CÂMARA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ

ESTADO DE SÃO PAULO

Identificação da Norma

LEI Nº 8569/2015

Ementa

Institui a POLÍTICA MUNICIPAL DE TURISMO DE JUNDIAÍ e aprova o PLANO MUNICIPAL DE TURISMO.

Data da Norma	Data de Publicação	Veículo de Publicação
28/12/2015	**30/12/2015**	**IOM 4124**

Matéria Legislativa

Projeto de Lei nº 11961/2015 - **Autoria: Prefeito Municipal**

Status de Vigência

Em vigor, com revogação parcial

Observações

Plano Municipal de Turismo substituído pelo aprovado na Lei nº. 9.550/20.

Histórico de Alterações

Data da Norma	Norma Relacionada	Efeito da Norma Relacionada
10/06/2020	Lei nº 9436/2020	Alterada por
30/11/2020	Lei nº 9550/2020	Alterada por
26/06/2024	Lei nº 10188/2024	Revogada parcialmente por

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

*[Texto compilado – atualizado até a Lei nº 9.436, de 10 de junho de 2020]**

LEI N.º 8.569, DE 28 DE DEZEMBRO DE 2015

Institui a POLÍTICA MUNICIPAL DE TURISMO DE JUNDIAÍ e aprova o PLANO MUNICIPAL DE TURISMO.

O **PREFEITO DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ**, Estado de São Paulo, de acordo com o que decretou a Câmara Municipal em Sessão Extraordinária realizada no dia 22 de dezembro de 2015, **PROMULGA** a seguinte Lei:-

Art. 1º. Fica instituída a Política Municipal de Turismo de Jundiaí em observância aos princípios constitucionais da livre iniciativa, da descentralização, da regionalização e do desenvolvimento econômico-social justo e sustentável, com a finalidade de promover, incentivar e desenvolver o turismo de Jundiaí, garantindo a qualidade de vida da comunidade e o bem-estar do turista.

Art. 2º. São princípios norteadores da Política Municipal de Turismo de Jundiaí:

I – fomentar o turismo de maneira sustentável;

II – respeitar a comunidade e promover benefícios diretos à mesma, como resultados da atividade;

III – gerar renda e empregos para a população local;

IV – promover a valorização e a conservação do patrimônio material e imaterial, cultural, histórico, agrícola e ambiental.

Art. 3º. São objetivos da Política Municipal de Turismo de Jundiaí:

I – promover a infraestrutura necessária e adequada ao pleno desenvolvimento das atividades turísticas, com base na valorização e conservação do patrimônio cultural, histórico, ambiental e rural;

II – consolidar o Município como destino de destaque frente ao turismo nacional;

III – fortalecer as relações com os municípios que compõem o Circuito das Frutas, valorizando a região turística e fomentando o seu posicionamento como região de destaque para o turismo rural no mercado nacional;

* **Esta compilação foi elaborada pela Câmara Municipal de Jundiaí com a finalidade de facilitar a consulta por munícipes e demais interessados. Ela não substitui as leis publicadas na Imprensa Oficial do Município.**

IV – efetuar o planejamento regional integrado, alinhado com os Municípios que compõe o Circuito das Frutas;

V – fortalecer a organização do turismo local;

VI – realizar o desenvolvimento sistêmico dos segmentos do turismo em destaque no Município, quais sejam, turismo rural, turismo cultural, turismo de negócios, turismo gastronômico, ecoturismo, turismo pedagógico, turismo enológico e turismo de eventos, além de apoiar outros segmentos que venham a se estruturar;

VII – ampliar a permanência do turista no Município;

VIII – manter atualizado e ativo sistema de atendimento para fornecimento de informações turísticas municipais;

IX – promover e divulgar os atrativos turísticos e a infraestrutura turística do Município;

X – fomentar a produção artesanal local, promovendo a ampliação dos pontos de comercialização;

XI – incentivar os eventos de interesse turístico;

XII – realizar a Festa da Uva de Jundiaí, valorizando a produção e a identidade cultural local;

XIII – desenvolver e implementar as Rotas Turísticas do Município;

XIV – criar ferramentas para incentivar o turismo local e, em especial, o turismo rural;

XV – apoiar e fomentar a qualificação profissional da mão de obra relacionada direta e indiretamente com o turismo;

XVI – elaborar e revisar a cada 3 (três) anos o Plano Municipal de Turismo, atendendo as orientações da Política instituída por esta Lei, com a participação direta do Conselho Municipal de Turismo na estruturação e implementação do mesmo.

Parágrafo único. O turismo pedagógico, referido no inciso VI do "caput" deste artigo, inerente ao patrimônio ambiental, histórico, cultural, artístico, turístico e paisagístico do Município, tem os seguintes objetivos específicos: *(Acrescido pela Lei n.º 9.436, de 10 de junho de 2020)*

I – realização de visitas monitoradas de estudantes aos parques, praças, ruas e bairros que contêm elementos desse patrimônio, bem como a monumentos, museus, teatros, bibliotecas e universidades;

II – pleno acesso dos estudantes a esse patrimônio, com democratização do conhecimento, compreensão integrada, estímulo e fortalecimento da consciência crítica sobre as questões que os envolvem;

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

III – promoção, valorização e incentivo à participação individual e coletiva, permanente e responsável, na preservação desse patrimônio.

Art. 4º. O Município, visando à consecução dos objetivos previstos no art. 3º desta Lei, promoverá as seguintes ações:

I – formalização de convênios de intercâmbio e cooperação financeira com entidades públicas e privadas para o desenvolvimento de projetos e ações de fomento ao turismo, bem como para a realização de eventos de interesse turístico;

II – ampliação do número de atrativos turísticos públicos ou privados;

III – apoio à implantação e manutenção de novos empreendimentos diretamente vinculados ao setor, incluindo meios de hospedagem, serviços de alimentação voltados ao atendimento de turistas, agências de turismo, empreendimentos vinculados ao turismo rural, sítios e fazendas que ofereçam atendimento a turistas e outros empreendimentos e atrativos diretamente relacionados ao turismo;

IV – implementar o selo de qualidade do Turismo Rural.

Parágrafo único. O Conselho Municipal de Turismo – COMTUR acompanhará as ações a serem desenvolvidas na implementação da Política Municipal de Turismo.

Art. 5º. Fica aprovado o Plano Municipal de Turismo, descrito no Anexo, que passa a fazer parte integrante desta Lei, sendo que as suas revisões poderão ser aprovadas por meio de decreto do Executivo.

Art. 6º. Os programas e projetos da Secretaria Municipal de Agricultura, Abastecimento e Turismo e Secretarias afins à Política Municipal de Turismo se integrarão de forma intersetorial nas ações estratégicas finalísticas, observando o disposto na legislação orçamentária vigente.

Art. 7º. As despesas necessárias à execução da Política Municipal de Turismo e do Plano Municipal de Turismo serão arcadas com recursos consignados ao Fundo Municipal de Turismo – FUMTUR, criado pela Lei Municipal n.º 8.360, de 17 de dezembro de 2014, mediante previsão nas leis orçamentárias municipais.

Art. 8º. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

PEDRO BIGARDI

Prefeito Municipal

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 4)

Publicada na Imprensa Oficial do Município e registrada na Secretaria Municipal de Negócios Jurídicos da Prefeitura do Município de Jundiaí, aos vinte e oito dias do mês de dezembro de dois mil e quinze.

EDSON APARECIDO DA ROCHA

Secretário Municipal de Negócios Jurídicos

\scpo

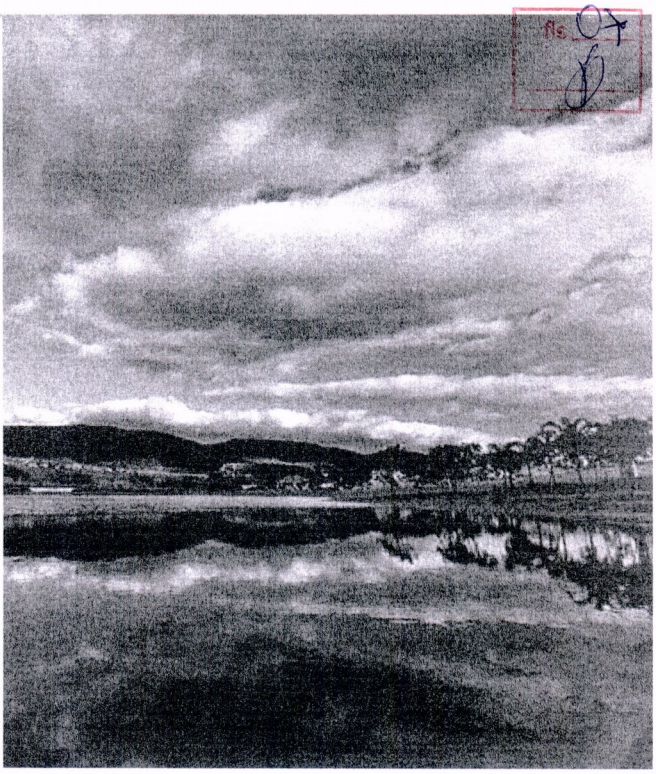
Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 5)

Política e Plano Municipal de Turismo de Jundiaí

Diagnóstico e Prognóstico

2015



Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 6)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 08

Sumário

Apresentação ____ 4
Aspectos Metodológicos ____ 6
Diagnóstico: Cenário Turístico de Jundiaí ____ 9
Análise SWOT ____ 19
Análise da Concorrência ____ 21
- Turismo Cultural ____ 21
- Itu - Análise da Concorrência – Turismo Cultural ____ 22
- Festas Tradicionais – Turismo de Eventos ____ 23
- Holambra - Análise da Concorrência – Festas ____ 24
- Turismo Gastronômico ____ 26
- Campinas (Distritos de Sousas e Joaquim Egídio) - Análise da Concorrência – Turismo Gastronômico ____ 27
- Vinho – Turismo Enogastronômico ____ 28
- São Roque - Análise da Concorrência – Turismo Enogastronômico ____ 29
- Serra do Japi - Ecoturismo ____ 30
- Turismo Rural ____ 31
- Acolhida na Colônia - Análise da Concorrência – Turismo Rural ____ 32

Tendências do Turismo em Jundiaí ____ 34
Prognóstico ____ 39
Política Municipal de Turismo ____ 41
Plano Municipal de Turismo ____ 44
- Planejamento do Turismo no Município ____ 44
- Diretriz Geral ____ 47

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 7)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 09

Objetivos do Plano Municipal de Turismo ____ 47

Programas ____ 48

1. Programa de Articulação Institucional ____ 48
2. Programa de Melhorias na Infraestrutura Turística de Jundiaí ____ 48
3. Programa de Desenvolvimento de Produtos Turísticos ____ 49
4. Programa de Qualificação do Turismo Local ____ 50
5. Programa de Comunicação Turística ____ 51

Implementação ____ 51

Prazos ____ 52

Considerações Finais ____ 53

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 8)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls 10

Apresentação

O turismo tem crescido de forma sensível nos últimos anos. De acordo com dados da Pesquisa realizada pela Diretoria de Turismo da Prefeitura do Município de Jundiaí, somente em 2014, apesar da instabilidade que caracterizou este ano, foi registrado um crescimento de 19% no fluxo de turistas recebidos no município, considerando-se dados como fluxo de visitantes nos principais atrativos e ocupação dos hotéis no período.[1]

No entanto, esse crescimento não acontece por acaso.

Cada vez mais, o turismo tem se organizado e estruturado enquanto eixo alavancador de desenvolvimento de inúmeras regiões e municípios. Com destaque mais efetivo nos últimos anos, a atividade se consolida e fortalece em núcleos receptivos que se organizam de modo a planejar o turismo local, minimizando seus impactos negativos e otimizando o aproveitamento dos impactos positivos que a atividade desencadeia.

O planejamento turístico é compreendido, por Ruschmann e Widmer (2001, p. 67), como o processo que tem como finalidade ordenar as ações humanas sobre uma localidade turística, bem como direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada, evitando efeitos negativos nos recursos que possam destruir ou afetar sua atratividade.

O planejamento, por sua vez, para que traga os resultados de desenvolvimento esperados, caracteriza-se como processo que prioriza o crescimento e o desenvolvimento econômico e social, permeado por diretrizes e estratégias de atuação sustentável, com o objetivo de desenvolver e/ou fortalecer determinados destinos, integrando a comunidade e os inúmeros atores sociais que compõem o sistema produtivo do turismo. Só assim todos se beneficiam de forma igualitária da atividade turística.

Assim, o planejamento baseia-se em um tipo de atuação que direciona as ações no destino de forma responsável, em especial perante o uso dos recursos naturais e culturais, e se estabelece a partir de valores bem definidos, que se solidificam e se norteiam pelo compromisso com o bem-estar das futuras gerações.

---

[1] Jundiaí: Turismo em Números 2014 - Pesquisa de Perfil da Demanda e Fluxo Turístico de Jundiaí. Diretoria de Turismo. Jundiaí, 2015.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 9)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls.

Este modelo de planejamento se materializa na forma do Plano Municipal de Turismo, documento composto por uma profunda análise das características da localidade, um mapeamento da estrutura turística e uma avaliação sistematizada do potencial turístico local, identificando áreas prioritárias para desenvolvimento de projetos, investimentos e ações.

O Plano Municipal de Turismo é um instrumento de planejamento que se estrutura enquanto documento mais abrangente e direcionador das atividades de planejamento turístico local. Um plano de desenvolvimento ou plano municipal engloba a análise de todas as variáveis envolvidas com o fenômeno turístico, que vão desde a ordenação geopolítica e administrativa da região objeto de estudo, passando pelo inventário dos recursos naturais, culturais e artificiais, traçando ainda o perfil socioeconômico do município. A estrutura do plano descreve e identifica o estágio do desenvolvimento turístico local e, a partir da análise destas informações, avalia tendências regionais, nacionais e internacionais de desenvolvimento de destinos.

Após um estudo preliminar, desenvolve-se o diagnóstico da atividade turística local, diagnóstico este realizado por meio da utilização de diversas metodologias de planejamento estratégico. Esta etapa dá subsídios para a construção do prognóstico da atividade turística, que traz um desenho da perspectiva de desenvolvimento do turismo na localidade, por meio da elaboração de diretrizes, metas e ações que irão compor uma linha que direcionará a atividade turística em nível municipal.

Este é o objetivo deste trabalho, realizado por meio da Diretoria de Turismo da Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo, com apoio do Conselho Municipal de Turismo de Jundiaí – COMTUR e do curso de turismo da Universidade Paulista – Campus Jundiaí.

Acima de tudo, pretende-se, por meio da elaboração do Plano Municipal de Turismo de Jundiaí, construir bases conceituais, estratégicas e de planejamento turístico, especialmente de desenvolvimento e de comercialização e marketing, para a consolidação de Jundiaí como destino turístico, que tenha destaque no mercado regional, estadual e nacional.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 10)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 12

Aspectos Metodológicos

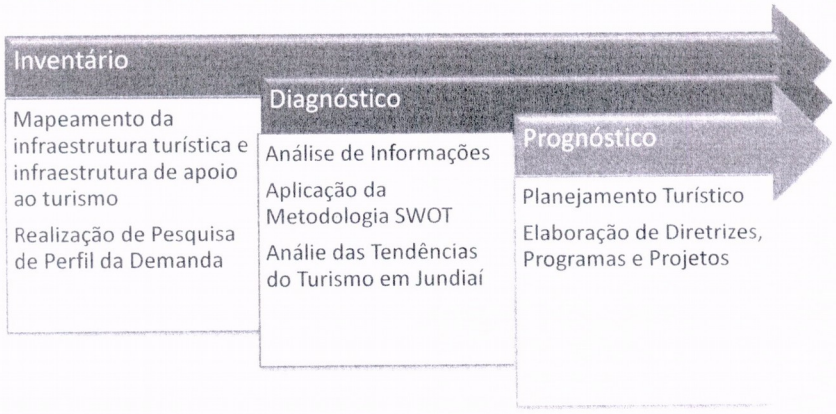
Para fins de entendimento, conceitua-se planejamento turístico como:

> [...] a preparação para a adoção de decisões que antecipem o futuro e definam ações que viabilizem os objetivos que se pretendem alcançar. Isto deve ser feito para que não ocorram impactos indesejados e inesperados, justamente pela falta de planejamento. O ato de planejar deve estar ligado às políticas de desenvolvimento do setor de turismo, envolvendo empresários, gestores públicos, instituições, turistas e, principalmente, a população residente local. (Silva e Costanaro: 2004, p. 4 -5).

O Planejamento Turístico de uma localidade materializa-se sob forma de um documento, conhecido como Plano Municipal de Turismo. A elaboração do Plano trata-se de um processo complexo, composto por três etapas.

Para cada uma das etapas desenvolvida, deriva-se um documento específico, sendo o resultado global deste processo o Plano Municipal de Turismo.

Figura 1. Etapas de Desenvolvimento do Plano Municipal de Turismo



COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 11)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 13

A primeira etapa desenvolvida é a realização do Inventário do Oferta Turística. Etapa bastante extensa em termos de trabalho, inclui a realização de um amplo e profundo mapeamento de toda a infraestrutura turística, infraestrutura de apoio ao turismo e atrativos turísticos do município.

Este levantamento de informações é realizado a partir de duas fontes específicas de pesquisa: as fontes secundárias, ou seja, a partir da análise de pesquisas já realizadas anteriormente, e o levantamento de informações em fontes primárias, sendo este levantamento realizado por meio do método de varredura, quando a cidade, objeto de estudo, é toda mapeada, fazendo-se o levantamento e a atualização de informações *in-loco*. Esta etapa também é chamada de pesquisa de campo.

No caso do Plano Municipal de Turismo de Jundiaí, a base, em termos de fonte secundária, foi a primeira edição do Plano Municipal de Turismo realizada na cidade, pelos alunos da Universidade Paulista, em meados de 2008. Já a pesquisa de campo foi realizada ao longo do segundo semestre do ano de 2014.

O cruzamento das informações colhidas com a atualização do documento anterior deu origem ao Inventário Turístico de Jundiaí – 2015.

Este primeiro documento, ou seja, o Inventário trata-se de uma fotografia real e dimensionada da situação da atividade turística na cidade, incluindo importantes informações como número de meios de hospedagem e capacidade hoteleira existente, número de agências de viagens e meios de alimentação, tipos de atrativos turísticos disponíveis e tantas outras informações relacionadas a infraestrutura turística local e a infraestrutura de apoio ao turismo.

Também compõe a primeira etapa do processo de Planejamento Turístico e elaboração do Plano Municipal de Turismo do Município a realização da Pesquisa de Perfil da Demanda e o Levantamento do Fluxo Turístico da cidade.

Esta pesquisa objetiva, além de apresentar características do fluxo turístico do município, traçar o perfil do turista que visita à cidade, identificando suas principais características, hábitos de consumo e a qualificação deste mesmo turista com relação a infraestrutura do município.

Após a realização do inventário, o passo seguinte é a realização do diagnóstico. Trata-se esta, portanto, da segunda etapa do processo de planejamento turístico e de elaboração do Plano Municipal de Turismo do Município.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 12)

Este diagnóstico tem como base as informações colhidas durante a realização do inventário.

A proposta principal da etapa do diagnóstico é identificar de maneira sistematizada a real situação do turismo no município, tendo como parâmetro a análise do município em si, por meio do mapeamento de pontos fracos e fortes e do mercado em que o mesmo está inserido, a partir da avaliação de ameaças e oportunidades deste ambiente.

Como método de realização do diagnóstico é utilizada a Análise SWOT.

Esta análise permite a avaliação do ambiente em que o município efetivamente está inserido, considerando fatores controláveis ou internos e fatores incontroláveis ou externos ao mercado em que o mesmo está inserido.

Desenvolvida na década de 70 do século passado, na Escola de Negócios de Harvard, esta metodologia permite uma forma sistematizada – embora simples - de posicionar ou verificar a posição estratégica do município no ambiente em questão. O termo SWOT é uma sigla oriunda do idioma inglês, e é um acrônimo de Forças (*Strengths*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*).

O Prognóstico, por sua vez, trata-se esta da terceira e última etapa do processo de Planejamento Turístico do Município e da elaboração do Plano Municipal de Turismo.

É no Prognóstico que são identificadas as tendências de desenvolvimento do turismo local. A análise de tendências permite, a partir de dados do diagnóstico, que sejam avaliadas projeções de fortalecimento para determinados segmentos do turismo do município e ainda potenciais segmentos a serem desenvolvidos a partir do panorama traçado pelo diagnóstico.

Finalmente, ainda no prognóstico, são elaboradas as diretrizes para o desenvolvimento do turismo local, e, a partir destas diretrizes, são estruturados os objetivos do Plano Municipal de Turismo.

Destes objetivos derivam os diversos Programas e destes programas o conjunto de projetos que compõe o Plano Municipal de Turismo de Jundiaí, aqui apresentado.

Para fins de uma melhor organização os documentos, o inventário foi sistematizado em um documento próprio, separado do Plano, embora entregue se maneira integrada.

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 13)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 15

Diagnóstico: Cenário Turístico de Jundiaí

Nos últimos anos, a atividade turística tem tomado um novo posicionamento frente ao desenvolvimento do município de Jundiaí.

Embora a cidade tenha ainda como força motriz a produção industrial, com mais de 1000 indústrias instaladas e, paralelo a essa, a vocação logística, incentivadas por dois fatores que efetivamente caracterizam a cidade que são sua localização privilegiada e o sistema viário que a atende, que inclui a Rodovia dos Bandeiras e a Via Anhanguera, respectivamente a primeira e segunda melhores rodovias do país, outros segmentos têm se estruturado e despontado.

Obviamente, ambos os fatores (força industrial e vocação logística), são, por si só, elementos que incentivam o fluxo turístico local: o turismo de negócios tem movimentado, anualmente, um significativo número de turistas para a cidade.

Somente em 2014, mais de 120 mil turistas de negócios estiveram na cidade. Com uma permanência média de três dias, estes turistas foram os principais responsáveis por uma taxa de ocupação de 68,15% dos meios de hospedagem ao longo do ano de 2014 e por uma renda projetada de mais de U$ 43.000.000 injetadas na economia local, a partir do gasto médio diário destes turistas.

Apesar de, como mencionado, a taxa de ocupação anual dos meios de hospedagem ter girado em torno dos 68,15%, é importante salientar que na maior parte dos meios de hospedagem, ao longo dos dias úteis, essa ocupação se aproxima de maneira significativa dos 100%.

Ainda que o segmento do turismo de negócios seja representativo, a área de lazer, em especial o fluxo vinculado às práticas do turismo rural tem crescido de maneira significativa, representando, atualmente, mais de 70% do fluxo que vem a cidade.

Somente em 2014, forma mais de 330 mil turistas visitaram Jundiaí em virtude dos atrativos turísticos e de lazer existentes.

Atualmente, a região do Bairro do Caxambu concentra um representativo fluxo de visitantes, em especial aos finais de semana. Conforme pesquisa realizada pela Diretoria de Turismo, em parceria com o curso de turismo da Universidade Paulista – Campus Jundiaí, todos os finais de semana, mais de 3,5 mil turistas circulam por esta região da cidade.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 14)

O conjunto de bairros da região do Caxambu, formados pelo próprio bairro do Caxambu, Toca, Roseira, Colônia e adjacências, concentra mais de 30 atrativos turísticos da cidade, em sua maioria vinculados ao segmento de turismo rural e gastronômico.

A produção de frutas, uma das características do desenvolvimento agrícola jundiaiense, ainda é uma marca dessa região, o que se reflete em inúmeros pontos de venda de frutas diretamente do produtor, além de um sem número de subprodutos de grande relevância para a região.

A formação do Núcleo Colonial Barão de Jundiaí, localizado no atual bairro da Colônia, e a chegada dos imigrantes italianos, ainda no século XIX, trouxeram consigo não somente a presença do imigrante na região de Jundiaí, mas uma importante e sensível intervenção de uma nova cultura no município.

As práticas agrícolas, os hábitos e costumes foram profundamente modificados com este processo e isso refletiu-se na formação da história e das características de Jundiaí como um todo.

O imigrante trouxe consigo o hábito da produção da uva e, consequentemente, do vinho.

Instalando-se nas terras jundiaienses, estas práticas se incutiram no dia-a-dia da cidade.

Como resultado, além de uma história agrícola marcada pela produção de frutas – o que cresceu em escala no início do século XX – os hábitos e costumes deste povo se incutiram nas tradições locais, com a inserção de festas, que se tornaram conhecidas em nível nacional, como a Festa Italiana, que atrai milhares de visitantes todos os anos e a presença de inúmeros restaurantes de características rurais presentes em diversas regiões da cidade, em especial na região do Caxambu.

Além disso, a produção de vinhos, inicialmente produzidos para consumo das famílias e, posteriormente, a partir do excedente da produção, comercializados nos próprios sítios centralizados nesta região são outra consequência da presença massiva do imigrante italiano na cidade. Atualmente, existem em Jundiaí mais de 15 adegas de produção artesanal de vinhos em funcionamento.

Dos vinhos, as geleias, das geleias a tantos outros produtos, incluindo conservas, pães caseiros, sucos, doces e compotas entre tantas outras opções.

Este conjunto que une regiões agrícolas da cidade que ainda concentram a produção local de frutas – em especial, a uva, a produção de subprodutos, a produção de vinhos e restaurantes de

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 15)

descendência italiana que nasceram das tradições gastronômicas das próprias famílias que se instalaram na cidade, constituem um dos conjuntos de atrativos turísticos mais importantes de Jundiaí.

Importante que seja mencionada a questão da uva. A cidade, atualmente, produz inúmeros tipos de fruta, assunto que será retomado e aprofundado a frente, mas toda essa tradição nasce vinculada à produção da uva.

Os italianos, como anteriormente mencionado, trazem consigo a tradição desta produção. Inúmeras variedades de uva passaram a ser produzidas em larga escala em diversas regiões da cidade, com destaque para a região já citada do Caxambu e ainda os bairros do Traviu, Poste, Engordadouro, Fernandes e até algumas áreas às margens da Serra do Japi.

Dentre as variedades produzidas, havia destaque para a variedade Isabel e a Niágara Branca.

Em meados dos anos trinta do século XX, uma mutação genética espontânea fez om que surgisse, em meio aos vinhedos do bairro do Traviú, a Uva Niágara Rosada. O surgimento desta nova variedade foi tão significativo que no ano seguinte (1934) foi realizada a Primeira Festa da Uva de Jundiaí, que recebeu mais de 100 mil visitantes.

O acontecido tornou a cidade de Jundiaí nacionalmente conhecida como Terra da Uva.

Embora a uva tenha sido e é, ainda nos dias de hoje, uma das culturas mais representativas da cidade, a produção rural local expandiu-se para outras variedades de frutas: morango, pêssego, ameixa, figo, goiaba, e, mais recentemente, a lichia, amoras, decopom, pitaia e inúmeras outras variedades de frutas marcaram por décadas a paisagem rural da cidade e de toda a região.

Desta tradição da produção de frutas, predominantemente marcada pelas pequenas propriedades rurais familiares, das Festas de Frutas, comuns em toda a região e da necessidade dos empreendedores rurais de ampliarem sua fonte de renda, surge como alternativa a proposta de implantação do turismo rural e, consequentemente, a organização do Circuito das Frutas.

Jundiaí, cujos proprietários rurais foram líderes na criação deste Circuito, ainda no final da década de 90 do século passado, ao lado de mais sete municípios (Itatiba, Itupeva, Indaiatuba, Jarinu, Louveira, Valinhos e Vinhedo) foram oficialmente declarados pelo governo do Estado como um Circuito Turístico no ano de 2002. Posteriormente mais dois municípios (Atibaia e

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 16)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 12

Morungaba) passaram a integrar esta região turística, somando os 10 municípios que hoje à compõe.

O Circuito das Frutas tornou-se referência em nível nacional tanto em termos de organização turística enquanto Circuito como também enquanto destino de turismo rural.

A divulgação realizada em torno do mesmo consolida Jundiaí como um destino de destaque em termos de turismo rural no mercado nacional, fazendo parte dos roteiros de referência neste segmento, de acordo com o Ministério do Turismo.

Esta movimentação em torno do turismo rural tem incentivado a implantação de novos empreendimentos neste segmento, com destaque para novas opções de restaurantes no meio rural e sítios produtivos que abrem suas portas para receber turistas.

Atualmente, Jundiaí conta com mais de 20 opções de restaurantes com essas características, 16 adegas de produção de vinho artesanal, localizadas no meio rural e atendendo a turistas e cerca de 16 sítios produtivos que atendem ao turista de maneira agendada.

Paralelo a estes atrativos, há de se dar destaque aos eventos turísticos.

Em especial a Festa da Uva que, em 2015, realizou sua 32ª. Edição, os eventos do município têm atraído um significativo número de visitantes para a cidade. Turistas de mais de 50 cidades, 8 estados e, inclusive, turistas estrangeiros têm visitado o evento, que acontece sempre no final do mês de janeiro – época de forte produção da uva.

Além da Festa da Uva, eventos como a Feira da Amizade, Festa Portuguesa, Festa Italiana, Festa do Vinho no Caxambu entre outras, têm convidado multidões a visitar a cidade. Outros eventos de menor porte, mas também de repercussão, como o Encontro Nacional de Opalas, Virada Jundiaiense e eventos de natureza técnica, como o Fórum Brasil – Alemanha de Resíduos complementam o panorama dos eventos turísticos locais, segmento que também tem crescido substancialmente em Jundiaí.

Além dos eventos, outro segmento que cresce a olhos vistos é o de agenciamento turístico. O número de agências na cidade tem aumentado de maneira significativa. Atualmente, a cidade abriga 64 agências emissivas e pelo menos quatro agências receptivas.

O receptivo turístico tem crescido também de maneira representativa. Inicialmente, a cidade possuía apena uma empresa que atuava no receptivo. Atualmente, já são quatro empresas atuando no setor e atendendo turistas em pequenos roteiros pela cidade, tanto de atividades

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 17)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 19

vinculadas ao turismo rural, como também ao ecoturismo, além do atendimento padrão ao turista de negócios realizado não somente pelas agências de receptivo, como também pelas agências emissivas que administram contas coorporativas de grandes empresas.

Com relação específica as práticas de ecoturismo, há de se dar destaque aos empreendimentos que têm atuado neste segmento e que se encontram na região da Serra do Japi.

Embora a visitação a Serra somente seja permitida com fins de educação ambiental, sendo previamente agendadas e monitoradas, algumas propriedades têm organizado atividades para recepção de turistas.

São pelo menos três fazendas que hoje se dedicam ao atendimento ao turista, embora seja importante salientar que este atendimento é realizado somente com agendamento prévio.

Esta é uma demanda constante dos turistas que visitam a cidade e que buscam informações, em especial junto ao Centro de Informações Turísticas, localizado na Av. Jundiaí uma das principais vias de acesso ao município.

O Centro de Informações, é importante salientar, funciona diariamente, inclusive nos feriados, objetivando atender a todos os turistas que se dirigem a cidade. A equipe de atendimento é formada por estagiários do curso superior em turismo e o espaço é gerenciado e administrado pela Diretoria de Turismo do Município.

Em termos de informações turísticas, outro caminho para obtenção de informações sobre o município é o Site www.turismo.jundiai.sp.gov.br.

Criado pela CIJUN, administrado e gerido pela Diretoria de Turismo, o site é a segunda página mais visitada da Prefeitura de Jundiaí, (a primeira trata-se da página relativa a secretarias municipais). Atualmente, recebe uma média de 8 mil visitantes/mês.

Seu conteúdo é bastante amplo, e inclui todas os atrativos turísticos da cidade, todos os meios de hospedagem, agências de viagem, além de mais de 300 páginas de restaurantes categoria turística. No total, são mais de 700 páginas internas, além de informações sobre serviços, notícias e eventos de Jundiaí.

Além do Site, a Diretoria de Turismo mantém ativas algumas páginas no Facebook, objetivando promover os atrativos do município e prestar outros serviços.

O primeiro perfil é o Turismo Jundiaí (https://www.facebook.com/Turismo-Jundia%C3%AD-361242157314469/), cujo foco principal está na divulgação dos atrativos turísticos da cidade.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 18)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls 20

Outro perfil administrado é o Informações Turísticas de Jundiaí, cujo foco está na divulgação de eventos e atividades realizadas na cidade (https://www.facebook.com/informacoesjundiai/).

Além disso, o Programa Jundiaí Feito à Mão possui um grupo exclusivo (https://www.facebook.com/groups/460786333997745/) e uma página para divulgação das ações e eventos (https://www.facebook.com/jundiaifeitoamao/). Existe ainda a página Há Vagas Turismo Jundiaí (https://www.facebook.com/HaVagasTurismoJundiai/) que disponibiliza oportunidades no setor de turismo para interessados.

As páginas são vinculadas ao site Turismo Jundiaí.

O site www.turismo.jundiai.sp.gov.br é também um espaço de divulgação das ações do Conselho Municipal de Turismo. O Conselho que atualmente é formado por uma maioria de representantes da iniciativa privada e do terceiro setor trata-se de um órgão bastante ativo, que realiza reuniões mensais e cujos participantes atuam efetivamente com foco em orientar o planejamento turístico da cidade. São 22 cadeiras no total entre representantes do Trade Turístico, Sistema S, Terceiro Setor e do próprio poder público, com participação ativa da Diretoria de Turismo, Secretaria de Educação, Secretaria de Esportes, além de representantes do setor de formação profissional em turismo.

Ao Conselho cabe também, de maneira integrada com a Diretoria de Turismo, a coordenação do Fundo Municipal de Turismo, criado ao final de 2014.

Em meados de 2015, o Conselho Municipal de Turismo passou a assumir função deliberativa, além da consultiva, ampliando, desta forma, sua participação na formação da **Política Municipal de Turismo**.

A criação do Fundo Municipal de Turismo foi realizada após um esforço coordenado entre o Conselho e a Diretoria de Turismo, com apoio da Câmara Municipal, que aprovou também a alteração na Lei Orgânica, realizada no início de 2014.

A Lei Orgânica do Município passou a abarcar um maior número de atividades previstas para o turismo, autorizando, não somente a criação do Fundo de Turismo, como também a organização da atividade no município por meio de rotas turísticas.

Neste sentido, a Diretoria de Turismo e o COMTUR têm trabalhado ativamente objetivando estruturar as referidas rotas, estando previstas a formação de pelo menos cinco, à saber: Rota da Uva, incluindo os bairros do Caxambu, Toca, Roseira, Colônia e adjacências, Rota da Cultura

COMTUR TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 19)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls 21

Italiana, no Bairro do Traviú, Rota da Terra Nova, no bairro de mesmo nome, Rota Eco Japi, na região da Serra e Rota do Polígono Histórico ou Café e Ferrovia (nome ainda em discussão), cujo percurso se concentra na região central da cidade, que possui os maiores resquícios de patrimônio arquitetônico e cultural remanescentes destes dois importantes períodos da história de Jundiaí.

Estas ações vêm ao encontro da proposta de ampliar o fluxo turístico da cidade, o que já vem acontecendo como resultado de todas as ações de planejamento e implantação de projetos que vêm sendo desenvolvidas sistematicamente.

Entre os anos de 2013 e 2014 foi identificado um crescimento de 19% no número de turistas recebidos em Jundiaí, conforme apontou o estudo "Jundiaí: Turismo em Números" realizado pela Diretoria de Turismo.

Embora 2014 tenha sido um ano atípico, que reuniu a Copa do Mundo e uma eleição presidencial no País, fatos que desestabilizaram sensivelmente a economia e os negócios brasileiros, o município identificou ainda um crescimento em seu fluxo, reflexo certo de investimentos em divulgação e planejamento da atividade turística local.

A hotelaria, ainda que tenha apresentado uma leve queda em termos de taxa de ocupação, quando comparada com 2013 (queda registrada de 0,97%), manteve-se com uma boa taxa de ocupação ao longo do ano.

O crescimento no setor e as boas taxas de ocupação registradas têm sido um termômetro para atrair novos investimentos. Em maio de 2015, foi inaugurado um novo hotel, da Rede Ibis, e, além destes estão em processo de implantação um novo empreendimento da rede Intercity, categoria *premium*, mais dois empreendimentos da Accor, sendo um flat e um empreendimento categoria turística, um empreendimento da rede *Holiday Inn* e um flat da rede Bourbon, na região central da cidade.

Este conjunto de novos empreendimentos irá quase duplicar a capacidade hoteleira atual do município e, certamente, irá movimentar o mercado fazendo com que empreendimentos novos e antigos busquem novos posicionamentos de mercado. Surge aí mais espaço ainda para a ampliação do setor de eventos na cidade.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 20)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls 22

Paralelo ao crescimento do número de meios de hospedagem, está também o crescimento registrado na área de alimentação. Somente em 2014, mais de 30 novos empreendimentos neste setor foram abertos na cidade.

16

Atualmente, o setor de alimentos e bebidas possui mais de 400 empreendimentos considerados de categoria turística, ou seja, aqueles que possuem um mínimo de infraestrutura para a recepção e atendimento adequado ao turista.

O setor cresce a olhos vistos. Mais empreendimentos promovem a diversificação de opções na cidade e a qualificação daqueles já instalados, a fim de acompanhar a concorrência.

Para dar suporte a este setor, têm sido realizados desde 2013, os Festivais Gastronômicos Sabores de Jundiaí. Com um crescimento que supera os 20% em cada edição, o Festival já se tornou um evento de reconhecimento no município.

Envolvendo mais de 50 restaurantes, o Sabores de Jundiaí comercializou, ao longo dos 30 dias em que aconteceu neste ano, mais de 14 mil pratos, movimentando consideravelmente o setor de alimentação, mesmo em um momento considerado de crise em termos nacionais.

Além da hotelaria e alimentação, outro segmento que merece destaque é o de artesanato. Desde 2013, os artesãos de Jundiaí fazem parte do Programa Jundiaí Feito à Mão. São mais de 200 artesãos cadastrados e desde maio de 2013, quando foi criado, o programa, que objetiva ampliar os pontos de venda para os artesãos da cidade, já realizou mais de 130 feiras itinerantes, além de coordenar a Feira Permanente de Artesanato realizada no centro da cidade, na Praça do Fórum.

Muitos dos artesãos envolvidos com o programa hoje vivem exclusivamente da produção artesanal.

É válido salientar também a sensível melhoria da qualidade do produto artesanal comercializado nas referidas atividades. Todos os artesãos cadastrados passam por avaliação, para que somente comercializem produtos efetivamente produzidos manualmente e são constantemente incentivados a produzirem souvenires da cidade, que são comercializados nos diversos eventos turísticos que os mesmos participam.

O Programa Jundiaí Feito à Mão foi criado e é gerido e coordenado pela Diretoria de Turismo.

A Diretoria de Turismo, vinculada à Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo possui hoje uma estrutura pequena. É formada por uma diretora, que é turismóloga, quatro assessoras,

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 21)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 23

também turismólogas, uma assessora especializada em artesanato e quatro estagiários, estudantes de turismo. Esta estrutura tem sido responsável pelo planejamento e gerenciamento de toda a atividade turística da cidade, bem como dos inúmeros projetos que têm sido promovidos pela mesma. 17

A Diretoria de Turismo é também responsável pela organização da Festa da Uva, que foi, desde 2013, totalmente reformulada por sua equipe.

A reformulação fez com que a Festa voltasse aos moldes antigos, valorizando a produção de uvas e outras frutas – motivo pelo qual a Festa passou a existir – em detrimento a grandes shows. Embora não sejam realizados shows de renome nacional, o evento conta com mais de 140 atrações, todas de Jundiaí. Bandas, grupos, orquestras de viola, duplas sertanejas, grupos teatrais, grupos de dança, performistas, artistas de rua e tantos outros representantes da cultura local participam do evento, que tem seu ápice com as cerimônias de pisa da uva, realizadas diariamente, e que reúnem mais de 4 mil visitantes, a cada edição.

A Festa recebeu em 2015, mais de 153 mil visitantes, o que representou um crescimento de 22% com relação ao número de 2014.

A Festa da Uva traz ainda toda a comunidade, uma vez que abre espaço para que os bairros comercializem seus pratos tradicionais. Representantes da colônia italiana, portuguesa, japonesa e alemã, além de vários pratos típicos da culinária paulista e brasileira formam o cardápio da festa, que reúne mais de 70 opções somente em sua praça de alimentação.

Paralelo a isso, é realizado um esforço de trazer ao evento todos os subprodutos da produção tradicional da cidade. Para isso, foi organizado o empório de Jundiaí, que reúne produtores de geleias, doces, compotas, licores, cerveja artesanal, mel e diversos outros produtos característicos de Jundiaí.

Tem sido realizado também durante a Festa, a Expo Vinhos. O evento reúne cerca de 12 adegas de produção de vinho artesanal, que oferecem degustação e comercializam o vinho e outros produtos correlatos ao longo dos 10 dias de Festa da Uva.

A Festa reúne ainda muitos outros atrativos, incluindo passeios a propriedades rurais para contato do visitante com a produção de uvas, comercialização de frutas direto do produtor, artesanato, exposição de fotos, exposição de frutas premiadas, exposição de maquinário antigo, parque infantil entre outras atividades.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 22)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls 24

Com exceção do passeio turístico, que é gerenciado por uma operadora local de turismo, todas as demais atrações são gratuitas, tão qual o acesso ao evento.

Também não há comercialização de espaços, sendo todas as áreas expositivas cedidas gratuitamente aos expositores. 18

Toda esta movimentação em torno dos eventos e das demais atividades e projetos que têm sido realizados demonstram um novo momento do turismo no município de Jundiaí.

Reflexo disso foi identificado também no setor de empregos. Entre os anos de 2013 e 2014 foi identificado um incremento de 7% no número de empregos diretos gerados no setor, conforme informações do estudo 'Jundiaí: Turismo em Números', que compõe os documentos do Plano Municipal de Turismo.

Em relação a renda gerada diretamente pela atividade, ao longo do ano de 2014 foram injetados U$ 67.408.470, levando-se em consideração o gasto médio dos turistas de negócios e lazer que visitaram a cidade.

Todas estas informações corroboram para um diagnóstico, de modo geral, bastante positivo do turismo em Jundiaí.

O município, por sua vez, em virtude de fatores como sua localização privilegiada, as extraordinárias vias de acesso que possui, uma infraestrutura urbana de excelente qualidade, um Índice de Desenvolvimento Humano elevadíssimo (Jundiaí possui o 11º. melhor IDH do País), favorece, em diversos aspectos, a atividade turística.

A infraestrutura oferecida a comunidade local é também utilizada pelo turista, o que beneficia uma estada de qualidade na cidade, qualidade esta percebida e refletida nas respostas colhidas ao longo da Pesquisa de Perfil da Demanda Turística de Jundiaí, quando 71% dos entrevistados apontaram que suas expectativas com relação a estada em Jundiaí foram correspondidas ou superadas.

83,2% dos entrevistados, ao serem questionados se retornariam à cidade, afirmaram que certamente retornariam.

Estas informações demonstram um panorama bastante positivo com relação a leitura e percepção do turista quanto ao município de Jundiaí.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 23)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 25

Análise SWOT

Uma das principais ferramentas de diagnóstico do cenário turístico e análise de ambientes para planejamento turístico é a análise SWOT.

Esta análise foi realizada tendo como base o inventário da oferta turística realizado, bem como a avaliação das informações contidas na Pesquisa de Perfil da Demanda.

O objetivo principal de uso desta ferramenta de diagnóstico está relacionado a identificar pontos fortes do turismo local, maximizando, com isso, as potencialidades da cidade, os pontos fracos, tendo como meta melhorar os aspectos identificados, as oportunidades e ameaças, ambas situações promovidas pelo mercado e, consequentemente, incontroláveis, mas que podem ser trabalhadas de modo a promover o desenvolvimento da cidade, na medida que analisadas de maneira sistematizada e utilizadas como vetor para fins de planejamento.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 24)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 26

20

Pontos Fortes

- Localização privilegiada, no quadrilátero de desenvolvimento paulista
- Vias de acesso excelentes;
- Um dos maiores IDH's do Brasil;
- Diversidade de atrativos turísticos;
- Cultura e tradições locais mantidas e com potencial para aproveitamento turístico;
- Festas de renome nacional (Festa da Uva);
- Tradição na produção de frutas;
- Gastronomia com mais de quatro centenas de opções;
- Diversidade de meios de hospedagem;
- Proximidade dos principais centros emissores de turistas da América do Sul;

Pontos Fracos

- **Município não possui tradição na atividade turística;**
- **Sinalização turística insuficiente;**
- **Inexistência de oferta hoteleira na área rural;**
- **Baixa qualificação profissional dos colaboradores de empresas do trade turístico;**
- **Desconhecimento do potencial turístico por parte da população local;**
- Inexistência de um centro de eventos e convenções de grande porte na cidade;
- Escassez de mão de obra no setor de serviços;
- Problemas de mobilidade, trânsito e circulação na cidade;

Oportunidades

- Oferta qualitativa / quantitativa de centros de formação de mão-de-obra e faculdades na região;
- Novos investimentos de grandes empresas na região;
- Aumento do poder aquisitivo da classe C;
- Aumento do nível educacional da população brasileira;
- Circuito das Frutas;
- Interesse dos agentes de viagens em comercializar novos destinos e destinos de curta duração;
- Ampliação do interesse por viagens curtas por parte do turista;
- Aumento da taxa do dolar diminui o interesse em viagens internacionais, fomentando o turismo interno;

Ameaças

- Crise econômica;
- Baixa comercialização do destino por agentes de viagens;
- Evolução dos destinos concorrentes;
- Pressão imobiliária;
- Epidemia de dengue no estado de São Paulo;
- Ampliação da infraestrutura turística e infraestrutura para eventos em cidades próximas;

COMTUR
CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE JUNDIAÍ

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 25)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 27

Análise da Concorrência

Avaliar os concorrentes de um destino é um fator importante para o desenvolvimento de estratégias adequadas.

21

Analisar o comportamento dos mesmos e como os mesmos competem na atração de fluxos turísticos é fator decisivo para o processo de planejamento turístico.

Para a realização desta análise, é importante que sejam identificados os principais segmentos que movimentam o turismo da cidade, para que, a partir desta informação, sejam mapeados quem são os concorrentes diretos.

Diversos são os segmentos do turismo atualmente desenvolvidos na cidade, destacando-se:

Turismo Cultural

Figura 1. Rua Barão de Jundiaí - Século XIX

Jundiaí foi, em um passado muito próximo, uma das principais cidades responsáveis pelo desenvolvimento do interior do Estado de São Paulo. A história da produção cafeeira, a instalação da ferrovia, a vinda dos imigrantes, a produção de uvas e vinho e, posteriormente, o desenvolvimento da indústria, promoveram o crescimento da cidade e estes diversos ciclos

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 26)

ficaram marcados no espaço urbano, por meio de prédios de grande valor histórico, cultural e arquitetônico.

Jundiaí oferece, hoje, em função de sua maravilhosa trajetória, um patrimônio riquíssimo. Prédios, monumentos, museus, as oficinas da Companhia Paulista de Estrada de Ferro, entre tantos atrativos, são visitados nos roteiros culturais da cidade, roteiros estes que são complementados pela gastronomia típica, pela religiosidade presente na Matriz e nas várias capelas, pelas danças e música tradicionais entre tantas outras opções que formam a identidade cultural de Jundiaí e que são oferecidas como vivência ao turista em variados roteiros.

Atualmente, o patrimônio tem sido trabalhado de maneira a complementar os diversos atrativos vinculados ao turismo rural e ao turismo de eventos, relacionado as Festas.

Itu - Análise da Concorrência – Turismo Cultural

O interior do estado de São Paulo possui inúmeros destinos cujo apelo principal está relacionado ao turismo cultural. Nas proximidades de Jundiaí, destaca-se o município de Itu, que, embora nacionalmente conhecido pelo 'exagero', possui um patrimônio histórico e cultural invejável.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
•Diversidade de atrativos de valor histórico cultural; •Atrativos de turismo cultural, presentes no quadrilátero histórico, funcionam aos finais de semana e feriados; •Roteiros permanentes vinculados ao turismo cultural realizados no município; •Fluxo permanente de trismo pedagógico explora patrimônio cultural permanentemente; •Município possui Associação que reúne o trade local especialmente direcionada ao desenvolvimento do turismo local (Pró-tur); •O turismo é tradição e uma das forças motrizes do município; •Município é estância turística desde 1978.	•Embora o patrimônio cultural seja o segmento de maior relevância e importância no município, é ainda pouco vinculado a identidade turística da cidade; •Segmento pouco divulgado; •Nem todos os atrativos oferecem visitas monitoradas, o que é fundamental para o turismo cultural vinculado ao patrimônio;

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 27)

Itu, como percebido possui inúmeros pontos fortes relacionados ao segmento de turismo cultural. Embora este não seja o mote da identidade turística local, representa, sem sombra de dúvidas, o principal e mais relevante atrativo da cidade, sendo, sem dúvida, o segmento que hoje atrai o maior fluxo de visitantes ao município.

Jundiaí possui também em seu polígono central um conjunto importante de atrativos, que, por seu valor histórico e arquitetônico podem ser considerados peças únicas e extremamente relevantes para fins de contar a história da cidade bem como do próprio estado de São Paulo, considerando-se a importância do município neste sentido.

Com base nas experiências de Itu, Jundiaí pode melhorar sua estrutura receptiva, relacionada ao funcionamento dos atrativos de turismo cultural aos finais de semana, e inda no sentido de desenvolver produtos e roteiros vinculados especialmente a este segmento para que, a partir dessas ações, possa competir de maneira mais direta com este concorrente.

Festas Tradicionais – Turismo de Eventos

Figura 2. **Festa da Uva**
Imagem da 1ª. Festa da Uva, realizada em 1934.

Jundiaí realiza anualmente inúmeras festas tradicionais. Realizando anualmente a tradicional Festa da Uva, que completou 80 anos em 2014, o calendário de eventos jundiaienses inclui ainda a tradicional Festa da Colônia Italiana, a Festa Portuguesa, a Festa do Vinho Artesanal e outras

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 28)

festas tradicionais, que apresentam sua culinária típica, suas tradições, e contam a história de Jundiaí e dos povos que construíram esta maravilhosa cidade.

As Festas hoje representam um importante e relevante atrativo para Jundiaí

Holambra - Análise da Concorrência – Festas

O interior do estado de São Paulo possui inúmeras cidades que construíram sua identidade relacionadas as Festas. Festas de Frutas, principalmente, movimentam, todos os anos, milhares de pessoas para tais destinos, muitos deles vizinhos a Jundiaí e integrantes do Circuito das Frutas, como o caso da Festa da Uva de Vinhedo, Festa do Figo e da Goiaba de Valinhos, Festa do Morango de Atibaia, entre outras. Além das frutas, as festas de peão também são bastante atrativas, embora possuam um tipo de perfil bastante específico e peculiar de visitante, que não concorre diretamente com o conceito e perfil das Festas Jundiaienses.

Quando falamos das Festas realizadas em Jundiaí, estamos falando de eventos que têm um vínculo direto com a tradição e com a cultura local. O melhor exemplo que temos, neste sentido, no interior do estado é, sem dúvida, a Expoflora, realizada anualmente no município de Holambra.

A Expoflora é a maior exposição de flores e plantas ornamentais da América Latina, realizada anualmente em Holambra para dar as boas-vindas à primavera. Holambra é uma antiga colônia holandesa e seu nome é a junção das palavras Holanda, América e Brasil. A cidade mantém as características, os costumes holandeses e inclusive a culinária, também divulgados durante a Expoflora.

Apesar de contar com pouco mais de 11 mil habitantes, Holambra é o maior centro de cultivo e comercialização de flores e plantas ornamentais do país e responde por cerca de 40% das vendas do setor.

Por isso, os mais de 300 produtores vinculados à Holambra aproveitam a Expoflora para mostrar aos visitantes as novidades em flores e plantas ornamentais, já que o evento é, hoje, a grande vitrine das novidades da floricultura nacional.

Em sua primeira edição, em 1981, o evento atraiu mais de 12 mil pessoas em um único final de semana. Hoje, mais de 300 mil turistas visitam o evento a cada ano.

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 29)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 31

Pontos Fortes	Pontos Fracos
•Diversidade de atrativos no evento; •Reconhecimento como principal evento no setor; •Evento oferece, além dos inúmeros atrativos, passeios turísticos em propriedades produtivas de flores; •Evento valoriza a tradição holandesa em seus diversos atrativos e na gastronomia oferecida; •Evento recebe grupos organizados e excursões de todo o Brasil; •Realiza divulgação em nível estadual, com foco nos principais centros emissores de turistas do estado (São Palo, Campinas, Guarulhos, ABC e Sorocaba). •Visitantes permanecem durante todo o dia do evento, com atividades e locais para serem visitados durante todo o período.	•Evento pago para os visitantes; •Evento muito cheio, com filas para todas as atrações; •Evento com poucas opções de gastronomia, embora, a maior parte seja de gastronomia típica; •Comercialização de muito produtos sem relação direta com o conceito do evento (produtos industrializados);

A Expoflora trata-se, hoje, de um dos principais eventos turísticos do País. É todo estruturado e focado para atrair o maior número possível de visitantes e turistas. Para tanto, investe intensamente na divulgação do evento e também em sua estrutura.

Comparativamente, a Festa que concorre diretamente com a Expoflora trata-se da Festa da Uva. Embora a mesma tenha passado por uma reformulação, ampliando sua atratividade, o número de visitantes ainda pode ser ampliado, com investimentos mais direcionados a divulgação do mesmo, em especial nos centros emissivos, tal qual o modelo de Holambra.

A Festa da Uva tem trabalhado com foco em melhorar seus pontos fracos, oferecendo o maior número de atrativos possível, ampliando, desta forma, a permanência do visitante e sua satisfação com o evento.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 30)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 32

Turismo Gastronômico

Os números da gastronomia jundiaiense são realmente fantásticos. São mais de 400 restaurantes em Jundiaí e 90 pizzarias.

Figura 3. Tortéi de Abóbora
Das tradições italianas herdou-se também o tortéi. Massa tradicional recheada com abóbora, presente nos cardápios dos restaurantes típicos da cidade.

Opções diversas para quem procura o melhor da cultura italiana, elaborada pelas tradicionais famílias imigrantes daquele país. Além disso, Jundiaí conta com regiões gastronômicas. São lugares onde há uma grande concentração de restaurantes, como por exemplo, o bairro do Caxambu, o bairro do Traviú e Bulevar Beco Fino. Experiências gastronômicas variadas converteram a cidade em uma referência neste segmento, que atrai muitos visitantes em busca dos diferenciados restaurantes da cidade.

Atualmente, sabe-se que a gastronomia tem sido um dos principais motivadores do fluxo de turistas aos finais de semana, que se deslocam para Jundiaí.

Somente a região do Caxambu e adjacências tem registrado mais de 3,5 mil turistas por final de semana, em sua maioria motivados pela presença dos restaurantes e adegas que se concentram na região.

Incentivar ações de ampliação deste fluxo tem sido uma das metas de trabalho em termos de planejamento turístico local. Ações diversas já têm sido realizadas neste sentido.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 31)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 33

Campinas (Distritos de Sousas e Joaquim Egídio) - Análise da Concorrência – Turismo Gastronômico

Muitos destinos do interior do estado destacam-se em função da gastronomia, em muitos casos, vinculados a um prato ou iguaria específica. Os distritos de Sousas e Joaquim Egídio, localizados na cidade de Campinas, por sua vez, tem uma característica bastante peculiar. Concentram um conjunto de empreendimentos da área de gastronomia que, todos os finais de semana, leva multidões a esta região.Com características bastante diversificadas e peculiares, os empreendimentos gastronômicos ali concentrados atendem os mais diferentes tipos de públicos, com opções para todos os perfis de público.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
• Diversidade de empreendimentos de gastronomia concentrados em uma mesma região; • Reconhecimento como principal destino de gastronomia da região; • Opções para todos os perfis de público; • Localização privilegiada;	• Maioria absoluta dos empreendimentos funciona somente aos finais de semana e feriados; • Sem áreas adequadas para estacionamento; • Alto fluxo de pessoas dificulta a circulação no local (trânsito); • Não há atrativos turísticos na região;

A região de Sousas e Joaquim Egídio, em virtude de sua localização, há cerca de 12 minutos do centro de Campinas, tem um potencial significativo para atração de fluxos grandes de pessoas, considerando que somente a Região Metropolitana de Campinas, formada por 17 municípios, concentra mais de 2 milhões de habitantes.

Embora Jundiaí esteja um pouco mais distante desta concentração de público potencial, também tem atraído um número significativo de visitantes que se deslocam para a cidade em virtude da diversidade gastronômica que possui. A cidade está também há poucos quilômetros da capital paulista, o que favorece a visita de paulistanos.

Restaurantes localizados em áreas rurais comumente geram um maior interesse dos turistas que se deslocam para Jundiaí.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 32)

Para ampliar o fluxo em restaurantes também diferenciados, mas que não se localizam em áreas rurais o foco deve estar direcionado à divulgação do grande número de opções que a cidade possui, garantindo, desta forma, um melhor posicionamento perante a concorrência.

Vinho – Turismo Enogastronômico

A maneira artesanal de produzir vinhos, toda a saga da imigração italiana, a tradição das famílias que primeiro se instalaram na região de Jundiaí são alguns dos segredos que as adegas jundiaienses de vinho guardam para os visitantes. A degustação do vinho artesanal já se tornou tradicional na cidade, que conta, atualmente, com 16 adegas que comercializam o vinho e oferecem ao turista a oportunidade de conhecer um pouco da produção e da história das famílias que se dedicam ao vinho na cidade há décadas.

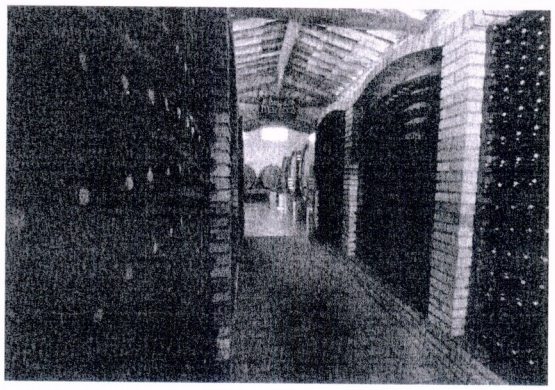


Figura 4. Adega Mazieiro
As tradicionais adegas são sempre um convite à degustação do vinho artesanal.

A produção de vinho na cidade tem mais de 100 anos. Muitas adegas já se tornaram bastante conhecidas enquanto outras tornaram-se grandes indústrias, como o caso da Cereser e da Passarin.

Embora a tradição seja uma marca da cidade, a produção de vinho no interior paulista não é uma exclusividade de Jundiaí. Além de existirem inúmeras adegas nos municípios que compõe o Circuito das Frutas, a produção se espalha também por outras cidades.

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 33)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls 35

São Roque - Análise da Concorrência – Turismo Enogastronômico

São Roque, localizada a cerca de 94 km da cidade, e que reúne, atualmente, várias vinícolas é a principal concorrente de Jundiaí.

29

Pontos Fortes	Pontos Fracos
•Diversidade de adegas que produzem vinho; •Reconhecimento como 'Terra do Vinho', em nível estadual; •Opções diversificadas de produtos complementares a produção de vinho; •Rota do vinho já reconhecida, conolidada e organizada; •Participação efetiva da iniciativa privada na organização do turismo local; •Localização privilegiada próximo a São Paulo (50 km) e Sorocaba;	•Poucas opções de atrativos relacionados a outros segmentos (atrativos históricos ou culturais, por exemplo); •Pouca divulgação dos atrativos em núcleos emissivos representativos; •Atrativos concentrados em apenas uma região da cidade;

São Roque se estruturou ao longo dos últimos anos como um importante núcleo receptivo de turistas interessados na produção de vinhos. Embora o estado de São Paulo não possua tradição na produção de vinhos, já que outras regiões tem uma produção mais representativa (casos como a região de Bento Gonçalves e Vale do São Francisco), o estado tem realizado um esforço para se posicionar neste sentido.

Pesquisas têm sido realizadas, bem como assessoria técnica especializada com foco a melhoria da qualidade dos vinhos produzidos no estado.

Estas ações se refletem na produção de São Roque, mas também em Jundiaí.

Mesmo considerando o fato de que outras regiões possuem um nível de qualidade diferenciado em termos de produtos, o estado de São Paulo possui o maior centro emissor de turistas do País, bem como representa o maior centro consumidor nacional. É mais fácil para o consumidor da capital paulista e grande São Paulo deslocar-se para o interior do estado do que para regiões mais distantes. Isso, sem dúvida, é fator que incentiva e amplia a produção, e, consequentemente, o consumo do vinho produzido no interior do Estado.

Este fato tem sido positivo também para Jundiaí. O número de turistas interessados pelo vinho tem crescido cada vez mais, ampliando a comercialização e as visitas nas adegas do município.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 34)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 36

O fato de Jundiaí ter fornecido vinho para as duas últimas visitas do Papa ao Brasil, em suas celebrações realizadas na cidade de Aparecida, foi também fator que ampliou a divulgação dos vinhos jundiaienses.

Ações diversas de promoção e divulgação têm sido pensadas para incentivar a comercialização do Vinho Jundiaiense. Uma destas ações é a realização da Expo Vinhos, evento paralelo a Festa da Uva, que em 2016 irá para a 4ª. Edição.

Serra do Japi - Ecoturismo

Há poucos minutos do centro de Jundiaí e abraçando a cidade, está a bela e imponente Serra do Japi. Mata preservada, flora e fauna exuberante em trilhas maravilhosas, nascentes, cascatas, mirantes e muito contato com a natureza.

Considerada Reserva da Biosfera pela UNESCO desde 1992, a Serra guarda em suas matas, bosques, colinas e nascentes muito do patrimônio ambiental do estado de São Paulo.

Sem dúvida, sabe-se que o patrimônio natural da Serra do Japi possui relevância indiscutível e sabe-se também do enorme interesse dos turistas, visitantes e da própria população em conhecer este patrimônio.

Infelizmente, no entanto, em função de uma legislação ambiental bastante restritiva, as visitas e a utilização turística têm sido reguladas e realizadas somente com foco em educação ambiental.

Embora seja um patrimônio de importantíssimo valor e com potencial para ampliar de maneira significativa o fluxo turístico para Jundiaí, atualmente, apenas três fazendas trabalham com o receptivo turístico, realizado somente com agendamento prévio.

Municípios que possuem áreas também de preservação e de enorme valor ambiental têm explorado seu patrimônio de maneira equilibrada, harmonizando a atividade turística com a conservação e preservação do espaço.

Há inúmeros casos em que isso acontece, como, por exemplo, a região da Serra da Mantiqueira, em que vários empreendimentos se utilizam do patrimônio natural de maneira sustentável.

Em virtude de nenhum município possuir hoje, uma legislação tão restritiva quanto a legislação da Serra do Japi, para fins de aproveitamento turístico, torna-se inviável realizar análise comparativa de concorrência para este segmento.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 35)

fls. 37

Salienta-se, no entanto, que por mais que exista uma legislação muito restritiva, o uso de algumas áreas da Serra, bem como o acesso a inúmeros atrativos, em especial às cachoeiras, tem acontecido de maneira indiscriminada.

Assim, seria bem mais interessante pensar em uma legislação menos restritiva, e que permitisse o acesso controlado para algumas áreas específicas, do que não permitir o acesso à qualquer área e não se conseguir um controle efetivo de toda a região da Serra.

Entretanto, embora seja uma área de imenso interesse turístico, as discussões pertinentes ao uso da mesma não cabem ao setor de turismo, mas sim ao setor de meio-ambiente.

Turismo Rural

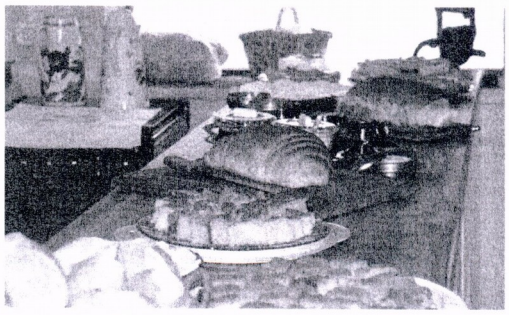


Figura 5. Café Rural
As fartas mesas do turismo rural

O dia-a-dia do campo, as tradições, a culinária, as frutas frescas e direto do pé, atrativos estes cercados pela hospitalidade tão característica da roça podem ser vistos nos roteiros rurais de Jundiaí, que se completam pelas adegas de produção de vinho artesanal e pela cultura italiana tão presente na região, pelos causos, pelas paisagens, pelos sons e pelos cheiros de doce feito no fogão à lenha, de bolos e pães fresquinhos, servidos junto ao café feito na hora.

O turismo rural, com a possibilidade de realização de diversas experiências, como o colha e pague, compõe, atualmente, um dos principais atrativos da cidade, que pode ser vivenciado em diversos roteiros, que integram cultura, história e contato com o ambiente rural, tão característico do interior paulista.

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 36)

Jundiaí, bem como todo o Circuito das Frutas, tornaram-se referências de destinos para o turismo rural.

Atualmente, Jundiaí reúne mais de 30 atrativos vinculados a atividade, enquanto no Circuito, somamos mais de 130 empreendimentos. 32

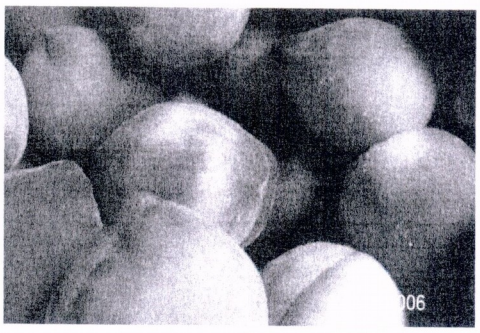


Figura 6. Produção de Pêssegos - Sítio Vendramin
Integrante do Circuito das Frutas, Jundiaí se destaca pela produção de pêssegos, goiabas, ameixas, caquis e várias outras frutas, além da uva, tão tradicional.

A região como um todo tornou-se referência, como dito, em turismo rural e possui destaque no estado de São Paulo enquanto destino deste segmento.

Outras regiões no próprio estado, atuam também no turismo rural, mas ainda sem representatividade.

Assim, podem-se encontrar concorrentes em outros estados, como o caso do Espírito Santo, com a região de Venda Nova do Imigrante e Santa Catarina, com a região de Santa Rosa de Lima, que trabalha com o projeto Acolhida na Colônia.

Acolhida na Colônia - Análise da Concorrência – Turismo Rural

A Acolhida na Colônia foi criada no Brasil em 1999. Trata-se de uma associação composta por 180 famílias de agricultores, integrada à Rede *Accueil Paysan*, atuante na França desde 1987. Tem como proposta valorizar o modo de vida no campo através do agroturismo ecológico.

Seguindo essa proposta, agricultores familiares de Santa Catarina, abrem suas casas para o convívio do dia-a-dia. O objetivo é compartilhar o saber fazer, histórias e cultura, paisagens e modo de vida e para isso, é oferecida hospedagens simples e aconchegantes com direito a

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 37)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 39

conversas na beira do fogão a lenha, a tradicional fartura de nossas mesas e passeios pelo campo.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
•Diversidade de atrativos rurais; •Trabalho exclusivo com a agricultura orgânica; •Trabalho associado; •Agência especializada integrada ao projeto, realiza reservas e coordena grupos que visitam o dstino; •Região considerada, pelo Ministério do Turismo, como destino de referência em turismo rural; •Integração com entidade francesa, promove a divulgação internacional do projeto, atraindo turistas estrangeiros;	•Embora haja um conjunto significativo de empreendimentos integrados, não há outros atrativos de relevância no entorno; •Projeto pouco conhecido no mercado nacional; •A rusticidade do projeto extrapola significativamente, em alguns casos, o nível do conforto esperado nas práticas de turismo convencional;

O posicionamento do destino Acolhida na Colônia hoje, no mercado nacional de turismo rural, embora pouco conhecido, já é consolidado.

O trabalho associado entre os integrantes junto ao fato do projeto estar vinculado com uma rede internacional de turismo rural é fator positivo e que dá destaque ao projeto como um todo. Mesmo Jundiaí não fazendo parte de um projeto desta magnitude, a cidade tornou-se referência em termos de turismo rural, tendo sido inclusive, mencionada pelo Ministério do Turismo, o lado de destinos com a própria Acolhida na Colônia, como destino de referência, na publicação "O Brasil que Você Procura – Turismo Rural", editada pelo Ministério do Turismo no início de 2015.

Embora todos os segmentos principais mencionados possuam concorrentes de grande valia no mercado, Jundiaí possui potencial para posicionar-se como destino de destaque, tal qual já vem acontecendo em alguns casos.

Ações como melhorar a divulgação das atividades oferecidas e do conjunto de atrativos existentes são importantes, neste sentido, para ampliar o reconhecimento da cidade enquanto destino turístico relevante.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 38)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls 40

Tendências do Turismo em Jundiaí

Avaliar as tendências do turismo no município de Jundiaí é também realizar uma análise das tendências do turismo no Brasil.

Conforme pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo, um número cada vez maior de turistas brasileiros tem como destino o próprio país para suas próximas viagens, numa proporção de sete em cada dez entrevistados (Sondagem do Consumidor: Intenção de Viagem. Ministério do Turismo/FGV – Janeiro/2015).

Além disso, outra informação relevante está relacionada ao interesse do turista, em especial o morador dar grandes cidades, de realizar viagens curtas e, consequentemente, mais próximas, dentro de um raio de 150 km, o que beneficia diretamente o município de Jundiaí, localizado a cerca de 60 km da cidade de São Paulo, que é o maior centro emissor de turistas da América Latina.

Paralelo as questões relacionadas ao comportamento do turista, estão ainda também as tendências em termos de modificação do comportamento do consumidor em geral.

Ideias como o mercado local, comércio justo e o conceito de *Slow Life* entre outros, chegam como opção para os consumidores, mostrando uma convergência para as relações estreitas e diretas entre consumidores e produtores.

A aquisição de produtos diretamente dos produtores é, portanto, uma tendência da contemporaneidade, e, paralelo a esta questão, a ideia do *Slow Life*, que vai muito além do *Slow Food,* em que se valoriza não só as refeições mais lentas, mas também um estilo de vida desacelerado, cuja principal preocupação é conectar-se com as pessoas do meio em que se vive, tornam-se tendências que interferem no consumo direto do turismo.

Neste sentido, aparece uma singular valorização do turismo de experiência, prática turística que tem como mote os conceitos relacionados à economia da experiência (PINE; GILMORE, 1999) e a sociedade dos sonhos (JENSEN, 2002), tendências estas oriundas da ciência econômica que têm se difundido em diferentes setores, em que o valor é o que fica na memória.

A essência dos termos concentra-se na criação de experiências e emoções que o consumo de determinado produto propicia ao consumidor, oportunizando vivências individualizadas e, desta forma, singulares. O consumo de um produto satisfaz não apenas uma necessidade evidente e

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 39)

racional, mas gera uma série de outras satisfações de âmbito subjetivo, que valoriza as relações humanas, a empatia entre outras características.

Este contexto, que une a *slow life* e uma intensa perpetuação de valores mais humanos e não materialistas transformam o modo de vida das pessoas, dando novos significados não somente para os produtos que as mesmas adquirem, mas também para os serviços que contratam, bem como para a forma como utilizam o seu tempo livre.

Para atender a esta nova demanda, estratégias mercadológicas precisam ser redesenhadas, o que cria um novo caráter para produtos e serviços.

'O valor do produto dependerá da história que ele conta', afirma ROLF JENSEN (2002).

Para o turismo, por sua vez, isso significa, enquanto tendência, a necessidade emergente do desenvolvimento de conteúdos imaginativos novos, novas práticas turísticas essencialmente sensoriais e a criação de experiências significativas a serem oferecidas enquanto produtos turísticos.

Assim, empreendimentos e atrativos bem-sucedidos dependerão da construção de histórias e da produção de sonhos para consumo.

Os valores transmitidos deverão ir muito além dos utilitários: histórias e sentimentos deverão compor o produto final oferecido efetivamente ao turista.

Embora esta tendência seja identificada no consumo do lazer e do turismo, a mesma estará também espelhada em produtos de uso diário, que deverão carregar consigo conteúdos vinculados a histórias e emoções.

Neste sentido, a comercialização de produtos diretamente pelo produtor, preferencialmente em seu local de produção tendem a crescer, além de haver uma clara valorização da produção artesanal.

Os produtos mais naturais, orgânicos, feitos à mão, diferenciados, com características únicas ou com outros diversos valores agregados, tornam-se objetos de desejo e de consumo por este homem da sociedade dos sonhos.

Equivalente a isso, a paisagem ganha valor afetivo e com ela intensifica-se a preocupação ambiental e ecológica. O homem volta ao seu lugar dentro da natureza e não acima dela: faz, portanto, parte do ecossistema.

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 40)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls 42

Produtos, serviços, viagens, passeios deverão obrigatoriamente expressar sonhos, desejos, sentimentos, e prioritariamente valorizar atributos culturais locais, a produção artesanal, em pequena escala, efetivamente diferenciada e carregada de valores, sentimentos e histórias para serem contadas.

Todo este contexto, intensifica sobremaneira o interesse pelas práticas de um turismo que se desvinculam completamente da ideia de massa. O turismo rural e o turismo gastronômico, apoiados pelo interesse no turismo cultural colocam-se como uma tendência absolutamente emergente e de destaque.

Além das tendências vinculadas ao comportamento do consumidor, é importante que sejam ressaltadas as tendências relacionadas aos novos negócios.

Todas estas tendências materializam-se hoje, em muitos dos atrativos já consolidados e em processo de implantação no município. A venda de produtos artesanais, realizada por empreendimentos de turismo rural, a comercialização de produtos diretamente a partir da relação produtor-consumidor final, as experiências de colha e pague, as visitas à produção, a vivência relacionada ao meio rural como um todo. Novos empreendimentos antes exclusivamente vinculados à agricultura, ampliam suas atividades par ao turismo rural.

Além disso, a ampliação do número de empreendimentos de hospedagem no município tem sido uma crescente. Como comentado anteriormente, devem ser inaugurados, até o final de 2017, mais cinco meios de hospedagem de grande porte na cidade, todos de rede.

Estes novos empreendimentos irão duplicar o número de unidades habitacionais disponíveis e, possivelmente, serão responsáveis por promover o reposicionamento do segmento como um todo na cidade, já que, possivelmente haverá um excedente de apartamentos disponíveis.

Atualmente, o principal foco dos meios de hospedagem está vinculado ao turismo de negócios, o que promove altas taxas de ocupação durante a semana em praticamente todos os meios de hospedagem disponíveis.

A chegada dos novos empreendimentos tornará necessário um redirecionamento em termos de perfil de público-alvo, diversificando, desta forma, não somente o perfil de público, mas também os segmentos que serão atendidos.

Desta forma, segmentos como o turismo cultural e o turismo de eventos tendem a ser beneficiados com a criação, inclusive, de novos produtos turísticos.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 41)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 43

Com relação ao turismo de eventos, é válido mencionar, entende-se que haverá também um significativo crescimento neste setor.

Destinos como São Paulo, por exemplo, encontram-se já estagnados em termos de crescimento, o que permitirá que novos destinos passem a captar o excedente da cidade.

Obviamente, trata-se, este, de um setor que requer investimentos específicos, em especial em infraestrutura.

Assim, Jundiaí somente poderá ser beneficiada caso haja uma ampliação nos espaços de eventos disponíveis e a implantação de espaços de maior porte. A cidade tem todas as características para abrigar um centro de convenções de grande porte, o que trará efetivos benefícios econômicos para o município, caso o mesmo venha a ser implantado.

A ampliação do setor de eventos esbarra também no aumento do interesse do turista por festas tradicionais. As festas populares realizadas no município têm crescido sensivelmente todos os anos tanto em termos de número de visitantes como em número e diversidade de atrações.

A tendência ao retorno às atividades mais tradicionais reforça este panorama e impele estes eventos a profissionalizarem-se e ampliarem sua capacidade de atendimento, beneficiando positivamente a atividade turística no município, bem como a geração de novos negócios.

Na mesma medida, cresce e tende a ampliar-se cada vez mais o setor de gastronomia. Novos empreendimentos estão em processo de planejamento de implantação, o que é positivo para consolidar ainda mais Jundiaí como um destino de turismo gastronômico.

Vinculada a esta expansão, está a ampliação do número de empresas de turismo receptivo. Até 2014, somente uma agência efetivamente atuava neste setor, comercializando produtos vinculados ao turismo rural e ao Circuito das Frutas.

No primeiro semestre de 2015, mais duas agências passaram a atuar nesta atividade, ampliando, com isso, a capacidade de atendimento para grupos e ainda os produtos efetivamente organizados disponíveis, oferecendo, também a diversificação de opções.

Além disso, tem-se percebido, de maneira sistematizada, a ampliação do número de empreendimentos que atuam no turismo rural, como anteriormente mencionado.

Muitas propriedades que, até então, investiam somente na produção, tem se organizado a fim de receber turistas, diversificando, desta forma, sua fonte de renda e, ao mesmo tempo, ampliando as opções para o turismo.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 42)

fls. 44

De maneira geral, avaliando o panorama apresentado, com relação às tendências para o turismo local, percebe-se que as projeções para o turismo em Jundiaí são positivas.

A implantação de novos atrativos, a ampliação a oferta hoteleira, as tendências que valorizam experiências, as compras diretas junto aos produtores, o interesse cada vez maior dos turistas por um novo modo de vida e por novas vivências, vinculadas ao *slow food – slow life* são fatores que demonstram uma propensão a uma evolução positiva do setor de turismo no município.

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 43)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 45

Prognóstico

Analisando todo o panorama identificado ao longo da estruturação desta Política e Plano Municipal de Turismo, pode-se projetar que Jundiaí tende a crescer e se fortalecer em muitos aspectos.

No cenário dos negócios, em especial, nos setores de indústria e logística, é nítido o crescimento e o investimento no setor. A geração de empregos é mais que certa, devido ao grande número de empresas de grande porte que vêm a cada ano se instalando em nosso município, fator esse que já consolidou Jundiaí como um dos mais importantes centros de logística e distribuição do País.

Com esse volume de empresas aumentando, um segmento que espontaneamente acompanha esse crescimento é o Turismo de Negócios. É cada vez maior o número de empresários que passam por nossa cidade, e isso deve aumentar muito devido ao posicionamento estratégico de Jundiaí, como cidade entroncamento, que permite uma excelente acessibilidade as mais diversas regiões do País, o que vai facilitar o deslocamento dos empresários já que São Paulo não tem mais para onde crescer e está saturada.

Embora o crescimento do turismo de negócios seja praticamente inevitável, poucas ações de fomento a este segmento são possíveis, sendo somente plausível o aproveitamento deste fluxo para fins de divulgar as atrações da cidade e para incentivar o aumento de sua permanência.

Em contrapartida, esse desenvolvimento do setor industrial faz com que a agropecuária, outra atividade econômica relevante, vá se esgotando por falta de competitividade com as indústrias. Pequenos agricultores tendem a sofrer inúmeras pressões, em especial com relação à falta de mão-de-obra e a pressão imobiliária.

Em uma cidade cuja predominância é de pequenos agricultores, este é um fator preocupante a qual se deve estar atento. Uma das alternativas, sem sombra de dúvida, para a solução deste gargalo, está no investimento no turismo rural, o que já vem acontecendo.

É certo que as atividades econômicas estão se fortalecendo cada vez mais, e Jundiaí vem se equilibrando e proporcionando um desenvolvimento satisfatório.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 44)

fls. 46

Neste sentido, o turismo tende também a se fortalecer, em especial se este prognóstico for considerado na estruturação de políticas que transformem as ameaças discutidas em potencialidades de desenvolvimento, em especial com foco em incentivar um melhor aproveitamento do fluxo do turismo de negócios e o incentivo ao turismo rural.

Outra questão que deve ser considerada relaciona-se ao processo de descaracterização e perda de identidade que o município vem passando.

Deve existir uma preocupação neste sentido para que a essência jundiaiense não se perca, o que fará com que os produtos turísticos da cidade também se descaracterizem.

A chegada de muitos novos moradores tem contribuído neste sentido e ações pensadas para evitar tal descaracterização são essenciais.

Embora haja aspectos que precisam ser melhor trabalhados para que o turismo alce níveis de desenvolvimento mais interessantes, considerando as tendências aqui apresentadas, o diagnóstico realizado e as informações concernentes ao panorama atual do desenvolvimento do turismo em Jundiaí, pode-se projetar que o segmento tende a crescer e de estruturar, passando a ocupar a posição que merece: um dos eixos de desenvolvimento econômico, social e cultural do município.

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 45)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 47

Política Municipal de Turismo

A **Política Municipal de Turismo** reflete as expectativas e diretrizes para o desenvolvimento do Turismo em Jundiaí, desenvolvimento este ancorado nos princípios da sustentabilidade socioeconômica, cultural e ambiental.

Esta política baseia-se na percepção do turismo como fenômeno social, nas inter-relações entre produtos, serviços e comunidade, e que têm na essência de suas práticas a cultura, herança histórica e tradições, o meio ambiente e as relações sociais de hospitalidade e de troca de informações interculturais.

Assim sendo, esta política objetiva, de maneira geral, conduzir o desenvolvimento do Turismo de Jundiaí a partir de uma visão responsável e voltada a garantir o desenvolvimento da atividade, a qualidade de vida da comunidade e o bem-estar do turista.

A **Política Municipal de Turismo** é, desta forma, voltada ao planejamento e ordenamento do setor, o que se efetiva por meio do **Plano Municipal de Turismo**, documento que complementa esta Política e que reúne diretrizes, metas e programas estabelecidos para o desenvolvimento integral do turismo em Jundiaí.

Estruturada de maneira concatenada com a Lei Orgânica Municipal e com o Plano Diretor, são princípios norteadores da **Política Municipal de Turismo**:

I. Fomento ao turismo sustentável;
II. Respeito a comunidade e promoção de benefícios diretos à mesma, como resultados da atividade;
III. Geração de renda e empregos para a população local;
IV. Promoção da valorização e conservação do patrimônio material e imaterial cultural, histórico, agrícola e ambiental do município;

Com base nestes princípios, são objetivos da **Política Municipal de Turismo**.

I. Promover a infraestrutura necessária e adequada ao pleno desenvolvimento da atividade turística em Jundiaí, com base na valorização e conservação do patrimônio cultural, histórico, ambiental e rural do município;

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 46)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 46

II. Consolidar o município como destino de destaque frente ao turismo nacional;

III. Fortalecer as relações com os municípios que compõe o Circuito das Frutas, valorizando a região turística e fomentando seu posicionamento como região de destaque para o turismo rural no mercado nacional;

IV. Efetuar o planejamento regional integrado, alinhado com os municípios que compõe o Circuito das Frutas;

V. Fortalecer a organização do turismo local;

VI. Realizar o desenvolvimento sistêmico dos segmentos do turismo em destaque no município: turismo rural, turismo cultural, turismo de negócios, turismo gastronômico, ecoturismo, turismo pedagógico, turismo enológico e turismo de eventos, além de apoiar também outros segmentos que venham a se estruturar;

VII. Ampliar a permanência do turista no município;

VIII. Manter atualizado e ativo sistema de atendimento para fornecimento de informações turísticas municipais;

IX. Promover e divulgar os atrativos turísticos e a infraestrutura turística do município;

X. Fomentar a produção artesanal local, promovendo a ampliação dos pontos de comercialização;

XI. Incentivar os eventos de interesse turístico;

XII. Realizar a Festa da Uva de Jundiaí, valorizando a produção e a identidade cultural local;

XIII. Desenvolver e implementar as Rotas Turísticas do Município;

XIV. Criar ferramentas para incentivar o turismo local e, em especial, o turismo rural;

XV. Apoiar e fomentar a qualificação profissional da mão-de-obra relacionada direta e indiretamente com o turismo;

XVI. Elaborar o Plano Municipal de Turismo, atendendo as orientações desta Política, contanto com a participação direta do Conselho Municipal de Turismo na estruturação e implementação do mesmo;

Para consecução desses objetivos o Município promoverá:

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 47)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 49

I – Convênios de intercâmbio e cooperação financeira com entidades públicas e privadas para o desenvolvimento de projetos e ações de fomento ao turismo, bem como para a realização de eventos de interesse turístico;

II – Ampliação do número de atrativos turísticos públicos ou privados;

III – apoio à implantação e manutenção de novos empreendimentos diretamente vinculados ao setor, incluindo meios de hospedagem, serviços de alimentação voltados ao atendimento de turistas, agências de turismo, empreendimentos vinculados ao turismo rural, sítios e fazendas que ofereçam atendimento a turistas e outros empreendimentos e atrativos diretamente relacionados ao turismo;

IV – Vinculação ao Fundo Municipal de Turismo de até 0,5% (cinco décimos por cento) de sua receita tributária líquida, para o financiamento de programas, projetos e ações de fomento ao turismo, ao artesanato e a eventos de interesse turístico, vedada a aplicação destes recursos no pagamento de:

a) despesas com pessoal e encargos sociais;

b) serviço de dívida;

c) qualquer outra despesa corrente não vinculada diretamente aos investimentos ou ações previstos;

Para assegurar a participação da sociedade na formulação e acompanhamento da Política Municipal de Turismo, o Conselho Municipal de Turismo deverá acompanhar todas as ações a serem desenvolvidas.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 48)

Plano Municipal de Turismo

O **Plano Municipal de Turismo,** componente da Política Municipal de Turismo, foi estruturado a partir da realização de várias etapas, a saber:

- Inventário da Oferta Turística
- Diagnóstico e Pesquisa de Perfil da Demanda
- Análise de Tendências e Prognóstico Turístico do Município

A partir das informações colhidas e das análises realizadas nas referidas etapas, e com base nos direcionamentos da **Política Municipal de Turismo,** foi elaborado o Plano a seguir:

Planejamento do Turismo no Município

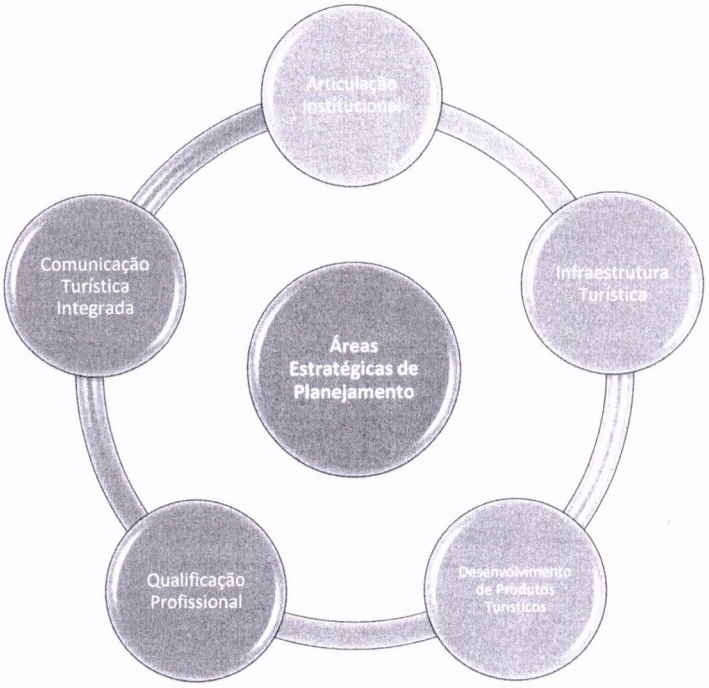
O processo de planejamento da atividade turística, que compõe o **Plano Municipal de Turismo**, foi estabelecido a partir das informações colhidas durante o desenvolvimento do Inventário e elaboração do Diagnóstico, tendo sido realizado de maneira bastante objetiva e participativa.
Atualmente, este planejamento direciona as ações da Diretoria de Turismo e do Conselho Municipal de Turismo e compõe a **Política Municipal de Turismo**, consolidada neste conjunto de documentos que reúne Inventário, Pesquisa de Perfil da Demanda, Diagnóstico e **Plano Municipal de Turismo**.
Para fins metodológicos, foi elaborada uma diretriz geral e, a partir desta, um conjunto de objetivos a serem alcançados no período 2014 – 2018.
A partir destes objetivos, foram desenhados um conjunto de Programas que objetivam atender as necessidades das principais áreas estratégicas de desenvolvimento do turismo, à saber:

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 49)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 51



As referidas áreas foram selecionadas a partir da realização do processo de diagnóstico, realizado anteriormente, tendo sido elencadas aquelas que precisariam de maior atenção em termos de planejamento.

Cada uma das áreas, por sua vez, foi avaliada, analisada e interpretada a partir dos seguintes parâmetros orientadores:

Articulação Institucional: permeia ações de organização relativa as relações institucionais do município nos diversos níveis, envolvendo articulações junto ao trade local, a parceiros regionais, municípios da região, ao Governo Estadual, Governo Federal e as entidades do terceiro setor.

Infraestrutura Turística: estrutura implementada na cidade com fins exclusivos de atendimento as necessidades do turista. Esta área estratégica foi trabalhada em dois vieses distintos:

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 50)

identificar as necessidades pertinentes a ações e intervenções de responsabilidade do poder público e fomentar melhorias por meio de intervenções pertinentes e inerentes à iniciativa privada.

Desenvolvimento de Produtos Turísticos: fomento a implantação de novos empreendimentos e novos atrativos turísticos; melhoria nos atrativos já existentes, por meio de assessoria técnica especializada ou implantação de projetos específicos direcionados àqueles atrativos que são de responsabilidade do poder público local.

Qualificação Profissional: mapeamento de necessidades e parceirização, em especial com o terceiro setor e Sistema S, para oferecimento de oportunidades.

Comunicação Turística Integrada: foco específico na divulgação de Jundiaí enquanto destino turístico consolidado.

Das áreas estratégicas mencionadas, derivaram os principais programas que compõe o **Plano Municipal de Turismo**, embasado na **Política Municipal de Turismo**.

A partir do entendimento da necessidade de que as áreas estratégicas fossem abrangidas para fins de planejamento do turismo local, foi traçada uma diretriz principal e, a partir dela um conjunto de objetivos específicos a serem alcançados com este documento.

O Plano Municipal de Turismo deverá ser atualizado de 4 em 4 anos e o Inventário da Oferta Turística, a cada dois anos, mesma periodicidade em que deverá ser atualizada a Pesquisa de Perfil da Demanda do Município.

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 51)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls 53

Diretriz Geral

47

Converter Jundiaí em uma referência em turismo de maneira sustentável, posicionando a cidade como um destino turístico consolidado e sustentável, com qualidade e diversidade de infraestrutura, atrativos e produtos capazes de garantir a competitividade da cidade dentro dos padrões internacionais, ampliando, com isso, o Fluxo Turístico local, por meio da valorização da cultura, tradições, patrimônio natural e rural do município.

Objetivos do Plano Municipal de Turismo

- Fortalecer a organização do turismo local;
- Fortalecer a promoção de Jundiaí enquanto destino turístico;
- Ampliar o número de atrativos turísticos qualificados do município de Jundiaí;
- Desenvolver ações específicas para fomentar os diferentes segmentos de turismo em operação no município;
- Qualificar o turismo local;

A partir da Diretriz e do conjunto de Objetivos estabelecidos para este Plano e tendo como documento norteador a **Política Municipal de Turismo,** foi criado um conjunto de Programas, tendo como foco promover o desenvolvimento do turismo municipal.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 52)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 54

Programas

1. Programa de Articulação Institucional

48

Tem como foco promover a articulação entre os diversos elos da cadeia produtiva do turismo, fundamentais para o turismo, envolvendo o trade turístico, o terceiro setor e o Sistema S, favorecendo o desenvolvimento da atividade turística local.

São ações previstas para este Programa:

- Atuação constante e permanente do COMTUR (Conselho Municipal de Turismo);
- Atuação efetiva do município junto ao Circuito das Frutas;
- Realização permanente de mapeamento de necessidades dos diferentes segmentos do turismo e do trade local;
- Manutenção do Fundo Municipal de Turismo;
- Participação ativa em discussões pertinentes a eventuais atualizações da Lei Orgânica e do Plano Diretor Municipal;
- Aproximação permanente do município com diversos gestores do turismo em nível estadual (Secretaria de Turismo, Conselho Estadual e Amitur) e nível federal (Mtur) e participação constante em ações propostas por estes agentes;

2. Programa de Melhorias na Infraestrutura Turística de Jundiaí

Entende-se por infraestrutura turística toda estrutura implementada em um município para atender as necessidades do turista e que também atende e beneficia direta ou indiretamente a comunidade local. Uma vez que o turismo trata-se de um negócio, e, portanto, sua operacionalização cabe a iniciativa privada, é importante salientar que as ações do poder público municipal neste programa limitam-se a atender as demandas que são concernentes as funções da gestão municipal, vinculadas ao fomento da atividade.

São ações previstas para este Programa:

COMTUR TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 53)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 55

- Atualização do Inventário da Oferta Turística Local, que deverá ser realizada a cada dois anos, fornecendo, com isso, informações para o desenvolvimento do turismo local;
- Identificação de Necessidades de Melhorias de Infraestrutura Turística realizada por meio de Pesquisa Qualitativa de Demanda, vinculada a Pesquisa de Perfil da Demanda Turística do Município, que deverá ser realizada a cada dois anos; 49
- Realização de Pesquisa de Perfil da Demanda Turística;
- Fomento a Implantação de Novos Empreendimentos por meio de apoio técnico especializado e fornecimento de informações relativas ao Panorama do Turismo local;
- Elaboração de Projeto de Sinalização Turística;
- Manutenção permanente do funcionamento do Centro de Informações Turísticas, com equipe técnica conformação específica para tal e devidamente capacitada, todos os dias, em horário comercial, inclusive aos finais de semana e feriados, com exceção do Natal e Ano Novo;

3. Programa de Desenvolvimento de Produtos Turísticos

Tem como foco desenvolver e/ou promover melhorias nos Produtos Turísticos existentes no município, fomentando a diversificação da oferta de opções para o turista.

São ações previstas para este Programa:

- Realização anual da Festa da Uva, tendo como elementos norteadores de seu planejamento a divulgação das tradições, da produção cultural local, dos produtos locais e a valorização do produtor e da produção de uva, em especial à niágara rosada, oriunda do município;
- Realização anual do Festival Gastronômico Sabores de Jundiaí;
- Criação do Empório Jundiaí – Ponto permanente de comercialização de produtos rurais e artesanato; Incentivo à produção de produtos associados ao turismo, a serem comercializados para turistas e para a comunidade local;

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 54)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 56

- Elaboração de Calendário de Eventos Turísticos do Município;[2]
- Manutenção de atividades do Programa Jundiaí Feito à Mão;
- Estruturação, manutenção e divulgação das Rotas Turísticas de Jundiaí;

50

4. Programa de Qualificação do Turismo Local

Tem como foco fomentar a qualificação profissional e a qualificação de produtos nos diferentes elos da cadeia produtiva do turismo bem como qualificar também públicos indiretamente relacionados ao turismo, mas que tem contato direto com o turista como a Guarda Municipal, Polícia Militar, atendentes de postos de combustíveis e bancas de jornal, atendentes do comércio, taxistas e comunidade.

São ações previstas para este Programa:

- Desenvolvimento e Implementação de Selo de Qualidade de Turismo Rural;
- Fomento a qualificação profissional;
- Qualificação de empreendimentos e mão-de-obra por meio de parcerias institucionais;
- Qualificação do artesanato local;
- Implementação do Projeto Amigo do Turista, com foco na qualificação de profissionais que tem contato direto com o turista para prestarem informações turísticas e atuarem com base nos princípios da hospitalidade e do bem-receber;
- Implementação do Projeto Jundiaí Tem Turismo Sim, objetivando conscientizar a comunidade para o potencial do turismo local;

[2] Entendem-se por eventos turísticos aqueles eventos que efetivamente atraem turistas e visitantes para o município, comprovado a partir de pesquisa, e que possuem um mínimo de infraestrutura adequada para atender as necessidades dos mesmos. São eventos que divulgam a cultura, as tradições e a gastronomia local e tem tradição em sua realização. Somente será considerado evento turístico, eventos que estejam, no mínimo, em sua terceira edição.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 55)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 57

5. Programa de Comunicação Turística

Tem como foco promover a promoção e divulgação de Jundiaí enquanto destino turístico e dos produtos e infraestrutura turística local de maneira qualificada, moderna e coligada às tendências de mercado.

São ações previstas para este Programa:

- Manutenção do Centro de Informações Turísticas;
- Elaboração de Material Gráfico de promoção do município;
- Atuação promocional junto ao fluxo de turismo de negócios e demais segmentos do turismo de Jundiaí;
- Planejamento de Promoção do Município em Feiras do Trade de maneira individual e/ou em parceria com o Circuito das Frutas;
- Implantação e Manutenção de canais de comunicação do turismo municipal via mídias sociais;
- Atualização e manutenção do site www.turismo.jundiai.sp.gov.br para promoção do turismo local;
- Realização de famtours e presstours;
- Promoção estruturada com foco na promoção dos atrativos do município;

Implementação

A implementação do Plano Municipal de Turismo será realizada a partir de um planejamento que terá como base o orçamento anual do Fundo Municipal de Turismo.
A partir do recurso disponível no orçamento do Fundo, anualmente, serão estabelecidas as ações a serem realizadas.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 56)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls 58

Prazos

O Plano Municipal de Turismo deverá ser atualizado a cada três anos. O planejamento de ações a serem implantadas será realizado anualmente, sempre no primeiro mês do ano e de acordo com o orçamento disponível no fundo municipal de turismo.

52

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 57)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 59

Considerações Finais

Um plano municipal de turismo trata-se de um documento dinâmico e que necessita atualização constante.

Este plano foi desenvolvido a partir de uma série de análises e reflete as necessidades para fins de desenvolvimento do turismo local.

Será atualizado constantemente e servirá de direcionamento para o fomento ao turismo local.

Pretende promover o desenvolvimento e o crescimento do turismo em Jundiaí, tendo sido construído de maneira participativa e representando as demandas locais.

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Câmara Municipal Jundiaí
SÃO PAULO

(Texto compilado da Lei nº 8.569/2015 – pág. 58)

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

fls. 60

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí
(11) 4589-8580
www.turismo.jundiai.sp.gov.br

54

COMTUR

TURISMO JUNDIAÍ

Processo nº 31.412-6/2015
PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

LEI N.º 8.569, DE 28 DE DEZEMBRO DE 2015

Institui a POLÍTICA MUNICIPAL DE TURISMO DE JUNDIAÍ e aprova o PLANO MUNICIPAL DE TURISMO.

O **PREFEITO DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ**, Estado de São Paulo, de acordo com o que decretou a Câmara Municipal em Sessão Extraordinária realizada no dia 22 de dezembro de 2015, **PROMULGA** a seguinte Lei:-

Art. 1º Fica instituída a Política Municipal de Turismo de Jundiaí em observância aos princípios constitucionais da livre iniciativa, da descentralização, da regionalização e do desenvolvimento econômico-social justo e sustentável, com a finalidade de promover, incentivar e desenvolver o turismo de Jundiaí, garantindo a qualidade de vida da comunidade e o bem-estar do turista.

Art. 2º São princípios norteadores da Política Municipal de Turismo de Jundiaí:

I - fomentar o turismo de maneira sustentável;

II - respeitar a comunidade e promover benefícios diretos à mesma, como resultados da atividade;

III - gerar renda e empregos para a população local;

IV - promover a valorização e a conservação do patrimônio material e imaterial, cultural, histórico, agrícola e ambiental.

Art. 3º São objetivos da Política Municipal de Turismo de Jundiaí:

I - promover a infraestrutura necessária e adequada ao pleno desenvolvimento das atividades turísticas, com base na valorização e conservação do patrimônio cultural, histórico, ambiental e rural;

II - consolidar o Município como destino de destaque frente ao turismo nacional;

III - fortalecer as relações com os municípios que compõem o Circuito das Frutas, valorizando a região turística e fomentando o seu posicionamento como região de destaque para o turismo rural no mercado nacional;

IV -efetuar o planejamento regional integrado, alinhado com os Municípios que compõe o Circuito das Frutas;

V - fortalecer a organização do turismo local;

VI -realizar o desenvolvimento sistêmico dos segmentos do turismo em destaque no Município, quais sejam, turismo rural, turismo cultural, turismo de negócios, turismo gastronômico, ecoturismo, turismo pedagógico, turismo enológico e turismo de eventos, além de apoiar outros segmentos que venham a se estruturar;

VII - ampliar a permanência do turista no Município;

VIII - manter atualizado e ativo sistema de atendimento para fornecimento de informações turísticas municipais;

IX - promover e divulgar os atrativos turísticos e a infraestrutura turística do Município;

X - fomentar a produção artesanal local, promovendo a ampliação dos pontos de comercialização;

XI - incentivar os eventos de interesse turístico;

XII - realizar a Festa da Uva de Jundiaí, valorizando a produção e a identidade cultural local;

XIII - desenvolver e implementar as Rotas Turísticas do Município;

XIV - criar ferramentas para incentivar o turismo local e, em especial, o turismo rural;

XV - apoiar e fomentar a qualificação profissional da mão-de-obra relacionada direta e indiretamente com o turismo;

XVI - elaborar e revisar a cada 3 (três) anos o Plano Municipal de Turismo, atendendo as orientações da Política instituída por esta Lei, com a participação direta do Conselho Municipal de Turismo na estruturação e implementação do mesmo.

Art. 4º O Município, visando à consecução dos objetivos previstos no art. 3º desta Lei, promoverá as seguintes ações:

I – formalização de convênios de intercâmbio e cooperação financeira com entidades públicas e privadas para o desenvolvimento de projetos e ações de fomento ao turismo, bem como para a realização de eventos de interesse turístico;

II – ampliação do número de atrativos turísticos públicos ou privados;

III – apoio à implantação e manutenção de novos empreendimentos diretamente vinculados ao setor, incluindo meios de hospedagem, serviços de alimentação voltados ao atendimento de turistas, agências de turismo, empreendimentos vinculados ao turismo rural, sítios e fazendas que ofereçam atendimento a turistas e outros empreendimentos e atrativos diretamente relacionados ao turismo;

IV – implementar o selo de qualidade do Turismo Rural.

Parágrafo único. O Conselho Municipal de Turismo – COMTUR acompanhará as ações a serem desenvolvidas na implementação da Política Municipal de Turismo.

Art. 5º Fica aprovado o Plano Municipal de Turismo, descrito no Anexo, que passa a fazer parte integrante desta Lei, sendo que as suas revisões poderão ser aprovadas por meio de decreto do Executivo.

Art. 6º Os programas e projetos da Secretaria Municipal de Agricultura, Abastecimento e Turismo e Secretarias afins à Política Municipal de Turismo se integrarão de forma intersetorial nas ações estratégicas finalísticas, observando o disposto na legislação orçamentária vigente.

Art. 7º As despesas necessárias à execução da Política Municipal de Turismo e do Plano Municipal de Turismo serão arcadas com recursos consignados ao Fundo Municipal de Turismo - FUMTUR, criado pela Lei Municipal nº 8.360, de 17 de dezembro de 2014, mediante previsão nas leis orçamentárias municipais.

Art. 8º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

PEDRO BIGARDI
Prefeito Municipal

Publicada na Imprensa Oficial do Município e registrada na Secretaria Municipal de Negócios Jurídicos da Prefeitura do Município de Jundiaí, aos vinte e oito dias do mês de dezembro de dois mil e quinze.

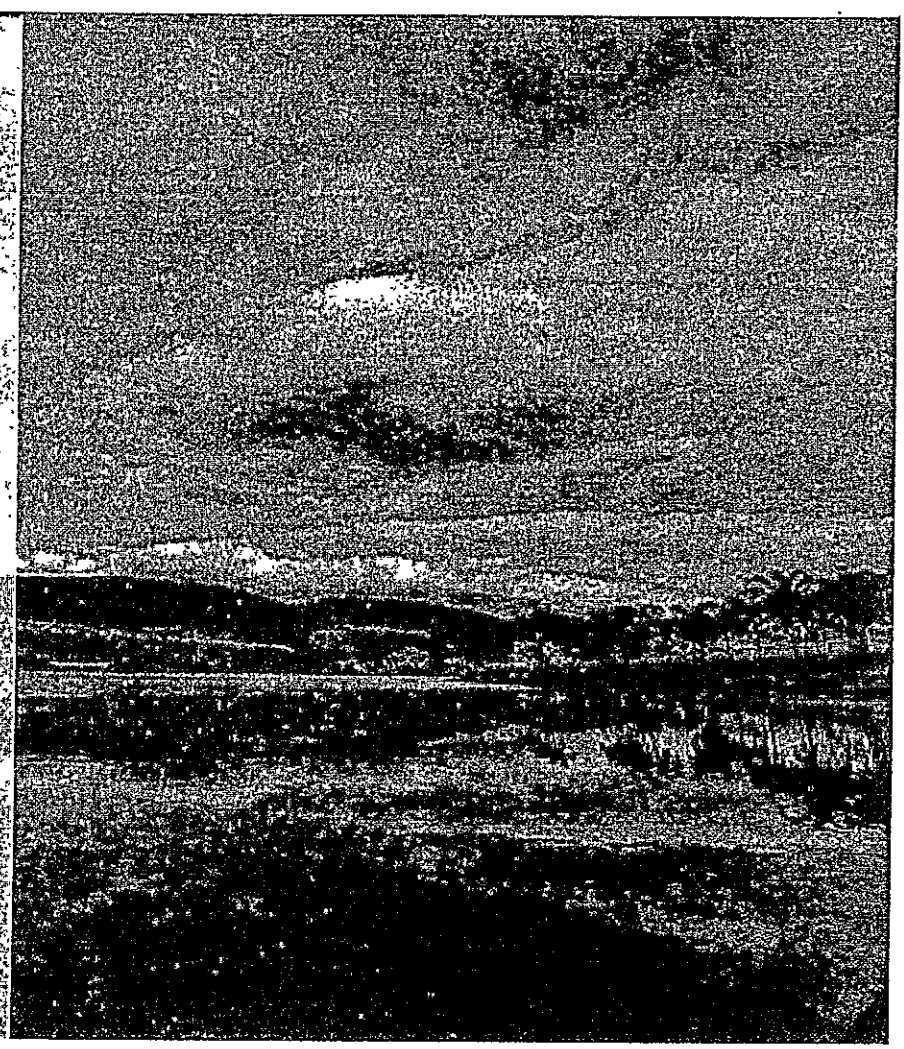
EDSON APARECIDO DA ROCHA
Secretário Municipal de Negócios Jurídicos

scc.1
Mod. 3

Política e Plano Municipal de Turismo de Jundiaí

Diagnóstico e Prognóstico

2015



Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

TURISMO JUNDIAÍ

Sumário

Apresentação 4

Aspectos Metodológicos 6

Diagnóstico: Cenário Turístico de Jundiaí 9

Análise SWOT 19

Análise da Concorrência 21

- Turismo Cultural 21
- Itu - Análise da Concorrência – Turismo Cultural 22
- Festas Tradicionais – Turismo de Eventos 23
- Holambra - Análise da Concorrência – Festas 24
- Turismo Gastronômico 26
- Campinas (Distritos de Sousas e Joaquim Egídio) - Análise da Concorrência – Turismo Gastronômico 27
- Vinho – Turismo Enogastronômico 28
- São Roque - Análise da Concorrência – Turismo Enogastronômico 29
- Serra do Japi - Ecoturismo 30
- Turismo Rural 31
- Acolhida na Colônia - Análise da Concorrência – Turismo Rural 32

Tendências do Turismo em Jundiaí 34

Prognóstico 39

Política Municipal de Turismo 41

Plano Municipal de Turismo 44

- Planejamento do Turismo no Município 44
- Diretriz Geral 47

Objetivos do Plano Municipal de Turismo ____ 47

Programas ____ 48

1. Programa de Articulação Institucional ____ 48
2. Programa de Melhorias na Infraestrutura Turística de Jundiaí ____ 48
3. Programa de Desenvolvimento de Produtos Turísticos ____ 49
4. Programa de Qualificação do Turismo Local ____ 50
5. Programa de Comunicação Turística ____ 51

Implementação ____ 51

Prazos ____ 52

Considerações Finais ____ 53

3

Apresentação

O turismo tem crescido de forma sensível nos últimos anos. De acordo com dados da Pesquisa realizada pela Diretoria de Turismo da Prefeitura do Município de Jundiaí, somente em 2014, apesar da instabilidade que caracterizou este ano, foi registrado um crescimento de 19% no fluxo de turistas recebidos no município, considerando-se dados como fluxo de visitantes nos principais atrativos e ocupação dos hotéis no período.[1]

No entanto, esse crescimento não acontece por acaso.

Cada vez mais, o turismo tem se organizado e estruturado enquanto eixo alavancador de desenvolvimento de inúmeras regiões e municípios. Com destaque mais efetivo nos últimos anos, a atividade se consolida e fortalece em núcleos receptivos que se organizam de modo a planejar o turismo local, minimizando seus impactos negativos e otimizando o aproveitamento dos impactos positivos que a atividade desencadeia.

O planejamento turístico é compreendido, por Ruschmann e Widmer (2001, p. 67), como o processo que tem como finalidade ordenar as ações humanas sobre uma localidade turística, bem como direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada, evitando efeitos negativos nos recursos que possam destruir ou afetar sua atratividade.

O planejamento, por sua vez, para que traga os resultados de desenvolvimento esperados, caracteriza-se como processo que prioriza o crescimento e o desenvolvimento econômico e social, permeado por diretrizes e estratégias de atuação sustentável, com o objetivo de desenvolver e/ou fortalecer determinados destinos, integrando a comunidade e os inúmeros atores sociais que compõem o sistema produtivo do turismo. Só assim todos se beneficiam de forma igualitária da atividade turística.

Assim, o planejamento baseia-se em um tipo de atuação que direciona as ações no destino de forma responsável, em especial perante o uso dos recursos naturais e culturais, e se estabelece a partir de valores bem definidos, que se solidificam e se norteiam pelo compromisso com o bem-estar das futuras gerações.

[1] Jundiaí: Turismo em Números 2014 - Pesquisa de Perfil da Demanda e Fluxo Turístico de Jundiaí. Diretoria de Turismo. Jundiaí, 2015.

Este modelo de planejamento se materializa na forma do Plano Municipal de Turismo, documento composto por uma profunda análise das características da localidade, um mapeamento da estrutura turística e uma avaliação sistematizada do potencial turístico local, identificando áreas prioritárias para desenvolvimento de projetos, investimentos e ações.

O Plano Municipal de Turismo é um instrumento de planejamento que se estrutura enquanto documento mais abrangente e direcionador das atividades de planejamento turístico local. Um plano de desenvolvimento ou plano municipal engloba a análise de todas as variáveis envolvidas com o fenômeno turístico, que vão desde a ordenação geopolítica e administrativa da região objeto de estudo, passando pelo inventário dos recursos naturais, culturais e artificiais, traçando ainda o perfil socioeconômico do município. A estrutura do plano descreve e identifica o estágio do desenvolvimento turístico local e, a partir da análise destas informações, avalia tendências regionais, nacionais e internacionais de desenvolvimento de destinos.

Após um estudo preliminar, desenvolve-se o diagnóstico da atividade turística local, diagnóstico este realizado por meio da utilização de diversas metodologias de planejamento estratégico. Esta etapa dá subsídios para a construção do prognóstico da atividade turística, que traz um desenho da perspectiva de desenvolvimento do turismo na localidade, por meio da elaboração de diretrizes, metas e ações que irão compor uma linha que direcionará a atividade turística em nível municipal.

Este é o objetivo deste trabalho, realizado por meio da Diretoria de Turismo da Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo, com apoio do Conselho Municipal de Turismo de Jundiaí – COMTUR e do curso de turismo da Universidade Paulista – Campus Jundiaí.

Acima de tudo, pretende-se, por meio da elaboração do Plano Municipal de Turismo de Jundiaí, construir bases conceituais, estratégicas e de planejamento turístico, especialmente de desenvolvimento e de comercialização e marketing, para a consolidação de Jundiaí como destino turístico, que tenha destaque no mercado regional, estadual e nacional.

Aspectos Metodológicos

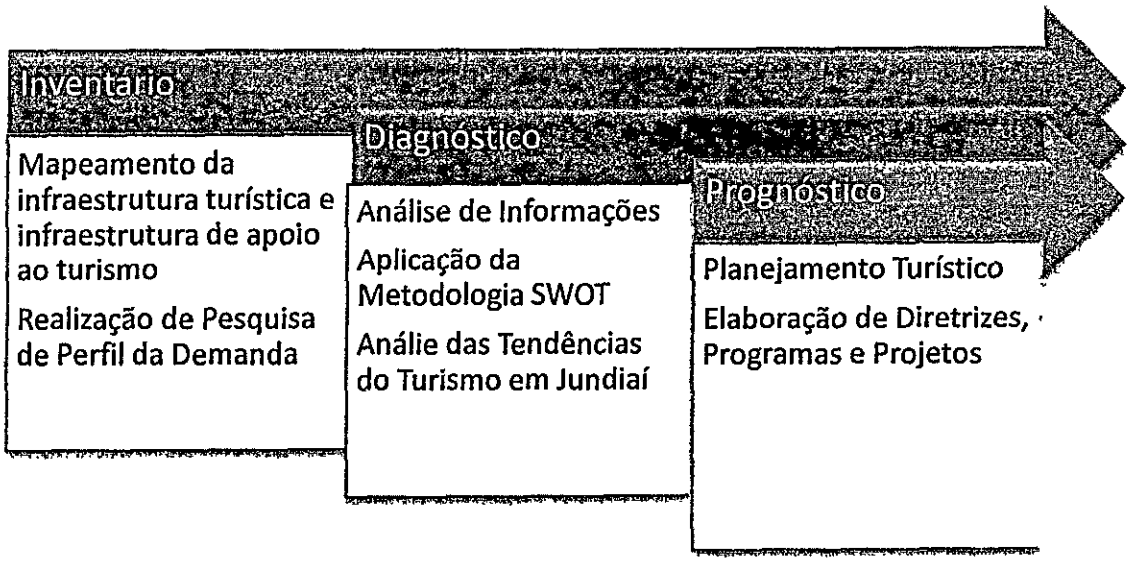
Para fins de entendimento, conceitua-se planejamento turístico como:

> [...] a preparação para a adoção de decisões que antecipem o futuro e definam ações que viabilizem os objetivos que se pretendem alcançar. Isto deve ser feito para que não ocorram impactos indesejados e inesperados, justamente pela falta de planejamento. O ato de planejar deve estar ligado às políticas de desenvolvimento do setor de turismo, envolvendo empresários, gestores públicos, instituições, turistas e, principalmente, a população residente local. (Silva e Costanaro: 2004, p. 4 -5).

O Planejamento Turístico de uma localidade materializa-se sob forma de um documento, conhecido como Plano Municipal de Turismo. A elaboração do Plano trata-se de um processo complexo, composto por três etapas.

Para cada uma das etapas desenvolvida, deriva-se um documento específico, sendo o resultado global deste processo o Plano Municipal de Turismo.

Figura 1. Etapas de Desenvolvimento do Plano Municipal de Turismo



A primeira etapa desenvolvida é a realização do Inventário do Oferta Turística. Etapa bastante extensa em termos de trabalho, inclui a realização de um amplo e profundo mapeamento de toda a infraestrutura turística, infraestrutura de apoio ao turismo e atrativos turísticos do município.

Este levantamento de informações é realizado a partir de duas fontes específicas de pesquisa: as fontes secundárias, ou seja, a partir da análise de pesquisas já realizadas anteriormente, e o levantamento de informações em fontes primárias, sendo este levantamento realizado por meio do método de varredura, quando a cidade, objeto de estudo, é toda mapeada, fazendo-se o levantamento e a atualização de informações *in-loco*. Esta etapa também é chamada de pesquisa de campo.

No caso do Plano Municipal de Turismo de Jundiaí, a base, em termos de fonte secundária, foi a primeira edição do Plano Municipal de Turismo realizada na cidade, pelos alunos da Universidade Paulista, em meados de 2008. Já a pesquisa de campo foi realizada ao longo do segundo semestre do ano de 2014.

O cruzamento das informações colhidas com a atualização do documento anterior deu origem ao Inventário Turístico de Jundiaí – 2015.

Este primeiro documento, ou seja, o Inventário trata-se de uma fotografia real e dimensionada da situação da atividade turística na cidade, incluindo importantes informações como número de meios de hospedagem e capacidade hoteleira existente, número de agências de viagens e meios de alimentação, tipos de atrativos turísticos disponíveis e tantas outras informações relacionadas a infraestrutura turística local e a infraestrutura de apoio ao turismo.

Também compõe a primeira etapa do processo de Planejamento Turístico e elaboração do Plano Municipal de Turismo do Município a realização da Pesquisa de Perfil da Demanda e o Levantamento do Fluxo Turístico da cidade.

Esta pesquisa objetiva, além de apresentar características do fluxo turístico do município, traçar o perfil do turista que visita à cidade, identificando suas principais características, hábitos de consumo e a qualificação deste mesmo turista com relação a infraestrutura do município.

Após a realização do inventário, o passo seguinte é a realização do diagnóstico. Trata-se esta, portanto, da segunda etapa do processo de planejamento turístico e de elaboração do Plano Municipal de Turismo do Município.

Este diagnóstico tem como base as informações colhidas durante a realização do inventário.

A proposta principal da etapa do diagnóstico é identificar de maneira sistematizada a real situação do turismo no município, tendo como parâmetro a análise do município em si, por meio do mapeamento de pontos fracos e fortes e do mercado em que o mesmo está inserido, a partir da avaliação de ameaças e oportunidades deste ambiente.

Como método de realização do diagnóstico é utilizada a Análise SWOT.

Esta análise permite a avaliação do ambiente em que o município efetivamente está inserido, considerando fatores controláveis ou internos e fatores incontroláveis ou externos ao mercado em que o mesmo está inserido.

Desenvolvida na década de 70 do século passado, na Escola de Negócios de Harvard, esta metodologia permite uma forma sistematizada – embora simples - de posicionar ou verificar a posição estratégica do município no ambiente em questão. O termo SWOT é uma sigla oriunda do idioma inglês, e é um acrônimo de Forças (*Strengths*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*).

O Prognóstico, por sua vez, trata-se esta da terceira e última etapa do processo de Planejamento Turístico do Município e da elaboração do Plano Municipal de Turismo.

É no Prognóstico que são identificadas as tendências de desenvolvimento do turismo local. A análise de tendências permite, a partir de dados do diagnóstico, que sejam avaliadas projeções de fortalecimento para determinados segmentos do turismo do município e ainda potenciais segmentos a serem desenvolvidos a partir do panorama traçado pelo diagnóstico.

Finalmente, ainda no prognóstico, são elaboradas as diretrizes para o desenvolvimento do turismo local, e, a partir destas diretrizes, são estruturados os objetivos do Plano Municipal de Turismo.

Destes objetivos derivam os diversos Programas e destes programas o conjunto de projetos que compõe o Plano Municipal de Turismo de Jundiaí, aqui apresentado.

Para fins de uma melhor organização os documentos, o inventário foi sistematizado em um documento próprio, separado do Plano, embora entregue se maneira integrada.

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

Diagnóstico: Cenário Turístico de Jundiaí

Nos últimos anos, a atividade turística tem tomado um novo posicionamento frente ao desenvolvimento do município de Jundiaí.

Embora a cidade tenha ainda como força motriz a produção industrial, com mais de 1000 indústrias instaladas e, paralelo a essa, a vocação logística, incentivadas por dois fatores que efetivamente caracterizam a cidade que são sua localização privilegiada e o sistema viário que a atende, que inclui a Rodovia dos Bandeiras e a Via Anhanguera, respectivamente a primeira e segunda melhores rodovias do país, outros segmentos têm se estruturado e despontado.

Obviamente, ambos os fatores (força industrial e vocação logística), são, por si só, elementos que incentivam o fluxo turístico local: o turismo de negócios tem movimentado, anualmente, um significativo número de turistas para a cidade.

Somente em 2014, mais de 120 mil turistas de negócios estiveram na cidade. Com uma permanência média de três dias, estes turistas foram os principais responsáveis por uma taxa de ocupação de 68,15% dos meios de hospedagem ao longo do ano de 2014 e por uma renda projetada de mais de U$ 43.000.000 injetadas na economia local, a partir do gasto médio diário destes turistas.

Apesar de, como mencionado, a taxa de ocupação anual dos meios de hospedagem ter girado em torno dos 68,15%, é importante salientar que na maior parte dos meios de hospedagem, ao longo dos dias úteis, essa ocupação se aproxima de maneira significativa dos 100%.

Ainda que o segmento do turismo de negócios seja representativo, a área de lazer, em especial o fluxo vinculado às práticas do turismo rural tem crescido de maneira significativa, representando, atualmente, mais de 70% do fluxo que vem a cidade.

Somente em 2014, forma mais de 330 mil turistas visitaram Jundiaí em virtude dos atrativos turísticos e de lazer existentes.

Atualmente, a região do Bairro do Caxambu concentra um representativo fluxo de visitantes, em especial aos finais de semana. Conforme pesquisa realizada pela Diretoria de Turismo, em parceria com o curso de turismo da Universidade Paulista – Campus Jundiaí, todos os finais de semana, mais de 3,5 mil turistas circulam por esta região da cidade.

O conjunto de bairros da região do Caxambu, formados pelo próprio bairro do Caxambu, Toca, Roseira, Colônia e adjacências, concentra mais de 30 atrativos turísticos da cidade, em sua maioria vinculados ao segmento de turismo rural e gastronômico.

A produção de frutas, uma das características do desenvolvimento agrícola jundiaiense, ainda é uma marca dessa região, o que se reflete em inúmeros pontos de venda de frutas diretamente do produtor, além de um sem número de subprodutos de grande relevância para a região.

A formação do Núcleo Colonial Barão de Jundiaí, localizado no atual bairro da Colônia, e a chegada dos imigrantes italianos, ainda no século XIX, trouxeram consigo não somente a presença do imigrante na região de Jundiaí, mas uma importante e sensível intervenção de uma nova cultura no município.

As práticas agrícolas, os hábitos e costumes foram profundamente modificados com este processo e isso refletiu-se na formação da história e das características de Jundiaí como um todo.

O imigrante trouxe consigo o hábito da produção da uva e, consequentemente, do vinho.

Instalando-se nas terras jundiaienses, estas práticas se incutiram no dia-a-dia da cidade.

Como resultado, além de uma história agrícola marcada pela produção de frutas – o que cresceu em escala no início do século XX – os hábitos e costumes deste povo se incutiram nas tradições locais, com a inserção de festas, que se tornaram conhecidas em nível nacional, como a Festa Italiana, que atrai milhares de visitantes todos os anos e a presença de inúmeros restaurantes de características rurais presentes em diversas regiões da cidade, em especial na região do Caxambu.

Além disso, a produção de vinhos, inicialmente produzidos para consumo das famílias e, posteriormente, a partir do excedente da produção, comercializados nos próprios sítios centralizados nesta região são outra consequência da presença massiva do imigrante italiano na cidade. Atualmente, existem em Jundiaí mais de 15 adegas de produção artesanal de vinhos em funcionamento.

Dos vinhos, as geleias, das geleias a tantos outros produtos, incluindo conservas, pães caseiros, sucos, doces e compotas entre tantas outras opções.

Este conjunto que une regiões agrícolas da cidade que ainda concentram a produção local de frutas – em especial, a uva, a produção de subprodutos, a produção de vinhos e restaurantes de

descendência italiana que nasceram das tradições gastronômicas das próprias famílias que se instalaram na cidade, constituem um dos conjuntos de atrativos turísticos mais importantes de Jundiaí.

Importante que seja mencionada a questão da uva. A cidade, atualmente, produz inúmeros tipos de fruta, assunto que será retomado e aprofundado a frente, mas toda essa tradição nasce vinculada à produção da uva.

Os italianos, como anteriormente mencionado, trazem consigo a tradição desta produção. Inúmeras variedades de uva passaram a ser produzidas em larga escala em diversas regiões da cidade, com destaque para a região já citada do Caxambu e ainda os bairros do Traviu, Poste, Engordadouro, Fernandes e até algumas áreas às margens da Serra do Japi.

Dentre as variedades produzidas, havia destaque para a variedade Isabel e a Niágara Branca.

Em meados dos anos trinta do século XX, uma mutação genética espontânea fez om que surgisse, em meio aos vinhedos do bairro do Traviú, a Uva Niágara Rosada. O surgimento desta nova variedade foi tão significativo que no ano seguinte (1934) foi realizada a Primeira Festa da Uva de Jundiaí, que recebeu mais de 100 mil visitantes.

O acontecido tornou a cidade de Jundiaí nacionalmente conhecida como Terra da Uva.

Embora a uva tenha sido e é, ainda nos dias de hoje, uma das culturas mais representativas da cidade, a produção rural local expandiu-se para outras variedades de frutas: morango, pêssego, ameixa, figo, goiaba, e, mais recentemente, a lichia, amoras, decopom, pitaia e inúmeras outras variedades de frutas marcaram por décadas a paisagem rural da cidade e de toda a região.

Desta tradição da produção de frutas, predominantemente marcada pelas pequenas propriedades rurais familiares, das Festas de Frutas, comuns em toda a região e da necessidade dos empreendedores rurais de ampliarem sua fonte de renda, surge como alternativa a proposta de implantação do turismo rural e, consequentemente, a organização do Circuito das Frutas.

Jundiaí, cujos proprietários rurais foram líderes na criação deste Circuito, ainda no final da década de 90 do século passado, ao lado de mais sete municípios (Itatiba, Itupeva, Indaiatuba, Jarinu, Louveira, Valinhos e Vinhedo) foram oficialmente declarados pelo governo do Estado como um Circuito Turístico no ano de 2002. Posteriormente mais dois municípios (Atibaia e

Morungaba) passaram a integrar esta região turística, somando os 10 municípios que hoje à compõe.

O Circuito das Frutas tornou-se referência em nível nacional tanto em termos de organização turística enquanto Circuito como também enquanto destino de turismo rural.

A divulgação realizada em torno do mesmo consolida Jundiaí como um destino de destaque em termos de turismo rural no mercado nacional, fazendo parte dos roteiros de referência neste segmento, de acordo com o Ministério do Turismo.

Esta movimentação em torno do turismo rural tem incentivado a implantação de novos empreendimentos neste segmento, com destaque para novas opções de restaurantes no meio rural e sítios produtivos que abrem suas portas para receber turistas.

Atualmente, Jundiaí conta com mais de 20 opções de restaurantes com essas características, 16 adegas de produção de vinho artesanal, localizadas no meio rural e atendendo a turistas e cerca de 16 sítios produtivos que atendem ao turista de maneira agendada.

Paralelo a estes atrativos, há de se dar destaque aos eventos turísticos.

Em especial a Festa da Uva que, em 2015, realizou sua 32ª. Edição, os eventos do município têm atraído um significativo número de visitantes para a cidade. Turistas de mais de 50 cidades, 8 estados e, inclusive, turistas estrangeiros têm visitado o evento, que acontece sempre no final do mês de janeiro – época de forte produção da uva.

Além da Festa da Uva, eventos como a Feira da Amizade, Festa Portuguesa, Festa Italiana, Festa do Vinho no Caxambu entre outras, têm convidado multidões a visitar a cidade. Outros eventos de menor porte, mas também de repercussão, como o Encontro Nacional de Opalas, Virada Jundiaiense e eventos de natureza técnica, como o Fórum Brasil – Alemanha de Resíduos complementam o panorama dos eventos turísticos locais, segmento que também tem crescido substancialmente em Jundiaí.

Além dos eventos, outro segmento que cresce a olhos vistos é o de agenciamento turístico. O número de agências na cidade tem aumentado de maneira significativa. Atualmente, a cidade abriga 64 agências emissivas e pelo menos quatro agências receptivas.

O receptivo turístico tem crescido também de maneira representativa. Inicialmente, a cidade possuía apena uma empresa que atuava no receptivo. Atualmente, já são quatro empresas atuando no setor e atendendo turistas em pequenos roteiros pela cidade, tanto de atividades

vinculadas ao turismo rural, como também ao ecoturismo, além do atendimento padrão ao turista de negócios realizado não somente pelas agências de receptivo, como também pelas agências emissivas que administram contas coorporativas de grandes empresas.

Com relação específica as práticas de ecoturismo, há de se dar destaque aos empreendimentos que têm atuado neste segmento e que se encontram na região da Serra do Japi.

Embora a visitação a Serra somente seja permitida com fins de educação ambiental, sendo previamente agendadas e monitoradas, algumas propriedades têm organizado atividades para recepção de turistas.

São pelo menos três fazendas que hoje se dedicam ao atendimento ao turista, embora seja importante salientar que este atendimento é realizado somente com agendamento prévio.

Esta é uma demanda constante dos turistas que visitam a cidade e que buscam informações, em especial junto ao Centro de Informações Turísticas, localizado na Av. Jundiaí uma das principais vias de acesso ao município.

O Centro de Informações, é importante salientar, funciona diariamente, inclusive nos feriados, objetivando atender a todos os turistas que se dirigem a cidade. A equipe de atendimento é formada por estagiários do curso superior em turismo e o espaço é gerenciado e administrado pela Diretoria de Turismo do Município.

Em termos de informações turísticas, outro caminho para obtenção de informações sobre o município é o Site www.turismo.jundiai.sp.gov.br.

Criado pela CIJUN, administrado e gerido pela Diretoria de Turismo, o site é a segunda página mais visitada da Prefeitura de Jundiaí, (a primeira trata-se da página relativa a secretarias municipais). Atualmente, recebe uma média de 8 mil visitantes/mês.

Seu conteúdo é bastante amplo, e inclui todas os atrativos turísticos da cidade, todos os meios de hospedagem, agências de viagem, além de mais de 300 páginas de restaurantes categoria turística. No total, são mais de 700 páginas internas, além de informações sobre serviços, notícias e eventos de Jundiaí.

Além do Site, a Diretoria de Turismo mantém ativas algumas páginas no Facebook, objetivando promover os atrativos do município e prestar outros serviços.

O primeiro perfil é o Turismo Jundiaí (https://www.facebook.com/Turismo-Jundia%C3%AD-361242157314469/), cujo foco principal está na divulgação dos atrativos turísticos da cidade.

Outro perfil administrado é o Informações Turísticas de Jundiaí, cujo foco está na divulgação de eventos e atividades realizadas na cidade (https://www.facebook.com/informacoesjundiai/).

Além disso, o Programa Jundiaí Feito à Mão possui um grupo exclusivo (https://www.facebook.com/groups/460786333997745/) e uma página para divulgação das ações e eventos (https://www.facebook.com/jundiaifeitoamao/). Existe ainda a página Há Vagas Turismo Jundiaí (https://www.facebook.com/HaVagasTurismoJundiai/) que disponibiliza oportunidades no setor de turismo para interessados.

As páginas são vinculadas ao site Turismo Jundiaí.

O site www.turismo.jundiai.sp.gov.br é também um espaço de divulgação das ações do Conselho Municipal de Turismo. O Conselho que atualmente é formado por uma maioria de representantes da iniciativa privada e do terceiro setor trata-se de um órgão bastante ativo, que realiza reuniões mensais e cujos participantes atuam efetivamente com foco em orientar o planejamento turístico da cidade. São 22 cadeiras no total entre representantes do Trade Turístico, Sistema S, Terceiro Setor e do próprio poder público, com participação ativa da Diretoria de Turismo, Secretaria de Educação, Secretaria de Esportes, além de representantes do setor de formação profissional em turismo.

Ao Conselho cabe também, de maneira integrada com a Diretoria de Turismo, a coordenação do Fundo Municipal de Turismo, criado ao final de 2014.

Em meados de 2015, o Conselho Municipal de Turismo passou a assumir função deliberativa, além da consultiva, ampliando, desta forma, sua participação na formação da **Política Municipal de Turismo.**

A criação do Fundo Municipal de Turismo foi realizada após um esforço coordenado entre o Conselho e a Diretoria de Turismo, com apoio da Câmara Municipal, que aprovou também a alteração na Lei Orgânica, realizada no início de 2014.

A Lei Orgânica do Município passou a abarcar um maior número de atividades previstas para o turismo, autorizando, não somente a criação do Fundo de Turismo, como também a organização da atividade no município por meio de rotas turísticas.

Neste sentido, a Diretoria de Turismo e o COMTUR têm trabalhado ativamente objetivando estruturar as referidas rotas, estando previstas a formação de pelo menos cinco, à saber: Rota da Uva, incluindo os bairros do Caxambu, Toca, Roseira, Colônia e adjacências, Rota da Cultura

Italiana, no Bairro do Traviú, Rota da Terra Nova, no bairro de mesmo nome, Rota Eco Japi, na região da Serra e Rota do Polígono Histórico ou Café e Ferrovia (nome ainda em discussão), cujo percurso se concentra na região central da cidade, que possui os maiores resquícios de patrimônio arquitetônico e cultural remanescentes destes dois importantes períodos da história de Jundiaí.

Estas ações vêm ao encontro da proposta de ampliar o fluxo turístico da cidade, o que já vem acontecendo como resultado de todas as ações de planejamento e implantação de projetos que vêm sendo desenvolvidas sistematicamente.

Entre os anos de 2013 e 2014 foi identificado um crescimento de 19% no número de turistas recebidos em Jundiaí, conforme apontou o estudo "Jundiaí: Turismo em Números" realizado pela Diretoria de Turismo.

Embora 2014 tenha sido um ano atípico, que reuniu a Copa do Mundo e uma eleição presidencial no País, fatos que desestabilizaram sensivelmente a economia e os negócios brasileiros, o município identificou ainda um crescimento em seu fluxo, reflexo certo de investimentos em divulgação e planejamento da atividade turística local.

A hotelaria, ainda que tenha apresentado uma leve queda em termos de taxa de ocupação, quando comparada com 2013 (queda registrada de 0,97%), manteve-se com uma boa taxa de ocupação ao longo do ano.

O crescimento no setor e as boas taxas de ocupação registradas têm sido um termômetro para atrair novos investimentos. Em maio de 2015, foi inaugurado um novo hotel, da Rede Ibis, e, além destes estão em processo de implantação um novo empreendimento da rede Intercity, categoria *premium*, mais dois empreendimentos da Accor, sendo um flat e um empreendimento categoria turística, um empreendimento da rede *Holiday Inn* e um flat da rede Bourbon, na região central da cidade.

Este conjunto de novos empreendimentos irá quase duplicar a capacidade hoteleira atual do município e, certamente, irá movimentar o mercado fazendo com que empreendimentos novos e antigos busquem novos posicionamentos de mercado. Surge aí mais espaço ainda para a ampliação do setor de eventos na cidade.

Paralelo ao crescimento do número de meios de hospedagem, está também o crescimento registrado na área de alimentação. Somente em 2014, mais de 30 novos empreendimentos neste setor foram abertos na cidade.

Atualmente, o setor de alimentos e bebidas possui mais de 400 empreendimentos considerados de categoria turística, ou seja, aqueles que possuem um mínimo de infraestrutura para a recepção e atendimento adequado ao turista.

O setor cresce a olhos vistos. Mais empreendimentos promovem a diversificação de opções na cidade e a qualificação daqueles já instalados, a fim de acompanhar a concorrência.

Para dar suporte a este setor, têm sido realizados desde 2013, os Festivais Gastronômicos Sabores de Jundiaí. Com um crescimento que supera os 20% em cada edição, o Festival já se tornou um evento de reconhecimento no município.

Envolvendo mais de 50 restaurantes, o Sabores de Jundiaí comercializou, ao longo dos 30 dias em que aconteceu neste ano, mais de 14 mil pratos, movimentando consideravelmente o setor de alimentação, mesmo em um momento considerado de crise em termos nacionais.

Além da hotelaria e alimentação, outro segmento que merece destaque é o de artesanato. Desde 2013, os artesãos de Jundiaí fazem parte do Programa Jundiaí Feito à Mão. São mais de 200 artesãos cadastrados e desde maio de 2013, quando foi criado, o programa, que objetiva ampliar os pontos de venda para os artesãos da cidade, já realizou mais de 130 feiras itinerantes, além de coordenar a Feira Permanente de Artesanato realizada no centro da cidade, na Praça do Fórum.

Muitos dos artesãos envolvidos com o programa hoje vivem exclusivamente da produção artesanal.

É válido salientar também a sensível melhoria da qualidade do produto artesanal comercializado nas referidas atividades. Todos os artesãos cadastrados passam por avaliação, para que somente comercializem produtos efetivamente produzidos manualmente e são constantemente incentivados a produzirem souvenires da cidade, que são comercializados nos diversos eventos turísticos que os mesmos participam.

O Programa Jundiaí Feito à Mão foi criado e é gerido e coordenado pela Diretoria de Turismo.

A Diretoria de Turismo, vinculada à Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo possui hoje uma estrutura pequena. É formada por uma diretora, que é turismóloga, quatro assessoras,

também turismólogas, uma assessora especializada em artesanato e quatro estagiários, estudantes de turismo. Esta estrutura tem sido responsável pelo planejamento e gerenciamento de toda a atividade turística da cidade, bem como dos inúmeros projetos que têm sido promovidos pela mesma.

A Diretoria de Turismo é também responsável pela organização da Festa da Uva, que foi, desde 2013, totalmente reformulada por sua equipe.

A reformulação fez com que a Festa voltasse aos moldes antigos, valorizando a produção de uvas e outras frutas – motivo pelo qual a Festa passou a existir – em detrimento a grandes shows. Embora não sejam realizados shows de renome nacional, o evento conta com mais de 140 atrações, todas de Jundiaí. Bandas, grupos, orquestras de viola, duplas sertanejas, grupos teatrais, grupos de dança, performistas, artistas de rua e tantos outros representantes da cultura local participam do evento, que tem seu ápice com as cerimônias de pisa da uva, realizadas diariamente, e que reúnem mais de 4 mil visitantes, a cada edição.

A Festa recebeu em 2015, mais de 153 mil visitantes, o que representou um crescimento de 22% com relação ao número de 2014.

A Festa da Uva traz ainda toda a comunidade, uma vez que abre espaço para que os bairros comercializem seus pratos tradicionais. Representantes da colônia italiana, portuguesa, japonesa e alemã, além de vários pratos típicos da culinária paulista e brasileira formam o cardápio da festa, que reúne mais de 70 opções somente em sua praça de alimentação.

Paralelo a isso, é realizado um esforço de trazer ao evento todos os subprodutos da produção tradicional da cidade. Para isso, foi organizado o empório de Jundiaí, que reúne produtores de geleias, doces, compotas, licores, cerveja artesanal, mel e diversos outros produtos característicos de Jundiaí.

Tem sido realizado também durante a Festa, a Expo Vinhos. O evento reúne cerca de 12 adegas de produção de vinho artesanal, que oferecem degustação e comercializam o vinho e outros produtos correlatos ao longo dos 10 dias de Festa da Uva.

A Festa reúne ainda muitos outros atrativos, incluindo passeios a propriedades rurais para contato do visitante com a produção de uvas, comercialização de frutas direto do produtor, artesanato, exposição de fotos, exposição de frutas premiadas, exposição de maquinário antigo, parque infantil entre outras atividades.

Com exceção do passeio turístico, que é gerenciado por uma operadora local de turismo, todas as demais atrações são gratuitas, tão qual o acesso ao evento.

Também não há comercialização de espaços, sendo todas as áreas expositivas cedidas gratuitamente aos expositores.

Toda esta movimentação em torno dos eventos e das demais atividades e projetos que têm sido realizados demonstram um novo momento do turismo no município de Jundiaí.

Reflexo disso foi identificado também no setor de empregos. Entre os anos de 2013 e 2014 foi identificado um incremento de 7% no número de empregos diretos gerados no setor, conforme informações do estudo 'Jundiaí: Turismo em Números', que compõe os documentos do Plano Municipal de Turismo.

Em relação a renda gerada diretamente pela atividade, ao longo do ano de 2014 foram injetados U$ 67.408.470, levando-se em consideração o gasto médio dos turistas de negócios e lazer que visitaram a cidade.

Todas estas informações corroboram para um diagnóstico, de modo geral, bastante positivo do turismo em Jundiaí.

O município, por sua vez, em virtude de fatores como sua localização privilegiada, as extraordinárias vias de acesso que possui, uma infraestrutura urbana de excelente qualidade, um Índice de Desenvolvimento Humano elevadíssimo (Jundiaí possui o 11º. melhor IDH do País), favorece, em diversos aspectos, a atividade turística.

A infraestrutura oferecida a comunidade local é também utilizada pelo turista, o que beneficia uma estada de qualidade na cidade, qualidade esta percebida e refletida nas respostas colhidas ao longo da Pesquisa de Perfil da Demanda Turística de Jundiaí, quando 71% dos entrevistados apontaram que suas expectativas com relação a estada em Jundiaí foram correspondidas ou superadas.

83,2% dos entrevistados, ao serem questionados se retornariam à cidade, afirmaram que certamente retornariam.

Estas informações demonstram um panorama bastante positivo com relação a leitura e percepção do turista quanto ao município de Jundiaí.

Análise SWOT

Uma das principais ferramentas de diagnóstico do cenário turístico e análise de ambientes para planejamento turístico é a análise SWOT.

Esta análise foi realizada tendo como base o inventário da oferta turística realizado, bem como a avaliação das informações contidas na Pesquisa de Perfil da Demanda.

O objetivo principal de uso desta ferramenta de diagnóstico está relacionado a identificar pontos fortes do turismo local, maximizando, com isso, as potencialidades da cidade, os pontos fracos, tendo como meta melhorar os aspectos identificados, as oportunidades e ameaças, ambas situações promovidas pelo mercado e, consequentemente, incontroláveis, mas que podem ser trabalhadas de modo a promover o desenvolvimento da cidade, na medida que analisadas de maneira sistematizada e utilizadas como vetor para fins de planejamento.

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

Pontos Fortes

- Localização privilegiada no quadrilátero de desenvolvimento paulista
- Vias de acesso excelentes
- Um dos maiores IDH's do Brasil
- Diversidade de atrativos turísticos
- Cultura e tradições locais mantidas e com potencial para aproveitamento turístico
- Fatos de renome nacional (Festa da Uva)
- Tradição na produção de frutas
- Gastronomia com mais de quatro centenas de opções
- Diversidade de meios de hospedagem
- Proximidade dos principais centros emissores de turistas da América do Sul

Pontos Fracos

- Município não possui tradição na atividade turística
- Sinalização turística insuficiente
- Inexistência de oferta hoteleira na área rural
- Baixa qualificação profissional dos colaboradores de empresas do trade turístico
- Desconhecimento do potencial turístico por parte da população local
- Inexistência de um centro de eventos e convenções de grande porte na cidade
- Escassez da mão de obra no setor de serviços
- Problemas de mobilidade, trânsito e circulação na cidade

Oportunidades

- Oferta qualitativa / quantitativa de centros de formação de mão-de-obra e faculdades na região
- Novos investimentos de grandes empresas na região
- Aumento do poder aquisitivo da classe C
- Aumento do nível educacional da população brasileira
- Circuito das Frutas
- Interesse dos agentes de viagens em comercializar novos destinos e destinos de curta duração
- Ampliação do interesse por viagens curtas por parte do turista
- Aumento da taxa do dólar diminui o interesse em viagens internacionais, fomentando o turismo interno

Ameaças

- Crise econômica
- Baixa comercialização do destino por agentes de viagens
- Evolução dos destinos concorrentes
- Pressão imobiliária
- Epidemia de dengue no estado de São Paulo
- Ampliação da infraestrutura turística e infraestrutura para eventos em cidades próximas

Análise da Concorrência

Avaliar os concorrentes de um destino é um fator importante para o desenvolvimento de estratégias adequadas.

Analisar o comportamento dos mesmos e como os mesmos competem na atração de fluxos turísticos é fator decisivo para o processo de planejamento turístico.

Para a realização desta análise, é importante que sejam identificados os principais segmentos que movimentam o turismo da cidade, para que, a partir desta informação, sejam mapeados quem são os concorrentes diretos.

Diversos são os segmentos do turismo atualmente desenvolvidos na cidade, destacando-se:

Turismo Cultural

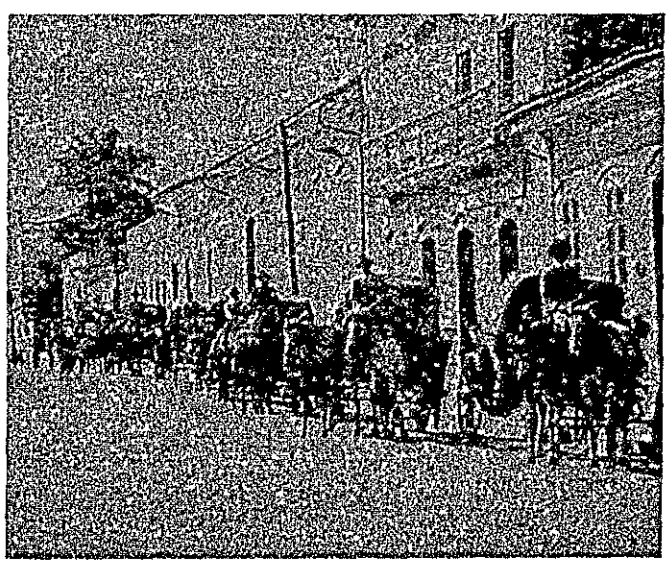


Figura 1. Rua Barão de Jundiaí - Século XIX

Jundiaí foi, em um passado muito próximo, uma das principais cidades responsáveis pelo desenvolvimento do interior do Estado de São Paulo. A história da produção cafeeira, a instalação da ferrovia, a vinda dos imigrantes, a produção de uvas e vinho e, posteriormente, o desenvolvimento da indústria, promoveram o crescimento da cidade e estes diversos ciclos

ficaram marcados no espaço urbano, por meio de prédios de grande valor histórico, cultural e arquitetônico.

Jundiaí oferece, hoje, em função de sua maravilhosa trajetória, um patrimônio riquíssimo. Prédios, monumentos, museus, as oficinas da Companhia Paulista de Estrada de Ferro, entre tantos atrativos, são visitados nos roteiros culturais da cidade, roteiros estes que são complementados pela gastronomia típica, pela religiosidade presente na Matriz e nas várias capelas, pelas danças e música tradicionais entre tantas outras opções que formam a identidade cultural de Jundiaí e que são oferecidas como vivência ao turista em variados roteiros.

Atualmente, o patrimônio tem sido trabalhado de maneira a complementar os diversos atrativos vinculados ao turismo rural e ao turismo de eventos, relacionado as Festas.

Itu - Análise da Concorrência – Turismo Cultural

O interior do estado de São Paulo possui inúmeros destinos cujo apelo principal está relacionado ao turismo cultural. Nas proximidades de Jundiaí, destaca-se o município de Itu, que, embora nacionalmente conhecido pelo 'exagero', possui um patrimônio histórico e cultural invejável.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
•Diversidade de atrativos de valor histórico cultural; •Atrativos de turismo cultural, presentes no quadrilátero histórico, funcionam aos finais de semana e feriados; •Roteiros permanentes vinculados ao turismo cultural realizados no município; •Fluxo permanente de trismo pedagógico explora patrimônio cultural permanentemente; •Município possui Associação que reúne o trade local especialmente direcionada ao desenvolvimento do turismo local (Pró-tur); •O turismo é tradição e uma das forças motrizes do município; •Município é estância turística desde 1978.	•Embora o patrimônio cultural seja o segmento de maior relevância e importância no município, é ainda pouco vinculado a identidade turística da cidade; •Segmento pouco divulgado; •Nem todos os atrativos oferecem visitas monitoradas, o que é fundamental para o turismo cultural vinculado ao patrimônio;

Itu, como percebido possui inúmeros pontos fortes relacionados ao segmento de turismo cultural. Embora este não seja o mote da identidade turística local, representa, sem sombra de dúvidas, o principal e mais relevante atrativo da cidade, sendo, sem dúvida, o segmento que hoje atrai o maior fluxo de visitantes ao município.

Jundiaí possui também em seu polígono central um conjunto importante de atrativos, que, por seu valor histórico e arquitetônico podem ser considerados peças únicas e extremamente relevantes para fins de contar a história da cidade bem como do próprio estado de São Paulo, considerando-se a importância do município neste sentido.

Com base nas experiências de Itu, Jundiaí pode melhorar sua estrutura receptiva, relacionada ao funcionamento dos atrativos de turismo cultural aos finais de semana, e inda no sentido de desenvolver produtos e roteiros vinculados especialmente a este segmento para que, a partir dessas ações, possa competir de maneira mais direta com este concorrente.

Festas Tradicionais – Turismo de Eventos

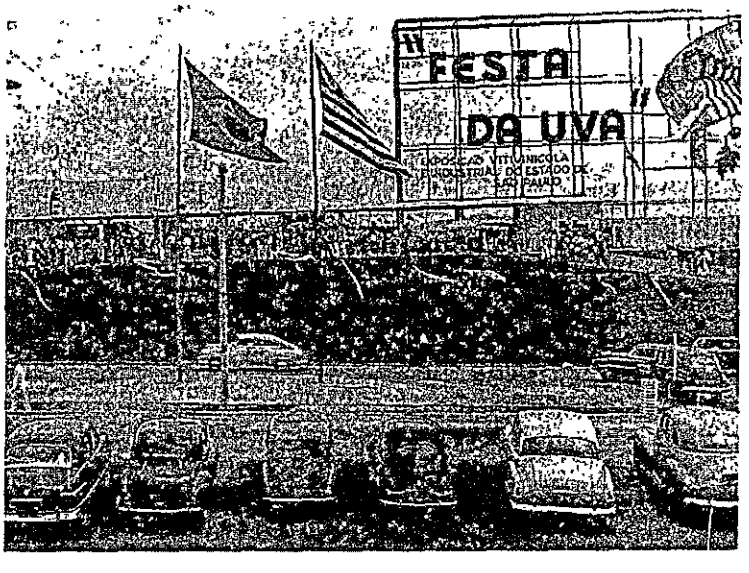


Figura 2. Festa da Uva
Imagem da 1ª. Festa da Uva, realizada em 1934.

Jundiaí realiza anualmente inúmeras festas tradicionais. Realizando anualmente a tradicional Festa da Uva, que completou 80 anos em 2014, o calendário de eventos jundiaienses inclui ainda a tradicional Festa da Colônia Italiana, a Festa Portuguesa, a Festa do Vinho Artesanal e outras

festas tradicionais, que apresentam sua culinária típica, suas tradições, e contam a história de Jundiaí e dos povos que construíram esta maravilhosa cidade.

As Festas hoje representam um importante e relevante atrativo para Jundiaí

Holambra - Análise da Concorrência – Festas

O interior do estado de São Paulo possui inúmeras cidades que construíram sua identidade relacionadas às Festas. Festas de Frutas, principalmente, movimentam, todos os anos, milhares de pessoas para tais destinos, muitos deles vizinhos a Jundiaí e integrantes do Circuito das Frutas, como o caso da Festa da Uva de Vinhedo, Festa do Figo e da Goiaba de Valinhos, Festa do Morango de Atibaia, entre outras. Além das frutas, as festas de peão também são bastante atrativas, embora possuam um tipo de perfil bastante específico e peculiar de visitante, que não concorre diretamente com o conceito e perfil das Festas Jundiaienses.

Quando falamos das Festas realizadas em Jundiaí, estamos falando de eventos que têm um vínculo direto com a tradição e com a cultura local. O melhor exemplo que temos, neste sentido, no interior do estado é, sem dúvida, a Expoflora, realizada anualmente no município de Holambra.

A Expoflora é a maior exposição de flores e plantas ornamentais da América Latina, realizada anualmente em Holambra para dar as boas-vindas à primavera. Holambra é uma antiga colônia holandesa e seu nome é a junção das palavras Holanda, América e Brasil. A cidade mantém as características, os costumes holandeses e inclusive a culinária, também divulgados durante a Expoflora.

Apesar de contar com pouco mais de 11 mil habitantes, Holambra é o maior centro de cultivo e comercialização de flores e plantas ornamentais do país e responde por cerca de 40% das vendas do setor.

Por isso, os mais de 300 produtores vinculados à Holambra aproveitam a Expoflora para mostrar aos visitantes as novidades em flores e plantas ornamentais, já que o evento é, hoje, a grande vitrine das novidades da floricultura nacional.

Em sua primeira edição, em 1981, o evento atraiu mais de 12 mil pessoas em um único final de semana. Hoje, mais de 300 mil turistas visitam o evento a cada ano.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
•Diversidade de atrativos no evento; •Reconhecimento como principal evento no setor; •Evento oferece, além dos inúmeros atrativos, passeios turísticos em propriedades produtivas de flores; •Evento valoriza a tradição holandesa em seus diversos atrativos e na gastronomia oferecida; •Evento recebe grupos organizados e excursões de todo o Brasil; •Realiza divulgação em nível estadual, com foco nos principais centros emissores de turistas do estado (São Paio, Campinas, Guarulhos, ABC e Sorocaba); •Visitantes permanecem durante todo o dia do evento, com atividades e locais para serem visitados durante todo o período;	•Evento pago para os visitantes; •Evento muito cheio, com filas para todas as atrações; •Evento com poucas opções de gastronomia, embora, a maior parte seja de gastronomia típica; •Comercialização de muito produtos sem relação direta com o conceito do evento (produtos industrializados);

A Expoflora trata-se, hoje, de um dos principais eventos turísticos do País. É todo estruturado e focado para atrair o maior número possível de visitantes e turistas. Para tanto, investe intensamente na divulgação do evento e também em sua estrutura.

Comparativamente, a Festa que concorre diretamente com a Expoflora trata-se da Festa da Uva. Embora a mesma tenha passado por uma reformulação, ampliando sua atratividade, o número de visitantes ainda pode ser ampliado, com investimentos mais direcionados a divulgação do mesmo, em especial nos centros emissivos, tal qual o modelo de Holambra.

A Festa da Uva tem trabalhado com foco em melhorar seus pontos fracos, oferecendo o maior número de atrativos possível, ampliando, desta forma, a permanência do visitante e sua satisfação com o evento.

Turismo Gastronômico

Os números da gastronomia jundiaiense são realmente fantásticos. São mais de 400 restaurantes em Jundiaí e 90 pizzarias.

Figura 3. Tortéi de Abóbora
Das tradições italianas herdou-se também o tortéi. Massa tradicional recheada com abóbora, presente nos cardápios dos restaurantes típicos da cidade.

Opções diversas para quem procura o melhor da cultura italiana, elaborada pelas tradicionais famílias imigrantes daquele país. Além disso, Jundiaí conta com regiões gastronômicas. São lugares onde há uma grande concentração de restaurantes, como por exemplo, o bairro do Caxambu, o bairro do Traviú e Bulevar Beco Fino. Experiências gastronômicas variadas converteram a cidade em uma referência neste segmento, que atrai muitos visitantes em busca dos diferenciados restaurantes da cidade.

Atualmente, sabe-se que a gastronomia tem sido um dos principais motivadores do fluxo de turistas aos finais de semana, que se deslocam para Jundiaí.

Somente a região do Caxambu e adjacências tem registrado mais de 3,5 mil turistas por final de semana, em sua maioria motivados pela presença dos restaurantes e adegas que se concentram na região.

Incentivar ações de ampliação deste fluxo tem sido uma das metas de trabalho em termos de planejamento turístico local. Ações diversas já têm sido realizadas neste sentido.

Campinas (Distritos de Sousas e Joaquim Egídio) - Análise da Concorrência – Turismo Gastronômico

Muitos destinos do interior do estado destacam-se em função da gastronomia, em muitos casos, vinculados a um prato ou iguaria específica. Os distritos de Sousas e Joaquim Egídio, localizados na cidade de Campinas, por sua vez, tem uma característica bastante peculiar. Concentram um conjunto de empreendimentos da área de gastronomia que, todos os finais de semana, leva multidões a esta região.Com características bastante diversificadas e peculiares, os empreendimentos gastronômicos ali concentrados atendem os mais diferentes tipos de públicos, com opções para todos os perfis de público.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
• Diversidade de empreendimentos de gastronomia concentrados em uma mesma região; • Reconhecimento como principal destino de gastronomia da região; • Opções para todos os perfis de público; • Localização privilegiada;	• Maioria absoluta dos empreendimentos funciona somente aos finais de semana e feriados; • Sem áreas adequadas para estacionamento; • Alto fluxo de pessoas dificulta a circulação no local (trânsito); • Não há atrativos turísticos na região;

A região de Sousas e Joaquim Egídio, em virtude de sua localização, há cerca de 12 minutos do centro de Campinas, tem um potencial significativo para atração de fluxos grandes de pessoas, considerando que somente a Região Metropolitana de Campinas, formada por 17 municípios, concentra mais de 2 milhões de habitantes.

Embora Jundiaí esteja um pouco mais distante desta concentração de público potencial, também tem atraído um número significativo de visitantes que se deslocam para a cidade em virtude da diversidade gastronômica que possui. A cidade está também há poucos quilômetros da capital paulista, o que favorece a visita de paulistanos.

Restaurantes localizados em áreas rurais comumente geram um maior interesse dos turistas que se deslocam para Jundiaí.

Para ampliar o fluxo em restaurantes também diferenciados, mas que não se localizam em áreas rurais o foco deve estar direcionado à divulgação do grande número de opções que a cidade possui, garantindo, desta forma, um melhor posicionamento perante a concorrência.

Vinho – Turismo Enogastronômico

A maneira artesanal de produzir vinhos, toda a saga da imigração italiana, a tradição das famílias que primeiro se instalaram na região de Jundiaí são alguns dos segredos que as adegas jundiaienses de vinho guardam para os visitantes. A degustação do vinho artesanal já se tornou tradicional na cidade, que conta, atualmente, com 16 adegas que comercializam o vinho e oferecem ao turista a oportunidade de conhecer um pouco da produção e da história das famílias que se dedicam ao vinho na cidade há décadas.

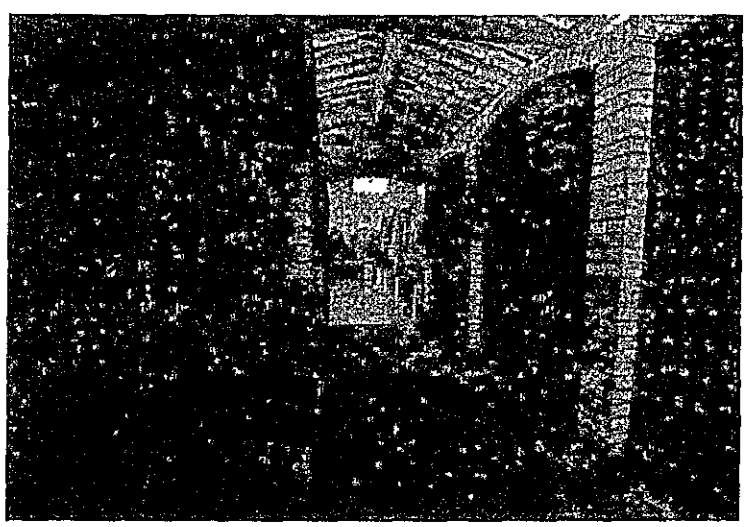


Figura 4. Adega Mazieiro
As tradicionais adegas são sempre um convite à degustação do vinho artesanal.

A produção de vinho na cidade tem mais de 100 anos. Muitas adegas já se tornaram bastante conhecidas enquanto outras tornaram-se grandes indústrias, como o caso da Cereser e da Passarin.

Embora a tradição seja uma marca da cidade, a produção de vinho no interior paulista não é uma exclusividade de Jundiaí. Além de existirem inúmeras adegas nos municípios que compõe o Circuito das Frutas, a produção se espalha também por outras cidades.

São Roque - Análise da Concorrência – Turismo Enogastronômico

São Roque, localizada a cerca de 94 km da cidade, e que reúne, atualmente, várias vinícolas é a principal concorrente de Jundiaí.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
•Diversidade de adegas que produzem vinho; •Reconhecimento como Terra do Vinho em nível estadual; •Opções diversificadas de produtos complementares à produção de vinho; •Rota do vinho já reconhecida, conolidada e organizada; •Participação efetiva da iniciativa privada na organização do turismo local; •Localização privilegiada próximo a São Paulo (50 km) e Sorocaba;	•Poucas opções de atrativos relacionados a outros segmentos (atrativos históricos ou culturais, por exemplo); •Pouca divulgação dos atrativos em núcleos emissivos representativos; •Atrativos concentrados em apenas uma região da cidade;

São Roque se estruturou ao longo dos últimos anos como um importante núcleo receptivo de turistas interessados na produção de vinhos. Embora o estado de São Paulo não possua tradição na produção de vinhos, já que outras regiões tem uma produção mais representativa (casos como a região de Bento Gonçalves e Vale do São Francisco), o estado tem realizado um esforço para se posicionar neste sentido.

Pesquisas têm sido realizadas, bem como assessoria técnica especializada com foco a melhoria da qualidade dos vinhos produzidos no estado.

Estas ações se refletem na produção de São Roque, mas também em Jundiaí.

Mesmo considerando o fato de que outras regiões possuem um nível de qualidade diferenciado em termos de produtos, o estado de São Paulo possui o maior centro emissor de turistas do País, bem como representa o maior centro consumidor nacional. É mais fácil para o consumidor da capital paulista e grande São Paulo deslocar-se para o interior do estado do que para regiões mais distantes. Isso, sem dúvida, é fator que incentiva e amplia a produção, e, consequentemente, o consumo do vinho produzido no interior do Estado.

Este fato tem sido positivo também para Jundiaí. O número de turistas interessados pelo vinho tem crescido cada vez mais, ampliando a comercialização e as visitas nas adegas do município.

O fato de Jundiaí ter fornecido vinho para as duas últimas visitas do Papa ao Brasil, em suas celebrações realizadas na cidade de Aparecida, foi também fator que ampliou a divulgação dos vinhos jundiaienses.

30

Ações diversas de promoção e divulgação têm sido pensadas para incentivar a comercialização do Vinho Jundiaiense. Uma destas ações é a realização da Expo Vinhos, evento paralelo a Festa da Uva, que em 2016 irá para a 4ª. Edição.

Serra do Japi - Ecoturismo

Há poucos minutos do centro de Jundiaí e abraçando a cidade, está a bela e imponente Serra do Japi. Mata preservada, flora e fauna exuberante em trilhas maravilhosas, nascentes, cascatas, mirantes e muito contato com a natureza.

Considerada Reserva da Biosfera pela UNESCO desde 1992, a Serra guarda em suas matas, bosques, colinas e nascentes muito do patrimônio ambiental do estado de São Paulo.

Sem dúvida, sabe-se que o patrimônio natural da Serra do Japi possui relevância indiscutível e sabe-se também do enorme interesse dos turistas, visitantes e da própria população em conhecer este patrimônio.

Infelizmente, no entanto, em função de uma legislação ambiental bastante restritiva, as visitas e a utilização turística têm sido reguladas e realizadas somente com foco em educação ambiental.

Embora seja um patrimônio de importantíssimo valor e com potencial para ampliar de maneira significativa o fluxo turístico para Jundiaí, atualmente, apenas três fazendas trabalham com o receptivo turístico, realizado somente com agendamento prévio.

Municípios que possuem áreas também de preservação e de enorme valor ambiental têm explorado seu patrimônio de maneira equilibrada, harmonizando a atividade turística com a conservação e preservação do espaço.

Há inúmeros casos em que isso acontece, como, por exemplo, a região da Serra da Mantiqueira, em que vários empreendimentos se utilizam do patrimônio natural de maneira sustentável.

Em virtude de nenhum município possuir hoje, uma legislação tão restritiva quanto a legislação da Serra do Japi, para fins de aproveitamento turístico, torna-se inviável realizar análise comparativa de concorrência para este segmento.

Salienta-se, no entanto, que por mais que exista uma legislação muito restritiva, o uso de algumas áreas da Serra, bem como o acesso a inúmeros atrativos, em especial às cachoeiras, tem acontecido de maneira indiscriminada.

Assim, seria bem mais interessante pensar em uma legislação menos restritiva, e que permitisse o acesso controlado para algumas áreas específicas, do que não permitir o acesso à qualquer área e não se conseguir um controle efetivo de toda a região da Serra.

Entretanto, embora seja uma área de imenso interesse turístico, as discussões pertinentes ao uso da mesma não cabem ao setor de turismo, mas sim ao setor de meio-ambiente.

Turismo Rural

Figura 5. Café Rural
As fartas mesas do turismo rural

O dia-a-dia do campo, as tradições, a culinária, as frutas frescas e direto do pé, atrativos estes cercados pela hospitalidade tão característica da roça podem ser vistos nos roteiros rurais de Jundiaí, que se completam pelas adegas de produção de vinho artesanal e pela cultura italiana tão presente na região, pelos causos, pelas paisagens, pelos sons e pelos cheiros de doce feito no fogão à lenha, de bolos e pães fresquinhos, servidos junto ao café feito na hora.

O turismo rural, com a possibilidade de realização de diversas experiências, como o colha e pague, compõe, atualmente, um dos principais atrativos da cidade, que pode ser vivenciado em diversos roteiros, que integram cultura, história e contato com o ambiente rural, tão característico do interior paulista.

Jundiaí, bem como todo o Circuito das Frutas, tornaram-se referências de destinos para o turismo rural.

Atualmente, Jundiaí reúne mais de 30 atrativos vinculados a atividade, enquanto no Circuito, somamos mais de 130 empreendimentos.

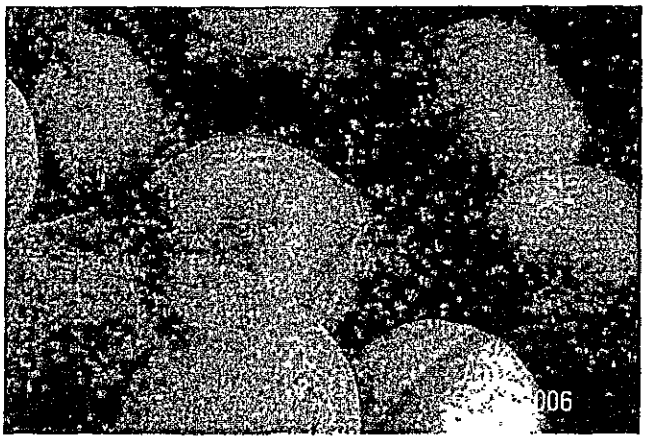


Figura 6. Produção de Pêssegos - Sítio Vendramin
Integrante do Circuito das Frutas, Jundiaí se destaca pela produção de pêssegos, goiabas, ameixas, caquis e várias outras frutas, além da uva, tão tradicional.

A região como um todo tornou-se referência, como dito, em turismo rural e possui destaque no estado de São Paulo enquanto destino deste segmento.

Outras regiões no próprio estado, atuam também no turismo rural, mas ainda sem representatividade.

Assim, podem-se encontrar concorrentes em outros estados, como o caso do Espírito Santo, com a região de Venda Nova do Imigrante e Santa Catarina, com a região de Santa Rosa de Lima, que trabalha com o projeto Acolhida na Colônia.

Acolhida na Colônia - Análise da Concorrência – Turismo Rural

A Acolhida na Colônia foi criada no Brasil em 1999. Trata-se de uma associação composta por 180 famílias de agricultores, integrada à Rede *Accueil Paysan*, atuante na França desde 1987. Tem como proposta valorizar o modo de vida no campo através do agroturismo ecológico.

Seguindo essa proposta, agricultores familiares de Santa Catarina, abrem suas casas para o convívio do dia-a-dia. O objetivo é compartilhar o saber fazer, histórias e cultura, paisagens e modo de vida e para isso, é oferecida hospedagens simples e aconchegantes com direito a

conversas na beira do fogão a lenha, a tradicional fartura de nossas mesas e passeios pelo campo.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
•Diversidade de atrativos rurais; •Trabalho exclusivo com a agricultura orgânica; •Trabalho associado; •Agência especializada integrada ao projeto, realiza reservas e coordena grupos que visitam o destino; •Região considerada pelo Ministério do Turismo, como destino de referência em turismo rural; •Integração com entidade francesa, promove a divulgação internacional do projeto, atraindo turistas estrangeiros;	•Embora haja um conjunto significativo de empreendimentos integrados, não há outros atrativos de relevância no entorno; •Projeto pouco conhecido no mercado nacional; •A rusticidade do projeto extrapola significativamente, em alguns casos, o nível do conforto esperado nas práticas de turismo convencional;

O posicionamento do destino Acolhida na Colônia hoje, no mercado nacional de turismo rural, embora pouco conhecido, já é consolidado.

O trabalho associado entre os integrantes junto ao fato do projeto estar vinculado com uma rede internacional de turismo rural é fator positivo e que dá destaque ao projeto como um todo.

Mesmo Jundiaí não fazendo parte de um projeto desta magnitude, a cidade tornou-se referência em termos de turismo rural, tendo sido inclusive, mencionada pelo Ministério do Turismo, o lado de destinos com a própria Acolhida na Colônia, como destino de referência, na publicação "O Brasil que Você Procura – Turismo Rural", editada pelo Ministério do Turismo no início de 2015.

Embora todos os segmentos principais mencionados possuam concorrentes de grande valia no mercado, Jundiaí possui potencial para posicionar-se como destino de destaque, tal qual já vem acontecendo em alguns casos.

Ações como melhorar a divulgação das atividades oferecidas e do conjunto de atrativos existentes são importantes, neste sentido, para ampliar o reconhecimento da cidade enquanto destino turístico relevante.

Tendências do Turismo em Jundiaí

Avaliar as tendências do turismo no município de Jundiaí é também realizar uma análise das tendências do turismo no Brasil.

Conforme pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo, um número cada vez maior de turistas brasileiros tem como destino o próprio país para suas próximas viagens, numa proporção de sete em cada dez entrevistados (Sondagem do Consumidor: Intenção de Viagem. Ministério do Turismo/FGV – Janeiro/2015).

Além disso, outra informação relevante está relacionada ao interesse do turista, em especial o morador dar grandes cidades, de realizar viagens curtas e, consequentemente, mais próximas, dentro de um raio de 150 km, o que beneficia diretamente o município de Jundiaí, localizado a cerca de 60 km da cidade de São Paulo, que é o maior centro emissor de turistas da América Latina.

Paralelo as questões relacionadas ao comportamento do turista, estão ainda também as tendências em termos de modificação do comportamento do consumidor em geral.

Ideias como o mercado local, comércio justo e o conceito de *Slow Life* entre outros, chegam como opção para os consumidores, mostrando uma convergência para as relações estreitas e diretas entre consumidores e produtores.

A aquisição de produtos diretamente dos produtores é, portanto, uma tendência da contemporaneidade, e, paralelo a esta questão, a ideia do *Slow Life*, que vai muito além do *Slow Food,* em que se valoriza não só as refeições mais lentas, mas também um estilo de vida desacelerado, cuja principal preocupação é conectar-se com as pessoas do meio em que se vive, tornam-se tendências que interferem no consumo direto do turismo.

Neste sentido, aparece uma singular valorização do turismo de experiência, prática turística que tem como mote os conceitos relacionados à economia da experiência (PINE; GILMORE, 1999) e a sociedade dos sonhos (JENSEN, 2002), tendências estas oriundas da ciência econômica que têm se difundido em diferentes setores, em que o valor é o que fica na memória.

A essência dos termos concentra-se na criação de experiências e emoções que o consumo de determinado produto propicia ao consumidor, oportunizando vivências individualizadas e, desta forma, singulares. O consumo de um produto satisfaz não apenas uma necessidade evidente e

racional, mas gera uma série de outras satisfações de âmbito subjetivo, que valoriza as relações humanas, a empatia entre outras características.

Este contexto, que une a *slow life* e uma intensa perpetuação de valores mais humanos e não materialistas transformam o modo de vida das pessoas, dando novos significados não somente para os produtos que as mesmas adquirem, mas também para os serviços que contratam, bem como para a forma como utilizam o seu tempo livre.

Para atender a esta nova demanda, estratégias mercadológicas precisam ser redesenhadas, o que cria um novo caráter para produtos e serviços.

'O valor do produto dependerá da história que ele conta', afirma ROLF JENSEN (2002).

Para o turismo, por sua vez, isso significa, enquanto tendência, a necessidade emergente do desenvolvimento de conteúdos imaginativos novos, novas práticas turísticas essencialmente sensoriais e a criação de experiências significativas a serem oferecidas enquanto produtos turísticos.

Assim, empreendimentos e atrativos bem-sucedidos dependerão da construção de histórias e da produção de sonhos para consumo.

Os valores transmitidos deverão ir muito além dos utilitários: histórias e sentimentos deverão compor o produto final oferecido efetivamente ao turista.

Embora esta tendência seja identificada no consumo do lazer e do turismo, a mesma estará também espelhada em produtos de uso diário, que deverão carregar consigo conteúdos vinculados a histórias e emoções.

Neste sentido, a comercialização de produtos diretamente pelo produtor, preferencialmente em seu local de produção tendem a crescer, além de haver uma clara valorização da produção artesanal.

Os produtos mais naturais, orgânicos, feitos à mão, diferenciados, com características únicas ou com outros diversos valores agregados, tornam-se objetos de desejo e de consumo por este homem da sociedade dos sonhos.

Equivalente a isso, a paisagem ganha valor afetivo e com ela intensifica-se a preocupação ambiental e ecológica. O homem volta ao seu lugar dentro da natureza e não acima dela: faz, portanto, parte do ecossistema.

Produtos, serviços, viagens, passeios deverão obrigatoriamente expressar sonhos, desejos, sentimentos, e prioritariamente valorizar atributos culturais locais, a produção artesanal, em pequena escala, efetivamente diferenciada e carregada de valores, sentimentos e histórias para serem contadas.

Todo este contexto, intensifica sobremaneira o interesse pelas práticas de um turismo que se desvinculam completamente da ideia de massa. O turismo rural e o turismo gastronômico, apoiados pelo interesse no turismo cultural colocam-se como uma tendência absolutamente emergente e de destaque.

Além das tendências vinculadas ao comportamento do consumidor, é importante que sejam ressaltadas as tendências relacionadas aos novos negócios.

Todas estas tendências materializam-se hoje, em muitos dos atrativos já consolidados e em processo de implantação no município. A venda de produtos artesanais, realizada por empreendimentos de turismo rural, a comercialização de produtos diretamente a partir da relação produtor-consumidor final, as experiências de colha e pague, as visitas à produção, a vivência relacionada ao meio rural como um todo. Novos empreendimentos antes exclusivamente vinculados à agricultura, ampliam suas atividades par ao turismo rural.

Além disso, a ampliação do número de empreendimentos de hospedagem no município tem sido uma crescente. Como comentado anteriormente, devem ser inaugurados, até o final de 2017, mais cinco meios de hospedagem de grande porte na cidade, todos de rede.

Estes novos empreendimentos irão duplicar o número de unidades habitacionais disponíveis e, possivelmente, serão responsáveis por promover o reposicionamento do segmento como um todo na cidade, já que, possivelmente haverá um excedente de apartamentos disponíveis.

Atualmente, o principal foco dos meios de hospedagem está vinculado ao turismo de negócios, o que promove altas taxas de ocupação durante a semana em praticamente todos os meios de hospedagem disponíveis.

A chegada dos novos empreendimentos tornará necessário um redirecionamento em termos de perfil de público-alvo, diversificando, desta forma, não somente o perfil de público, mas também os segmentos que serão atendidos.

Desta forma, segmentos como o turismo cultural e o turismo de eventos tendem a ser beneficiados com a criação, inclusive, de novos produtos turísticos.

Com relação ao turismo de eventos, é válido mencionar, entende-se que haverá também um significativo crescimento neste setor.

Destinos como São Paulo, por exemplo, encontram-se já estagnados em termos de crescimento, o que permitirá que novos destinos passem a captar o excedente da cidade.

Obviamente, trata-se, este, de um setor que requer investimentos específicos, em especial em infraestrutura.

Assim, Jundiaí somente poderá ser beneficiada caso haja uma ampliação nos espaços de eventos disponíveis e a implantação de espaços de maior porte. A cidade tem todas as características para abrigar um centro de convenções de grande porte, o que trará efetivos benefícios econômicos para o município, caso o mesmo venha a ser implantado.

A ampliação do setor de eventos esbarra também no aumento do interesse do turista por festas tradicionais. As festas populares realizadas no município têm crescido sensivelmente todos os anos tanto em termos de número de visitantes como em número e diversidade de atrações.

A tendência ao retorno às atividades mais tradicionais reforça este panorama e impele estes eventos a profissionalizarem-se e ampliarem sua capacidade de atendimento, beneficiando positivamente a atividade turística no município, bem como a geração de novos negócios.

Na mesma medida, cresce e tende a ampliar-se cada vez mais o setor de gastronomia. Novos empreendimentos estão em processo de planejamento de implantação, o que é positivo para consolidar ainda mais Jundiaí como um destino de turismo gastronômico.

Vinculada a esta expansão, está a ampliação do número de empresas de turismo receptivo. Até 2014, somente uma agência efetivamente atuava neste setor, comercializando produtos vinculados ao turismo rural e ao Circuito das Frutas.

No primeiro semestre de 2015, mais duas agências passaram a atuar nesta atividade, ampliando, com isso, a capacidade de atendimento para grupos e ainda os produtos efetivamente organizados disponíveis, oferecendo, também a diversificação de opções.

Além disso, tem-se percebido, de maneira sistematizada, a ampliação do número de empreendimentos que atuam no turismo rural, como anteriormente mencionado.

Muitas propriedades que, até então, investiam somente na produção, tem se organizado a fim de receber turistas, diversificando, desta forma, sua fonte de renda e, ao mesmo tempo, ampliando as opções para o turismo.

De maneira geral, avaliando o panorama apresentado, com relação às tendências para o turismo local, percebe-se que as projeções para o turismo em Jundiaí são positivas.

A implantação de novos atrativos, a ampliação a oferta hoteleira, as tendências que valorizam experiências, as compras diretas junto aos produtores, o interesse cada vez maior dos turistas por um novo modo de vida e por novas vivências, vinculadas ao *slow food – slow life* são fatores que demonstram uma propensão a uma evolução positiva do setor de turismo no município.

Prognóstico

Analisando todo o panorama identificado ao longo da estruturação desta Política e Plano Municipal de Turismo, pode-se projetar que Jundiaí tende a crescer e se fortalecer em muitos aspectos.

No cenário dos negócios, em especial, nos setores de indústria e logística, é nítido o crescimento e o investimento no setor. A geração de empregos é mais que certa, devido ao grande número de empresas de grande porte que vêm a cada ano se instalando em nosso município, fator esse que já consolidou Jundiaí como um dos mais importantes centros de logística e distribuição do País.

Com esse volume de empresas aumentando, um segmento que espontaneamente acompanha esse crescimento é o Turismo de Negócios. É cada vez maior o número de empresários que passam por nossa cidade, e isso deve aumentar muito devido ao posicionamento estratégico de Jundiaí, como cidade entroncamento, que permite uma excelente acessibilidade as mais diversas regiões do País, o que vai facilitar o deslocamento dos empresários já que São Paulo não tem mais para onde crescer e está saturada.

Embora o crescimento do turismo de negócios seja praticamente inevitável, poucas ações de fomento a este segmento são possíveis, sendo somente plausível o aproveitamento deste fluxo para fins de divulgar as atrações da cidade e para incentivar o aumento de sua permanência.

Em contrapartida, esse desenvolvimento do setor industrial faz com que a agropecuária, outra atividade econômica relevante, vá se esgotando por falta de competitividade com as indústrias. Pequenos agricultores tendem a sofrer inúmeras pressões, em especial com relação à falta de mão-de-obra e a pressão imobiliária.

Em uma cidade cuja predominância é de pequenos agricultores, este é um fator preocupante a qual se deve estar atento. Uma das alternativas, sem sombra de dúvida, para a solução deste gargalo, está no investimento no turismo rural, o que já vem acontecendo.

É certo que as atividades econômicas estão se fortalecendo cada vez mais, e Jundiaí vem se equilibrando e proporcionando um desenvolvimento satisfatório.

Neste sentido, o turismo tende também a se fortalecer, em especial se este prognóstico for considerado na estruturação de políticas que transformem as ameaças discutidas em potencialidades de desenvolvimento, em especial com foco em incentivar um melhor aproveitamento do fluxo do turismo de negócios e o incentivo ao turismo rural.

Outra questão que deve ser considerada relaciona-se ao processo de descaracterização e perda de identidade que o município vem passando.

Deve existir uma preocupação neste sentido para que a essência jundiaiense não se perca, o que fará com que os produtos turísticos da cidade também se descaracterizem.

A chegada de muitos novos moradores tem contribuído neste sentido e ações pensadas para evitar tal descaracterização são essenciais.

Embora haja aspectos que precisam ser melhor trabalhados para que o turismo alce níveis de desenvolvimento mais interessantes, considerando as tendências aqui apresentadas, o diagnóstico realizado e as informações concernentes ao panorama atual do desenvolvimento do turismo em Jundiaí, pode-se projetar que o segmento tende a crescer e de estruturar, passando a ocupar a posição que merece: um dos eixos de desenvolvimento econômico, social e cultural do município.

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

Política Municipal de Turismo

41

A **Política Municipal de Turismo** reflete as expectativas e diretrizes para o desenvolvimento do Turismo em Jundiaí, desenvolvimento este ancorado nos princípios da sustentabilidade socioeconômica, cultural e ambiental.

Esta política baseia-se na percepção do turismo como fenômeno social, nas inter-relações entre produtos, serviços e comunidade, e que têm na essência de suas práticas a cultura, herança histórica e tradições, o meio ambiente e as relações sociais de hospitalidade e de troca de informações interculturais.

Assim sendo, esta política objetiva, de maneira geral, conduzir o desenvolvimento do Turismo de Jundiaí a partir de uma visão responsável e voltada a garantir o desenvolvimento da atividade, a qualidade de vida da comunidade e o bem-estar do turista.

A **Política Municipal de Turismo** é, desta forma, voltada ao planejamento e ordenamento do setor, o que se efetiva por meio do **Plano Municipal de Turismo**, documento que complementa esta Política e que reúne diretrizes, metas e programas estabelecidos para o desenvolvimento integral do turismo em Jundiaí.

Estruturada de maneira concatenada com a Lei Orgânica Municipal e com o Plano Diretor, são princípios norteadores da **Política Municipal de Turismo**:

I. Fomento ao turismo sustentável;
II. Respeito a comunidade e promoção de benefícios diretos à mesma, como resultados da atividade;
III. Geração de renda e empregos para a população local;
IV. Promoção da valorização e conservação do patrimônio material e imaterial cultural, histórico, agrícola e ambiental do município;

Com base nestes princípios, são objetivos da **Política Municipal de Turismo.**

I. Promover a infraestrutura necessária e adequada ao pleno desenvolvimento da atividade turística em Jundiaí, com base na valorização e conservação do patrimônio cultural, histórico, ambiental e rural do município;

II. Consolidar o município como destino de destaque frente ao turismo nacional;

III. Fortalecer as relações com os municípios que compõe o Circuito das Frutas, valorizando a região turística e fomentando seu posicionamento como região de destaque para o turismo rural no mercado nacional;

IV. Efetuar o planejamento regional integrado, alinhado com os municípios que compõe o Circuito das Frutas;

V. Fortalecer a organização do turismo local;

VI. Realizar o desenvolvimento sistêmico dos segmentos do turismo em destaque no município: turismo rural, turismo cultural, turismo de negócios, turismo gastronômico, ecoturismo, turismo pedagógico, turismo enológico e turismo de eventos, além de apoiar também outros segmentos que venham a se estruturar;

VII. Ampliar a permanência do turista no município;

VIII. Manter atualizado e ativo sistema de atendimento para fornecimento de informações turísticas municipais;

IX. Promover e divulgar os atrativos turísticos e a infraestrutura turística do município;

X. Fomentar a produção artesanal local, promovendo a ampliação dos pontos de comercialização;

XI. Incentivar os eventos de interesse turístico;

XII. Realizar a Festa da Uva de Jundiaí, valorizando a produção e a identidade cultural local;

XIII. Desenvolver e implementar as Rotas Turísticas do Município;

XIV. Criar ferramentas para incentivar o turismo local e, em especial, o turismo rural;

XV. Apoiar e fomentar a qualificação profissional da mão-de-obra relacionada direta e indiretamente com o turismo;

XVI. Elaborar o Plano Municipal de Turismo, atendendo as orientações desta Política, contanto com a participação direta do Conselho Municipal de Turismo na estruturação e implementação do mesmo;

Para consecução desses objetivos o Município promoverá:

I – Convênios de intercâmbio e cooperação financeira com entidades públicas e privadas para o desenvolvimento de projetos e ações de fomento ao turismo, bem como para a realização de eventos de interesse turístico;

43

II – Ampliação do número de atrativos turísticos públicos ou privados;

III – apoio à implantação e manutenção de novos empreendimentos diretamente vinculados ao setor, incluindo meios de hospedagem, serviços de alimentação voltados ao atendimento de turistas, agências de turismo, empreendimentos vinculados ao turismo rural, sítios e fazendas que ofereçam atendimento a turistas e outros empreendimentos e atrativos diretamente relacionados ao turismo;

IV – Vinculação ao Fundo Municipal de Turismo de até 0,5% (cinco décimos por cento) de sua receita tributária líquida, para o financiamento de programas, projetos e ações de fomento ao turismo, ao artesanato e a eventos de interesse turístico, vedada a aplicação destes recursos no pagamento de:

a) despesas com pessoal e encargos sociais;

b) serviço de dívida;

c) qualquer outra despesa corrente não vinculada diretamente aos investimentos ou ações previstos;

Para assegurar a participação da sociedade na formulação e acompanhamento da Política Municipal de Turismo, o Conselho Municipal de Turismo deverá acompanhar todas as ações a serem desenvolvidas.

Plano Municipal de Turismo

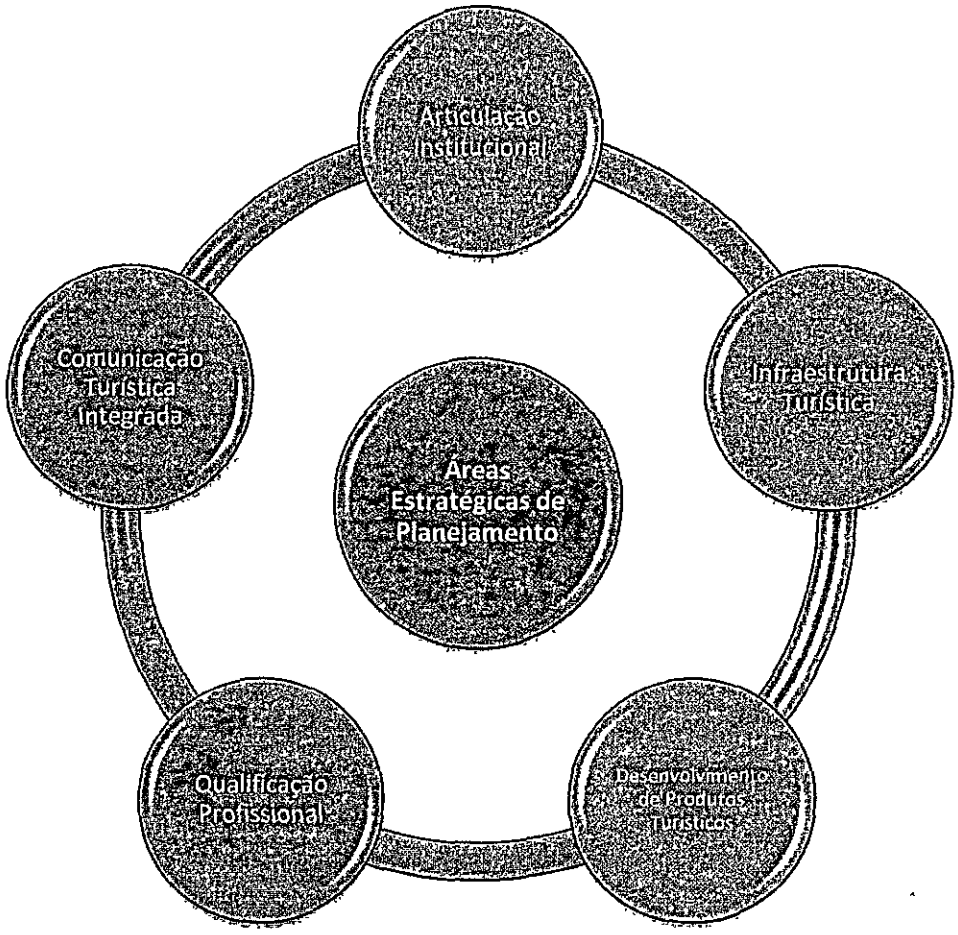
O **Plano Municipal de Turismo,** componente da Política Municipal de Turismo, foi estruturado a partir da realização de várias etapas, a saber:

- Inventário da Oferta Turística
- Diagnóstico e Pesquisa de Perfil da Demanda
- Análise de Tendências e Prognóstico Turístico do Município

A partir das informações colhidas e das análises realizadas nas referidas etapas, e com base nos direcionamentos da **Política Municipal de Turismo,** foi elaborado o Plano a seguir:

Planejamento do Turismo no Município

O processo de planejamento da atividade turística, que compõe o **Plano Municipal de Turismo,** foi estabelecido a partir das informações colhidas durante o desenvolvimento do Inventário e elaboração do Diagnóstico, tendo sido realizado de maneira bastante objetiva e participativa.
Atualmente, este planejamento direciona as ações da Diretoria de Turismo e do Conselho Municipal de Turismo e compõe a **Política Municipal de Turismo,** consolidada neste conjunto de documentos que reúne Inventário, Pesquisa de Perfil da Demanda, Diagnóstico e **Plano Municipal de Turismo.**
Para fins metodológicos, foi elaborada uma diretriz geral e, a partir desta, um conjunto de objetivos a serem alcançados no período 2014 – 2018.
A partir destes objetivos, foram desenhados um conjunto de Programas que objetivam atender as necessidades das principais áreas estratégicas de desenvolvimento do turismo, à saber:



As referidas áreas foram selecionadas a partir da realização do processo de diagnóstico, realizado anteriormente, tendo sido elencadas aquelas que precisariam de maior atenção em termos de planejamento.

Cada uma das áreas, por sua vez, foi avaliada, analisada e interpretada a partir dos seguintes parâmetros orientadores:

Articulação Institucional: permeia ações de organização relativa as relações institucionais do município nos diversos níveis, envolvendo articulações junto ao trade local, a parceiros regionais, municípios da região, ao Governo Estadual, Governo Federal e as entidades do terceiro setor.

Infraestrutura Turística: estrutura implementada na cidade com fins exclusivos de atendimento as necessidades do turista. Esta área estratégica foi trabalhada em dois vieses distintos:

identificar as necessidades pertinentes a ações e intervenções de responsabilidade do poder público e fomentar melhorias por meio de intervenções pertinentes e inerentes à iniciativa privada.

46

Desenvolvimento de Produtos Turísticos: fomento a implantação de novos empreendimentos e novos atrativos turísticos; melhoria nos atrativos já existentes, por meio de assessoria técnica especializada ou implantação de projetos específicos direcionados àqueles atrativos que são de responsabilidade do poder público local.

Qualificação Profissional: mapeamento de necessidades e parceirização, em especial com o terceiro setor e Sistema S, para oferecimento de oportunidades.

Comunicação Turística Integrada: foco específico na divulgação de Jundiaí enquanto destino turístico consolidado.

Das áreas estratégicas mencionadas, derivaram os principais programas que compõe o **Plano Municipal de Turismo,** embasado na **Política Municipal de Turismo.**
A partir do entendimento da necessidade de que as áreas estratégicas fossem abrangidas para fins de planejamento do turismo local, foi traçada uma diretriz principal e, a partir dela um conjunto de objetivos específicos a serem alcançados com este documento.
O Plano Municipal de Turismo deverá ser atualizado de 4 em 4 anos e o Inventário da Oferta Turística, a cada dois anos, mesma periodicidade em que deverá ser atualizada a Pesquisa de Perfil da Demanda do Município.

Diretriz Geral

Converter Jundiaí em uma referência em turismo de maneira sustentável, posicionando a cidade como um destino turístico consolidado e sustentável, com qualidade e diversidade de infraestrutura, atrativos e produtos capazes de garantir a competitividade da cidade dentro dos padrões internacionais, ampliando, com isso, o Fluxo Turístico local, por meio da valorização da cultura, tradições, patrimônio natural e rural do município.

Objetivos do Plano Municipal de Turismo

- Fortalecer a organização do turismo local;
- Fortalecer a promoção de Jundiaí enquanto destino turístico;
- Ampliar o número de atrativos turísticos qualificados do município de Jundiaí;
- Desenvolver ações específicas para fomentar os diferentes segmentos de turismo em operação no município;
- Qualificar o turismo local;

A partir da Diretriz e do conjunto de Objetivos estabelecidos para este Plano e tendo como documento norteador a **Política Municipal de Turismo,** foi criado um conjunto de Programas, tendo como foco promover o desenvolvimento do turismo municipal.

48

Programas

1. Programa de Articulação Institucional

Tem como foco promover a articulação entre os diversos elos da cadeia produtiva do turismo, fundamentais para o turismo, envolvendo o trade turístico, o terceiro setor e o Sistema S, favorecendo o desenvolvimento da atividade turística local.

São ações previstas para este Programa:

- Atuação constante e permanente do COMTUR (Conselho Municipal de Turismo);
- Atuação efetiva do município junto ao Circuito das Frutas;
- Realização permanente de mapeamento de necessidades dos diferentes segmentos do turismo e do trade local;
- Manutenção do Fundo Municipal de Turismo;
- Participação ativa em discussões pertinentes a eventuais atualizações da Lei Orgânica e do Plano Diretor Municipal;
- Aproximação permanente do município com diversos gestores do turismo em nível estadual (Secretaria de Turismo, Conselho Estadual e Amitur) e nível federal (Mtur) e participação constante em ações propostas por estes agentes;

2. Programa de Melhorias na Infraestrutura Turística de Jundiaí

Entende-se por infraestrutura turística toda estrutura implementada em um município para atender as necessidades do turista e que também atende e beneficia direta ou indiretamente a comunidade local. Uma vez que o turismo trata-se de um negócio, e, portanto, sua operacionalização cabe a iniciativa privada, é importante salientar que as ações do poder público municipal neste programa limitam-se a atender as demandas que são concernentes as funções da gestão municipal, vinculadas ao fomento da atividade.

São ações previstas para este Programa:

- Atualização do Inventário da Oferta Turística Local, que deverá ser realizada a cada dois anos, fornecendo, com isso, informações para o desenvolvimento do turismo local;
- Identificação de Necessidades de Melhorias de Infraestrutura Turística realizada por meio de Pesquisa Qualitativa de Demanda, vinculada a Pesquisa de Perfil da Demanda Turística do Município, que deverá ser realizada a cada dois anos;
- Realização de Pesquisa de Perfil da Demanda Turística;
- Fomento a Implantação de Novos Empreendimentos por meio de apoio técnico especializado e fornecimento de informações relativas ao Panorama do Turismo local;
- Elaboração de Projeto de Sinalização Turística;
- Manutenção permanente do funcionamento do Centro de Informações Turísticas, com equipe técnica conformação específica para tal e devidamente capacitada, todos os dias, em horário comercial, inclusive aos finais de semana e feriados, com exceção do Natal e Ano Novo;

3. Programa de Desenvolvimento de Produtos Turísticos

Tem como foco desenvolver e/ou promover melhorias nos Produtos Turísticos existentes no município, fomentando a diversificação da oferta de opções para o turista.

São ações previstas para este Programa:

- Realização anual da Festa da Uva, tendo como elementos norteadores de seu planejamento a divulgação das tradições, da produção cultural local, dos produtos locais e a valorização do produtor e da produção de uva, em especial à niágara rosada, oriunda do município;
- Realização anual do Festival Gastronômico Sabores de Jundiaí;
- Criação do Empório Jundiaí – Ponto permanente de comercialização de produtos rurais e artesanato; Incentivo à produção de produtos associados ao turismo, a serem comercializados para turistas e para a comunidade local;

- Elaboração de Calendário de Eventos Turísticos do Município;[2]
- Manutenção de atividades do Programa Jundiaí Feito à Mão;
- Estruturação, manutenção e divulgação das Rotas Turísticas de Jundiaí;

50

4. Programa de Qualificação do Turismo Local

Tem como foco fomentar a qualificação profissional e a qualificação de produtos nos diferentes elos da cadeia produtiva do turismo bem como qualificar também públicos indiretamente relacionados ao turismo, mas que tem contato direto com o turista como a Guarda Municipal, Polícia Militar, atendentes de postos de combustíveis e bancas de jornal, atendentes do comércio, taxistas e comunidade.

São ações previstas para este Programa:

- Desenvolvimento e Implementação de Selo de Qualidade de Turismo Rural;
- Fomento a qualificação profissional;
- Qualificação de empreendimentos e mão-de-obra por meio de parcerias institucionais;
- Qualificação do artesanato local;
- Implementação do Projeto Amigo do Turista, com foco na qualificação de profissionais que tem contato direto com o turista para prestarem informações turísticas e atuarem com base nos princípios da hospitalidade e do bem-receber;
- Implementação do Projeto Jundiaí Tem Turismo Sim, objetivando conscientizar a comunidade para o potencial do turismo local;

[2] Entendem-se por eventos turísticos aqueles eventos que efetivamente atraem turistas e visitantes para o município, comprovado a partir de pesquisa, e que possuem um mínimo de infraestrutura adequada para atender as necessidades dos mesmos. São eventos que divulgam a cultura, as tradições e a gastronomia local e tem tradição em sua realização. Somente será considerado evento turístico, eventos que estejam, no mínimo, em sua terceira edição.

5. Programa de Comunicação Turística

Tem como foco promover a promoção e divulgação de Jundiaí enquanto destino turístico e dos produtos e infraestrutura turística local de maneira qualificada, moderna e coligada às tendências de mercado.

São ações previstas para este Programa:

- Manutenção do Centro de Informações Turísticas;
- Elaboração de Material Gráfico de promoção do município;
- Atuação promocional junto ao fluxo de turismo de negócios e demais segmentos do turismo de Jundiaí;
- Planejamento de Promoção do Município em Feiras do Trade de maneira individual e/ou em parceria com o Circuito das Frutas;
- Implantação e Manutenção de canais de comunicação do turismo municipal via mídias sociais;
- Atualização e manutenção do site www.turismo.jundiai.sp.gov.br para promoção do turismo local;
- Realização de famtours e presstours;
- Promoção estruturada com foco na promoção dos atrativos do município;

Implementação

A implementação do Plano Municipal de Turismo será realizada a partir de um planejamento que terá como base o orçamento anual do Fundo Municipal de Turismo.
A partir do recurso disponível no orçamento do Fundo, anualmente, serão estabelecidas as ações a serem realizadas.

Prazos

O Plano Municipal de Turismo deverá ser atualizado a cada três anos. O planejamento de ações a serem implantadas será realizado anualmente, sempre no primeiro mês do ano e de acordo com o orçamento disponível no fundo municipal de turismo.

52

Considerações Finais

Um plano municipal de turismo trata-se de um documento dinâmico e que necessita atualização constante.

Este plano foi desenvolvido a partir de uma série de análises e reflete as necessidades para fins de desenvolvimento do turismo local.

Será atualizado constantemente e servirá de direcionamento para o fomento ao turismo local.

Pretende promover o desenvolvimento e o crescimento do turismo em Jundiaí, tendo sido construído de maneira participativa e representando as demandas locais.

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí
(11) 4589-8580
www.turismo.jundiai.sp.gov.br

54

COMTUR
CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE JUNDIAÍ

TURISMO JUNDIAÍ