivos propostos pela pesquisa, foi feito um recorte temporal, sendo estes 2000/2003 – 2004/2007 – 2008/2011 - 2012/2015. Salientou-se aqui os Programas e os Objetivos que sustentam, as prioridades estabelecidas e as áreas prioritárias para investimentos.

Quadro 3 - Resumo dos Planos Plurianuais – Programas de Turismo.

Plano Plurianual		
Período	Programas	Objetivos
2000/2003	Gestão das Políticas de esporte e Turismo	- Apoiar o planejamento, avaliação e controle dos programas nas áreas do esporte e do turismo.
2004/2007	-Brasil: Destino Turístico Internacional;	- Aumentar o fluxo de turistas estrangeiros no País.
2008/2011	- Brasil: Destino Turístico internacional -Turismo Social no Brasil: Uma Viagem de Inclusão. -Gestão da Política de Turismo	- Aumentar o fluxo de turistas estrangeiros, o gasto médio e o tempo médio de permanência no País. - Aumentar os fluxos turísticos e promover a inclusão social mediante a estruturação e diversificação da oferta e da demanda. - Coordenar o planejamento e a formulação de políticas setoriais e a avaliação e controle dos programas na área do turismo.
2012/2015	Programa Turismo Sustentável e Infância Pronatec Turismo	- Promover a sustentabilidade e a qualidade de forma a aumentar a competitividade do turismo brasileiro; - Estruturar, qualificar e promover os destinos turísticos brasileiros para os megaeventos esportivos. - Incentivar o brasileiro a viajar pelo Brasil. - Divulgar no exterior a imagem do país, seus produtos, destinos e serviços turísticos, bem como apoiar a internacionalização das empresas brasileiras do segmento. - Consolidar a gestão compartilhada do turismo no Brasil

Fonte: Adaptado pela autora a partir de BRASIL, 2013.

O PPA (2012-15) apresenta seu modelo de planejamento baseado em Programas Temáticos, organizados em Objetivos que, por sua vez, são detalhados em Metas e Iniciativas. Essa estrutura foi fortemente influenciada pelo modelo de gestão anteriormente aplicada no Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), com foco no monitoramento de metas (LEMOS 2013).

O Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão coordena a gestão do PPA com uma visão de planejamento orçamentário que não se baseia em perspectiva territorial (BRASIL, 2008). Nos dizeres de Abrucio (2007), o PPA é uma revolução no que diz respeito ao planejamento governamental, com

amadurecimento significativo em relação a décadas anteriores, no entanto, prevalece questões orçamentárias do que no ciclo das políticas públicas.

Nos grandes cenários dos planos, a Lei Geral do Turismo é um documento oficial considerado um marco para o Turismo, pois tramitava desde 1987 no Congresso Nacional, cujo resumo integra o Quadro 4 .

Quadro 4 - Resumo da Lei 11.771/2008.

<u>Ementa da Lei</u> - dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, e dá outras providências.
A lei do turismo conta com 47 artigos distribuídos em seis capítulos. Das Disposições Preliminares; Da Política, do Plano e do Sistema Nacional de Turismo; Da Coordenação e Integração de Decisões e Ações no Plano Federal; Do Fomento à Atividade Turística; Dos Prestadores de Serviços Turísticos e Das Disposições Finais.
<u>O primeiro capítulo</u> faz um resumo das finalidades da lei, define a atuação do Ministério do Turismo e conceitua o que é turismo para os termos legais.
<u>O segundo capítulo</u> da lei trata da política de turismo
<u>O capítulo três da lei</u> trata da coordenação e integração de decisões e ações no plano federal. Para isso propõe-se a criação do Comitê Interministerial de Facilitação Turística, presidido pelo próprio ministro do turismo.
<u>O quarto capítulo da lei</u> trata de questões econômicas. Do fomento à atividade turística, linhas de crédito, FUNGETUR – Fundo Geral do Turismo, suporte financeiro às atividades turísticas.
<u>O quinto capítulo da lei</u> : definição de empresa de prestação de serviços turísticos
<u>O capítulo seis revoga</u> a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977; o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986 e os incisos VIII e X e os §§ 2º e 3º do art. 3º, o inciso VIII do art. 6º e o art. 8º da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991.

Fonte: Adaptado pela autora a partir da Lei 11.771 /2008.

A Lei dispõe sobre as normas da política nacional e as obrigações do poder público em relação ao Turismo. Atribui ao Ministério do Turismo à elaboração do Plano Nacional de Turismo – PNT, devendo ser ouvidos os segmentos públicos e privados interessados, inclusive o Conselho Nacional de Turismo.

A aprovação da lei trouxe maior segurança jurídica para os investimentos internos e estrangeiros no Turismo Brasileiro (CARVALHO, 2009).

No ano de 2010 foi aprovado o decreto 7.381 que regulamentou a legislação de 2008. Segue a redação do decreto (Quadro 5) .

Quadro 5 - Decreto 7.381/2010.**Decreto - 7.381/2010**

Art. 1 Este Decreto regulamenta a Lei no 11.771, de 17 de setembro de 2008, que estabelece normas sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, dispõe sobre o Plano Nacional de Turismo - PNT, institui o Sistema Nacional de Turismo, o Comitê Interministerial de Facilitação Turística, dispõe sobre o fomento de atividades turísticas com suporte financeiro do Fundo Geral de Turismo - FUNGETUR, o cadastramento, classificação e fiscalização dos Prestadores de Serviços Turísticos e estabelece as normas gerais de aplicação das sanções administrativas.

Fonte: BRASIL, 2010.

O decreto regulamenta a legislação anterior e enfatiza o cadastramento, classificação e fiscalização dos Prestadores de Serviços Turísticos e estabelece as normas gerais de aplicação das sanções administrativas.

Neste sentido, demonstra a preocupação do Ministério na regulamentação dos prestadores de serviços de Turismo, direcionando-se assim a atender aos objetivos dos Planos Nacionais (2003 e 2010) de garantir qualidade ao produto turístico e fomento aos estudos do segmento.

Para firmar as diretrizes do Turismo no país, os programas e ações traçadas pelo Ministério do Turismo são orientados pelo Documento Referencial do Turismo, no qual suas orientações são bases para os planos de turismo (BRASIL, 2010). Abaixo os resumos dos documentos (Quadro 6).

Quadro 6 - Resumo: Documento de Turismo base para o PNT 2007/2010.

Objetivo do Documento- Com base nas diretrizes da política nacional de Turismo; o objetivo das ações propostas no documento referencial é garantir a continuidade do processo democrático participativo e descentralizado de gestão.
Referencia do Documento – Um marco para o desenvolvimento da atividade no País, ao mesmo tempo em que impõe um desafio cujo enfrentamento deve-se dar de forma articulada, verificou-se a necessidade de elaborar um documento que formalizasse as conquistas, desafios e expectativas do setor, que sirva de marco de passagem e de ponto de partida para os futuros atores deste processo.
Estrutura do Documento - O documento está dividido em três partes: Diagnóstico; que apresenta informações relativas à atividade turística no país nos últimos anos; Cenários; que trata do ambiente econômico nacional e de projeção de metas até 2010; e Propostas; elaboradas com base no cenário e no diagnóstico construído sobre os resultados da atividade turística nacional.
Os três tópicos do documento referencial se subdividem em sete eixos temáticos; que são: Planejamento e Gestão; Estruturação e Diversificação da Oferta; Fomento; Qualificação; Infraestrutura; Promoção e Comercialização; E Informação.

Fonte: Adaptado pela autora a partir do Documento Referencial do Turismo (2006).

Este documento teve como referencia o resultado do plano 2003/2007. O PNT deste período apresentou-se em um cenário atípico, dada a criação do Ministério de Turismo como pasta independente, demonstrando assim a importância que o segmento passou exercer para o desenvolvimento do país.

O propósito do plano foi de consolidar o Ministério do Turismo como articulador do processo de integração de diversos segmentos do setor turístico (BRASIL, 2003).

O documento foi desenvolvido principalmente sob as perspectivas dos resultados alcançados. Neste sentido, o documento apresentou temas como; Criar e aumentar a empregabilidade no setor; aumentar a entrada de turista estrangeiro no país; aumentar o turismo doméstico; aumentar as divisas e ampliar a oferta turística brasileira. O documento também prezou o amadurecimento das metas propostas, os resultados obtidos até o momento daquele plano e alternativas metodológicas para a construção do novo Plano Nacional de Turismo.

O documento referencial do PNT 2013/2016 apresentou perspectivas relacionadas ao cenário anterior. Segue resumo do documento (Quadro 7).

Quadro 7 - Resumo: Documento Referencial de Turismo base para o PNT 2013/2016.

Objetivo do Documento- sobrepor às questões político-partidárias e garantir a continuidade das ações, aprofundar e aprimorar as políticas e programas para o desenvolvimento do turismo no Brasil.
O documento - consolida o pensamento das principais lideranças do Turismo no Brasil, constituindo uma referência fundamental para o debate sobre as perspectivas de desenvolvimento da atividade, para a formulação de políticas públicas e para os investimentos privados e a ação empresarial.
Referencia do Documento – Um marco para o desenvolvimento da atividade no País, ao mesmo tempo em que impõe um desafio cujo enfrentamento deve-se dar de forma articulada, verificou-se a necessidade de elaborar um documento que formalizasse as conquistas, desafios e expectativas do setor, que sirva de marco de passagem e de ponto de partida para os futuros atores deste processo.
Estrutura do Documento - (i) Diagnóstico, (ii) Cenários e Projeções e(iii) Proposições
Diagnóstico – Reorganiza os dados estáticos da sociedade como um todo – Ambiente Socioeconômico Nacional e Internacional.
Cenários e Projeções – Apresenta o contexto do Turismo Nacional e Internacional (socioeconômicas; emprego, qualificação da mão de obra, investimentos e informações do setor; hospedagens, aéreos e outros).
Proposições – a partir do diagnóstico foram identificados os principais desafios e entraves ao desenvolvimento da atividade para os próximos anos. Os temas referidos foram agrupados por eixos temáticos e estes estão relacionados entre si e devem ser entendidos de forma abrangente e complementar.
Eixos Temáticos - Planejamento e Gestão; Pesquisa e Informação; Estruturação da Oferta Turística; Fomento; Qualificação; Infraestrutura; Logística de Transportes; Promoção e Apoio à Comercialização, Estruturação da oferta turística, Integração da cadeia produtiva do turismo, Gestão do Plano e Relacionamento Institucional.

Fonte: Adaptado pela autora a partir do Documento Referencial do Turismo 2011/2014.

No momento da elaboração deste documento foram verificados resultados alcançados com o plano anterior, identificados os desafios e entraves ao desenvolvimento da atividade para os anos seguintes.

Neste sentido, os eixos temáticos foram mais abrangentes, enfatizando a pesquisa e informação relacionada ao setor, além de traçar metas direcionadas para os próximos eventos esportivos, principalmente o evento Copa do Mundo.

O evento Copa do Mundo, mesmo não sendo objetivo desta pesquisa, apresenta relevância para o setor de Turismo e para a cidade de São Paulo, visto a configuração do PNT 2013/2016.

Esta importância se dá principalmente pelos possíveis legados deixados por este evento e que podem ser agrupados em quatro grandes eixos projetados: fortalecimento institucional do planejamento e da gestão urbana; fomento à

economia local e regional; melhoria da qualidade de vida da população; promoção da participação cidadã (CAMPOS; FARRET, 2012).

Conforme estudos recentes o evento trouxe mudanças significativas para as cidades sedes. A enorme estrutura em torno da organização da Copa do Mundo contou com a integração de todas as esferas participantes: foram 29 órgãos do governo federal envolvidos, 90 órgãos públicos locais e 2.200 gestores públicos e privados, participando, ao todo, de 277 reuniões de alinhamento e ajustes dos planos operacionais (BRASIL, 2014).

O interesse comum e integração dos atores para realização deste porte de evento foi pauta no discurso do secretário-executivo do Ministério do Esporte e do diretor executivo do Comitê Organizador Local (COL), Ricardo Trade.

A integração da cadeia produtiva do turismo é um assunto que vem também sendo discutido nos últimos planos, assim como foi referência deste documento.

Atuando de forma descentralizada, conforme prescrito na legislação, estes documentos sintetizam ação conjunta do Ministério do Turismo, do Conselho Nacional de Turismo e do Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo, com objetivo maior de garantir a continuidade das ações, aprofundar e aprimorar as políticas e programas para o desenvolvimento do turismo no Brasil (BRASIL, 2013).

Exposto os documentos de abrangência nacional, o próximo tópico, Turismo, Sustentabilidade e Desenvolvimento Territorial complementam a discussão iniciada..

2.5 Turismo, Sustentabilidade e Desenvolvimento Territorial.

Pesquisar a temática do Turismo neste trabalho é alinhá-lo à perspectiva do desenvolvimento territorial, que em linhas gerais está relacionado aos aspectos sociais e econômicos de um determinado contexto no espaço e no tempo.

Refletir sobre questões territoriais tendo como mote o município de São Paulo é pensar sobre a própria trajetória recente do país, em seu crescente processo de urbanização e industrialização (BRASIL, 2008).

Este período foi marcado por profundas transformações na estrutura econômica, social, política e demográfica do país. Da crise cafeeira à industrialização, passando pelo movimento de transferência das indústrias para outros polos. Nesse contexto, São Paulo se estabelece como um grande polo econômico, fortalecendo-se no setor terciário.

Entender a cidade como polo econômico é direcionar as dimensões do desenvolvimento econômico local nos aspectos da formação de recursos humanos, nas dimensões sociocultural, político-administrativa e ambiental, para além do aspecto econômico (LLORENS, 2001).

Assim, na visão de Castells e Borja (1996), cidade é entendida como um conjunto muito mais abrangente de atores da sociedade civil no espaço urbano, todos eles integrando a dinâmica do desenvolvimento local.

Neste contexto, Dallabrida e Becker (2008) partem do princípio que o espaço é um conjunto de formas representativas de relações sociais do passado e do presente. Santos e Silveira (2002) entendem o território como uma extensão do espaço apropriada e usada, designando assim o nome político para o espaço de um país ou uma região.

O desenvolvimento territorial é um processo de mudanças multifacetado, ou seja, em que os diferentes aspectos que permeiam estas transformações devem ser considerados de forma concomitante (KLINK, 2001).

Desta forma, promover e valorizar os recursos materiais, assim como os recursos simbólicos, e incentivar a participação dos agentes sociais e políticos, visando ampliar a atuação da comunidade, proporcionando maior autonomia e

liberdade de decisão dos mesmos é buscar a transformação necessária ao desenvolvimento (BRANDÃO, 2010).

Dentro destas considerações, as relações sociais, refletindo e conformando a formação histórica, econômica e social da cidade, norteiam a política de desenvolvimento do território.

Por seu turno, Amaral Filho (2007) mostra a importância do planejamento para o desenvolvimento regional; planejar é também fomentar políticas, a partir das particularidades do próprio local, incluindo-se uma política urbano-regional social e ambientalmente responsável e sustentável.

Llorens (2001) acrescenta que fomentar políticas é traçar diretrizes para o território, considerando aspectos como a própria articulação política no território; a geração de empregos produtivos; a disponibilidade de informação tecnológica; a participação dos trabalhadores; a educação e capacitação profissional; o apoio aos microempreendimentos, inclusive as cooperativas; e os serviços de desenvolvimento empresarial.

Dessa maneira, enfatiza-se que o turismo poderá cumprir um papel articulador e indutor do crescimento e desenvolvimento regional, juntamente com as demais atividades econômicas do território; deste modo, a atividade turística é permeada por relações de complementaridade e concorrência com outros setores produtivos (SILVA, 2006).

Nesta perspectiva, as políticas territoriais devem assumir compromissos com a agenda de geração de renda e emprego, implementando uma série de políticas de atração de empresas e atividades econômicas sustentáveis para o território.

No ano de 2009, o Turismo foi responsável por 6% do valor total arrecadado com exportações de bens e serviços no mundo. Desse modo, o segmento ocupa o quarto lugar no ranking das exportações, tendo à sua frente os combustíveis, produtos químicos e produtos automotivos (OMT, 2006).

Neste cenário econômico global, não podemos deixar de dizer que Sustentabilidade e Turismo são termos norteadores de relevantes discussões sobre o desenvolvimento regional.

O conceito de desenvolvimento sustentável foi publicado em 1987, no Relatório “*Brundtland*”, e tem três vertentes principais: crescimento econômico; equidade social; e equilíbrio ecológico.

O Relatório *Brundtland* define desenvolvimento sustentável como "aquele que responde às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de responder às suas necessidades" (BRUNDTLAND, 1987, P.46).

A Organização Mundial do Turismo (1999) assim conceituados termos:

O turismo sustentável pode ser definido como a atividade que satisfaz as necessidades dos turistas e as necessidades socioeconômicas das regiões receptoras, enquanto a integridade cultural, a integridade dos ambientes naturais e a diversidade biológica são mantidas para o futuro.

Em consonância com a OMT, o Ministério do Turismo traçou os princípios de sustentabilidade do Turismo com quatro bases; ambiental, sociocultural, econômica e político-institucional (BRASIL, 2010). Estes princípios direcionam o planejamento para o Turismo Sustentável.

Neste sentido, o Turismo de Negócios, que é o objeto desta pesquisa, deve perseguir os passos destas instruções, lembrando que este segmento possui características peculiares aos demais segmentos, como trata Cruz (2006).

A característica do Turismo de Negócios como turismo dos grandes centros é tratada por Cabianca e Camargo (2014) com cautela; pois este segmento, ao mesmo tempo em que promove a valorização do espaço, também fragmenta os lugares e as cidades. Assim,

O “mito da cidade global”, por sua vez, contribui para a atração de novos investimentos para São Paulo, criando um círculo virtuoso, conveniente a todos os atores hegemônicos envolvidos na produção do espaço metropolitano. Enquanto isso, a “cidade real” se expande, revelando as faces da contradição (CRUZ, 2006, p. 11).

Neste cenário de contradições que são características dos grandes centros, estruturar projetos de turismo sustentável inclui reconhecer a importância de planejamento em longo prazo e de utilizar indicadores de desempenho que monitoram a valorização econômica, ambiental e socioambiental (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO TURISMO - CNTUR, 2015).

Por seu turno, as políticas do meio ambiente têm como característica a integração com as demais políticas, como as do desenvolvimento tecnológico,

planejamento energético, transporte, planejamento urbano e educação ambiental. Implementar estas políticas na cidade de São Paulo é apontar para regulamentação e para o desenho de políticas setoriais, como as de zoneamento da produção, de água e saneamento urbano, de qualidade do ar e de coleta seletiva de lixo (CARVALHO ; VIANA, 1998).

Neste movimento, se torna essencial diferenciar desenvolvimento de crescimento econômico, entendendo que os objetivos do desenvolvimento vão bem além da multiplicação da riqueza material (SACHS, 2008). Este entendimento se faz necessário, principalmente nos dias atuais, em que o turismo deixou de ser visto como sinônimo de lazer e passou a assumir um papel de agente social nas sociedades em que se desenvolve (MARUJO, 2008)..

Garcia (1985) explica que o desenvolvimento ocorre quando estiver articulado a um projeto político de uma dada sociedade, fundamentado numa mobilização autônoma da população enquanto protagonista, gestora e beneficiária direta dessas mudanças. O conceito de desenvolvimento no Turismo esta associado aos impactos gerados pela atividade (TRENTIN, 2012).

Entender o turismo como uma "mola propulsora", mesmo contrastando com a pobreza e a violência de boa parte dos grandes centros urbanos, é assumir;

“um papel de maior relevância no desenvolvimento turístico à medida que os governos passaram a reconhecer não apenas que o setor gera um largo espectro de impactos, mas também que pode ter um importante papel no crescimento e revitalização social e cultural” (OMT, 2003, p. 215).

Portanto, Carvalho (2009) relata que planejar e praticar ações sustentáveis no turismo é desenvolver a localidade alicerçada na continuidade dos recursos naturais e nos benefícios para a sociedade. Assim, o autor afirma que “o planejamento do turismo é uma ferramenta estruturante da política de desenvolvimento sustentável e por isso ocupa um lugar decisivo no processo de concepção e implementação de estratégias de desenvolvimento” (CARVALHO, 2009, p. 1421).

Planejar a atividade de turismo de forma sustentável é exigir dos atores que compõem este segmento uma postura sustentável, ou seja, envolve a responsabilidade de toda cadeia produtiva da atividade.

A cadeia produtiva do turismo é formada por diversas organizações envolvidas nas suas atividades, à produção de bens e serviços, transporte,

hospedagem, alimentação, agenciamento, operação, promoção, comercialização, recepção e guias; inclui também os órgãos públicos relacionados ao setor (DONAIRE; DA SILVA; GASPAR, 2009).

Compartilhar dos mesmos interesses é implementar ações que estejam de acordo com os princípios sustentáveis; Pereira (2002) sinaliza algumas estratégias e medidas que podem ser adotadas pelas empresas para reduzir o impacto ambiental de suas atividades, tais como utilizar o benchmarking para compartilhar métodos produtivos limpos; implantar tecnologias que promovam a melhoria do meio ambiente; investir em projetos ambientais; reduzir, reutilizar e reciclar produtos e embalagens; implantar processos produtivos mais eficazes para redução de desperdícios e desenvolver produtos que não prejudiquem o meio ambiente.

Ainda segundo a autora, assim como os recursos naturais de um território, questões relacionadas à distribuição de renda, e a responsabilidade social das empresas ampliam a perspectiva do desenvolvimento sustentável.

Assim, os conceitos de marketing aplicados a uma localidade permeiam constantemente a sustentabilidade, como segue no próximo tópico.

2.6 Marketing de Cidades: Conceitos e aspectos de Marketing Turístico

As cidades, e em especial a cidade de São Paulo que é o foco desta pesquisa, passam por mudanças, que muitas vezes estão relacionadas com sua atividade industrial, causando assim, o deslocamento das atividades para outros centros, gerando desemprego, com empresas fechando portas e população migrando para outras localidades (TEIXEIRA; TEIXEIRA; VIEIRA, 2006).

O fenômeno de "desconcentração" que aconteceu na cidade de São Paulo na década de 1950 exemplifica a posição dos autores, quando a cidade presenciou a transferência do seu parque industrial para outros municípios da Região Metropolitana.

Kotler (1994) argumenta que qualquer local está sujeito a ciclos de crescimento e declínio, entretanto, o planejamento estratégico de marketing e uma gestão sustentável podem ser o caminho para evitar o declino de uma localidade.

Para tanto, o planejamento de marketing aplicado a lugares implica ação determinada, considerando a localidade adaptável às mudanças as oportunidades dos cenários (OCKE, IKEDA, 2014).

Assim, a participação ativa dos órgãos públicos e privados, grupos de interesse e cidadãos é necessária para a implementação do planejamento estratégico. Deste modo a localização geográfica, o clima e recursos naturais de uma localidade apresentam sua devida importância, principalmente quando se fala em turismo, no entanto, à vontade, habilidade e energia da organização humana e o planejamento são fatores que irão potencializar o referido destino (MOREIRA; SILVA, 2007).

Entretanto, o planejamento estratégico, aliado a um destino somente terá viabilidade a partir do entendimento do que é o marketing turístico, definido por Krippendorf (1980) como a adaptação sistemática e coordenada da política das empresas de turismo, tanto privadas como do Estado; nas esferas, local, regional, nacional e internacional, com vista à atender a satisfação das necessidades dos grupos de consumidores.

Nesta abordagem, de planejamento e de interação com os atores de uma localidade, essencialmente com o cidadão residente, o Marketing de Localidade ou Marketing de Cidades, entre outras denominações, tem o desafio de fortalecer a capacidade das comunidades e das regiões de se adaptarem ao mercado “mutante”, aproveitar oportunidades e manter sua vitalidade (MINCIOTTI; SILVA, 2011).

O Marketing administra o processo de troca entre duas partes, assim Kotler et al. (2006) ressaltam que o Marketing de Localidades se consolida quando as partes interessadas, entre elas, os cidadãos, os trabalhadores e demais organizações visam à satisfação da comunidade e quando se deseja atrair novos negócios e investidores.

Neste sentido, o conceito de marketing interno deve ser ressaltado quando o assunto é a localidade. O marketing interno faz parte do planejamento de marketing, cujas ações são designadas como meio de conscientizar os colaboradores sobre a necessidade da satisfação do consumidor. Direcionando o conceito para os destinos turísticos, o marketing interno refere-se ao uso de um método para motivar, coordenar e integrar os atores da localidade com vistas na implementação da estratégia de marketing do local (MENDES, 2004).

Nesta perspectiva, a localidade seria a empresa e a sociedade seria o cliente, como apresentado na sequência.

A localidade deve proporcionar aos seus “clientes” – empresas, investidores, turistas, visitantes e munícipes, os diferentes produtos que as cidades são capazes de oferecer, administrando eficazmente os recursos disponíveis (MINCIOTTI; DA SILVA, 2011).

Kotler et al. (2006) enfatizam que os fatores econômicos, eficiência de governo, eficiência empresarial e a infraestrutura promovem a competitividade entre os lugares e ao mesmo tempo a satisfação dos que pertencem à localidade.

Considerando que o objeto deste estudo é o Turismo, é imprescindível considerar que, para se trabalhar com produtos e destinos turísticos, é preciso levar em consideração as suas características, que são, sobretudo, a intangibilidade, a condição de não estocá-lo, produção e consumo concomitantemente, a impossibilidade de transportá-lo, a qualidade dos serviços esta relacionadas com os recursos humanos e com a infraestrutura física, a complementaridade entre todos os elementos que o compõem, a sua predisposição à sazonalidade, a impossibilidade de mudar sua localização e a dificuldade de alterar suas características. Ainda assim, o produto não passa a ser propriedade do consumidor pela compra (MORAES, 1999).

Evidencia-se, assim, a transformação da infraestrutura física por meio de desenvolvimentos urbanos modernos, criação de instalações de alta tecnologia, implementação de estratégias de desenvolvimento econômico e gerenciamento de uma imagem que represente segurança e solidez com a finalidade de atrair grupos de investidores que possam engendrar oportunidades, prosperidade e crescimento, além do desenvolvimento sustentável da região (OCKE; IKEDA, 2014).

Os autores ressaltam que este planejamento não pode ser confundido ou substituído por realizações de algumas atividades promocionais de curto prazo, mas que os gestores devem incorporar iniciativas de planejamento específicas destinadas a iniciar um processo de incentivo à atração de novos investimentos para melhorar a infraestrutura e fortalecer os serviços públicos e privados.

Kotler et al (2006) destacam que a auditoria sistemática de lugar, declarações de visão, assim como planejamento, o estabelecimento de metas e estratégias, a definição das ações necessárias e sua implementação, bem como a avaliação de todo o processo, são passos necessários ao planejamento estratégico de uma cidade.

Isto posto, cabe ressaltar que o segmento de Turismo em qualquer localidade necessita de estratégias para atingir sua função social e econômica. Neste entendimento, a cidade de São Paulo visa por meio de o planejamento estratégico cumprir com as diretrizes pautadas pela legislação.

Neste sentido, o plano diretor estratégico da cidade de São Paulo (PDE), com vigência no período 2014-2030 aborda.

- I - Função Social da Cidade;
- II - Função Social da Propriedade Urbana;
- III - Função Social da Propriedade Rural;
- IV - Equidade e Inclusão Social e Territorial;
- V - Direito à Cidade;
- VI - Direito ao Meio Ambiente Ecologicamente Equilibrado;
- VII - Gestão Democrática (SÃO PAULO, 2014).

Ainda em complemento ao PDE, dada à dimensão geográfica da cidade, o documento apresenta os planos regionais estratégicos (PRE) das subprefeituras, visando ações direcionadas as regiões da cidade (Norte, Sul, Leste, Oeste e região central). Assim, consta na Lei nº 16.050/2014:

Art. 48. Os Planos Regionais Estratégicos das Subprefeituras constituem partes complementares do Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo, conforme dispõe o artigo 6º do PDE, e são instrumentos determinantes das ações dos agentes públicos e privados no território de cada Subprefeitura.

Neste mesmo escopo, o Ministério do Turismo tem como estratégia para o desenvolvimento do turismo no Brasil a segmentação. A segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda (BRASIL, 2010).

A partir da oferta, define-se tipo ou os tipos de turismo cuja identidade pode ser conferida pela existência, em um território, de: atividades, práticas e tradições; aspectos e características (geográficas, históricas, arquitetônicas, urbanísticas, sociais); determinados serviços e infraestrutura (de saúde, de educação, de eventos, de hospedagem) (MEDAGLIA; MAYNART; SILVEIRA, 2013).

No que refere à oferta, a cidade de São Paulo apresenta características de negócios, com destaque para as áreas de telecomunicações, biotecnologia, finanças, artes, moda, entre outras.

Sob a ótica da demanda, a segmentação é a relação que existe entre as preferências e motivações dos consumidores e das particularidades e das variáveis de demanda de determinados grupos (BRASIL, 2010)..

Neste aspecto, Estudo da Demanda Turística Internacional divulgada pelo Ministério do Turismo, São Paulo se manteve líder no turismo de negócios (Ministério do Turismo, 2012), caracterizando assim a demanda da cidade como turistas que estão realizando alguma atividade profissional.

Por outro lado, o desenvolvimento de um local, principalmente de um grande centro urbano, como a cidade de São Paulo, não pode ser visto unicamente por um segmento.

Direcionar a localidade para o desenvolvimento é entender que a globalização é um fenômeno não controlável, mas que pode e deve ser acompanhado sob uma perspectiva de gestão a ser constantemente monitorado (BRASIL, 2010).

Conceitos como segmentação, posicionamento ou promoção fazem parte do cotidiano da localidade que tenha como objetivo ser sustentável.

Neste sentido, o posicionamento abarca um conjunto de ações com vistas a instigar o público-alvo a perceber e a enaltecer o valor, em termos relativos, de uma dada marca ou produto (SARQUIS; IKEDA, 2007). Por seu turno, Kotler (2005, p.220) enfatiza que:

O resultado final do posicionamento é a criação bem-sucedida de uma proposta de valor localizada no mercado, ou seja, uma razão convincente para que o mercado-alvo compre o produto e ou serviço oferecido, que nesta pesquisa trata-se do turismo ofertado na cidade de São Paulo.

O posicionamento diz respeito à promoção, ao preço, produto e praça (distribuição) (DA SILVA; MINCIOTTI, 2011). Estes instrumentos operacionais são denominados pela literatura de marketing como Composto de Marketing (Quatro P's).

Aplicar os Quatro P's no contexto da localidade é ter a possibilidade de avaliar as ferramentas que estão sendo utilizadas e tudo que poderá ser feito em termos de estratégias de atuação para desenvolver diferencial estratégico (CESAR, 2009).

O Composto Produto definido por Kotler e Keller (2006), é um conjunto de bens físicos, serviços, experiências, eventos, pessoas, lugares, propriedades, organizações e outros que possam traduzir os desejos ou necessidades do mercado

em questão. No contexto do Marketing de Localidades, o território e todos os seus recursos representam o produto no composto de marketing.

Nesse conceito, o preço representa os custos, financeiros ou não, associados à obtenção dos benefícios, ou seja, os custos de usufruir da localidade (MINCIOTTI, 2011);

A promoção corresponde ao conjunto de atividades de comunicação com os clientes-alvo no sentido de conscientizar acerca da localidade e os benefícios que a mesma pode oferecer. As principais ferramentas da promoção são: propaganda, promoção de vendas, relações públicas e publicidade, força de vendas e marketing direto.

O conhecimento das ferramentas de comunicação e das estratégias é fundamental para diferenciar o território onde a oferta de produtos (entendida aqui como localidades) e serviços cresce exponencialmente.

O composto distribuição direcionado à localidade é entendido como as ações que tornam o território disponível e acessível aos clientes-alvo. Diz respeito ao acesso ao local.

Considerando que o turismo é uma atividade diferenciada, mesmo pertencendo ao setor terciário, estas peculiaridades devem ser analisadas ao se traçar as estratégias de marketing para o segmento. Assim se torna necessário considerar outras variáveis como pessoas (visitantes, comunidade local, colaboradores e outros), processo (entrega dos benefícios intangíveis) e evidência física ou design e ainda os cinco sentidos da visão, audição, olfato, tato e paladar (MIDDLETON; CLARKE, 2002).

Os responsáveis pela comercialização e promoção de destinos turísticos devem conhecer essas características e adequar os “4Ps” de marketing ao destino .

Deste modo o posicionamento também está relacionado com a imagem que é percebida pelo público-alvo da localidade. Assim, conforme Kotler e Keller (2006), posicionar a marca na mente dos consumidores com a finalidade de maximizar a vantagem potencial da empresa (local), permeiam atividades: a identificação dos conceitos de posicionamento possíveis para cada mercado-alvo e seleção, desenvolvimento e comunicação dos conceitos de posicionamento escolhidos.

A imagem de uma localidade diz respeito ao gerenciamento da marca país/localidade. Desta forma, os países devem reconhecer seus pontos fortes e fracos em aspectos como do tamanho do mercado interno, nível educacional de sua

população e entender as oportunidades, ameaças e forças competitivas existentes (GERTNER; KOTLER, 2004).

Como cita Chagas (2008), a imagem de destinos pode ser concebida como um tipo de representação geral, de um consumidor turístico, em relação a algum destino.

Diante do exposto, cabe ressaltar que a identidade visual da marca São Paulo reflete a estratégia de divulgação da cidade de São Paulo no Turismo. O foco da marca está na variedade e quantidade de experiências únicas e surpreendentes que acontecem em São Paulo (SPTURIS, 2014).

Em um mundo globalizado, a competição entre países, ou entre qualquer localidade dentro de um determinado território é um fato. Neste aspecto a imagem dos mesmos é cada vez mais valorizada, a fim de superar concorrentes na venda de produtos e serviços e na capacidade de atrair investimentos, negócios e ou mesmo os turistas (MINCIOTTI; DA SILVA, 2011).

Alguns elementos dentro da estrutura de uma cidade, estado ou país são relevantes para a formação de sua identidade, como o setor econômico, as indústrias, recursos, a legislação e ainda a política, determinam a princípio as vantagens competitivas.

Entender a localidade como marca é definir no planejamento a visão estratégica competitiva e buscar a valorização de um lugar em função de seus atributos, pontos fortes e comportamentos positivos em relação ao local (CRESCITELLI; GIRALDI, 2009).

O paradoxo da revalorização da dimensão espacial e, especialmente do espaço local, evidencia-se a importância da diferenciação entre os lugares para a competição em nível global é descrito por Cassiolato e Lastres (2005), e assim traduzido por Santos (2005) como “a guerra” das cidades.

Assim, os objetivos da comunidade local e dos atores de uma localidade devem ser integrados no conjunto de objetivos propostos pelos gestores da cidade ao mesmo tempo em que os cidadãos devem ser participantes ativos em todas as etapas de formulação, elaboração e implementação de uma estratégia de marketing de lugar (OCKE; IKEDA, 2014).

De acordo com os autores citados, a gestão de uma localidade é baseada em um processo contínuo, na qual, os objetivos, as estratégias são constantemente

avaliadas e redefinidas. Esse entendimento é fundamental a fim de evitar o fenômeno comum da implementação de campanhas promocionais com objetivos limitados.

Considerando esta explanação, pensar em uma cidade socialmente e economicamente sustentável é encontrar, criar uma política pública a partir das particularidades do próprio ambiente local é estabelecer entre outros aspectos uma economia regional competitiva (KLINK, 2001).

3 Procedimentos Metodológicos

Este capítulo se destina a descrever os aspectos metodológicos que envolveram esta pesquisa científica. Descreve também detalhadamente os meios utilizados, explicando os métodos e as técnicas empregadas no estudo em questão (CRESWELL, 2010, p.45).

Procurou-se identificar, dentre as definições de autores que discutem a temática, o escopo mais adequado para esta proposta, considerando-se o problema estabelecido e os objetivos da pesquisa.

3.1 Tipo de Pesquisa

O estudo realizado é classificado como exploratório, tendo como objetivo proporcionar ao pesquisador maior conhecimento sobre o problema pesquisado, neste caso o conhecimento sobre as principais políticas públicas que influenciaram o desenvolvimento do segmento de turismo de negócios no período de 2007 a 2014, na cidade de São Paulo.

Assim, a pesquisa está baseada em três etapas distintas e complementares, conforme quadro 10.

A revisão da literatura foi pautada em temas que relacionam Turismo e Políticas Públicas, Sustentabilidade, Desenvolvimento Territorial e Marketing de Cidades. O panorama da cidade de São Paulo, desde sua formação até os dias atuais também foi relevante para o estudo. Foi também realizado um levantamento em bases acadêmicas, como já descrito no item 2.6.

Os documentos consultados estão relacionados com o período de 2003 a 2016, ou seja, os Planos Nacionais de Turismo dos períodos 2003-2007; 2007/2010 e 2013/2016. São também considerados os PPAs federais dos períodos 2000-2003, 2004-2007, 2008-2011, 2012-2015 e os Planos Municipais de Turismo da cidade de São Paulo dos períodos 2003; 2004-2006; 2007-2010. Outros documentos foram consultados, como a Lei Geral do Turismo, a legislação pertinente ao tema Sustentabilidade², o Plano diretor municipal, a Lei de uso e ocupação de solo, especialmente.

²De acordo com o Ministério do Turismo que traçou os princípios de sustentabilidade do Turismo com quatro bases; ambiental, sociocultural, econômica e político-institucional. Consultar o desenho de

Entre os *sites* consultados nesta etapa, destacam-se órgãos como o Ministério do Turismo, Ministério do Planejamento, Ministério do Trabalho, Ministério do Meio Ambiente e a Organização Mundial do Turismo. Estas fontes subsidiaram a pesquisa, no que tange aos dados estatísticos e conceitos pertinentes ao estudo.

Neste primeiro momento, pretendeu-se obter o aprofundamento da teoria e a identificação dos potenciais sujeitos da pesquisa, como associações, órgãos públicos (no plano federal, municipal e estadual), órgãos de fomento da atividade, entre outros.

3.2 Delineamento da Pesquisa

O delineamento proposto por esta pesquisa, no que se refere aos procedimentos compreende o levantamento bibliográfico e documental relacionado ao tema, associado à pesquisa de campo junto aos atores relevantes no turismo de negócios da cidade de São Paulo. Ao optar por este delineamento, procurou-se permitir uma cobertura ampliada ao campo de atuação, neste caso obtendo acesso aos dados já publicados pelas entidades e órgãos responsáveis, como destaca Gil (2010).

Portanto, foram utilizados dados secundários, obtidos através de materiais já elaborados, constituídos de livros, artigos, periódicos e anais e de forma geral, além de informações adquiridas nos sites de instituições que fazem parte do cenário do turismo. Além disso, esta pesquisa baseou-se em dados primários oriundos da pesquisa de campo, realizada através de entrevistas semiestruturadas que culminaram em seis atores definidos por acessibilidade da autora.

A pesquisa tem, portanto o caráter exploratório, através de levantamento bibliográfico e documental (primeira etapa), com abordagem qualitativa, a partir do levantamento de dados e de entrevistas com atores relevantes para o tema (segunda etapa). Propôs-se confrontar os levantamentos feitos nas etapas, possibilitando obter um maior conhecimento sobre o setor e conseqüentemente elaborou-se o relatório final da pesquisa, sendo esta a terceira etapa da pesquisa.

3.3 Sujeitos da Pesquisa e Informações Preliminares da Amostra

Para este estudo, que tem como temática Políticas Públicas e Turismo de Negócios, os sujeitos da pesquisa foram compostos pela esfera pública, associações de classes e pelo São Paulo *Convention Bureau*, todos atuantes no segmento de turismo de negócios na cidade de São de São Paulo. Assim, permeou os sujeitos por categoria pública e privada, como segue.

Órgãos Públicos: - Prefeitura de São Paulo – SPTURIS.

Órgãos Privados:- Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH) Academia Brasileira de Eventos e Turismo (ABEVT); São Paulo *Convention & Visitors Bureau* (SPC&VB), Associação Brasileira das Empresas Aéreas (ABEAR) e União Brasileira dos Promotores de Feiras (UBRAFE). O próximo tópico disserta a respeito destes atores.

3.4 Caracterização dos Atores Integrantes do Turismo de Negócios da Cidade de São Paulo.

Como parte integrante do desenvolvimento do turismo, os atores que compõe este segmento devem estabelecer interações uns com os outros, compartilhando e revelando informações e conhecimentos capazes de gerar soluções integradas de desenvolvimento sustentável (ALMEIDA; D'IPOLITTO, 2007).

Esta questão é evidenciada por Subirats (1994, trad. nossa), ao afirmar que o processo de elaboração de toda Política Pública implica em decisões e interações entre os indivíduos, grupos e instituições. Neste sentido, conhecer e identificar a atuação de cada ator no turismo se torna necessário, e desse modo o Quadro 8 e o Quadro 9 apresentam as descrições dos atores considerados nesta pesquisa. Os atores estão em quadros distintos conforme a esfera pública ou privada.

Quadro 8 - Ator Público que compõe o Trade Turístico de São Paulo

Órgão	Descrição
Prefeitura de São Paulo – SPTURIS	A São Paulo Turismo S/A é a empresa de turismo e eventos da cidade de São Paulo. Possui capital aberto e tem como sócia majoritária a Prefeitura de São Paulo. Entre suas atividades estão à administração do complexo Anhembi e do Autódromo de Interlagos e a estruturação de mecanismos que reafirmem o município como pólo de turismo de negócios, entretenimento e lazer. Responsável pelo turismo e eventos da cidade, a SPTURIS busca promover São Paulo como pólo turístico. Fonte: SPTURIS

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 9 - Atores Privados e Mistos que compõem o trade Turístico da cidade de São Paulo.

Órgão	Descrição
SP Convention & Visitors Bureau	Tem por objetivo aumentar o fluxo de visitantes e seu tempo de estadia na capital e cidades associadas. Para isso atuam na captação, geração e incremento de eventos, além de realizar projetos e capacitações que visam melhorar a qualidade do atendimento prestado aos visitantes de negócios e lazer.
Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH)	É uma entidade empresarial associativista, sem fins lucrativos. Atua como um órgão técnico e consultivo na busca de solução para os problemas do setor. Sua atual diretoria tem como missão fortalecer as relações institucionais com os poderes públicos, tanto na esfera do Executivo quanto na do Judiciário e do Legislativo, garantindo a defesa dos interesses do setor, como também tem investido na valorização da atividade econômica dos hoteleiros, promovendo a aproximação e a ampliação das oportunidades de negócios para todos seus associados.
Associação Brasileira das Empresas Aéreas (ABEAR)	A Associação Brasileira das Empresas Aéreas (ABEAR) é uma unidade de comunicação, promoção e relacionamento do setor aéreo. Por meio de comitês formados pelas empresas associadas são construídos os programas de trabalho, entre eles destacam-se os grupos de relações institucionais, operacionais e de comunicação.
Academia Brasileira de Eventos e Turismo (ABEVT)	É entidade apolítica, de direitos privados, sem fins lucrativos e mantidos pela iniciativa privada de representantes do trade turístico. Objetivo de Fomentar a discussão de ideias inovadoras referentes ao planejamento e gestão de produtos e serviços que venham corresponder aos desafios contemporâneos, com credibilidade, respeito e solidariedade.
União Brasileira dos Promotores de Feiras (UBRAFE)	Entidade representativa do setor de feiras, exposições e eventos e a principal fonte de referência e informações dos mercados de promoção comercial.

Fonte: Websites das instituições; Elaborado pela autora.

Por fazerem parte do cenário de Turismo Brasileiro, com atuação na cidade de São Paulo, estes atores, com histórico de liderança, possuem uma maior capacidade de influenciar nas decisões políticas. Marques (1999, p.46) disserta

[...] tem origem na sua capacidade de realizar ações baseadas em seus destacados recursos de poder, assim como na ocupação de determinadas posições na cadeia de produção das ações do Estado (dentro e fora dele),

que lhes conferem maior ou menor capacidade de fazer com que o Estado elabore e execute políticas segundo seus interesses particulares. A análise de seus padrões de interação, presentes e herdados, formando uma rede de relações, explica inúmeras dimensões da política, tanto no que se refere a seu desenvolvimento e resultados (que pertencem ao mundo da prática política), quanto no que diz respeito ao "encontro" entre projetos e visões de mundo (que fazem parte do mundo das ideias).

O processo de definição da pessoa física que irá representar a instituição jurídica, ou seja, quem será entrevistada levou em consideração a opinião de Melbeck (1998) de que apenas os representantes que possuem cargos de direção são mais suscetíveis a ter a percepção necessária para fornecer a informação sobre a organização. Assim, o APÊNDICE A apresenta os gestores respondentes desta pesquisa.

3.5 Procedimentos para Coleta de Dados

No que diz respeito à coleta de dados secundários, as informações foram extraídas da legislação e documentação pertinente ao setor, na esfera Federal, Estadual e Municipal.

Os relatórios das instituições que atuam no segmento complementaram o estudo em relação ao estudo bibliográfico e documental. Dados dos ministérios do Planejamento, do Trabalho e outros sustentaram também a pesquisa.

O levantamento das instituições que colaboraram com a pesquisa de campo foi realizado na primeira etapa. Seguindo o cronograma de trabalho, a coleta de dados primários foi realizada após o agendamento das entrevistas, que foram realizados por telefone ou via *e-mail*.

O Quadro 10 descreve o resumo das atividades pertinentes às fases da pesquisa, importante enfatizar que antes de qualquer coisa, foi necessário fundamentar os estudos em pressupostos teóricos, originando assim a primeira etapa descrita "Levantamento Inicial dos Estudos".

Quadro 10 - Fases da coleta de dados.

Fases da coleta de dados	
1ª etapa da coleta de dados	Objetivos
- Realizado o levantamento inicial dos estudos. Temas para a pesquisa: Políticas Públicas, Turismo de Negócios e Cidade de São Paulo.	- Identificar dentro do tema “Turismo e Políticas Públicas” a pertinência do estudo, quais são os subtemas pesquisados, quais metodologias e quais os autores que fazem parte deste contexto.
2ª etapa da coleta de dados	
- Documentos e pesquisas realizadas pelo ou em parceria com o Ministério do Turismo, tais como Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo realizada nos últimos anos (2003-2014). - Relatório de compilação de dados estatísticos básicos sobre o setor em São Paulo (2003-2015) - Documento Referencial “Turismo no Brasil 2006 e 2011/2014”. - Decretos e leis inerentes à normatização do turismo a Lei Geral do Turismo nº 11.771/08; e a “Política Nacional de Turismo: Legislação pertinente ao tema Sustentabilidade, plano diretor, lei de uso e ocupação de solo e outras que se fizerem necessárias até o final da pesquisa”. - Plano Nacional de Turismo: diretrizes, metas e programas – 2003/2007; Plano Nacional de Turismo 2007/2010: uma viagem de inclusão; Plano Nacional do Turismo; O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil - 2013 /2016. - Plano Municipal de Turismo, períodos 2003 /2014; - Legislação, Federal, Estadual e Municipal de Turismo, períodos 2003 /2014; - Legislação que afetam o Turismo: como Programa de Aceleração de Crescimento (PAC), - Lei da Concessão e Lei de Parceria Público-Privada (PPP). - Plano Plurianual período 2000/2015 - Plano Regional Estratégico 2014	- Conhecer, identificar e analisar e extrair informações para elaboração do roteiro de entrevista.
3ª etapa da coleta de dados	
- Elaboração do Roteiro de Entrevistas. - Entrevistas.	- Sistematizar as informações - Confrontar com a pesquisa documental e descrever o relatório final da pesquisa.

Fonte: A autora

No que diz respeito aos planos e aos documentos referidos, a forma de tratamento é a Análise de Conteúdo que foi utilizada a fim de obter indicadores que nortearam o instrumento de pesquisa. Bardin define Análise de Conteúdo como:

[...] um conjunto de técnicas de análise de comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a interferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN 1977, p. 42).

A análise de conteúdo dos PNTs, PPAS, legislação e dos demais documentos compreendem três etapas fundamentadas por Bardin (1977); Richardson; Peres (1989), Quivy; Campenhoudt (1998):

1. Pré-análise: Esta etapa organizou e direcionou as ideias e conceitos, realizando assim a leitura de todo o material. Assim como definiu as entidades públicas e privadas que fizeram parte da pesquisa de campo.

2. Exploração do material: Dentre as técnicas de análise de conteúdo aplicou-se análise temática, que permitiu isolar temas e partes centrais dos documentos, de acordo com o problema investigado. Esta etapa consistiu essencialmente na codificação, categorização e quantificação das informações; Este procedimento também foi utilizado após as transcrições das entrevistas.

3. Tratamento dos dados e interpretação: Os temas isolados foram comparados com as temáticas abordadas pelos atores públicos e privados durante as entrevistas.

3.6 Instrumentos para a Pesquisa

A entrevista *in loco* (presencialmente) foi o instrumento de pesquisa de campo definido para esta pesquisa, visando atender aos objetivos traçados neste estudo, com um roteiro semiestruturado. Os diálogos foram alinhados a partir de questões estruturantes, que permearam um tema amplo e por questões complementares que trataram de integrar com temas transversais aos assuntos discutidos.

Neste aspecto, três blocos de questões estruturantes orientadas por doze questões complementares como apresentado no Quadro 11.

Quadro 11 - Roteiro de entrevista

Questões estruturantes

No período 2007/2014 a Gestão Pública* favorece o Turismo na cidade de São Paulo ? Como?

- * Governos: Federal, Estadual e Municipal, Câmaras dos vereadores, ações dos deputados, ações do poder judiciário.

Quais as principais Políticas Públicas implementadas visando o desenvolvimento do Turismo de Negócios na cidade de São Paulo , no período 2007-2014?

Quais foram as mudanças significativas para a cidade em relação ao turismo de negócios, provocadas pela aprovação do Plano Diretor Municipal (2014), Plano Municipal de Turismo e os Planos Plurianuais(vigentes) do 2007 a 2014?

Questões Complementares

- Incentivo ou programas visando às questões sociais da cidade que perpassam o segmento de turismo
- Incentivo e ou investimentos em ações ambientais para a iniciativa privada.
- Produção de lixo, reciclagem, energia solar (3 Rs- Reutilizar , Reciclar , Reduzir). O setor tem algum programa específico ?
- Parcerias e relacionamentos: Público X Público; Público X Privado e Privado X Privado.
- Comprometimento da esfera pública / privada em investir em ações sustentáveis .

- Quais são as principais carências e ou deficiências atuais das regiões da cidade , pensando no Turismo de Negócios?
- Existe interesse da iniciativa privada em investir no segmento (hoteleiro, e em outros equipamentos Turísticos)? . Previsão de investimento e local (regiões).
- Incentivo Público ou Privado que beneficie o setor? .

- Projetos de Infraestrutura turística? (em quais regiões)
- Incentivos e ou programas para empresas de Turismo se instalar em bairros periféricos da cidade?.
- Comprometimento da esfera privada em investir em ações sustentáveis ?
- Parcerias com Faculdades, institutos ou terceiros setor para a qualificação profissional em Turismo da população? Programa, Inserção no mercado de trabalho.

Autores

- SACHS (2008)
- HALL (2004)
- DIAS E MATOS (2012)
- VIFIRA (2011)

- PLATUM
- BOULLÓN (2006)
- BENI (2001)
- CARRARI E SILVA, (2014).
- TRETIN (2012)

- TIRADENTES (2006)
- MTUR (2007/2014)
- PREFEITURA DE SP
- CRUZ (2006)
- ABRUCIO (2007)
- NAKANO (S/D)

Este roteiro foi elaborado de acordo com o levantamento das políticas que permeiam o Turismo em âmbito federal, estadual e municipal, dos dados estatísticos e com os autores que coadunam com o tema Turismo e Políticas Públicas.

As Entrevistas foram agendadas com as respectivas secretárias dos gestores, via *email* e por telefone. Neste mesmo momento, foi enviado o resumo do projeto de qualificação, juntamente com o roteiro de entrevista. Este procedimento foi adotado com intenção de um melhor aproveitamento da entrevista, já que o gestor teve o contato anterior com o tema pesquisado.

Outro aspecto definido neste momento foi à autorização para gravar e publicar a entrevista, o que foi permitido por todos os atores que se propuseram a colaborar com o estudo, apêndices B, C, D e E.

As entrevistas foram realizadas entre os meses de Setembro e Novembro de 2015, e cada entrevista sessão durou de 40min às 1h40min, tendo sido todas gravadas em áudio (com exceção da SPTURIS), e posteriormente transcritas na íntegra.

A análise de conteúdo foi utilizada após as transcrições, visando destacar os trechos pertinentes às questões e aos objetivos propostos pela pesquisa.

3.7 Limitações da Pesquisa

Com a configuração abrangente que tem o fenômeno turismo, entendido como um setor multifacetado, ou seja, a interdisciplinaridade faz parte deste contexto, entende-se, mesmo com todo rigor nos procedimentos metodológicos desta pesquisa, é preciso aceitar as limitações e dificuldades encontradas no decorrer deste processo de investigação.

A primeira limitação esta relacionada ao tempo disponível para realização da pesquisa, dado o cumprimento de todas as exigências do programa. Saliendo que as exigências são positivas ao programa, no entanto, o período estimado se torna restrito. Outra questão que diz respeito ao tempo, é o amadurecimento, o entendimento de questões propostas ao projeto, que muitas vezes surgem após o curso das disciplinas.

Relacionado ao tempo, cito, a disponibilidade dos atores elencados inicialmente na pesquisa, descritos a seguir. Órgãos Públicos: - Prefeitura de São Paulo – SPTURIS; Câmara Municipal de São Paulo; Governo do Estado – Secretaria estadual de Turismo; Assembleia Legislativa estadual; Governo Federal - Ministério do Turismo; Conselho Municipal de Turismo.

Órgãos Privados:- Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras (ABRACCEF); Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – (ABRASEL); Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH); Associação Brasileira das Empresas Aéreas (ABEAR), Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (BRAZTOA); Academia Brasileira de Eventos e Turismo (ABEVT); Instituto Brasileiro de Eventos (IBEV); São Paulo *Convention Bureau* (SPC&VB).

Totalizando 12 atores do trade de turismo da cidade de São Paulo, apenas 5 foram efetivamente ouvidos, e uma entrevista foi respondida via *e-mail*. Os agendamentos foram marcados e remarcados em diversos momentos, dada à agenda disponível do gestor.

O acesso aos órgãos públicos foi um limitante da pesquisa, a SPTURIS não teve a possibilidade de abrir a agenda para a entrevista, enviando a resposta via e-mail, seguido da orientação de que todas as informações estavam disponíveis no *site* da instituição. Neste sentido, são documentos públicos que estão em circulação na *net*, com uma agenda institucional marcada por uma lógica discursiva (SPINK, 1999).

Entendendo as entrevistas como parte fundamental do processo da pesquisa, sendo o complemento para alcançar os objetivos traçados, já que a base documental foi definida pela legislação, programas e relatórios disponíveis nas páginas das instituições públicas e privadas. O contato com os demais atores públicos elencados, também, foram feitos via *e-mail* e telefone, no entanto, não foi obtido retorno de nenhum ator deste grupo.

Percebeu-se que a falta de entendimento do que é o fenômeno Turismo faz parte deste *trade*. Parte da fala dos atores demonstram o conhecimento e a importância unicamente do subsetor que representa. Tendo como base a amplitude do segmento, compreender os setores agregados é o princípio para um desenvolvimento sustentável do segmento de turismo.

As informações que são à base de toda pesquisa, muitas vezes, são de difícil acesso, ou ainda, pulverizadas nos meios de comunicação. Esta pulverização, também, leva a divergência da informação. A falta de uma central de informações integradas pertinentes ao setor foi uma dificuldade encontrada para este estudo.

Dadas às características próprias e o desenho que se propôs a pesquisa, estas limitações foram contornadas, respeitando-se em grande medida a configuração inicial do estudo.

4 Análise dos dados e resultados

Os documentos estudados neste capítulo abrangem o poder Federal, Estadual e Municipal. A regulamentação jurídica do turismo no Brasil é dividida em três períodos ou marcos históricos relevantes: até 1966, a Constituição de 1988 e a consolidação do Ministério do Turismo na gestão 2003/2006.

Os tópicos a seguir apresentam o levantamento bibliográfico preliminar e a legislação que compete à esfera Federal, Estadual e Municipal. Na esfera Federal as leis que entraram em vigor após a entrada do Ministério, foram de extrema importância para a consolidação e gestão do segmento. No que diz respeito à esfera Estadual, a Lei de Diretrizes Orçamentárias orienta principalmente a elaboração da lei orçamentária anual. A legislação municipal está diretamente relacionada com o turismo na capital.

O Turismo entendido como um fenômeno complexo, parte do princípio que o processo decisório, em que cada agente do segmento tem seu papel (Federal, Estadual ou Municipal) planejando, executando, avaliando ou monitorando deve possibilitar o desenvolvimento sustentável do Turismo e da sociedade em geral (BENI, 2003). Neste sentido, seguem as legislações que relatam sua função no contexto geral do turismo.

4.1 Levantamento inicial dos estudos

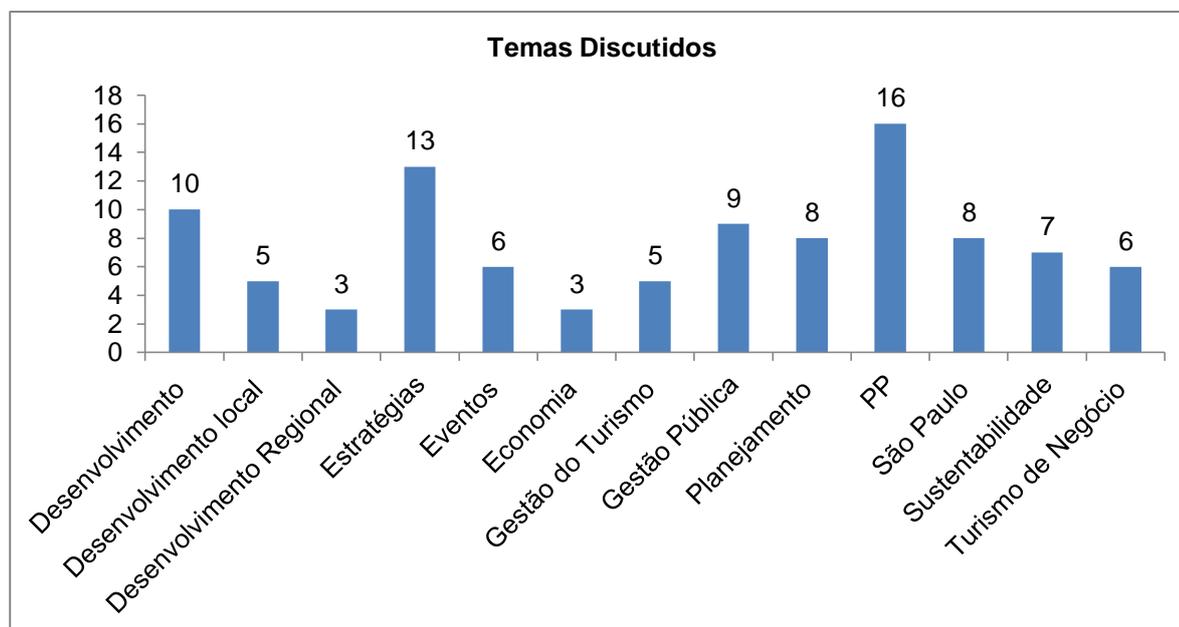
Este tópico apresenta um levantamento inicial que teve como objetivo o conhecimento sobre a produção acadêmica relacionada às Políticas Públicas e ao Turismo de Negócios, buscando foco central na cidade de São Paulo, como propósito de identificar autores, obras, documentos, leis e outras referências que pudessem subsidiar a pesquisa.

O critério de seleção dos artigos inicialmente foi proposto pela chave de busca considerando os termos “Políticas Públicas”, “Turismo de Negócios” e “cidade de São Paulo”. Para tanto, foi feita a pesquisa nas bases de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior (CAPES), da *Scientific Electronic Library Online* (SciELO) e do Google Acadêmico (*Google Scholar*). Estabeleceu-se como

delimitação de tempo para esse levantamento o período que compreende de 2006 a 2014.

Após uma leitura criteriosa dos resumos e das metodologias dos artigos resultantes inicialmente, foram selecionados 49 artigos que evidenciaram relação relevante com a temática da dissertação ora proposta, como mostra o Gráfico 1 abaixo.

Gráfico 1 - Levantamento inicial dos estudos



Fonte: A Autora

Os achados de pesquisa apontam que alguns autores discutiram políticas públicas e turismo de uma forma abrangente, delimitando assim as políticas do segmento em relação ao Estado Brasileiro. São os casos de Barbosa, Martelotte e Zouain (2006), Brocchi e Solha (2008), Emmendoerfer (2008), Moura e Garcia (2009), Matias e Costa (2009), Fernandes, Souza e Dantas (2010), Costa, Boaventura e Barreto (2010), Vieira, Costa e Boaventura (2011), Carneiro (2011), Galdino e Costa (2011), Souza e Morais (2011), Trentin e Fratucci (2011), Knupp e Mafra (2012), Garófalo, Santos e Pinho (2012), Silva, Costa e ; Carvalho (2013), Oliveira e Rossetto (2013).

No entanto, não foram encontrados estudos (artigos) que relacionassem diretamente Políticas Públicas e Turismo de Negócios com foco na cidade de São Paulo, conforme o critério adotado pela pesquisa.

Neste aspecto, o “levantamento” possibilitou verificar a atual discussão no setor de Turismo de Negócios, além de demonstrar a metodologia utilizada por estes autores, como demonstra Tabela 1³.

Tabela 1 – Metodologia

<u>EM RELAÇÃO À ABORDAGEM DO PROBLEMA</u>	TOTAL = 49 ARTIGOS
Qualitativa	14
Quantitativa	3
<u>Objetivos</u>	
Exploratória	10
Descritiva	10
Explicativa	0
<u>Procedimentos</u>	
Bibliográfica	18
Levantamento	4
Estudo de caso ou Casos Mult	6
Documental	11
Não descrita pelo Autor	17

Fonte: a autora

No aspecto metodológico, a busca demonstrou que os artigos em sua maioria apresentam abordagem qualitativa, os objetivos permearam a técnica descritiva ou exploratória e em relação aos procedimentos os artigos apresentaram expressividade no levantamento bibliográfico ou documental. Alguns estudos não apresentaram a metodologia, assim como, um número pequeno de estudos de casos foi utilizado. Os artigos selecionados totalizaram 49, no entanto, em muitos casos a metodologia em relação à abordagem, aos objetivos e aos procedimentos, apresentam em mais de uma categoria, tornando assim, visualmente um número maior de artigos.

Em busca de novas referências, foi realizado outro levantamento no site do Ministério do Turismo, apenas com o termo “Turismo de Negócios”, e de 750 publicações (entre teses e dissertações) foram identificadas 7 pesquisas relevantes para o presente projeto, no período de 2006 e 2014.

³ O total de artigos encontrados foi de 49, entretanto alguns artigos apresentaram mais de um objetivo em seu estudo, assim como abordagem do problema e procedimentos foram combinados com os objetivos propostos.

Diante do exposto, identificou-se no campo acadêmico poucos estudos relacionando diretamente ao Turismo de Negócios e as Políticas Públicas, com foco na cidade de São Paulo no período pesquisado. Neste sentido, a pesquisa também tem o objetivo de ampliar o conhecimento sobre a temática, a partir do relatório final dos estudos realizados.

4.2 Legislação Federal

Buscou-se salientar as leis federais que mais tiveram interferências no turismo da capital paulista. O resumo a seguir relata as leis, decretos e as portarias no período de 2003 a 2014. Para efeitos de organização é apresentado o Quadro 11, com as leis e decretos e no ANEXO C as portarias.

Quadro 12 - Resumo Legislação Federal - Leis e Decretos – Turismo.

Leis	Decretos
Lei Geral do Turismo n.º 11.771/08, de 17 de setembro de 2008 - Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico;	Decreto Lei nº 7.381, de 02/12/2010 - Regulamenta a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, e dá outras providências.
Lei Nº 11.637 de 28 de dezembro de 2007 - Dispõe sobre o programa de Qualificação dos serviços turísticos e do Selo de Qualidade Nacional do Turismo.	Decreto Lei nº 5.406, de 30/03/2005 - Regulamenta o cadastro obrigatório para fins de fiscalização das sociedades empresárias, das sociedades simples e dos empresários individuais que prestam serviços turísticos remunerados, e dá outras providências.
	Decreto Lei nº 89.707, de 25/03/1984 - Dispõe sobre as empresas prestadoras de serviços para a organização de congressos, convenções, seminários e eventos congêneres, e dá outras providências.

Fonte: Adaptada de Brasil, Ministério do Turismo, 2015.

A legislação apresentada após entrada do Ministério do Turismo (ano de 2003) demonstra uma solidificação, dada à evolução das leis de 2007, 2008 e 2010 acima apresentadas. No ano de 2007, a lei 11637 dispõe sobre a qualificação dos serviços prestados no turismo, aderindo assim ao selo de qualidade do turismo que prevê a instituição de um Selo de Qualidade Nacional de Turismo, destinado a classificar os padrões dos serviços de empresas ou entidades prestadoras de serviços turísticos no território nacional (LEI 11.637/2007).

A lei 11771 de 2008 orienta as atribuições do Governo Federal em relação ao turismo, e o Decreto Lei nº 5.406/ 2005 - normatiza a forma de contratação do prestador de serviço de para a administração pública. Este Decreto demonstra a relevância que foi dada às contratações de fornecedores pelo Ministério. O decreto

de lei nº 89.707/84 datado de 1984 é aqui descrito por sua importância no que diz respeito à legislação do setor.

Este decreto reconhece a prestação de serviços remunerados para a organização de congressos, convenções, seminários ou eventos, congêneres. O decreto diz respeito ainda, aos serviços permissíveis, registros das empresas organizadores na EMBRATUR, inclusão de um calendário de eventos, aos direitos e obrigações, à fiscalização, descreve as penalidades, os recursos das prestadoras destes serviços turísticos.

Tais políticas, pensando nas questões de impactos para o segmento e para sociedade, traduzem um elemento crítico, que é o planejamento. Hall (2004) afirma que as exigências de planejamento turístico e de intervenção do governo no processo de desenvolvimento, é a maneira de promover a sustentabilidade para setor. Assim, complementando esta legislação, as portarias são o tema do próximo parágrafo.

As portarias, que são atos administrativos e que só tem força de lei se editadas para regulamentar lei ou decreto, foram emitidas em números expressivos no período estudado, como demonstra ANEXO C.

A Lei 11.079/2004 sobre Parcerias Público-Privadas (PPPs) e a Lei 8.987/1995 não estão relacionadas unicamente com o turismo, no contexto geral das leis brasileiras. No entanto, a aderência com o setor de turismo é verificada, principalmente na sua aplicabilidade. A cidade de São Paulo foi contemplada com estas leis, visto a concessão e as PPPs estabelecidas no espaço de eventos São Paulo Expo, antigo espaço Imigrantes.

A legislação apresentada traz o constante movimento do Ministério em busca dos programas de apoio à captação e ou promoção de eventos internacionais, da qualificação profissional, dos eventos desportivos e do Programa de Aceleração do Crescimento – PAC, e neste sentido o, tópico seguinte apresenta o resumo deste programa.

4.2.1 Programa de Aceleração do Crescimento (PAC)

Criado em 2007, o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) tem o objetivo de promover a retomada do planejamento e execução de grandes obras de infraestrutura social, urbana, logística e energética do país. Com característica de um plano estratégico, contribuindo para o seu desenvolvimento acelerado e sustentável (BRASIL, 2015).

O PAC está estruturado em três eixos distintos: Infraestrutura social e urbana; Infraestrutura logística; Infraestrutura energética (BRASIL, 2015).

O eixo da Infraestrutura Social e Urbana tem o objetivo de enfrentar os principais desafios de pequenas, médios e grandes municípios brasileiros (BRASIL, 2015), e considera-se aqui o segmento do turismo como infraestrutura turística.

Para isto, o plano previu ações e destinou verbas para a construção, reforma e adequação de 13 Centros de Convenções e Eventos nas cinco regiões do País e para a sinalização turística em 34 cidades históricas (BRASIL, 2015).

Na cidade de São Paulo, três equipamentos foram beneficiados com o PAC, como demonstra o Quadro 12 abaixo.

Quadro 13 - Investimentos nos equipamentos Turístico da cidade de São Paulo.

Equipamentos Turísticos da Cidade de São Paulo	Valor destinado à obra (em milhões)
Adequação e Implantação de Infraestrutura do Autódromo José Carlos Pace	R\$ 160
Construção da Fábrica do Samba	R\$ 40
Reforma e Melhorias do Complexo Anhembi	R\$ 60

Fonte: Brasil, Ministério do Planejamento, 2015.

Cabe ressaltar que estas obras estão em execução conforme informativo do Ministério do Planejamento, em junho de 2015.

O eixo Mobilidade Urbana, que tem grande aderência ao turismo, foi beneficiado pelo PAC em projetos de melhoria, ampliação e implantação de sistemas de transporte público coletivo. Foram anunciados recursos em metrô, *Bus Rapid Transit* (BRTs)⁴, corredores de ônibus, veículos leves sobre trilhos, como por

⁴ BRT (Bus Rapid Transit), ou Transporte Rápido por Ônibus, é um sistema de transporte coletivo de passageiros que proporciona mobilidade urbana rápida, confortável, segura e eficiente por meio de infraestrutura segregada com prioridade de ultrapassagem, operação rápida e frequente, excelência

exemplo, os trens urbanos (Zona Leste/Guarulhos), com investimento estimado de R\$1. 1,8 bilhão, entre outros. Vale destacar que a presente dissertação não analisou os impactos sobre esses investimentos decorrentes da atual crise fiscal do governo federal, que deverá resultar no alongamento dos prazos de algumas obras anunciadas, e no eventual cancelamento ou suspensão de obras não iniciadas.

Complementando o item de Mobilidade Urbana, nos casos dos investimentos aeroportuários coube destaque especialmente ao aeroporto Internacional de Guarulhos (Aeroporto Governador André Franco Montoro), e ao Aeroporto de Campinas (Aeroporto Internacional de Viracopos, a 90 km da capital Paulista) que fazem uma ligação com a cidade de São Paulo no segmento estudado. Todas as obras previstas com este orçamento foram concluídas no ano 2014 (BRASIL, 2015). O ANEXO D apresenta o investimento das obras aeroportuárias.

Nos demais eixos que compõem a infraestrutura básica das cidades, esporte e outros temas correlatos, a cidade de São Paulo foi beneficiada também com estes investimentos.

Considerando os objetivos propostos desse programa (PAC), observa-se um direcionamento Federal para o fomento da atividade turística. O programa tem impactos econômicos e sociais nos municípios, incluindo aí a cidade de São Paulo. A identificação de alguns elementos, como investimento na infraestrutura turística e básica da cidade, demonstram ações públicas compatíveis e integradas de desenvolvimento.

O próximo tópico discorre sobre a legislação estadual pertinente ao Turismo.

4.3 Legislação Estadual

Na esfera Estadual, para além da Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) que estabelece as metas e prioridades da administração pública estadual, buscou-se a legislação a partir de 2003 quando se estabelece a Secretaria Estadual de Turismo.

Quadro 14 - Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO).

LEIS	Diretrizes Orçamentárias – Metas e Prioridades- Turismo
LEI Nº 15.109/2013	Prioridades já definidas no ano de 2012
LEI Nº 14.837/2012	Execução das ações relativas aos megas eventos Nacionais e Internacionais; Turismo Integrado Regional; Aprendendo Turismo; Apoio a Infraestrutura para o Turismo; Turismo legal/Legislação; Inclusão no turismo; Promoção do turismo e Eventos;
LEI Nº 14.489/2011	Prioridades já definidas no ano de 2009
LEI Nº 14.185/2010	Implantação e manutenção do sistema de informação turística; Consolidação do turismo paulista, Capacitação e qualificação para área do turismo; turismo; Promoção e Divulgação do turismo do Estado de São Paulo.
LEI Nº 13.578/2009	Prioridades já definidas no exercício anterior.
LEI Nº 13.124/2008	Desenvolvimento do Turismo Sustentável; Implantação, ampliação e modernização dos aeroportos do estado; Implantação e manutenção do sistema de informações; Promoção e divulgação do turismo do estado; Campanhas e captação de eventos esportivos para São Paulo; Reforma, modernização e construção de equipamentos esportivos, lazer e turismo.
LEI Nº 11.971/2005.	Desenvolvimento do turismo sobre trilhos; Plano estadual de turismo e marketing para todos os segmentos; Polos receptivos; Desenvolvimento de novos produtos; Polo turístico cultural; Implantação do expresso aeroporto e trem de Guarulhos.
LEI Nº 11.782/2004.	Dispõe sobre o Turismo; Meio ambiente; Regionalização; Tecnologia da Informação e comunicação.

Fonte: São Paulo, 2015 - Secretaria de Planejamento.

Entre as prioridades definidas por este órgão estão os grandes eventos (de caráter Internacional), a capacitação e qualificação para área do turismo, a promoção, divulgação e preservação do meio ambiente, temas, recorrentes também na esfera federal.

O Estado, perante as outras esferas públicas, se destaca em função da legislação que se traduz na Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO), percorrendo

objetivos como a criação de empregos, ao fluxo turístico com medidas para a redução da sazonalidade da atividade e com as parcerias com as prefeituras.

Na esfera Estadual, as leis se restringem aos aspectos orçamentários, no que diz ao segmento de turismo. Assim, as portarias que tratam do tema turismo, são apresentadas nas esferas Federal e Municipal.

4.4 Caracterização da cidade de São Paulo e a Legislação Municipal

O Estado de São Paulo possui uma área territorial de 248.222 km², onde vivem aproximadamente 44 milhões de pessoas, totalizando uma densidade demográfica de 166,23 habitantes por quilômetro quadrado. São Paulo é considerado o Estado mais rico do país, com maior presença de indústrias e diversidade em atividades produtivas. Seu PIB é composto por uma intensa atividade industrial (46%), pela ampla atuação do setor de comércio e serviços (47%) e por uma atividade agropecuária (7%) altamente tecnológica e com relevância comercial (IBGE, 2014).

A capital tem uma população estimada em 11,5 milhões de habitantes (IBGE, 2014), na sua maioria de migrantes nacionais e imigrantes.

A crise da habitação ganha corpo na segunda metade do século passado com o crescimento desordenado em direção à periferia, valorização das regiões centrais, e grande especulação imobiliária (ASSUNÇÃO, 2004).

O fenômeno de "desconcentração" ganha impulso desde a década de 1950, quando o parque industrial de São Paulo avança rumo aos outros municípios da Região Metropolitana (ABCD, Osasco, Guarulhos, Santo Amaro) e do interior (Campinas, São José dos Campos, Sorocaba) (GAIARSA, 1991).

Também em decorrência do processo de desconcentração, a cidade passou por um processo de terciarização já na década de 1970 com a expansão das atividades econômicas ligadas à prestação de serviços e comércio. As transformações no viário vieram atender basicamente a essas necessidades (SEADE, 2014).

Essa dinâmica espacial traz também a importância do setor financeiro e de serviços modernos, como as atividades voltadas ao setor de turismo, lazer e cultura. (CARLOS, 2003).

Diante deste cenário, a cidade foi redesenhada com administrações regionais (2002). Evoluindo para a uma proposta de gestão diferenciada foram criadas as subprefeituras, que em 2014 representavam 32 sedes, propondo maior autonomia financeira à gestão local.

Assim, os Planos Regionais Estratégicos foram traçados para as subprefeituras e constituem partes complementares do Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo (PDE), e são instrumentos determinantes das ações públicas e privadas no território de cada Subprefeitura (Lei de zoneamento da cidade de São Paulo (São Paulo, 2004; LEI Nº 13.885/ 2004), Parte III – Dos Planos Regionais estratégicos das subprefeituras). O Plano diretor previsto na lei 16.050/2014 (atual) será detalhado no tópico 4.3.1.

Assim, o plano regional estratégico apresenta no seu capítulo II a abrangência e a finalidade do documento, como citado abaixo:

Art. 49. Os Planos Regionais Estratégicos, abrangendo a totalidade do território de cada Subprefeitura, nos termos do § 2º do artigo 2º do PDE, contemplam proposições relativas às especificidades próprias, definindo no plano urbanístico-ambiental os aspectos físicos, territoriais e sociais, inclusive os parâmetros urbanísticos mínimos e máximos, para que se faça cumprir a função social da propriedade.

Art. 50. O Plano Regional Estratégico de cada Subprefeitura considera as desigualdades regionais e tem em vista a inclusão social, em função de sua localização e das articulações Inter e intra-urbanas e de suas especificidades, estabelecendo na sua Política de Desenvolvimento Regional as interações com o Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo. (São Paulo. Município, LEI Nº 13.885/ 2004).

Exposto este fator, observa-se que o município se mostra subdividida por regiões e que as políticas instituídas visam tratar cada localidade conforme a necessidade apresentada, isto dentro do contexto maior que é a cidade.

A divisão territorial e administrativa da cidade de São Paulo ocorre oficialmente de duas formas: uma que é a administrativa e outra geográfica que tem como base avenidas e os rios da cidade (Prefeitura de São Paulo). O mapa a seguir na Figura 1 mostra as divisões das subprefeituras no Município de São Paulo, segundo a divisão territorial e administrativa oficial da cidade.

FIGURA 1- SUBDISTRITOS DA CIDADE DE SÃO PAULO

Regiões, Subprefeituras e Distritos
Município de São Paulo



Fonte: Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano – SMDU/
Depto. de Estatística e Produção de Informação – Dipro.

O mapa mostra o desenho da cidade em 2014, demarcando a imensidão territorial de São Paulo, justificando, assim, a relevância das subdivisões e de ações direcionadas para cada região. O Quadro 14 detalha as subprefeituras e os distritos que as compõem.

Quadro 15 - Composição da Cidade de São Paulo.

Região	Subprefeituras	Bairros – distritos
Central	Subprefeitura da Sé	Bela Vista; Bom Retiro; Cambuci; Consolação; Liberdade; República; Sé; Santa Cecília.
Central Sul	Subprefeituras Santo Amaro –	Jabaquara; Vila Mariana; Santo Amaro.
Leste 01	Subprefeituras da Penha	Ermelino Matarazzo; Penha; Itaquera; São Mateus.
Leste 02	Itaim Paulista	Guaianazes; São Miguel Paulista; Cidade Tiradentes.
Zona Norte	Subprefeituras de Santana	Tucuruvi; Casa Verde; Vila Maria; Vila Guilherme; Jaçanã; Tremembé.
Zona Noroeste	Subprefeituras de Pirituba	Perus; Freguesia do Ó;
Zona Oeste	Subprefeituras da Lapa	Pinheiros; Butantã.
Zona Sudeste	Subprefeituras da Mooca	Aricanduva; Vila Prudente; Sapopemba; Ipiranga.
Zona Sul	Subprefeitura de Cidade Ademar	M'boi Mirim; Socorro; Cidade Ademar; Parelheiros; Campo Limpo.

Fonte: Adaptado de Prefeitura de São Paulo, 2014.

Constituída por um processo histórico que justifica esta expansão urbana da cidade de São Paulo, Frugoli Junior, (2001) discute o desenvolvimento do espaço em questão. Nesta lógica, a desconcentração do capital em áreas como o quadrante sudoeste, levou os investimentos do setor público e privado nessa direção, deixando à margem a própria região central da cidade (CARRARI FILHO; SILVA NETO, 2014).

A região Sudoeste citada pelos autores é à macro-zona do município formada pelas zonas Oeste e Centro-Sul, sendo a área de maior dinamismo econômico e maior infraestrutura. Cabe ressaltar que a região sudoeste não é reconhecida oficialmente, mas é frequentemente referenciada em mapas urbanos para fins estatísticos, devido à homogeneidade socioeconômica das duas zonas (Oeste e Centro-Sul) que a compõem (PMSP, 2014).

O quadrante sudoeste foi marcado pela construção de edifícios residenciais e não residenciais ampliação da malha viária, oferta de serviços urbanos de uso coletivo, infraestruturas de iluminação pública, energia elétrica, transporte de massa e saneamento básico, além das áreas verdes, por meio de investimentos públicos e privados (NAKANO; CAMPOS; ROLNIK, 2004).

Por sua vez, a centralidade diz respeito à constituição de lugares enquanto atração de fluxos; visando impulsionar o desenvolvimento, a esfera pública busca assim angariar investimentos privados, como afirmam Lopes Junior e Santos (2009).

Também ganham força os projetos imobiliários idealizados como único empreendimento, associando escritório de alto padrão, hotel e *shopping centers* simultaneamente. A metrópole transforma-se na “cidade dos negócios”, como destaca CARLOS (2003).

Neste processo, grandes massas populacionais foram excluídas de seus benefícios e empurradas para as periferias, em ocupações irregulares com habitações completamente desprovidas de infraestrutura e serviços urbanos (HAESBAERT, 2013).

Soluções efetivas os problemas urbanos dependem do envolvimento dos atores locais, da sociedade civil e de diversas esferas governamentais, na busca de melhor capacidade de governança (SOMEKH, 2010).

Neste sentido, as políticas Federal, Estadual e Municipal devem ser integradas , assim como, direcionar os atores públicos e privadas para o mesmo fim, ou seja, para o desenvolvimento sustentável.

No contexto do estudo proposto, o Plano Municipal de Turismo (PLATUM) é o documento de referência que direciona as políticas, os programas e as ações necessárias para o fomento e crescimento da atividade turística na cidade de São Paulo. Segue o resumo dos planos municipais do período 2003 a 2014.

Quadro 16 - Resumo dos Planos Municipais de Turismo da Cidade de São Paulo – 2003/2014.

Período	Programas/ A proposta estratégica	Objetivos e ou /Eixos Temáticos
2003	Programas: Investimentos em Promoção Turística e Informação e em Infraestrutura e Manutenção.	Aumentar o número de chegadas nacionais e internacionais; a permanência média; o consumo médio diário e aumentar a participação de São Paulo no mercado de eventos nacional e internacional.
2004-2006	- Propósito do Plano: Aumentar a qualidade de vida do paulistano pelo turismo: criando mais oportunidades de emprego e renda melhorando a imagem da cidade e a autoestima dos seus habitantes. - Ampliar a participação e fortalecer a competitividade da Cidade no mercado eventos e negócios e estruturar o turismo de cultura e lazer.	- Aumentar a participação de São Paulo no mercado de congressos e eventos nacionais e internacionais. - Estruturar a oferta turística cultural e de lazer, aumentando a competitividade turística de São Paulo; - Aumentar o número de chegadas nacionais e internacionais. - Aumentar a permanência média. - Aumentar o gasto médio diário.
2007-2010	Macroprogramas: 1 - Estruturação da oferta turística. 2 - Integração da cadeia produtiva do turismo; 3 – Marketing e Promoção Turística; 4 - Pesquisa e Informação Turística; 5-Gestão do Plano e Relacionamento Institucional.	1. Promover e garantir a integração da cadeia produtiva do turismo, alinhando todos os envolvidos no processo do desenvolvimento do turismo; 2. Desenvolver fontes de informação e pesquisa bem como estruturar indicadores e processo de avaliação de programas e atividades; 3. Aumentar o fluxo de turistas na cidade e/ou a sua permanência; 4. Aumentar a participação de São Paulo no mercado de Eventos; 5. Organizar e qualificar a oferta turística cultural, de lazer e entretenimento; 6. Fazer com que o turista que vem à cidade conheça e usufrua da rica oferta de lazer e entretenimento, aumentando a sua permanência e o gasto. 7. Fortalecer a imagem da Cidade de São Paulo.
2011-2014	Macroprogramas; - Institucional - Informação e Pesquisa-Planejamento e estruturação-Promoção e Propaganda.	Investimento no Setor; Segurança e Conscientização Turística; - Pesquisas, Estudos e Indicadores. - Estruturação da Oferta e novos Produtos Turísticos; Capacitação e Treinamento de Profissionais-Marketing e Posicionamento do Destino Turístico; - Promoção e Divulgação de Produtos e Serviços Turísticos.

Fonte: Adaptado de São Paulo – São Paulo Turismo, 2010.

Cada plano representa as necessidades da época que foi elaborado. Entretanto, os programas e objetivos diferem muito pouco nos seus conteúdos. Em

linhas gerais, temas como promoção, comercialização e investimento na infraestrutura turística são recorrentes nos planos.

O documento de 2004-2006 abordou uma postura diferenciada, deixando explícito a necessidade de beneficiar os cidadãos, propondo assim que o turismo deve aumentar a qualidade de vida do paulistano, criando mais oportunidades de emprego e renda, melhorando a imagem da cidade e a autoestima dos seus habitantes.

Para conseguir realizar as ações contidas no PLATUM, a São Paulo Turismo S.A (SPTuris), órgão responsável pela execução dessas ações, juntamente com jurídico do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), realiza parcerias com o setor privado, procurando consolidar medidas que possam contribuir para o desenvolvimento da atividade turística, frente ao crescente impacto econômico, social e cultural que o Turismo pode proporcionar à cidade e seus habitantes.

As informações referentes aos impostos arrecadados do setor de turismo, ocupação da hotelaria, qualificação profissional, entradas de turistas na cidade, programas que visam à sustentabilidade, são indicadores de políticas efetivas para a cidade. Nesta pesquisa, estes dados serão apresentados na próxima etapa, a fim de detalhar as informações direcionando para os objetivos propostos.

Os números que expressam o movimento proporcionado pelo turismo na cidade representam constante desafio ao planejamento e gestão do (REZENDE; ULTRAMARI, 2008). Neste sentido seguem algumas considerações do instrumento de Gestão configurado como Plano Diretor Municipal (PDM), com a denominação atual de Plano Diretor Estratégico (PDE).

4.4.1 Plano diretor

O plano diretor municipal (PDM) é um instrumento de planejamento e gestão de municípios e prefeituras. Cabe aqui ressaltar que este documento deve ser compatibilizado com regulamentos de ordem superior, tais como a própria Constituição Federal, a Lei de Responsabilidade Fiscal e o Estatuto da Cidade (SÃO PAULO, 2014).

O PDM é discutido pelas prefeituras no âmbito da gestão compartilhada e a partir de documentos e de leis vigentes, como da Lei de Parcelamento, Uso e Ocupação do Solo, dos Planos Regionais Estratégicos, de Leis Urbanísticas

Específicas e do Código de Obras e Edificações. O Plano Diretor define as regras para a organização de grandes áreas da cidade. Os Planos Regionais Estratégicos e a Lei de Parcelamento, Uso e Ocupação do Solo e Leis Urbanísticas Específicas definem as regras para a organização de áreas menores. O Código de Obras define regras para a construção das edificações dentro dos lotes (SÃO PAULO, 2014).

Por política urbana entende-se o conjunto de ações que devem ser promovidas pelo Poder Público, visando garantir que os cidadãos tenham acesso à moradia, saneamento ambiental, infraestrutura urbana, transporte, serviços públicos, trabalho e lazer, como define TEIXEIRA (2014).

O objetivo da política urbana é, segundo o Estatuto da Cidade (2001), “ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e da propriedade urbana” (BRASIL, 2001).

Para tanto, o Projeto de Lei 688/2013 sobre a Política de Desenvolvimento Urbano e o Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo foi aprovado pela Câmara Municipal de São Paulo no dia 30/06/2014.

Com alterações significativas, a lei do plano diretor deve ser revista pelo menos a cada dez anos, e suas diretrizes e prioridades devem ser incorporadas pelas leis orçamentárias (Plano Plurianual, Lei de Diretrizes Orçamentárias e Lei Orçamentária Anual). Nos ANEXOS E, F e G são apresentadas as mudanças na cidade de acordo com o novo PDM.

No ANEXO E os itens apresentados são: Adensamento populacional nos eixos de transporte; Extinção no mínimo de vagas; Fachadas ativas e prédios mistos; Redução do déficit habitacional e cota de solidariedade (LAMAS, 2014). Este eixo abrange parte da população, o indivíduo e seu meio e, ao mesmo tempo, as questões apresentadas, remetem, as questões de empresas, comércios e outros. Relacionando com o segmento turístico este eixo permite o fluxo do turista de negócios, uma vez, que os equipamentos podem ser instalados neste espaço.

Os itens Recursos para a mobilidade urbana; Imóveis ociosos e subutilizados; Fundo para novos parques; Territórios culturais e mudanças relacionadas com o Minhocão estão no ANEXO F.

Volta da zona rural; Ruas comerciais; Desenvolvimento econômico e Camelódromos são apresentados no ANEXO G.

O espaço municipal possui regras a serem cumpridas, pois nele trabalham e moram pessoas que necessitam viver em um espaço organizado, pessoas com desejos e objetivos distintos .

No documento, o turismo é destaque nas políticas públicas de desenvolvimento econômico e social, destacando os objetivos, diretrizes e ações estratégicas da política municipal de turismo, cujos principais objetivos são descritos na seção II como segue:

Art. 17 - São objetivos da política de turismo:
I - sustentar fluxos turísticos elevados e constantes;
II - consolidar a posição do município como principal pólo brasileiro de eventos;
III - realizar o desenvolvimento sistêmico do turismo em suas diversas modalidades;
IV - estabelecer política de desenvolvimento integrado do turismo, articulando-se com os municípios da região metropolitana;
V - aumentar e manter o índice de permanência do turista no Município. (SPTURIS, 2015)

O fluxo de turistas e as políticas de desenvolvimentos do turismo se alinham com as estratégias e ações que são apresentadas no ANEXO H.

Com os princípios de desenvolvimento sustentável, gestão democrática da cidade e o planejamento do desenvolvimento das cidades, o PDM de São Paulo objetivou atender os eixos ditos prioritários, incluindo além dos citados, outros como transporte, ocupação do centro, recuperação do patrimônio histórico.

Diante da diversidade a ser atendida, o PDM é fruto de tomada de decisões, e, portanto equilibrar os diferentes interesses que se apresentam em cada uma dessas temáticas e garantir a efetiva participação e controle social são desafios relevantes para a administração pública local (HOYLER; GODOY, 2014).

Por seu turno, o planejamento deve ser uma ferramenta moderna e inovadora na direção da atuação ambiental e responsabilidade social das organizações (SALGADO; LEITÃO, 2011).

Neste aspecto, a Legislação Municipal apresentada pelos gestores da cidade devem abranger o pilar da sustentabilidade, considerando que o Turismo de Negócios esta inserido neste espaço e que os impactos deste segmento pode gerar modificações consideráveis.

Assim, a Câmara Municipal de São Paulo tem a função de elaborar leis que tratam de assuntos pertinentes à cidade (LEI Nº 6.448, DE 11 DE OUTUBRO DE

1977). Neste órgão a busca foi por leis, projetos e decretos relacionados ou que tiveram como objetivo fomentar o turismo de negócios na cidade de São Paulo priorizando assim, os objetivos desta pesquisa.

O Quadro 16 apresenta o resumo da legislação municipal pertinente ao turismo no período de 2003 a 2014.

Quadro 17 - Resumo da legislação Municipal – Turismo.

LEIS E DECRETOS MUNICIPAIS - TURISMO		
Lei 15.931/2013 – Dispõe sobre a criação do Programa de Incentivos Fiscais para prestadores de serviços em região da Zona Leste do Município de São Paulo, nos termos que especifica.	DECRETO Nº 54.398 27/09/2013 - Fixa as incumbências do Secretário Especial para Assuntos de Turismo.	LEI Nº 15.402 06/07/2011 - Concede isenção do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISS e do Imposto Predial e Territorial Urbano - IPTU a empresas estatais municipais, conforme especifica São Paulo Turismo.
DECRETO Nº 52.244-15/04/2011 - Dispõe sobre a instituição e organização do serviço "City Tour" Oficial da Cidade de São Paulo.	DECRETO Nº 51.891 28/10/2010 - Institui, na Cidade de São Paulo, a Quarta Cúpula do Grupo de Liderança de Cidades pelo Clima - C.40. (Evento que iria fomentar o turismo de negócios na cidade)	LEI Nº 15.295 28/09/2010 - Institui no Calendário Oficial da Cidade de São Paulo a Feira Internacional do Serviço de Turismo - FISTUR e o Congresso Internacional de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo a serem realizados anualmente no mês de março, e dá outras providências.
DECRETO Nº 51.645 20/07/2010- Regulamenta a Lei nº 13.118, de 10 de abril de 2001, autoriza a celebração de convênios, com o objetivo de conceder crédito a micro e pequenos empreendedores instalados no território Municipal.	DECRETO Nº 51.121 17/12/2009 - Regulamenta o Programa Jovem Monitor Cultural Art. 2º. O Programa Jovem Monitor Cultural objetiva, a partir da interação entre a comunidade e os equipamentos culturais administrados pela Secretaria Municipal de Cultura, estimular, por meio de atividades culturais, a inserção socioeconômica.	LEI Nº 14.968 30/07/2009 - Dispõe sobre a qualificação do turismo no Município de São Paulo através da capacitação de jovens e adultos
Lei Municipal nº 14.863, de 23/12/2008 – São Paulo - Concede isenção do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza – ISS à prestação de serviços relacionados à Copa das Confederações de 2013, à Copa do Mundo de Futebol de 2014. -	LEI Nº 14.474 11/07/2007 - Dispõe sobre a identificação dos pontos turísticos localizados no âmbito da Cidade de São Paulo.	LEI Nº 14.049 05/09/2005 Dispõe sobre a normatização e padronização da sinalização turística a ser implantada no âmbito do Município de São Paulo.
LEI Nº 13.783 12/02/2004 - Dispõe sobre sinalização de orientação turística no Município de São Paulo.		

Fonte: Câmara Municipal de São Paulo, 2014.

Muitos dos decretos e das leis apresentadas acima resultam de projetos de leis, como especificados no ANEXO I.

Além desta legislação, a esfera municipal possui programas específicos para itens como,

Linha Arena Multiuso que tem o objetivo de financiar investimento municipal destinado à construção, reforma ou modernização de Arenas Multiuso para eventos esportivos, econômicos, expositivos e de convivência sociais e culturais (AGENCIA DE DESENVOLVIMENTO PAULISTA a).

A Linha Economia Verde Municípios tem como objetivo financiar o investimento municipal destinado a projetos sustentáveis, que proporcionem redução na emissão de CO² e reduzam o impacto ambiental nas atividades da administração pública. São itens financiáveis a Construção Sustentável; Transporte; Saneamento e Resíduos; Recuperação Florestal e Planejamento Municipal (AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO PAULISTA).

Questões como sinalizações turísticas, preservação ambiental, qualificação profissional, incentivos para empresas no setor turístico, eventos associados ao turismo ou eventos que possam fomentar o turismo de negócios fazem parte do contexto desta legislação.

Exposta a legislação Federal, Estadual e Municipal do município, os Planos; Diretor, os Planos Regionais Estratégicos da Cidade de São Paulo e os demais planos são apresentados com o objetivo de melhor compreensão do tema e para compor a documentação pertinente à pesquisa.

A relação entre os documentos das esferas Estaduais, Municipais e Federal converge para discussão do segmento, possibilitando assim, um amadurecimento nas questões que esta atividade pode impactar.

4.4.2 Os Planos Regionais Estratégicos (PRE) das Subprefeituras de São Paulo

Os Planos Regionais Estratégicos (PRE) das Subprefeituras são complementares ao Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo (já discutido nesta pesquisa), que apresenta em amplitude as ações que visam orientar o desenvolvimento e o crescimento da cidade.

Respeitando a diversidade, a desigualdade e as particularidades de cada região de São Paulo, a LEI Nº 13.885, DE 25 DE AGOSTO DE 2004, trata das prioridades, como as apresentadas no ANEXO J (prioridades da zona norte de São Paulo). Desta forma, a legislação prevê que;

os planos regionais contemplam proposições relativas às especificidades próprias, definindo no plano urbanístico-ambiental, as intervenções na rede viária estrutural, as intervenções na rede estrutural de transporte público, os instrumentos de intervenção urbana e a estratégia regional, os aspectos físicos, territoriais e sociais, inclusive os parâmetros urbanísticos mínimos e máximos, para que se faça cumprir a função social da propriedade (SÃO PAULO, LEI Nº 13.885/2004).

A região Norte é o portão de entrada de São Paulo para a maioria dos visitantes que chegam de ônibus na cidade. Ali está o Terminal Rodoviário do Tietê, entre os mais movimentados do mundo. Atende mais de 600 localidades no Brasil e quatro países: Uruguai, Paraguai, Chile e Argentina (SÃO PAULO, 2014).

É na Zona Norte de São Paulo que se concentra atualmente o centro do Carnaval Paulistano, realizado nos últimos anos no Sambódromo do Anhembi. Nessa região esta localizada também a Serra da Cantareira, que abriga uma das maiores florestas urbanas do mundo.

A diretriz para a região diz respeito principalmente às questões ambientais, tendo em vista as características da localidade.

Diferente do tratamento dado à zona norte, a zona leste recebeu outras prioridades, como apresentado no ANEXO K.

A região Leste de São Paulo, na divisão mais recente da cidade, subdivide-se em Leste 1 e Leste 2, fazendo, parte desse conjunto, 11 subprefeituras e 33 distritos administrativos. Conforme o Censo 2010 reside ali aproximadamente 3,8 milhões de pessoas (IBGE, 2014).

Com a intenção de promover e fomentar o desenvolvimento da Zona Leste, o município lançou o “Programa de Desenvolvimento Econômico para a Zona Leste, 2007” (São Paulo, 2012) que abriga em suas linhas o objetivo de modernizar e transformar uma das áreas mais carentes da cidade de São Paulo.

O programa tem como objetivo reorganizar o transporte de cargas e o abastecimento da cidade, a competitividade das empresas instaladas na região propiciando assim investimentos que possibilitem a geração de renda e criação de empregos (SÃO PAULO, 2015).

As propostas que orientaram o desenvolvimento da Zona Leste foram alicerçadas por ações que incentivarão os investimentos na região como a

concessão de Incentivos Seletivos para empresas que investirem na instalação ou ampliação de suas unidades, a criação de um Parque Tecnológico com a construção de escolas técnicas e laboratórios tecnológicos, expansão de instituições de ensino públicas e privadas, remodelação do Pólo Econômico da Zona Leste e do Polo Institucional de Itaquera e a Operação Urbana Rio Verde-Jacu (SÃO PAULO, 2015).

O Quadro 18 apresenta um resumo da legislação pertinente ao programa de desenvolvimento da Zona Leste.

Quadro 18 - Legislação: Programa de desenvolvimento da Zona Leste.

Resumo da legislação (15.931/2013) pertinente ao programa de desenvolvimento da Zona Leste
Lei nº 13.833, de 27 Maio de 2004. - Dispõe sobre a criação do Programa de Incentivos Seletivos para a área leste do Município de São Paulo, nos termos que especifica.
Lei nº 14.888, de 19 de Janeiro de 2009 Altera dispositivos da Lei nº 14.654, de 20 de dezembro de 2007, que dispõe sobre o Programa de Incentivos Seletivos para regiões da Zona Leste do Município de São Paulo. Ampliada a área beneficiada
LEI Nº 15.413, DE 20 DE JULHO DE 2011 - Dispõe sobre a concessão de incentivos fiscais para construção de estádio na Zona Leste do Município.
Lei nº 14.654, de 20 de Dezembro de 2007 – Dispõe sobre o Programa de Incentivos Seletivos para regiões da Zona Leste do Município de São Paulo. Aumento da área beneficiada.
DECRETO Nº 50.567, DE 13 DE ABRIL DE 2009 Regulamenta a Lei nº 14.654, de 20 de dezembro de 2007, com as alterações introduzidas pela Lei nº 14.888, de 19 de janeiro de 2009, que dispõe sobre o Programa de Incentivos Seletivos para regiões da Zona Leste do Município de São Paulo, bem como cria o Comitê Executivo “Zona Leste”.

Fonte: São Paulo, Secretaria do Desenvolvimento, Trabalho e Empreendedorismo, 2015.

Com o intuito promover o desenvolvimento da Região da Zona Leste do Município de São Paulo, incentivando a instalação de empresas intensivas em trabalho e possibilitando a geração de empregos, a Prefeitura de São Paulo criou o Programa de Incentivos Fiscais para Prestadores de Serviços da Zona Leste, estabelecido na Lei Municipal 15.931/2013 (PREFEITURA DE SÃO PAULO, 2013).

O Quadro 19 especifica os incentivos fiscais concedidos na Zona Leste.

Quadro 19 - Benefícios fiscais para região leste de São Paulo.

Incentivos fiscais – benefícios fiscais para região leste de São Paulo – Lei 15.931/2013	
Redução de 50% no IPTU referente ao imóvel objeto do investimento pelo prazo de 10 anos.	Elaboração dos projetos limitados a 5% do valor do investimento.
Redução de 60% no ISS incidente sobre os serviços prestados pelo destinatário por 10 anos.	Até 60% do valor dos investimentos quando a beneficiária for empresa industrial ou de serviços Investimentos.
Redução de 50% no ISS incidente sobre os serviços de construção civil referente ao objeto do investimento.	Execução de obras de construção ou de reforma ou expansão de imóveis existentes (materiais e trabalho); Melhorando em instalações incorporáveis ou inerentes aos imóveis existentes (materiais e trabalho).
Redução de 50% do Imposto Sobre Transmissão Inter Vivos de Bens Móvel referente ao imóvel objeto do investimento Emissão de Certificados de Incentivo ao Desenvolvimento (CID).	Até 40% do valor dos investimentos quando para atividades comerciais.
Aquisição e instalação de equipamentos necessários à implantação, expansão ou modernização tecnológica da empresa ou do empreendimento.	Aquisição de terrenos Aquisição de imóveis construídos antes da vigência da lei limitados ao valor venal do imóvel

Fonte: São Paulo, Secretaria do Desenvolvimento, Trabalho e Empreendedorismo, 2013.

Conforme a Subprefeitura da região a Zona Sul de São Paulo possui a maior área territorial (km²). Abrigando grandes centros comerciais no Brooklin, Morumbi, Santo Amaro e Vila Olímpia, atraindo cada vez mais empresas para essa região (SÃO PAULO, ZONA SUL, s.d.). É considerado o vetor do Turismo de Negócios, principalmente na região da Avenida Berrini que é caracterizada por sedes de empresas, muitas delas, provenientes do setor terciários. A avenida esta no contexto descrito como "vetor Sudoeste", uma área de expansão econômica que acompanhou a trajetória da cidade a partir do século XX (SÃO PAULO, 2015). O resumo das prioridades desta região esta no ANEXO L.

Assim a diretriz do plano tem como estratégia promover a extensão turística e cultural do centro metropolitano no sentido oeste, alcançando o Memorial da América Latina. O resumo das prioridades desta região esta no ANEXO M.

Quanto ao turismo, o PRE da Subprefeitura Sé inclui, em seus objetivos de desenvolvimento urbano e ambiental da região, o fortalecimento das funções turísticas de entretenimento, lazer, cultura e negócios. É ainda estabelecida como ação estratégica da Macro-zona de Estruturação e Qualificação Urbana, a implantação de "Trilha Histórica no Centro de São Paulo, como medida de valorização dos logradouros e edifícios de interesse histórico do Município" (PRE

Subprefeitura Sé Art. 15 § III) (SÃO PAULO, 2015). Tais objetivos e ações estratégicas contemplados no PRE demonstram a importância da atividade turística e sua marcante presença na região (ANEXO M).

Desta forma, a cidade de São Paulo com sua heterogeneidade, é representada por seus 97 distritos. Cada distrito de São Paulo guarda certa identidade, devido às características que estão relacionadas com a extensão territorial, densidade populacional, a movimentação da economia, empregabilidade, entre outras. O distrito de Grajaú é o mais populoso, com 372.467 habitantes em 2014, o distrito de Itaquera é o 14º mais populoso da Capital, enquanto o distrito do Morumbi é o 84º mais populoso e considerado o mais “rico” (SEADE, 2015). Esta diversidade apresentada demonstra a necessidade das regiões serem planejadas de forma diferenciadas, como exposto no PDE.

4.5 Análise sobre a percepção dos atores

Este tópico apresenta os principais pontos das entrevistas que permeiam os objetivos traçados por esta pesquisa. Relata os aspectos percebidos pelos atores, com destaque para o São Paulo Convention Bureau (SPC&VB), SPTURIS, UBRAFE, ABIH, ABEVT e ABEAR. As entrevistas foram alinhadas a partir de questões estruturantes e por questões complementares que trataram de integrar os temas transversais e específicos propostos pelo estudo.

No que diz respeito ao primeiro ponto, que se refere à contribuição da Gestão Pública para o Turismo na cidade de São Paulo, alinhando-se, as esferas Federal, Estaduais e Municipais e articulando com ações dos deputados e do outras secretarias, os atores se expõem de forma diversa.

A São Paulo Turismo, mais conhecida como SPTURIS, que representa a esfera municipal e tem como política central o desenvolvimento do turismo de negócios na cidade de São Paulo, declara contribuir com ações de captação de eventos e congressos nacionais e internacionais. Uma vez que se defina que o evento será realizado em São Paulo, a São Paulo Turismo oferece apoio institucional ao mesmo através de sua Política de Apoio a Eventos. Além dessas informações são incluídas diferentes cartas de apoio de outras secretarias.

Esse apoio possui diferentes frentes como inclusão no calendário de eventos oficial da cidade, kit de material para os participantes e a possibilidade de disponibilizar no local do evento uma central de informação turística móvel, definido assim, como Política de Apoio.

Para o organizador de eventos, a São Paulo Turismo desenvolveu o Site MICE (www.cidadedesaopaulo.com/mice), que diz respeito à organização e informações dos espaços de eventos na cidade. A campanha chamada “Fique Mais um Dia” (www.fiquemaisumdia.com.br), foi criada tendo em vista que o principal turista da cidade é o viajante a negócios, a intenção da campanha é convencer este viajante a ficar um dia a mais após o término de suas reuniões para explorar a cidade”. O viajante encontra no guia Fique Mais um Dia, diferentes roteiros temáticos de apenas um dia que cabe em todos os bolsos e gostos. Estas ações são descritas como contribuições para o desenvolvimento do Turismo na cidade de São Paulo.

O gestor da ABEAR descreve a contribuição da esfera federal como sendo de extrema importância, e salienta que toda verba para o Estado e para o Município decorre do órgão maior. Deste modo, enfatiza que a criação da pasta do Turismo em 2003, deu outra perspectiva para o Turismo Brasileiro e para as cidades.

Os programas de Promoção e captação de Eventos Marca Brasil e os Planos de Marketing (Plano Aquarela) possibilitaram novos rumos para imagem do país internacionalmente.

De acordo com o SPC&VB e a UBRAFE, a gestão pública apresentou pouca contribuição para o desenvolvimento do setor. Definem como ações pontuais a atuação da esfera pública no período estudado.

A UBRAFE questiona a falta de incentivos e vê a necessidade de maior relacionamento entre a esfera municipal e o ente privado, outras secretárias, como por exemplo, segurança e mobilidade urbana. Argumenta que a esfera Estadual contribui mais do que qualquer esfera federativa com o desenvolvimento de turismo no Estado de São Paulo como um todo. Por outro lado, a SPTURIS define em sua política de Captação e Apoio a Eventos que são incluídas diferentes cartas de apoio de outras secretarias, proporcionando parcerias entre as esferas pública e privada, contribuindo para o fomento do turismo na cidade.

A ABIH relata que a Gestão Pública na esfera municipal, favoreceu em muito o desenvolvimento dos setores do Turismo e Hotelaria. Enfatiza que após 2005, a São Paulo Turismo, com novas diretrizes e parcerias (com atores privados), propiciou o crescimento dos segmentos que integram o turismo.

O SPC&VB reitera que todo ano envia para a Câmara Municipal propostas que viabilizam o desenvolvimento do Turismo na cidade. Entretanto, no período estudado, não foi contemplado com retorno positivo. Salienta que o que tem de positivo e que possibilitou a continuidade das ações para o turismo, foi o fato de permanecerem as mesmas equipes na São Paulo Turismo e no SPC&VB, possibilitando assim um alinhamento dos planos.

Em relação às Políticas Públicas implementadas visando o desenvolvimento do Turismo de Negócios na cidade de São Paulo, no período 2007-2014, o SP C&VB, que tem a função mercadológica dentro da cadeia de turismo da cidade, ou seja, sua função é vender e captar eventos para São Paulo relata que a única política que é constante (no período estudado) é em relação à promoção da cidade. Independente da gestão, a verba federal é repassada para esfera municipal e conseqüentemente para os chamados *Bureaux* que irão atuar na divulgação da cidade.

Também com a função de qualificar o trade do turismo de negócios, a instituição descreve duas ações pontuais no ano de 2007/2008, sendo a primeira de capacitação dos motoristas de taxis da cidade, objetivando o atendimento ao turista e a segunda ação foi em relação ao programa “São Paulo meu destino”, que teve como objetivo trazer 900 agentes de viagens do Brasil inteiro para conhecer a cidade”. Estas ações foram integradas, mediante verba federal com repasse para a esfera municipal, e a ação efetivada com a parceria privada.

Já de acordo com a UBRAFE, o setor de feiras foi beneficiado apenas com uma ação que partiu do Estado no período estudado, sendo esta uma PPP na qual foi concedido o espaço (pertencente ao Estado de São Paulo) para ampliação da Expo Imigrantes, com investimento da iniciativa privada e previsão de inauguração para 2016.

Este ator, assim como, o C&VB e a ABIH descrevem as ações da São Paulo Turismo como, benéficas para o *trade* de turismo. As políticas permeiam a promoção da cidade, com programas específicos para o turista permanecer mais um dia em

São Paulo, ou seja, ações como a imagem da cidade, divulgação e parcerias são vistas como fortalecimento para o turismo interno.

As mudanças significativas para a cidade em relação ao turismo de negócios, provocadas pela aprovação do Plano Diretor (2014), Plano Municipal de Turismo, Planos Plurianuais (vigentes) e os Planos regionais estratégicos (2007 a 2014,) não são vistos pela iniciativa privada como um “mote” estimulador, e as empresas que fazem parte deste *trade* agem a partir de seus planejamentos e da reação do mercado turístico. Os demais planos que dão o direcionamento de ações para cidade também são vistos sem efetivação para o segmento turístico. As intervenções ocorridas na cidade, principalmente na zona leste de São Paulo, criadas a partir do projeto Copa, “indicam um desenvolvimento que já estava em curso, com incentivos e incrementos para o setor se estabelecer naquela região”, considerou o presidente da UBRAFE.

A divergência nesta questão se dá pelo fato do SPC&VB e da ABIH afirmarem que o *trade* de turismo da cidade fizeram parte da construção destes planos, como afirmou o presidente da ABIH:

“Os planos foram construídos com a participação dos atores de Turismo da cidade”.

Deste modo, este gestor que representa o segmento hoteleiro, corrobora com o desenvolvimento do turismo de negócios a partir dos planos. Enfatiza que, o motor do desenvolvimento do setor é direcionado pela iniciativa privada, mas os planos no período estudado colaboram sim com a ascensão do turismo.

Diante do exposto, as questões complementares tiveram como diretriz as questões relacionadas com incentivos ou programas que visam questões sustentáveis, sociais e ambientais da cidade e que perpassam o segmento de turismo.

A questão ambiental não parece ser tratada como uma política. A iniciativa privada desenvolve ações que são prolongamentos dos projetos estabelecidos nas suas empresas, no caso do promotor de feira. Além do descarte de materiais, uma feira de negócios gera uma alta emissão de gases prejudiciais ao meio ambiente, provenientes do transporte de mercadorias, utilizações de gás na praça de alimentação, usam de geradores de energia e consumo de eletricidade no geral

(COUROMODA, 2013). Um exemplo citado pelo gestor da UBRAFE que minimiza estes efeitos é do promotor Couromoda.

Este promotor de feiras, Couromoda – Feira Internacional de Calçados, Artigos Esportivos e Artefatos de Couro, realiza a maior feira especializada na América Latina e segunda do mundo, assim responsável por grande produção de resíduos e emissão de gases poluentes (UBRAFE, 2015). Desta forma, se orienta por projetos sustentáveis que buscam amenizar o impacto ao meio ambiente.

No segmento hoteleiro, as ações ambientais são restritas aos empreendimentos. O segmento considera a questão ambiental como um pilar, que busca redução no uso dos recursos naturais, e ao mesmo tempo busca a imagem do negócio, além de perseguir a redução dos custos da operação. Um incentivo descrito pela ABIH é o pagamento de juros menores do que são praticados no mercado, para empréstimo de dinheiro, destinado à modernização ou compra de equipamentos que visam à redução ou não utilização de recursos naturais.

Inserido no pilar sustentável, a questão social é tratada por meio de programas que envolvem a qualificação profissional, a inserção do jovem e da comunidade no mercado de trabalho hoteleiro, ressalta que são ações pontuais de cada empreendimento. Exemplos citados são a rede Accor, a rede Meliá e os hotéis *Hayatt*.

Os atores entrevistados afirmam que os investimentos em ações sustentáveis cabem a cada empreendimento. A UBRAFE e a ABIH como órgãos de classe relatam que seus associados investem constantemente em ações sustentáveis, no que diz respeito à questão social, ambiental e econômica.

O SPC&VB por ser um órgão representativo, relata apenas a postura dos demais atores, corroborando que o poder público não tem políticas específicas para questões sustentáveis.

O segundo bloco de questões estruturantes conduz aos temas das parcerias e relacionamentos, bem como dos projetos para investimentos da iniciativa privada e pública para as regiões da cidade de São Paulo.

Assim, a importância da parceria no segmento de turismo é vista pelo *trade* da cidade de São Paulo como fundamental para o desenvolvimento sustentável do setor. Os entrevistados enfatizam a notoriedade destas parcerias após 2005, e que

pode ser comprovada pelos números relacionados ao turismo, apresentados nos relatórios e na mídia. O ano de 2005 é relatado por ser um marco na gestão do turismo paulista. Com uma gestão participativa e com uma equipe técnica qualificada, as parcerias entre a esfera pública municipal e a iniciativa privada passaram a ser uma constante na capital.

Lembrando, conforme os atores, que as parcerias estão presentes na iniciativa privada (hotéis, centro de convenções, agências, bares e restaurantes, entretenimento) e com a empresa pública que representa a esfera municipal, a SPTURIS. Este fato é bem enfatizado, pois o questionamento da iniciativa privada é em relação às outras secretarias, nas áreas de segurança, mobilidade e outras.

A SPTURIS entende o apoio dado pelo órgão como uma parceria, pois este apoio possui diferentes frentes como: inclusão no calendário de eventos oficial da cidade, kit de material para os participantes dos eventos e, a possibilidade de disponibilizar no local do evento uma central de informação turística móvel.

Para o organizador de eventos, a São Paulo Turismo desenvolveu o Site MICE (www.cidadedesaopaulo.com/mice), que diz respeito à organização e informações dos espaços de eventos na cidade. A campanha chamada “Fique Mais um Dia” (www.fiquemaisumdia.com.br), foi criada tendo em vista que o principal turista da cidade é o viajante a negócios, a intenção da campanha é convencer este viajante a ficar um dia a mais após o término de suas reuniões para explorar a cidade”. O viajante encontra no guia Fique Mais um Dia, diferentes roteiros temáticos de apenas um dia que cabe em todos os bolsos e gostos.

O gestor do SPC&VB relata que a parceria com a entidade pública diz respeito unicamente à promoção da cidade. Parcerias com outras secretarias inexistem, a exemplo de finanças, segurança, mobilidade. O que há são diálogos tentando demonstrar a importância de alocar o turismo na pauta de cada secretaria e sua importância para a cidade.

O gestor referencia que na elaboração do Plano Diretor, foi encaminhada pelo SPC&VB, com a participação de toda a cadeia do turismo, uma série de propostas que beneficiariam o turismo na cidade. Questões referentes à mobilidade urbana, a importância de ter um transporte adequado e de referência que permitisse o deslocamento dos turistas dos aeroportos até os espaços de eventos, ou seja,

articular a mobilidade do turista dentro da cidade; questões relacionadas à segurança pública e o quanto seria importante esta secretaria ter ações diferenciadas para a promoção do turismo na cidade. Nenhuma dessas propostas prosperou, de acordo com o entrevistado.

Continua o gestor descrevendo a parceria do setor privado com o setor público, cada qual utilizando seus recursos. O trabalho é integrado, visando o melhor atendimento ao turista. O programa, "Fique mais um dia em São Paulo" é de iniciativa pública (municipal) com apoio das entidades privadas. A utilização do recurso público é a comunicação e da iniciativa privada é oferecer o que há de melhor na cidade em termos de serviços aos turistas.

No que diz respeito a projetos para investimentos em equipamentos turísticos na cidade de São Paulo, seja da rede privada ou da rede pública, os atores são unânimes em considerar que existe pouco investimento da esfera pública.

Dois investimentos públicos de maior relevância foram descritos pelo *trade*, o primeiro dizendo respeito à verba liberada pelo governo federal para a reforma do Anhembi e o outro sobre a concessão do terreno para o novo espaço de feiras e convenções denominado São Paulo Expo (antigo Espaço Imigrantes).

No que diz respeito a investimentos nas diversas regiões da cidade de São Paulo, os atores relatam que existem benefícios relacionados a impostos para a rede privada investir na zona leste da cidade.

No entanto, a ABIH, UBRAFE e o SPC&VB não são simpáticos a esta ação. O gestor da ABIH sintetiza o assunto dizendo que não existe interesse da hotelaria em investir em qualquer outra região que não seja no polo já desenvolvido. Conclui falando que estudos mostram que não existe viabilidade financeira para que o setor possa se instalar na região. Descreve a zona leste como "região dormitório", conceito questionado por Rolnik e Frugoli (2001, p.58).

Por outro lado, os investimentos privados na hotelaria paulista estão em ascensão, sendo previsto um número considerável de novos hotéis nas regiões já estabelecidas e também próximas ao novo complexo de eventos (São Paulo Expo) na Zona Sul da cidade.

A UBRAFE e o SPC&VB coadunam com a posição da ABIH. Ambos descrevem que o investimento em equipamentos deve ser nas regiões onde já estão

estabelecidos os centros de negócios e os espaços de eventos. Na perspectiva da iniciativa privada, o Expo Center Norte (modernização e ampliação), e o Expo Imigrantes, atual São Paulo Expo, foram os investimentos que mais possibilitaram o fortalecimento do turismo de negócios de São Paulo

Os investimentos da rede privada perpassam por um polo já existente. Assim, investimentos nas regiões periféricas de São Paulo são considerados impraticáveis por essas entidades, por questões descritas como, transporte modal, *payback*, alto custo para viabilizar a infraestrutura de apoio e por questões de ausência de demanda.

Fechando os temas transversais, a questão final abordou as principais carências ou dificuldades para o desenvolvimento sustentável do turismo de negócios na cidade de São Paulo. As deficiências apresentadas pelo segmento conforme os atores percorrem diversos aspectos.

A primeira necessidade relacionada pelos atores é em relação aos modais de transporte da cidade, sendo a necessidade apresentada de uma interligação entre os aeroportos com destino aos grandes espaços de eventos. Além desta questão, o transporte urbano, a locomoção interna dos turistas, as arenas multiuso e espaços de eventos com maior capacidade de atendimento são percebidos como questões decisivas para o desenvolvimento do setor.

A modernização dos espaços de eventos existentes, incentivos fiscais para os equipamentos já estabelecidos, adequação dos impostos, legislação adequada para o setor, parceria as secretarias estratégicas para o turismo na cidade (mobilidade e segurança), são apresentadas como fatores essenciais visando ao desenvolvimento sustentável do segmento.

Com olhares diferenciados, cada ator mostra a preocupação com seu setor, muitas vezes desconsiderando o que é a cidade de São Paulo em termos de Brasil, sua representatividade perante os diversos setores da sociedade.

Traçar políticas e programas que visam o desenvolvimento sustentável do Turismo é agir estrategicamente, ou seja, com visão estratégica dos atores que compõem este segmento. Desta forma, relacionar a legislação pertinente com as entrevistas concedidas pelos atores se torna necessário, buscando responder os questionamentos desta pesquisa.

5 Resultados e Considerações Finais

Este capítulo tem caráter conclusivo, apresentando o confronto da legislação e projetos no período estudado com as entrevistas concedidas pelos atores de turismo de negócios da cidade de São Paulo, visando destacar os resultados da pesquisa realizada.

Considerando a legislação federal no período estudado, que diz respeito à consolidação do Ministério do Turismo como pasta independente na esfera pública, as leis apresentadas refletem exatamente o momento vivido por este segmento, ou seja, o momento de organizar, solidificar e direcionar as políticas para o setor. A lei 11.771/2008 trata das atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico e o Decreto Lei nº 5.406/2005 regulamenta o cadastro obrigatório para fins de fiscalização das sociedades empresariais, das sociedades simples e dos empresários individuais que prestam serviços turísticos remunerados.

Por outro lado, o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), criado em 2007, é um programa federal com objetivo de promover a execução de obras de infraestrutura social, urbana, logística e energética do país, e assim, o Turismo da cidade foi contemplado com verba federal visando o fomento do turismo na capital.

A verba foi destinada para a adequação e implantação de infraestrutura do Autódromo José Carlos Pace, construção da Fábrica do Samba e para a reforma e do complexo do Parque Anhembi. O eixo de Mobilidade Urbana, assim como as questões aeroportuárias foi contemplado com investimentos deste programa na modalidade do PAC Mobilidade.

Diante do apresentado, cabe aqui relatar que, de acordo com a percepção do *trade* de turismo da cidade de São Paulo, as políticas e os investimentos Federais para o desenvolvimento de turismo de negócios são ainda assim insuficientes e incipientes.

No que tange à esfera Estadual, a legislação no período de 2008 a 2013 tem como constância a promoção e a divulgação do turismo no estado. As questões ambientais, turismo sustentável, os investimentos nos aeroportos do Estado, são temas recorrentes nesta legislação. Os atores coadunam com os programas de

promoção e divulgação do estado e do município, no entanto, enfatizam que a verba ainda é restrita.

Diante das demais questões que a legislação prevê, o *trade* coloca-se apático perante tais programas, no sentido de não reconhecer programas ou incentivos para tais questões.

No contexto geral da lei nº 11.971/2005, que trata da implantação do Expresso Aeroporto e do trem de Guarulhos, na fala de todos os entrevistados, tais investimentos refletem uma necessidade central para o desenvolvimento do turismo de negócios na cidade.

A UBRAFE, SPC&VB e a ABEAR reconhecem a importância que foi dada pelo governo do Estado ao ceder a concessão do espaço público para fins que visam o benefício do turismo na capital. Esta importância é representada na lei estadual nº 13.124/2008, que trata da reforma, modernização e construção de equipamentos esportivos, lazer e turismo e da lei de PPPs 11.079/2004. Nestes termos, trata-se especialmente do investimento na conversão do São Paulo Expo, antigo Espaço de Eventos Imigrantes.

Ainda assim, o gestor da UBRAFE, enfatiza, que o benefício só foi possível com a parceria da iniciativa privada, pois o investimento para a ampliação e reforma do espaço cabe a esta esfera. Os demais atores entrevistados não descrevem ações e ou políticas da esfera estadual.

A legislação municipal visa o fomento do turismo na cidade de São Paulo, leis relacionadas especialmente com a padronização e sinalização turística (lei nº 13.783 12/02/2004 e lei nº 14.049 05/09/2005), capacitação de jovens e adultos (lei nº 14.968 30/07/2009), assim como o incentivo para o *trade* de turismo estabelecer em regiões que não fazem parte do circuito turístico de negócios da cidade (Lei 15.931/2013) e, os incentivos aos grandes eventos (Lei Municipal nº 14.863, de 23/12/2008).

A lei municipal nº 14.863/2008 contempla especificamente a isenção do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza – ISS à prestação de serviços

relacionados à Copa das Confederações de 2013 e à Copa do Mundo de Futebol de 2014⁵.

No aspecto desta lei, a UBRAFE e ABEVT não reconhecem que este benefício favoreça o Turismo de Negócios na cidade de São Paulo, enquanto os demais atores relatam que toda política destinada ao turismo independentemente do segmento (esporte, artístico, gastronômico e outros), beneficia sim o Turismo de Negócios.

As políticas e programas que estão em vigor no período estudado dizem respeito à promoção da cidade como destino de turismo de negócios, apoio à captação de Eventos e Congressos nacionais e internacionais e apoio institucional aos mesmos através de sua Política de Apoio a Eventos.

A importância dada aos programas e políticas direcionadas ao segmento de eventos é exemplificada em Horne (2007), que destaca a possibilidade a possibilidade de promoção, investimentos e incremento do número de turistas oriundos de outros países.

Corroborando, Silvestre (2009) destaca que a visibilidade das cidades pode ser potencializada com os megaeventos, possibilitando assim, oportunidades publicidade, enfatiza que os megaeventos potencializam a visibilidade das cidades, contribuem para aumentar sua atratividade e os investimentos e, com isso, assegura seu papel e influência no mundo globalizado.

Os atores, em especial SPC&VB, ABIH e ABEAR aprovam a importância dada aos programas e políticas relacionadas ao segmento de eventos e a promoção da do turismo da cidade. Saliento, conforme os atores, que estas políticas são importantes, mas não cumprem todo o papel no desenvolvimento do turismo de negócios na cidade de São Paulo.

Perante outras políticas específicas da cidade, o plano diretor e os planos estratégicos regionais denotam a necessidade de “olhar” para a cidade por regiões, respeitando assim a dimensão geográfica e as diferentes características regionais.

⁵ A lei municipal nº 14.863 (“lei da FIFA”) concedeu o benefício quando o prestador ou tomador de serviços fosse a Fédération Internationale de Football Association - FIFA; – as associações e confederações de futebol dos países que participarão das Copas; – a pessoa física, jurídica ou equiparada, nacional ou estrangeira, diretamente vinculada à organização ou à realização das Copas, conforme dispuser o regulamento. Foi uma legislação imposta pela FIFA para a realização do evento, nas três esferas de governo.

Assim, o Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo (PDE), previsto no Anexo II da Lei nº 13.885, de 25 de agosto de 2004, estabelece, entre os principais objetivos o desenvolvimento regional, fomentar a atração de investimentos, fortalecendo a vocação das regiões como o polo de desenvolvimento da metrópole.

Neste contexto, os documentos pertinentes à cidade são vistos pelos entrevistados de forma diferenciada. Na fala do presidente da UBRAFE, não existe interferência e nada que pode beneficiar o turismo na cidade. No entanto, os gestores ABIH, do SPC&VB e da ABEAR entendem estes documentos como parte do processo de melhora da cidade e que isto irá refletir no turismo.

Lembrando a fala do gestor do SPC&VB “considero a cidade como sistema maior – a cidade é forte e pujante por natureza, crescendo de forma organizada ou não organizada, entretanto, precisa de um maestro,” que a nosso ver seria a coordenação da política pública, envolvendo, a legislação, programas e projetos.

No que diz ao plano estratégico regional, a ênfase dada pelos atores é para o direcionamento rumo à zona leste de São Paulo. Os atores se expressam de forma semelhante neste item , tecendo comentários desfavoráveis aos incentivos municipais destinado ao desenvolvimento desta região .

O gestor do SPC&VB defende que o importante é respeitar as características da cidade, tratá-la em macros regiões, com esforços para facilitar a vida do turista dentro do que considera as zonas primárias, onde já se encontram os equipamentos para o turismo de negócios. Zonas primárias são entendidas pelo referido ator como parte da região sul, região oeste e o entorno da região central. Continua o discurso, citando que os investimentos devem ser em equipamentos públicos que levem conforto, rapidez e segurança para este turista.

Da mesma forma os gestores da ABIH e da UBRAFE, não apoiam essa iniciativa da Prefeitura, e acrescentam que esta política é positiva para região e seus moradores e não para o turismo de negócios.

Outro documento que colaborou com a pesquisa, se refere ao do Plano de Turismo Municipal. Este documento sintetizou a necessidade para o desenvolvimento sustentável pelos gestores entrevistados

O Plano de Turismo Municipal (PLATUM 2011-2014), que trata especificamente das diretrizes para o turismo na cidade de São Paulo, aborda nos

objetivos e ou /eixos temáticos, o pensamento global dos profissionais do segmento, com a conclusão de que São Paulo precisa criar um novo espaço para megaeventos, como um novo pavilhão e macroarena para shows, feiras, eventos culturais e de negócios, investimento no setor; segurança e conscientização Turística; pesquisas, estudos e indicadores; capacitação e treinamento de profissionais; marketing e posicionamento do destino turístico; promoção e divulgação de produtos e serviços turísticos. Incluindo aqui, como necessidade apresentada pelos atores, o modal transporte dentro da cidade e a interligação aeroportos /trens/metrô com destino aos principais espaços de eventos.

As questões sustentáveis, (especialmente nos aspectos ambientais e ou sociais) descritas por Pereira (2002); Sachs (2008) e Carvalho (2009) são vistas a partir da legislação (Federal, Estadual e Municipal) e nos planos apresentados (plano diretor, plano plurianual, planos regionais, plano nacional do turismo, plano de turismo municipal) como uma constante, no entanto, segundo os entrevistados os programas e ou projetos são implementados a partir da iniciativa privada.

A hotelaria paulista , assim como o setor de feiras, desenvolve programas específicos que vão desde reutilizar, reciclar, reduzir o uso do bem natural e programas específicos com cooperativas.

Programas que envolvem funcionários e hóspedes também são desenvolvidos nos empreendimentos hoteleiros. No que diz respeito ao envolvimento da comunidade, o gestor da ABIH diz que as ações são pontuais, vista a cidade que os estabelecimentos estão inseridos.

O gestor da ABIH descreve que no Projeto Prócopa, do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), foram concedidas taxas de juros menores para os empresários com o objetivo de programar recursos ou para compra de equipamento visando à redução dos recursos naturais consumidos. Relata ainda programas específicos nos hotéis Hayatt, Meliá e rede Accor de hotéis.

As ações da rede Accor, diz em respeito ao programa da Organização das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNMU), denominado "*Plant for the Planet*", uma campanha em prol do plantio de 1 milhão de árvores , outro programa implementado por esta rede é a "*Earth Guest Research* ", diz respeito ao envolvimento do hospede com as questões sustentáveis .

No que diz respeito às certificações, (como a Lei Nº 11.637/2007 que trata do Selo de Qualidade Nacional, Norma 15401 - Sistema da Gestão da Sustentabilidade ou Classificação Hoteleira) sugeridas pelo Ministério do Turismo, o gestor afirma que os hoteleiros não são favoráveis, portanto, não aderem a tais certificações.

Importante lembrar que o conceito de desenvolvimento no Turismo que orienta esta pesquisa vem centralmente associado aos impactos gerados pela atividade (TRENTIN, 2012). Nesse sentido, a geração de empregos, programas de qualificação, participação e envolvimento da comunidade local, questões ambientais e programas que contemplem os pilares da sustentabilidade descritos por Sachs (2008), estão entre os aspectos que configuram o conceito desejado e analisado.

As relações e parcerias do *trade* na capital paulista conduzem ao entendimento que tais ações beneficiam o turismo de negócios.

De acordo com o Plano Nacional de Turismo 2003/2007, tratar da complexidade que diz respeito ao desenvolvimento do turismo sem prever articulação dos envolvidos, em especial dos agentes públicos e privados, é não enxergar os possíveis entraves burocráticos e desvincular a participação de todos os envolvidos no processo de crescimento do setor.

Assim, os atores entrevistados consideram que a parceria com a São Paulo Turismo (SPTURIS) é de grande valia para a consolidação do turismo na capital, mas definem esta parceria ainda como embrionária .

Ressalta o gestor do SPC&VB que a parceira com a SPTURIS, se apresenta relacionada com a promoção da cidade. Salienta que as parcerias entre a esfera pública e privada, refletem ações integradas, como por exemplo, a campanha “fique mais um dia em São Paulo”.

As políticas e os programas que são inerentes ao Turismo na cidade são configurados a partir das necessidades apresentadas pelos atores com direcionamento da SPTURIS e do Conselho Municipal de Turismo da localidade (COMTUR).

Os atores compartilham que a necessidade de parcerias é principalmente com os demais agentes públicos que dão aporte para a organização da cidade. Transporte, segurança, são secretarias que deveriam estar totalmente integradas às questões turísticas da cidade.

Outra parceria descrita por estes atores, diz respeito ao conceito da Parceria Público Privada, descrevendo a participação do Governo Estadual (Lei de Concessão Pública, 8.987/1997 e a Lei 11.079/2004 das PPPs na concessão do espaço para ampliação e modernização do São Paulo Expo.

Desta forma as parcerias público-privadas, ou seja, intersetoriais possibilitam o diálogo favorecendo a percepção da complexidade que caracteriza o desenvolvimento da atividade turística (TOMIO DREHER; BADEL, 2009).

Beni (2004) identifica a ausência de parcerias bem estruturadas e engajadas em prol do desenvolvimento sustentável do turismo no Brasil como um dos entraves que devem fazer parte de qualquer pauta que visa à ascensão do segmento. Assim, o autor sintetiza o confronto das esferas (públicas e privadas) no que diz respeito às parcerias, demonstrando a falta de ações conjuntas eficazes e bem estruturadas para o segmento.

Conforme os atores pesquisados, os investimentos privados do segmento de turismo se pautam nas regiões já estabelecidas pelo turismo de negócios, não entendendo assim que estas regiões estão saturadas com a infraestrutura turística existente. Desta forma, a região da Avenida Paulista, dos Jardins, da região que fica margem ao Rio Pinheiros e parte da zona norte, contarão com a maior parcela de investimentos privados. Para o ano de 2016 estão previstos novos investimentos na região sul da cidade, visto a ampliação do novo espaço de Eventos, o São Paulo Expo, na zona sul da cidade.

A proposta de direcionar a dinâmica da cidade, apontada pelo Plano Diretor, reconfigurando o setor turístico não é apoiada pelo *trade*, enfatizando-se que regiões que não fazem parte deste circuito, necessitam de investimentos maiores, principalmente nos de modais de transporte.

A região leste, por exemplo, que é o ponto da discussão entre esses atores, é vista como uma região não apropriada para investimentos. Na visão do segmento privado os investimentos devem ser polarizados no máximo no primeiro anel da região leste, ou seja, o cinturão mais próximo do centro da cidade. Confirmando-se os dizeres de Rolnik (2000), de que o vetor sudoeste da cidade de São Paulo, por oposição ante a zona leste, passou a simbolizar o “*Skyline*” da “cidade global” em contraponto à “cidade operária”.

Os resultados socioeconômicos do segmento são vistos pelos gestores de forma análoga. Indiretamente o turismo beneficia 52 setores que envolvem a sociedade, e, portanto, questões como, geração de emprego e renda, educação, volume de negócios são afetados pela chamada indústria do turismo. A cidade recebeu no ano de 2005 um volume de 7 milhões de visitantes, enquanto em 2014 recebeu 15 milhões de visitantes, de acordo com os dados do SPC&VB, crescendo exponencialmente e, demonstrando a capacidade que tem para transformar uma localidade.

A arrecadação do ISS do Turismo (grupo 13) teve o valor de R\$ 270,8 milhões em 2014, equivalente a 2,5% dos R\$ 10,8 bilhões gerados em tributos por todas as atividades econômicas na cidade de São Paulo. Com relação a 2013, o crescimento foi de 7,3% (SÃO PAULO, 2015).

A quantidade de postos de trabalho gerados pelo turismo na cidade de São Paulo cresceu quase 40% de 2006 a 2012; tendo ido de 70.819 em 2006 para 99.090 em 2012. Em relação aos postos de trabalho gerados indiretamente, esse número pode chegar a quase 450 mil (SÃO PAULO, 2015).

Mesmo apresentando números consideráveis, os atores entrevistados consideram que “se para o Turismo for dada à mesma importância que é dada para outros segmentos, o desenvolvimento da cidade, será mais rápido e irá absorver parte da questão social”.

Desta forma, os esforços desta pesquisa foram direcionados para identificar e discutir as principais políticas públicas que influenciaram o desenvolvimento do segmento do Turismo de Negócios no período de 2007 a 2014. Para tanto, foram investigadas a relação entre os documentos oficiais (leis, projetos, documentos e planos inerentes ao segmento) enquanto seis associações que representam o segmento na cidade foram ouvidas a respeito do tema proposto.

Observou-se com a pesquisa que a legislação contempla o desenvolvimento do turismo na cidade. Por outro lado, são ações consideradas incipientes e com investimentos e incentivos insuficientes na percepção dos atores privados.

Ressalta-se ainda que este estudo apresenta um recorte teórico e temporal que demanda novas investigações, para uma melhor compreensão do fenômeno.

Enfim, Políticas Públicas devem ser implementadas com parcerias organizadas, visando o desenvolvimento do setor e o desenvolvimento da sociedade como um todo. Políticas Públicas de turismo bem sucedidas devem inclusive ser vinculadas a diferentes aspectos de responsabilidade das diferentes esferas de governo, como saúde, educação, segurança, inclusão social e outros propulsores estratégicos de satisfação da sociedade (CARVALHO, 2009).

O próximo tópico destaca os resultados desta pesquisa, tendo em vista os objetivos propostos.

5.1 Resposta aos Objetivos

5.1.1 Objetivo geral

Percorrendo os objetivos desta pesquisa, foi possível verificar que as políticas públicas que influenciaram o desenvolvimento do segmento do Turismo de Negócios no período de 2007 a 2014, na cidade de São Paulo, perpassam as esferas federal, estaduais e municipais.

No que diz respeito à esfera federal, a legislação demonstrou medidas relacionadas à organização do setor como um todo, visto as leis de 2008 e de 2010.

A legislação apresentada traz o constante movimento do Ministério do Turismo em busca dos programas de apoio à captação e ou promoção de eventos internacionais, da qualificação profissional, dos eventos desportivos e do programa de aceleração do crescimento (PAC).

Eventos como Copa das Confederações, Copa do Mundo 2014, Olimpíadas 2016, eventos do *Rotary Club* (convenção, assembleias e comemorações), *SP Fashion Week* e *WorldSkills Competition*, são exemplos de políticas de apoio e captação de eventos, iniciativas que também fazem parte da gestão municipal.

A qualificação profissional diz respeito ao *trade* como na ação citada pelo SPCV&B de “Capacitação dos agentes de Turismo”, a “Capacitação dos taxistas”, “Capacitação dos comerciantes” e ainda na formação de jovens, o Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec) que foi criado pelo

Governo Federal, em 2011, por meio da Lei 11.513/2011, com o objetivo de expandir, interiorizar e democratizar a oferta de cursos de educação profissional, aqui inclusos os cursos de Turismo, Hotelaria e Eventos no país.

Importante salientar que a atividade turística, tem como diferencial a formação profissional, e capacitar pessoas para este segmento é desenvolver o potencial intelectual dos profissionais envolvidos ou de futuros profissionais no ramo turístico, transformando-os em fator de diferenciação para a localidade frente aos concorrentes, ampliando e consolidando sua capacidade de competir, aumentando, dessa forma, seu valor de mercado através do aumento do valor das pessoas. (SILVA; LUCIO; BARRETO, 2013).

Na gestão Estadual, o turismo é conduzido pela constância da promoção e da divulgação do turismo no estado. As questões ambientais, turismo sustentável, investimentos nos aeroportos do Estado, são temas recorrentes nesta legislação. A lei nº 11.971/2005 trata da Implantação do Expresso Aeroporto e trem de Guarulhos e a lei estadual nº 13.124/2008 que trata da reforma, modernização e construção de equipamentos esportivos, lazer e turismo. Nestes termos, trata-se do São Paulo Expo, antigo espaço de eventos Imigrantes em conjunto com a lei nº 11.079, de 2004, chamada Lei das Parcerias Público-Privadas (PPP), que prevê a participação do setor privado, junto com o setor público, para realizarem investimentos em infraestrutura e conceder a exploração do respectivo serviço ao setor privado, por determinado tempo.

A São Paulo Turismo, que representa a esfera municipal tem como política de desenvolvimento do turismo de negócios na cidade de São Paulo, a captação de Eventos e Congressos nacionais e internacionais e a política de apoio a eventos.

No contexto de turismo de negócios da cidade de São Paulo, verifica-se o aumento significativo dos eventos realizados na cidade, de acordo com o último relatório da ICCA (2015), que traz a cidade de São Paulo entre as 35 maiores do mundo que recebem eventos internacionais, à frente de Rio de Janeiro, Milão e Dubai. Em 2003, a cidade ocupava o 98º posto, com apenas sete eventos registrados. Todavia, como a maior cidade do país e da América do Sul, e uma das maiores do planeta, é evidente o potencial de ampliação do volume de investimentos e negócios no setor de turismo.

Os planos que fazem parte do contexto da legislação como o Plano Diretor Municipal (PDE 2014), Plano Municipal de Turismo, Planos Plurianuais (vigentes) e os Planos regionais estratégicos (PRE) enfatizam o fomento ao turismo na capital Paulista. No que diz respeito às regiões da cidade, o PDE contempla em seus objetivos o desenvolvimento urbano e ambiental da região, o fortalecimento das funções turísticas de entretenimento, lazer, cultura e negócios.

A legislação municipal visa o fomento do turismo na cidade de São Paulo, leis relacionados à padronização e sinalização turística (lei nº 13.783/2004 e lei nº 14.049 /2005), capacitação de jovens e adultos (lei nº 14.968 /2009), assim como o incentivo para o trade de turismo se estabelecer e investir em regiões que não fazem parte do atual circuito turístico de negócios da cidade (Lei 15.931/2013) e os incentivos aos grandes eventos (Lei Municipal nº 14.863/2008).

5.1.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos desta pesquisa compreenderam:

- ✓ A) Identificar os principais projetos e investimentos implementados visando ao desenvolvimento do Turismo de Negócios.

Os principais investimentos públicos dizem respeito à cessão do espaço para ampliação e modernização do São Paulo Expo, reforma do centro de exposição Anhembi, a modernização e ampliação dos aeroportos, ampliação e modernização dos modais de transporte na cidade e do sistema viário.

Projetos que ainda não estão em andamento, no entanto, estão previstos, como a construção de uma arena multiuso coberta para shows e espetáculos com capacidade para 20.000 pessoas e a parceria público-privada para a modernização do Complexo do Anhembi, aumentando a área de eventos, com instalação de sistema elétrico e tecnologia da informação, além de um transporte sobre trilhos ligando o local à estação Portuguesa-Tietê do Metrô (SÃO PAULO, 2015).

Na esfera privada, os investimentos permeiam o espaço São Paulo Expo, com a verba de R\$300 milhões para sua ampliação e reforma. A cidade receberá mais 20 mil² do Pavilhão Centro de Convenções Pró-Magno e o projeto de ampliação de 30 mil m² do Pavilhão Expo Center Norte.

No setor hoteleiro, estão previstos para os próximos anos a construção de 12 novos hotéis, variando a categoria Econômica, *Midscale* e *Upscale* com o objetivo de atender a demanda de grandes eventos. No que diz respeito ao setor, O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) lançou em 2010 o ProCopa Turismo. O orçamento previsto para este projeto foi de R\$ 1 bilhão, sendo destinada a construção, reforma, ampliação e modernização de hotéis. Os prazos de amortização dos financiamentos podem chegar a 12 anos, nos casos de modernização de unidades existentes, e a 18 anos para a construção de novas unidades que, cumprindo preceitos de sustentabilidade ambiental, obtiverem certificação de eficiência energética e/ou construção sustentável, conferida por entidade acreditada pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro) (MELLO; GOLDENSTEIN, p. 5-42, 2011).

Projetos de incentivos para a região Leste e região Central fazem parte de estratégias para o desenvolvimento urbano, e o turismo foi visto como uma forma de alavancar este desenvolvimento, assim, sendo contemplado com ações específicas, como incentivos fiscais (ISS, IPTU) para empresas que tiverem intenção de se estabelecer nestes locais.

Ainda neste projeto a criação de escolas (ETEC, FATECS e outras), parques e equipamentos de lazer serão implementados com o objetivo de fomentar o turismo na cidade de São Paulo.

B) Identificar os impactos das políticas públicas em relação aos principais investimentos realizados da cidade de São Paulo.

Com o número crescente de eventos nacionais e internacionais, possibilitou-se um acréscimo na arrecadação de imposto municipal.

Além dos impactos na economia local, a realização de grandes eventos, como competições esportivas, feiras, exposições e festivais culturais, constituem estratégias para a promoção do marketing urbano, promovendo novos negócios, visibilidade e possíveis investimentos externos (CAMPOS; FARRET, 2011).

No que diz respeito aos investimentos nos espaços de eventos, (São Paulo Expo, Expo Center Norte, Pró-Magno e Anhembi), que aconteceram no período estudado, recentemente possibilitou-se um crescente aumento na captação e realização de eventos para os próximos anos, trazendo a possibilidade de dinamizar

a economia local e microrregional, promover a revitalização urbanística de áreas degradadas, qualificar a infraestrutura urbana e mobilizar populações locais e nacionais.

Assim, a qualificação profissional dos jovens possibilita a inserção dos mesmos neste mercado de trabalho que necessita de pessoas com boa formação se torna um impacto relevante para o segmento e para a cidade.

Os eventos esportivos, como a Copa do Mundo 2014 possibilitaram a construção da Arena Corinthians e trouxeram investimentos nos modais de transportes, investimentos na infraestrutura básica e turística da cidade, oportunidade de envolvimento da comunidade local (os voluntários), movimento da cadeia do turismo e de outros setores da sociedade, programas específicos de qualificação profissional, visibilidade da marca São Paulo, nacionalmente e Internacionalmente, além das possibilidades de investimentos futuros, a partir de incentivos e projetos aprovados na legislação da cidade.

O setor hoteleiro é impactado com o turismo na cidade e também impacta a economia local, gerando empregos, impostos e contribuindo com outros setores da economia, como aviação, compras, lazer, gastronomia, cultura entre outros.

A dinamização do comércio (principalmente do eixo tradicional de compras: 25 de março), da cultura e do lazer para o residente e para o turista de negócios, refletem os investimentos públicos e privados nos segmentos citados.

- ✓ C) Identificar os resultados socioeconômicos decorrentes da expansão do Turismo de Negócios na cidade de São Paulo.

De acordo com Beni (1998) os resultados da expansão do turismo estão associados à geração de divisas, aumento da balança de pagamentos (relativo ao turismo internacional), desenvolvimento da cadeia produtiva (efeito multiplicador do segmento), ascensão da demanda de empregos e geração de renda para o setor público por meio de impostos diretos e indiretos.

O turismo tem um efeito multiplicador, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE, 2013). O turismo impacta em 52 segmentos da economia, partindo da construção da estrutura física de um meio de hospedagem que causa impacto no setor secundário, neste caso, na indústria da construção civil,

percorrendo a hospedagem do turista, transporte, alimentação, uso da estrutura turística entre outros. Por consequência, se há incremento no o fluxo de turistas, significa afirmar que, nas devidas proporções, também houve crescimento no setor primário e secundário da economia (POLETTI; SAMPAIO, 2013).

Assim, a cidade de São Paulo é impactada economicamente com o setor de turismo , segundo a tabela da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), o mercado de feiras e eventos movimenta anualmente na cidade R\$ 16,3 bilhões. Sendo R\$ 9 bilhões em investimentos realizados pelos promotores, montadores e expositores das feiras de negócios em locação de área para exposições e serviços nos pavilhões; e R\$ 7,3 bilhões de receita ao ano de recursos gerados pelos eventos nos setores de hospedagem, alimentação, compras, transporte aéreo, terrestre, lazer e alimentação (SÃO PAULO, 2014).

A quantidade de postos de trabalho gerados pelo turismo na cidade de São Paulo cresceu quase 40% de 2006 a 2012; tendo ido de 70.819 em 2006 para 99.090 em 2012. Em relação aos postos de trabalho gerados indiretamente, esse número pode chegar a 443 mil (Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo, SPTuris, 2015). quantidade de pessoas que trabalham no evento por exemplo.

O ISS Imposto Sobre Serviços em atividades turísticas teve o valor de R\$270,7 milhões em 2014, representando 2,5% dos R\$ 10 bilhões gerados por todas as atividades econômicas na cidade de São Paulo (Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo, SPTuris, 2015).

Para Beni, (1998) os impactos sociais, estão relacionados aos benefícios econômicos que a atividade pode gerar, sendo oportuna a melhora da qualidade de vida possibilitando aumento dos postos de trabalhos, acesso a Educação, Saúde e Mobilidade Urbana. Desta forma a cidade de São Paulo foi beneficiada com projetos destinados a infraestrutura básica e turística e com projetos que visam o desenvolvimento de determinada região, como o da zona leste da capital.

A construção de passarelas e alças de acesso nos bairros da região sul (Av. Berrini e Radial Leste) e leste propiciaram maior segurança e melhor fluxo dos automóveis nas vias expressas.

O plano regional estratégico prevê incentivos e investimentos nas regiões central e na região leste da cidade, refletindo sobre questões sociais relacionadas à moradia, segurança e aumento de postos de trabalhos.

O governo municipal decretou lei no final de 2013 que beneficia empresas de serviços que se instalarem naquela área (Leste) com isenção de IPTU (Imposto Predial Territorial Urbano) e de 60% do ISS (Imposto Sobre Serviços). A expectativa é que a medida gere 50 mil novos postos de trabalho em Itaquera e que beneficie em especial as médias e pequenas empresas.

O programa de qualificação profissional (PRONATEC), com seu caráter social, possibilita a inserção do jovem no mercado de trabalho, beneficiando assim não só o indivíduo, mas sua família e a sociedade como um todo.

5.2 Considerações Finais

Esta pesquisa teve como cerne as políticas públicas e o turismo de negócios na cidade de São Paulo.

Ao longo do primeiro capítulo, foi feita a introdução ao tema, com a problematização, delimitação e os objetivos propostos. O segundo capítulo trouxe temas intrinsecamente ligados com a problematização colocada, como o Turismo de Negócios, Políticas Públicas e Turismo, Turismo, Sustentabilidade e Desenvolvimento Territorial e Marketing de Cidades, recorrendo a autores clássicos e documentos públicos.

Os documentos relativos ao Plano Nacional do Turismo, Plano Municipal do Turismo, Plano Regional Estratégico da cidade, a legislação relacionada ao turismo no período estudado e os relatórios de autoria da SPTuris em parcerias com a FIPE e o Observatório de Turismo da Cidade de São Paulo complementaram a pesquisa.

Esta relação das esferas públicas (Federal, Estadual e Municipal) e em muitos casos da esfera privada, possibilita que o turismo passe necessariamente por uma ampla discussão sobre as formas e possibilidades de planejamento de suas atividades de modo a aumentar o entendimento da importância que deve receber de todos os atores envolvidos com o segmento (BRUSADIN, 2005).

O processo de estudo dos atores e dos documentos permitiram a reflexão de que o entendimento das Políticas a partir da esfera Federal seria o caminho para discutir as políticas Estaduais e Municipais, alinhando as com a realidade da cidade de São Paulo. Estudar o turismo na cidade de São Paulo, “olhando” para a diversidade que a cidade oferece para o dinamismo proporcionado por ela.

O terceiro tratou da metodologia, de caráter exploratório e qualitativo, permitindo assim evoluir para estudos futuros.

A pesquisa possibilitou a oportunidade de ouvir alguns dos integrantes do *trade* do turismo da cidade de São Paulo, os quais têm realizados um intenso trabalho a favor do segmento, com percepções diferenciadas em relação à atuação da esfera pública, do que é o segmento de turismo, de como se definem as políticas públicas, da importância da atuação em conjunto da esfera pública e da esfera privada. Enfim, o questionamento é como desenhar políticas para um setor, de quais são as ações e responsabilidades de cada esfera (Federal, Estadual e Municipal) e do reconhecimento da própria Legislação .

Fundamentado nos autores, nos documentos e na pesquisa de campo, percebeu-se que aprofundar o entendimento da política e dos Planos Nacional e Municipal de Turismo, ampliar a capacidade técnica e promover a troca de experiências entre o *trade* e as esferas governamentais, podem ser uma chave para resultados sustentáveis para o setor e para o território.

Perante as outras políticas específicas da cidade, o plano diretor e os planos estratégicos regionais denotam a necessidade de “olhar” para a cidade por regiões, respeitando as diferentes características regionais. Destaque aqui, para o antagonismo apresentado pelo *trade* de turismo da cidade, os planos e a legislação constituídas com visão “macro” do turismo, incentivando o segmento em todas as suas dimensões. Por sua vez, a esfera privada rejeita as ações das esferas públicas, sintetizando que a necessidade do turismo é de investimentos e incentivos em polos já estabelecidos.

Em suma, priorizar o Turismo como um componente importante no desenvolvimento econômico e social da cidade é em primeira instância pensar no planejamento desta atividade, traçando metas, diretrizes e objetivos consistentes com a realidade local.

Como uma ação multifacetada, o turismo reflete em outros setores, tanto em termos de planejamento, como em seus resultados. Assim, a mobilidade urbana parece ser um “gargalo” para os residentes, para os turistas, para todos que estão envolvidos de alguma forma com atividades que necessitam de deslocamentos de pessoas e de equipamentos. Ressaltando que áreas como mobilidade urbana, educação, segurança e saúde são inerentes ao desempenho turístico de São Paulo.

Com base neste estudo pôde ser percebido ao longo da pesquisa que, mesmo com esforços das esferas públicas, não existe o reconhecimento por parte da esfera privada de tais esforços. A implementação das políticas Estaduais e Federais é vista como embrionária pelos agentes de turismo, mesmo reconhecendo a importância de uma gestão descentralizada do Turismo e de políticas integradas.

Muitos são os desafios encontrados (como já descritos) para o desenvolvimento do Turismo de negócios na cidade de São Paulo, considerando que o órgão responsável pela política do município se absteve em colaborar de forma mais incisiva com esta pesquisa. No entanto, pensar em política que seja eficiente para o turismo, ou para outro segmento é pensar de forma estratégica, elaborando planos de curto, médio e longo prazos.

A partir do exposto, compreende-se que os objetivos traçados foram alcançados, apesar das limitações no acesso a um conjunto mais amplo de atores. Conclui-se o estudo afirmando que a construção de Políticas Públicas de turismo numa cidade com o porte e a relevância de São Paulo, não é tarefa de apenas uma esfera do poder público ou que possa ser de responsabilidade exclusiva do setor privado, demandando também o envolvimento e a participação de toda a sociedade.

REFERÊNCIAS

- ABRUCIO, Fernando Luiz. Trajetória recente da gestão pública brasileira: um balanço crítico e a renovação da agenda de reformas. **Revista de Administração Pública**, v. 41, n. spe, p. 67-86, 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v41nspe/a05v41sp.pdf>> Acesso em: 02 abr.2015.
- ALMEIDA, Maria Beatriz da Silva.; D'IPOLITTO, Claudio. A análise de redes sociais como ferramenta estratégica de desenvolvimento regional: o caso do município de Silva Jardim, no Rio de Janeiro. **Inteligência Empresarial**, n. 30, p. 19-27, 2007. Disponível em: <http://www.ensp.fiocruz.br/biblioteca/dados/txt_594613450.pdf>. Acesso em: 09 maio. 2015.
- AMARAL FILHO, Jair do. Celso Furtado e a economia regional, in Celso Furtado e o Século XXI, organizado por João Saboia & Fernando J. Cardin de Carvalho, Minha Editora/Editora Monole, São Paulo. 2007.
- ANDRADE, José Vicente. Turismo: fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática, 1995.
- ANDREUCCI, Raul. A produção da cidade sede: Como transformar uma cidade em mercadoria: Megatendências - Uma síntese das implicações, 2015. Disponível em: <http://www.pwc.com.br/pt_BR/br/publicacoes/institucionais/megatendenc.jhtml>. Acesso em: 10 maio 2015.
- ANJOS, Francisco Antônio dos ANJOS, Sara Joana Gotoddi dos; RADOS, Gregório Jean Varvakis. Planejamento e gestão sustentável do turismo: contexto social, métodos e enfoques. In: PHILIPPI Junior, Arlindo; RUSCHMANN, Doris Van de Meene (Ed). **Gestão ambiental e sustentabilidade no turismo. São Paulo: Manole**, p. 128-150, 2010.
- ASHWORTH, G. J.; VOOGD, H. (1990). Selling the city: marketing approaches in public sector urban planning. London: Belhaven.
- ASSUNÇÃO, Paulo. São Paulo imperial: a cidade em transformação. Editora Arké, 2004.
- BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BRANDÃO, Pamela de Medeiros. O Ideário Neoliberal na Política Nacional do Turismo Brasileiro: Avanços e Retrocessos. In: **VII Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**. 2010.
- BEDRAN, Felipe Nasrallah; STREHLAU, Vivian Iara; MORAES, Sergio Garrido; MELHADO Tatiana Terabayashi. Influência do Cosmopolitanismo na Formação da Imagem de um Destino: Uma Análise da Cidade de São Paulo. **Revista Brasileira de Marketing e-ISSN: 2177-5184 v. 13, n. 6, p. 94-106, 2014.**

BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do Turismo. 10ª ed. São Paulo: São Paulo: SENAC, 2004.

_____. Análise estrutural do Turismo. São Paulo: São Paulo: SENAC, 2003.

_____. A política do Turismo. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi (Org.). Turismo: como aprender, como ensinar. São Paulo: SENAC São Paulo, 2001, vol.1, p.177-202.

_____. Análise Estrutural do Turismo. 5ª. Ed. São Paulo: SENAC, 2001.

_____. Análise Estrutural do Turismo. 2ª. Ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 1998.

BONDUKI, Nabil. Política habitacional e inclusão social no Brasil: revisão histórica e novas perspectivas no governo Lula. **Revista eletrônica de Arquitetura e Urbanismo**, v. 1, p. 70-104, 2008.

BONIFACE, Brian; COOPER, Chris. *Worldwide destinations: The geography of travel and tourism*. 4th edition. London: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2005.

BORGES, Claudia Moreira. Desenvolvimento local e avaliação de políticas públicas: análise de viabilidade para construção de um índice de desenvolvimento local para o município de São José do Rio Preto. 2007. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em: < <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/96/96132/tde-23072007-09404.php> > Acesso em : 10 abr. 2015.

BOULLÓN, Roberto. Espacioturístico y desarrollos sustentable. Aportes y Transferências, 2006. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=27610203> >>. Acesso em : 14 abr. 2015.

BRAMBILLA, Flávio R.; Abordagem Conceitual de Marketing Interno. *READ*– Edição 43, vol. 11, nº 1

BRANCO, Castelo. O turismo de negócios no Brasil. **Revista do turismo**, Rio de Janeiro. Ed. 36, out. 2008 p.124.

BRANDÃO, Carlos Antônio. Teorias, estratégias e políticas regionais e urbanas recentes: anotações para uma agenda do desenvolvimento territorializado. **Revista Paranaense de Desenvolvimento-RPD**, n. 107, p. 57-76, 2011.

BRASIL. Lei nº 6.448, de 11 de outubro de 1977. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1970-1979/L6448.htm >. Acesso em: 12 jun. 2015.

_____. Lei nº 8.987, de 13 de fevereiro de 1995. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8987cons.htm >. Acesso em: 12 jun. 2015.

_____. Lei nº 10.257 de 10 de Julho de 2001. Estatuto da Cidade. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LEIS_2001/L10257.htm >. Acesso em: 12 jun. 2015.

_____. Lei nº 11.079, de 30 de dezembro de 2004. Contratação de parceria público-privada. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l11079.htm >. Acesso em: 12 jun. 2015.

_____. Lei 11.513/2011. Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego. Disponível em: <<http://www2.planalto.gov.br/noticias/2015/05/pronatec-brasil-maior-gera-emprego-e-renda-em-setores-estrategicos-da-industria>>. Acesso em: 20 jun. 2015.

_____. Lei 11.771, de 17 de setembro de 2008. Política Nacional de Turismo define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 18 set. 2008. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm>. Acesso em: 23 jun. 2014.

_____. Ministério do Planejamento – Plano Plurianual, 2011 . Disponível em: <<http://www.planejamento.gov.br/editoria.asp?p=editoria&index=62&ler=s676>>. Acesso em: 31 mar. 2015

_____. Ministério do Planejamento. Lei nº 11.637, de 28 de dezembro de 2007. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Lei/L11637.htm>. Acesso em: 12 jun. 2015.

_____. Ministério do Planejamento. Planejamento, Orçamento e Gestão. 2015. Disponível em: <<http://www.planejamento.gov.br/assuntos/investimento-e-pac/sobre-o-pac>>. Acesso em : 12 jun. 2015

_____. Ministério do Turismo. Índice de Competitividade do Turismo Nacional. Relatório Brasil 2015. 2015. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Relatorio_Brasil_2015_WEB.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2015.

_____. Ministério do Turismo. Plano Nacional do Turismo 2003/2007. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2003_2007.pdf>. Acesso em: 21 ab. 2015.

_____. Ministério do Turismo. Plano Nacional do Turismo 2007/2010. Disponível em:
<http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2007_2010.pdf>. Acesso em: 21 ab.2015.

_____. Ministério do Turismo. Anuário Estatístico de Turismo. 2015. Disponível em:<
http://www.turismo.gov.br/images/pdf/anuario_estatistico_de_turismo_2015_ano_base_2014_pdf.pdf>. Acesso em: 20 de jul.2015.

_____. Ministério de Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 3: Institucionalização da Instância de Governança Regional / Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2007. 54 p. Disponível em:
<http://www.turismo.gov.br/images/pdf/modulo_operacional_3_institucionalizacao_da_instancia_de_governanca_regional.pdf>. Acesso em: 10 ab.2015.

_____. Ministério do Turismo. Decreto nº 7.381, de 2 de dezembro de 2010. Disponível:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7381.htm >. Acesso em: 10 ab.2015.

_____. Ministério do Turismo. Documento Referencial sobre o Turismo no Brasil, 2006. Disponível: <
http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2007_2010.pdf>. Acesso em: 10 ab.2015.

_____. Ministério do Turismo. Documento Referencial sobre o Turismo no Brasil, 2011-2014. Disponível em:
<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/outros_estudos/downloads_outrosetudos/Turismo_no_Brasil_2011_-_2014_sem_margem_corte.pdf>. Acesso em: 11 Ab.2015.

_____. Ministério de Turismo. Economia do turismo cresce no Brasil. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140417-1.html>. Acesso em: 02 mar.2015.

_____. Ministério do Turismo. EMBRATUR. Plana Aquarela 2007-2010. Disponível em:<
http://www.embratur.gov.br/lai_embratur_secom/export/sites/lai/galerias/download/Plano_Aquarela_2007_a_2010.pdf>. Acesso em: 16 nov.2015.

_____. Ministério do Turismo – Estudo da Demanda Turística Internacional. São Paulo. 2014. Disponível em <<http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/sao-paulo-continua-lider-em-turismo-de-negocios-no-brasil/93671/>>. Acesso em: 20 ab. 2015.

_____. Ministério do Turismo. Evento no Rio mostra o legado da Copa do Mundo para o Brasil, 2014. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/esporte/2014/12/evento-no-rio-mostra-o-legado-da-copa-do-mundo-para-o-brasil>. Acesso em: 21 ab.2015.

_____. Ministério do Turismo. Legislação 2015. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/legislacao-portarias.html> >. Acesso em: 10 jun.2015.

_____. Ministério do Turismo. Lei nº 11.637, de 28 de dezembro de 2007. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Lei/L11637.htm>. Acesso em: 15 de jun.2015.

_____. Ministério de Turismo. Marcos Conceituais. 2010. Disponível em <<http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf >. Acesso em: 10 mar.2015.

_____. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo; 2003 a 2016. Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/>>. Acesso em: 10 ab.2015.

_____. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo; 2013 a 2016. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/plano_nacional/downloads_plano_nacional/PNT_11_09_2012.pdf>. Acesso em: 10 ab.2015

_____. Ministério do Turismo. Turismo de Negócios e Eventos: orientações básicas. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. 2. Ed . Brasília: Ministério do Turismo, 2010. 62 p.

_____. Ministério do Turismo. Perfil da demanda turística internacional Síntese - 2007-2013. Disponível em:<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/demanda_turistica/internacional/download_internacional/Demanda_Turistica_Internacional_Fichas_Sinteses_2007_2013.pdf>. Acesso em: 03 mar.2015.

_____. Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo e o Mercado. 2010. Disponível em: < http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso em: 10 jun.2015.

_____. Senado Federal. Siga Brasil. Disponível em: <www9.senado.gov.br/portal/page/portal/orcamento_senado/LOA/Elaboracao:PL>.

Brazilian Journal of Marketing. BJM .Revista Brasileira de Marketing – ReMark Vol. 13, N. 6. Outubro/Dezembro. 2014.

BREMNER, Caroline. Euromonitor international's top city destination ranking. July, v. 22, p. 2012, 2010.. Disponível em: <<http://www.euromonitor.com/euromonitor-internationals-top-city-destination-ranking/article>>. Acesso em: 10 jul.2015.

BRITO, Fausto. SOUZA, Renta Guimarães Vieira de. Migração e mobilidade na expansão da região metropolitana de Belo Horizonte: o caso de Nova Lima. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2005. Disponível em: <https://www.cedeplar.ufmg.br/demografia/dissertacoes/2005/Renata_Guimaraes_Vieira_Souza.pdf>. Acesso em: 02 jun.2015.

BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. Estratégias para Eventos: Uma Ótica do Marketing e do Turismo. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2006.

BRUNDTLAND, Gro Harlem. Nosso Futuro Comum. **Relatório da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento**. Rio de Janeiro: FGV, 1987.

BRUSADIN, Leandro Benedini. Estudo da avaliação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo–PNMT na gestão do presidente Fernando Henrique Cardoso. **Revista Hospitalidade**, v. 2, n. 2, p. 87-112, 2005.

CABIANCA, Maria Angela de Abreu; CAMARGO Andyara Lena Paiva de Barros. Uma análise da sustentabilidade do turismo em metrópoles brasileiras. **Turismo y Desarrollo Local**, n. 16, 2014.

CADERNOS DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL. Disponível em <<http://www.ambiente.sp.gov.br/wp-content/uploads/2011/10/16-GestaoAmbiental.pdf>>. Acesso em: 01maio 2015.

CAMPOS, Candido Malta; SOMEKH, Nádia. Desenvolvimento local e projetos urbanos. Anais: Encontros Nacionais da ANPUR, v. 9, 2001. Disponível em: <<file:///C:/Users/ADM/Downloads/2150-4257-1-SM.pdf>>. Acesso em: 20. jun.2015.

CAMPOS, Neio; FARRET, Ricardo. COPA 2014: Cidades-Sede e Oportunidades para o Desenvolvimento Urbano. Projeto de cooperação técnica Ministério do Esporte - BID BR-t1159. 2011. Disponível em:<<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=36431770>>. Acesso em: 20 dez.2015.

CANOVAS, Maria Irene Francisco. Turismo de negócios: motivação e atitudes. Salvador: Eduneb, 2008.

_____. O turismo de negócios e o consumo cultural e de lazer na cidade de Salvador: motivações e atitudes. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - ECA-USP, São Paulo.

CARGNIN, Antonio. Paulo. A dimensão territorial no planejamento governamental brasileiro: avanços e limitações na elaboração dos Planos Plurianuais. In: **Seminário reforma do estado e território: integração sul-americana e gestão do território**, I, p. 1-30, 2007.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. São Paulo: Dinâmica urbana e metropolização. **Revista Território**, 2003.

_____. A metrópole de São Paulo no contexto da urbanização contemporânea. *Estudos avançados*, v. 23, n. 66, p. 303-314, 2009.

CARRARI FILHO, José Henrique; DA SILVA NETO, Manoel Lemes. Transformação do espaço público em sistema viário urbano. O caso da metropolização de São Paulo, 2014. Disponível em: < http://www.puc-campinas.edu.br/websist/Rep/Sic08/Resumo/2014820_111447_426802414_resano.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2015.

CARVALHO. Caio Luiz de. Políticas Públicas no Turismo Brasileiro: a cidade de São Paulo e sua identidade turística. 2009. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27148/tde-23112009-121752/pt-br.php>>. Acesso em 10 set.2015.

CARVALHO, Osires; VIANA, Osório. Ecodesenvolvimento e equilíbrio ecológico: algumas considerações sobre o Estado do Ceará. **Revista Econômica do Nordeste**. Fortaleza, v. 29, n. 2, p. 129-141, 1998.

CARVALHO, Paulo. Planejamento, redes territoriais e novos produtos turísticos eco culturais. **Cabo Verde–Praia**, 2009. Disponível em: < <http://www.apdr.pt/congresso/2009/pdf/Sess%C3%A3o%2014/91A.pdf>>. Acesso em: 17 dez.2015.

CASSIOLATO, José Eduardo; LASTRES Helena Maria Martins. Sistemas de inovação e desenvolvimento: as implicações de política. **São Paulo em perspectiva**, v. 19, n. 1, p. 34-45, 2005. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/spp/v19n1/v19n1a03.pdf>>. Acesso em: 02 maio 2015.

CASTELLS, Manuel; BORJA, Jordi. As cidades como atores políticos. **Novos estudos CEBRAP**, v. 45, n. julho, 1996.

CESAR. Caio. Composto Mercadológico (Famosos 4 P's do Marketing). 2009. Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/composto-mercadologico-famosos-4-ps-do-marketing/31416/>>. Acesso em: 18 dez.2015.

CHAGAS, M. M.; DANTAS, A. V. S. D. Imagem de destinos e competitividade sustentável: Um estudo de Natal sob a percepção do mercado Ibero-Holandês. In: V SEMINÁRIO DE TURISMO DO MERCOSUL (SEMINTUR), 2008. Caxias do Sul (RS). Disponível em: < <http://www.redalyc.org/pdf/1154/115415182009.pdf>>. Acesso em: 12 jun.2015.

COELHO, Márcio Ferreira; FERNANDES, Ivan. 2^a. ed. Economia do Turismo: teoria e prática. 4.ed.Rio de Janeiro :Elsevier,2011.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO TURISMO. Turismo Sustentável, 2015. Disponível em: < http://www.cntur.com.br/turismo_sustentavel.html>. Acesso em: 01maio 2015.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menêzes Teixeira. O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza. Annablume. Editora, 2006.

COUROMODA.COM. sustentabilidade, 2013. Disponível em: < <http://www.couromoda.com/feira/pg/sustentabilidade>>. Acesso em: 20 dez.2015.

CRESCITELLI, Edson; GIRALDI, Janaina de Moura Engracia. Países como marcas: dificuldades no desenvolvimento de marca-país. **FACEF Pesquisa-Desenvolvimento e Gestão**, v. 12, n. 3, 2009. Disponível em: < <file:///C:/Users/ADM/Downloads/223-675-1-PB.pdf>>. Acesso em: 14 jan.2015.

CRESWELL, John. W. Projeto de Pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto. 3^a. ed. Porto Alegre: Ateneu, 2010.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza. Planejamento governamental do turismo: convergências e contradições na produção do espaço. 2006.

_____. Política de Turismo e Território. São Paulo: Contexto, 2000.

_____. Os paradoxos do Turismo na cidade de São Paulo. In: Carlos, Ana Fani. A.; Oliveira, A. U. (orgs.) Geografias das Metrôpoles. 2006.

_____ (2009). Transformações sócias territoriais em metrôpoles latino-americanas: uma análise sobre o turismo na produção do espaço urbano de São Paulo.

Disponível em:

<http://egal2009.easyplanners.info/area05/5036_Ariza_da_Cruz_Rita_de_Cassia.do>. Acesso em: 10 mar 2015.

CUNHA, Licínio. Introdução ao turismo. Lisboa: Verbo, 2001.

DALLABRIDA, Valdir Roque; BECKER, Dinizar Fiermiano. Dinâmica territorial do desenvolvimento. In: BECKER, Dinizar Fermiano.; WITTMANN, Milton Luiz (orgs). **Desenvolvimento regional: abordagens interdisciplinares**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2008, 395 p.

DE ARAÚJO JUNIOR, Miguel Etinger. Algumas considerações sobre o Plano Diretor dos municípios e sua importância no processo de construção da cidadania e da democracia. **Revista do Direito Público**, v. 1, n. 1, p. 45-62, 2006.

DI MINGO, Edward. The fine art of positioning. *The Journal of Business Strategy*, Boston, v. 9, n. 2, p. 34-38, Mar.-Apr. 1988.

DIAS, Reinaldo; MATOS, Fernanda. Políticas públicas: princípios, propósitos e processos. São Paulo: Atlas, p. 1-67, 2012.

_____. Introdução ao turismo. São Paulo: Atlas, p. p117-124, 2005.

DONAIRE, Denis; DA SILVA, Marcos Pereira; GASPAR, Marcos Antonio. A rede de negócios do turismo: um estudo sobre suas características e implicações estratégicas. **Turismo-Visão e Ação**, v. 11, n. 1, p. 112-134, 2009. Disponível em: <file:///C:/Users/ADM/Downloads/Donaire_Silva_Gaspar_2009_A-rede-de-negocios-do-turismo-1974.pdf>. Acesso em: 18 dez.2015.

EDGEELL, David .ALLEN, Maria Dellmastro. SWANSON, Jason. SMITH, Ginger. Tourism policy and planning: yesterday, today and tomorrow. Oxford; Burlington, 2008.

EGUINO, Huáscar; RIBEIRO, Paulo; EICHLER VERCILLO, Maria Elena. **Copa 2014: Sustentabilidade e legado: Seminário Internacional**. Inter-American Development Bank, 2012. Disponível em <http://www.copa2014.gov.br/sites/default/files/publicas/semin_copa_2014_manaus_2011.pdf>. Acesso em: 19 dez.2015.

FERRAZ, Joandre Antonio. Regime jurídico do turismo. Bauru, SP: EDIPRO, 2000.

FORD, Robert, PEEPER, William Carl. The past as prologue: Predicting the future of the convention and visitor bureau industry on the basis of its history. *Tourism Management*. [London]: Elsevier, v. 28, n. 4, p. 1.104-1.114, 2007. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517706001324>>. Acesso em: 27 jan. 2014.

FRÚGOLI JUNIOR, Heitor. A questão da centralidade em São Paulo: o papel das associações de caráter empresarial. **Revista de sociologia política**, v. 16, 2001. Disponível em:< <http://www.scielo.br/pdf/rsocp/n16/a04n16.pdf>>. Acesso em: 09 maio. 2015.

FUNDAÇÃO SISTEMA ESTADUAL DE ANÁLISE DE DADOS. SEADE. Disponível em:< <http://www.imp.seade.gov.br/frontend/#/perfil>>. Acesso em: 20 jun. 2015.

FURTADO, Celso e o século XXI. Minha Editora, 2007.

GAGLIARDI, Clarissa Maria Rosa; Mônica de Carvalho (Orgs.). Megaprojetos, megaeventos, megalópole: a produção de uma nova centralidade em São Paulo). Capítulos I e II – São Paulo: Olho d'Água, 2015. 216 p. Disponível em: <http://web.observatoriodasmetrolopes.net/new/images/abook_file/megaeventos_sao_paulo2015.pdf> Acesso em: 10 jun.2015.

GAIARSA, Octaviano Armando. Santo André: Ontem, hoje, amanhã. Santo André, SP: Prefeitura Municipal de Santo André. 1991.

GARCIA, Antonio. Modelos operacionais de reforma agraria e desarrollo rural en America Latina. San Jose: Costa Rica: IICA, 1985. 225p.

GEE, Chuck Y& FAYOS-SOLÁ, Eduardo (Orgs). Turismo Internacional, uma perspectiva global. Porto Alegre: Bookman, 2003.

GERTNER, David; KOTLER, PHILIP. O estratégico marketing de lugares. **HSM Management**, v. 44, p. 62-93, 2004. Disponível em:< file:///C:/Users/ADM/Downloads/O_estrategico_marketing_de_lugares-4.pdf>. Acesso em : 10 jul.2015

GETZ, Donald; ANDERSON, Don; SHEEHAN, Lorn. Roles, issues, and strategies for convention and visitors' bureau in destination planning and product development: a survey of Canadian bureau. **Tourism Management**, v. 19, n. 4, p. 331-340, 1998. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517798000351>>. Acesso em: 27 nov. 2014.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R. Brent. Tourism: principles, practices, philosophies. 10th ed. Nova Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2006.

GRANDI, Guilherme; DA SILVA, Marcio Renato Pinheiro. Café e expansão ferroviária: a Companhia EF Rio Claro, 1880-1903. Annablume, 2007.

GRAZIADEI, Tânia. Turismo de negócios alavancando o desenvolvimento de cidades no interior paulista: Case Bauru. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – BH/MG – 2 a 6 set/2003. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/congresso2003/pdf/2003_temas_graziadei.pdf?>>. Acesso em: 03 jan. 2014.

HAESBAERT, Rogério. Da desterritorialização à multiterritorialidade. **Anais: Encontros Nacionais da ANPUR**, v. 9, 2013. Disponível em: < file:///C:/Users/ADM/Downloads/2314-4577-1-SM.pdf>. Acesso em: 14 maio 2015.

HALL, Colin Michael. Planejamento do Turismo: política, processos e relacionamentos. 2ª. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

HALL, M. Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. *Tourism Management*. V.32. p. 16 – 27, 2011.

_____. **Rethinking collaboration and partnership: a public policy perspective. New Zealand: Journal of sustainable tourism. Vol. 7, Nos 3&4, 1999.**

_____. Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. *Tourism Management*. V.32. p. 16 – 27, 2011.

HOELLER, Elisete Helena. Turismo de Eventos: Centreventos Cau Hansen de Joinville - SC. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). Turismo: **Segmentação** de Mercado. 5^a. ed. São Paulo: Futura, 2002. Disponível em :<http://www.bnb.gov.br/projwebren/Exec/artigoRenPDF.aspx?cd_artigo_ren=64>>. Acesso em: 20 fev.2015.

HORNE, John. The Four 'Knowns' of Sports Mega-Events. *Leisure Studies*, 26:1, 81-96, Fevereiro de 2007).

HOYLER, Telma; DE GODOY, Samuel Ralize. *Conteúdos políticos do Plano Diretor*: por que, onde, como e que diferença faz. In: **IV Seminário Discente do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política**. 2014. Disponível em:<http://www.fflch.usp.br/centrodametropole/upload/aaa/706-SD_2014_%20Hoyler_Samuel_%20158-552-1-PB.>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE. Censo. 2012. 2014. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php?sigla=sp>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. IPEA. Governança Metropolitana no Brasil Relatório de Pesquisa Caracterização e Quadros de Análise Comparativa da Governança Metropolitana no Brasil: arranjos institucionais de gestão metropolitana (Componente 1). 2015. Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/redeipea/images/pdfs/governanca_metropolitana/150730_relatorio_arranjos_saopaulo.pdf>. Acesso em: 14 dez.2015.

INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION - ICCA, 2015. Disponível em: <<HTTP://www.visitesaopaulo.com/MEMBRO-ICCA.ASP>>. Acesso em: 01 jun.2015.

KANITZ, Heidi Gracielle ; TRIGUEIRO, Renata Paula Costa; DE ARAÚJO, Maria Arlete Duarte. Perspectivas do Plano Nacional de Turismo 2007/2010: avanços ou utopias? **Revista Turismo em Análise**, v. 21, n. 3, p. 644-667, 2010.

KAVARATZIS, Mihalis. What can we learn from city marketing practice? *European Spatial Research and Policy*, v. 16, n. 1, p. 41-58, 2009.

KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. Gestão estratégica de marcas. São Paulo: Prentice hall, 2005.

KLINK, Jeroen Johannes. A cidade-região: regionalismo e reestruturação no grande ABC paulista. DP&A Editora, 2001.

KOTLER, Philip. Marketing essencial: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

_____. GERTNER, David. REIN, Irving, HAIDER, Donald. Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations. Free Press, 2006 P. 141

_____. Marketing Público: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países. São Paulo: Makron Books, 1994.

_____. Marketing de Lugares: Como Conquistar Crescimento de Longo prazo na América Latina e no Caribe. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

_____, ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. 9^a. ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 2000.

_____. KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing*. 2006. Disponível em: <file:///C:/Users/ADM/Downloads/KOTLER-MARKETING-completo.pdf>. Acesso em: 13 jan.2015.

KRAUSE, Hubert Gustavo Cristian. *Turismo de negócios e eventos: Um estudo de caso da atuação do Guarulhos Convention and Visitors Bureau, Guarulhos (SP)*. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2008. 131 p. Dissertação de Mestrado em hospitalidade.

KRIPPENDORF, Josh. Sociologia do turismo. Rio de Janeiro: Civ. Brasileira, 1980.

LAMAS, Júlio. Os principais pontos do novo Plano Diretor de São Paulo Déficit habitacional, adensamento na região central, mobilidade urbana e aumento de áreas verdes estão agora entre as diretrizes do planejamento da cidade. 2014. Disponível em: < <http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/cidade/principais-pontos-do-novo-plano-diretor-de-sao-paulo-806497.shtml?func=2>>. Acesso em: 20 dez.2014.

LEMOS, Clara Carvalho. Planejamento do turismo em âmbito federal: uma análise dos instrumentos utilizados e dos investimentos no setor. **Revista de Administração Pública**, v. 47, n. 6, p. 1401-1428, 2013.

LLORENS, Francisco Albuquerque. Desenvolvimento Econômico Local: Caminhos e desafios para a Construção de uma Nova Agenda Política. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social-BNDES, 2001.

LOBO, Carlos; MATOS, Ralfo; GARCIA, Ricardo A. centralidade e mobilidade espacial da população: uma metodologia de identificação de perfis regionais com base nos dados do censo demográfico de 2010. Disponível em:

<[http://www.abep.nepo.unicamp.br/xviii/anais/files/ST5\[675\]ABEP2012.pdf](http://www.abep.nepo.unicamp.br/xviii/anais/files/ST5[675]ABEP2012.pdf)>. Acesso em 16 dez. 2015.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. Teoria do Turismo - conceitos, modelos e sistemas. São Paulo: Aleph, 2008.

LOPES JUNIOR, Wilson Martins; DOS SANTOS, Regina Celia Bega. Novas Centralidades na Perspectiva da Relação Centro-Periferia. Sociedade & Natureza, v. 21, n. 3, p. 351-359, 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/sn/v21n3/a10v21n3.pdf>>. Acesso em: 10 de maio 2015

LOVELOCK, Christopher H. WRIGHT, Lauren. Serviços: Marketing e Gestão. São Paulo: Saraiva 2006. P.131.

MAGALHÃES, Claudia Freitas. Diretrizes para o turismo sustentável em municípios. Disponível em:< <http://gestaourbana.prefeitura.sp.gov.br/fases/> >. Acesso em: 22 set. 2015.

MARQUES, Eduardo Cesar. Social networks and institutions in the construction of the state and its permeability. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 14, n. 41, p. 45-67, 1999.

MARTINS, Maria Lucia Refinetti. São Paulo, centro e periferia: e os limites da política urbana. **Estudos Avançados**, v. 25, n. 71, p. 59, 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v25n71/05.pdf>> Acesso em: 01 fev. 2015.

MARTINS, Vivianne; MURARD, Eduardo. Viagens Corporativas. São Paulo: Aleph, 2010.

MARUJO, Maria Noemi. Turismo e comunicação. Castelo Branco: RVJ editores, 2008.

MASTROBUONO, Flavia. Dimensionamento de eventos turísticos e sustentabilidade. In: PHILIPPI Junior, Arlindo; RUSCHMANN, Doris van de Meene (Ed.). Gestão ambiental e sustentabilidade no turismo. Barueri-SP: Manole, 2010. p. 713-733.

MATIAS, Marlene. Organização de eventos: procedimento e técnicas. São Paulo: Manole, 2002.

MCKINSEY & COMPANY. Estudo do Setor de Transporte Aéreo do Brasil: Relatório Consolidado. Rio de Janeiro. 2010. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/empresa/pesquisa/chamada3/relatorio_consolidado.pdf>. Acesso em: 23 maio 2015.

MEDAGLIA, Juliana; MAYNART, Karla; SILVEIRA, Carlos. A Segmentação de Mercado e a Demanda Turística Real em Diamantina/MG e Região. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 7, n. 4.2013.

MELBECK, Christian. Comparing Local Policy Networks. *Journal of Theoretical Politics*, 10(4): 531 – 552 1998.

MELLO, Gustavo Afonso Taboas de; GOLDENSTEIN, Marcelo. Perspectivas da hotelaria no Brasil. **BNDES Setorial**, n. 33, mar. 2011, p. 5-42, 2011.

MENDES, Regina S. A. Dias. Endomarketing como ferramenta de comunicação com o público interno. Universidade Federal de Juiz de Fora, 2004.

MEYER, Regina Maria Prosper, GROSTEIN, Marta Dora, BIDERMAN, Ciro. (2004). São Paulo Metrópole. Edusp: São Paulo, 2004 Portal 2014. Disponível em: <<http://www.portal2014.org.br>>. Acesso em: 05 jan.2015.

MIDDLETON, Victor T. C.; CLARKE, Jackie. Marketing de turismo: teoria & prática. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

MILL, Robert Christie; MORRISON, Alastair M. The tourism system: an introductory text. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1985.

MINCIOTTI, Silvio Augusto. *Velhos Problemas, Soluções Modernas*. In: LIMA, D. (org.) *Nosso Século XXI*. Santo André: Ed. Livre Mercado, p. 269-278, 2001.

_____. DA SILVA, Edson Coutinho. Marketing de localidades: uma abordagem ampliada sobre o desenvolvimento da cidade ou região. *Turismo-Visão e Ação*, v. 13, n. 3, p. 329-346, 2011.

MOESCH, Marutschka Martini; GASTAL Susana. Turismo, Políticas Públicas e Cidadania. São Paulo: Aleph, 2007.

_____. A produção do saber turístico. São Paulo: Contexto, 2002.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. Código de defesa de consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais. Porto Alegre: Síntese, 1999.

MOREIRA, Jacinta Raquel Miguel; SILVA, Maria José. Marketing das cidades estudo da identidade: o caso da cidade da Covilha. In: **Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro**. Universidad de La Rioja, 2007. p. 148. Disponível em: < <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2233140> >. Acesso em: 01 maio. 2015

MOTA, Keila Cristina Nicolau; VIANNA Sara Joana Gotoddi dos. ANJOS, Francisco Antônio dos. (2013). Competitividade das destinações turísticas: estudo de casos brasileiros. São Paulo: Atlas. Disponível em: file:///C:/Users/aluno/Downloads/Oliveira_Rossetto_2014_Modelo-Integrado-de-Sustentabi_34431.pdf>>. Acesso em :12 mar.2015.

NAKANO, Kazuo; CAMPOS, Cândido Malta; ROLNIK, Raquel. Dinâmicas dos subespaços da área central de São Paulo. **Caminhos para o Centro. São Paulo**: Editora da UNESP, p. 130-133, 2004. Disponível em :<

http://www.fflch.usp.br/centrodametropole/antigo/v1/diversidade/numero2/caminhos/11Nakano_Malta_Rolnik.pdf> . Acesso em: 02 maio 2015.

NUNES, Dagmar Sodré. Turismo: Um meganegócio mundial. **Revista Turismo**. [201-]. Disponível em:
<<http://www.revistaturismo.com.br/negocios/meganegocio.htm>>. Acesso em: 19 maio. 2011.

OCKE, Marco Antônio de Moraes; IKEDA, Ana Akemi. Marketing de lugar: estado da arte e perspectivas futuras. **Revista de Administração**, v. 49, n. 4, p. 671-683, 2014. Disponível em:< <http://www.scielo.br/pdf/rausp/v49n4/0080-2107-rausp-49-04-0671.pdf>>. Acesso em: 02 jan.2015.

OLIVEIRA, João José. Turismo de negócios cresce 14,55% em 2014. Disponível em:< <http://www.valor.com.br/empresas/3884602/turismo-de-negocios-cresce-145-em-2014?>>. Acesso em: 10 jan.2015.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. Tourism Highlights: 2006 edition. Madri: UNWTO, 2006.

_____. Guia de desenvolvimento do turismo sustentável. Porto Alegre: Bookman, 2003.

PANOSSO NETO, Alexandre; ANSARAH, Marilia Gomes dos Reis. (Eds.). *Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas*. Barueri, SP: Manole, 2009.

_____. TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Indicadores de Cientificidade do Turismo no Brasil. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 1, p. 387-397, 2010. Disponível em < <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=3299844>>. Acesso em: 15 jun.2015.

_____. “What is Tourism? Definitions, theoretical phases and principles.” In: **Philosophical Issues in Tourism**, por John TRIBE, 43-61. Bristol, UK: Channel View Publications, 2009.

PEREIRA, Raquel da Silva. Desenvolvimento sustentável como responsabilidade social das empresas: um enfoque ambiental. São Paulo: Lorosae, 2002. 142 p.

POLETTI, André; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. Sistematização dos impactos da atividade turística: Etapa preliminar. 2013. Disponível em:
[file:///C:/Users/ADM/Downloads/turismo-12130%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ADM/Downloads/turismo-12130%20(1).pdf). Acesso: 20 dez.2015.

PETROCCHI, M. C. Turismo: planejamento e gestão. São Paulo: Pearson, 2009.

PORTAL ECOBRASIL- Desenvolvimento Sustentável. Disponível em:
<<http://www.ecobrasil.org.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inford=11&sid=5>>>. Acesso em: 04 maio. 2014.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira; SEABRA, Giovanni; QUEIROZ, Odaléia Telles MM. Turismo, Espaço e Estratégias de Desenvolvimento Local. Uma reflexão sobre as políticas difusionistas e territorialistas (Organizadores). - João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012. Disponível em: <
http://www.academia.edu/1930571/turismo_espa%c3%87o_e_estrat%c3%89gias_d_e_desenvolvimento_local>. Acesso em: 21 jul.2015.

PRICEWATERHOUSECOOPERS – Megatendências: Uma síntese das implicações. [s.d]. Disponível em:<
<http://www.pwc.com.br/pt/publicacoes/institucionais/megatendencias-15.jhtml>>. Acesso em: 14 abr.2015.

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, Lucvan. Manual de investigação em ciências sociais. 1998. Disponível em:<
<http://www.fep.up.pt/docentes/joao/material/manualinvestig.pdf>>>. Acesso em : 14 jul.2014.

RABAHY, Wilson. Turismo e desenvolvimento: estudos econômicos e estatísticos no planejamento. Barueri, SP: Manole, 2003.

RAINISTO, Seppo. K. Success factors of place marketing: a study of place marketing practices in Northern Europe and the United states. Tese. 274f. Institute of Strategy and International Business. Helsinki University of Technology. 2003.

REJOWSKI, Mirian; KOBASHI, NAIR YUMIKO. Subsídios para Elaboração de um Tesouro Brasileiro de Turismo. **Revista Turismo e Análise**. Vol. 22, n. 3, dezembro. 2011.

REZENDE, Denis Alcides; ULTRAMARI, Clóvis. Planejamento estratégico e planos diretores municipais: referenciais e bases de aplicação. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 12, n. 3, p. 717-739, 2008. Disponível em: <
<http://www.scielo.br/pdf/rac/v12n3/06.pdf>>. Acesso em: 14 maio 2015.

RICHARDSON, R.J.; PERES, J. A. de S. Pesquisa social: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1989.

ROLNIK, Raquel. Reestruturação urbana da metrópole paulistana: análise de territórios em transição. Relatório de pesquisa, 2000.

_____ FRÚGOLI JR, Heitor. Reestruturação urbana da metrópole paulistana: a Zona Leste como território de rupturas e permanências. **Cadernos Metrópole. ISSN** (impresso) **1517-2422**; (eletrônico) **2236-9996** n. 06, p. 43-66, 2001.

SACHS, Ignacy. Desenvolvimento: Includente, Sustentável, Sustentado. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

SALGADO, Manuel; LEITÃO, M. Estratégias de desenvolvimento turístico da Serra da Estrela. **Revista de Turismo e Desenvolvimento**, v. 16, p. 97-113, 2011.

Disponível em:

<http://cassiopeia.ipleiria.pt/esel_eventos/files/3903_15_ManuelSalgado_4bf5695e43024.pdf>. Acesso em: 20 ago.2014.

SAMPAIO, Leandro. História de São Paulo. 2014. Disponível em:

<<http://www.cidadedesapaulo.com/sp/br/a-cidade-de-sao-paulo>>. Acesso em: 15 dez.2014.

SÁNCHEZ, Fernanda. A reinvenção das cidades na virada de século: agentes, estratégias e escalas de ação política. **Revista de sociologia e política**, v. 16, p. 31-49, 2001. Disponível em:< <http://www.scielo.br/pdf/rsocp/n16/a03n16.pdf>>.

Acesso em: 12 ab.2015.

SANTIN, Janaína Rigo; MARANGON, Elizete Gonçalves. O estatuto da cidade e os instrumentos de política urbana para proteção do patrimônio histórico: outorga onerosa e transferência do direito de construir. **História (São Paulo)**, v. 27, n. 2, p. 89-109, 2008. Disponível em:< <http://www.scielo.br/pdf/his/v27n2/a06v27n2.pdf>>.

Acesso em: 13 ago.2014.

SANTOS, Milton. O retorno do território. En: OSAL: Observatório Social de América Latina. Año6 no. 16 (jun. 2005-). Buenos Aires: CLACSO, 2005.

_____. BRASIL, O. Território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. A urbanização brasileira. EDUSP, 2005.

_____. SILVEIRA, Maria Laura. O Brasil: território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2002.

SANTOS FILHO, João dos. EMBRATUR, da euforia ao esquecimento: o retorno às raízes quando serviu à Ditadura Militar. Não estamos em uma ditadura militar, mas servimos a quem. **Revista Espaço Acadêmico**, Maringá (PR), n. 35, 2004.

Disponível em: < <http://www.espacoacademico.com.br/086/86jsf.htm>>. Acesso em : 16j un.2015.

SANTOS, Saulo Ribeiro; SOUZA, Adriana Nicolly. **Turismo de Negócios: Um estudo dos empreendimentos hoteleiros**. São Luís: 2008. : Disponível em:<<http://www.etur.com.br/>>. Acesso em: 9 out. 2008.

SANTOS SILVA, Fabiana dos; COSTA, Sarany Rodrigues da; CARVALHO, Conceição de Maria Belfort de. POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO NO BRASIL: estratégias para administração da atividade no país. 2013. Disponível em: < <http://www.professores.aedb.br/seget/artigos13/36218351.pdf>>. Acesso em: 17 dez.2015.

SÃO PAULO CONVENTION & VISITORS BUREAU. São Paulo Convention & Visitors Bureau, há 32 anos construindo o futuro a cada dia, 2015. Disponível em:

<<http://visitesaopaulo.com/press-releases-detalle.asp?press=1082>>>. Acesso em: 10 jun.2015.

SÃO PAULO. Prefeitura Municipal de São Paulo. Conselho Municipal de Turismo. Plano Municipal de Turismo 2003/2018.2010. Disponível em: <<http://www.spturis.com/comtur/platum.php>>. Acesso em: 10 jun.2015.

_____. Prefeitura Municipal de São Paulo. Estádio da abertura da Copa 2014 como dinamizador do desenvolvimento da Zona Leste e da Cidade de São Paulo. Relatório Final. 2011. Disponível em: <<http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/trabalho/arquivos/itaquera.pdf>>. Acesso em: 10 jun.2015.

_____. Prefeitura Municipal de São Paulo. Lei nº 13.783 de 12/02/2004. Padronização da Sinalização Turística. Disponível em: <<https://www.diariodasleis.com.br/legislacao/federal/4707-dispoe-sobre-sinalizacao-de-orientacao-turistica-no-municipio-de-sao-paulo-e-da-outras-providencias.html>>. Acesso em: 16 nov.2015.

_____. Prefeitura Municipal de São Paulo. Lei nº 13.885, de 25 de agosto de 2004. Planos Regionais Estratégicos das Subprefeituras, Disponível em: <http://www3.prefeitura.sp.gov.br/cadlem/secretarias/negocios_juridicos/cadlem/integra.asp?alt=06102004L%20138850000>>. Acesso em :16 jun.2015.

_____. Prefeitura Municipal de São Paulo. Lei nº14. 049, de 5 de Setembro de 2005. Padronização da Sinalização Turística. Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a/sp/s/sao-paulo/lei-ordinaria/2005/1405/14049/lei-ordinaria-n-14049-2005-dispoe-sobre-a-normatizacao-e-padronizacao-da-sinalizacao-turistica-a-ser-implantada-no-ambito-do-municipio-de-sao-paulo-e-da-outras-providencias>>>. Acesso em :16 jun.2015.

_____. Prefeitura Municipal de São Paulo. Lei nº14. 863, de 23 de Dezembro de 2008. Concede isenção do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISS à prestação de serviços relacionados à Copa das Confederações de 2013, à Copa do Mundo de Futebol de 2014 e aos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016 Disponível em: <<http://ww2.prefeitura.sp.gov.br/arquivos/secretarias/financas/legislacao/Lei-14863-2008.pdf>>>. Acesso em :16 dez. 2015.

_____. Prefeitura Municipal de São Paulo. Lei nº14. 968, de 30 de Julho de 2009. Qualificação do turismo no Município de São Paulo através da capacitação de jovens e adultos. Disponível em: <http://www3.prefeitura.sp.gov.br/cadlem/secretarias/negocios_juridicos/cadlem/integra.asp?alt=31072009L%20149680000>. Acesso em: 16 dez. 2015.

_____. Prefeitura Municipal de São Paulo. Lei nº 15.931, de 20 de dezembro de 2013. Incentivos fiscais da Zona Leste. Disponível em: <<http://ww2.prefeitura.sp.gov.br//arquivos/secretarias/financas/legislacao/Lei-15931-2013.pdf>>. Acesso em: 12 Jan. 2015.

_____. Prefeitura Municipal de São Paulo . Lei nº 16.050, de 31 de Julho de 2014 Disponível em:
<http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/chamadas/2014-07-31_-_lei_16050_-_plano_diretor_estrategico_1428507821.pdf>. Acesso em: 15 maio 2015.

_____. Prefeitura Municipal de São Paulo. Departamento Histórico- Região Metropolitana de São Paulo: Gestão em Debate. 2013. Disponível em:
<<http://ww2.prefeitura.sp.gov.br//arquivos/secretarias/governo/publicacoes/RMCADERNO3.pdf>>. Acesso em: 07 maio. 2015.

_____. Prefeitura Municipal de São Paulo. História de São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://www.cidadedesapaulo.com/sp/br/historia>>. Acesso em 16 maio 2015.

_____. Prefeitura Municipal de São Paulo. São Paulo em números, 2015. Disponível em: <<http://www.visitesapaulo.com/dados-da-cidade.asp> >. Acesso em: 16 maio 2015.

_____. Prefeitura Municipal de São Paulo. Gestão Urbana. Plano Diretor Estratégico 2014-2030, 2014 Disponível em: <<http://gestaourbana.prefeitura.sp.gov.br/texto-da-lei-2/>>. Acesso em :16 maio 2015.

_____. Prefeitura Municipal de São Paulo. Novo secretário de Turismo deve estreitar parcerias e atrair investimentos da iniciativa privada. 2015. Disponível em: <<http://www.capital.sp.gov.br/portal/noticia/6076#ad-image-0>>. Acesso em: 20 nov.2015.

_____. São Paulo Turismo. Cidade de São Paulo ganha uma nova marca, 2014. Disponível em: <<http://www.cidadedesapaulo.com/sp/br/noticias/2659-cidade-de-sao-paulo-ganha-uma-nova-marca>>. Acesso em: 16 maio 2015.

_____. Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano – Departamento de Estatística e Produção de Informações. Regiões, Subprefeituras e Distritos. Disponível em:<http://smdu.prefeitura.sp.gov.br/economia_urbana/mapas/mapaindice.pdf>. Acesso em: 15 out. 2015.

_____. Secretaria Municipal de Coordenação das Subprefeituras. Regiões, Subprefeituras e Distritos, Disponível em:
<<http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/subprefeituras/index.php?p=8978>>Acesso: 20 Jun.2015

_____. Secretaria do Desenvolvimento, Trabalho e Serviço, (conferir) disponível em Disponível em:
em:<http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/trabalho/zona_este/incentivos_fiscais/index.php?p=37349>Acesso 15 out.2015.

_____. Prefeitura de São Paulo. Secretaria de desenvolvimento urbano, 2015. Disponível em < http://www.desenvolvesp.com.br/institucional/sobre-a-desenvolvesp/licitacoes_contratos>Acesso em: 20 nov.2015.

_____. Prefeitura de São Paulo. Agência de Desenvolvimento Paulista a. Linha Arena Multiuso. Disponível em:<<http://www.desenvolvesp.com.br/municipios>>>. Acesso em : 15 set.2015

_____. Prefeitura de São Paulo. Agência de Desenvolvimento Paulista b. Linha de Economia Verde. Disponível em:<http://www.desenvolvesp.com.br/municipios/opcoes-credito-municipios/linha-economia-verde_municipios>>. Acesso em : 15 set.2015

_____. Prefeitura Municipal de São Paulo. Desenvolvimento da Zona Leste, 2012. Disponível em:<http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/planejamento/escola_de_formation/arquivos/cursos/presenciais/desenvolvimento-da-zona-leste.pdf>. Acesso em 14 set 2015.

_____. Prefeitura Municipal de São Paulo. Relatório para subsidiar a Comissão de política urbana – Relatoria do Plano Diretor. Produto 4. Compilação dos estudos elaborados sobre temas do Plano. São Paulo: CEM/CEBRAP 2014. Disponível em:<http://www.fflch.usp.br/centrodametropole/upload/aaa/706-SD_2014_%20Hoyler_Samuel_%20158-552-1-PB.pdf>. Acesso em: 11 maio 2015.

_____. Prefeitura. Municipal de São Paulo. Câmara Municipal De São Paulo, 2014. Disponível em:
[Http://www.Camara.Sp.Gov.Br/Atividade-Legislativa/Projetos-Apresentados-Desde-1948/](http://www.Camara.Sp.Gov.Br/Atividade-Legislativa/Projetos-Apresentados-Desde-1948/). Acesso em: 10 Out. 2015.

_____. Prefeitura de São Paulo. 2013. Secretaria de Finanças. Disponível em:<<http://ww2.prefeitura.sp.gov.br//arquivos/secretarias/financas/legislacao/Cartilha-Zona-Leste.pdf>>. Acesso em: 21 ag. 2015.

_____. Prefeitura de São Paulo. São Paulo Turismo. Estrutura Político-Institucional. 2015

Disponível em: < <http://www.spturis.com/turismocentro/pagina.php?id=estrutura-politico-institucional-1&ln=br> >. Acesso: 10 jan. 2015.

_____. Prefeitura de São Paulo. São Paulo Turismo. Zona Norte. 2014. Disponível em: < <http://www.cidadedesao paulo.com/sp/br/o-que-visitar/atrativos/pontos-turisticos-por-regiao/zona-norte-e-zona-leste> >. Acesso: 10 jan. 2015.

_____. Prefeitura de São Paulo. São Paulo Turismo. Zona Sul (s/d). Disponível em: < <http://www.zonasulsp.com.br/dados-demograficos-da-zona-sul-de-sao-paulo.htm> >. Acesso: 10 jan. 2015.

_____. Prefeitura de São Paulo. Secretaria de Desenvolvimento, Trabalho e Empreendedorismo. Plano de Desenvolvimento da Zona Leste. 2015. Disponível em: < http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/trabalho/zona_leste/objetivo/index.php?p=37339 >. Acesso em: 12 jan. 2015.

_____. Prefeitura de São Paulo. São Paulo Turismo. MICE. Disponível em: <<http://spturis.com/mice/novo/eng/>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

_____. Prefeitura de São Paulo. São Paulo Turismo. Fique mais um dia. Disponível em: < <http://www.fiquemaisumdia.com.br/> >. Acesso em: 10 nov. 2015.

_____. Prefeitura de São Paulo. Secretaria de Desenvolvimento, Trabalho e Empreendedorismo. Plano de Desenvolvimento da Zona Leste. Legislação, 2015. Disponível em: < http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/trabalho/zona_lest.php?p=37350 >. Acesso em: 12 jan. 2015

_____. Prefeitura de São Paulo. Secretaria de Desenvolvimento, Trabalho e Empreendedorismo. Plano de Desenvolvimento da Zona Leste. Incentivos, 2015. Disponível em: < http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/trabalho/zona_lest.php?p=37349 >. Acesso em: 12 jan. 2015

_____. Prefeitura de São Paulo. Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano Zoneamento da Cidade de São Paulo. Planos Regionais das Subprefeituras. 2015 Disponível em: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/desenvolvimento_ur.php?p=1756 >. Acesso em: 12 jan. 2015

_____. Prefeitura de São Paulo. 2015. São Paulo Turismo. Observatório do Turismo. Anuário Estatístico. Turismo 2015. Disponível em:<http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/ANUARIO_2015_BASE_2014.pdf>. Acesso: 20 out. 2015.

_____. Prefeitura de São Paulo. 2015. São Paulo Turismo. 2008. Disponível em:<<http://www.spturis.com/v7/index.php?>>. Acesso: 12 out. 2015.

_____. Governo do Estado de São Paulo. Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, 2013. Disponível em:<<http://www.turismo.sp.gov.br/institucional/quem-somos.html>>. Acesso em: 17 mar. 2015.

_____. Governo do Estado de São Paulo. Assembleia Legislativa de São Paulo. Projeto de lei Nº 688 / 2013. Disponível em:<<http://www.al.sp.gov.br/propositura/?Id=1159883>>. Acesso em: 17 mar. 2015.

_____. Governo do Estado de São Paulo. Secretaria de Planejamento e Orçament. , Lei de Diretriz Orçamentária (LDO) 2015. Disponível em:<<http://www.planejamento.sp.gov.br/index.php?id=15>>. Acesso em: 17 mar. 2015.

SARQUIS, Aléssio Bessa; IKEDA, Ana. A prática de posicionamento de marca em agências de comunicação. **Revista de Negócios**, v. 12, n. 4, p. 55-70, 2007. Disponível em :< [file:///C:/Users/ADM/Downloads/Sarquis_Ikeda_2007_A-pratica-de-posicionamento-de_27864%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ADM/Downloads/Sarquis_Ikeda_2007_A-pratica-de-posicionamento-de_27864%20(1).pdf)>. Acesso em: 21 jan. 2015.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Estudo de competitividade de produtos turísticos / Organizador Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. – Brasília, DF: 2011.

SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. 23^a. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SIEDENBERG, Dieter Rugard. A gestão do desenvolvimento: ações e estratégias entre a realidade e a utopia. BECKER, Dinizar F.; WITTMANN, Milton Luiz. Desenvolvimento Regional: abordagens contemporâneas. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2003.

SILVA, Fabíola Fernandes; LUCIO, Emellyne Marcella de Melo; BARRETO, L.M.T.B. Treinamento, desenvolvimento e educação de pessoas em turismo: case Disney. Revista Hospitalidade. São Paulo, v. X, n. 2, p. 275 - 295 dez. 2013. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/download/19994%E2%80%8E>>. Acesso em 17 nov. 2014.

SILVA, Jorge Antônio. A Dimensão Territorial no Planejamento do Desenvolvimento Turístico no Brasil: modelo do polo de crescimento versus modelo territorialista e endógeno. **Revista Turismo em Análise**, v. 17, n. 3, p. 5-23, 2006. Disponível em:<

file:///C:/Users/ADM/Downloads/63753-83646-1-PB%20(2). pdf>. Acesso em : 25 fev.2015.

SILVESTRE, Gabriel. The Social Impacts of Mega-Events: Towards a Framework. *Esporte e Sociedade*, ano 4, n.10, Nov.2008/Fev.2009.

SOMEKH, NADIA. Transformações urbanas contemporâneas. **Com Ciência**, n. 118, p. 0-0, 2010. Disponível em: <http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542010000400011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 21 jun.2015.

SOUSA, Rosangela Silva. Uma investigação sobre as teorias de cidade mundial, cidade global, cidade pós-moderna e sua relação com a cidade de São Paulo. Tese de Doutorado, 2008. Universidade de São Paulo. Disponível em: file:///C:/Users/ADM/Downloads/ROSANGELA_SILVA_SOUSA.pdf>. Acesso em: 10 jun.2015.

SOUSA, Luís Gonzaga de Memórias de economia: a realidade brasileira, 2004. Disponível em: < <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/lgs-mem/32.htm>>. Acesso em: 16 dez. 2015.

SPINK, MARY JANE; FREZZA, ROSE MARY. Práticas discursivas e produção de sentidos: a perspectiva da psicologia social. **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas**, P. 17-39, 1999.

STEINBERG, Fabio. Viagem de negócios. São Paulo: Panda Books, 2008.

SUBIRATS, Joan. Análisis de políticas públicas y eficacia de la administración. Madrid: Ministério para las Administración Pública, 1994.

TEIXEIRA, Humberto Gustavo Drummond da Silva. A efetividade dos direitos sociais em face da aplicação da teoria da reserva do possível. In: *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, XVII, n. 121, fev. 2014. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=14274>. Acesso em: 03 jul. 2015.

TEIXEIRA, Regina Cleide; TEIXEIRA, Ivandi Silva; VIEIRA, Esp Rosilene, 2006. O Marketing Estratégico de Localidade e sua Relação com o Marketing Turístico. Disponível em: <http://www.aed.aedb.br/seget/artigos06/313_Marketing%20de%20lugar.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2014.

TIRADENTES, L. Viçosa – MG Cidade Universitária: Lugar e Turismo In: CIMDEPE – Seminário Internacional sobre Cidades Médias: Dinâmica Econômica e Produção do Espaço, 2., 2006, Uberlândia. **Anais do Seminário Internacional sobre Cidades Médias: Dinâmica Econômica e Produção do Espaço Uberlândia**, 2006 a. Publicação em CD- ROOM.

TOLEDO, Benedito Lima de; São Paulo: três cidades em um século; São Paulo: Editora Cosac e Naify, 2004;

TOMAZI, S. Cluster de turismo: introdução ao estudo de arranjo produtivo local. São Paulo: Aleph, 2006.

TOMIO DREHER, Marialva; BADEL, Keuly Dariana. Desarrollo regional del turismo y sustentabilidad del território: La SDR de Blumenau-Brasil y las acciones intersectoriales en el turismo de naturaleza. **Estudios y perspectivas en turismo**, v. 18, n. 6, p. 672-690, 2009. Disponível em: <<http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/v18n6a3.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2015.

TRENTIN, Fábila. Turismo e Estratégias de Desenvolvimento Local: uma reflexão sobre as políticas difusionistas e territorialistas. **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local**, p. 122, 2012.

TRIGUEIRO, Carlos Meira. Marketing e Turismo: Como planejar e administrar o marketing turístico para uma localidade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

UNIÃO BRASILEIRA DOS PROMOTORES DE FEIRA-UBRAFE, 2014. Estudo inédito Brasil: Pais das Feiras com 2222 Feiras de Negócios. Disponível em:<http://www.ubrafe.org.br/principal/ShowExemplar.asp?var_chavereg=650>. Acesso em: 03 jun. 2015.

VERGARA Sylvia Constant. Projetos e Relatórios de Pesquisa em administração. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

VIEIRA, Aline Rodrigues Mendes. Planejamento e políticas públicas de turismo: análise dos módulos operacionais do programa de regionalização do turismo no pólo São Luís– MA. 2011. Dissertação de Mestrado Universidade de Brasília.

VIGNATI. F. Gestão de destinos turísticos: como atrair pessoas para pólos, cidades e países. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2008.

WANDERLEY, Henrique. A percepção dos hóspedes quanto aos atributos oferecidos pelos hotéis voltados para o turismo de negócios na cidade de São Paulo. 2004. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em : <<file:///C:/Users/ADM/Downloads/DissertacaoHenrique.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2015.

WEAVER, David Bruce. Sustainable tourism: theory and practice. Oxford; Burlington: Elsevier, 2008.

WORLD TRAVEL TOURISM E COUNCIL – WTTC. Travel & Tourism Economic Impact 2012 world. 2012. Disponível em:< http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2013/05/Impacto_Economico_>. Acesso em: 14 de fev. 2015.

ZANIRATO, Silvia Helena. São Paulo: *exercícios de esquecimento do passado*. **Estudos Avançados**, v. 25, n. 71, p. 189-204, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142011000100013&script=sci_arttext>. Acesso em: 03 jun. 2015.

APÊNDICES

Apêndice A – Gestores entrevistados do *trade* de Turismo da cidade de São Paulo

Entidade	Gestor respondente
SPTURIS	Sra. Marisa Marrocos
SPC&VB	Sr. Toni Sando
ABIH	Sr. Bruno Omori
ABEVT	Sr. Sergio Junqueira
ABEAR	Sr. Eduardo Sanovicz
UBRAFE	Sr. Armando Arruda Pereira de Campos Mello

Fonte: A autora

Apêndice B – Termo de consentimento livre e esclarecido

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado Sr. participante:

Sou estudante do Programa de Pós-Graduação em Administração, na Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS. Estou realizando uma pesquisa sob a supervisão do professor Dr. Luis Paulo Bresciani, cujo objetivo é IDENTIFICAR E DISCUTIR AS PRINCIPAIS POLÍTICAS PÚBLICAS QUE INFLUENCIARAM O DESENVOLVIMENTO DO SEGMENTO DO TURISMO DE NEGÓCIOS NO PERÍODO DE 2007 A 2014, NA CIDADE DE SÃO PAULO.

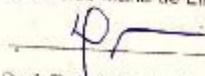
Sua participação envolve a realização de uma entrevista, que será gravada se assim você permitir, com a duração aproximada de 45 minutos, visando contribuir com sua percepção e o esclarecimento de aspectos relevantes para o campo de estudos envolvendo o Turismo na cidade de São Paulo, no período recente.

Quaisquer dúvidas relativas à pesquisa poderão ser esclarecidas por meio do meu telefone (11) 98114 8074 ou pelo orientador responsável pelo estudo, o Prof. Dr. Luis Paulo Bresciani.

Atenciosamente,

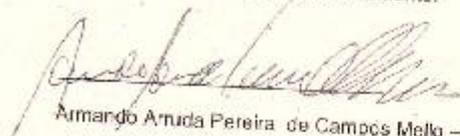


Rosineide Maria de Lima - Mestranda. Matrícula: 17142



Prof. Dr. Luis Paulo Bresciani - USCS - Universidade Municipal de São Caetano do Sul

Consinto em participar e publicar a entrevista do estudo citado. Declaro ter recebido uma cópia deste termo de consentimento.



Armando Aruda Pereira de Campos Mello - UBRAFE

Apêndice C – Termo de consentimento livre e esclarecido

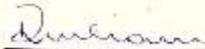
TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado Sr. participante:

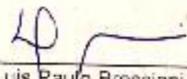
Sou estudante do Programa de Pós-Graduação em Administração, na Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS. Estou realizando uma pesquisa sob a supervisão do professor Dr. Luis Paulo Bresciani, cujo objetivo é IDENTIFICAR E DISCUTIR AS PRINCIPAIS POLÍTICAS PÚBLICAS QUE INFLUENCIARAM O DESENVOLVIMENTO DO SEGMENTO DO TURISMO DE NEGÓCIOS NO PERÍODO DE 2007 A 2014, NA CIDADE DE SÃO PAULO.

Sua participação envolve a realização de uma entrevista, que será gravada se assim você permitir, com a duração aproximada de 45 minutos, visando contribuir com sua percepção e o esclarecimento de aspectos relevantes para o campo de estudos envolvendo o Turismo na cidade de São Paulo, no período recente. Quaisquer dúvidas relativas a pesquisa poderão ser esclarecidas por meio do meu telefone (11) 98114 8074 ou pelo orientador responsável pelo estudo, o Prof. Dr. Luis Paulo Bresciani.

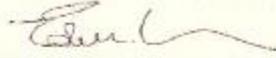
Atenciosamente



Rosineide Maria de Lima - Mestranda - Matrícula: 17142


Prof. Dr. Luis Paulo Bresciani - USCS - Universidade Municipal de São Caetano do Sul

Consinto em participar e publicar a entrevista do estudo citado. Declaro ter recebido uma cópia deste termo de consentimento.



Eduardo Sanovicz – Associação Brasileira das Empresas Aereas

Apêndice D – Termo de consentimento livre e esclarecido

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

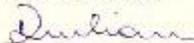
Prezado Sr. participante:

Sou estudante do Programa de Pós-Graduação em Administração, na Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS. Estou realizando uma pesquisa sob a supervisão do professor Dr. Luis Paulo Bresciani, cujo objetivo é IDENTIFICAR E DISCUTIR AS PRINCIPAIS POLÍTICAS PÚBLICAS QUE INFLUENCIARAM O DESENVOLVIMENTO DO SEGMENTO DO TURISMO DE NEGÓCIOS NO PERÍODO DE 2007 A 2014, NA CIDADE DE SÃO PAULO.

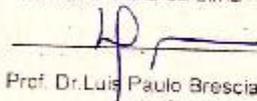
Sua participação envolve a realização de uma entrevista, que será gravada se assim você permitir, com a duração aproximada de 45 minutos visando contribuir com sua percepção e o esclarecimento de aspectos relevantes para o campo de estudos envolvendo o Turismo na cidade de São Paulo, no período recente.

Quaisquer dúvidas relativas à pesquisa poderão ser esclarecidas por meio do meu telefone (11) 98114 8074 ou pelo orientador responsável pelo estudo, o Prof.Dr.Luis Paulo Bresciani.

Atenciosamente,

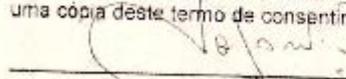


Rosineide Maria de Lima - Mestranda. Matrícula: 17142



Prof. Dr. Luis Paulo Bresciani - USCS - Universidade Municipal de São Caetano do Sul

Consinto em participar e publicar a entrevista do estudo citado. Declaro ter recebido uma cópia deste termo de consentimento.



Tori Sando - SPC&VB

Apêndice E – Termo de consentimento livre e esclarecido

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

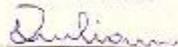
Prezado Sr. participante:

Sou estudante do Programa de Pós-Graduação em Administração, na Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS. Estou realizando uma pesquisa sob a supervisão do professor Dr. Luis Paulo Bresciani, cujo objetivo é IDENTIFICAR E DISCUTIR AS PRINCIPAIS POLÍTICAS PÚBLICAS QUE INFLUENCIARAM O DESENVOLVIMENTO DO SEGMENTO DO TURISMO DE NEGÓCIOS NO PERÍODO DE 2007 A 2014, NA CIDADE DE SÃO PAULO.

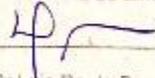
Sua participação envolve a realização de uma entrevista, que será gravada se assim você permitir, com a duração aproximada de 45 minutos, visando contribuir com sua percepção e o esclarecimento de aspectos relevantes para o campo de estudos envolvendo o Turismo na cidade de São Paulo, no período recente.

Quaisquer dúvidas relativas à pesquisa poderão ser esclarecidas por meio do meu telefone (11) 98114 8074 ou pelo orientador responsável pelo estudo, o Prof. Dr. Luis Paulo Bresciani.

Atenciosamente,



Rosineide Maria de Lima - Mestranda. Matrícula: 17142



Prof. Dr. Luis Paulo Bresciani - USCS - Universidade Municipal de São Caetano do Sul

Consinto em participar e publicar a entrevista do estudo citado. Declaro ter recebido uma cópia deste termo de consentimento.



Bruno Omori - ABIHSP

Bruno Hideo Omori
RG: 27.006.967-7
CRA 79.854

ANEXOS

Anexo A - Tipologia de Turismo

<p>Turismo Social - utilizada como proposta de lazer para um número maior de pessoas, organizado por associações, sindicatos e cooperativas com a finalidade de atender as necessidades de férias das camadas sociais menos favorecidas.</p>	<p>Turismo Náutico - caracteriza-se pela utilização de embarcações náuticas como finalidade da movimentação turística.</p>	<p>Turismo Religioso- O conjunto de atividades com utilização parcial ou total de equipamentos e realização de visitas a receptivos que expressam sentimentos místicos ou suscitam a fé, a esperança e a caridade aos crentes ou pessoas vinculadas a religião.</p>
<p>Ecoturismo- segmento que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente.</p>	<p>Turismo de Aventura - compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo.</p>	<p>Turismo Gastronômico - está ligado à sensação e ao prazer de conhecer e saborear algo novo quando se viaja.</p>
<p>Turismo Cultural compreende as atividades relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.</p>	<p>Turismo de Sol e Praia - constitui-se das atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor.</p>	<p>Turismo da melhor idade – É aquele destinado a melhoria da qualidade de vida da terceira idade e a diminuição da sazonalidade do turismo. Desenvolvendo roteiros, programas e atividades que tenham como mote a segurança, a diversão alegria dos participantes.</p>
<p>Turismo de Estudos e Intercâmbio - movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e desenvolvimento pessoal e profissional.</p>	<p>Turismo de Negócios e Eventos - compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social.</p>	<p>Turismo científico - atividade que pode ser realizada em qualquer época do ano e que tem por objetivo a troca de experiências culturais e educacionais, o aumento no nível do aprendizado ou a realização de pesquisas científicas.</p>
<p>Turismo de Esportes- compreende as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas.</p>	<p>Turismo Rural - é o conjunto de atividades desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.</p>	<p>Turismo Urbano– destinado participar das atividades de lazer, consumo, cultura, eventos; apreciar a paisagem urbana, a arquitetura, as grandes obras da engenharia, os marcos da cidade, os espaços renovados; conhecer a história através dos espaços desenhados pela sociedade em todos os tempos.</p>
<p>Turismo de Pesca -“Atividade de pesca praticada, com a finalidade de lazer, turismo ou desporto, sem finalidade comercial.”.</p>	<p>Turismo de Saúde - atividades turísticas decorrentes da utilização de serviços para fins médicos, terapêuticos e estéticos.</p>	

Fonte: BRASIL. Ministério do Turismo, 2010.

Anexo B - Encontros de Negócios

ATIVIDADE	EQUALIZAÇÃO
Missões empresariais	Trata-se da formação de grupos de empresários para visitar potenciais mercados externos e identificar novas oportunidades de negócios.
Visitas técnicas	A programação de uma visita técnica pode incluir palestras e explicações teóricas, degustações (alimentos e bebidas), observação participativa e um showroom.
Viagens corporativas	Viagens individuais ou em pequenos grupos, com objetivos diversos, conforme a necessidade da empresa ou do profissional.
Reuniões de negócios	Encontros que objetivam a prospecção de clientes, o fechamento e/ou a discussão de contratos, a apresentação de propostas, o desenvolvimento e o acompanhamento de projetos, consultorias, entre outros.
Rodadas de negócios	Reuniões pré-agendadas entre produtores e compradores, realizadas paralelamente a feiras. Durante as reuniões, as empresas apresentam suas ofertas e demandas podendo concretizar negócios naquele momento ou apenas realizar um contato inicial.
Feiras	Organizadas por empresas ou organizações especializadas em ramos específicos, para determinado segmento do mercado, com finalidades de exposição, apresentação ou comercialização de produtos e serviços industriais, técnicos, científicos, estabelecimento de contatos e parceria, entre outros.
Convenções	Encontros realizados por empresas nos quais participam seus colaboradores e/ou parceiros. Sua finalidade pode ser a avaliação de desempenho, lançamento de novos produtos, discussão de planejamentos estratégicos. A grande finalidade é a integração das pessoas dentro de um objetivo que a empresa ou organização deseja que seja atingido. Convenções poderão também ter como público participante as empresas de um mesmo segmento, sendo, nesse caso, promovida pela associação correlata. Exemplificando: convenções de empresas jornalísticas, supermercadistas, atacadistas etc.

Fonte: Adaptado Brasil. Ministério do Turismo (2010).

Anexo B – Encontro de Negócios / continuação

ATIVIDADE	EQUALIZAÇÃO
Palestra	Narrativa única ou não, de duração curta (média entre 30' a 1h30'), com a sugestão de perguntas da plateia ao final.
Painel	Dois ou mais expositores que apresentam brevemente um assunto e, em seguida, discutem entre si. Não há manifestação do público, que somente pode assistir.
Mesa-redonda	Reúne vários especialistas ligados a um tema principal, mas com pontos de vista ou correntes de pensamento diferentes. É essencial a condução do evento por um coordenador ou moderador.
Simpósio	A diferença fundamental entre simpósio e mesa-redonda é que, no primeiro, os expositores não debatem entre si sobre os temas apresentados. No simpósio, as conclusões são compostas pela soma das contribuições dos especialistas.
Plenária	Evento similar à assembleia, mas que aborda somente um assunto.
Debate	Exige um moderador ou mediador, que propõe perguntas e coordena a discussão entre duas ou mais pessoas, cada uma defendendo seu ponto de vista sobre assuntos propostos.

Fonte: Adaptado Brasil. Ministério do Turismo 2010.

Anexo C – Resumo das Portarias Federais – Turismo

PORTARIAS		
Portaria nº 288, de 25 de Outubro de 2013. - Institui Comissão Especial com o objetivo de selecionar e classificar estudantes para o Projeto de Cooperação entre o Brasil e Portugal na Área de em Hospitalidade e Turismo	Portaria nº 239, de 19 de Setembro de 2013 - Institui, no âmbito do Ministério do Turismo, o Projeto de Cooperação na Área de Qualificação Profissional em Hospitalidade e Turismo.	Portaria nº 196, de 30 de Julho de 2013. - Aprova o Manual de Instruções para Celebração e Execução de Termos de Compromisso, contendo os procedimentos para a contratação de obras de infraestrutura turística, integrantes do Programa de Aceleração do Crescimento.
Portaria nº 181 do Ministério do Turismo, de 26/04/2012 - Dispõe sobre os critérios de sustentabilidade ambiental na aquisição de bens e na contratação de serviços ou obras pelo Ministério do Turismo.	Portaria nº 180 do Ministério do Turismo, de 26/04/2012 - Dispõe sobre regras e critérios para a formalização de instrumentos de transferência de recursos para apoio aos programas que visem ao desenvolvimento do Turismo.	Portaria MTUR Nº38 de 18.04.2012- Regulamenta no âmbito da EMBRATUR o Programa de Apoio à Captação e ou Promoção de Eventos Internacionais
Portaria nº 163, de 11 de Novembro de 2009. Institui Grupo de Trabalho com o objetivo de estabelecer as bases para elaboração de portaria de funcionamento do sistema de estatística, bem como as diretrizes básicas de organização e gestão do referido sistema, a ser utilizado para coleta e tratamento dos registros administrativos oriundos da Ficha Nacional de Registros de Hospedes e Boletim de Ocupação Hoteleira.	Portaria nº 88, de 22 de Maio de 2009 - Constitui Grupo de Trabalho que permita o gerenciamento eficiente do Transporte Turístico Terrestre brasileiro, vinculando o sistema de Cadastro do Ministério do Turismo ao Sistema de Certificação da ANTT.	Portaria nº 103, de 18 de Outubro de 2007 - utilização dos recursos orçamentários e financeiros ao Ministério das Relações Exteriores para Promoção do Brasil na Argentina, Chile, Bolívia, Colômbia, Equador, Paraguai e Peru.
Portaria nº 3, de 18 de Janeiro de 2006 - Dispõe sobre os procedimentos de credenciamento para as operações de câmbio pelas agências de turismo e meios de hospedagem e dá outras providências.	Portaria nº 57, de 25 de Maio de 2005 - Estabelece os procedimentos e requisitos necessários para o cadastramento das sociedades empresárias, das sociedades simples e dos empresários individuais no Ministério do Turismo.	

Fonte: Adaptada de Brasil. Ministério do Turismo, 2015.

Anexo D – PAC – Investimentos Aeroportuários

Aeroporto /Tipo de Obra	Investimento 2011 a 2014 (R\$ Milhões)	Investimento Após 2014 (R\$ Milhões)	Estágio
Aeroporto Campinas - Concessão do Aeroporto	8.720,00	Sem recurso	Concluído
Aeroporto Guarulhos - Concessão do Aeroporto	4.700,00	Sem recurso	Concluído
Aeroporto Guarulhos - Ampliação e Revitalização Do Sistema de Pistas (PR-FF e PR-B)	80,86	Sem recurso	Concluído
Aeroporto Campinas - Implantação de Módulo Operacional	4,91	Sem recurso	Concluído
Aeroporto Guarulhos - Implantação do Módulo Operacional da Rem	2,86	Sem recurso	Concluído
Aeroporto Guarulhos - Terminal 4 (Fase 1)	83,65	Sem recurso	Concluído
Aeroporto Guarulhos - Terraplanagem para Construção do Terminal de Passageiros 3	235,51	Sem recurso	Concluído

Fonte: Adaptado de Brasil. Ministério do Planejamento, 2015.

Anexo E – Plano Diretor 2014/ Adensamento populacional

Adensamento populacional nos eixos de transporte	<p>A verticalização da cidade, até então dispersa, será reordenada. O limite de altura para novas construções no interior dos bairros agora é de 28 metros (cerca de oito andares), evitando espigões ao lado de casas e sobrados.</p> <p>A ideia é estimular essa verticalização residencial ao longo das vias expressas de transporte público, como as faixas exclusivas de ônibus, e em um raio de até duzentos metros das atuais e futuras estações de metrô.</p> <p>O objetivo é reduzir o tempo de deslocamento entre casa e trabalho, aumentando o uso de modais alternativos aos carros particulares e não saturando áreas já bastante verticalizadas e urbanizadas como os bairros de Moema, Pompeia, Perdizes e Morumbi, ligados ao centro expandido.</p>
Extinção no mínimo de vagas	<p>Pelo Plano Diretor, novos empreendimentos imobiliários comerciais ou residenciais perto das infraestruturas de transporte público, as áreas dos chamados "Eixos de Transformação da Estruturação Urbana", não precisarão mais ter um mínimo de vagas de estacionamento por metro quadrado construído.</p> <p>No entanto, poderão ser criadas sem cobrança extra na outorga até duas vagas por unidade residencial nessa área e uma vaga para cada 100 metros quadrados construídos em prédios comerciais.</p>
Fachadas ativas e prédios mistos	<p>Prédios novos residenciais e comerciais que oferecerem no nível da rua espaço para a instalação de estabelecimentos comerciais ou de serviços receberão subsídios na construção, como desconto no IPTU e desconto da área de comércio do total de metros quadrados que podem ser construídos na região que receberá a obra.</p>
Redução do déficit habitacional	<p>Com o novo Plano Diretor, o número de Zonas Especiais de Interesse Social (ZEIS), áreas destinadas para a construção de moradias populares, serão ampliadas em 117%.</p> <p>Além disso, foram criadas as ZEIS 5 para famílias de renda média baixa. Cerca 60% dessas áreas, porém, serão destinadas à população de até 3 salários mínimos. Novas Zonas Especiais de Interesse Social, ZEIS (foram demarcadas em áreas centrais, tanto em lotes ocupados por edifícios como em terrenos vazios, nos bairros da Santa Efigênia, Pari, Brás, Campos Elíseos, Bela Vista e Jabaquara).</p>
Cota de solidariedade	<p>Imóveis acima de 20.000 m² destinem 10% da área do imóvel ou de uma área na mesma região para a construção de moradias de interesse social.</p>

Fonte: Adaptado de São Paulo. Prefeitura de São Paulo, 2014.

Anexo F – Plano Diretor 2014 / Recursos Para Mobilidade

Recursos para a mobilidade urbana	Cerca de 30% dos recursos do Fundurb (Fundo Municipal de Desenvolvimento Urbano), alimentado pelos preços da outorga onerosa paga pelos empreendimentos que construírem além do máximo permitido pela lei, será destinado ao sistema de transporte público, ciclovias e calçadas. Outros 30% do fundo serão destinados à aquisição de terrenos para as Zeis.
Imóveis ociosos e subutilizados	IPTU mais caro para os imóveis ociosos e subutilizados próximos às ZEIS e eixos de transporte de público, caso não a cumpram sua função social. Em um primeiro momento, proprietários serão notificados e terão um prazo para mudar sua situação.
Fundo para novos parques	<p>Foram demarcados 164 novos parques públicos, que se somarão aos 105 já existentes. A cidade passará dos atuais 42 km² de áreas verdes para 82 km². Serão áreas consideradas Zonas Especiais de Proteção Ambiental (Zepams), impedindo a construção de novos imóveis.</p> <p>Esta, previsto na lei do Plano, a criação de um Fundo Municipal de Parques com recursos públicos e privados, destinado à aquisição de áreas. Cada novo parque terá contas específicas e para cada valor doado pela sociedade civil a prefeitura destinará o mesmo valor Fundo Municipal do Meio Ambiente (FEMA).</p>
Territórios culturais	Criação de territórios de interesse da cultura e da paisagem. Um ligará a Luz à Avenida Paulista e o outro será no bairro de Perus. O objetivo é resguardar locais com importância para atividades culturais e artísticas da cidade.
Minhocão	A apresentação de um projeto de lei para desativação progressiva do Elevado Costa e Silva, inaugurado em 1971. A obra é associada a diversos problemas de poluição, insegurança e mobilidade na região central antiga da cidade.

Fonte: Adaptado de São Paulo. Prefeitura de São Paulo, 2014.

Anexo G – Plano Diretor / 2014 Zona Rural

Volta da zona rural	Recriada, a zona rural de São Paulo, (que foi extinta em 2012) que se estende até o extremo sul da cidade, foi recriada. A área que ocupa 25% da cidade era tida como reserva para expansão imobiliária, mas agora serão incentivadas produção de alimentos orgânicos em pequenas propriedades, ecoturismo e atividades de lazer sustentáveis.
Ruas comerciais	<p>Incentivo de parcerias público-privadas será fechado para a requalificação urbanística de ruas comerciais.</p> <p>Ruas como a 25 de Março e a Oscar Freire terão calçadas alargadas, fiação subterrânea, melhoria da iluminação pública e instalação de mobiliário urbano, como banheiros públicos e <i>parklets</i>.</p>
Desenvolvimento econômico	<p>Polos estratégicos de desenvolvimento econômico setores situados em regiões com baixos índices de emprego e grande concentração populacional.</p> <p>Regiões próximas de rodovias, como a Fernão Dias e Anhanguera, e avenidas, como a Raimundo Pereira e Cupecê, com potencial de implantação de atividades econômicas receberão subsídios para a iniciativa privada.</p>
Camelódromos	Serão criados mercados populares para o comércio ambulante em áreas de grande circulação de pedestres e nas proximidades das estações de trem, metrô e terminais de ônibus.

Fonte: Adaptado de São Paulo. Prefeitura de São Paulo, 2014.

Anexo H – Plano Diretor: Estratégias e ações para o segmento de Turismo.

Art. 18 - São diretrizes relativas à política de turismo:	Art. 19 - São ações estratégicas para o turismo:
I - o aumento da participação do Município no movimento turístico brasileiro, promovendo e estimulando a divulgação de eventos e projetos de interesse turístico;	I - apoiar e criar incentivos ao turismo cultural e de negócios em âmbito municipal e metropolitano;
II - a sistematização do levantamento e atualização de dados e informações de interesse para o desenvolvimento turístico no Município	II - desenvolver programas de trabalho, por meio de ações coordenadas entre o Poder Público e a iniciativa privada, com o objetivo de criar a infraestrutura necessária à execução de atividades relacionadas direta ou indiretamente ao turismo, abrangendo suas diversas modalidades: eventos, negócios, lazer, cultura, gastronomia, compras e agroecoturismo;
III - a integração dos programas e projetos turísticos com atividades sociais, econômicas, culturais e de lazer realizadas no Município e na região metropolitana;	III - captar, promover e incentivar a realização de eventos mobilizadores da demanda de turismo;
IV - a garantia da oferta e qualidade na infraestrutura de serviços e informação ao turista;	IV - desenvolver roteiros e implantar sinalização turística conforme padrões e especificações técnicas pertinentes;
V - a consolidação da política municipal de turismo, por meio do Conselho Municipal de Turismo, conforme a Lei Municipal nº. 11.198, de maio de 1992.	V - divulgar as facilidades operacionais, técnicas e estruturais dedicadas ao desenvolvimento do turismo no Município;
	VI - promover encontros, seminários e eventos específicos para os profissionais e operadores de turismo no Município;
	VII - produzir projetos e desenvolver atividades promocionais contemplando os atrativos naturais do Município e da região metropolitana;
	VIII - instalar postos de informação turística;
	IX - estabelecer parceria entre os setores público e privado, visando ao desenvolvimento do turismo no Município;
	X - disponibilizar informações turísticas atualizadas para o mercado operador e para o turista, visando subsidiar o processo de tomada de decisão e facilitar o desfrute da infraestrutura, serviços e atrações da Cidade;
	XI - Rever o Plano Municipal de Turismo.

Fonte: Adaptado de São Paulo. Prefeitura de São Paulo, 2014.

Anexo I – Resumo: Projeto de Leis Municipais – Turismo

Projeto de lei no: 777 ano: 2013 altera o art. 7. Da lei n. 11198, de 19 de maio de 1992, para estabelecer a proporcionalidade na distribuição dos recursos do fundo municipal de turismo-Futur.	Projeto de lei no: 561 ano: 2011 inclui as bancas de jornal como pontos de apoio ao turismo, a cultura e a circulação de informações publicas na cidade de São Paulo.	Projeto de lei no: 316 ano: 2008 dispõem sobre a qualificação do turismo no município de São Paulo através da capacitação de jovens e adultos.
Projeto de lei no: 744 ano: 2007 cria a agencia especial de fomento ao turismo da cidade de São Paulo o fundo municipal de fomento ao turismo	Projeto de lei no: 635 ano: 2006 institui "feira internacional serviço turismo - FISTUR e o congresso internacional de gastronomia, hospitalidade e turismo" a serem realizados anualmente no mês de marco e da outras providencias.	Projeto de lei no: 182 ano: 2006 - dispõe sobre aa criação e funcionamento de feiras noturnas para exposição e venda de confecções para gerar comercio e incentivar o turismo nas regiões com polos têxteis da capital.
Projeto de lei no: 817 anos: 2005 - cria o programa taxi turismo.	Projeto de lei no: 62 anos: 2005 consolida o programa municipal de intervenção em ruas comerciais do município de São Paulo.	Projeto de lei no: 61 ano: 2004 institui o "programa de guia turístico para jovens" no âmbito do município de São Paulo.
Projeto de lei no: 726 ano: 2003 cria no município o sistema de sinalização turística internacional.	Projeto de lei no: 314 ano: 2003 dispõe sobre obrigatoriedade de licença exclusiva para contratação de deficientes físicos para prestar serviços para a Anhembi turismo em todas as feiras e eventos organizados na cidade de São Paulo.	Projeto de lei no: 264 ano: 2003 dispõe sobre a obrigatoriedade de manutenção de stand de informações aos sábados, domingos e feriados nos monumentos municipais para visitação turística.
Projeto de lei no: 175 ano: 2003 dispõe sobre institucionalização das vistas oficiais da cidade de São Paulo.	Projeto de lei no: 125 ano: 2003 - permite o poder executivo a criar normas para atender os anseios dos turistas no município de São Paulo.	Projeto de lei no: 124 ano: 2003 - dispõe sobre a identificação dos pontos turísticos localizados no âmbito do município de São Paulo.

Fonte: SÃO PAULO. Prefeitura de São Paulo. Câmara Municipal, 2015.

Anexo J - Resumo: Prioridades da Região Norte de São Paulo

Da Política de Desenvolvimento Urbano Ambiental	Preservar e promover a valorização da beleza natural, em especial da Serra da Cantareira, do Horto Florestal, do Pico do Parque Estadual do Jaraguá e do Parque Anhanguera como pontos de referência da região norte, estimulando investimentos voltados ao ecoturismo;
Das Intervenções na Rede Viária Estrutural	Ficam definidas como intervenções prioritárias na Rede Viária Estrutural aquelas que promovem, a médio e longo prazo, a interligação entre Subprefeituras com objetivo de garantir maior acessibilidade e mobilidade a seus moradores e usuários.
Das Intervenções na Rede Estrutural de Transporte Público	São definidas como intervenções na rede estrutural de transporte público aquelas referentes ao sistema de transporte de alta e média capacidade, que compreendem mais de uma Subprefeitura, constantes do Plano Municipal de Circulação Viária.
Dos Instrumentos de Intervenção Urbana Estratégica Regional	Os instrumentos de intervenção urbana regional estratégica para promover as transformações urbanísticas na região são os seguintes: - A AIU (Área de Intervenção Urbana) Parques Lineares nas Subprefeituras de Pirituba, Freguesia/Brasilândia, Casa Verde, Santana/Tucuruvi e Tremembé/Jaçanã, e delimitação da ZEPAM (Zona Especial de Preservação Ambiental) na borda sul da Serra da Cantareira de forma a conter o processo de urbanização; - A Operação Urbana Carandiru/Vila Maria; - A Operação Urbana Diagonal Norte; - A AIU (Área de Intervenção Urbana) - Rodoanel Metropolitano Mário Covas - tramo Norte.

Fonte: SÃO PAULO. Prefeitura de São Paulo. Secretaria de desenvolvimento urbano, 2015.

Anexo K - Resumo: Prioridades da Região Leste de São Paulo

Da Política de Desenvolvimento Urbano Ambiental	Implementar programas, projetos e políticas públicas que promovam o desenvolvimento social, econômico e ambiental da Região Leste; melhorar o controle ambiental das atividades de extração mineral, exigindo Plano de Recuperação de Área Degradada - PRAD;
Das Intervenções na Rede Viária Estrutura	As intervenções na Rede Viária Estrutural para promover a interligação urbana e inter urbana para garantir maior acessibilidade e mobilidade a seus moradores e usuários
Das Intervenções na Rede Estrutural de Transporte Público	As intervenções na Rede Estrutural de Transporte Público, referentes ao sistema de transporte de alta e média capacidade, na região leste são as que compreendem mais de uma Subprefeitura, constantes do Plano Municipal de Circulação Viária e de Transportes.
Dos Instrumentos de Intervenção Urbana Estratégica Regional	<ul style="list-style-type: none"> - Promover a melhor distribuição das atividades econômicas na região leste; - Promover as atividades econômicas, considerando a vocação regional, o perfil da população economicamente ativa e as tendências do mercado; - Fomentar a implantação de cadeias produtivas com alta absorção empregatícia com capacidade para alavancar setores da indústria, do comércio e dos serviços, estrategicamente selecionados segundo as potencialidades econômicas regionais; - Revitalizar e ampliar a função pública do Parque do Carmo, por meio da implantação de equipamentos sociais de âmbito metropolitano tais como: nova universidade, centro de pesquisas tecnológicas e centro olímpico.

Fonte: SÃO PAULO. Prefeitura de São Paulo. Secretaria de desenvolvimento urbano, 2015.

Anexo L- Resumo: Prioridades da Região Sul de São Paulo

Da Política de Desenvolvimento Urbano Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Promover o desenvolvimento da região a partir de atividades econômicas compatíveis com a produção de água, áreas de mananciais e atividades rurais sustentáveis; - Estabelecer ações, programas e projetos visando à consolidação dos seguintes eixos: turismo sustentável, desenvolvimento rural, saneamento ambiental, estruturação urbana; inclusão social; gestão pública; - Tratar conjuntamente os problemas sociais e ambientais e os vetores de desenvolvimento, conjugando vários esforços para reverter à lógica da ocupação irregular dos mananciais.
Das Intervenções na Rede Viária Estrutural	<ul style="list-style-type: none"> - Promover gestões junto ao Metrô quando da implantação da futura linha 5 do Metrô, visando garantir espaços de uso público no entorno das futuras estações; - Estabelecer a ligação da via Anchieta até a Avenida Salim Farah Maluf, utilizando as margens do Córrego dos Meninos, fazendo conexão com a avenida do Estado, com um trecho em túnel até alcançar a avenida Salim Farah Maluf, interligando a região do ABC com as marginais e rodovias Dutra e Fernão Dias; - Ampliar a marginal do Rio Pinheiros e a conexão com as Áreas de Intervenção Urbanas - AIUs, permitindo maior integração e articulação dos territórios; - Rediscussão do traçado sul do Rodoanel Mário Covas e de sua função estratégica, de forma articulada entre os municípios da sub-região sul e leste da RMSP.
Das Intervenções na Rede Estrutural de Transporte Público	<p>Fica criada a Área de Intervenção Urbana - AIU 23 de Maio, ao longo do eixo das Avenidas Interlagos, Washington Luiz, Moreira Guimarães, Rubem Berta e 23 de Maio, abrangendo áreas das Subprefeituras Socorro, Cidade Ademar, Santo Amaro e Vila Mariana e Sé até os limites de atuação do Programa Ação Centro/Operação Urbana Centro.</p>
Dos Instrumentos de Intervenções Urbanas Estratégicas Regionais	<p>Fica instituída a Operação Urbana Consorciada Polo de Desenvolvimento Sul compreendendo áreas situadas nas Subprefeituras de Santo Amaro, Campo Limpo, Capela do Socorro e M'Boi Mirim, com os seguintes objetivos e diretrizes:</p> <p>Integrar as atividades do Aeroporto de Congonhas com o tecido urbano limítrofe, reorientando a logística dos transportes de passageiros e de cargas;</p>

Fonte: SÃO PAULO. Prefeitura de São Paulo. Secretaria de desenvolvimento urbano, 2015.

Anexo M - Resumo: Prioridades da Região Oeste de São Paulo

Da Política de Desenvolvimento Urbano Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Estimular e incentivar a implantação de atividades terciárias relacionadas com a economia globalizada; - Promover a extensão turística e cultural do centro metropolitano no sentido oeste alcançando o Memorial da América Latina; - Permitir e estimular a implantação de atividades esportivas, turísticas e culturais, aproveitando a extensa planície aluvial existente, com a implantação de um novo Estádio na Água Branca; - Estimular a cooperação e o consórcio entre as estruturas públicas descentralizadas do Poder Público Municipal e as instituições públicas, organizações não governamentais e empresas privadas na produção de serviços públicos;
Das Intervenções na Rede Viária Estrutural	<ul style="list-style-type: none"> - Ampliar e duplicar o entroncamento da Avenida Heitor Penteado com a Avenida Cerro Corá; - Implantar a passagem em desnível no entroncamento da Avenida Rebouças com a Avenida Faria Lima; - Construir túnel sob a Avenida Giovanni Gronchi e sob o Parque da Previdência para reduzir o impacto do tráfego de passagem nos bairros residenciais.
Das Intervenções na Rede Estrutural de Transporte Público	São definidas como intervenções na Rede Estrutural de Transporte Público aquelas referentes ao sistema de transporte de alta e média capacidade, que compreendem mais de uma Subprefeitura, constantes do Plano Municipal de Circulação Viária e de Transportes.
Dos Instrumentos de Intervenções Urbanas Regionais Estratégicas	São definidos como instrumentos de intervenções urbanas regionais estratégicas aqueles que promovem transformações urbanísticas numa determinada área e cujos resultados se irradiam para uma área envoltória mais abrangente, promovendo o desenvolvimento da região, na seguinte conformidade.

Fonte: SÃO PAULO. Prefeitura de São Paulo. Secretaria de desenvolvimento urbano, 2015.

Anexo N- Resumo: Prioridades da Região Central de São Paulo

Da Política de Desenvolvimento Urbano Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> -Estimular a instalação de atividades diversificadas de alta tecnologia, de atração nacional e internacional, reforçando o papel de centro metropolitano e de cidade mundial; -Fortalecer as funções turísticas de entretenimento, lazer, cultura e de negócios; -Resgatar, valorizar e incentivar a preservação do patrimônio histórico, cultural e ambiental urbano, consolidando a identidade do centro metropolitano;
Das Intervenções na Rede Viária Estrutural	<ul style="list-style-type: none"> - Promover a requalificação das vias e espaços públicos que compõem o Programa Monumenta Luz, de forma a inserir circuito cultural, identificado por meio de piso dos passeios diferenciado e por painéis que relatam de forma sucinta a importância histórica do seu conjunto arquitetônico; - Implantar a ligação da Avenida Ribeiro de Lima com Avenida Duque de Caxias, passando sob o Jardim da Luz e estrada de ferro operada pela CPTM; - Estimular a implantação de garagens subterrâneas na área interna à contra-rótula e nas proximidades dos calçadões.
Das Intervenções na Rede Estrutural de Transporte Público	<ul style="list-style-type: none"> - Operação Urbana Centro; - Programa de Reabilitação da Área Central - Ação Centro - PMSP/BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento); - Programa Monumenta - Luz em conjunto com o Governo do Estado de São Paulo.
Dos Instrumentos de Intervenções Urbanas Regionais Estratégicas	<ul style="list-style-type: none"> - Os investimentos urbanísticos regionais de cada um dos Planos Regionais Estratégicos das Subprefeituras subordinam-se à primazia das prioridades macrorregionais do município constantes do PDE e da Parte II desta lei, inclusive utilizando recursos do FUNDURB, com destaque AIU (Área de intervenção Urbana) - Vila Andrade / Paraisópolis) AIU - Ipiranga/Heliópolis; e) AIU - Aeroporto de Congonhas) - 23 de Maio.

Fonte: SÃO PAULO. Prefeitura de São Paulo. Secretaria de desenvolvimento urbano, 2015.