



Câmara Municipal de Jundiaí
São Paulo

LEI Nº. 8.569 , de 28/12/2015

Processo: 74.232

PROJETO DE LEI Nº. 11.961

Autoria: **PREFEITO MUNICIPAL (PEDRO BIGARDI)**

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

Arquive-se

Wllanpedi
Diretoria Legislativa
08/01/2016



PROJETO DE LEI Nº. 11.961

Diretoria Legislativa À Diretoria Financeira, após a Consultoria Jurídica.	Prazos:	Comissão	Relator
	projetos vetos orçamentos contas aprazados	20 dias 10 dias 20 dias 15 dias 7 dias	7 dias - - - 3 dias
<i>Diretora</i> <i>JUNDIAS</i>		Parcer CJ n° 1119	QUORUM:

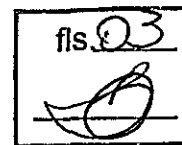
Comissões	Para Relatar:	Voto do Relator:
À CJR. Diretora Legislativa / /	<input type="checkbox"/> avoco <input type="checkbox"/> _____ Presidente / /	<input type="checkbox"/> favorável <input type="checkbox"/> contrário <input type="checkbox"/> CFO <input type="checkbox"/> CDCIS <input type="checkbox"/> CECLAT <input type="checkbox"/> CIMU <input type="checkbox"/> COSAP <input type="checkbox"/> COPUMA <input type="checkbox"/> Outras: _____ Relator / /
À _____ Diretora Legislativa / /	<input type="checkbox"/> avoco <input type="checkbox"/> _____ Presidente / /	<input type="checkbox"/> favorável <input type="checkbox"/> contrário Relator / /
À _____ Diretora Legislativa / /	<input type="checkbox"/> avoco <input type="checkbox"/> _____ Presidente / /	<input type="checkbox"/> favorável <input type="checkbox"/> contrário Relator / /
À _____ Diretora Legislativa / /	<input type="checkbox"/> avoco <input type="checkbox"/> _____ Presidente / /	<input type="checkbox"/> favorável <input type="checkbox"/> contrário Relator / /
À _____ Diretora Legislativa / /	<input type="checkbox"/> avoco <input type="checkbox"/> _____ Presidente / /	<input type="checkbox"/> favorável <input type="checkbox"/> contrário Relator / /



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP

OF. G.P.L. nº 562/2015

Processo nº 31.412-6/2015



Jundiaí, 22 de dezembro de 2015.

Excelentíssimo Senhor Presidente:

Permitimo-nos encaminhar à esclarecida apreciação dessa Colenda Casa de Leis, a presente Projeto de Lei que tem por finalidade instituir a **Política Municipal de Turismo e o Plano Municipal de Turismo no Município de Jundiaí.**

Na oportunidade, reiteramos nossos protestos de elevada estima e distinta consideração.

Atenciosamente,


PEDRO BIGARDI
Prefeito Municipal

Ao

Exmo. Sr.

Vereador MARCELO ROBERTO GASTALDO

Presidente da Câmara Municipal de Jundiaí

N e s t a

scc.1



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP



Processo nº 31.412-6/2015

PUBLICAÇÃO Rubricar
06/01/15 *am*

Apresentado.
Encaminhe-se às comissões indicadas:
[Signature]
Presidente
22/12/2015

[Signature]
Presidente
22/12/2015

PROJETO DE LEI Nº 11.961

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.

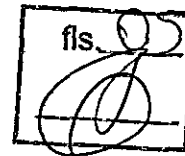
Art. 3º São objetivos da Política Municipal de Turismo de Jundiaí:

- 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;

[Signature]



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP



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 compõem 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.

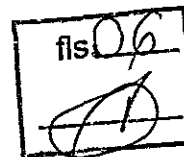
Art. 4º O Município, visando à consecução dos objetivos previstos no art. 3º desta Lei, promoverá as seguintes ações:

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;



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP



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

scc.1

**Política e Plano Municipal de
Turismo de Jundiaí**

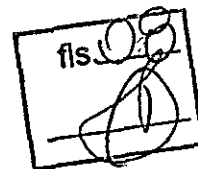
Diagnóstico e Prognóstico

2015



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

 **TURISMO
JUNDIAÍ**



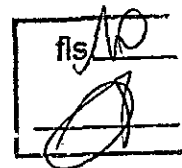
Sumário

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

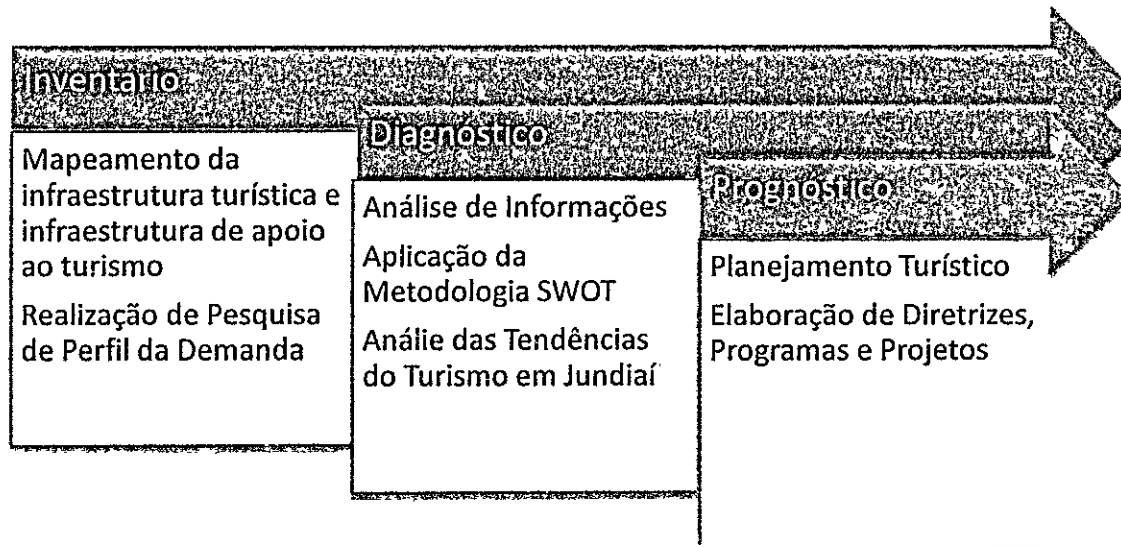
Para fins de entendimento, conceitua-se planejamento turístico como:

[...] 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.



Diagnóstico: Cenário Turístico de Jundiaí

9

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.

10

A produção de frutas, uma das características do desenvolvimento agrícola jundiaense, 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, conseqüentemente, do vinho.

Instalando-se nas terras jundiaenses, 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.

11

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 com 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, pitaiá 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, conseqüentemente, 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.

12

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 Jundiaíense 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 apenas 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 corporativas de grandes empresas.

3
13

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.

15

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.

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 souvenirs 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.

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.



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.

19

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, conseqüentemente, 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.



Pontos Fortes

- Localização privilegiada, no quadrilátero de desenvolvimento paulista
- Vias de acesso excelentes
- Climas maiores (DH's do Brasil)
- Diversidade de atrativos turísticos
- Cultura e tradições locais mantidas e com potencial para aproveitamento turístico
- Festas de nome nacional (Festa da Uva)
- Tradição na produção de frutas
- Gastronomia com mais de quatro centenas de pratos
- 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 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.

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

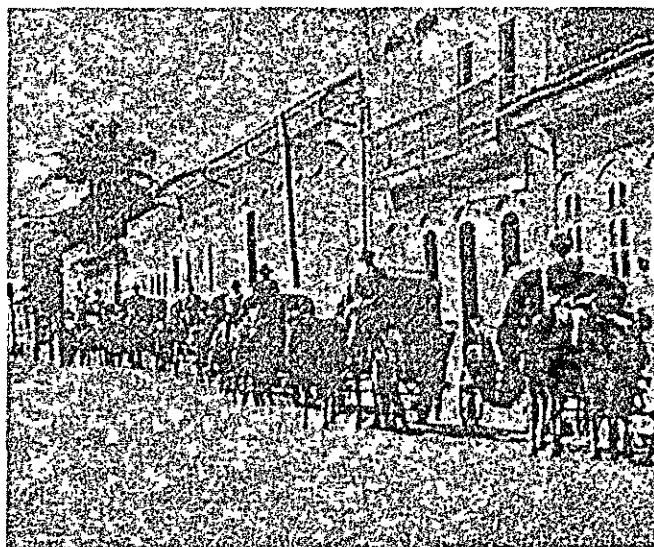
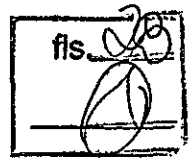


Figura 1. Rua Barão de Jundiaí - Século XIX

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



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.

22

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

- 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 tráfego 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.

Pontos Fracos

- 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.

23

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 ainda 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

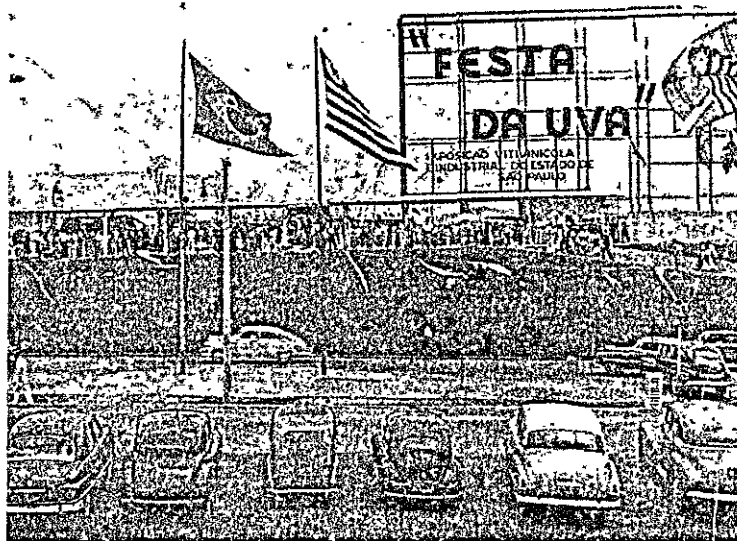


Figura 2. Festa da Uva
Imagem da 1ª. Festa da Uva, realizada em 1934.

Jundiaí realiza anualmente inúmeras festas tradicionais. Realizando anualmente a tradicional Festa da Uva, que completou 80 anos em 2014, o calendário de eventos jundiaíenses 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

24

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 Jundiaenses.

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

- 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 Paulo, Campinas, Guarulhos, ABC e Sorocaba).
- Visitantes permanecem durante todo o dia do evento, com atividades e locais para serem visitados durante todo o período.

Pontos Fracos

- 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);

25

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 emissores, 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 jundiaíense são realmente fantásticos. São mais de 400 restaurantes em Jundiaí e 90 pizzarias.

26

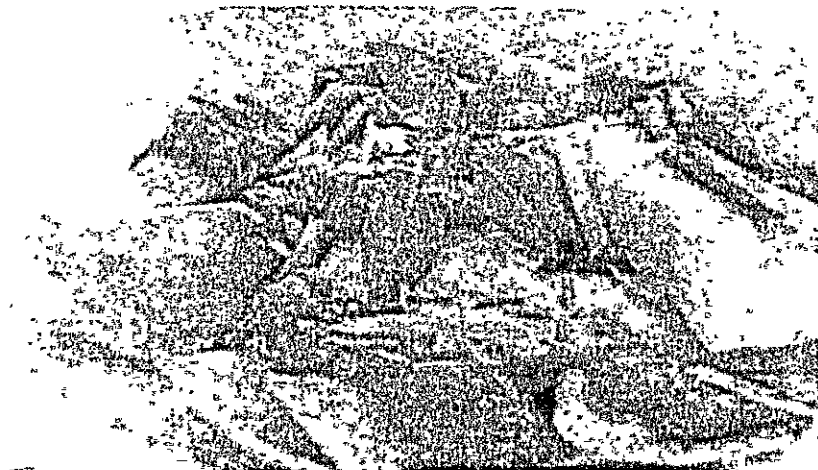


Figura 3. Tortéi de Abóbora

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.

27

Pontos Fortes

- 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;

Pontos Fracos

- 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 jundiaenses 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.

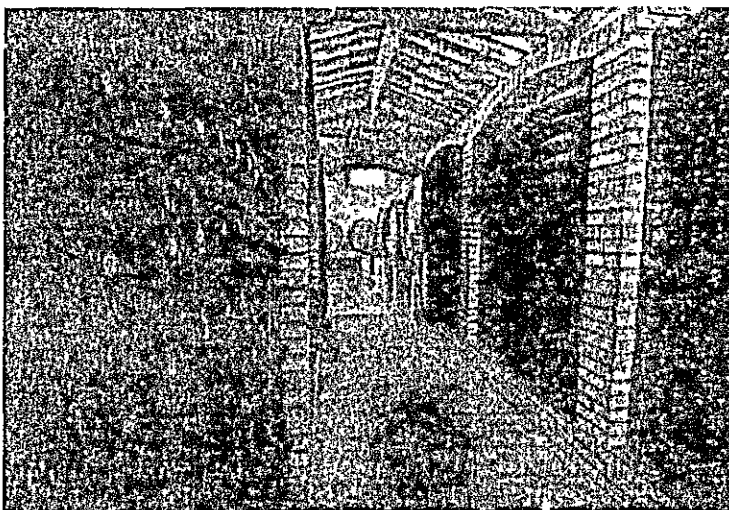


Figura 4. Adega Mazieiro

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.

29

Pontos Fortes

- 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, consolidada e organizada;
- Participação efetiva da iniciativa privada na organização do turismo local;
- Localização privilegiada próximo a São Paulo (50 km) e Sorocaba;

Pontos Fracos

- 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, conseqüentemente, 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 jundiaíenses.

30

Ações diversas de promoção e divulgação têm sido pensadas para incentivar a comercialização do Vinho Jundiaíense. 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.

31

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

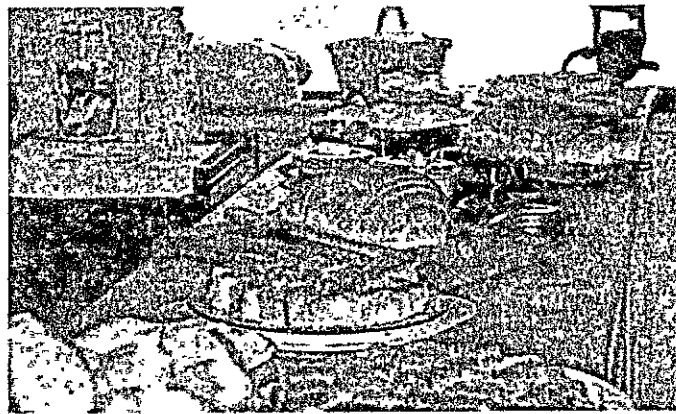


Figura 5. Café Rural
As fartas mesas do turismo rural!

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

- 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, com destino de referência em turismo rural;
- Integração com entidade francesa, promove a divulgação internacional do projeto, atraindo turistas estrangeiros;

Pontos Fracos

- 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;

33

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.

34

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 das grandes cidades, de realizar viagens curtas e, conseqüentemente, 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.

36

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 para o 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.

37

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.

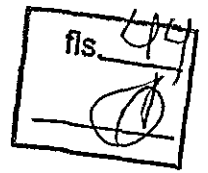
No primeiro semestre de 2015, mais duas agências passaram a atuar nesta atividade, ampliando, com isso, a capacidade de atendimento para grupos e ainda os produtos efetivamente organizados disponíveis, oferecendo, também a diversificação de opções.

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.



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



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.

38





Prognóstico

39

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.



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;



- 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;

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:

44

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

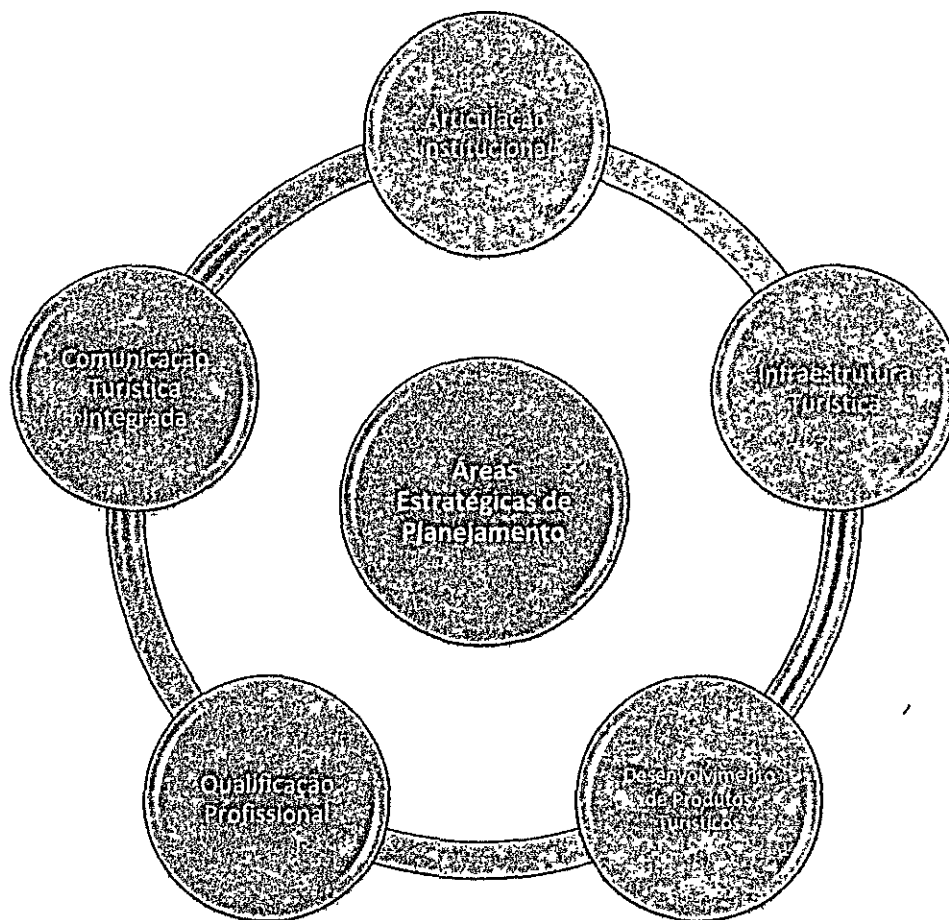
A partir das informações colhidas e das análises realizadas nas referidas etapas, e com base nos direcionamentos da Política Municipal de Turismo, foi elaborado o Plano a seguir:

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 parcerização, 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

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.



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:





- 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;

49

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;

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.

51

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

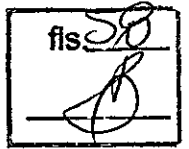
A implementação do Plano Municipal de Turismo será realizada a partir de um planejamento que terá como base o orçamento anual do Fundo Municipal de Turismo.

A partir do recurso disponível no orçamento do Fundo, anualmente, serão estabelecidas as ações a serem realizadas.





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



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.

53

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

fls. 00
D



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

54





JUSTIFICATIVA

Excelentíssimo Senhor Presidente;

Senhores Vereadores:

Submetemos à apreciação dessa Egrégia Edilidade, o presente Projeto de Lei que tem por finalidade instituir a Política Municipal de Turismo e o Plano Municipal de Turismo no Município de Jundiaí.

O Turismo é uma atividade com grande potencial para promover o desenvolvimento socioeconômico equilibrado. Nesse setor, o Poder Público exerce papel fundamental, especialmente no planejamento turístico, um processo complexo que visa apresentar as diretrizes para o desenvolvimento da atividade turística, sistematizando e monitorando seu alcance e impacto na vida social.

Destaca-se sobre ao assunto o mandamento constitucional insculpido no art. 180 que confere à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios a promoção e incentivo do turismo como fator de desenvolvimento social e econômico.

No mais, os Municípios têm competência para legislar sobre assuntos de interesse local (art. 30, I da CF/88) e, no que couber, poderão suplementar e legislação federal e estadual (art. 30, inciso II da CF/88), no que diz respeito ao interesse local, o que se reforça pela competência material comum atribuída pelo art. 23, inciso III da CF/88, a qual autoriza o fortalecimento da atividade turística no Município de Jundiaí, resguardados os bens de valor histórico, artísticos, culturais, monumentos, paisagens naturais notáveis e sítios arqueológicos.

É certo também que cabe ao Chefe do Executivo, bem como a qualquer membro ou Comissão da Câmara e aos cidadãos, a iniciativa de projetos de leis ordinárias e complementares, com fulcro no art. 45 da Lei Orgânica do Município, ressalvando-se a competência privativa do Prefeito na forma indicada no art. 46 da referida Lei

Dessa forma, o Projeto de Lei possui amparo, quanto a sua iniciativa, na Lei Orgânica do Município, no art. 6º, "caput" e seu inciso XXI, art. 45, art. 206 e art. 207. Também se encontra o permissivo no art. 23, inc. III c/c o art. 30, incisos I e II, ambos da Constituição Federal.



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP

fls. 02
B

Na esfera federal, importante ressaltar a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, a qual dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, com destaque para o Fundo Geral de Turismo – FUNGETUR voltado ao financiamento, apoio, ou participação financeira em planos, projetos, ações e empreendimentos reconhecidos pelo Ministério do Turismo como de *interesse turístico*.

Neste contexto, a Lei Complementar Estadual nº 1.261, de 29 de abril de 2015, ao dispor sobre as condições e requisitos para a classificação de Estâncias e de Municípios de Interesse Turístico, faz referência ao Fundo disciplinado no artigo 146 da Constituição do Estado de São Paulo e, neste contexto, para que um Município seja classificado como “de Interesse Turístico” e faça jus aos recursos oriundos de Fundo específico imperioso que ostente, entre outras exigências legais, um “Plano Diretor de Turismo”.

Para os fins orçamentários e financeiros, as despesas oriundas da criação da Política Municipal de Turismo e do Plano Municipal de Turismo adequam-se nos ditames da Lei Complementar nº 101/2000, especialmente no que tange aos artigos 16 e 17. Além disso, a iniciativa possui adequação com as Leis Orçamentárias Municipais (Lei Orçamentaria Anual, Lei de Diretrizes Orçamentárias e Plano Plurianual), de forma que as despesas realizadas e a realizar não ultrapassam os limites da fonte de recursos estabelecidos para o presente exercício e para os dois exercícios subsequentes, conforme demonstrativo de impacto orçamentário-financeiro anexo.

Ressalte-se, por fim, que o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, na forma do art. 2º da Lei Municipal nº 5.730, de 21 de dezembro de 2001, assessorou o Município na idealização da Política Municipal de Turismo e do Plano Municipal de Turismo, conforme ata de deliberação anexa.

Face ao exposto e demonstrados os motivos que ensejam a presente propositura, permanecemos convictos de que os Nobres Edis não faltarão com o total apoio para a sua aprovação.


PEDRO BIGARDI
Prefeito Municipal

scc.1

PRÓ-MEMÓRIA – REUNIÃO EXTRAORDINÁRIA 18 de dezembro de 2015

Presentes:

Entidade	Nome
Agência de Viagens e Turismo e Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas	José Luiz Rizzato
Artesanato	Márcia Aparecida da Silva
Artesanato	Marizilda de Oliveira Folster
Associação Agrícola de Jundiaí	Vagner Antônio Marquezin
Diretoria de Turismo	Andréia Rigo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo	Marcela Moro
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo	Edileine Leone
Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Jundiaí	Antonio Omizolo
Tour Jundiahy	Ricardo Silva
Tour Jundiahy	Benício Primo
Tribbo da Terra	Denis Fernandes
UNIP	Jaqueline Martins

Data: 18 de Dezembro de 2015.

Local: Prefeitura do Município de Jundiaí

Reunião Extraordinária para aprovação da Política Municipal de Turismo e Plano Municipal de Turismo

Para fins de cumprimento das demandas relacionadas à Lei Complementar nº 1.261, de 29 de abril de 2015, que trata dos Municípios de Interesse Turístico, há a necessidade de que o Conselho Municipal de Turismo aprove, formalmente, a Política Municipal de Turismo e o Plano Municipal de Turismo, pauta principal desta reunião.

A Diretora de Turismo iniciou a reunião contextualizando todo o processo para a concepção da Política Municipal de Turismo e Plano Municipal de Turismo.

Diretoria COMTUR – Biênio 2015/2016:

Presidente: Marizilda de Oliveira Folster, representante do Artesanato

Vice Presidente: Neusa Liborio Sutti, representante do Sindicato Rural Patronal de Jundiaí

Secretaria Executiva: Valéria Oliveira, representante da Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo



No início de 2014, quanto a Comissão da Assembleia vinculada ao Turismo apresentou os critérios que seriam utilizados para que um município fosse classificado como de Interesse Turístico, foi imediatamente iniciado o processo de organização das informações, pesquisa e demais providências cabíveis, conforme tem sido mencionado em todas as reuniões do COMTUR desde então.

Em agosto de 2014, foi estabelecida parceria com a Universidade Paulista - Campus Jundiaí, para a elaboração do Inventário da Oferta Turística do Município, documento que foi finalizado em meados de fevereiro de 2015.

Após esta etapa, ainda em parceria com a Universidade, iniciou-se o desenvolvimento da Pesquisa de Perfil da Demanda Turística, pesquisa esta que também compõe um dos documentos exigidos pela Lei 1261.

A pesquisa foi aplicada em 26 pontos de interesse turístico na cidade e somou mais de 600 questionários aplicados.

Estes questionários foram tabulados e analisados pela Diretoria de Turismo que em setembro do corrente, finalizou o Panorama do Turismo em Jundiaí e a Pesquisa de Perfil da Demanda Turística em Jundiaí.

A partir das informações colhidas nestas duas etapas: Inventário da Oferta Turística e Perfil da Demanda Turística, passou a ser elaborado o Plano Municipal de Turismo do Município.

O Plano, por sua vez, é composto pelo Diagnóstico da Oferta Turística de Jundiaí, Análise da Concorrência, Análise de Tendências de Mercado, Prognóstico Turístico, Política Municipal de Turismo e o plano em si, composto por programas, ações e projetos, tendo sido finalizado na primeira semana do mês de novembro, quando iniciou-se a etapa final da proposta de ser organizada a documentação para envio relativo ao atendimento das demandas da Lei dos Municípios de Interesse Turístico.

Esta etapa prevê que toda a documentação seja aprovada pela Câmara Municipal e, para tanto, o processo foi estruturado e protocolado em 10 de novembro de 2015. Processo no. 31.412-6/2015-1.

O processo encontra-se em andamento e já trouxe, como exigência, que a Política Municipal de Turismo e o Plano fossem aprovados pelo Conselho Municipal de Turismo, proposta desta reunião.

Diretoria COMTUR – Biênio 2015/2016:

Presidente: Marizilda de Oliveira Folster, representante do Artesanato

Vice Presidente: Neusa Liborio Sutti, representante do Sindicato Rural Patronal de Jundiaí

Secretaria Executiva: Valéria Oliveira, representante da Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo



A partir deste momento, foi realizada a leitura do Plano Municipal de Turismo e da Política Municipal de Turismo, tendo sido apresentados a Metodologia para elaboração do Plano, o Diagnóstico do Turismo de Jundiá, as Tendências de Mercado, Análise Swot, Análise da Concorrência, realizada a partir da análise dos diversos setores do turismo do município, o Prognóstico, a política municipal de turismo e o Planejamento Turístico do Município, com suas diretrizes e programas.

Foi discutida a importância deste passo para o turismo municipal, uma vez que, pela primeira vez, o município terá uma política definida em termos de turismo e um Plano Municipal de Turismo aprovado, o que deve garantir a continuidade das ações que têm sido desenvolvidas no setor.

○ O texto foi aprovado por unanimidade e segue anexo a este Pró-memória.

A reunião iniciou-se às 16h10 e finalizou-se às 17h30.

Compõe este Pró-memória a Lista de Presença da referida Reunião.

Diretoria COMTUR – Biênio 2015/2016:

Presidente: Marizilda de Oliveira Folster, representante do Artesanato

Vice Presidente: Neusa Liborio Sutti, representante do Sindicato Rural Patronal de Jundiá

Secretaria Executiva: Valéria Oliveira, representante da Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo



LISTA DE PRESENÇA

Presentes:

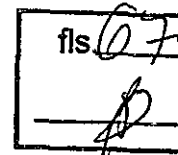
Nome	Entidade	Telefone	Email
Mariana Ap. Silla	artesa / quã	4601-3142	mariaapereira@telefonica.com.br
Elaine Ap. V. L. L.	OPERADORA REATIVO	4402-3244	TOUR JUNDIAIHY@GMAIL.COM
Luiz Carlos Gomes	ZFR	45811793	
FOR DUEZ	KITZOTAN	4507 2000	josemar@kitzotantour.com.br
LEONARDO SILVA	Trib. Jundiaí	991019292	leone@tribodajundia.com.br
DENIS FERNANDES	TRIBBO DA TERRA	998443377	denis@tribodajundia.com.br
Edilene M. Leone	prefeitura de Jundiaí	4589-8580	edlene@jundiai.sp.gov.br
Marcela Jore	Abetoria deducao	4589-8580	marcelaj@jundiai.sp.gov.br
Andria Naze	Diretoria de Turismo	4589-8580	andria@jundiai.sp.gov.br
Jaqueline Ch. Martins	Diretoria de Turismo	4589-8580	jaqueline@jundiai.sp.gov.br
UENICE ANTÔNIO MARTINS	R. ROTA DO MANICÓ	7.9597.1034	uenice@rotadomanico.com.br
Marijdo de O. Foston	Proden & Contor	2434-3410	manijdo@rotadomanico.com.br

J



Prefeitura de **Jundiaí**
Cuidar da cidade é cuidar das pessoas

Secretaria
de Finanças



Processo nº 31.412-6/2015-1

SMF/GS

Em 21.12.2015

O presente protocolado fora encaminhado à SMF para apreciação dos aspectos de cunho orçamentários preconizados pelos artigos 16 e 17 da Lei Complementar Federal nº 101/00 – LRF, para autorizar a Municipalidade instituir a Política Municipal de Turismo.

A promulgação da norma não irá afetar o atual patamar da despesa pública, pois apenas regulamentará o tema em questão.

Destarte, não vislumbramos impeditivos de ordem orçamentária, portanto elaboramos o demonstrativo de impacto, o qual está anexo.

Pedro Reis Galindo
Secretário Municipal de Finanças



LEI N.º 8.360, DE 17 DE DEZEMBRO DE 2014

Cria o FUNDO MUNICIPAL DE TURISMO - FUMTUR e a Contribuição Facultativa 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 16 de dezembro de 2014, PROMULGA a seguinte Lei:-

CAPÍTULO I - DO FUNDO MUNICIPAL DE TURISMO

Art. 1º. Fica criado o Fundo Municipal de Turismo, de natureza contábil e desprovido de personalidade jurídica, com a finalidade de prover recursos para a implantação de programas, projetos e ações de fomento na área de turismo do Município.

Parágrafo único. O Fundo Municipal de Turismo de que trata o caput deste artigo será identificado como FUMTUR.

Art. 2º. Os recursos do Fundo Municipal de Turismo - FUMTUR, em consonância com as diretrizes da política municipal de turismo, serão aplicados, a saber, em:

- I - desenvolvimento e implantação de projetos turísticos no Município;**
- II - manutenção dos serviços de turismo do Município, a encargo da Secretaria Municipal de Agricultura, Abastecimento e Turismo;**
- III - aquisição de materiais de consumo e materiais permanentes, destinados a programas, projetos e ações do turismo;**
- IV - organização, promoção, apoio, participação e ou realização de eventos de interesse turístico do Município;**
- V - divulgação das potencialidades turísticas do Município através de meios de comunicação na mídia impressa e eletrônica, em nível municipal, estadual, federal e internacional;**
- VI - apoio a realização de programas e projetos de qualificação e aprimoramento profissional dos colaboradores de serviços turísticos;**
- VII - realização de ações de fomento, divulgação e criação de novos pontos de venda para o artesanato local;**
- VIII - manutenção de espaços gerenciados e sob administração da Secretaria Municipal de Agricultura, Abastecimento e Turismo;**



Art. 3º. O FUMTUR será coordenado e administrado pela Secretaria Municipal de Agricultura, Abastecimento e Turismo.

Parágrafo único. O Conselho Municipal de Turismo de Jundiá - COMTUR é responsável pela aprovação de projetos e programas turísticos integrantes da política municipal de turismo, que serão custeados com os recursos do FUMTUR, conforme a disponibilidade financeira e o planejamento anual.

CAPÍTULO II - DOS RECURSOS FINANCEIROS

Art. 4º. Os recursos financeiros do FUMTUR constituir-se-ão basicamente de:

I - Contribuição Facultativa de Turismo a ser recolhida pelos hotéis, flats, pousadas e demais meios de hospedagens, devida por diária de hospedagem no Município e paga pelo turista;

II - transferências, auxílios e subvenções de entidades, empresas ou órgãos internacionais, federais, estaduais e municipais, específicos ou oriundos de convênios ou ajustes financeiros firmados pelo Município, cuja aplicação seja destinada especificamente às ações de implantação de projetos de interesse turístico no Município;

III - recursos transferidos pelo Município, orçamentários ou decorrentes de créditos especiais e suplementares, por Lei ou Decreto, ou por entidades privadas ao FUMTUR;

IV - rendimentos e juros provenientes de aplicações financeiras de recursos do FUMTUR;

V - doações feitas diretamente ao FUMTUR e outras rendas eventuais;

VI - outras taxas do setor turístico ou incentivos fiscais que porventura vierem a ser criados;

VII - receitas de eventos de interesse turístico realizados pelo Município de Jundiá;

VIII - receitas provenientes de patrocínios para eventos de interesse turístico;

IX - receitas provenientes da comercialização de souvenirs e brindes com a marca do município, no Centro de Informações Turísticas; e

X - receitas provenientes da locação de espaços administrados e gerenciados pela Secretaria Municipal de Agricultura, Abastecimento e Turismo para a realização de eventos particulares.



CAPÍTULO III – DO ORÇAMENTO

Art. 5º. O orçamento do FUMTUR incluirá as políticas e o programa de trabalho da administração municipal e integrará a lei orçamentária anual do Município, observados, na sua elaboração e execução, as normas estabelecidas na legislação pertinente no Plano Plurianual e na Lei de Diretrizes Orçamentárias, bem como os princípios da universalidade e do equilíbrio.

Art. 6º. O orçamento do FUMTUR será organizado de forma a permitir o exercício das suas funções de controle prévio, de informar, apropriar e apurar custos, concretizar suas finalidades, bem como interpretar e avaliar os resultados obtidos através de demonstrativos e relatórios, além de integrar a contabilidade geral do município.

§ 1º O FUMTUR terá um responsável técnico devidamente habilitado, integrante do quadro de pessoal da Prefeitura do Município de Jundiaí, designado por ato do Prefeito Municipal, a quem competirá as atribuições deste artigo e outras definidas em leis e regulamentos.

§ 2º A execução orçamentária do FUMTUR processar-se-á em observância às normas e princípios legais e técnicos adotados pelo Município.

§ 3º A despesa do FUMTUR está vinculada à aplicação dos recursos no financiamento total ou parcial do desenvolvimento e implantação de projetos turísticos, bem como na manutenção dos serviços de turismo.

CAPÍTULO IV – DA GESTÃO FINANCEIRA

Art. 7º. O FUMTUR terá contabilidade própria, vinculada à Secretaria Municipal de Agricultura, Abastecimento e Turismo, que registrará todos os atos a ele pertinentes, de modo que se possa elaborar o respectivo balanço financeiro à parte, devendo ser operacionalizado em conformidade com a legislação federal pertinente.

Art. 8º. A gestão financeira do FUMTUR será exercida pela Secretaria Municipal de Agricultura, Abastecimento e Turismo, em conjunto com a Secretaria Municipal de Finanças, na qual se manterão os registros respectivos, sendo suas atribuições:

I – registrar os recursos orçamentários oriundos do Município e a ele transferidos pelo Estado e pela União para aplicação nessa área;



II – registrar os recursos captados pelo Município, por intermédio de convênios ou de doações ao FUMTUR;

III – manter o controle escritural das aplicações financeiras levadas a efeito pelo Município;

IV – liberar os recursos a serem aplicados na área, nos termos da legislação e resoluções respectivas;

V – administrar os recursos específicos para os programas de atendimento na área de fomento ao turismo, segundo planejamento aprovado pelo Conselho Municipal de Turismo - COMTUR.

CAPÍTULO V – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS DO FUMTUR

Art. 9º. O prazo de duração do Fundo Municipal de Turismo – FUMTUR – será por tempo indeterminado.

Parágrafo único. Em caso de extinção do Fundo Municipal de Turismo, seu patrimônio deverá ser incorporado ao patrimônio do Município.

Art. 10. A administração superior e a coordenação político-administrativa do FUMTUR serão exercidas pelo Prefeito Municipal, sem prejuízo das competências e atribuições delegadas.

CAPÍTULO VI – DA CONTRIBUIÇÃO FACULTATIVA DE TURISMO

Art. 11. Fica criada, no âmbito municipal, a Contribuição Facultativa de Turismo para fazer frente à prestação de serviços de turismo e a implantação de projetos e ações previstas no Plano de Desenvolvimento Turístico do Município.

§ 1º A Contribuição Facultativa de Turismo será recolhida pelas hospedagens, das categorias hotéis, pousadas, chalés e flats, independente de sua classificação.

§ 2º Entende-se por serviços de turismo aqueles a serem prestados ou mantidos à disposição do turista, tais como: informações, orientações, atendimento de reclamações, distribuição de folhetos, realização de eventos de interesse turístico e roteiros turísticos.

Art. 12. A Contribuição Facultativa de Turismo será calculada por hóspede e por dia de hospedagem, na base de R\$ 1,00 por diária (dia de hospedagem), e será recolhido de modo optativo por parte do turista.



Art. 13. É responsável pela cobrança da Contribuição Facultativa de Turismo o estabelecimento onde esteja hospedado o contribuinte, devendo a cobrança ser efetuada por ocasião da liquidação da conta pelo hóspede.

§ 1º O recolhimento da Contribuição aos cofres públicos far-se-á em talonário próprio, segundo o modelo estabelecido pela Prefeitura Municipal.

§ 2º O estabelecimento responsável pela arrecadação da contribuição efetuará seu recolhimento mensalmente aos cofres públicos municipais até o dia 20 do mês subsequente.

Art. 14. A incidência da Contribuição Facultativa de Turismo cessará após o trigésimo dia de permanência contínua do hóspede no estabelecimento.

CAPÍTULO VII – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 15. As despesas decorrentes desta Lei correrão à conta de dotações próprias constantes do Orçamento de 2015, suplementadas se necessário.

Art. 16. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, ficando revogadas as disposições em contrário.

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 dezessete dias do mês de dezembro de dois mil e quatorze.

EDSON APARECIDO DA ROCHA

sec.1

Secretário Municipal de Negócios Jurídicos



**DIRETORIA FINANCEIRA
PARECER Nº 0091/2015**

Vem a esta Diretoria, para análise e parecer, o Projeto de Lei n. 11.961, de autoria do Prefeito Municipal, que institui a Política Municipal de Turismo de Jundiaí e aprova o Plano Municipal de Turismo.

Da análise do presente projeto e da planilha de fis. 68 temos que o impacto com a presente ação será nulo posto que a proposta busca disciplinar a matéria em questão. Eventuais despesas necessárias à execução da Política Municipal de Turismo serão arcadas com recursos consignados ao Fundo Municipal de Turismo, criado pela Lei Municipal n. 8.360, de 17 de dezembro de 2014, mediante previsão nas leis orçamentárias municipais cujas dotações estão previstas na referida planilha.

Com relação à previsão de déficit para os três próximos exercícios do Resultado Primário, os mesmos serão ocasionados pela previsão de crescimento dos investimentos, tendo em vista a possibilidade de início de novas obras.

Segue apto à tramitação nos termos da Lei de Responsabilidade Fiscal.

Este é o nosso parecer, s. m. e.

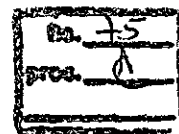
Jundiaí, 22 de dezembro de 2015.

DJAIR BOCANELLA

Diretor Financeiro

ANDREA A A SALLES VIEIRA

Assessor de Serviços Técnicos



**CONSULTORIA JURÍDICA
PARECER Nº 1.119**

PROJETO DE LEI Nº 11.961

PROCESSO Nº 74.232

De autoria do **PREFEITO MUNICIPAL (PEDRO BIGARDI)**, o presente projeto de lei institui a **POLÍTICA MUNICIPAL DE TURISMO DE JUNDIAÍ** e aprova o **PLANO MUNICIPAL DE TURISMO**.

3
A propositura encontra sua justificativa às fls. 61/62, vem instruída com o Anexo – Plano Municipal de Turismo (fls. 07/60); com ata da Reunião Extraordinária para aprovação da Política Municipal de Turismo e Plano Municipal de Turismo (fls. 63/67); com a planilha de Estimativa do Impacto Orçamentário-Financeiro (fls. 68), e documentos de fls. 69/74.

Às fls. 74 há análise da Diretoria Financeira, através do Parecer nº 0091/2015, que informa, em síntese: **1)** que a planilha de fls. 68 aponta impacto nulo na implantação da presente ação. Eventuais despesas serão arcadas com recursos consignados ao Fundo Municipal de Turismo, criado pela Lei 8.360/2014, mediante previsão nas leis orçamentárias municipais, cujas dotações estão previstas na referida planilha; **2)** ressalta, ainda, haver previsão de déficit para os três próximos exercícios do Resultado Primário, decorrente do crescimento dos investimentos, tendo em vista a possibilidade de início de novas obras, e **3)** conclui que o projeto segue apto à tramitação, nos termos da Lei de Responsabilidade Fiscal. Ressalte-se que o parecer financeiro foi subscrito pelo Diretor Financeiro da Casa e por Assessor de Serviços Técnicos, pessoas eminentemente técnicas do órgão, cuja fundamentação se respalda esta Consultoria Jurídica, posto que matéria financeira e contábil não pertence ao seu âmbito de competência. Assim, nossa manifestação jurídica leva em consideração a presunção de verdade contábil-financeira exarada por quem de direito.

É o relatório.

PARECER:

A proposta em exame se nos afigura legal quanto à competência (art. 6º, *caput*), e quanto à iniciativa, que é privativa do Chefe do Executivo, uma vez objetiva estabelecer a política municipal de turismo e respectivo plano, tendo por base o disposto no art. 180 da Constituição da República, que confere aos Municípios a promoção e incentivo do turismo, como

[Handwritten signature]



fator de desenvolvimento social e econômico. A medida intentada impõe atribuições a órgãos da Administração Municipal – Conselho Municipal de Turismo/Secretaria Municipal de Agricultura, Abastecimento e Turismo, e Secretarias afins, e encontra respaldo no art. 46, IV e V, c/c o art. 72, I, II, IV e XII, da Lei Orgânica de Jundiaí.

Consoante esclarece a justificativa do Alcaide, a proposta visa, tendo como parâmetro que o turismo é atividade com grande potencial para promover o desenvolvimento socioeconômico equilibrado, determinar diretrizes, princípios e instrumentos para tratar da atividade turística em nosso nível.

A matéria é de natureza legislativa, da órbita de lei ordinária, sendo imprescindível o aval da Edilidade, eis que também busca a aprovação do Plano Municipal de Turismo, descrito no Anexo, quesito esse que busca suprir. A final, no art. 7º, estabelece, no que concerne às despesas, que estas serão arcadas com recursos consignados ao Fundo Municipal de Turismo, objeto da Lei 8.360/2014, mediante previsão nas leis orçamentárias.

Desta forma, sob a ótica orgânico-formal, não vislumbro impedimento incidente sobre a pretensão, que é legítima, estando de acordo com disposições contidas no Capítulo V – Do Turismo e da Cultura - da Carta de Jundiaí. Relativamente ao quesito mérito, pronunciar-se-á o soberano Plenário.

OITIVA DAS COMISSÕES

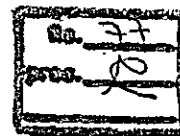
Além da Comissão de Justiça e Redação, nos termos do inc. I do art. 139 do Regimento Interno da Edilidade, sugeri-

R

J



Câmara Municipal de Jundiaí
São Paulo



mos a oitiva das Comissões de Finanças e Orçamento e de Educação, Ciência e Tecnologia, Cultura, Desporto, Lazer e Turismo.


QUORUM: maioria simples (art. 44, "caput", L.O.M.).

S.m.e.

Jundiaí, 22 de dezembro de 2015.



Adriana Carla de Oliveira Teti
Estagiária de Direito



Ronaldo Salles Vieira
Consultor Jurídico



PARECER VERBAL

131ª SESSÃO ORDINÁRIA, DE 22/12/2015

PROJETO DE LEI Nº. 11.961

COMISSÃO DE JUSTIÇA E REDAÇÃO

Relator: GERSON HENRIQUE SARTORI

Voto favorável

Membros: Márcio Petencostes de Souza - acompanha o Relator

Paulo Sergio Martins - acompanha o Relator

Roberto Conde Andrade - acompanha o Relator

Rogério Ricardo da Silva - acompanha o Relator

Voto favorável aprovado

Conclusão: PARECER FAVORÁVEL



PARECER VERBAL

131ª SESSÃO ORDINÁRIA, DE 22/12/2015

PROJETO DE LEI Nº. 11.961

COMISSÃO DE FINANÇAS E ORÇAMENTO

Relator: JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS

Voto favorável

Membros: Dirlei Gonçalves - acompanha o Relator

Paulo Eduardo Silva Malerba - acompanha o Relator

Rafael Turrini Purgato - acompanha o Relator

Roberto Conde Andrade (ad hoc) - acompanha o Relator

Voto favorável aprovado

Conclusão: PARECER FAVORÁVEL



PARECER VERBAL

131ª. SESSÃO ORDINÁRIA, DE 22/12/2015

PROJETO DE LEI Nº. 11.961

**COMISSÃO DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA, CULTURA,
DESPORTO, LAZER E TURISMO**

Relator: RAFAEL TURRINI PURGATO

Voto favorável

Membros: Gustavo Martinelli - acompanha o Relator

José Adair de Sousa - acompanha o Relator

Roberto Conde Andrade - acompanha o Relator

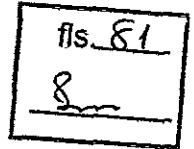
Valdeci Vilar Matheus - acompanha o Relator

Voto favorável aprovado

Conclusão: PARECER FAVORÁVEL

Sessão Plenária

28ª Sessão Extraordinária da 3ª Sessão Legislativa da 16ª Legislatura
22 de dezembro de 2015 (terça-feira)

**Painel de Votação**

PL 11961/2015 - Projeto de Lei

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

Resultado da Votação: Aprovado(a)

Quantidade de votos sim: 17

Quantidade de votos não: 0

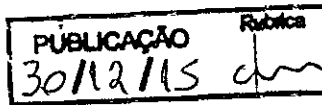
Quantidade de abstenções: 0

Votação

Parlamentar	Votação (Sim / Não / Abstenção)
ANTONIO DE PADUA PACHECO	Sim
DIRLEI GONÇALVES	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA	Ausente
GERSON HENRIQUE SARTORI	Sim
GUSTAVO MARTINELLI	Sim
JOSÉ ADAIR DE SOUSA	Sim
JOSÉ CARLOS FERREIRA DIAS	Sim
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS	Sim
LEANDRO PALMARINI	Sim
MARCELO ROBERTO GASTALDO	Na Presid.
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA	Sim
MARILENA PERDIZ NEGRO	Sim
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA	Sim
PAULO SERGIO MARTINS	Sim
RAFAEL ANTONUCCI	Sim
RAFAEL TURRINI PURGATO	Sim
ROBERTO CONDE ANDRADE	Sim
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA	Sim
VALDECI VILAR MATHEUS	Sim



Processo 74.232



Autógrafo

PROJETO DE LEI N.º 11.961

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


O PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, Estado de São Paulo,
faz saber que em 22 de dezembro de 2015 o Plenário aprovou:

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;
- 



(Autógrafo PL n.º 11.961 – fls. 2)

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 Jundiá, 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;



(Autógrafo PL n.º 11.961 – fls. 3)

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.

CÂMARA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, em vinte e dois de dezembro de dois mil e quinze (22/12/2015).

Eng. MARCELO GASTALDO
Presidente

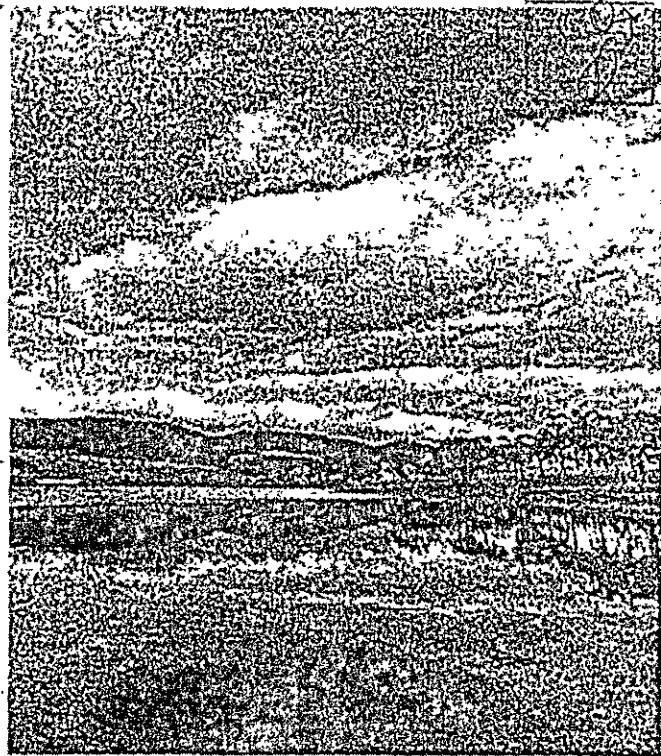


[Handwritten signature]

**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**

[Handwritten mark]



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

fls. 86

[Handwritten signature]



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

fls. 08
[Handwritten signature]

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 Sosas e Joaquim Egídio) - Análise da Concorrência – Turismo Gastronômico	27
Vinho – Turismo Enogastronômico	28
São Roque - Análise da Concorrência – Turismo Enogastronômico	29
Serra do Japí - 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



TURISMO
JUNDIAÍ

[Handwritten signature]



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

fls. 87
Sm



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

fls. 09
Sm

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

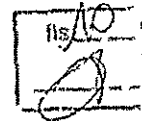
COMTUR

TURISMO
JUNDIAÍ





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



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 do 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 Kuschmann 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.





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

fls. 89
E
om



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

fls. 11
E
om

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 sócioeconômico 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

D



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

fls. 12
[Handwritten signature]

Aspectos Metodológicos

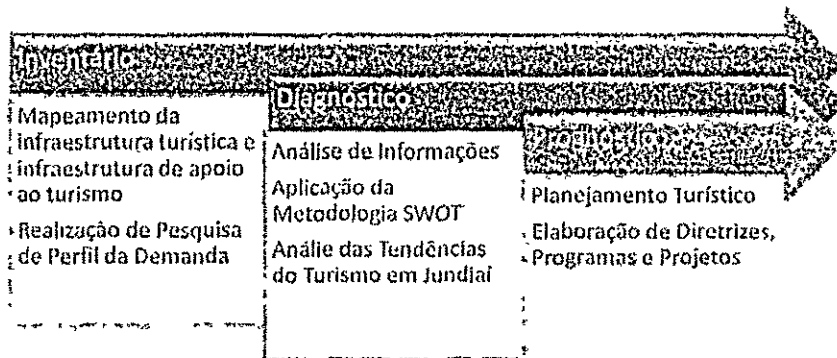
Para fins de entendimento, conceitua-se planejamento turístico como:

[...] 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



[Handwritten mark]



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

fls. 12
B

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.

OMTUR

TURISMO
JUNDIAÍ

B



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

fls. 92
Bm



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

fls. 92
Bm

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.

OMTU

TURISMO
JUNDIAÍ

7



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 Bandeirantes 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, atualmente, 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 US\$ 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, foram mais de 330 mil turistas visitarem 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.



D



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

fls. 94
S



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

fls. 6
P

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 jundiaense, 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 na municipalidade.

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, conseqüentemente, do vinho.

Instalando-se nas terras jundiaenses, 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 de 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

OMITUR

TURISMO
JUNDIAÍ



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

fls 95

[Handwritten signature]



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



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, Fernandil 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 com que surgisse, em meio aos vinhedos do bairro do Traviu, 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, gojaba, e, mais recentemente, a lichia, amoras, decoponi, pitais 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, conseqüentemente, 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



[Handwritten mark]



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

fls. 96



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

fls. 115

Moiungaba) passaram a integrar esta região turística, somando os 10 municípios que hoje a 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 Jundiaíense 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 receptoras.

O receptivo turístico tem crescido também de maneira representativa. Inicialmente, a cidade possuía apenas 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

OMTUR

TURISMO
JUNDIAÍ





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

fls. 97
Lm



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

fls. 19
D

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 corporativas 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 todos 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%A0-1242157314469/>), cujo foco principal está na divulgação dos atrativos turísticos da cidade.



TURISMO
JUNDIAÍ



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

fls. 98
sm



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

fls. 20
B

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/grupos/460786333997745/>) e uma página para divulgação das ações e eventos (<https://www.facebook.com/jundiaifeitoamao/>). Existe ainda a página Ha Vagas Turismo Jundiaí (<https://www.facebook.com/haVagasTurismoJundiaí/>) 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 na 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, a saber: Rota da Uva, incluindo os bairros do Caxambu, Toca, Roseira, Colônia e adjacências, Rota da Cultura





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



Italiana, no Bairro do Traviú, Rota da Terra Nova, no bairro de mesmo nome, Rota Ero Lupi, 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.

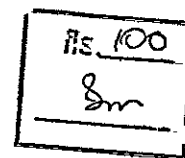


TURISMO
JUNDIAÍ





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP



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



Paralelo ao crescimento do número de meios de hospedagem, esta 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 souvenirs da cidade, que são comercializados nos diversos eventos turísticos que os mesmos participam.

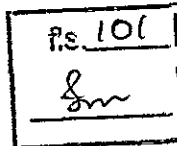
O Programa Jundiaí Feito à Mão foi criado e é gerido e coordenado pela Diretoria de Turismo. A Diretoria de Turismo, vinculada à Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo possui hoje uma estrutura pequena. É formada por uma diretora, que é turismóloga, quatro assessoras,



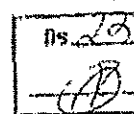
3



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP



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



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.



TURISMO
JUNDIAÍ

D



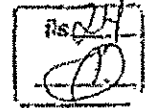
PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

fls. 102

[Handwritten signature]



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



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 na 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 US\$ 67.408.170, 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.



TURISMO
JUNDIAÍ

[Handwritten signature]



Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura 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, conseqüentemente, 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.



Handwritten mark or signature



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

Ps. 104
Som



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

Ps. 26
D

Oportunidade
• Oferta avaliativa / quantitativa de centros de formação de mão de obra e habilidades no mercado.
• Novos investimentos de grandes empresas na região.
• Aumento do poder aquisitivo da classe.
• Aumento do nível educacional da população brasileira.
• Crescimento das Fitas.
• Interesse dos agentes de viagens em comercializar novos destinos e destinos de curta duração.
• Ampliação do interesse por viagens curtas por parte da família.
• Aumento da taxa do dólar diminui o interesse em viagens internacionais fomentando o turismo interno.

Ameaça
• Crise econômica.
• Baixa comercialização do destino por agente de viagens.
• Evolução dos destinos concorrentes.
• Pressão imobiliária.
• Epidemia de dengue verificada nos destinos.
• Ampliação da infraestrutura turística.
• Infraestrutura para eventos em destinos próximos.



TURISMO
JUNDIAÍ

D



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



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



TURISMO
JUNDIAÍ





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



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.

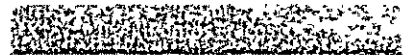
Atualmente, o patrimônio tem sido trabalhado de maneira a complementar os diversos atrativos vinculados ao turismo rural e ao turismo de eventos, relacionado as Festas.

Ata - Análise da Concorrência - Turismo Cultural

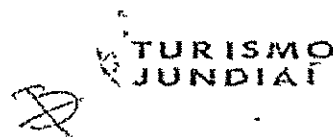
O interior do estado de São Paulo possui inúmeros destinos cujo apelo principal está relacionado ao turismo cultural. Nas proximidades de Jundiaí, destaca-se o município de Itu, que, embora nacionalmente conhecido pelo 'exagero', possui um patrimônio histórico e cultural invejável.



- 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 turismo 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;





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

fls. 107
[Signature]



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

fls. 207
[Signature]

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 ainda 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 jundiaiefenses inclui ainda a tradicional Festa da Colônia Italiana, a Festa Portuguesa, a Festa do Vinho Artesanal e outras.



[Handwritten mark]



fs. 108
[Handwritten signature]



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

fs. 30
[Handwritten signature]

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

24

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 do 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 Jundiaenses.

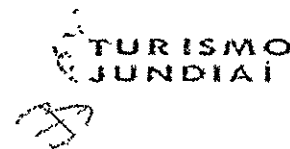
Quando falamos das Festas realizadas em Jundiaí, estamos falando de eventos que têm um vínculo direto com a tradição e com a cultura local. O melhor exemplo que temos, neste sentido, no interior do estado é, sem dúvida, a Expoflora, realizada anualmente no município de Holambra.

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, America 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.





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

Res. 109
Sm



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

Res. 31
B



- 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 Paulo, 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 tocado 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 emissores, 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.





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

Turismo Gastronômico

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



Figura 3. Tortêi de Abóbora

Das tradições italianas herdou-se também o tortêi. 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.



TURISMO
JUNDIAÍ





Campinas (Distritos de Sosas e Joaquim Egidio) - 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 Sosas e Joaquim Egidio, 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.



- 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 Sosas e Joaquim Egidio, 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.





Diretoria de Turismo
Secretaria de Agricultura, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de 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 jundiaíenses 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.

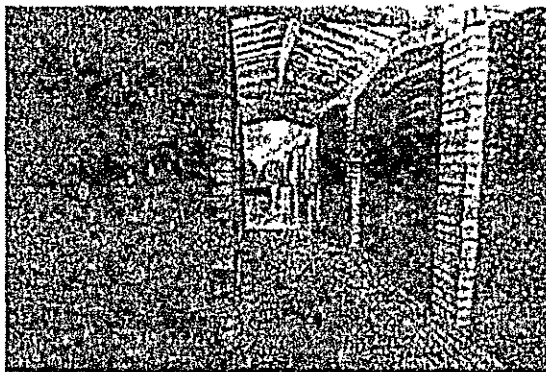


Figura 4. Adega Mazieiro

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 compõem o Circuito das Frutas, a produção se espalha também por outras cidades.

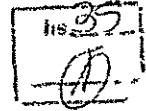


TURISMO
JUNDIAÍ





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



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

- 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, consolidada e organizada;
- Participação efetiva da iniciativa privada na organização do turismo local;
- Localização privilegiada próximo a São Paulo (50 km) e Sorocaba;

Pontos fracos

- 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, conseqüentemente, 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.





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

114
Sm



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

115 36
D

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 jundiaíenses.

Ações diversas de promoção e divulgação têm sido pensadas para incentivar a comercialização do Vinho Jundiaíense. 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.

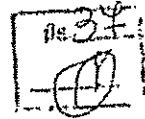
Em virtude de nenhum município possuir hoje, uma legislação tão restritiva quanto a legislação da Serra do Japi, para fins de aproveitamento turístico, torna-se inviável realizar análise comparativa de concorrência para este segmento.

CMTU

TURISMO
JUNDIAÍ



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



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

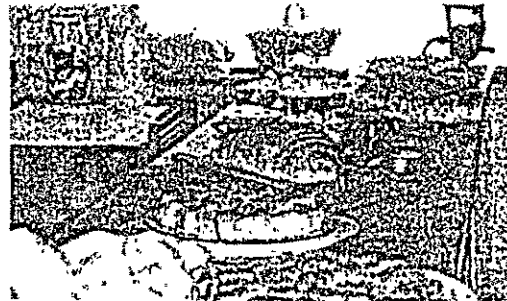


Figura 5. Café Rural
As altas mesas do turismo rural

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 a 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.





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



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.

17



Figura 6. Produção de Pêssegos - Sítio Vendramin
Integrante do Circuito das Frutas, Jundiaí se destaca pela produção de pêssegos, gombos, ameixas, caqui 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.

Segundo 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



TURISMO
JUNDIAÍ





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

13 117
S



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

13 117
S

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



- 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.

OMTUR

TURISMO
JUNDIAÍ



Tendências do Turismo em Jundiaí

Avaliar as tendências do turismo no município de Jundiaí e 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 das grandes cidades, de realizar viagens curtas e, conseqüentemente, 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.

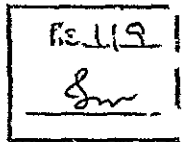
Paralelo as questões relacionadas ao comportamento do turista, estão ainda também as tendências em termos de modificação do comportamento do consumidor em geral.

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.

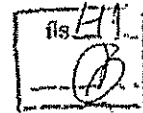
A aquisição de produtos diretamente dos produtores é, portanto, uma tendência da contemporaneidade, e, paralelo a esta questão, a ideia do *Slow Life*, que vai muito além do *Slow Food*, em que se valoriza não só as refeições mais lentas, mas também um estilo de vida desacelerado, cuja principal preocupação é conectar-se com as pessoas do meio em que se vive, tornando-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



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



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.





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

Fls. 120
Sm



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

Fls. 122
①

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 a produção, a vivência relacionada ao meio rural como um todo. Novos empreendimentos antes exclusivamente vinculados à agricultura, ampliam suas atividades para o 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 não 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.

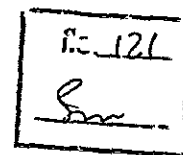
Desta forma, segmentos como o turismo cultural e o turismo de eventos tendem a ser beneficiados com a criação, inclusive, de novos produtos turísticos.



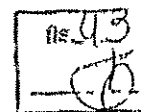
TURISMO
JUNDIAÍ



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP



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



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 permite 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 impõe 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.





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

fis. 122
Su



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

fis. 124
Su

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 das 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.

OMTUR

TURISMO
JUNDIAÍ



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



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 nitido 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 este 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.





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

P.E. 124
Sum



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

116 516
[Signature]

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 jundiaíense não se perca, o que fara 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 atinja 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.

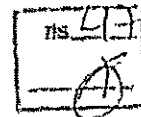




P.E. 125
Sm



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



Política Municipal de Turismo

A Política Municipal de Turismo reflete as expectativas e diretrizes para o desenvolvimento do Turismo em Jundiaí, desenvolvido 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;



TURISMO
JUNDIAÍ



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

file 126
Snr



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

file 126
Snr

- 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 relacionado 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:





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

Fls. 127



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.

OMITUR

TURISMO
JUNDIAÍ



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

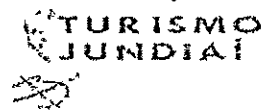
A partir das informações colhidas e das análises realizadas nas referidas etapas, e com base nos direcionamentos da Política Municipal de Turismo, foi elaborado o Plano a seguir:

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, a saber:





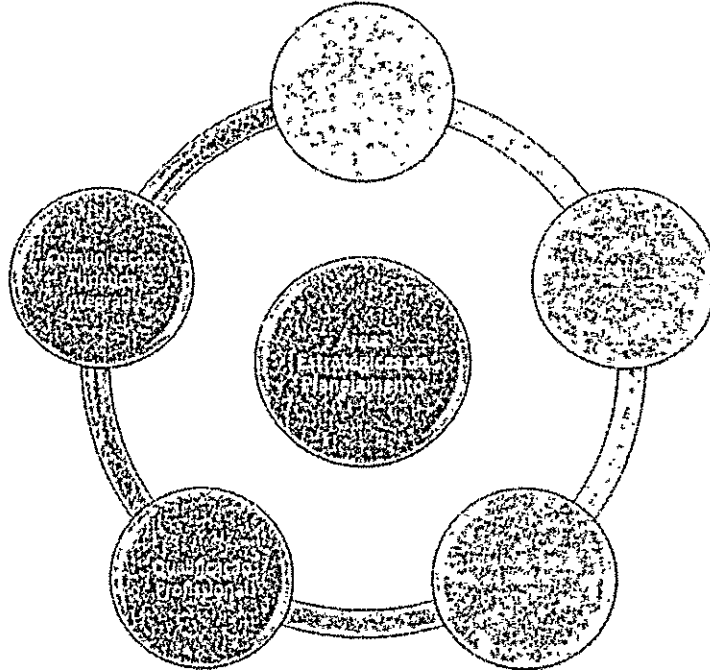
PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

F. 129
Sua



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

№ 51
D



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:

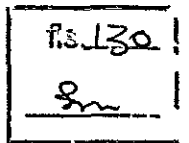
Articulação Institucional: permeia ações de organização relativa as relações Institucionais do município nos diversos níveis, envolvendo articulações junto ao trade local, a parceiros regionais, municípios da região, ao Governo Estadual, Governo Federal e as entidades do terceiro setor;

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





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP



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



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 parceriação, 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.



TURISMO
JUNDIAÍ



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

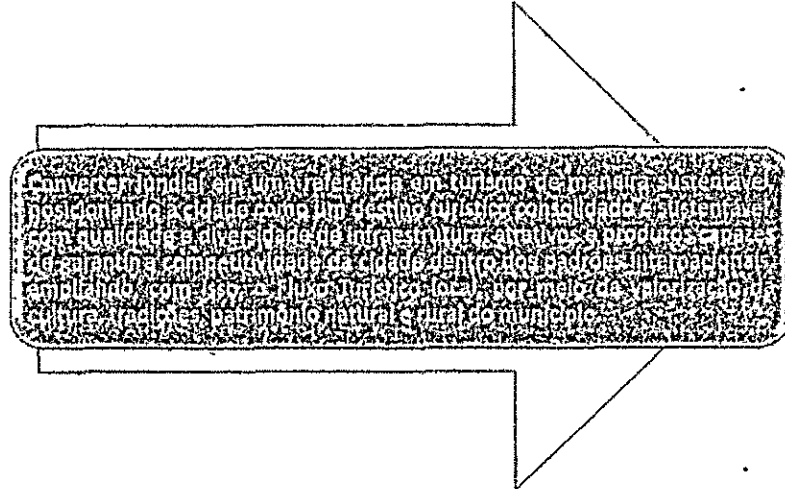
Rs. 231
Sm



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

Rs. 53
P

Diretriz Geral



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.

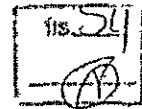


TURISMO
JUNDIAÍ

P



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



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:



TURISMO
JUNDIAÍ





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

fls. 133
Zm



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

1155
Zm

- 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;

iv. 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 uva 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;

COMITUA

TURISMO
JUNDIAÍ





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



- 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;

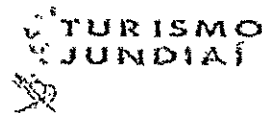
4. Programa de Qualificação do Turismo Local

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:

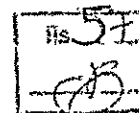
- Desenvolvimento e implementação de Selo de Qualidade de Turismo Rural;
- Fomento a qualificação profissional;
- Qualificação de empreendimentos e mão-de-obra por meio de parcerias institucionais;
- Qualificação do artesanato local;
- Implementação do Projeto Amigo do Turista, com foco na qualificação 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.





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



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 fairs 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.





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

Fls. 136

[Handwritten signature]



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



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.





fls 137
[Signature]



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

fls 59
[Signature]

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.





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

P.E. 138
Sua



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

fls. 02
D



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

OMTUR

TURISMO
JUNDIAÍ
D



PROJETO DE LEI Nº. 11.961

PROCESSO Nº. 74.232

RECIBO DE AUTÓGRAFO

DATA DE ENTREGA NA PREFEITURA:

23/12/15

ASSINATURAS:

EXPEDIDOR: ROBERTO VICENTE

RECEBEDOR: *Christiane*

PRAZO PARA SANÇÃO/VETO

(15 dias úteis - LOJ, art. 53)

PRAZO VENCÍVEL em:

22/01/16

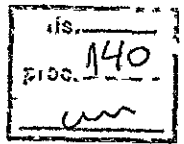
W. Maneschi

Diretora Legislativa



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP

EXPEDIENTE



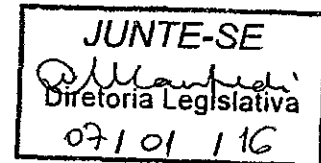
OF.GP.L. n.º 570/2015

CÂMARA M. JUNDIAÍ (PROTOCO) 07/JAN/2016 12:05 074321

Processo n.º 31.412-6/2015

Jundiaí, 28 de dezembro de 2015.

Excelentíssimo Senhor Presidente:



Encaminhamos a V.Exa., cópia da Lei n.º 8.569, objeto do Projeto de Lei n.º 11.961, promulgada nesta data, por este Executivo.

Na oportunidade, reiteramos nossos protestos de elevada estima e distinta consideração.

Atenciosamente,


PEDRO BIGARDI
Prefeito Municipal

Ao

Exmo. Sr.

Vereador MARCELO ROBERTO GASTALDO

Presidente da Câmara Municipal de Jundiaí

NESTA

scc.1



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;

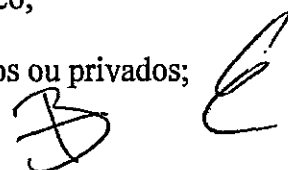
XV - apoiar e fomentar a qualificação profissional da mão-de-obra relacionada direta e indiretamente com o turismo;

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

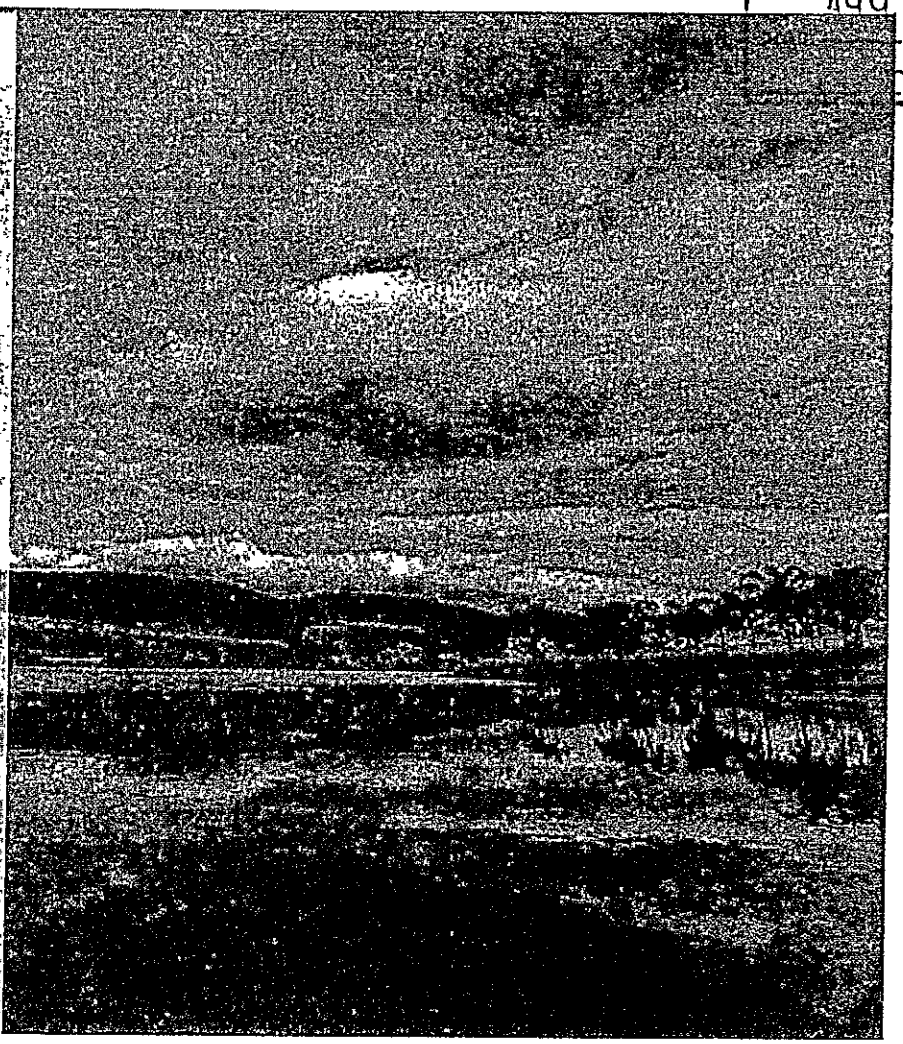
Secretário Municipal de Negócios Jurídicos

PUBLICAÇÃO	Rubrica
30/12/15	<i>am</i>

**Política e Plano Municipal de
Turismo de Jundiáí**

Diagnóstico e Prognóstico

2015



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

**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

2



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

fls. _____
proc. 146

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.

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



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

fis. _____
proc. 448

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

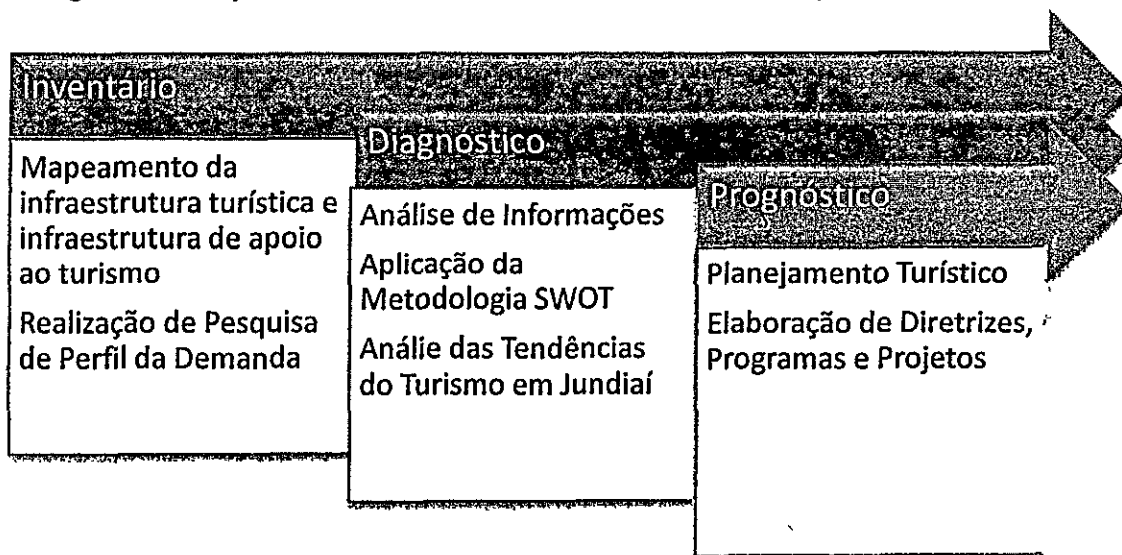
Para fins de entendimento, conceitua-se planejamento turístico como:

[...] 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.

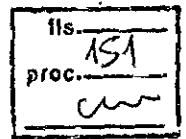
Também compõe a primeira etapa do processo de Planejamento Turístico e elaboração do Plano Municipal de Turismo do Município a realização da Pesquisa de Perfil da Demanda e o Levantamento do Fluxo Turístico da cidade.

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.



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



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 Jundiá, 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.



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 jundiaense, 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, conseqüentemente, do vinho. Instalando-se nas terras jundiaenses, 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, conseqüentemente, 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.

12

A divulgação realizada em torno do mesmo consolida Jundiá 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, Jundiá 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 Jundiáense 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 Jundiá.

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 apenas 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 corporativas 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.

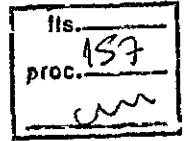
Seu conteúdo é bastante amplo, e inclui todas os atrativos turísticos da cidade, todos os meios de hospedagem, agências de viagem, além de mais de 300 páginas de restaurantes categoria turística. No total, são mais de 700 páginas internas, além de informações sobre serviços, notícias e eventos de Jundiaí.

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.



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



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.

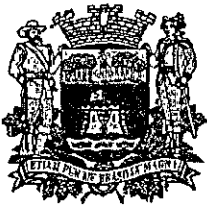
Ao Conselho cabe também, de maneira integrada com a Diretoria de Turismo, a coordenação do Fundo Municipal de Turismo, criado ao final de 2014.

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.

15

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.

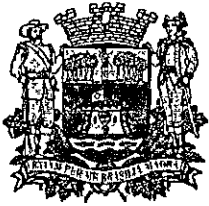
Entre os anos de 2013 e 2014 foi identificado um crescimento de 19% no número de turistas recebidos em Jundiaí, conforme apontou o estudo "Jundiaí: Turismo em Números" realizado pela Diretoria de Turismo.

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.



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

fls. _____
proc. 159
<i>[assinatura]</i>

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 Jundiá. 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 Jundiá 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 Jundiá fazem parte do Programa Jundiá 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.

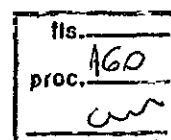
Muitos dos artesãos envolvidos com o programa hoje vivem exclusivamente da produção artesanal.

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 souvenirs da cidade, que são comercializados nos diversos eventos turísticos que os mesmos participam.

O Programa Jundiá 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,



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



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.



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

fls. _____
proc. 162
<i>[Handwritten signature]</i>

Análise SWOT

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

19

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, conseqüentemente, 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.



Pontos Fortes

- Localização privilegiada no eixo rodoviário de desenvolvimento paulista
- Vias de acesso excelentes
- Climas maiores (DHS do Brasil)
- Diversidade de atrativos turísticos
- Cultura e tradições locais mantidas e com potencial para aproveitamento turístico
- Festa do rancho 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

20

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

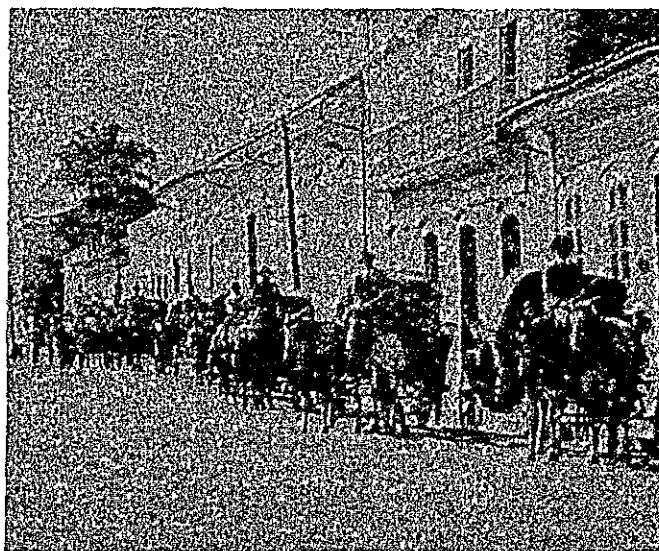


Figura 1. Rua Barão de Jundiaí - Século XIX

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

- 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 turismo pedagógico explora patrimônio cultural permanentemente;
- Município possui Associação que reúne o trade local especialmente direcionada ao desenvolvimento do turismo local (Pro-tur);
- O turismo e tradição é uma das forças motrizes do município;
- Município é estância turística desde 1978.

Pontos Fracos

- Embora o patrimônio cultural seja o segmento de maior relevância e importância no município, e 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.

23

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 ainda 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

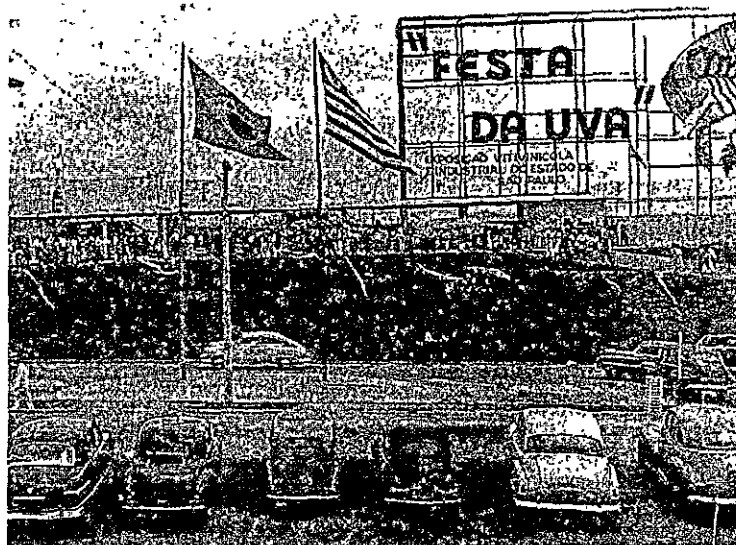


Figura 2. Festa da Uva
Imagem da 1ª. Festa da Uva, realizada em 1934.

Jundiaí realiza anualmente inúmeras festas tradicionais. Realizando anualmente a tradicional Festa da Uva, que completou 80 anos em 2014, o calendário de eventos jundiaíenses 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 Jundiaíenses.

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

- 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 Paulo, Campinas, Guarulhos, ABC e Sorocaba);
- Visitantes permanecem durante todo o dia do evento, com atividades e locais para serem visitados durante todo o período.

Pontos Fracos

- 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 muitos produtos sem relação direta com o conceito do evento (produtos industrializados);

25

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 emissores, 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 jundiaíense são realmente fantásticos. São mais de 400 restaurantes em Jundiaí e 90 pizzarias.

26

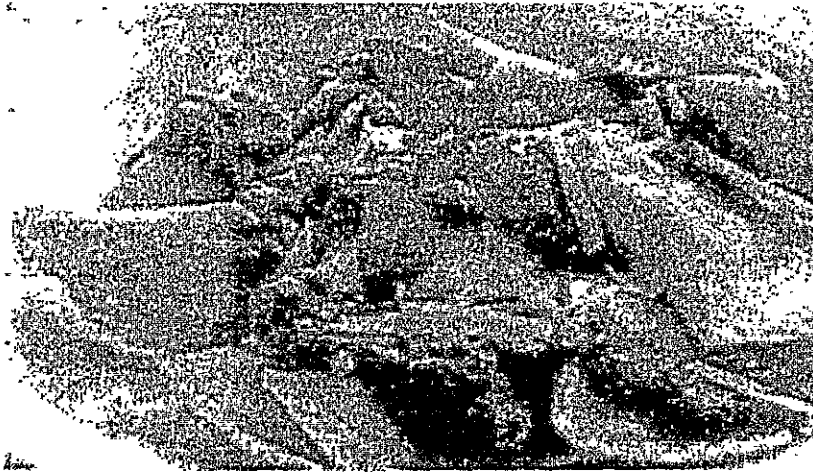


Figura 3. Tortéi de Abóbora

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.

27

Pontos Fortes
<ul style="list-style-type: none">• 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;

Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none">• 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 jundiaenses 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.

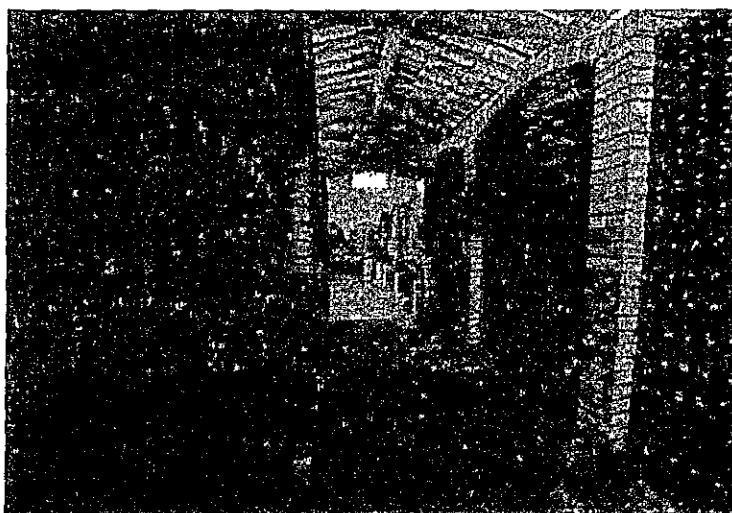


Figura 4. Adega Mazieiro

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.

29

Pontos Fortes
<ul style="list-style-type: none">• 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, consolidada e organizada;• Participação efetiva da iniciativa privada na organização do turismo local;• Localização privilegiada próximo a São Paulo (50 km) e Sorocaba;

Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none">• 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, conseqüentemente, 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 jundiaenses.

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

30

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.

31

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.

32

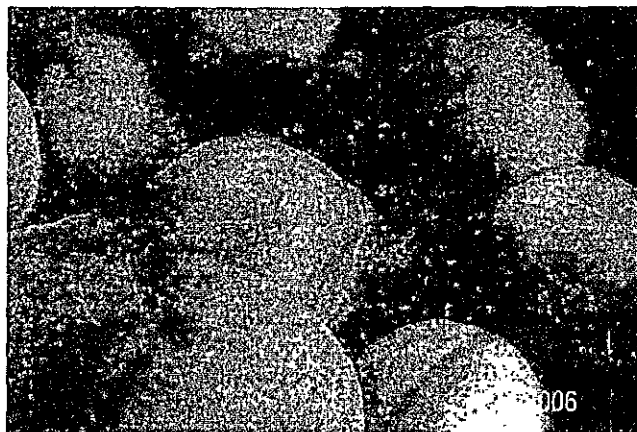


Figura 6. Produção de Pêssegos - Sítio Vendramin

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



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

Pontos Fortes

- 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;

Pontos Fracos

- 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;

33

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 das grandes cidades, de realizar viagens curtas e, conseqüentemente, 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.

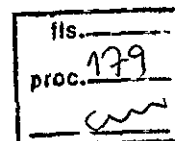
Neste sentido, a comercialização de produtos diretamente pelo produtor, preferencialmente em seu local de produção tendem a crescer, além de haver uma clara valorização da produção artesanal.

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.



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



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.

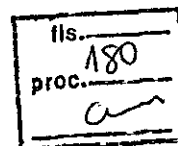
Atualmente, o principal foco dos meios de hospedagem está vinculado ao turismo de negócios, o que promove altas taxas de ocupação durante a semana em praticamente todos os meios de hospedagem disponíveis.

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.



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



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, Jundiá 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 Jundiá 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.



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

fls.	181
proc.	

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

38



Prognóstico

39

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.



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

fls. _____
183
proc. _____
<i>[Handwritten signature]</i>

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.

40

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 jundiaense 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 alcance 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.



Política Municipal de Turismo

A **Política Municipal de Turismo** reflete as expectativas e diretrizes para o desenvolvimento do Turismo em Jundiá, desenvolvido 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 Jundiá 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 Jundiá.

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 Jundiá, com base na valorização e conservação do patrimônio cultural, histórico, ambiental e rural do município;



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

fls. _____
proc. 185

- 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:



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

fls. 186
proc.

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.



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

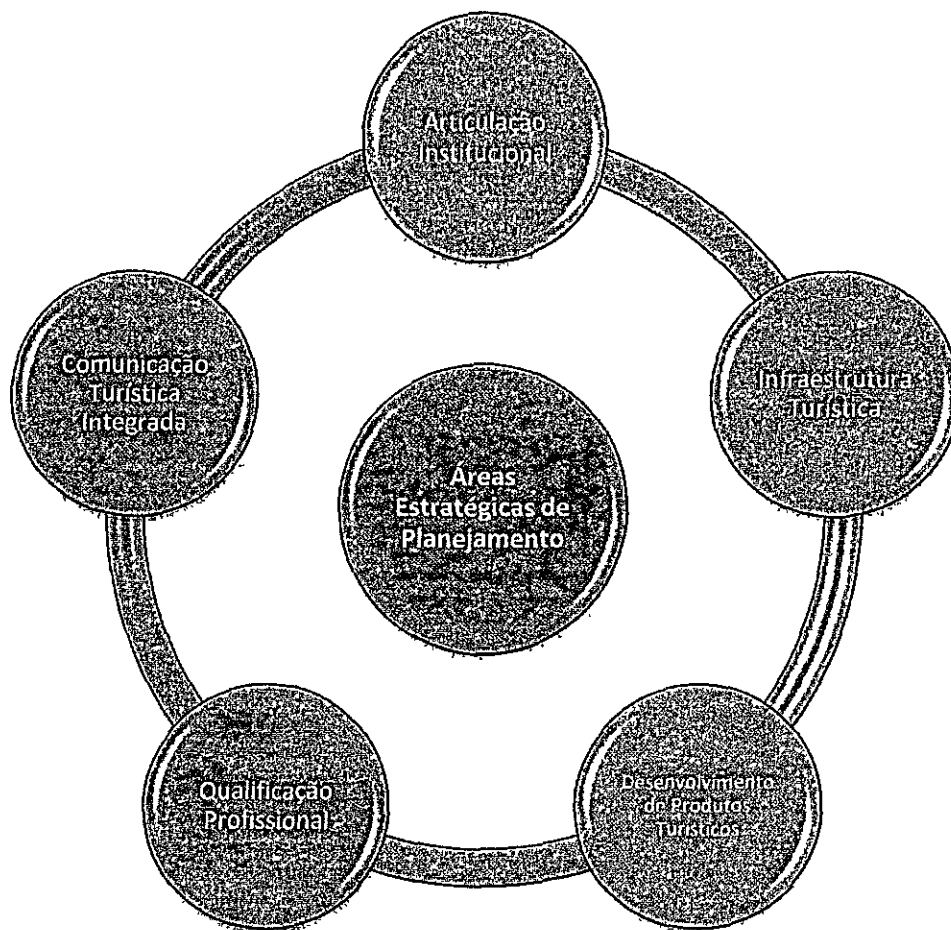
A partir das informações colhidas e das análises realizadas nas referidas etapas, e com base nos direcionamentos da **Política Municipal de Turismo**, foi elaborado o Plano a seguir:

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.

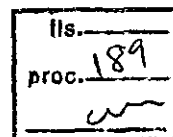
Cada uma das áreas, por sua vez, foi avaliada, analisada e interpretada a partir dos seguintes parâmetros orientadores:

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:



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



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 parcerização, em especial com o terceiro setor e Sistema S, para oferecimento de oportunidades.

Comunicação Turística Integrada: foco específico na divulgação de Jundiá 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 Jundiá 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 Jundiá enquanto destino turístico;
- Ampliar o número de atrativos turísticos qualificados do município de Jundiá;
- 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.



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:



- 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;

49

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;



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

fls. _____
proc. <u>193</u>
<u> </u>

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

(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 Jundiá 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.

51

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.



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

fls.	
proc.	195
	<i>[Handwritten signature]</i>

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



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

fls.	196
proc.	

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.

53



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

fls. _____
proc. <u>197</u>
<i>[Signature]</i>



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

54

