

TURISMO RECEPTIVO:

ESTUDO COM TURISTAS INTERNACIONAIS NA CIDADE DE SÃO PAULO¹

Isabel Cristina da Rosa²

Resumo

O trabalho buscou investigar aspectos do turismo receptivo da cidade de São Paulo, no que se refere ao atendimento de turistas internacionais. Para isso, no trabalho original foi elaborada uma fundamentação teórica relativa a alguns conceitos relativos ao Sistema de Turismo, à hospitalidade, ao planejamento e ao turismo urbano. Além disso, realizou-se um estudo de caso sobre a capital e a pesquisa de campo, objeto principal deste trabalho, a qual foi aplicada junto aos estrangeiros que a visitavam. Dessa forma, foi possível perceber que este público, de uma maneira geral, aprovou o destino, pontuando poucas reclamações. Entretanto, estas evidenciaram que a cidade não é efetivamente hospitaleira, em todas as dimensões do tema, e que estes problemas devem ser melhor administrados, tanto pelo poder público, quanto pelo privado, para que o aproveitamento da sua estadia seja maximizado.

Palavras-chave: Turismo receptivo; hospitalidade; planejamento urbano; São Paulo (cidade); turistas internacionais.

¹ Orientadora: Profa. Dra. Célia Maria de Moraes Dias. Bacharel em Comunicação Social – Relações Públicas e Turismo, pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Mestre (área de Meios de Hospedagem) e doutora em Ciências da Comunicação (área de Turismo Rural) pela ECA-USP. Co-orientador: Prof. Ms. Renê Corrêa do Nascimento. Bacharel em Turismo pela Universidade Anhembi-Morumbi, Mestre e Doutorando em Ciências da Comunicação (linha de pesquisa: Turismo e Lazer) pela ECA-USP.

² Bacharel em Turismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Abstract

The paper sought to investigate São Paulo city's tourism aspects, related to the international tourists' attendance. To achieve this purpose, in the original study a theoretical basis was developed, referred to some concepts like Tourism System, hospitality, urban planning and urban tourism. Besides, a case study about the city capital was prepared, and the practical research, the main subject of this paper, which applied with some foreigners tourists visiting the city. This way was possible to notice that this public, in a general manner, approved the destination, pointing few complaints. However, these evidenced that the city is not effectively hospitable, according to all subject dimensions, and that this problems must be better managed, not only by the public, but also by the private command, so that the stay profit may be maximized.

Keywords: Receptive tourism; hospitality; urban planning; São Paulo (city); foreigner tourists.

Introdução

A cidade de São Paulo possui destacada importância na América Latina e no cenário mundial, com seus aproximados 11 milhões de habitantes (estimativa IBGE³, 2006) e, segundo pesquisa da Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE, 2004), possui o maior Produto Interno Bruto do país (R\$160,6 bilhões). É palco da realização de aproximadamente 90000 eventos anuais (SPCV&B⁴, 2006), que dão origem a milhares de oportunidades de negócios. Possui grande riqueza histórico-cultural, acumulada em seus 453 anos de existência e pela pluralidade e diversidade de nacionalidades e etnias das quais se origina o seu povo. No Brasil é um importante destino em se tratando de chegadas internacionais, já que grande número de vôos que se originam do exterior com destino ao país levam à cidade. Dos 5.400.000 turistas internacionais que chegaram ao Brasil em 2005, 2.410.766 vieram a São Paulo (SPTURIS⁵, 2006).

Pela sua crescente importância regional e sua competência econômica, seria de se esperar que ela recebesse bem os visitantes estrangeiros, proporcionando-lhes as diversas dimensões da hospitalidade. Muitos estudiosos desta área de conhecimento, tais como Cruz (2002) e Camargo (2004) categorizaram o comportamento hoteleiro, já que é um amplo campo de estudo que pode ser aplicado em diversas áreas. Estes abordam:

- O *receber doméstico*: se dá quando aplicamos a hospitalidade ao receber hóspedes em nossa casa;

³ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

⁴ São Paulo Convention and Visitors Bureau

⁵ São Paulo Turismo S. A.

- *O receber comercial*: trata da hospitalidade como um serviço à venda, tal como ocorre, por exemplo, na hotelaria⁶;
- *O receber público*: é aquele que trata das comunidades, em especial as cidades, onde o poder público é o administrador e responsável pela hospitalidade.

As cidades, assim como as pessoas comuns e os profissionais, também podem ser ou não hospitaleiras, e daí a importância de se realizar um planejamento adequado à realidade local. Este foi o foco de maior atenção do trabalho, o qual buscou investigar se a cidade está organizada satisfatoriamente no seu plano receptivo e, assim, se está realmente apta a recebê-los com a verdadeira hospitalidade, em todas as suas dimensões. É resultado dos estudos realizados no desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso (Rosa, 2007).

1. Procedimentos Metodológicos

Inicialmente, no estudo original, foi elaborada a fundamentação teórica, que abordou temas como *A visão sistêmica do turismo*, *O turismo e os domínios da hospitalidade*, *O processo do planejamento e a organização otimizada do espaço urbano para o turismo*, permitindo compreender os diversos aspectos que estão relacionados e influenciam o turismo receptivo internacional de São Paulo. Além disso, realizou-se um estudo de caso sobre a cidade e a pesquisa de campo.

⁶ Neste domínio, deve-se atentar para o fato de muitos autores, como Cruz (2002), só considerarem hospitalidade como um ato verdadeiro quando se praticam ações além do previsto em contrato, já que trata-se de um ato espontâneo, sem envolver qualquer tipo de interesse.

Esta última - foco principal deste trabalho - deu-se através da aplicação de 51 entrevistas estruturadas com os turistas estrangeiros que visitavam a cidade a lazer. Devido à grande dimensão da metrópole, a determinação da amostra não possui caráter probabilístico, mas buscou-se realizar uma seleção representativa, que possibilitasse a inclusão de diversos perfis dentro da amostra.

Selecionou-se a categoria de visitantes a lazer pois a cidade recebe um grande número de turistas a negócios, que vêm apenas para trabalhar e, em geral, não aproveitam ou pouco aproveitam dos atrativos culturais, recreativos e equipamentos relacionados que a cidade possui, e, portanto, dificilmente têm conhecimento sobre suas qualidade e carências. Além disso, muitas vezes estes se utilizam de serviços diferenciados, a exemplo do transporte particular, não usufruindo ou usufruindo pouco da infra-estrutura básica e dos serviços públicos do município.

A pesquisa objetivou conhecer os perfis dos turistas estrangeiros a fim de descobrir suas necessidades específicas, e sua opinião sobre a maneira como a cidade os está recebendo. Conhecendo estes aspectos busca-se corrigir as eventuais falhas e realizar uma recepção de melhor qualidade.

2. Análise dos Resultados

A maior porcentagem dos entrevistados equilibrou-se dentre 3 nacionalidades distintas: americanos, franceses e argentinos, cada um representando 12% do total. A proporção entre visitantes do sexo feminino (43%) e masculino (57%) também se manteve

equilibrada. Este resultado pode ser explicado por uma grande quantidade de entrevistados ser formado por casais. Isto pode ser percebido ao se cruzar os dados *faixa etária* e *sexo*, apresentando quadro semelhante tanto para as mulheres quanto para os homens. Portanto, é possível denotar que grande parte dos entrevistados eram casais de faixa etária próxima. A maioria dos entrevistados do sexo feminino (14%) era formada por jovens, na faixa entre 21 e 25 anos, a mesma idade apresentada pela maior parte dos homens (18%). Este perfil foi seguido por turistas com mais de 60 anos, o segundo grupo que obteve maior número de entrevistados (6% das mulheres e 10% dos homens).

Em se tratando da escolaridade, o índice dos entrevistados é alto, se comparado à média brasileira. A grande maioria (60%) possui ensino superior completo, seguida por entrevistados com ensino médio completo (15%) - na maioria jovens na faixa dos 18 anos - e com pós-graduação (10%). A variável *escolaridade* possui relação direta com os itens *país de residência* e *faixa etária*. Enquanto que, em alguns casos, a faixa etária condiciona o nível escolar no universo amostral, o país de origem revela seu índice de desenvolvimento humano, o qual condiz com o tempo de estudo da maioria de seus habitantes. É possível perceber este fato pela alta taxa de indivíduos com nível superior completo e a maioria dos entrevistados ser proveniente do continente europeu (49%), caracterizado por altos níveis de desenvolvimento de seus países.

Quando questionados sobre como obtiveram informações a respeito da cidade, as quais contribuíram na escolha pelo destino, a maior parte dos visitantes respondeu através de amigos e familiares que já a conheciam (27%) e por pesquisa e informações de publicações ou através dos meios de comunicação de massa (27%).

Este resultado mostra a importância do bom recebimento destes visitantes que, se bem acolhidos, recomendarão o destino através da eficaz propaganda boca a boca a seus amigos e familiares, pois foi desta maneira que eles próprios realizaram a escolha pela cidade. Da mesma forma, é fundamental manter uma boa imagem veiculada no cenário internacional, o que poderá determinar a vinda dos turistas estrangeiros.

São Paulo é uma metrópole que se destaca por ser um pólo de grande diversidade cultural e étnica, representando uma qualidade diferencial da cidade. Devido ao processo de imigração, a composição de sua população se deu de maneira heterogênea, resultando de grande miscigenação e do convívio harmonioso de várias etnias. Esta qualidade é a característica que mais atrai os turistas internacionais ao município. Ao responder sobre as motivações da viagem, a qual permitia múltiplas alternativas, o expressivo número de 82% dos entrevistados confirmou interessar-se por este aspecto, representado pelos atrativos de caráter histórico-cultural. A busca pela gastronomia também é bem significativa, já que foi a segunda opção mais respondida (57%).

Questionou-se a opinião dos entrevistados em relação às qualidades e defeitos da cidade, no que diz respeito ao turismo em geral e, mais especificamente, à recepção dos turistas estrangeiros. Dentre os pontos positivos a maior parte dos entrevistados (25%) destacou os serviços privados, tais como a hospedagem e gastronomia, e públicos, como o atendimento das centrais de informações turísticas e o transporte realizado pelo metrô.

O aspecto da grandiosidade, percebida pela presença de inúmeros e variados edifícios, também foi levantado como outro fator bem visto (20% do total). Muitos admiram e se surpreendem com a imensidão da metrópole, pois não imaginaram anteriormente tal

dimensão, a qual supera sua expectativa. A arquitetura se alia a essa imagem pois é o componente visual que mais se destaca no ambiente urbano de São Paulo.

Dentre os pontos negativos mais citados está a alternativa *nenhum*, com 29%. Isto se deu de uma maneira interessante pois os visitantes, ao darem esta resposta, alegaram que pela grande dimensão da cidade e, em muitos casos, também serem provenientes de grandes cidades, acreditam que problemas como trânsito, poluição e infra-estrutura falha são compreensíveis pois vivenciam estas questões no seu dia-dia. Eles são conscientes sobre a grande dificuldade de oferecer serviços de qualidade em grandes espaços urbanos, para uma grande população, ainda mais se tratando de um país em desenvolvimento.

Alguns itens aparecem tanto na listagem dos pontos positivos quanto negativos. O fato de a infra-estrutura e serviços aparecerem entre os mais citados nos dois casos (com 25% do total positivamente e 27% negativamente) se deve por setores específicos. Segundo relatos dos entrevistados o metrô é bem visto, por sua limpeza e segurança, enquanto que os ônibus são mal cotados por não possuírem regularidade de horários e possuir rotas de difícil compreensão, além de existir pouca informação sobre as mesmas, ainda mais em outros idiomas.

A grandiosidade também é citada positiva (20%) e negativamente (8%). Se, por um lado, ela é admirada e surpreendente, por outro ela traz malefícios, tais como a dificuldade de locomoção e de localização por parte dos estrangeiros. Como o metrô, que na pesquisa foi o meio de transporte mais aprovado pelos estrangeiros, possui pequena extensão, muitas vezes deixam de ir a algum atrativo pois não conseguem se utilizar do ônibus urbano.

Grande parte dos entrevistados, 70%, ofereceu sugestões para a melhoria da sua recepção. Neste item, representado por uma questão aberta, confirmam-se as dificuldades

enfrentadas pelos estrangeiros no que diz respeito à falha na comunicação pela carência de informações em outros idiomas, campo onde 25% dos visitantes respondeu haver necessidade de melhoria. É possível que isto faça com que ele não aproveite tanto sua estadia como desejava, se sinta de certa forma excluído e, em alguns casos, possa até desaprovar o destino.

Entretanto, é positivo índice de 13% indicando que a cidade os recebe bem e por isso não possuem sugestões, acreditando que não há necessidade de mudanças. Também são pertinentes à análise os 10% que crêem que os serviços devam ser melhorados, mostrando que existe a necessidade de se investir neste campo a fim de aprimorar a recepção. Isto pode denotar que há uma alta exigência para com o setor.

Mesmo com diversos problemas estruturais, sociais e econômicos, apontados pelos estrangeiros, quase a totalidade deles (90%) avaliou positivamente sua estadia e pretende retornar ou recomendá-la para que outras pessoas a conheçam. Este resultado, de certa forma paradoxal, pode ser referendado pelo que já foi abordado anteriormente: pela dimensão da cidade os turistas, apesar de reconhecer suas falhas, as compreendem pois sabem da dificuldade para administrá-la.

O simples fato de ter apreciado a cidade é o motivo da maioria que pretende voltar outras vezes ou indicar o destino (43%). A existência de inúmeros atrativos e a necessidade de mais tempo do que o planejado para conhecê-los é a razão de 38% dos que pretendem retornar ao destino. Participar de certos eventos culturais que ocorrem em datas determinadas é o que 5% dos entrevistados buscam na próxima estadia.

A última questão pedia uma avaliação de serviços gerais da cidade, direta ou indiretamente relacionados ao turismo. Foram avaliados os itens: *informações turísticas /sinalização, acomodação, limpeza urbana, segurança pública, hospitalidade, trânsito,*

assistência médica e segurança. De uma maneira geral grande parte foi avaliada positivamente, com respostas variando na maioria das vezes entre *ótimo, bom e regular*.

Itens que foram respondidos da maneira já esperada foram *limpeza urbana*, que variou na maior parte entre *boa e regular*; acomodação, entre *boa e ótima* e *trânsito*, entre *regular e ruim*.

Já outros surpreenderam, cada um em seu aspecto. O item *sinalização/informações turísticas* teve a maioria das respostas entre classificações bem distintas, boa e ruim, o que pode denotar divergências de opiniões e de níveis de exigência com o serviço. A hospitalidade foi bem avaliada, conforme se imaginava. Entretanto, o que a torna inesperada foi o alto índice de aprovação, que foi de 94% se somadas as respostas dadas para *boa e ótima*, não havendo nenhuma escolha para as respostas *ruim* ou *péssimo*. Por último, o item *segurança* teve aprovação de 70%, que a considerou boa. Isto pode ser explicado pelo fato dos turistas circularem por determinados lugares da cidade, basicamente a região central e bairros circunvizinhos, que não possuem as características previamente entendidas como inseguras.

Deve-se ressaltar certas peculiaridades dos itens *assistência médica e transporte público*. O primeiro foi escolhido para ser questionado objetivando descobrir se os viajantes possuem informações sobre a mesma, que é utilizada somente em casos de emergência. Observou-se que a grande maioria não tem este tipo de informação, já que 96% disseram não saber do assunto relativo à cidade, ou seja, buscam informações somente em caso de extrema necessidade de utilização do serviço. Dentre eles, 18% viajam com um seguro internacional, ou seja, possuem certa assistência caso seja necessário. Já em relação ao transporte público, que teve maior parte das respostas para a alternativa *bom* (55%), a maioria explicitou a

diferença entre o metrô e o ônibus. Conforme já foi explicitado anteriormente, o primeiro teve aprovação e o segundo foi desaprovado.

Considerações Finais

Em função da pesquisa realizada, foi possível perceber que o turismo receptivo da cidade de São Paulo está progredindo aos poucos. Até o ano de 2004, nem sequer havia um órgão oficial voltado apenas para o turismo local, já que a antiga Anhembi Turismo e Eventos acumulava inúmeras funções, além do comando da atividade em si. Atualmente, a São Paulo Turismo, respondendo aos seus objetivos principais, tem realizado diversas ações que visam desenvolver o turismo, algumas delas favorecendo inclusive os visitantes estrangeiros. A realização de pesquisas estatísticas, por exemplo, é importantíssima para que seja possível realizar um planejamento eficaz, adequado à realidade e às necessidades locais, além de funcionar como um mecanismo de avaliação do trabalho efetuado.

Entretanto, o órgão encontra diversas barreiras que impedem, atrasam ou comprometem seus trabalhos. A burocracia, comum ao setor público nacional, a falta de cooperação com outros órgãos relacionados ao turismo e de recursos financeiros são algumas razões para este quadro. Isto faz com que a atividade turística se desenvolva lentamente e, por isso, muitas vezes deixe de oferecer uma estadia de qualidade - verdadeiramente hospitaleira - para os visitantes internacionais.

Por meio da pesquisa foi possível confirmar o que já se suspeitava: o paulistano em si é hospitaleiro para com o turista estrangeiro. Isto no sentido puro da palavra, de oferecer

algum tipo de amparo ou auxílio (que não precisa ser, necessariamente, comida e abrigo, mas uma simples informação, por exemplo) sem esperar nada em troca. Os estrangeiros aprovaram, e muito, sua acolhida no local. Todavia, essa hospitalidade não é necessariamente a mesma efetuada na esfera do poder público, responsável pela política oficial de turismo e de serviços relacionados e, muitas vezes, nem mesmo pelo poder da iniciativa privada.

Nacionalmente a cidade possui notoriedade, propagada pela mídia, de possuir serviços particulares de qualidade, muitos em nível internacional. Entretanto, através de relatos dos entrevistados foi possível perceber que o maior problema deste setor é a dificuldade de comunicação, ou seja, seus funcionários não dominam diferentes idiomas, como o inglês, atualmente tido como idioma fundamental para quem quer se inserir no mercado de trabalho. Para quem deseja atuar, direta ou indiretamente, com a atividade turística, o domínio de idiomas é indispensável, entre outras coisas, para que se atenda bem o visitante. Uma simples atitude de promover capacitação profissional já amenizaria, e muito, esta questão.

Outro caso relatado sobre serviços privados se relaciona com a questão da falta de conscientização sobre a importância do turismo para a cidade. Houve caso de abuso de cobrança por serviço privado, fato infelizmente comum no país onde se tenta aproveitar da dificuldade de comunicação do turista estrangeiro. Este tipo de comportamento ainda existe por parte de alguns dos trabalhadores desses serviços, que não percebem o prejuízo causado na imagem do destino, o que poderá acarretar consequências negativas em seu próprio campo de trabalho. Esta compreensão é fundamental para que a atividade tenha êxito, pois ela está relacionada a diversas áreas e equipamentos, e necessita do trabalho conjunto de todos.

Da mesma forma, esta mentalidade ainda não faz plenamente parte das ações do setor público. Foram vários os pontos negativos de administração desta esfera citados pelos

estrangeiros. Eles possuem necessidades específicas, as quais precisam de atuação de diversas áreas para ser atendidas. Uma das suas principais reivindicações é de haver falta de sinalização em outros idiomas, tanto para se chegar aos pontos turísticos, quanto nas ruas.

Dentro dos próprios atrativos turísticos, como museus, por exemplo, as indicações em outros idiomas também são raras. Elas são imprescindíveis para que os turistas possam compreender seu conteúdo, como as explicações de uma exposição. Alguns entrevistados desistiram de visitar alguns deles ao saber que não havia este tipo de sinalização e, por isso, não entenderiam as explicações. Já o metrô, o qual se pôde perceber que é muito utilizado pelos estrangeiros, possui algumas sinalizações de pontos turísticos, mas que ainda são poucas. Seria importantíssima a implantação de um sistema de sinalização turística na cidade, ao longo das vias, e em seus diversos atrativos. Todavia, para isso, se faz necessária a colaboração da CET⁷, a qual deveria entrar em acordo com a SPTuris para que isto fosse possível.

Esta última, por sua vez, também pode melhorar os resultados de seu trabalho. Em se tratando das Centrais de Informações Turísticas (as CITs), que auxiliam os visitantes estrangeiros, quase sua totalidade não possui computadores com acesso à internet, instrumento que aprimoraria e agilizaria seu atendimento. A região sul da cidade, que possui diversos hotéis - principalmente próximos à marginal Pinheiros - e se desenvolve como novo pólo de negócios da cidade, não possui nenhuma CIT. Elas seriam úteis para incentivar estes turistas, que vem a trabalho, também aproveitarem a cidade a lazer. Uma ação que também aprimoraria a hospitalidade para este público seria o oferecimento de um serviço de informações turísticas realizadas por telefone, assim como já existe em algumas cidades brasileiras, tais como Joinville, em Santa Catarina.

⁷ Companhia de Engenharia de Tráfego

Há que se realizar um planejamento que vise tornar este atendimento mais eficiente, pois se trata de um canal de comunicação entre o órgão municipal e o turista internacional. Além disso, seu atendimento influencia na imagem que o visitante adquire da cidade.

Assim como o Turismetrô, oferecido também aos visitantes estrangeiros, uma parceria com a SPTrans poderia resultar em um planejamento de uma linha turística de ônibus, que, da mesma forma, tivesse a disponibilidade de guias que dominem alguns idiomas. Este foi o meio de transporte público pior avaliado pelos por eles, que encontram grandes dificuldades de utilizá-lo. Entretanto ele é necessário para se locomover até pontos turísticos de grande importância para a cidade, tais como o Museu Paulista, que é pouco conhecido por este tipo de turista pela sua dificuldade de acesso, e o Instituto Butantã, muito procurado por ele.

Através da pesquisa, percebeu-se que a cidade está recebendo certos grupos específicos de estrangeiros: casais, jovens e terceira idade. Já existe um roteiro temático voltados para o primeiro grupo, denominado *Romance*, entretanto ele, assim como todos os 9 roteiros oficiais planejados pela SPTuris, só são implantados por agências de receptivos da cidade. Não existe nenhum guia que ofereça suas opções de passeio caso o turista deseje realizá-lo por conta própria. Já para os outros dois grupos, não existe programação pré-definida que atenda suas expectativas peculiares. Pode-se aproveitar melhor a vinda destes grupos através de um planejamento voltado para eles.

Já uma maneira de atender diversas faixas etárias é investindo nos atrativos culturais, na preservação do patrimônio histórico e na melhor divulgação da gastronomia paulistana. Estes foram os tipos de atrações mais procurados por todas as faixas etárias dos turistas estrangeiros. A cidade já possui esta qualidade de grande riqueza cultural, que precisa ser constantemente divulgada. Também é importante que seu patrimônio seja continuamente

preservado, para que possa ser aproveitado turisticamente, além de possibilitar a transmissão da história e cultura local para futuras gerações de turistas ou mesmo de residentes.

Em se tratando de segurança, questão de preocupação dos visitantes internacionais, as Delegacias de Atendimento ao Turista poderiam aprimorar sua coleta de dados. Assim, efetuariam pesquisas estatísticas regularmente para descobrir os casos mais freqüentes e propor ações que visem evitá-los, ou ao menos, minimizá-los. Sua divulgação também precisa ser melhor realizada, já que seu telefone é pouco divulgado, inclusive pelos materiais impressos distribuídos nas CITs.

É necessária a realização de inúmeras ações de planejamento urbano, planejamento turístico e de investimentos na capacitação profissional dos serviços privados para que a cidade de São Paulo receba o turista estrangeiro, oferecendo a eles qualidade e atenção que reflitam a todos os domínios da hospitalidade. Por se tratar de uma destacada cidade da América Latina, e de um portão de entrada dos turistas internacionais no país estas ações são de extrema importância. Espera-se que o planejamento da atividade e as ações que vem sendo realizadas com sucesso, tenham continuidade a cada gestão, independentemente de interesses políticos, pois o mais importante é o seu desenvolvimento e seus benefícios para a população.

A cidade não precisa, necessariamente, receber maior quantidade de visitantes internacionais, pois já é bem visitada. Em seu lugar ela poderia oferecer as condições para que eles retornem mais satisfeitos por terem maximizado o aproveitamento da sua estadia e propaguem uma boa imagem da capital.

Referências Bibliográficas

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2002.

BIGNAMI, Rosana Viana de Sá. . **A imagem do Brasil no turismo: construção, desafios e vantagem competitiva**. São Paulo: Aleph, 2002.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.

DIAS, Celia Maria de Moraes. **Hospitalidade – reflexões e perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

GRINOVER, Lucio. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo e espaço rumo a um conhecimento transdisciplinar**. São Paulo: Hucitec, 1997.

ROSA, Isabel Cristina da. **Turismo Receptivo: Estudo com Turistas Internacionais na Cidade de São Paulo**. 2007. Monografia (Conclusão de curso) – Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações e Artes, São Paulo.

SÃO PAULO TURISMO; PREFEITURA DA CIDADE DE SÃO PAULO. **Indicadores do turismo paulistano 2006**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <fabiom@spturis.com> em 07/02/2007.

SOLHA, Karina Toledo. Política de Turismo: Desenvolvimento e Implementação. In: RUSCHMANN, Doris van de Meene; SOLHA, Karina Toledo (orgs.). **Planejamento Turístico**. Barueri, SP: Manole, 2006. Cap. 5.

TAVARES, Adriana de Menezes. **Situação atual do turismo receptivo na cidade de São Paulo**. 1995. Monografia (Conclusão de curso) – Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações e Artes, São Paulo.

TYLER, Duncan; GUERRIER, Yvonne; Roberson, Martin (org.); GUERRA, Gleice Regina (trad.). **Gestão de turismo municipal**. São Paulo: Futura, 2001.

<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php> Acesso em 22/01/07

<http://www.seade.gov.br/produtos/msp/index.php> Acesso em 22/01/07

www.spcvb.com.br Acesso em 20/10/06