

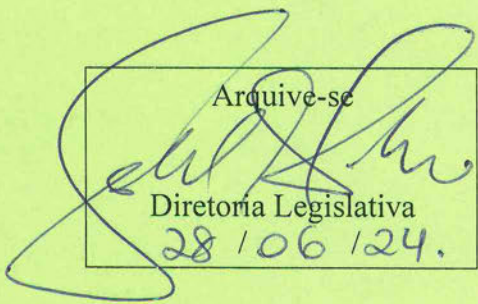
 	LEI Nº. 10.188 , de 26/06/24.

Processo: 3554/2024

PROJETO DE LEI Nº. 14.416

Autoria: **PREFEITO MUNICIPAL (LUIZ FERNANDO MACHADO)**

Ementa: Revisa o Plano Municipal de Turismo.

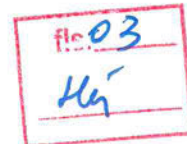
Arquive-se

Diretoria Legislativa
28/06/24.



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

OF. GP.L. nº 164/2024

Processo nº 10.502/2020



Jundiaí, 24 de junho de 2024.

Excelentíssimo Senhor Presidente:

Permitimo-nos encaminhar à esclarecida apreciação dessa Colenda Casa de Leis, o incluso Projeto de Lei que tem por finalidade aprovar a **revisão do Plano Municipal de Turismo do Município de Jundiaí.**

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

Atenciosamente,

LUIZ FERNANDO
ARANTES
MACHADO:89219961504
Assinado de forma digital por
LUIZ FERNANDO ARANTES
MACHADO:89219961504
Dados: 2024.06.24 15:32:01 -03'00'

LUIZ FERNANDO MACHADO

Prefeito

Ao

Exmo. Sr.

Vereador ANTONIO CARLOS ALBINO

Presidente da Câmara Municipal de Jundiaí

N e s t a

scc.1

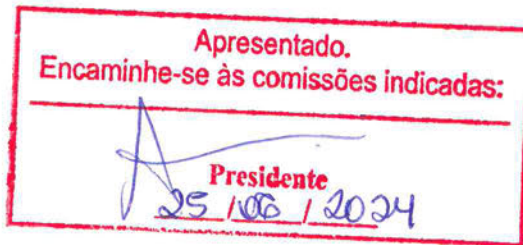


PUBLICAÇÃO
28/06/24

fls. 04
da

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP

Processo SEI nº 10.502/2020



PROJETO DE LEI Nº 14.416

Art.1º Fica aprovada a revisão do Plano Municipal de Turismo do Município de Jundiaí, nos termos do documento anexo, que fica fazendo parte integrante desta Lei.

Parágrafo único. O Plano Municipal de Turismo revisado e aprovado nos termos desta Lei passa a substituir o Plano Municipal de Turismo aprovado pela Lei nº 9.550, de 30 de novembro de 2020.

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

LUIZ FERNANDO
ARANTES
MACHADO:892199615
04

Assinado de forma digital por
LUIZ FERNANDO ARANTES
MACHADO:89219961504
Dados: 2024.06.24 15:34:03
-03'00'

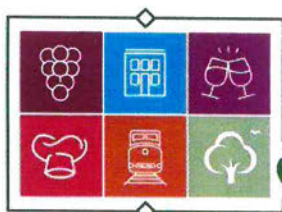
LUIZ FERNANDO MACHADO

Prefeito

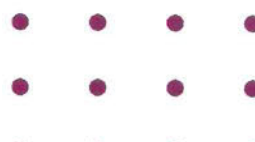
PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE JUNDIAÍ



2023 / 2024



TURISMO
Jundiaí



Sumário

Apresentação	4
Aspectos Metodológicos	6
Diagnóstico: Cenário Turístico de Jundiaí	9
Análise da Concorrência	24
Turismo Cultural	24
Itu - Análise da Concorrência – Turismo Cultural	25
Festas Tradicionais – Turismo de Eventos	26
Holambra - Análise da Concorrência – Festas	27
Turismo Gastronômico	28
Campinas (Distritos de Sousas e Joaquim Egídio) - Análise da Concorrência – Turismo Gastronômico	29
Vinho – Enoturismo – Turismo Enogastronômico	30
São Roque - Análise da Concorrência – Enoturismo	31
Serra do Japi – Ecoturismo	33
Turismo Rural	34
Acolhida na Colônia - Análise da Concorrência – Turismo Rural	35
Tendências do Turismo em Jundiaí	37
Jundiaí Destino Turístico Inteligente – Um capítulo à parte	43
Jundiaí: Um Destino em Sintonia com o Futuro	43
Jundiaí como Referência em Turismo Inteligente	44
Caminhando para um Futuro Brilhante	44
A Construção de uma Jundiaí Destino Turístico Inteligente	45
Prognóstico	52
Plano Municipal de Turismo	54

Planejamento do Turismo no Município	54
Diretriz Geral	57
Objetivos do Plano Municipal de Turismo	58
Metas	58
Programas	59
1. Programa de Articulação Institucional	59
2. Programa de Gestão Técnica e Planejamento Turístico	60
3. Programa de Desenvolvimento de Produtos Turísticos	63
4. Programa de Promoção e Comunicação Turística	64
Implementação	66
Prazos	66
Considerações Finais	67
Referências	68
Responsáveis Técnicos	70

Apresentação

O planejamento turístico tem sido a base para o desenvolvimento turístico de Jundiáí. Compreender as nuances deste desenvolvimento, compreender a organização do turismo local, perceber as variações e flutuações de demanda, tem sido fatores orientadores para o fomento ao turismo em Jundiáí.

O turismo tem crescido de forma substancial nos últimos anos, no município de Jundiáí. De acordo com dados da Pesquisa realizada pelo Departamento de Fomento ao Turismo da Prefeitura do Município de Jundiáí, somente em 2022, o município recebeu 1.282.429 turistas.¹

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.

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.

¹ Jundiáí: Turismo em Números 2022 - Pesquisa de Perfil da Demanda e Fluxo Turístico de Jundiáí. Departamento de Fomento ao Turismo.

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.

O primeiro Plano de Desenvolvimento Turístico do Município de Jundiáí foi desenvolvido nos anos de 2014 e 2015. Ao final de 2015, foi aprovada a Lei 8569, de 28 de dezembro de 2015, que institui a Política Municipal de Turismo de Jundiáí e aprova o Plano Municipal de Turismo. Em 2019, a atualização foi realizada pela primeira vez, tendo sido publicada no início de 2020, por meio da Lei 9550 de 30 de novembro de 2020 – Aprovação Revisão do Plano Municipal de Turismo.

Uma vez que o Plano Municipal de Turismo deve ser atualizado a cada três anos, com a participação efetiva do Conselho Municipal de Turismo, foram realizadas, ao longo de 2023, as Oficinas de Atualização do Plano Municipal de Turismo, resultado neste documento.

Com esse objetivo, foram realizadas três oficinas de planejamento participativo, quando foi realizada a análise do Plano de 2020, uma nova análise SWOT, análise das metas e objetivos, com a construção de um novo direcionamento para os próximos três anos, bem como uma nova diretriz geral para desenvolvimento do turismo local

Acima de tudo, pretende-se, por meio da elaboração dessa atualização, dar continuidade as estratégias já estabelecidas no primeiro e no segundo Plano, especialmente com foco na consolidação de Jundiáí 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.

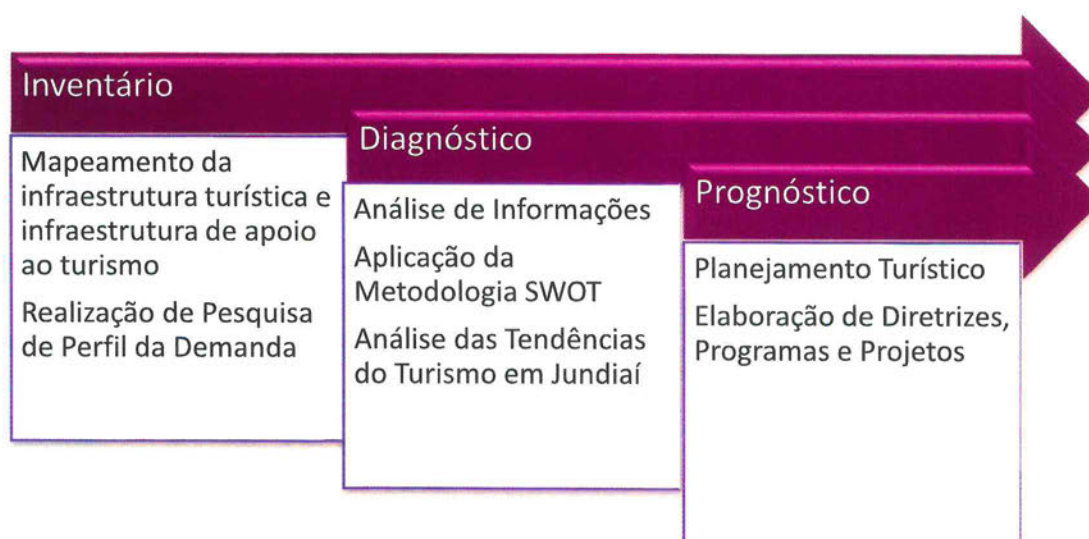


Figura 1. Etapas de Desenvolvimento do Plano Municipal de Turismo

A primeira etapa desenvolvida é a realização do Inventário da 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. Esta etapa também é chamada de pesquisa de campo.

No caso da atualização do Plano Municipal de Turismo de Jundiaí, a base, em termos de fonte secundária, foi edição anterior do Plano Municipal de Turismo (2020 / 2021), bem como o Inventário da Oferta Turística realizada para a SETUR (Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo - 2024).

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. Atualmente, o inventário tem sido elaborado utilizando-se a plataforma do estado, cujo preenchimento é compulsório a todos os municípios turísticos do estado.

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.

Essa pesquisa tem sido realizada de maneira digital, por meio de QR Codes espalhados pelos atrativos turísticos e meios de hospedagem da cidade e constitui o projeto **Olá Turista**.

Neste novo formato, a pesquisa fica disponível para o turista o ano todo e a consolidação de dados é realizada também de maneira automática e permanente, promovendo que tenhamos de maneira atualizada e perene o perfil do turista que visita Jundiaí.

Finalizada a etapa de pesquisa e 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.

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 cenário atual, 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 incontrolláveis ou externos ao mercado em que ele 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 Jundiáí, aqui apresentado.

Para fins de uma melhor organização os documentos que compõe o inventário foram sistematizados em um documento próprio, separado do Plano, embora entregue de maneira integrada.

É válido ressaltar que essa atualização utilizou como base o Plano Municipal de Turismo 2019/2020, estruturando, com isso, sua atualização.

Diagnóstico: Cenário Turístico de Jundiá

Embora Jundiá ainda apresente o setor da indústria e logística como principais eixos econômicos, o turismo tem despontado como um segmento bastante relevante no município.

Atualmente, o segmento representa, conforme dados da Secretaria de Turismo do Estado, 7% das empresas ativas no município. São mais de 3500 empresas instaladas em Jundiá, cuja atividade está diretamente relacionada ao segmento, com base nos CNAEs das mesmas.

Paralelo a isso, a ampliação do fluxo turístico local, mapeada nos últimos sete anos, aponta que o fluxo turístico do município tem crescido de maneira substancial, conforme pode ser visto na tabela e no gráfico a seguir:

Tabela 1. Tabela: Fluxo de Turistas em Jundiá – 2013/2022

Número de Turistas	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Turista de Negócios	148.892	120.830	130.496	145.372	189.045	195.355	366.805	95.302	344.706	391.575
Turista de Lazer/Rural	238.422	339.000	401.000	510.000	535.000	592.203	706.387	283.295	693.633	890.854
Total	387.314	459.830	531.496	657.388	724.045	787.558	1.073.192	378.597	1.038.339	1.282.429

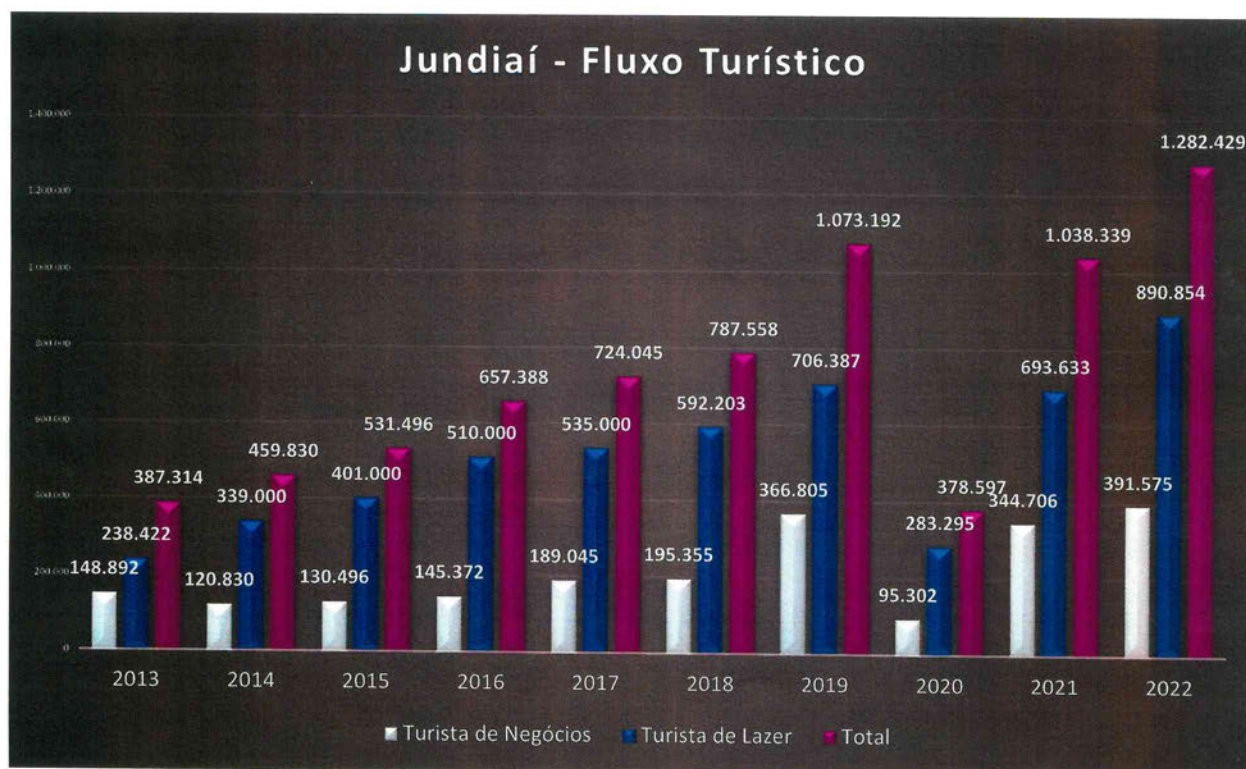


Gráfico 1. Evolução do Fluxo Turístico Local

O crescimento substancial do fluxo turístico local nos últimos anos tem se refletido na ampliação do número de atrativos existentes na cidade.

Atualmente, o município possui oito rotas turísticas consolidadas, rotas estas estruturadas a partir de uma análise da oferta existente e o estímulo à organização dessas regiões turísticas, tudo isso tendo como base o comportamento do turista na cidade, bem como seus interesses, identificados por meio de pesquisas.

Atrativos Turísticos

Tabela 2. Atrativos Turísticos de Jundiá

Adegas	20 adegas
Museus	5 museus
Atrativos Turísticos	226 atrativos
Parques	7 parques
Fazendas (com estrutura para recepção turística)	3 fazendas
Sítios Produtivos/Empreendimentos com atividades de turismo rural	86 empreendimentos

A taxa média de ocupação dos meios de hospedagem em 2022 alcançou 71% conforme mapeamento do Fluxo Turístico realizado.

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, cerca de 70% do fluxo que vem a cidade.

Somente em 2022, quase 900 mil turistas visitaram Jundiá em virtude dos atrativos turísticos e de lazer existentes.

Atualmente, a região compreendida pela Rota da Uva concentra um representativo fluxo de visitantes, em especial aos finais de semana. Conforme pesquisa realizada pelo Departamento de Fomento ao Turismo, todos os finais de semana, mais de 14 mil turistas circulam por esta região da cidade.

A Rota da Uva, formada pelo bairro do Caxambu, Toca, Roseira, Colônia e adjacências, concentra mais de 40 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 jundiáense, ainda é uma marca dessa região e de cinco rotas turísticas da cidade, 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 o 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 Jundiáí como um todo.

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

Instalando-se nas terras jundiáenses, 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 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 Jundiáí mais de 20 adegas de produção artesanal de vinhos em funcionamento, que compõe a Rota do Vinho de Jundiáí.

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 predominantemente 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 Jundiáí e foram a base para a estruturação das Rotas Turísticas existentes, hoje, no município, a saber: Rota da Uva, Rota do Vinho, Rota da Cultura Italiana, Rota da Terra Nova, Rota do Castanho. Além dessas Rotas, efetivamente vinculadas ao turismo rural, o município oferece ainda a Rota do Centro Histórico, construída a partir do patrimônio histórico e cultural do município, Rota da Cerveja Artesanal, que conta com mais de 18 empreendimentos, entre fábricas, *brewpubs*, *taps* e bares especializados e a Rota do Brincar, que reúne atrativos segmentados, voltados a criança, a partir do projeto Jundiáí Cidade das Crianças.

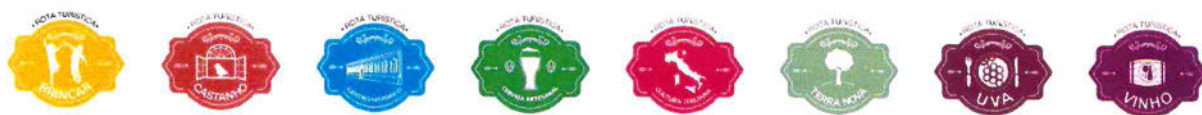


Figura 2. Marcas das Rotas Turísticas de Jundiáí

Com relação à relevância do turismo rural, é 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 predominância para a variedade Isabel e a Niágara Branca.



Figura 3. Uva Niágara Rosada de Jundiáí

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 Jundiáí, que recebeu mais de 100 mil visitantes.

O acontecido tornou a cidade de Jundiáí 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: caqui, morango, pêssgo, ameixa, figo,

goiaba, e, mais recentemente, a lichia, amoras, mexerica, pitaita e inúmeras outras frutas marcaram por décadas a paisagem rural da cidade e de toda a região.

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

Jundiaí, cujos proprietários rurais foram líderes na criação deste Circuito, ainda no final da década de 90 do século passado, ao lado de mais sete municípios (Itatiba, Itupeva, Indaiatuba, Jarinu, Louveira, Valinhos e Vinhedo) foram oficialmente declarados pelo governo do Estado como um Circuito Turístico no ano de 2002. Posteriormente mais dois municípios (Atibaia e Morungaba) passaram a integrar esta região turística, somando os 10 municípios que hoje à compõe.

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

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

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

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

Em especial a Festa da Uva que, em 2024, trouxe para o município mais de 242 mil visitantes, os eventos do município têm atraído um significativo número de visitantes para a cidade. Turistas de mais de 400 cidades, todos os estados e, inclusive, turistas estrangeiros de mais de 30 países têm visitado o evento, que acontece sempre no final do mês de janeiro – época de forte produção da uva.



Figura 4. Cerimônia da Pisa da Uva

Além da Festa da Uva, eventos como a 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 e eventos de natureza técnica, 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 178 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 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 eventos e o espaço é gerenciado e administrado pelo Departamento de Fomento ao Turismo do Município.

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

Criado pela CIJUN, administrado e gerido pelo Departamento de Fomento ao Turismo, o site é a segunda página mais visitada da Prefeitura de Jundiaí, (a primeira trata-se da página relativa a unidades de gestão municipais). Atualmente, recebe uma média de 20 mil visitantes/mês.

Seu conteúdo é bastante amplo, e inclui todas as atrações turísticas 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.

Mais recente, há também o site específico das Rotas Turísticas do município: www.rotasturisticas.jundiai.sp.gov.br. Este site concentra informações de todos os atrativos das rotas, o histórico das mesmas e o mapa temático dessas regiões turísticas.

Além dos sítios, o Departamento de Fomento ao Turismo mantém ativas algumas páginas no Facebook, objetivando promover os atrativos do município e prestar outros serviços e páginas também no Instagram.

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.

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. Há, no Instagram, o IG @turismojundiai que divulga os empreendimentos, atrativos e eventos locais.

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 do Departamento de Fomento ao Turismo e Unidade de Gestão de Cultura, além de representantes do setor de formação profissional em turismo.

Ao Conselho cabe também, de maneira integrada com o Departamento de Fomento ao 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 o Departamento de Fomento ao 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, o Departamento de Fomento ao Turismo trabalhou ativamente objetivando estruturar e fortalecer as referidas rotas, 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 do Castanho, na região do bairro do Castanho, Rota do Vinho, essa, não linear, mas incluindo todas as 20 vinícolas e adegas da cidade e Rota do Centro Histórico, 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, incluindo mais de 100 pontos de interesse turístico, além da Rota da Cerveja Artesanal, que inclui fábricas de cerveja artesanais, *brew pubs* e bares especializados, Rota do Brincar, que reúne atrativos vinculados ao Projeto Jundiaí Cidade das Crianças e a nova Rota dos Sabores, em estruturação, reunindo empreendimentos dos bairros Corrupira, Fernandes, Rio Acima, Champirra, São José e adjacências.

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.

O fluxo turístico tem crescido de maneira orgânica nos últimos anos, como resultado dos diversos projetos que têm sido realizados na cidade. Com exceção do ano de 2020, em que, em função da pandemia, houve retração no fluxo, nos demais anos, o crescimento foi exponencial. Em 10 anos, o fluxo turístico do município ampliou-se em 331%, conforme apontou o estudo “Jundiaí: Turismo em Números” realizado pelo Departamento de Fomento ao Turismo.

A hotelaria, por sua vez, manteve-se com uma boa taxa de ocupação ao longo dos últimos anos, mas ainda com potencial de crescimento, em especial para o fluxo aos finais de semana, que varia entre 30 e 40% de ocupação. No ano de 2023, a taxa média de ocupação dos meios de hospedagem foi de 63,5%.

O crescimento no setor e as boas taxas de ocupação registradas têm sido um termômetro para atrair novos investimentos, em especial com a implantação de novos restaurantes e novos empreendimentos turísticos, o que tem sido observado nos últimos anos.

Atualmente, o setor de alimentos e bebidas possui mais de 410 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.

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 250 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 600 feiras itinerantes.

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 eles participam.

O Programa Jundiá Feito à Mão foi criado e é gerido e coordenado pelo Departamento de Fomento ao Turismo.

O Departamento de Fomento ao Turismo, vinculado à Unidade de Gestão de Agronegócio, Abastecimento e Turismo possui hoje uma estrutura pequena. É formado por uma diretora, que é turismóloga, e três assessoras, uma turismóloga, uma assessora especializada em artesanato e uma assessora administrativa, um fiscal de posturas municipais além de dois estagiários, estudantes de turismo e eventos, que atuam no Centro de Informações Turísticas. 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.

O Departamento de Fomento ao Turismo é também responsável pela organização da Festa da Uva, que foi, desde 2013, totalmente reformulada por sua equipe e hoje é realizada com participação do Agronegócio e da Unidade de Gestão de Cultura.

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 800 atrações, todas de Jundiaí. Bandas, grupos, orquestras de viola, duplas sertanejas, grupos teatrais, grupos de dança, performances, 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. Somente na última edição, participaram mais de 1500 artistas locais, na programação da Festa. A Festa recebeu em 2024, mais de 242 mil visitantes, provenientes de 495 cidades, todos os estados brasileiros, Distrito Federal e 30 países.

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 100 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 e das Rotas Turísticas. 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, incluindo a coxinha de queijo, registrada, desde 2018, como patrimônio imaterial da cidade.

Tem sido realizado também durante a Festa, a Expo Vinhos. O evento reúne cerca de 15 adegas de produção de vinho local, que oferecem degustação e comercializam o vinho e outros produtos correlatos ao longo dos 13 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 dos passeios turísticos, que são gerenciados por operadoras locais de turismo, todas as demais atrações são gratuitas, tão qual o acesso ao evento.

Também não há comercialização de espaços, sendo que todas as áreas de exposição são cedidas gratuitamente aos expositores. A Festa da Uva de 2024 teve um investimento de R\$ 8 milhões e gerou, em termos de comercialização de produtos, R\$ 32 milhões em vendas durante o evento.

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 em relação a renda gerada diretamente pela atividade, ao longo do ano de 2022 foram injetados U\$ 173.016.095,49, levando-se em consideração o gasto médio dos turistas de negócios e lazer que visitaram a Jundiaí.

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 4º. melhor IDH do estado de São Paulo), favorece, em diversos aspectos, a atividade turística.

A cidade de Jundiaí é a segunda melhor do Brasil para se viver entre os municípios com mais de 300 mil habitantes (porte médio), segundo o Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal (IFDM). O IFDM é um estudo do Sistema FIRJAN que acompanha anualmente o desenvolvimento socioeconômico de todos os mais de 5 mil municípios brasileiros em três áreas de atuação: emprego e renda, educação e saúde.

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 90% dos entrevistados apontaram que suas expectativas com relação a estada foram correspondidas ou superadas.

88% dos entrevistados, ao serem questionados se retornariam à cidade, afirmaram que certamente retornariam.

É importante salientar, ainda dentro do Panorama Turístico de Jundiaí, que o município foi classificado como Município de Interesse Turístico pelo Governo Estadual no ano de 2017. Essa classificação tem possibilitado o investimento em projetos que tem beneficiado o município, como a implantação de sinalização turística nas Rotas Turísticas do Município e implantação dos totens de identificação das Rotas Turísticas locais, entre outros projetos.

Além disso, em 2019, 2021 e 2023 o município recebeu o Prêmio Top Destino Turístico na Categoria Turismo Rural, o que demonstra o destaque que o segmento possui na cidade.

Os empreendimentos de turismo rural cresceram, nos últimos 10 anos, 166%, alcançando 84 empreendimentos, atualmente.

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

Tabela 3. ISS do Turismo

	2019	2020	2021	2022	2023
Valor arrecadado pela Atividade Turística	R\$ 13.609.086,12	R\$ 11.392.308,32	R\$ 15.055.261,52	R\$ 14.794.903,59	R\$ 14.294.372,22
Percentual Frente ao Total Arrecadado pelo Município	4,4649%	3,9847%	4,4120%	3,3588%	2,8785%

Fonte: Módulo Auditor do Sistema GISS Online – Relatório Utilizado: 3.02.18 – Ranking de Arrecadação por serviço detalhado por empresas. Empresa responsável: EICON – Inteligência em Controles

O valor arrecadado pelo ISS do Turismo é também representativo. Em média, representa 3% da arrecadação total da cidade, sendo considerados, para este mapeamento, os serviços de hospedagem, agenciamento turístico, locação de veículos, transporte turístico, câmbio e organização de eventos.

Análise SWOT

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

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.

Tabela 4. Análise SWOT– Pontos Fortes

Qualidade de vida
Localização e fácil acesso
Existência da atividade rural
Conectividade de atrativos públicos
Oferta de produtos turísticos consolidados
Identidade turística consolidada (turismo rural)
Festas tradicionais
Organização das rotas turísticas
Preservação da tradição e cultura
Reconhecimento internacional da diversidade turística
Escolha da cidade em programas estaduais e federais
Região turística desenvolvida (Circuito das frutas)
Inserção midiática positiva
Paisagens naturais conservadas
Parque industrial sólido
Classificação como MIT
Construção coletiva
Tradição na produção de frutas
Qualidade do artesanato superior à região
Sede de eventos importantes
Sites e redes sociais atualizadas
Visibilidade na mídia por diversos rankings
Diretoria de turismo técnica
Excelente articulação com sistemas e esferas estaduais/federais
Proximidade à grandes cidades, aeroportos e rodovias
Quantidade e diversidade de vinícolas
Aumento do interesse e das opções de gastronomia rural (Pós pandemia)
Redes hoteleiras instaladas
255 artesãos cadastrado no Programa Jundiaí Feito à Mão
Participa de Instância de governança regional/consórcio
Faz parte de um distrito turístico
Possui legislação de turismo rural
Oferece qualificação de mão-de-obra
Berço da Uva Niágara Rosada
Gastronomia com mais de 400 opções
Oferta de agências de receptivo e guias de turismo
Cidade com história de mais de 360 anos

Tabela 5. Análise SWOT – Pontos Fracos

Especulação imobiliária (Área rural)
Falta conservação/infraestrutura em vias públicas
Mão-de-obra (Ausência)
Faltam meios de hospedagem (Rural/Urbana)
Falta de união do trade*
Falta de mobilidade urbana*
Deficit de Acessibilidade*
Ausência de atrativos noturnos
Falta de estética/Beleza no centro/Cartão postal
Descaracterização do comércio no centro histórico
Horário de funcionamento dos empreendimentos insuficiente
Falta definir público alvo/persona de cada rota turística
Concentração do fluxo turístico em uma única rota
Falta sinalização turística*
Falta de incentivo e valorização da capacitação*
Conectividade ruim em áreas rurais (Wi-fi)*
Falta de souvenirs nas rotas
Falta de transporte público (Horários limitados)
Falta de atrativo para adolescentes
Falta de disponibilidade de produtos locais, em determinados atrativos

* Indicadores de Diagnóstico para Destinos Turísticos Inteligentes

Tabela 6. Análise SWOT - Oportunidades

Implantação de Stopover
Percepção do turista (Em busca de experiências/serviços personalizados)
Redução do combustível
Alta do dolar (Turismo interno)
Visibilidade do turismo rural (Maior procura)
Restabelecimento da linha férrea
Fim da pandemia de covid
Condição climática favorável
Aumento turismo rodoviário

Tabela 7. Análise SWOT - Ameaças

Guerra

Pandemia

Desastres naturais

Crises econômicas e política

Mudanças de governo

Pragas agrícolas

Avanço tecnológico (Substituição de cargos/emprego)

Fake news

Legislação estadual e federal (Reformas tributárias)

Aumento da marginalidade de jovens

Instabilidade econômica (Miséria)

Violência e saúde mental

Gripe aviária (Pandemias)

Mudanças climáticas

Conectividade (Telefonia)

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 eles 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.

Em virtude de poucas modificações significativas em termos de mercado, a análise da concorrência de Jundiaí não se alterou da segunda para a terceira edição do Plano Municipal de Turismo.

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

Turismo Cultural



Figura 5. 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.

Jundiá oferece, hoje, em função de sua maravilhosa trajetória, um patrimônio riquíssimo.

Prédios, monumentos, museus, as antigas oficinas da Companhia Paulista de Estrada de Ferro, hoje conhecida como Espaço Expressa, 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 Jundiá 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.

Todos esses atrativos encontram-se organizados e consolidados na Rota do Centro Histórico do município, composta por mais de 100 pontos de atração.

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 Jundiá, destaca-se o município de Itu, que, embora nacionalmente conhecido pelo 'exagero', possui um patrimônio histórico e cultural invejável.

Tabela 8. Concorrência Turismo Cultural

Pontos Fortes	Pontos Fracos
•Diversidade de atrativos de valor histórico cultural; •Atrativos de turismo cultural, presentes no quadrilátero histórico, funcionam aos finais de semana e feriados; •Roteiros permanentes vinculados ao turismo cultural realizados no município; •Fluxo permanente de 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;

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 a 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 6. 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 89 anos em 2023, 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 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.

Tabela 9. Concorrência Eventos

Pontos Fortes	Pontos Fracos
•Diversidade de atrativos no evento; •Reconhecimento como principal evento no setor; •Evento oferece, além dos inúmeros atrativos, passeios turísticos em propriedades produtivas de flores; •Evento valoriza a tradição holandesa em seus diversos atrativos e na gastronomia oferecida; •Evento recebe grupos organizados e excursões de todo o Brasil; •Realiza divulgação em nível estadual, com foco nos principais centros emissores de turistas do estado (São 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 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.



Figura 7. 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 Boulevard 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 da Rota da Uva e adjacências tem registrado mais de 14 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.

Tabela 10. Concorrência Turismo Gastronômico

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

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

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

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

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

Vinho – Enoturismo – 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 20 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 8. Adega Maziero - 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.

Atualmente, as adegas e vinícolas de Jundiaí reúnem-se na Rota do Vinho.

São Roque - Análise da Concorrência – Enoturismo

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

São cidades com origens muito parecidas e com histórias que se cruzam na questão da produção de uvas e vinhos, contanto, inclusive, com pesquisas realizadas de maneira concomitante em razão do expressivo volume de produção de ambas.

Tabela 11. Concorrência Enoturismo

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

São Roque se estruturou ao longo dos últimos anos como um importante núcleo receptivo de turistas interessados na produção de vinhos. Embora o estado de São Paulo não possua tradição na produção de vinhos, já que outras regiões têm 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.

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, além da realização, nos últimos anos, de uma série de eventos que compõe a celebração do Dia do Vinho, sempre no primeiro domingo de junho. Este evento, celebrado em nível nacional, é aberto com um brinde coletivo, que

reúne mais de 10 mil participantes em cada edição, além de diversos eventos e experiências nas adegas e vinícolas. As comemorações são finalizadas com uma feira realizada no Maxi Shopping.

Serra do Japi – Ecoturismo

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

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

Sem dúvida, sabe-se que o patrimônio natural da Serra do Japi possui relevância indiscutível e sabe-se também do enorme interesse dos turistas, visitantes e da própria população em conhecer este patrimônio. Infelizmente, no entanto, em função de uma legislação ambiental bastante restritiva, as visitas e a utilização turística têm sido reguladas e realizadas somente com foco em educação ambiental.

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

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

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

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

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

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

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

Turismo Rural



Figura 9. 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 80 atrativos vinculados a atividade, enquanto no Circuito, somamos mais de 160 empreendimentos.



Figura 10. 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.

Em 2019, 2021 e 2023, Jundiaí recebeu o Prêmio Top Destino Turístico na Categoria Turismo Rural, consolidando-se como o principal destino de destaque neste segmento no estado de São Paulo.

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.

Tabela 12. Concorrência Turismo Rural

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

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

O trabalho associado entre os integrantes junto ao fato de o 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 e no mundo.

As questões relacionadas ao comportamento do turista têm direcionado a análise de tendências no segmento, mas além delas, destacam-se e estão também as tendências em termos de modificação do comportamento do consumidor em geral.

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

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

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

A essência dos termos concentra-se na criação de experiências e emoções que o consumo de determinado produto propicia ao consumidor, oportunizando vivências individualizadas e, desta forma, singulares. O consumo de um produto satisfaz não apenas uma necessidade evidente e racional, mas gera uma série de outras satisfações de âmbito subjetivo, que valoriza as relações humanas, a empatia entre outras características.

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

Todo este contexto, intensifica sobremaneira o interesse pelas práticas de um turismo que se desvinculam completamente da ideia de massa. O turismo rural, o enoturismo 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 recente do número de empreendimentos de hospedagem no município impactou diretamente o setor. Até o final de 2017, três novos meios de hospedagem de grande porte foram instalados na cidade.

Estes novos empreendimentos duplicaram o número de unidades habitacionais disponíveis e, foram responsáveis por promover o reposicionamento do segmento como um todo na cidade, já que, passou a ver 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 tornou necessário um redirecionamento em termos de perfil de público-alvo, diversificando, desta forma, não somente o perfil de público, mas também os segmentos atendidos. Isso foi claramente percebido quando da aproximação destes meios de hospedagem, em especial motivados pelos novos empreendimentos, do Conselho Municipal de Turismo e das Rotas Turísticas.

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

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

Obviamente, trata-se, este, de um setor que requer investimentos específicos, em especial em infraestrutura. Assim, Jundiaí somente poderá ser beneficiada caso haja uma ampliação nos espaços de eventos disponíveis e a implantação de espaços de maior porte. A cidade tem todas as características para abrigar um centro de convenções de grande porte, o que trará efetivos benefícios econômicos para o município, caso o mesmo venha a ser implantado.

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

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

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

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

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

As alterações nos padrões econômicos, com foco nas modificações de comportamentos, hoje mais interessados em produtos colaborativos do que produtos competitivos, também tem impactado o mercado local.

O surgimento de serviços relacionadas a economia do compartilhamento, como o UBER, por exemplo e todos os demais aplicativos com serviços similares, melhoraram substancialmente o serviço de transporte oferecido ao turista, realizado à preços justos. Isso facilitou seu deslocamento dentro da cidade, intensificando o acesso a mais atrativos turísticos.

Na mesma medida, a diversificação das formas de hospedagem, como os serviços oferecidos pelo AirBnb e sistemas correlatos também tem interferido e virão a interferir cada vez mais no turismo local, incentivando o reposicionamento dos meios de hospedagem e promovendo a diversificação de atrativos. Jundiaí já oferece mais de 300 tipos de acomodações dessas modalidades cadastrados nesse sistema.

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.

Para o ano de 2024, as principais tendências de mercado para o turismo são as seguintes:²

- Desconstrução dos Hábitos de Consumo: Os viajantes estão questionando padrões antigos e buscando alternativas mais alinhadas com seus valores e necessidades.

² Fontes: inteligenciadomercado.rj.sebrae.com.br; sebrae.com.br; diariodoturismo.com.br; turismodocentro.pt

- Inteligência Artificial e Transição Digital: O uso de ferramentas de IA está se tornando mais comum, e a transição para interfaces digitais é uma realidade crescente.
- Conteúdos como Distração e Prazer: Os consumidores buscam experiências que os distraiam e proporcionem prazer, especialmente em um mundo cada vez mais estimulante.
- Consumo Sustentável: A cobrança por práticas “verdes” está influenciando as escolhas dos viajantes.
- Polarização como Direcionadora de Consumo: As opiniões políticas e sociais estão afetando as decisões de viagem.
- Viagens Individuais: Cada vez mais pessoas estão dispostas a viajar sozinhas, seguindo seus próprios interesses.
- Desconexão e *Off-Grid*: Viajantes desejam desconectar-se da realidade e experimentar viagens minimalistas, aprendendo habilidades de sobrevivência.
- Exploração de Lugares Menos Conhecidos: Os participantes desejam experiências “fora da zona de conforto” que ultrapassem seus limites.
- Nostalgia e Memórias: A inclusão de atividades nostálgicas nas férias é uma tendência crescente.

Essas tendências refletem a evolução contínua do comportamento do consumidor no setor de turismo e oferecem insights valiosos para empresas que desejam se adaptar e prosperar no mercado em constante mudança.

Acompanhar essas tendências é fundamental para que o Destino Turístico Jundiaí possa manter seu posicionamento de mercado e uma das estratégias, a partir das próprias tendências identificadas é a implantação do conceito de Destino Turístico Inteligente, que passa a compor as estratégias deste plano.

Além das tendências ora apresentadas, há três assuntos que compõe as tendências e que precisam ser consideradas e introduzidas neste plano de turismo.

A metodologia de implementação de destinos turísticos inteligentes passa a, necessariamente, compor qualquer estratégia de planejamento de um destino turístico.

A implementação de tecnologias que convertam destinos turísticos em destinos inteligentes é hoje uma tendência mundial.

A conceituação de “destino turístico inteligente” foi definida pela *Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas*, S.A.M.P (SEGITTUR), da Espanha, em 2013, como “um espaço turístico inovador, acessível a todos, consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda que garante o desenvolvimento sustentável do território, que facilita a interação e integração do visitante com o entorno e incrementa a qualidade da sua experiência no destino e a qualidade de vida dos residentes”. Os destinos turísticos inteligentes se baseiam em três pilares: governança, tecnologia e desenvolvimento

sustentável. Assim, faz-se necessária uma atuação no destino com base nestes três eixos, que compõe um DTI (Destino Turístico Inteligente).

Além do conceito de DTI, a ESG tem se aproximado também das práticas do turismo. A sigla ESG vem do inglês e significa *Environmental, Social and Governance* (Ambiental, Social e Governança). Em português, ASG (Ambiental, Social e Governança), estabelece práticas, dentro das empresas, relacionadas a questões do meio ambiente, sociais e de governança.

Em poucas palavras, essa sigla representa o compromisso das empresas com boas práticas ambientais (E, de “*environment*”, em inglês), sociais (S, de “*social*” em inglês) e de governança (G, de “*governance*” em inglês). Esse conceito está sendo adotado por empresas, projetos e destinos que buscam desenvolvimento sustentável e a geração de valor e precisa ser apropriado como um direcionamento para o planejamento dos destinos turísticos.

Finalmente, e não menos importante, a Inteligência Artificial também é uma importante tendência e que perpassa também o turismo.

A inteligência artificial (IA) está transformando a indústria do turismo de várias maneiras, tornando as viagens mais eficientes e personalizadas, além de facilitar o desenvolvimento de destinos e produtos turísticos mais sustentáveis.

Uma das formas de uso é por meio das Recomendações Personalizadas: Utilizando IA, os destinos podem oferecer sugestões de atividades, hotéis e restaurantes baseadas nas preferências e histórico de viagens dos próprios turistas, melhorando sua experiência no destino.

Chatbots e Assistência Virtual também são ferramentas acessíveis e que, alimentados por IA, podem fornecer atendimento ao cliente em tempo real, respondendo a perguntas e auxiliando no planejamento de viagens. Em termos de planejamento turístico, a IA tem capacidade de analisar grandes volumes de dados para identificar tendências e padrões, ajudando o destino a otimizar a gestão e a tomada de decisões estratégicas. É uma ferramenta que, portanto, se tornará fundamental para o planejamento turístico.

Para viajantes internacionais, a IA pode oferecer serviços de tradução em tempo real, facilitando a comunicação e a experiência, sendo bastante útil em meios de hospedagem e restaurantes.

Além disso, a IA pode contribuir para práticas sustentáveis no turismo, como a otimização de rotas para reduzir a pegada de carbono, ajudando a turistas e empreendimentos com soluções mais sustentáveis e opções com menos impacto em seus negócios e durante a permanência do turista.

A adoção dessas tecnologias pode ajudar a criar experiências mais ricas e personalizadas, ao mesmo tempo em que melhora a eficiência operacional dos destinos

A IA é uma tendência e seu uso ainda está sendo iniciado. O desenvolvimento rápido de novos usos para essa ferramenta precisa ser olhado com atenção. Ademais, as novas tecnologias surgem diariamente e o destino

precisa estar alinhado com as mesmas, a fim de que se aproveite dessas oportunidades e não fique para trás em termos de desenvolvimento turístico.

Jundiaí Destino Turístico Inteligente – Um capítulo à parte

El destino turístico inteligente es como um espacio innovador, accesible a todos, apoyados em uma estrutura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, y facilita la interacción e integración del visitante com el entorno, incrementando la calidad de su experiencia em el destino.

SEGITTUR – Plan Nacional y Integral de Turismo - PNIT

Jundiaí, um município vibrante no coração de São Paulo, pulsa com a energia de um polo industrial, comercial e cultural em constante evolução. Mas, e se essa pujança pudesse ser aliada à inteligência turística, transformando a cidade em um destino turístico exemplar? É nesse cenário que a metodologia de DTI (Destino Turístico Inteligente), inspirada no modelo espanhol da Segittur, surge como um mapa do tesouro para desvendar um futuro promissor para Jundiaí.

Jundiaí: Um Destino em Sintonia com o Futuro

Adotar a metodologia DTI significa abraçar a inovação e a sustentabilidade como bússolas para o desenvolvimento turístico de Jundiaí. Essa visão holística, que coloca os pilares da governança, tecnologia, acessibilidade, sustentabilidade e inovação no centro das ações, trará consigo uma série de benefícios para a cidade e seus visitantes.

Para a Comunidade Jundiaiense:

Mais Qualidade de Vida: Gestão eficiente dos recursos, otimização dos serviços públicos e um ambiente mais seguro e conectado. Jundiaí se torna um lar ainda mais agradável para seus habitantes.

Novas Oportunidades: Aumento do fluxo turístico gera mais empregos, renda e oportunidades de negócio, impulsionando a economia local e fomentando o empreendedorismo.

Valorização da Cultura: A preservação do patrimônio histórico e cultural se torna prioridade, fortalecendo a identidade local e promovendo o turismo cultural.

Acessibilidade para Todos: A cidade se torna mais inclusiva, acolhendo turistas e moradores com diferentes necessidades, garantindo o acesso universal aos seus atrativos.

Para os Visitantes:

Experiência Personalizada: Uso de dados e inteligência artificial para oferecer roteiros turísticos personalizados, atender às necessidades individuais e proporcionar uma experiência única a cada visitante.

Informações em Tempo Real: Aplicativos, totens interativos e plataformas digitais garantem acesso instantâneo a informações relevantes sobre a cidade, como eventos, restaurantes, transporte e pontos turísticos.

Mobilidade Inteligente: Integração de diferentes meios de transporte, incluindo opções sustentáveis, facilita o deslocamento pela cidade e otimiza o tempo dos turistas.

Sustentabilidade na Prática: Adoção de práticas ecologicamente corretas na gestão dos recursos naturais, na infraestrutura turística e na prestação de serviços, minimizando o impacto ambiental e promovendo o turismo responsável.

Jundiaí como Referência em Turismo Inteligente

Ao implementar a metodologia DTI, Jundiaí se posiciona como referência em turismo inteligente no Brasil, inspirando outras cidades e se destacando no cenário internacional. A cidade se torna um modelo de gestão turística inovadora, sustentável e eficiente, atraindo turistas do mundo todo e impulsionando o desenvolvimento local.

Caminhando para um Futuro Brilhante

A jornada para transformar Jundiaí em um DTI exige compromisso, colaboração e trabalho em conjunto entre o poder público, a iniciativa privada e a comunidade. Através da união de esforços, expertise e paixão pela cidade, Jundiaí tem o potencial de se tornar um destino turístico exemplar, vibrante e acolhedor, beneficiando seus habitantes e visitantes por muitos anos.

Adotar a metodologia DTI é mais do que apenas implementar ferramentas tecnológicas. É abraçar uma nova visão de futuro para Jundiaí, onde a inteligência, a sustentabilidade e a inovação se unem para criar um destino turístico único e próspero.

A Construção de uma Jundiaí Destino Turístico Inteligente

Tendo sido identificada como meta para a gestão, o processo de desenvolvimento inerente a levar uma cidade a converter-se como um Destino Turístico Inteligente é um processo complexo e que requer muito planejamento.

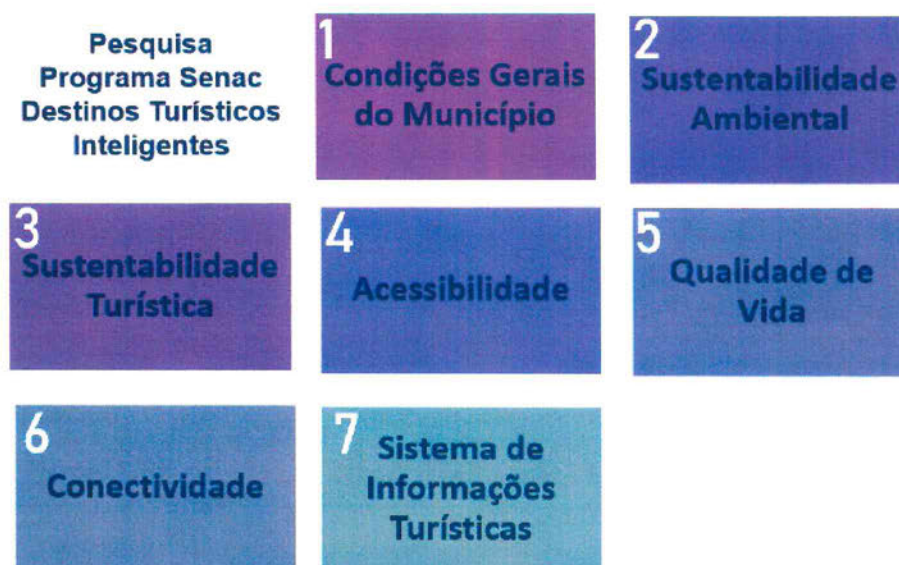
A primeira etapa do processo está em realizar-se o Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI. No caso de Jundiaí, o referido diagnóstico foi realizado pelo PROGRAMA SENAC DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES e trouxe um comparativo de 2018 e 2021 dos indicadores do município Jundiaí versus a média geral.

A região turística “Circuito das Frutas”, através do Atendimento Corporativo, contratou o SENAC Jundiaí, para a implementação de programa de capacitação e assessoria dirigida aos seus municípios associados. A ação teve como objetivo analisar o cenário da região com relação aos indicadores do *Sistema Autodiagnostico DTI* (Destino Turístico Inteligente) do Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas da cidade de Valencia – Espanha. Os indicadores surgem de 70 perguntas que foram adaptadas ao Brasil pelo Senac SP e aplicada em 114 municípios paulistas, da qual também participou o município de Jundiaí, no ano de 2018.

O programa para o Circuito das Frutas teve início em junho de 2021 e finalizou em outubro de 2022, com encontros remotos e presenciais.

O diagnóstico contemplou sete indicadores, conforme imagem a seguir:

Figura 11. Indicadores DTI - SENAC

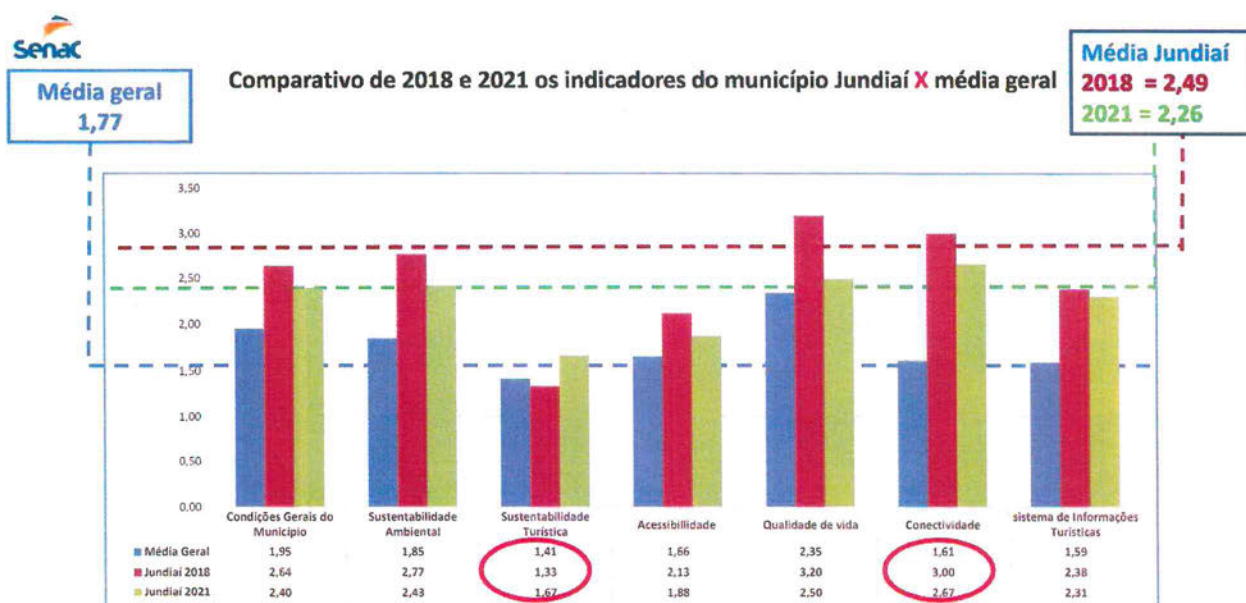


Fonte: SENAC/SP

Para cada um dos indicadores apontados, há uma série de questões que são avaliadas e consideradas, a fim de que se perceba o nível de desenvolvimento do município, relacionado aos diferentes aspectos necessários a consolidação de um destino turístico inteligente.

Além do diagnóstico realizado em 2018, o Senac SP disponibilizou o formulário em 2021 para nova avaliação, quando foi possível realizar-se o comparativo entre os dois momentos de desenvolvimento da cidade.

Gráfico 2. Comparativo 2018/2021 de Indicadores de Jundiaí x Média Geral



Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

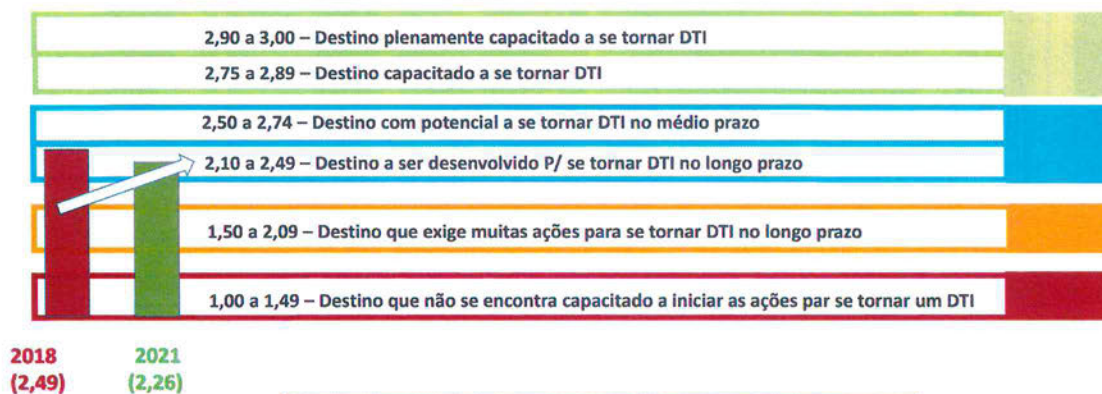
Embora o município de Jundiaí tenha apresentado um desempenho significativamente maior do que a média do Estado, a classificação geral ainda está aquém àquela necessária para que a cidade seja considerada um Destino Turístico Inteligente.

As áreas de sustentabilidade turística e conectividade são indicadores que requerem um importante trabalho, a fim de que sejam melhorados de maneira significativa, e, desta forma, contribuam com um posicionamento de Jundiaí como Destino Turístico Inteligente, como pode ser observado nos parâmetros classificatórios do projeto, apresentados a seguir:

Figura 12. Parâmetros Classificatórios para categorização de Destino Turístico Inteligente



Parâmetros classificatórios com pontuação mínima e máxima para cada faixa, no que tange ao estágio de desenvolvimento turístico com a finalidade de implantação um plano de ações para se tornar um futuro DTI



Estagio do Município Turístico de Jundiaí/SP

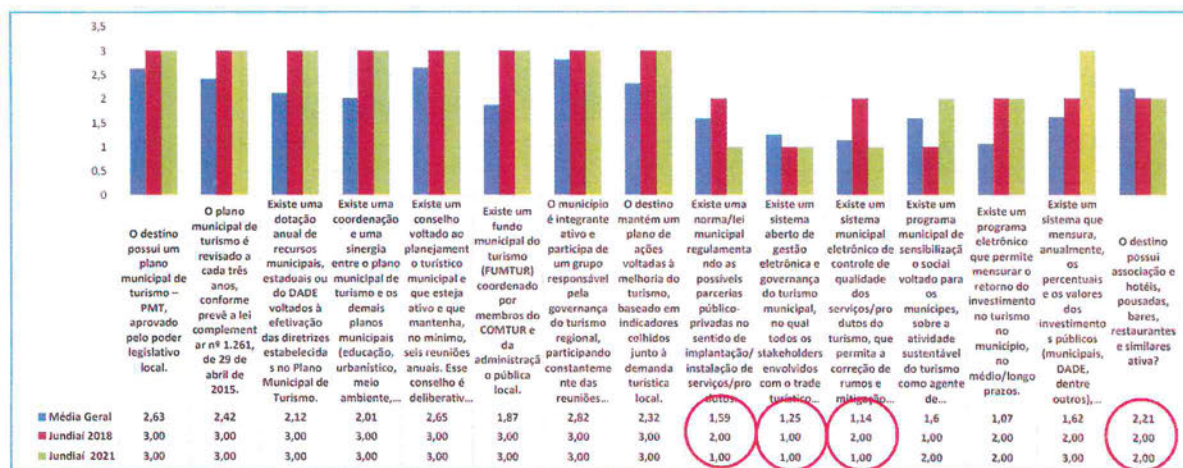
Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

Como anteriormente mencionado, cada um dos indicadores foi avaliado individualmente, com foco em mensurar o desenvolvimento do município em cada um dos parâmetros apresentado.

Gráfico 3. Condição Geral do Município – Indicador DTI



INDICADOR 1 – CONDIÇÃO GERAL DOS MUNICÍPIOS



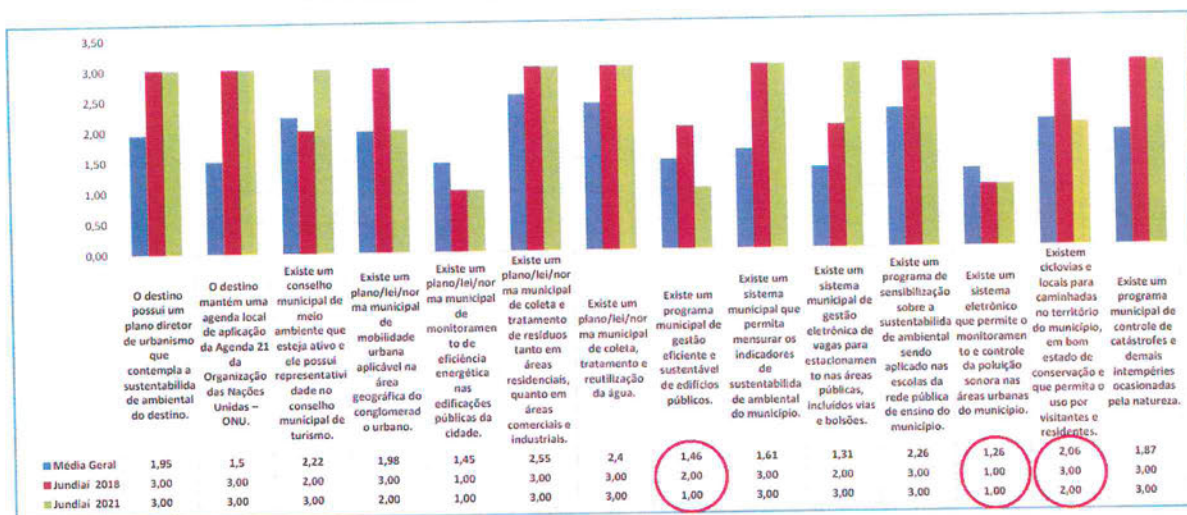
No comparativo de 2018 e 2021, quatro itens do indicador das condições gerais de Jundiaí estão **abaixo** da média geral dos municípios pesquisados.

Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

Gráfico 4. Sustentabilidade Ambiental – Indicador DTI



INDICADOR 2 – SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL



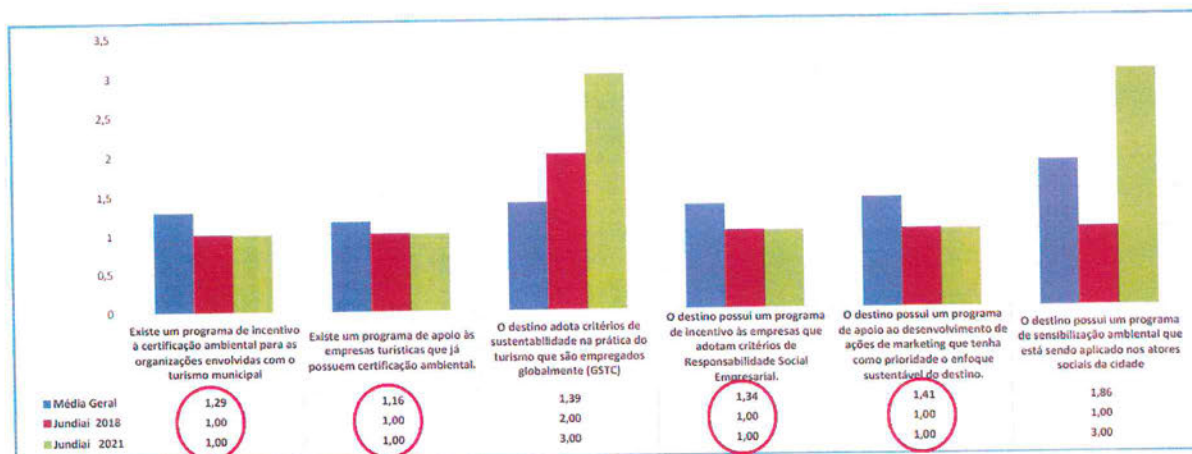
No comparativo de 2018 e 2021, oito itens do indicador de sustentabilidade ambiental de Jundiá estão **abaixo** da média geral dos municípios pesquisados.

Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

Gráfico 5. Sustentabilidade Turística – Indicador DTI



INDICADOR 3 – SUSTENTABILIDADE TURÍSTICA



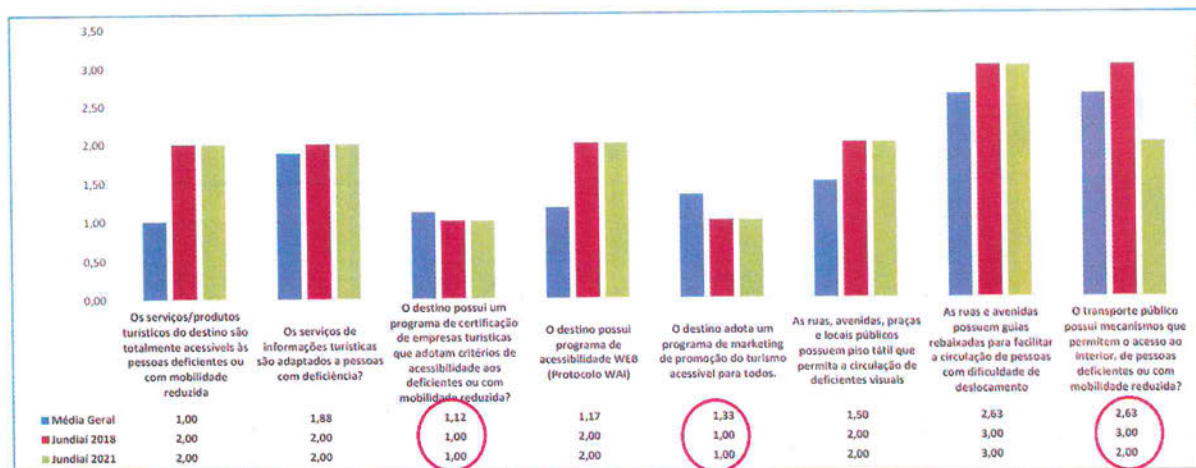
No comparativo de 2018 e 2021, quatro itens do indicador de Sustentabilidade Turística de Jundiá estão **abaixo** da média geral dos municípios pesquisados.

Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

Gráfico 6. Acessibilidade



INDICADOR 4 – ACESSIBILIDADE



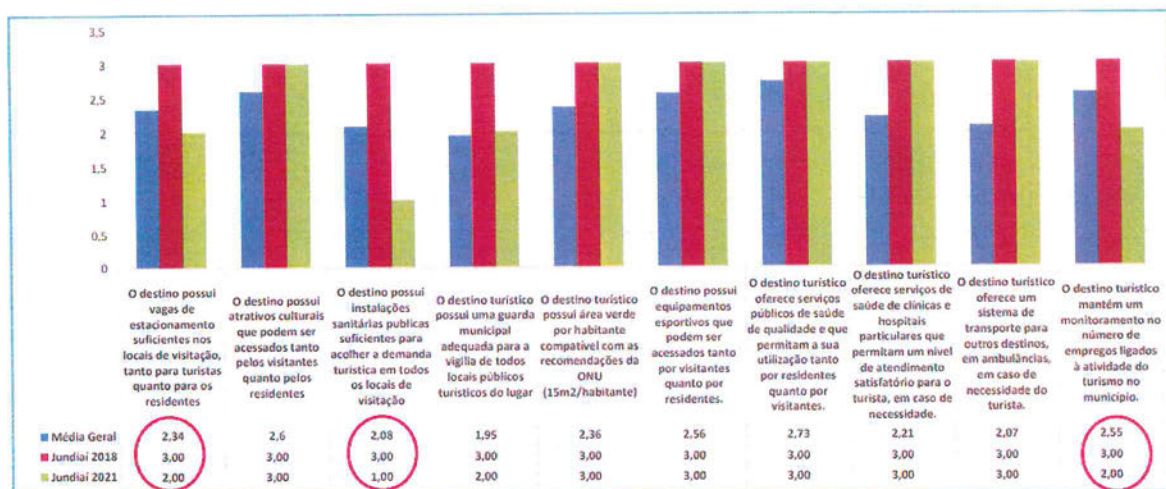
No comparativo de 2018 e 2021, três itens do indicador de Acessibilidade de Jundiaí estão **abaixo** da média geral dos municípios pesquisado.

Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

Gráfico 7. Qualidade de Vida



INDICADOR 5 – QUALIDADE DE VIDA



No comparativo de 2018 e 2021, três itens do indicador Qualidade de Vida de Jundiaí estão **abaixo** da média geral dos municípios pesquisados.

Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

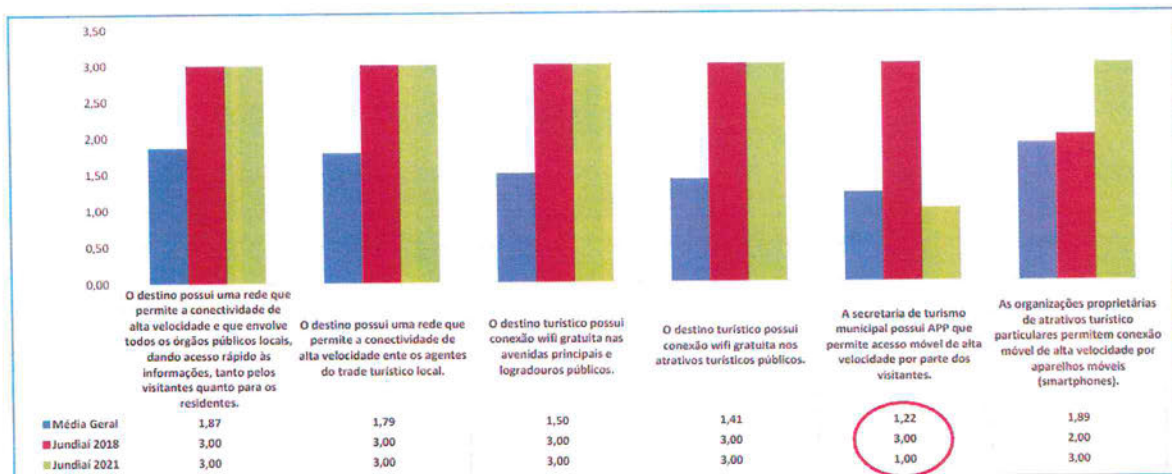


TURISMO
Jundiaí

Gráfico 8. Conectividade



INDICADOR 6 – CONECTIVIDADE



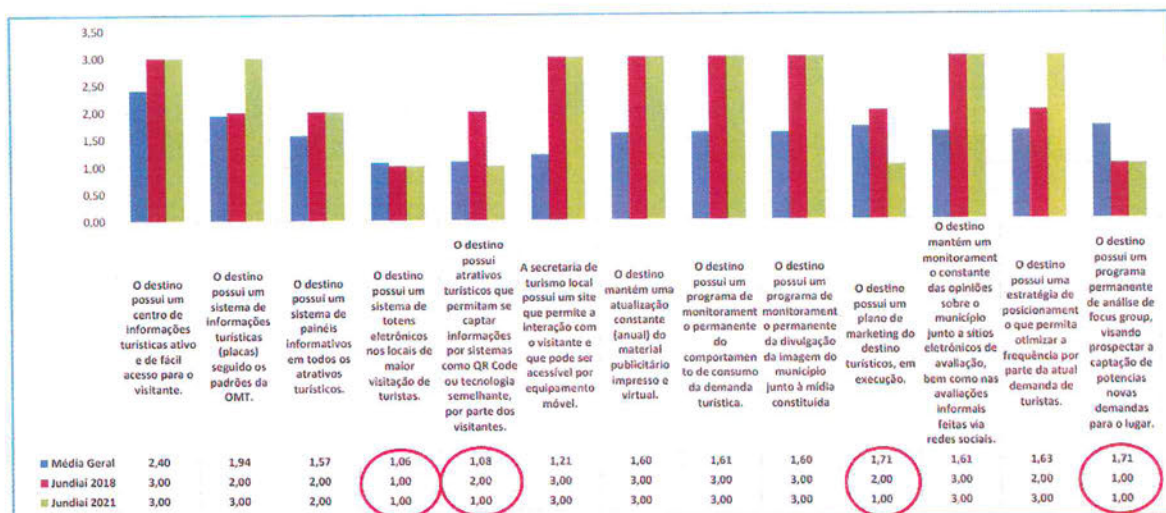
No comparativo de 2018 e 2021, um item do indicador de Conectividade Jundiaí está **abaixo** da média geral dos municípios pesquisados.

Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

Gráfico 9. Sistema de Informações Turísticas



INDICADOR 7 – SISTEMA DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS



No comparativo de 2018 e 2021, quatro itens do indicador de Sistema de Informações Turísticas de Jundiaí estão **abaixo** da média geral dos municípios pesquisados.

Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

O diagnóstico ora apresentado traz, de forma clara e explícita, as variáveis que precisam ser melhor trabalhadas a fim de que o município consiga se posicionar efetivamente como um Destino Turístico Inteligente.

Melhorar tais critérios, além de facilitarem e melhorarem a experiência do turista – uma das funções de um Destino Inteligente – também irão contribuir de maneira significativa para a construção de um destino mais sustentável e acessível, impactando de forma positiva e direta toda a comunidade.

Prognóstico

Analizando todo o panorama identificado ao longo da estruturação deste 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 o 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 agricultura, 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, turismo cultural, turismo de esportes e ecoturismo.

Embora haja aspectos que precisam ser mais bem 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.



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
- Realização de Oficinas para estruturação do Plano e validação junto ao COMTUR.

A partir das informações colhidas e das análises realizadas nas referidas etapas, e com base nos direcionamentos da **Política Municipal de Turismo LEI N.º 8.569, DE 28 DE DEZEMBRO DE 2015**, 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 Departamento de Fomento ao Turismo e do Conselho Municipal de Turismo e compõe a **Política Municipal de Turismo**, consolidada neste conjunto de documentos que reúne Pesquisa de Perfil da Demanda, Diagnóstico, Prognóstico 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 2023/2024 – 2027.

A base para estruturação do Plano Municipal de Turismo foi o Planejamento Participativo, a partir dos dados relacionados nas etapas de inventário e diagnóstico. Com esse objetivo, foram realizadas três oficinas com o COMTUR, a fim de que cada etapa do plano fosse estruturada, elaborada e analisada de maneira integrada, envolvendo todos os elos da cadeia do turismo.

A partir da realização dessas oficinas, esse documento foi estruturado.

O Plano Municipal de Turismo possui princípios norteadores em sua construção, princípios esses garantidos pela política municipal de turismo.

São eles:

[]



Figura 13. Princípios Norteadores do Plano Municipal de Turismo

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:

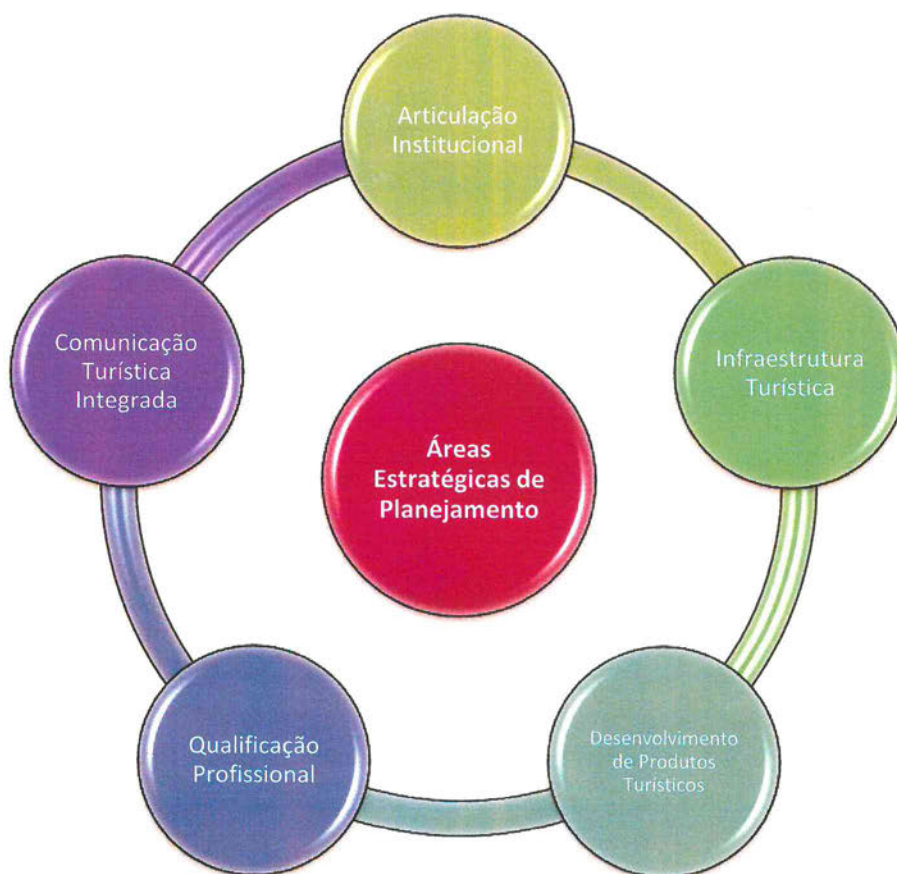


Figura 14. Áreas Estratégicas de Planejamento

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.

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 3 em 3 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

Consolidar o posicionamento de Jundiaí como referência nacional em turismo rural e hospitalidade, tornando a cidade um destino turístico inteligente, que supera as expectativas do turista, proporcionando experiências em todos os segmentos a serem estimulados incluindo, além do turismo rural, o ecoturismo, o turismo cultural, o turismo gastronômico, o turismo de eventos, o enoturismo e o turismo de esportes, ampliando e qualificando, assim, a oferta turística do município e, conseqüentemente, o fluxo turístico local.

Figura 15. Diretriz Geral para Desenvolvimento do Turismo no Município

Objetivos do Plano Municipal de Turismo



Figura 16. Objetivos do Plano Municipal de Turismo

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.

Metas

Como metas para o Plano Municipal de Turismo de Jundiá foram estabelecidos:

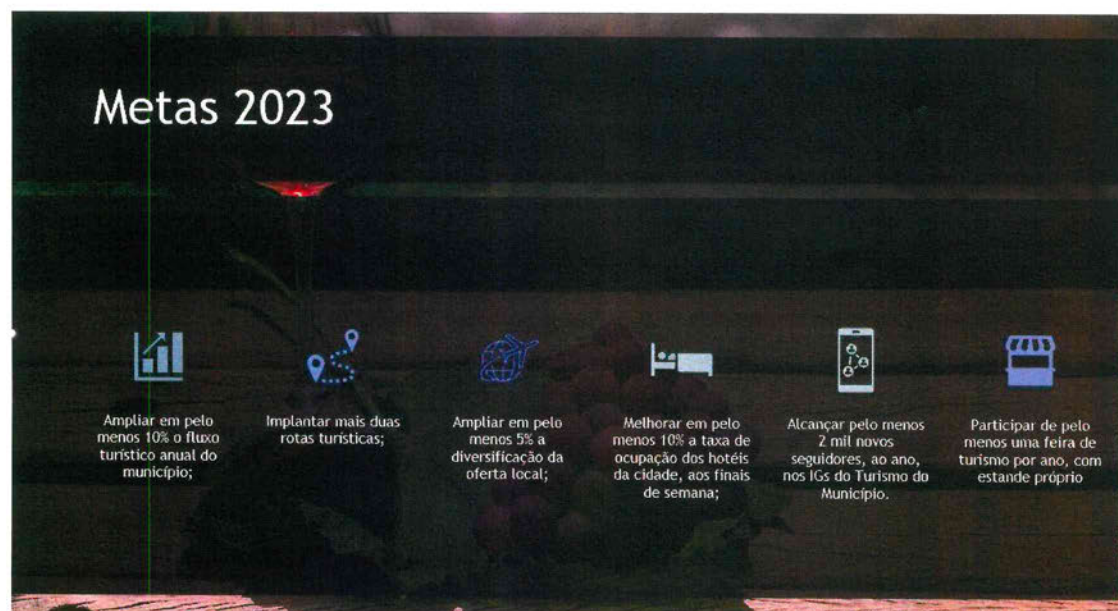


Figura 17. Metas do Plano Municipal de Turismo

Programas

A fim de organizar o processo de planejamento turístico do município, os objetivos e metas foram analisados e, a partir deles e da avaliação das áreas estratégicas de desenvolvimento, foram criados programas específicos visando organizar os conjuntos de ações previstas para desenvolvimento do turismo local, como segue:



Figura 18. 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:

Tabela 13. Ações Programa de Articulação Institucional

Gestão do Conselho de Turismo

- Acompanhamento das ações do Conselho Municipal de Turismo de Jundiaí;

Gestão da participação de Jundiaí no Circuito das Frutas - Consórcio e CRTUR

- Acompanhamento das ações do Polo Turístico do Circuito das Frutas, incluindo o Consórcio Intermunicipal e o Conselho Regional de Turismo do Circuito das Frutas (CRTUR)

Gestão de parcerias institucionais (Sistema S, Governo Estadual e Federal)

- O Sistema S, que inclui SENAC, SEBRAE, SENAR e SESC bem como os Governos Estadual e Federal realizam frequentemente ações que demandam parcerias e participação do poder público local. Cabe acompanhar tais ações.

Gestão de relacionamento com o Trade Turístico

- Estar próximo ao Trade, identificar suas necessidades e acompanhar eventos e ações de interesse, que gerem o fortalecimento do turismo local e dos diferentes segmentos.

Distrito Turístico Serra Azul

- Dar suporte à implementação e acompanhar ações do Distrito Turístico Serra Azul

2. Programa de Gestão Técnica e Planejamento Turístico

Manter permanentemente as ações de planejamento, pesquisa, inventariação e acompanhamento ao desenvolvimento de legislação específica para a área de turismo, com foco específico na ampliação da visibilidade do setor e na implementação de melhorias permanentes.

São ações previstas para este Programa:

Tabela 14. Ações Programa de Gestão Técnica e Planejamento Turístico

Programa Amigo do Turista

- Implantar o Programa Amigo do Turista, com foco na sensibilização dos públicos que tem contato direto com o turista sobre o potencial turístico local e sobre noções de hospitalidade e bem-receber.

Há Vagas Turismo Jundiaí

- Gestão de vagas disponíveis junto ao trade turístico e divulgação das vagas via mídias sociais;

Fomento à Capacitação

- Estruturar parcerias para realização de capacitações focadas em qualificação de mão-de-obra voltada para o trade turístico.

Gestão do Fundo e da Contribuição de Turismo

- Acompanhar permanentemente o Fundo e os recursos advindos da Contribuição de Turismo; Instituir Contribuição Facultativa em restaurantes turísticos, grupos de turismo e atrativos turísticos.

Gestão da Classificação de Jundiaí como Município de Interesse Turístico

- Desenvolver ações necessárias para convênios com o Estado a partir de recursos disponíveis no Dadetur; Manter atualizada legislação, conforme Lei 1261.

Jundiaí Destino Turístico Inteligente - DTI

- Implementar projeto para converter Jundiaí em um destino turístico inteligente. Desenvolver ações, a partir do diagnóstico do município que melhorem o posicionamento de Jundiaí como Destino Turístico Inteligente.

ESG

- Implementar princípios da ESG nas atividades realizadas pelo Turismo no município, incluindo projetos, programas e ações.

IG Vinhos de Jundiaí

- Dar suporte para implementação da IG que virá a valorizar a produção de vinhos em Jundiaí.

Acessibilidade Universal

- Dar suporte técnico para a implementação de estratégias de acessibilidade universal em atrativos e empreendimentos turísticos.

Pesquisa de Perfil da Demanda e Fluxo Turístico de Jundiaí

- Realizar permanentemente a Pesquisa de Perfil da Demanda e Fluxo Turístico, dimensionando o número de turistas recebido na cidade, incluindo fluxo de lazer e negócios, por meio do Projeto Olá Turista.

Atualização de Inventário da Oferta Turística

- Realizar, permanentemente, a atualização do Inventário da Oferta Turística de Jundiaí, a partir de plataforma do Governo do Estado de São Paulo.

Indicação Geográfica da Uva Niágara Rosada

- Acompanhar a implantação da Indicação Geográfica da Uva Niágara Rosada. Criar projetos que incentivem a divulgação da marca Niágara Rosada de Jundiaí. Incentivar o uso da marca em eventos e atividades do turismo.

Legislação Específica

- Acompanhar o desenvolvimento e a implementação de legislação específica para o segmento de turismo. Elaborar lei de fomento focada nos guias de turismo. Atualizar legislação do Programa Jundiaí Feito à Mão. Desenvolver outras leis com foco em fomento ao turismo.

Fomento ao Turismo Rural

- Acompanhar o fomento ao segmento de Turismo Rural. Atender tecnicamente empreendimentos existentes e novos empreendimentos que pretendam iniciar atividades no setor.

Sinalização Turística

- Ampliar a instalação de Sinalização Turística no Município, em especial direcionada a sinalização e identificação de empreendimentos. Implantar sinalização para as Rotas Novas Rotas Turísticas.

Lei das Rotas Turísticas

- Regular a Lei das Rotas Turísticas. Manter atualizada legislação com inclusão de novas rotas que venham a ser criadas.

Jundiaí Tem Turismo Sim

- Implementar o Projeto Jundiaí Tem Turismo Sim, com foco em conscientização da comunidade para o potencial turístico local.

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:

Tabela 15. Ações Programa de Desenvolvimento de Produtos Turísticos

Gestão das Rotas Turísticas e Desenvolvimento de Novas Rotas

- Acompanhar as ações de implementação, fomento e gestão das Rotas Turísticas já criadas e trabalhar na implementação de novas rotas (Previstas mais três Rotas Turísticas - região do Corrupira, Rota dos Parques e Rota Afro).

Gestão do Programa Jundiáí Feito à Mão

- Acompanhar as ações do Programa incluindo a organização de eventos, gestão das novas inscrições, realização de testes, cadastro, fiscalização de feiras e da produção artesanal e vínculo com a SUTACO.

Gestão do Festival Sabores de Jundiáí

- Retomar e Gerenciar a realização do Festival Sabores de Jundiáí. Inserir o Festival no Calendário Oficial de Eventos de Jundiáí e transformar o Festival em Lei Municipal.

Organização e Gestão da Festa da Uva

- Organizar, coordenar, gerir e acompanhar a operacionalização da Festa da Uva de Jundiáí, mantendo seu formato que valoriza a cultura e o turismo local.

Projeto Souvenirs: Eu Amo Jundiáí

- Estruturar projeto de desenvolvimento de souvenirs com foco em valorizar a identidade cultural local, os atrativos turísticos e a história do município. / Concurso

Projeto Empório de Jundiáí

- Implementar espaço para comercialização de subprodutos da produção agrícola, souvenirs e artesanato do município, em local mais acessível e próximo ao fluxo turístico, em especial ao turista de negócios.

Fomento ao Turismo de Esportes

- Promover ações de fomento ao segmento.

Desenvolvimento de Novos Produtos

- Trabalhar no desenvolvimento de novos produtos turísticos e assessoria para implementação de novos produtos pela iniciativa privada. Elaborar novos roteiros.

Apoio e assessoria técnica aos empreendimentos

- Atendimento às demandas de implementação de práticas do turismo em novos empreendimentos, assessoria técnica e assessoria operacional para novos atrativos. Elaboração de novos produtos turísticos.

Novos Segmentos

- Desenvolver estudos e projetos para fortalecimento de novos segmentos no município (Afroturismo, Turismo de Esportes etc.)

Enoturismo

- Fortalecer o segmento de enoturismo, com a realização da Expo Vinhos, Dia do Vinho e outros eventos de interesse do setor. Fomentar a capacitação e implementação de experiências turísticas.

Eventos Turísticos

- Dar suporte, fomentar e realizar novos eventos turísticos, a fim de ampliar a divulgação de Jundiaí como destino de eventos.

Coxinha de Queijo

- Realizar eventos e ações que apoiem e salvaguardem a Coxinha de Queijo como patrimônio imaterial de Jundiaí

Projeto Vovô Bem-vindo

- Organizar, gerenciar e acompanhar as ações do Projeto Vovô Bem-vindo.

4. Programa de Promoção e 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:

Tabela 16. Ações Programa de Promoção e Comunicação Turística

Elaborar Plano de Marketing

- Desenvolver plano de marketing com foco em promoção do município de Jundiá

Gestão do Facebook e Instagram (Turismo Jundiá, Informações Turísticas, Rotas Turísticas)

- Página Turismo Jundiá , Festa da Uva de Jundiá , Há Vagas , Jundiá Feito à Mão e Rotas Turísticas. Cabe, como ação, realizar a gerência e as postagens sistematizadas nestes espaços virtuais.

Marca Turismo Jundiá

- Fortalecer a Marca Turismo Jundiá

Gestão do Centro de Informações Turísticas e do Expresso Turístico

- Garantir o funcionamento do CIT e o atendimento ao turista que vem a cidade por meio do Expresso Turístico. Gerenciar a equipe de estagiários que atua no CIT. Implementar melhorias no Centro de Informações Turísticas.

Gestão do site Turismo Jundiá site das Rotas Turísticas

- Manter atualizado o Site Turismo Jundiá, com informações atuais. Gerir as notícias a serem inseridas neste espaço. Atualizar e Gerir o Site Rotas Turísticas de Jundiá

Rádios Locais

- Estabelecer Parcerias para fins de divulgação de conteúdos relacionados aos produtos turísticos locais

Mapa Turístico

- Elaborar novo mapa turístico do município. Criar Versão online. Desenvolver mapas das rotas turísticas.

Material Promocional

- Elaborar material promocional específico das Rotas Turísticas. Elaborar material integrado das Rotas Turísticas. Elaborar material voltado ao turista de negócios e para os meios de hospedagem.

Participação em Eventos Promocionais

- Participar e acompanhar todos os eventos do trade turístico, de repercussão estadual e nacional, em stands próprios, conforme disponibilidade de recursos ou em stands da Secretaria de Turismo de Estado ou do Circuito das Frutas.

Realização de famtours e presstours

- Realizar *famtours* (*familiarization tours*) e *press tours* (*tours* para a imprensa) com foco na divulgação do destino turístico Jundiá

IA

- Desenvolver estratégias e ferramentas para promoção e informação turística, por meio de IA para o município

APP

- Desenvolver APP para o município (Exigência DTI)

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 e do Departamento de Fomento ao Turismo, bem como de recursos provenientes da classificação de Jundiaí como Município de Interesse Turístico.

A partir do recurso disponível no orçamento do Fundo, anualmente, serão estabelecidas as ações a serem realizadas, a partir do planejamento anual de atividades do Departamento de Fomento ao Turismo, bem como do Conselho Municipal de Turismo.

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.

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 em Jundiaí.

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

Todas estas questões refletem o importante momento que o segmento vive na cidade.

O Plano Municipal de Turismo consolida o desenvolvimento identificado no setor nos últimos anos e reflete o compromisso assumido atualmente para com a atividade, garantindo, desta forma, a continuidade dos processos e que os objetivos aqui apresentados sejam efetivamente alcançados.

Referências

ABAV – Associação Brasileira dos Agentes de Viagens. 2015. Disponível em: <<http://www.abav.org.br>>

ANDRADE, José Vicente de. Turismo – fundamentos e dimensões. 8. ed. , São Paulo : Ática, 2000.

APM - ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE MUNICÍPIOS. 2014. Dados indicadores: Jundiaí. Disponível em: <http://www.apaulista.org.br/>

BENI, Mário Carlos. 1998. Análise estrutural do turismo. São Paulo: SENAC. 427p.

CAMPOS, América de; PESTANA, Rangel. A província de São Paulo. 26.07.1889.

CAMPOS, Sinara Rafaela. 2009. Os cinco sentidos da hospitalidade. Disponível em:

CETESB. Relatório de qualidade do ar no estado de São Paulo. São Paulo: CETESB. Disponível em <http://www.cetesb.sp.gov.br/Ar/publicacoes.asp>.

CHADWICK, S. (orgs.). The business of tourism management. Harlow: Pearson Education. Desenvolvimento urbano. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/atlas/>.

DEWHURST, Peter D. e DEWHURST, Helen. 2006. Visitor attraction management. In: BEECH, J. e Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa. Concepção do software de José Jardim de Barros Junior. São Paulo: Objetiva. 1 CD. Versão 1.0.

FRIEDRICH, DANIELA. 2007. Parque linear como instrumento de planejamento e gestão das Grande do Sul. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/13175>.

GUIA QUATRO RODAS. 2014. Disponível em: <<http://viajeaqui.abril.com.br/g4r/>>.

HOUAISS, Antonio; VILLAR, Mauro de Salles; FRANCO, Francisco Manoel de Mello (ed.). 2001.

<http://www.periodicodeturismo.com.br/site/artigo/pdf/OS%20CINCO%20SENTIDOS%20DA%20%20HOSPITALIDADE.pdf>.

<http://www.ssp.sp.gov.br/estatisticas/dados.aspx?id=275>

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. 2014. Mapa da distribuição da IBGE. 2000b. Educação no Brasil. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/pesquisas/educacao.html>>.

IBGE. 2014. Disponível em: <www.ibge.gov.br>.

IBGE. 2015. Documentação territorial do Brasil: Jundiaí. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/dtbs/saopaulo/jundiai.pdf>>.

IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. 2013.

Jundiaí: Turismo em Números 2014 - Pesquisa de Perfil da Demanda e Fluxo Turístico de Jundiaí. Departamento de Fomento ao Turismo. Jundiaí, 2015.

KOTLER, Philip. 2000. Administração de Marketing. São Paulo: Prentice Hall.

MINISTÉRIO DO TURISMO. 2009. Plano Cores do Brasil. Brasília: Ministério do Turismo. Disponível em:
<<http://www.turismo.gov.br>>.

MINISTÉRIO DO TURISMO. 2015. Programa de regionalização do turismo – roteiros do Brasil. Módulo B. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo (SNPTur). Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico (DEAOT). Coordenação Geral de Regionalização (CGRG). Brasília: MTur.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Turismo e acessibilidade: manual de orientações. Disponível em:
<<http://www.turismo.gov.br/>>.

MURPHY, Peter E. e MURPHY, Ann E..2004. Strategic management for tourism communities: bridging the gaps. Chicago: Channel View Publications, 2004.

PNUD - PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. 2012. Atlas de população. Disponível em:

ftp://geoftp.ibge.gov.br/mapas/tematicos/mapas_murais/distribuicao_populacao_2000.pdf.

PREFEITURA DE JUNDIAÍ. Disponível em: www.jundiai.sp.gov.br

RUSCHMANN, D. M.; WIDMER, G. M. Planejamento turístico. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). Turismo. Como aprender, como ensinar, 2. São Paulo: SENAC, 2001. p. 65-86.

SEADE - Secretaria de Economia e Planejamento do Estado de São Paulo. Perfil municipal. Disponível em:
<<http://www.seade.sp.gov.br/produtos/perfil/perfil.php>>.

SEADE. - Secretaria de Economia e Planejamento do Estado de São Paulo 2004. Índice Paulista de Responsabilidade Social: metodologia. Disponível em:
<<http://www.seade.gov.br/produtos/iprs/pdf/metodologia.pdf>>.

SPTuris – São Paulo Turismo S/A. Disponível em: <<http://www.spturis.com>>.

SSP - SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA DO ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em:

SUTACO. Disponível em: <<http://www.sutaco.com.br/perguntas.html>>.

SENAC-SP. PROGRAMA SENAC DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES. Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo. Comparativo de 2018 e 2021 os indicadores do município Jundiaí X média geral.

SENAC-SP. DESTINO TURÍSTICO REGIONAL INTELIGENTE. DIAGNÓSTICO & PLANO DE AÇÃO. 2022-2030

TRIP ADVISOR. O que fazer em Jundiaí. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g303616-Activities-jundiai_State_of_Sao_Paulo.html

TURISMO JUNDIAÍ. Disponível em: www.turismo.jundiai.sp.gov.br

UOL. Atlas geográfico do Brasil. Disponível em: <<http://biblioteca.uol.com.br/atlas/mapa.htm?SP>>.

VAZ, 1999, Gil Nuno. Marketing turístico. São Paulo: Pioneira, 1999. (p. 66-69)

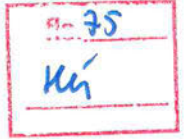
Responsáveis Técnicos

Ma. e Tur. Marcela Moro – Diretora de Fomento ao Turismo

Tur. Gabriela Raffanti – Assessora Técnica do Departamento de Fomento ao Turismo



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP



JUSTIFICATIVA

Excelentíssimo Senhor Presidente:

Senhores Vereadores:

Submetemos à apreciação dessa Colenda Casa de Leis o presente Projeto de Lei que tem por finalidade aprovar a **revisão do Plano Municipal de Turismo do Município de Jundiaí**.

A iniciativa se justifica, eis que por meio de lei estadual, Jundiaí foi classificada como Município de Interesse Turístico e, em atendimento ao disposto na Lei Complementar Estadual nº 1.261, de 29 de abril de 2015, se fez necessária a instituição da **Política Municipal de Turismo**.

Assim, por meio da Lei Municipal nº 8.560, de 28 de dezembro de 2015, foi instituída a Política Municipal de Turismo de Jundiaí e aprovado o **Plano Municipal de Turismo**, em cumprimento às determinações da Lei Complementar Estadual em questão.

Nos termos da referida Lei Complementar Estadual a revisão periódica do **Plano Municipal de Turismo** é uma condição indispensável para que os Municípios de Interesse Turístico permaneçam nessa classificação, conforme condições e requisitos estabelecidos na Lei Complementar Estadual nº 1.261, de 29 de abril de 2015.

Ainda, em atendimento ao disposto no art. 3º, inciso XVI da Lei nº 8.560, de 2015, o **Plano Municipal de Turismo** deve ser atualizado a cada três anos, com a participação efetiva do **Conselho Municipal de Turismo**.

Dessa forma, no ano de 2023, foram realizadas oficinas junto ao **Conselho Municipal de Turismo** para atualização do referido Plano, sendo que a finalização desse documento contou com a aprovação do Conselho em questão.

Assim sendo, a medida visa cumprir as exigências legais estabelecidas pelo Estado para que o Município de Jundiaí se mantenha na condição de Município de Interesse Turístico.



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP



A iniciativa encontra adequação orçamentária, conforme demonstrativo de impacto sobre a receita e despesas que acompanha o presente.

Demonstrados os motivos que ensejam a presente propositura, permanecemos convictos do apoio dos Nobres Vereadores para a sua integral aprovação.

LUIZ FERNANDO
ARANTES

MACHADO:89219961504

Assinado de forma digital por
LUIZ FERNANDO ARANTES
MACHADO:89219961504
Dados: 2024.06.24 15:34:30
-03'00'

LUIZ FERNANDO MACHADO

Prefeito

scc.1



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Extraordinária Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

Data: 18 de junho de 2024

Horário: das 16h30 às 17h30

Local: Videoconferência via Google Meet

Reuniram-se os membros do Conselho Municipal de Turismo de Jundiá conforme convocação extraordinária feita para esta data. A presidente Sra Monica Leonardi dá boas vindas e agradece a presença dos conselheiros, reforçando a necessidade e urgência da aprovação do pró-memória exigido pela Casa Civil, prefeitura de Jundiá, e iniciou a leitura e aprovação do pró-memória da reunião de 15 de maio de 2024.

Leitura do Pró Memória de 15 de maio

Após a leitura do pró-memória de 15 de maio, a presidente Sra Monica Leonardi questiona se os conselheiros presentes possuem alguma consideração ou alteração para o documento. A conselheira Sra Elizabeth Pizzolante aponta que, na página 4, o termo correto seria "Secretaria de Turismo", e não "Ministério de Turismo". Solicita também a correção da palavra COMTUR escrita erroneamente na página 7.

Aplicados os ajustes, o pró-memória foi aprovado por unanimidade pelos conselheiros Alcimari Bueno (Destino Jundiáhy e Secretária Executiva do COMTUR), Caroline Vendrametto (Comércio), Marcela Moro (suplente UGAAT), Isabel Gesqui e Márcia Pavan (UGEL), Fátima Rizzato (Associação do Circuito das Frutas), Cicera Escoura Bueno (UGE), Neusa Sutti (Sindicato Rural de Jundiá), Antônio Carlos Galvão Júnior (Rota da Uva), Erica Araújo (Guia de Turismo), Júlio Sakamoto (SESC), Valéria Leonardi (Bares e Restaurantes), Lilian Franco (Meios de Hospedagem), Eduardo Alvarez (UGAAT), Joana Iara de Carvalho (UGPUMA), Benício Primo (Agências de Viagens), Elizabeth Pizzolante (Rota da Cultura Italiana), Rosemary Maion (Jundiá Feito à Mão), Emílio Massagardi (Guias de turismo), Ana Paula Marin (UGC) e Ricardo Silva (suplente Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas).

A presidente Sra Monica Leonardi encerrou a reunião agradecendo a presença de todos e reconhecendo o esforço realizado no curto período de tempo disponível. A reunião teve início às 16h30 e terminou às 17h20. Nada mais havendo a tratar, a Presidente deu por encerrados os trabalhos, lavrou-se o presente Pró-memória a que se refere esta reunião extraordinária do Conselho Municipal de Turismo de Jundiá que, após lido e aprovado, foi assinado pela Secretária Executiva e pela Sra. Presidente.

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emílio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimari C. Gorla F. Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy

1



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Extraordinária Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

[Redacted Signature]
Alcimari C Gorla F Bueno
 Secretária Executiva do Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

[Redacted Signature]
Mônica Leonardi Schincariol
 Presidente do Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

REPRESENTAÇÃO	CONSELHEIRO NOMEADO		PRESENÇA
Agências de Viagens e Turismo	Benício Rodrigues Viana Primo	Titular	PRESENTE
Artesanato	Edileine Aparecida Izidoro	Titular	AUSENTE
Artesanato	Rosemary A Alves Maion	Suplente	PRESENTE
Associação Agrícola de Jundiá	Rene Tomazetto	Titular	AUSENTE
Associação Agrícola de Jundiá	Domingos Fonte Basso	Suplente	AUSENTE
Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas	Teresa Fatima Doro Rizzato	Titular	PRESENTE
Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas	Ricardo Silva	Suplente	PRESENTE
Associação Destino Jundiáhy	Alcimari C Gorla F Bueno	Titular	PRESENTE
Associação Destino Jundiáhy	Maria Antonia Sestini	Suplente	AUSENTE
AVA - Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho de Jundiá	Mirian dos Santos Oliveira	Titular	JUSTIFICADO

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emilio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimari C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Extraordinária

Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

AVA - Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho de Jundiá	Ivan Lucio de Oliveira	Suplente	AUSENTE
Bares e Restaurantes	Mônica Leonardi L Schincariol	Titular	PRESENTE
Bares e Restaurantes	Valeria L Oliveira	Suplente	PRESENTE
Centro Avançado de Pesquisa e Tecnologia do Agronegócio - APTA Frutas	Armando Reis Tavares	Titular	AUSENTE
Centro Avançado de Pesquisa e Tecnologia do Agronegócio - APTA Frutas	Mara F Moura Furlan	Suplente	AUSENTE
Comércio	Caroline Vendrametto	Titular	PRESENTE
Comércio	Laudo Motta	Suplente	AUSENTE
ETEC Benedito Storani	Willian Estevao L da Silva	Titular	JUSTIFICADO
ETEC Benedito Storani	Adilson Luis Amatto	Suplente	AUSENTE
Guia de Turismo	Emilio Carlos Massagardi	Titular	PRESENTE
Guia de Turismo	Erica Maria de Araujo	Suplente	PRESENTE
Meios de Hospedagem	Lilian C Franco	Titular	PRESENTE
Meios de Hospedagem	Juliana Moyses	Suplente	AUSENTE
Rota da Cerveja Artesanal	Charles Henrique da Cruz	Titular	AUSENTE
Rota da Cerveja Artesanal	Felipe Colucci	Suplente	JUSTIFICADO
Rota da Cultura Italiana	Elizabeth Pizzolante	Titular	PRESENTE
Rota da Cultura Italiana	Maria Elisa Rizzeto Gallo	Suplente	AUSENTE
Rota da Uva	Antonio Carlos Galvao Jr	Titular	PRESENTE
Rota da Uva	Vagner Antonio Marquezim	Suplente	AUSENTE
Rota do Castanho	Ricardo Leme da Silva	Titular	AUSENTE
Rota do Castanho	Luciene Leme	Suplente	AUSENTE

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emilio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimar C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Extraordinária Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

Rota do Vinho	Sandra Maria Vendramin	Titular	JUSTIFICADO
Rota do Vinho	Silvia Tega Martins	Suplente	JUSTIFICADO
Rota Terra Nova	Fabiane Garcia Azevedo Soares	Titular	AUSENTE
Rota Terra Nova	Marcela Pavan	Suplente	AUSENTE
SENAC	Valéria Andrade de Thomaz	Titular	JUSTIFICADO
SENAC	Ana Livia Reis	Suplente	AUSENTE
SESC	Ivy B Jose de Souza	Titular	AUSENTE
SESC	Julio Henrique S Peres	Suplente	PRESENTE
Sindicato Rural de Jundiá	Neusa Liborio Sutti	Titular	PRESENTE
Sindicato Rural de Jundiá	Celso Luiz Sutti	Suplente	AUSENTE
Unidade de Gestão de Agronegócio, Abastecimento e Turismo	Eduardo J Alvarez	Titular	PRESENTE
Unidade de Gestão de Agronegócio, Abastecimento e Turismo	Marcela R Moro	Suplente	PRESENTE
Unidade de Gestão de Cultura	Ana Paula Marin	Titular	PRESENTE
Unidade de Gestão de Cultura	Danielle C F Damasio	Suplente	AUSENTE
Unidade de Gestão de Educação	Cicera Aparecida Escoura Bueno	Titular	PRESENTE
Unidade de Gestão de Educação	Marcela F de S A Giaretta	Suplente	AUSENTE
Unidade de Gestão de Esporte e Lazer	Marcia Pavan	Titular	PRESENTE
Unidade de Gestão de Esporte e Lazer	Isabel A G Geraldo	Suplente	PRESENTE
Unidade de Gestão de Planejamento Urbano e Meio Ambiente	Joana Iara de Carvalho	Titular	PRESENTE

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emilio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimari C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy

4



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Extraordinária
Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

Unidade de Gestão de Planejamento Urbano e Meio Ambiente	Wagner de Paiva	Suplente	AUSENTE
--	-----------------	----------	---------

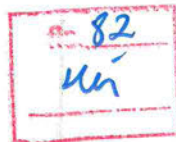
* Somente será registrada a presença da entidade/segmento caso estejam presentes o titular e/ou suplente que foram formalmente indicados para a cadeia do conselho.

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emilio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimari C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Ordinária Conselho Municipal de Turismo de Jundiaí

Data: 15 de maio de 2024

Horário: das 15h às 17h

Local: Unidade de Desenvolvimento Ambiental - UNIDAM

Endereço: R. Ernesto Gonçalves Rosa Júnior, 150 - Jardim Florestal, Jundiaí - SP

Reuniram-se os membros do Conselho Municipal de Turismo de Jundiaí conforme convocação feita para esta data. A presidente Sra Monica Leonardi dá boas vindas e agradece a presença dos conselheiros presentes, iniciando a reunião para discutir e deliberar sobre as pautas a seguir.

Leitura do Pró Memória de 17 de abril

Após a leitura do pró-memória de 17 de abril, a Presidente Sra Monica Leonardi reforça que o mesmo havia sido encaminhado aos conselheiros para conferência pelo WhatsApp excepcionalmente devido a urgência exigida para o envio dos arquivos necessários na plataforma de ranqueamento, e que acredita que todos tenham recebido a mensagem.

A Sra. Marcela Moro iniciou suas considerações comentando vários pontos apresentados no pró-memória de abril de 2024. Inicia a fala com o trecho "o COMTUR estava a ponto de perder o MIT por má formulação nos pró-memórias", defendendo que isto é um fato. Aborda também outro ponto da reunião de abril onde a Presidente alega não ter tido informações da diretoria de turismo defendendo que isso está previsto na legislação, e que o prazo em questão foi divulgado. Trouxe também outro trecho sobre a lei do COMTUR e a implicação na perda do MIT. Cita também a Inclusão das cadeiras no da Rota Turística da Cerveja Artesanal e do Comércio, bem como a alteração do decreto, mediante aprovação dos conselheiros. Disse que é muito importante em uma reunião, principalmente quando pretende-se discorrer sobre algum assunto, que as pessoas conheçam a legislação, como por exemplo a lei complementar Nº 1.261, de 29 de abril de 2015. Marcela continua, dizendo que o Sr Jarbas Favoretto, presidente da Associação dos Municípios de Interesse Turístico (AMITur), não é quem toma a decisão do tipo de lei que será instituída no Conselho Municipal de Turismo e que o Conselho decide sobre isso. Ela reforça que foram apontadas ressalvas no MIT pois, há mais de um ano, já estavam defendendo que seria necessária a inclusão da cadeira do comércio e que esta história virou "um circo", que foram enrolando e protelando a decisão da cadeira. Conclui, então, que não há nenhum outro problema com o COMTUR de Jundiaí além da falta da inclusão da cadeira do comércio. Continuou sua fala dizendo que as escolhas que são feitas no Conselho refletem nas bobagens que são faladas e, posteriormente, escritas nas reuniões do Conselho Municipal de Turismo. Ela reitera que "passa vergonha" e até ri quando lê algumas coisas nos pró-memórias. Após, questiona o valor mencionado pelo Diretor de Conselhos Luiz Zambon. A conselheira Isabel Geraldo e

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emílio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimar C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiaí

1



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Ordinária Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

o conselheiro Eduardo Alvarez pedem para fazer apontamentos, mas a diretora não permite, e continua sua fala reafirmando que não é necessária a Lei e sim somente a inclusão da cadeira do comércio no Decreto. Ela retoma citando a fala da conselheira Valéria Andrade de Thomaz que questiona o por que as informações não chegam ao COMTUR, seguido da fala da presidente Sra Monica Leonardi que reforça essa questão da falta de informação para com o Conselho. A conselheira Sra Mirian Oliveira interrompe a Diretora, que permite sua fala, menciona que houve falta de respeito em relação ao Conselho, pois após deliberação do Conselho, deve-se encaminhar o pedido ao poder público e este executa. A Sra Marcela Moro retoma sua fala dizendo que o Conselho tem uma lei e menciona, ainda, uma fala do diretor Sr Luiz Zambon na reunião passada sobre possível vulnerabilidade do conselho com a falta da Lei, e Marcela defende a permanência do decreto e não a lei. Volta a repetir que a AMITUR é uma associação. Ainda tecendo seus comentários sobre a reunião de abril, Marcela menciona o trecho do pró memória que cita os conselheiros Sr Benício Primo e a Presidente Mônica Leonardi confirmando que os mesmos haviam entendido a necessidade da aprovação e envio da Lei para o ranqueamento no momento da reunião e a Diretora segue sua fala afirmando que iam perder pontos. Continua os comentários dizendo que já havia enviado através de Processo SEI as informações necessárias para aprovação da lei. Marcela passa a falar sobre a deliberação da produção de vídeos, mencionando a existência de uma seção "Vídeos" no site do Turismo. Após, Marcela aborda a pauta "Deliberação de ideias para MIT 2024", mencionando outro trecho do documento em que o conselheiro e gestor Sr Eduardo Alvarez comunica que o MIT anterior foi reprovado por falhas no projeto. Marcela reforça, então, que enviou o projeto de forma inconsistente, por não possuir conhecimento técnico para elaborar.

O conselheiro Sr Eduardo Alvarez ressalta que ficou preocupados com os e-mails que o Sr Jarbas Favoretto encaminhou para a presidente Sra Monica Leonardi, as vésperas do prazo, já que a comunicação de novembro havia sido realizada apenas para o Departamento de Turismo e essa informação não chegou ao conselho e que buscaram mais informações após a fala da conselheira Mirian Oliveira. Segundo Sr Eduardo Alvarez, o Sr Jarbas Favoretto foi bem claro quando pontuou que a ressalva apontada no MIT foi pela falta de uma Lei, cuja deveria ser redigida exatamente como a que ele havia encaminhado. Continuou sua fala reforçando que tal informação chegou até o conselheiro Sr Eduardo Alvarez somente no dia 17 de abril, data em que aconteceria a reunião do COMTUR Jundiá, reforçando que, quando a diretoria de turismo tem dificuldade com alguma questão, essas demandas devem ser repassadas diretamente a ele. O conselheiro reiterou que a Sra Marcela Moro é uma profissional de confiança dele e que o mesmo não tem acesso ao e-mail do departamento, pois pensa que a diretoria encaminhará as informações e demandas recebidas. Diz, ainda, que o Sr Jarbas Favoretto reforçou que participa da análise da documentação na plataforma de ranqueamento e que a lei em questão só passaria por alterações para se adequar às composições das cadeiras existentes no

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emilio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimar C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy

2



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Ordinária Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

Conselho Municipal de Turismo de Jundiá, sem alterar a proporcionalidade exigida de ocupantes do poder público e do poder privado. Novamente, Eduardo diz que não busca apontar culpados ou erros, apenas solucionar o problema. Comenta também que, após a adequação da lei e de conversar com o Departamento Jurídico e a Casa Civil, também manteve contato com a Câmara Municipal de Jundiá para dar agilidade na votação e tratar da importância da lei, para não perder o prazo, já que a legislação deveria estar em conformidade com o modelo exigido pelo presidente da AMITur. A Sra Marcela Moro interrompe Sr Eduardo Alvarez e diz que ele precisa entender quem é o Sr Jarbas Favoretto na “fila do pão” e o Sr Eduardo Alvarez pede para finalizar a fala. Ele lembra que reforçando a necessidade da Lei, a Sra Marcela Moro, no dia 17 de abril, encaminhou processo SEI nº 4040/2021 para a Casa Civil para o Gestor Gustavo Maryssael que informou o Gestor de Agronegócio, Abastecimento e Turismo, Eduardo Alvarez, que desconhecia este envio. Isso fortaleceu ainda mais a necessidade da criação da Lei mencionada pelo Sr. Jarbas Favoretto. Portanto, o Sr Eduardo Alvarez confirma que seguiu com o processo, aberto por ele anteriormente, e que talvez o bloqueio do processo para o departamento de turismo tenha ocorrido pela duplicidade do assunto dos requerimentos. A Sra Marcela Moro alega que foi a Sra Veronica Pavan, quem bloqueou o acesso ao andamento do processo, e o conselheiro afirma que a Sra Veronica Pavan estava em férias na data em questão. Sr Eduardo Alvarez comenta que o projeto de lei foi aprovado por unanimidade. A presidente Monica Leonardi ligou para Jarbas Favoretto, que foi claro sobre a composição da lei. Ela compartilhou essa informação com os conselheiros do COMTUR Jundiá, reafirmando a necessidade de transparência das informações. Monica negou que os problemas tenham começado com sua presidência, explicando que a discussão sobre incluir a cadeira do comércio iniciou em abril de 2023 e foi implementada recentemente no COMTUR.

A conselheira Joana Iara de Carvalho diz que, pelo que se recorda e pelo que pode compreender na reunião anterior, a legislação de 2001 estabelece a existência do Conselho Municipal de Turismo, mas o que de fato estabelece a composição do Conselho é apenas um decreto, e que este pode ter sido um problema pois não passa pelo processo legislativo de leitura, aprovação e publicação, portanto, isso não é uma lei propriamente dita. Ela comenta, ainda, que talvez o MIT só seja aprovado com a obrigatoriedade do processo completo de formulação da lei, e que instituindo e aprovando a mesma na Câmara Municipal, com todas as considerações necessárias, atenderá a exigência da plataforma de ranqueamento.

O Conselheiro Eduardo Alvarez continua sua fala mencionando o projeto “Casa do Artesão” relembrando que foram necessárias três licitações e que novos projetos deveriam estar sendo produzidos para o cumprimento de prazos. Eduardo lembra que houve uma conversa com o Engº Paulo Politano para compreender os erros de projeto.

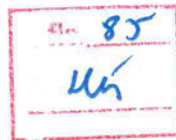
Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emilio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimar C. Gorla F. Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy

3



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Ordinária Conselho Municipal de Turismo de Jundiaí

O conselheiro Sr Benício Primo diz que isso envolve uma questão de narrativa e interpretação, visto que, na reunião de abril, ele alegou que não estava sabendo da informação de que o MIT havia sido aprovado com ressalvas.

A Sra Marcela Moro questiona por que a Sra Monica Leonardi fez uma ligação para o Sr Jarbas Favoretto, e não para ela, e a presidente do Conselho diz que a ligação foi feita 30 minutos antes da reunião anterior ter início, e que a diretora de turismo estaria ausente devido a chamada do Secretária do Turismo do Estado de São Paulo. A Sra Monica Leonardi reforça também que, antes desta ligação, quem havia entrado em contato com o Sr Jarbas Favoretto foi a secretária executiva Sra Alcimari Bueno.

A Sra Alcimari Bueno comenta que teve acesso ao Sr Jarbas Favoretto no Workshop Valoriza SP - Gestão Pública e Trade Turístico que aconteceu no município de Franca, e que, após a apresentação dele, procurou saber mais informações sobre a legislação do Conselho Municipal de Turismo. Ao fazer a ligação para o presidente da AMITur, o mesmo pediu para que a secretária executiva anotasse que ele havia encaminhado para Jundiaí, em 22 de fevereiro, às 12h42, o e-mail informando que o COMTUR necessitava de uma legislação.

A secretária executiva Sra Alcimari Bueno comenta também sobre o e-mail que o COMTUR recebeu do presidente da AMITur, sobre um almoço que será realizado no dia 19 de junho, onde diz que os presidentes que não comparecessem perderiam pontos na plataforma de ranqueamento.

A conselheira Sra Joana de Carvalho retoma a fala e menciona que faz parte de outros conselhos e que todos são dinâmicos, que as pessoas e cargos mudam e que é comum que quem estava à frente do Conselho anteriormente receba mais informações e e-mails do que os novos integrantes da mesa diretora, mas que essas pessoas que continuam recebendo as informações devem compartilhar tudo com os demais membros do Conselho, pois isso faz parte do processo. A presidente Sra Monica Leonardi diz que é isso que espera que façam, já que não há motivo para guardar informações que dizem respeito ao COMTUR.

A Sra Marcela Moro reforça que a informação que recebeu do Sr Jarbas Favoretto não era relevante e que não pode comparecer na reunião que aconteceu após ela ter recebido o e-mail do mesmo, referente ao mês de março, porque estava de férias. A conselheira Sra Joana diz que, para ela, poderia não ser, mas que para outras pessoas a informação poderia servir, e que essa questão de apontar os erros não deveria acontecer se todos compartilhassem as informações que recebem. Joana comenta que desde o mandato anterior vem falando que perdem muito tempo lendo as atas no início da reunião e que, na visão dela, o pró-memória deveria ser encaminhado por e-mail para que os

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

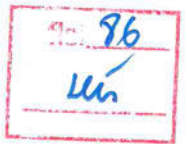
Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emilio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimari C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiaí

4

4



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Ordinária Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

conselheiros fizessem os apontamentos, a secretária executiva aplicasse as correções e seguissem o processo para que o documento fosse aprovado em reunião. Ela reitera que, na própria reunião de maio, perderam mais de 30 minutos somente lendo o pró-memória, e sugere alterar o regimento, para que os conselheiros votem.

A conselheira Sra Mirian Oliveira lembra que já haviam discutido esse ponto na gestão passada, e que foi decidido que continuariam lendo as atas nas reuniões e que na gestão atual diversos assuntos que deveriam ser pauta acabam sendo tratados como “assuntos gerais”.

A Sra Joana de Carvalho diz que já estão em um novo mandato, e que parece que estão em uma rixa, já que a conselheira Sra Mirian Oliveira sempre menciona o mandato anterior e o que já fizeram, quando o Conselho é algo dinâmico e que poderiam votar novamente sobre essas questões sem problema algum. A Sra Mirian Oliveira alega que não é uma rixa, mas que quer apenas que todos os conselheiros fiquem cientes de que esses temas já foram levados ao COMTUR.

O vice-presidente Sr. Emílio Massagardi pede à Sra. Mirian Oliveira um exemplo específico de um assunto tratado como geral mas que deveria ter sido uma pauta específica. A diretora de turismo Sra. Marcela Moro menciona o caso da cadeira do comércio, que deveria ter sido obrigatoriamente incluída como pauta específica, mas acabou sendo discutida como parte dos assuntos gerais. Ela destaca que, ao analisar isso no documento, pontos serão descontados no ranqueamento do município. Marcela enfatiza que este é um dos pontos frequentemente apontados como erros na execução do pró-memória.

Sr Eduardo Alvarez reforça a necessidade de reunião prévia entre presidente Sra Monica Leonardi e a diretora de turismo Sra Marcela Moro. Menciona ainda que deve ser colocado em votação a continuidade da leitura das atas em reunião.

A conselheira Sra Isabel Gesqui questiona se, antes da próxima reunião, a presidente e a diretora de turismo vão mesmo elencar juntas as pautas para o encontro de junho do COMTUR para que não percam mais tempo com discussões. Ela diz que concorda com alguns pontos que a Sra Joana de Carvalho trouxe e que, desde o começo, sente tristeza em participar das reuniões do Conselho porque sente que não há um entrosamento entre os participantes e quem perde com isso é o Município. Isabel comenta que hoje a Sra Monica Leonardi é a presidente, mas que amanhã será outra pessoa e o que importa é que o COMTUR e os empreendimentos turísticos trabalhem juntos para apresentar resultados para o setor. Ela ainda traz a dúvida de que, se o Sr Jarbas Favoretto não é tão bem quisto em nível estadual, a partir de agora, e questiona a quem a presidente do COMTUR deve procurar para esclarecimentos, se é somente a diretora de turismo. As Sras Monica Leonardi, Marcela Moro e Valéria Thomaz confirmam, e encerram o assunto.

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emílio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimari C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy

5

7



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Ordinária Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

MIT

O conselheiro Sr Eduardo Alvarez traz informações sobre o MIT "Casa do Artesão" e consigam cumprir o prazo de 06 de junho para início das obras.

Eduardo Alvarez inicia o assunto do MIT reprovado dizendo que solicitou o orçamento do projeto à Sra Marcela Moro que respondeu explicando da necessidade de um projeto executivo de estruturas, no tipo de folha A1, com 25 folhas para desenhar. O valor unitário por folha, com o BDI que está previsto na tabela da CDHU, é de R\$ 2.482,43, ou seja, aproximadamente R\$62.000,00 no total, para desenhar as placas e prever as exigências vindas da CDHU.

Sr Benício Primo pergunta se o valor em questão sairia do fundo de turismo e o Sr Eduardo Alvarez confirma e questiona se algum dos conselheiros não aprova o orçamento para a execução do projeto. Os conselheiros aprovaram por unanimidade que o valor seja retirado do fundo de turismo para que o projeto seja realizado.

Para encerrar o assunto, o Sr Eduardo Alvarez pede para que tragam novas demandas de projeto para que consigam contratar a produção com antecedência, para terem mais prazo para envio no próximo MIT.

Plano Diretor de Turismo

A Sra Marcela Moro diz que encaminhou o Plano Diretor de Turismo aos conselheiros e que espera que todos tenham lido e que o próximo passo é a audiência pública online sugerida pela AMITEST. Menciona que após a aprovação ocorrerá a disponibilização do documento para considerações do público e posterior validação e envio para a Câmara Municipal de Jundiá, cumprindo o prazo de 30 de junho, como questionado pela conselheira Sra Alcimari Bueno. Iniciando os questionamentos, como proposto pelo Sr Eduardo Alvarez, a presidente Sra Monica Leonardi aponta que na página 30/31 tem a informação de que existem 21 adegas em Jundiá, mas, na verdade, ela acredita que sejam 19 adegas. Ela também comenta que, na página 46, a data de vigência do plano consta de 2023/2024 a 2027, e a Sra Marcela Moro explica que, como o Plano tem três anos de duração, foi feito entre 2023 e 2024 e o novo documento será feito somente em 2027, juntamente com o novo processo de ranqueamento, por isso a data estava daquela forma. Sr Eduardo Alvarez pontua que em alguns lugares do texto está descrito 2023 e outros 2024, por isso, precisa ser corrigido para que todas as datas estejam em conformidade. A conselheira Sra Valéria Andrade de Thomaz diz que tem uma consideração sobre a página 49, pois quando participaram das oficinas para discutir sobre o Plano Diretor de Turismo, reforçaram muito a questão da sustentabilidade e dos Destinos Turísticos

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

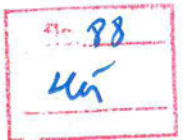
Vice-Presidente: Emilio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimari C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy

6



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Ordinária Conselho Municipal de Turismo de Jundiá



Inteligentes (DTI), e quando analisou os pontos fracos percebeu que há 3 ou 4 itens que são importantes para que o município seja um DTI. Por isso, ela sugere que seja inserido um parágrafo que informe que Jundiá possui um diagnóstico do DTI que foi feito pelo SENAC, pois este é o primeiro passo para que o município se torne um DTI de fato, e com o diagnóstico tem a possibilidade de trabalhar em cima de ações com foco nesta questão. A presidente Sra Monica Leonardi questiona se na seção sobre Tendências do Turismo, seria importante colocar o IG da uva. A Sra Marcela Moro explica que a IG da Uva Niágara Rosada de Jundiáhy aparece no documento atualizado como acompanhamento de proposta de ação. A presidente também questiona se, na legislação específica para o segmento de turismo, disponível na página 54 do documento, não estaria incluso o Jundiá Feito à Mão e a Sra Marcela Moro responde que poderia. O conselheiro Sr Eduardo Alvarez faz um adendo sobre a página 17, onde diz que a Festa da Uva é organizada pelo Departamento de Fomento ao Turismo, para que inclua a informação de que a UGAAT e a UGC também organizam o evento. A Sra Marcela Moro faz um adendo de que os dados do fluxo turístico que estão no documento são de 2022, pois os estabelecimentos não responderam à pesquisa. Sr Eduardo Alvarez se coloca à disposição para fazer as ligações e solicitar novamente as respostas que faltam. A conselheira Sra Caroline Vendrametto sugere que os representantes do COMTUR solicitem mais engajamento na pesquisa. O conselheiro Sr Eduardo Alvarez conclui, então, que os representantes devem entrar em contato com os parceiros de seu segmento. Após as considerações os conselheiros aprovam com unanimidade a composição do Plano.

Instagram do COMTUR

A conselheira Lilian Franco inicia o assunto dizendo que gostaria de saber como está sendo feita a gestão das redes sociais do Conselho de Turismo de Jundiá. Ela reforça que levantou esse questionamento porque entende que os conteúdos nas redes sociais precisam de maior direcionamento. A secretária executiva diz que é ela quem faz gestão das redes sociais. Lilian reforça que o Instagram do COMTUR não deve fazer divulgações de marketing, empresas ou parceiros específicos, mas sim de ações realizadas pelo Conselho. Ela diz, ainda, que considera errado que a secretária executiva Sra Alcimari Bueno faça a gestão da conta, pois pode não ser imparcial na hora de publicar os conteúdos e defende que seria necessária uma empresa especializada que apresentasse relatórios e que aprovasse as pautas com todos os membros do Conselho. A Sra Lilian Franco sugere que deliberem uma empresa que faça esse trabalho e que apresente as pautas a serem trabalhadas com um mês de antecedência para que sigam com as publicações em conformidade com todos os conselheiros. A secretária executiva Sra Alcimari Bueno diz que precisam levar para a reunião três orçamentos para que seja feita a escolha da empresa. A Sra Marcela Moro diz que não sabe se será possível a contratação extra de uma empresa de marketing/comunicação, já que a prefeitura já tem

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emilio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimari C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Ordinária Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

contrato com uma agência. Lillian questiona se o contrato que a prefeitura tem com a agência de comunicação não pode ser estendido para o COMTUR e a Sra Marcela Moro responde que, caso recebam uma negativa quanto a isso, pode ser feita uma solicitação formal para contratação de uma empresa. A conselheira Sra Joana de Carvalho conclui, então, que podem fazer uma comunicação oficial para entender se o trabalho de comunicação já existente na prefeitura pode ser estendido ao Conselho, para, no caso de não ser possível, levantarem os orçamentos para contratação adicional exclusiva ao COMTUR.

Solicitação de Apoio e Patrocínio (Rota do Vinho)

Primeiramente, a conselheira Sra Sílvia Martins relembra que a cadeira da Associação do Vinho já está na composição do COMTUR, prevista em lei, mas que ainda não foi solicitado o e-mail de quem será o representante e suplente da cadeira, pois o Sr Amarildo Martins ainda não está recebendo as comunicações. A secretária executiva Sra Alcimari Bueno reforça que, como é a primeira reunião após a definição da lei, podem solicitar a indicação na reunião posterior para que sejam incluídos na lista de presença e nas comunicações encaminhadas pelo e-mail.

Após, ela inicia o assunto sobre o Dia do Vinho, dizendo que há alguns anos vêm realizando diversos eventos para a data, e estão pensando em repetir este ano. Comenta, ainda, que, no ano passado, a Unidade de Gestão de Cultura assumiu os custos com as bandas que participaram do evento, mas que este ano não conseguiriam assumir por falta de verba, por isso, recorreram ao COMTUR para tentar algum patrocínio para o evento.

A conselheira Sra Joana de Carvalho questiona se seria utilizado o valor disponível no fundo de turismo, e a Sra Sílvia Martins confirma, acrescentando que não seria contemplado somente os produtores de vinho, que também irão participar do evento os artesãos do Jundiá Feito à Mão e empreendimentos de gastronomia com food trucks. O conselheiro Sr Felipe Colucci pergunta por que não agrupam os custos e dividem entre os participantes do evento, e o Sr Benício Primo diz que no ano passado foi isso que fizeram, e que gastaram cerca de R\$6.000,00, mas que receberam apoio da Cultura para o pagamento das bandas, que tem um custo elevado.

A presidente Sra Monica Leonardi comenta que, uma vez que fazem o evento direcionado a uma Rota específica, que seria a Rota do Vinho, o Conselho precisa criar um procedimento para este tipo de apoio, pois outras rotas turísticas podem questionar a verba destinada. O vice-presidente Sr Emílio Massagardi diz que, no evento do Dia do Vinho, estariam presentes a Rota do Castanho, empreendimentos do bairro Caxambu e do setor de gastronomia, e que o evento pode se tornar um evento misto para que os demais nichos do turismo possam participar.

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

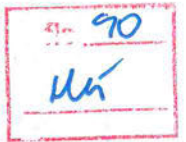
Vice-Presidente: Emílio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimari C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy

8



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Ordinária Conselho Municipal de Turismo de Jundiá



A diretora de turismo Sra Marcela Moro diz que o evento, sem dúvidas, é de interesse turístico, mas concorda com a presidente sobre a possibilidade de outras Rotas solicitarem apoio para eventos também, mas que podem estabelecer no Conselho que todos os pedidos de patrocínio para eventos serão avaliados e, em caso de recurso disponível e dependendo nível de interesse turístico, serão aprovados ou reprovados.

O conselheiro Sr Eduardo Alvarez diz que acha certo trazer este assunto para o Conselho, pois o evento é de extrema relevância, mas que precisam pensar na questão legal para contratação de serviços. A Sra Marcela Moro diz que poderiam solicitar os serviços de estrutura por meio de atas de registro e que, como o evento é no final do mês de maio, sugere que aprovem um valor prévio, como foi feito com a produção e impressão de mapas turísticos. A conselheira Sra Sílvia Martins diz que, se o Conselho definir um valor prévio, os participantes do evento conseguem arcar com o restante. A presidente Sra Monica Leonardi questiona se R\$12.000,00 seria suficiente, e os conselheiros Sra Sílvia Martins e Sr Amarildo Martins perguntam se poderiam destinar R\$20.000,00 para o evento. O conselheiro Sr Eduardo Alvarez reforça que, se for contratado pelo fundo de turismo, todos os serviços tem que ser orçado por meio da prefeitura, e a conselheira Sra Valéria Andrade de Thomaz conclui que precisam primeiro aprovar o valor pré-definido no COMTUR para que possam seguir com trâmites de orçamento e contratação pela prefeitura.

A conselheira Sra Neusa Sutti questiona a legalidade da utilização do valor disponível no fundo de turismo para realização de eventos, pois teriam que saber do ponto de vista jurídico se isso é legal, já que seria para um evento particular, o que é rebatido pelos demais conselheiros.

A Sra Marcela Moro diz que o Expressa é um espaço público, e que apenas precisa ser definido se o COMTUR irá aportar os recursos do fundo de turismo para o evento, que engloba as rotas turísticas e fomenta o turismo na cidade. A conselheira Sra Sílvia Martins reforça que a Rota do Vinho é do município, não é particular.

A conselheira Sra Isabel Gesqui sugere, então, se há como pensar em um valor limite para, no caso de outras rotas e outros segmentos solicitarem apoio financeiro, conseguir atender a todos de forma igualitária. O conselheiro Sr Antônio Galvão Júnior concorda, e complementa que isso limitaria a discordância entre as demais rotas turísticas, já que existiria um valor pré-acordado para ser destinado a patrocínio de eventos.

A presidente Sra Monica Leonardi questiona se alguém se opõe em destinar os R\$20.000,00 para patrocinar o evento do Dia do Vinho, e os conselheiros aprovam com unanimidade a decisão sobre o valor.

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emilio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcinari C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy

9



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Ordinária Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

Assuntos Gerais

A presidente Sra Monica Leonardi diz que a Sra Gabriela Raffanti, do departamento de fomento ao turismo, solicitou a lista de presença da reunião de setembro de 2023, na qual ocorreu a eleição, mas que ela só tem acesso ao pró-memória onde consta a relação dos presentes e ausentes, sem a assinatura dos participantes. O conselheiro Sr Eduardo Alvarez sugere que disponibilizem uma nova lista para que os conselheiros que estiveram presentes na reunião de setembro de 2023 assinem novamente, pois o documento será enviado para a plataforma de ranqueamento. Foi decidido, então, que a lista de presença referente à reunião de setembro de 2023 ficaria disponível no Departamento de Fomento ao Turismo e que a Sra Marcela Moro avisaria os conselheiros sobre os horários em que poderiam comparecer para assinar o documento.

A Sra Marcela Moro comenta que, na imprensa oficial de 18 de abril, foi publicado um Projeto de Lei que institui o programa de incentivo ao esporte, do vereador Cristiano Lopes, e que o PL será votado em breve na Câmara Municipal de Jundiá, e ela sugere que todos os conselheiros tenham conhecimento e acessem o material.

A Sra Marcela Moro também diz que, na semana anterior à reunião de maio, a agência de assessoria de imprensa da prefeitura entrou em contato com ela pois estavam organizando um press tour para Jundiá para os dias 18 e 19 de maio. Ela informa que ficou acordado que utilizarão uma van da prefeitura para buscar o grupo em São Paulo e que precisaria de hospedagem para essas pessoas, e gostaria de saber quais empreendimentos poderiam receber o grupo, e que precisaria, principalmente, de duas visitas com degustação no domingo, já que o foco da matéria que irão produzir é sobre experiências com vinhos.

Reforça, também, que procurou incluir empreendimentos que não haviam participado da visita do grupo anterior que esteve em Jundiá, com exceção dos cafés coloniais, pois não havia outra opção. A Sra Marcela Moro informa que também precisará de guias de turismo locais para os dias da visita.

A presidente Sra Monica Leonardi informa que a data na qual aconteceria a próxima reunião do COMTUR será a mesma do almoço convocado pelo Sr Jarbas Favoretto, e questiona se é necessário ou não comparecer ao evento. A Sra Marcela Moro sugere que ela compareça, e a presidente Sra Monica Leonardi sugere a alteração de data para o dia 26 de junho.

A reunião teve início às 15h e terminou às 17h.

Nada mais havendo a tratar, a Presidente deu por encerrados os trabalhos, lavrou-se o presente Pró-memória a que se refere esta reunião do Conselho Municipal de Turismo de Jundiá que, após lido

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emílio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimar C. Gorla F. Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy

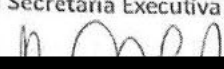
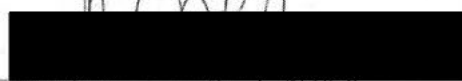
10



PRÓ-MEMÓRIA - Reunião Ordinária

Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

e aprovado, foi assinado pela Secretária Executiva e pela Sra. Presidente.



Alcimari C Gorla F Bueno
 Secretária Executiva do Conselho Municipal de Turismo de Jundiá


Mônica Leonardi Schincariol
 Presidente do Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

REPRESENTAÇÃO	CONSELHEIRO NOMEADO		PRESENÇA
Agências de Viagens e Turismo	Benício Rodrigues Viana Primo	Titular	PRESENTE
Artesanato	Edileine Aparecida Izidoro	Titular	PRESENTE
Artesanato	Rosemary A Alves Maion	Suplente	PRESENTE
Associação Agrícola de Jundiá	Rene Tomazetto	Titular	AUSENTE
Associação Agrícola de Jundiá	Domingos Fonte Basso	Suplente	AUSENTE
Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas	Teresa Fatima Doro Rizzato	Titular	PRESENTE
Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas	Ricardo Silva	Suplente	PRESENTE
Associação Destino Jundiáhy	Alcimari C Gorla F Bueno	Titular	PRESENTE
Associação Destino Jundiáhy	Maria Antonia Sestini	Suplente	AUSENTE
AVA - Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho de Jundiá	Mirian dos Santos Oliveira	Titular	PRESENTE

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emilio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimari C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy

A 11



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Ordinária
Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

AVA - Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho de Jundiá	Ivan Lucio de Oliveira	Suplente	AUSENTE
Bares e Restaurantes	Mônica Leonardi L Schincariol	Titular	PRESENTE
Bares e Restaurantes	Valeria L Oliveira	Suplente	PRESENTE
Centro Avançado de Pesquisa e Tecnologia do Agronegócio - APTA Frutas	Armando Reis Tavares	Titular	AUSENTE
Centro Avançado de Pesquisa e Tecnologia do Agronegócio - APTA Frutas	Mara F Moura Furlan	Suplente	AUSENTE
Comércio	Caroline Vendrametto	Titular	PRESENTE
Comércio	Laudo Motta	Suplente	AUSENTE
ETEC Benedito Storani	Willian Estevao L da Silva	Titular	JUSTIFICADO
ETEC Benedito Storani	Adilson Luis Amatto	Suplente	AUSENTE
Guia de Turismo	Emilio Carlos Massagardi	Titular	PRESENTE
Guia de Turismo	Erica Maria de Araujo	Suplente	PRESENTE
Meios de Hospedagem	Lilian C Franco	Titular	PRESENTE
Meios de Hospedagem	Juliana Moyses	Suplente	AUSENTE
Rota da Cerveja Artesanal	Charles Henrique da Cruz	Titular	AUSENTE
Rota da Cerveja Artesanal	Felipe Colucci	Suplente	PRESENTE
Rota da Cultura Italiana	Maria Elisa Rizzeto Gallo	Suplente	PRESENTE
Rota da Uva	Antonio Carlos Galvao Jr	Titular	PRESENTE
Rota da Uva	Vagner Antonio Marquezin	Suplente	AUSENTE
Rota do Castanho	Ricardo Leme da Silva	Titular	AUSENTE
Rota do Castanho	Luciene Leme	Suplente	PRESENTE
Rota do Vinho	Sandra Maria Vendramin	Titular	JUSTIFICADO

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emilio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimari C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy

A 12 R



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Ordinária

Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

Rota do Vinho	Silvia Tega Martins	Suplente	PRESENTE
Rota Terra Nova	Fabiane Garcia Azevedo Soares	Titular	PRESENTE
Rota Terra Nova	Marcela Pavan	Suplente	AUSENTE
SENAC	Valéria Andrade de Thomaz	Titular	PRESENTE
SENAC	Ana Livia Reis	Suplente	AUSENTE
SESC	Ivy B Jose de Souza	Titular	AUSENTE
SESC	Julio Henrique S Peres	Suplente	PRESENTE
Sindicato Rural de Jundiá	Neusa Liborio Sutti	Titular	PRESENTE
Sindicato Rural de Jundiá	Celso Luiz Sutti	Suplente	AUSENTE
Unidade de Gestão de Agronegócio, Abastecimento e Turismo	Eduardo J Alvarez	Titular	PRESENTE
Unidade de Gestão de Agronegócio, Abastecimento e Turismo	Marcela R Moro	Suplente	PRESENTE
Unidade de Gestão de Cultura	Ana Paula Marin	Titular	JUSTIFICADO
Unidade de Gestão de Cultura	Danielle C F Damasio	Suplente	AUSENTE
Unidade de Gestão de Educação	Cicera Aparecida Escoura Bueno	Titular	JUSTIFICADO
Unidade de Gestão de Educação	Marcela F de S A Giaretta	Suplente	AUSENTE
Unidade de Gestão de Esporte e Lazer	Marcia Pavan	Titular	AUSENTE
Unidade de Gestão de Esporte e Lazer	Isabel A G Geraldo	Suplente	PRESENTE
Unidade de Gestão de Planejamento Urbano e Meio Ambiente	Joana Iara de Carvalho	Titular	PRESENTE

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emilio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimari C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy

13



PRÓ-MEMÓRIA – Reunião Ordinária
Conselho Municipal de Turismo de Jundiá

Unidade de Gestão de Planejamento Urbano e Meio Ambiente	Wagner de Paiva	Suplente	AUSENTE
--	-----------------	----------	---------

* Somente será registrada a presença da entidade/segmento caso estejam presentes o titular e/ou suplente que foram formalmente indicados para a cadeira do conselho.

Ouvintes:

REPRESENTAÇÃO	NOME
Associação do Vinho	Amarildo Martins

Diretoria COMTUR – Biênio 2023/2025:

Presidente: Mônica Leonardi Schincariol, representante de Bares e Restaurantes.

Vice-Presidente: Emilio Carlos Massagardi, representante dos Guias de Turismo

Secretaria Executiva: Alcimari C Gorla F Bueno, representante da Associação Destino Jundiáhy

14

Convocação para Oficina de Atualização do PMT
Conselho Municipal de Turismo – COMTUR

Data: 24/05/2023 (quarta-feira)

Horário: das 9h30 às 17h

Local: Espaço Jundiaí Empreendedora

Endereço: Maxi Shopping Jundiaí - Piso G3 - Ala Oeste, Av. Antônio Frederico Ozanam, 6000, Jundiaí - SP

- Oficina de atualização do Plano Municipal de Turismo.

Diretoria COMTUR – Biênio 2021/2023:

Presidente: Mirian dos Santos Oliveira, representante da AVA – Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho de Jundiaí

Vice-Presidente: Ariana Sgarioni, representante da Rota do Vinho

Secretaria Executiva: Gabriela Raffanti, representante do Departamento de Fomento ao Turismo

**Convocação para Oficina de Atualização PMT
Conselho Municipal de Turismo – COMTUR**

Data: 29/06/2023 (quinta-feira)

Horário: das 11h às 17h

Local: Espaço Jundiaí Empreendedora

Endereço: Maxi Shopping Jundiaí – Estacionamento Piso G3 - Ala Oeste, Av. Antônio Frederico Ozanam, 6000, Jundiaí – SP (próximo a academia Smart Fit)

- Oficina de atualização do Plano Municipal de Turismo.

Diretoria COMTUR – Biênio 2021/2023:

Presidente: Mirian dos Santos Oliveira, representante da AVA – Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho de Jundiaí

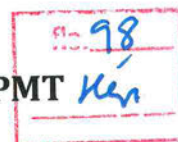
Vice-Presidente: Ariana Sgarioni, representante da Rota do Vinho

Secretaria Executiva: Gabriela Raffanti, representante do Departamento de Fomento ao Turismo



CONVOCAÇÃO

Oficina de Atualização do Plano Municipal de Turismo - PMT



Convocação para Oficina de Atualização PMT Conselho Municipal de Turismo – COMTUR

Data: 25/07/2023 (quarta-feira)

Horário: das 9h30 às 17h

Local: Vinícola Saccomani

Endereço: Av. Companhia Paulista de Estrada de Ferro, 2247 - Horto Florestal, Jundiaí - SP

- Oficina de atualização do Plano Municipal de Turismo.

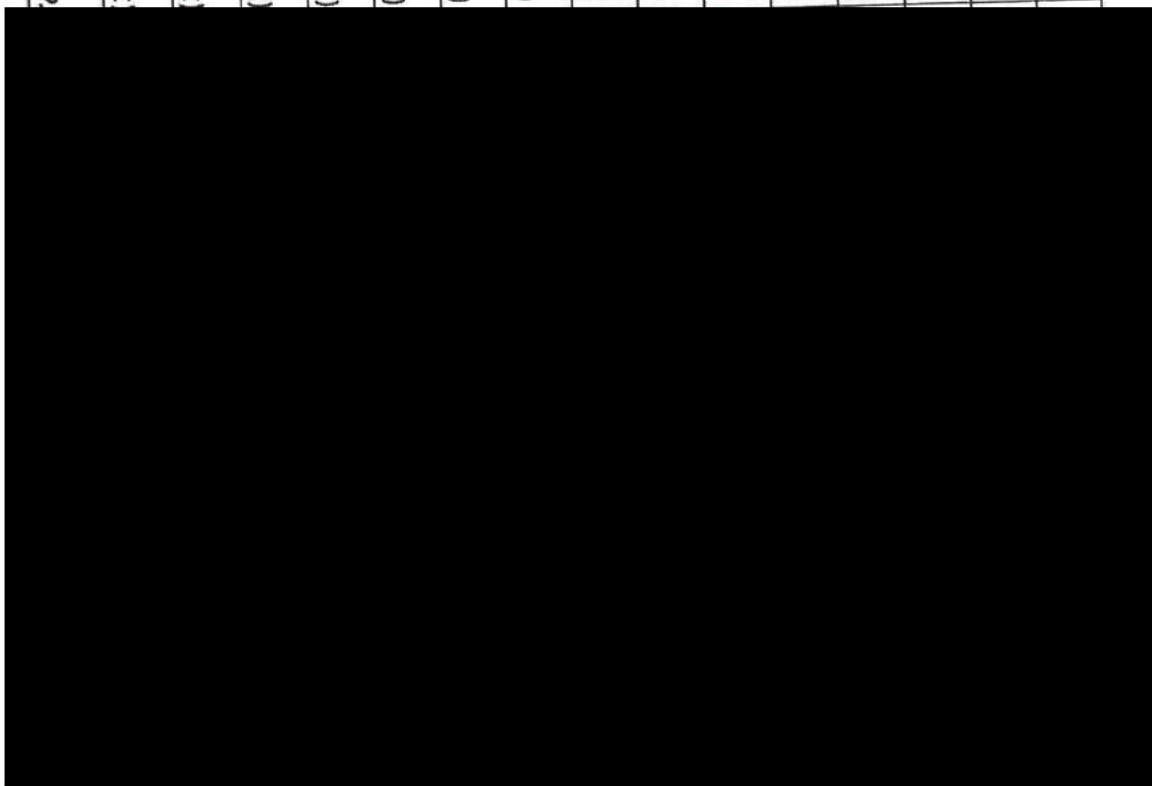
Diretoria COMTUR – Biênio 2021/2023:

Presidente: Mirian dos Santos Oliveira, representante da AVA – Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho de Jundiaí

Vice-Presidente: Ariana Sgarioni, representante da Rota do Vinho

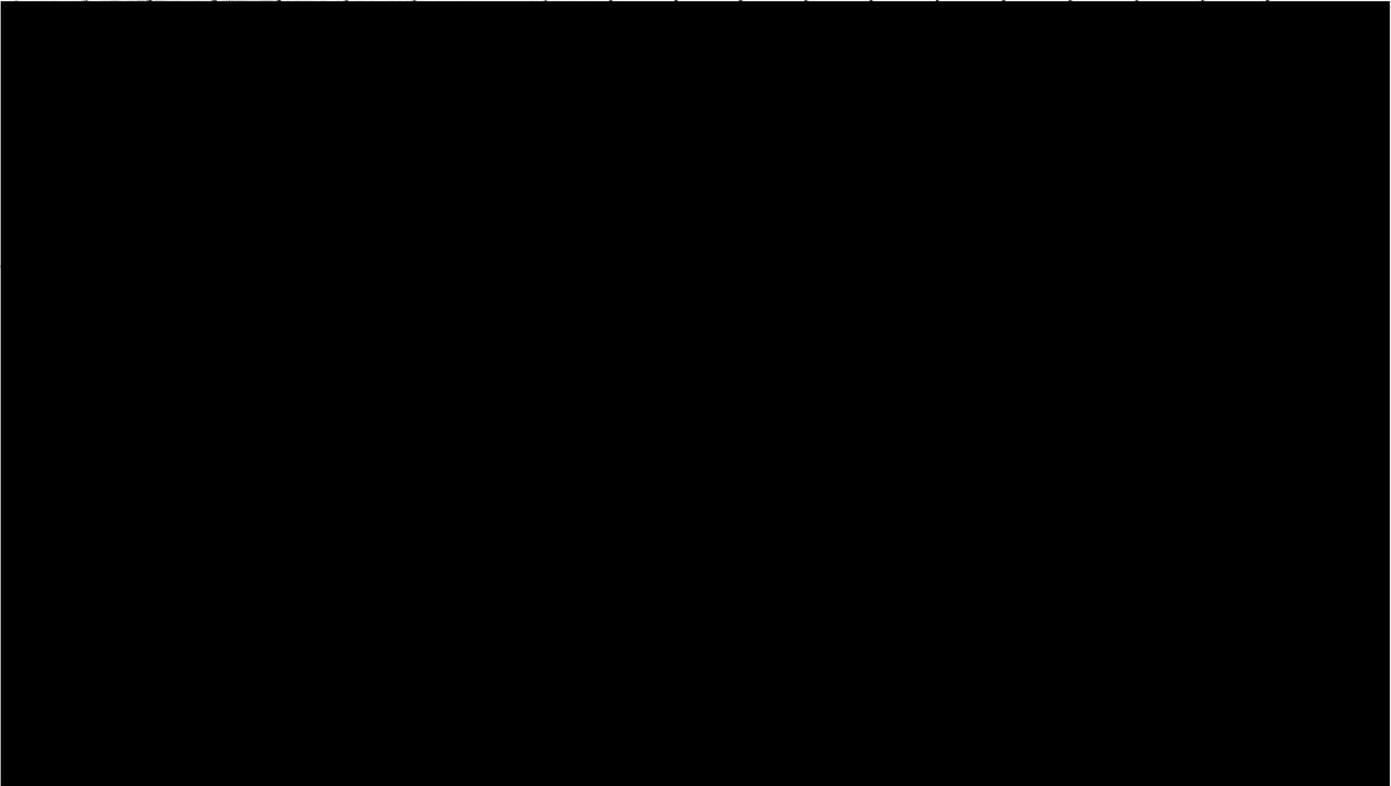
Secretaria Executiva: Gabriela Raffanti, representante do Departamento de Fomento ao Turismo

Conselho Municipal de Turismo de Jundiá - Oficina – 24 de maio de 2023
LOCAL: Espaço Jundiá Empreendedora Horário: 9h30-17h
Lista de Presença



99
Km

Representação	Nome Completo
Agências de Viagens e Turismo	Benício R. V.
Agências de Viagens e Turismo	Maria Cristiane
Artesanato	Edileine Aparecida
Associação Agrícola de Jundiá	Domingos F.
Associação Agrícola de Jundiá	Moacir Bor
Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas	Teresa Fati
Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas	Ricardo Sil
Associação Destino Jundiá	Alcimari B
Associação Destino Jundiá	Antonio C
AVA - Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho de Jundiá	Mirian do
AVA - Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho de Jundiá	Ivan Lucio
Bares e Restaurantes	Marcio A
Bares e Restaurantes	Hanah C.
CAPTA Frutas	Diego Xa
CAPTA Frutas	José Emi



Representação	Nome Completo
ETC Caminho do Maracá	Patricia P.
ETC Caminho do Maracá	Fabiana I.
Guia de Turismo	Emilio Ca.
Guia de Turismo	Edson P.
Meios de Hospedagem	Erich Bille
Meios de Hospedagem	Carolina
Rota da Cultura Italiana	Elizabeth
Rota da Cultura Italiana	Maria Eli
Rota da Uva	Evandro
Rota da Uva	Silvia Reg
Rota do Castanho	Ricardo I.
Rota do Castanho	Stefano
Rota do Vinho	Ariana S.
Rota do Vinho	Luciene
Rota Terra Nova	Fabiane
Rota Terra Nova	Clara Ap
SENAC	Marlene

Valéria	
Nome	
André	
Itamar	
Neusa	
Sindicato Rural de Jundiaí	
Celso L.	
Marcelo	
Unidade de Gestão de Agropecuária, Abastecimento e Turismo	
Gabriel	
Unidade de Gestão de Agropecuária, Abastecimento e Turismo	
Ana Paula	
Unidade de Gestão de Cultura	
Laudo B.	
Unidade de Gestão de Cultura	
Cícera A.	
Unidade de Gestão de Educação	
Marcela	
Unidade de Gestão de Educação	
Ana Paula	
Unidade de Gestão de Esporte e Lazer	
Valéria S.	
Unidade de Gestão de Esporte e Lazer	
Joana L.	
Unidade de Gestão de Planejamento Urbano e Meio Ambiente	
Wagner	
Unidade de Gestão de Planejamento Urbano e Meio Ambiente	

Ouvintes

Representação

Nome Completo

João Antônio José de Souza (Sere)



Representação	Nome
Agências de Viagens e Turismo	Benício
Agências de Viagens e Turismo	Maria
Artesanato	Edilein
Associação Agrícola de Jundiá	Domin
Associação Agrícola de Jundiá	Moacir
Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas	Teresa
Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas	Ricard
Associação Destino Jundiá	Alcimar
Associação Destino Jundiá	Antônio
AVA - Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho de Jundiá	Miriam
AVA - Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho de Jundiá	Ivan L
Bares e Restaurantes	Marcio
Bares e Restaurantes	Hanah
CAPTA Frutas	Diego
CAPTA Frutas	José E

104
un

Representação	Nome
ETEC Benedito Storani	Patrícia
ETEC Benedito Storani	Fabiana
Guia de Turismo	Emilio
Guia de Turismo	Edson
Meios de Hospedagem	Erich
Meios de Hospedagem	Carolina
Rota da Cultura Italiana	Elizabeth
Rota da Cultura Italiana	Maria
Rota da Uva	Evandro
Rota da Uva	Silvia
Rota do Castanho	Ricardo
Rota do Castanho	Stefania
Rota do Vinho	Arian
Rota do Vinho	Lucie
Rota Terra Nova	Fabiana
Rota Terra Nova	Clara
SENAC	Marlene
SENAC	Valéria

Representação	Nome C
SESC	André S.
SESC	Itamar D
Sindicato Rural de Jundiá	Neusa Li
Sindicato Rural de Jundiá	Celso Lu
Unidade de Gestão de Agronegócio, Abastecimento e Turismo	Marcela
Unidade de Gestão de Agronegócio, Abastecimento e Turismo	Gabriela
Unidade de Gestão de Cultura	Ana Pau
Unidade de Gestão de Cultura	Lauda E
Unidade de Gestão de Educação	Cícera A
Unidade de Gestão de Educação	Marcela
Unidade de Gestão de Esporte e Lazer	Ana Pau
Unidade de Gestão de Esporte e Lazer	Valéria S
Unidade de Gestão de Planejamento Urbano e Meio Ambiente	Joana la
Unidade de Gestão de Planejamento Urbano e Meio Ambiente	Wagner

Ouvintes

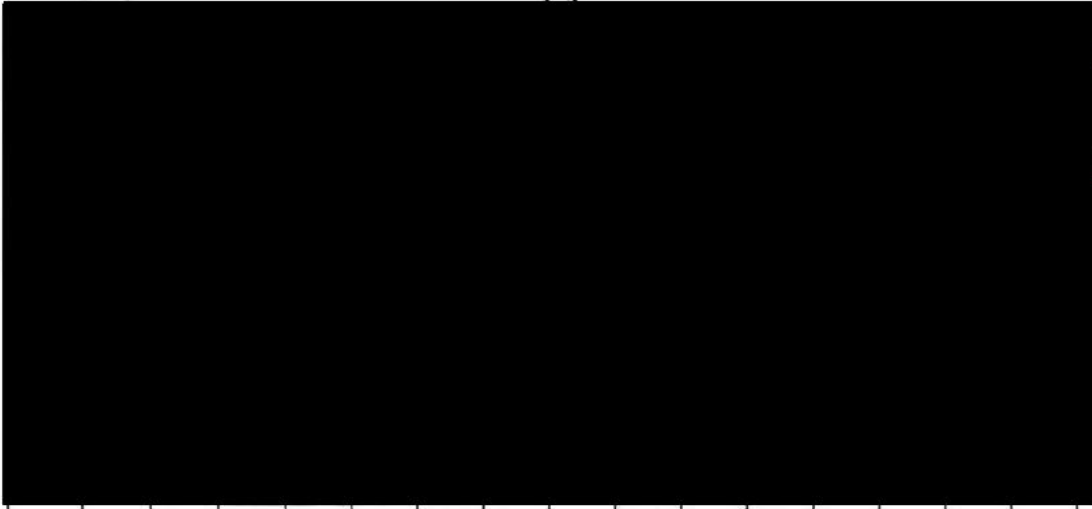
Representação

ROTA DA CERVEJA ARTESANAL
de fundição

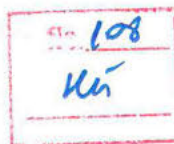


Conselho Municipal de Turismo de Jundiá – Oficina PMT – 25/07/2023
LOCAL: Vinicola Saccomani Horário: 15h
Lista de Presença

Representação	Nome
Agências de Viagens e Turismo	Benício
Agências de Viagens e Turismo	Mari
Artesanato	Edile
Associação Agrícola de Jundiá	Dom
Associação Agrícola de Jundiá	Moa
Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas	Tere
Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas	Rica
Associação Destino Jundiá	Alcin
Associação Destino Jundiá	Anto
AVA - Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho de Jundiá	Miri
AVA - Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho de Jundiá	Ivan
Bares e Restaurantes	Mar
Bares e Restaurantes	Han
CAPTA Frutas	Dieg
CAPTA Frutas	José



107
Hm



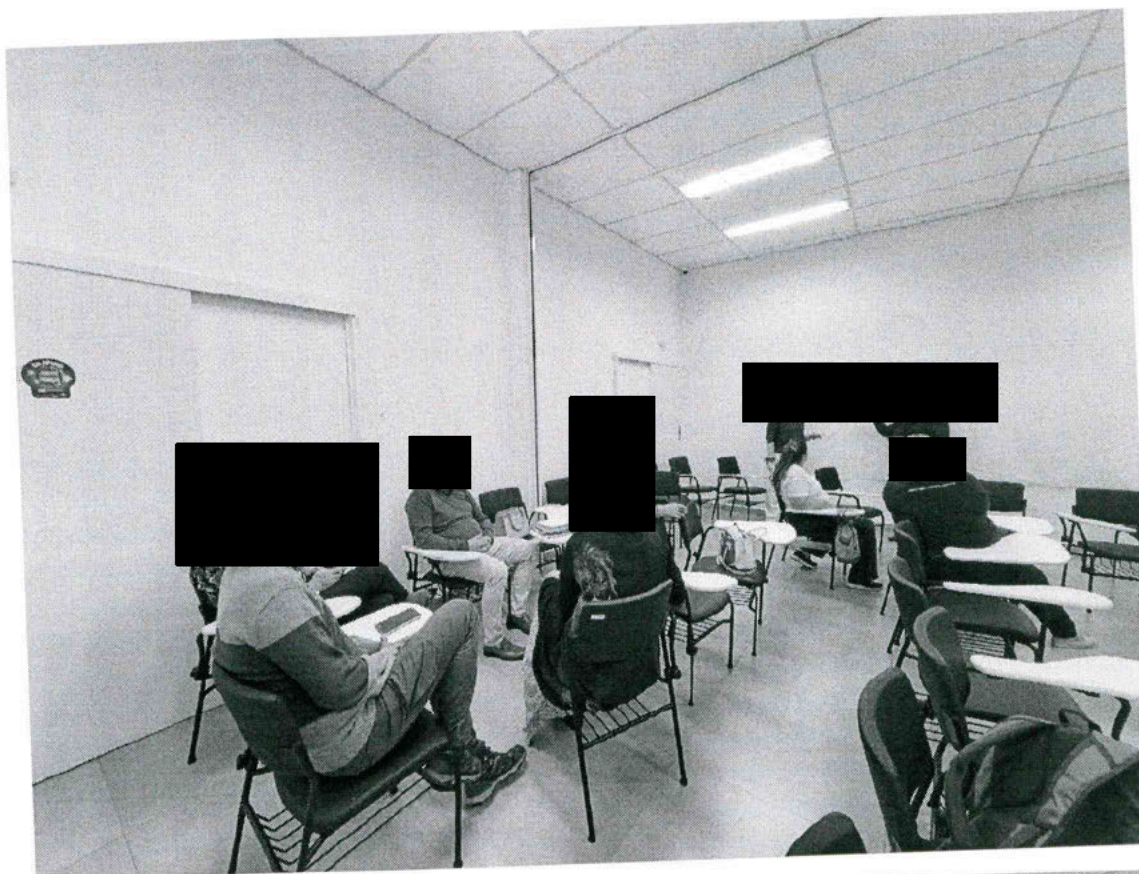
Representação	Nome Completo
ETEC Benedito Storani	Patrícia Brau
ETEC Benedito Storani	Fabiana L. M
Guia de Turismo	Emílio Carlos
Guia de Turismo	Edson P. dos
Meios de Hospedagem	Erich Biller Co
Meios de Hospedagem	Carolina dos
Rota da Cultura Italiana	Elizabeth G. P
Rota da Cultura Italiana	Maria Elisa R
Rota da Uva	Evandro A. M
Rota da Uva	Silvia Regina
Rota do Castanho	Ricardo Leme
Rota do Castanho	Stefano Bigot
Rota do Vinho	Ariana Sgarbi
Rota do Vinho	Luciene G. Le
Rota Terra Nova	Fabiane G. A.
Rota Terra Nova	Clara Ap. Pad
SENAC	Marlene Ap.
SENAC	Valéria A.de

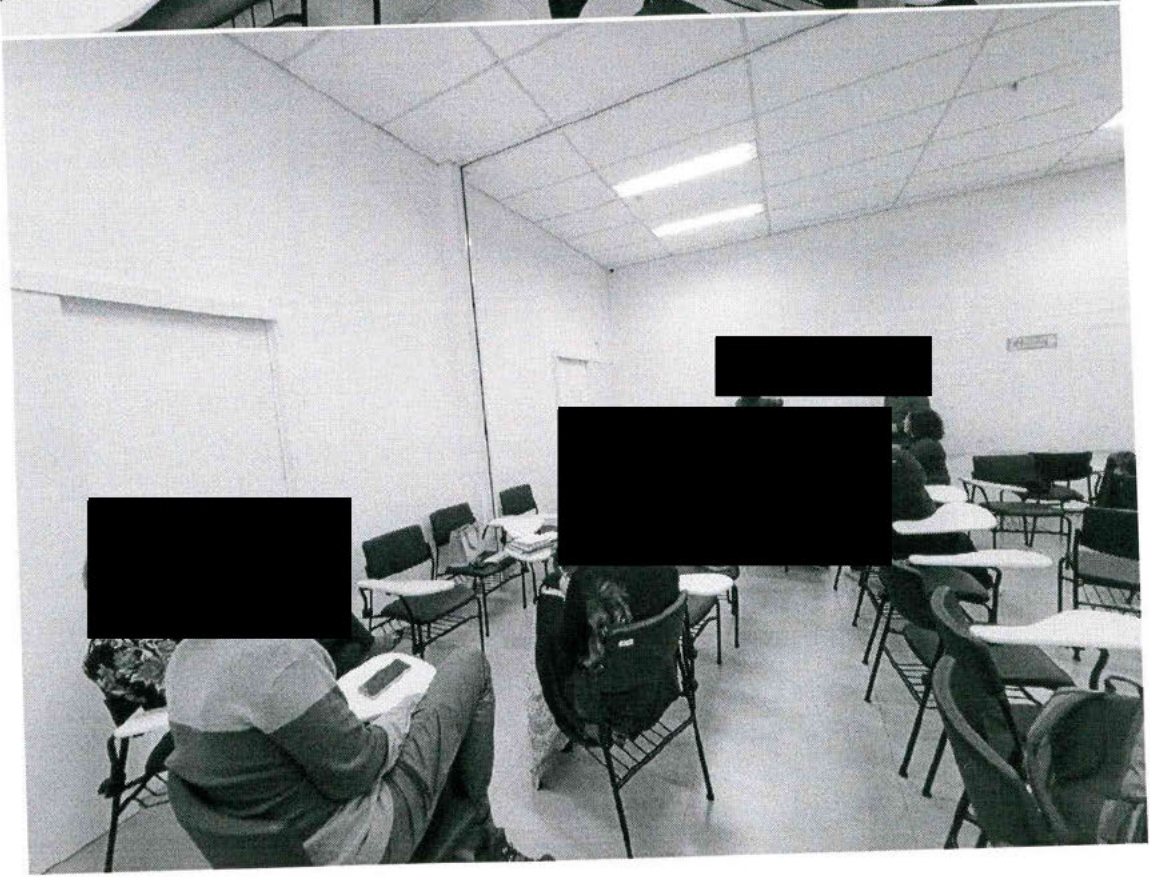
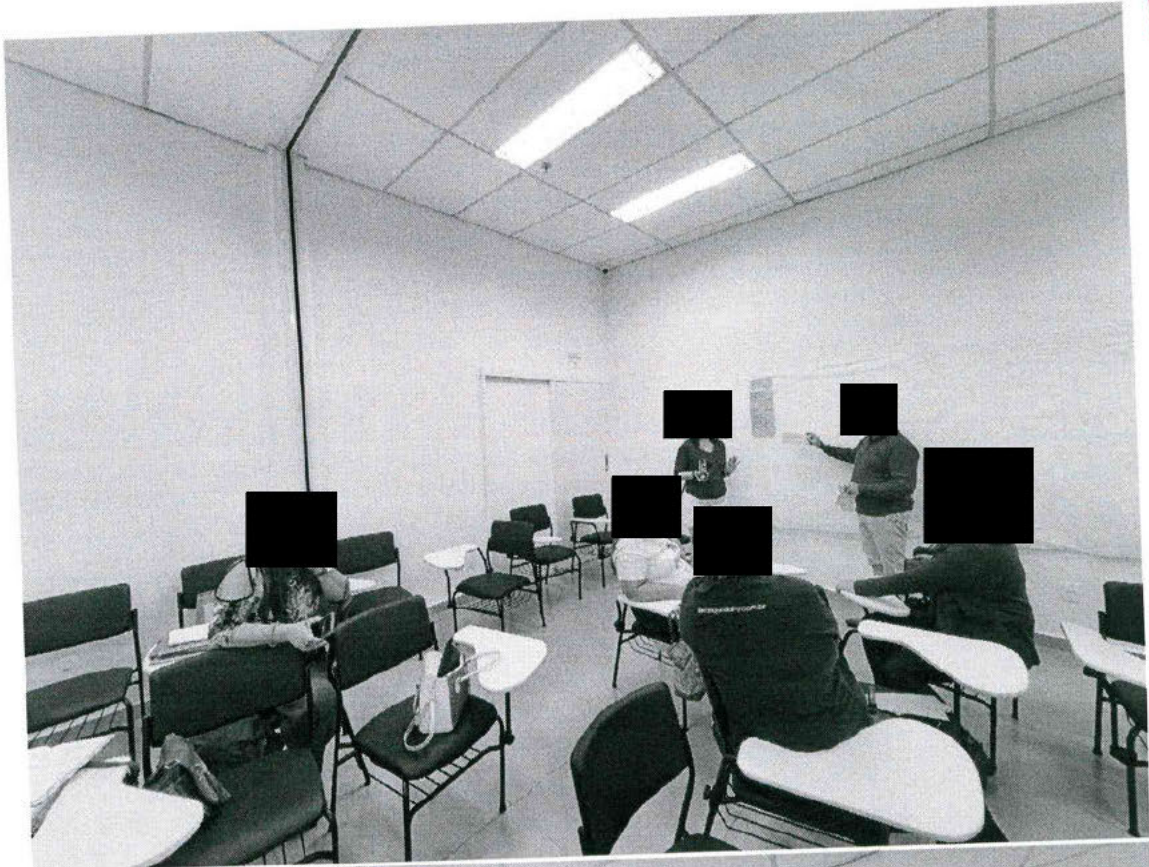
Representação	Nome Completo
SESC	André S. F.
SESC	Itamar D.
Sindicato Rural de Jundiá	Neusa Lib
Sindicato Rural de Jundiá	Celso Luiz
Unidade de Gestão de Agronegócio, Abastecimento e Turismo	Marcela P
Unidade de Gestão de Agronegócio, Abastecimento e Turismo	Gabriela
Unidade de Gestão de Cultura	Ana Paula
Unidade de Gestão de Cultura	Laudon
Unidade de Gestão de Educação	Cícera Ap
Unidade de Gestão de Educação	Marcela
Unidade de Gestão de Esporte e Lazer	Ana Paul
Unidade de Gestão de Esporte e Lazer	Valéria S
Unidade de Gestão de Planejamento Urbano e Meio Ambiente	Joana la
Unidade de Gestão de Planejamento Urbano e Meio Ambiente	Wagner



11
12







Onde
queremos
chegar?

PROMOVER O
ENGAJAMENTO
DO MUNICÍPIO
COM O TURISMO LOCAL

SE TORNAR
UM DESTINO
TURÍSTICO INTELIGEN-
TE

TORNAR-SE
REFERÊNCIA
NACIONAL EM
TURISMO RURAL

TORNAR-SE REFERÊNCIA
EM HOSPITALIDADE

SUPERAR
EXPECTATIVAS

EXPANDIR
REFERÊNCIA

ANALISAR
TENDÊNCIAS

PROPORCIONAR
EXPERIÊNCIAS
EM TODOS OS
SEMENTOS

ESTIMULAR O COT.
TURISMO CULTURAL,
GASTRONÔMICO, EVENTOS,
~~ECOTURISMO~~ ENDOTURISMO

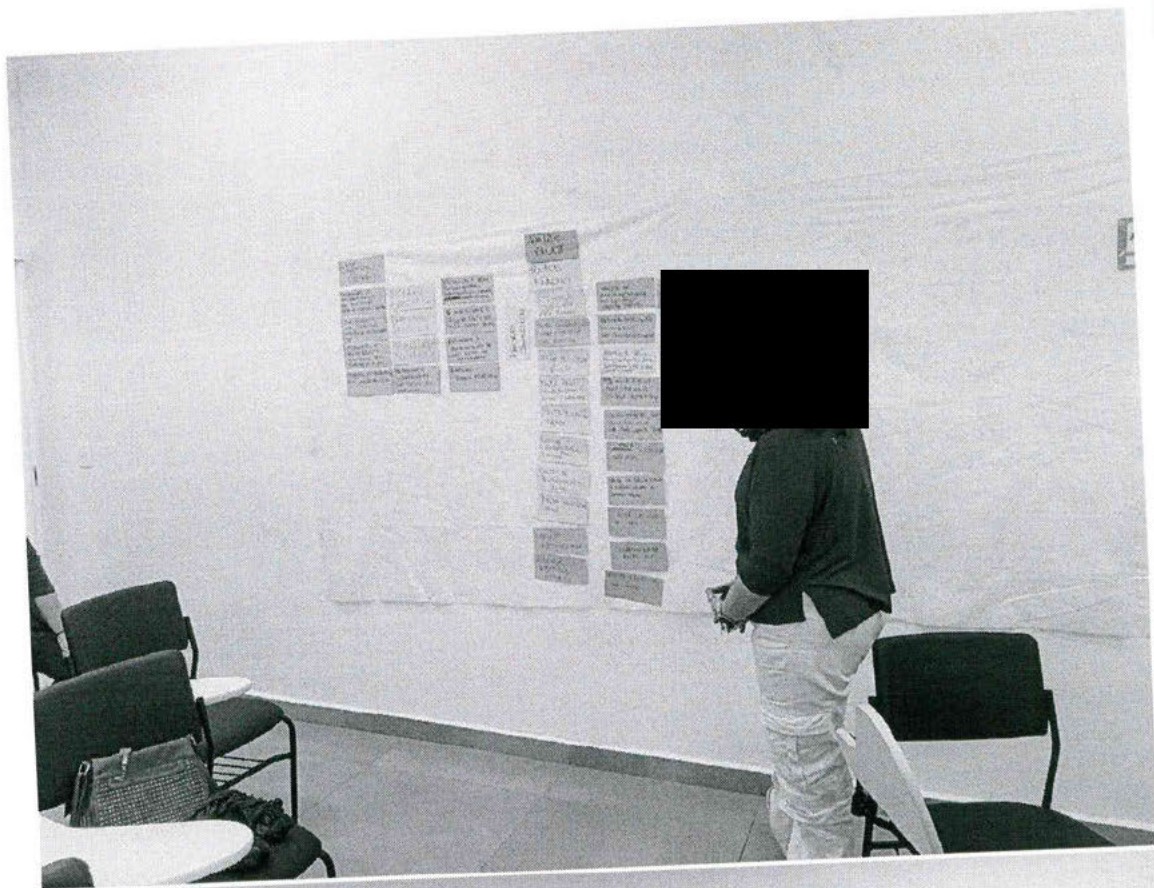
REDIRECIONAR O
FLUXO TURÍSTICO
PARA OUTRAS ROTAS

ESTIMULAR A
IMPLANTAÇÃO DE
NOVOS MEIOS DE
HOSPEDAGEM

AMPLIAR A
OFERTA TURÍSTICA

Fatores
Internos

ANÁLISE
SWOTPontos
FracosFatores
InternosAR-O COM
CULTURAL
ÔNICO, EVENTOS
AND TURISMOCIONAR O
TURÍSTICO
OUTRAS ROTASUAR A
ANTAGÃO DE
MEIOS DE
PERDADEMAR A
TA TURÍSTICAESPECULAÇÃO
IMOBILIÁRIA
ÁREA RURALFALTA CONSERVAÇÃO
INFRA-ESTRUTURA
VIAS PÚBLICASMÃO-DE-OBRA
AUSENCIAFALTA MEIOS
HOSPEDAGEM
RURAL / URBANAFALTA DE UNIÃO
TRADEEXCESSO
CONCENTRAÇÃO
TURISMOFALTA DE
PERFECCIONAMENTO
LOCALFALTA MOBILIDADE
URBANADEFICIT
ACESSIBILIDADEAUSENCIA
ATRATIVOS
NATURAISFALTA DE
ESTÉTICA/BELEZA
NO CENTRO/
CARTÃO POSTALDESCARACTERIZAÇÃO
DO COMÉRCIO
NO CENTRO HISTÓRICOHORÁRIO DE
FUNCIONAMENTO DOS
EMPREENHIMENTOS
INSUFICIENTEFALTA DE ESPAÇO PÚBLICO-
ALVO / PERSONA
DECADA ROTA TURÍSTICACONCENTRAÇÃO DO
FLUXO TURÍSTICO
EM UMA ÚNICA ROTAFALTA
SINALIZAÇÃO
TURÍSTICAFALTA DE INCENTIVO
EVALUAÇÃO A
CAPACIDADEFALTA DE MÃO
DE OBRACONECTIVIDADE
RUIM - WIFIFALTA SOUVENIRS
NAS ROTASFALTA DE TRANSPO
RTE PÚBLICO/
HORÁRIOSFALTA DE
ATRATIVO PARA
CRIANÇAS/ADOLESCENTESFALTA DE
DISPONIBILIDADE DE
PRODUTOS LOCAIS EM
DETERMINADOS LOCAIS



Pontos Fortes

QUALIDADE DE VIDA

REGIÃO TURÍSTICA DESENVOLVIDA (CIRCUITO DAS PONTAS)

RESSGATE E VALORIZAÇÃO CULTURAL (FESTA UVA TRANS NÍAGARA E COLHEITA)

246 ARTESÃOS JUNIAIS FEITO AMAR

LOCALIZAÇÃO DE FÁCIL ACESSO

INSERÇÃO MUNDIAL POSITIVA

- SITES E REDES SOCIAIS ATUALIZADAS

- POSSUI INSTÂNCIA DE SOBERANIA REGIONAL/CONSORCIO

EXISTÊNCIA DA ATIVIDADE RURAL

PAISAGENS NATURAIS CONSERVADAS

- VISIBILIDADE NA MÍDIA POR DIVERSOS RANKINGS

- FAZ PARTE DE UM DISTRITO TURÍSTICO

CONECTIVIDADE ATRATIVOS PÚBLICOS

LOCALIZAÇÃO PRIVILEGIADA

- FAZER PARTE DE UMA RT CONSOLIDADA C/FRUTAS

LEGISLAÇÃO DE TURISMO RURAL

OFERTA DE PRODUTOS TURÍSTICOS

PARQUE INDUSTRIAL SÓLIDO

- DIRETORIA DE TURISMO TÉCNICA

OFERTA DE QUALIFICAÇÃO

IDENTIDADE TURÍSTICA CONSOLIDADA

MIT

ARTICULAÇÃO COM SISTEMAS E ESPERANÇAS ESTADUAIS E MUNICIPAIS

IG UVA NIÁGARA

FESTAS TRADICIONAIS

- CONSTRUÇÃO COLETIVA

- PROXIMIDADE A 600S CIDADES E AEROPORTOS E FERROVIAS

GASTRONOMIA COM MAIS DE QUATRO CENTENAS DE OPÇÕES

CONTÍNUO

TRADIÇÃO NA PRODUÇÃO DE FRUTAS

QUANTIDADE E DIVERSIDADE DE VÍNICOLAS (21)

OFERTA DE AGÊNCIAS DE RECEPTIVO E GUIAS DE TURISMO

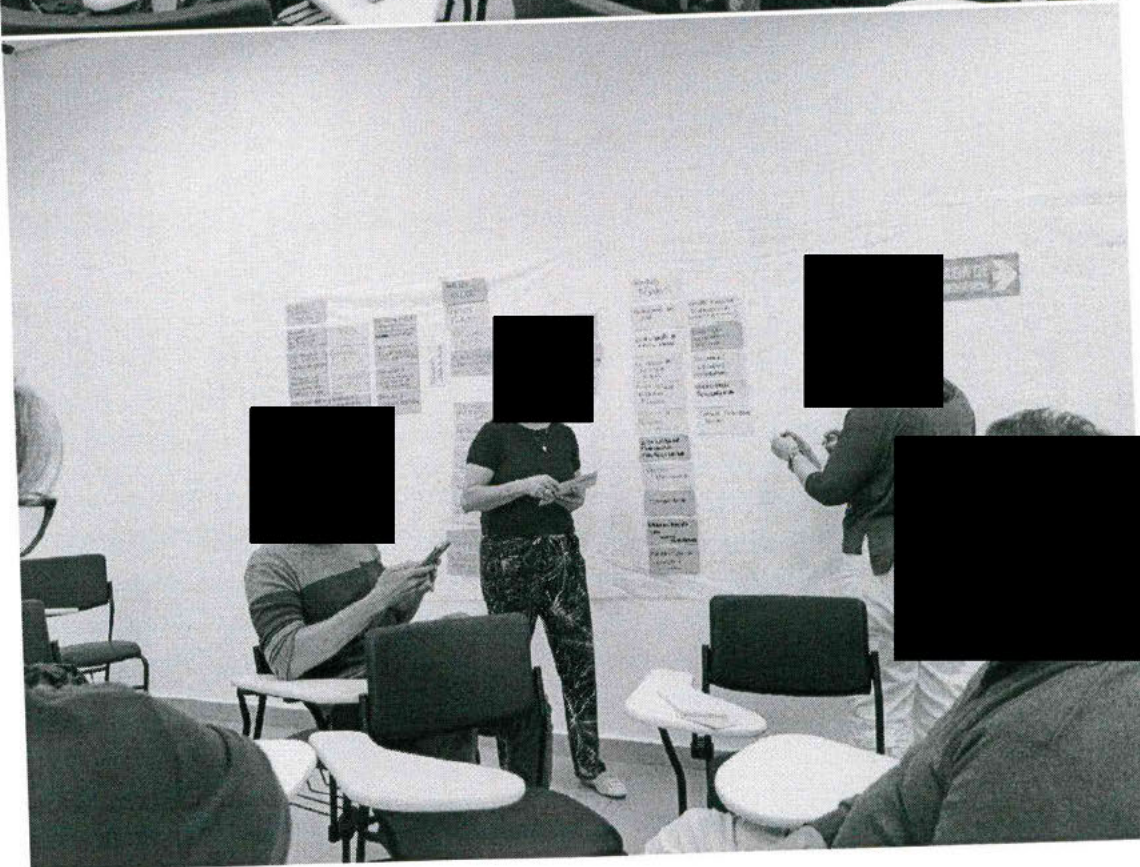
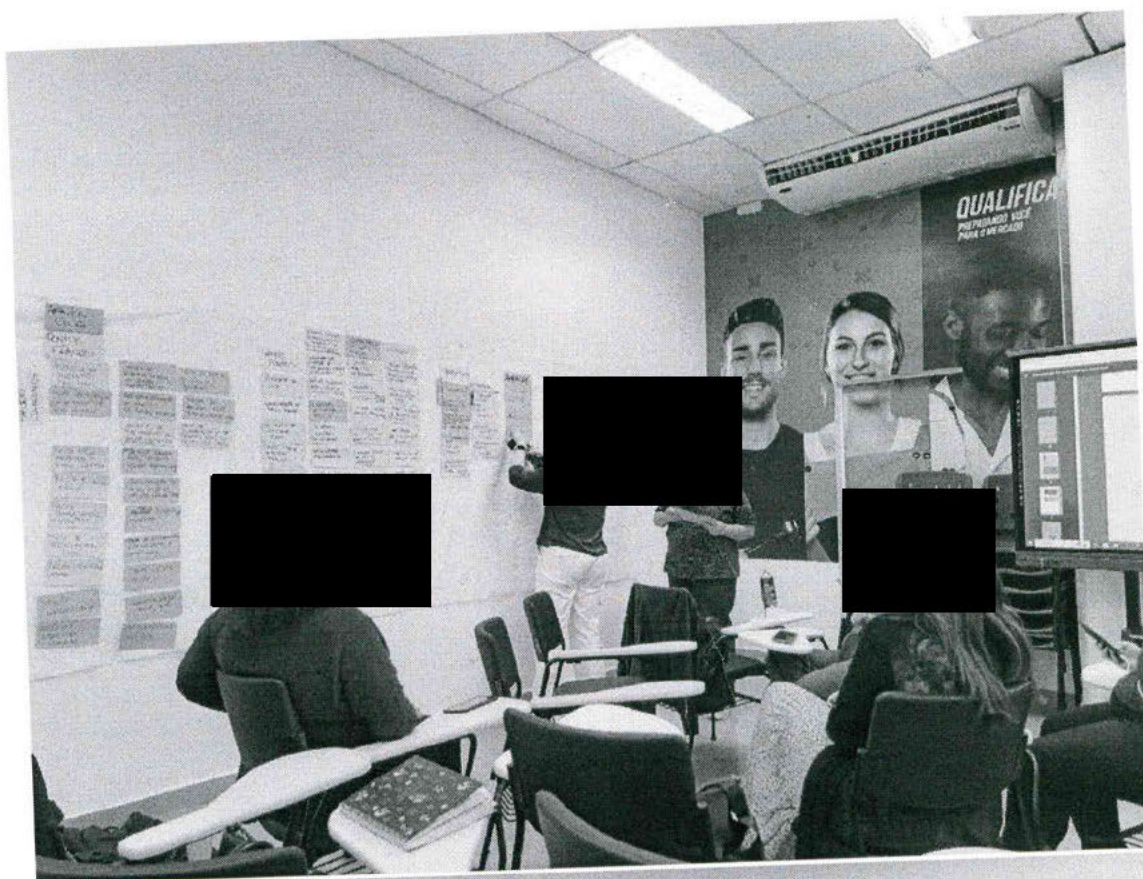
ORGANIZAÇÃO DAS RUTAS TURÍSTICAS

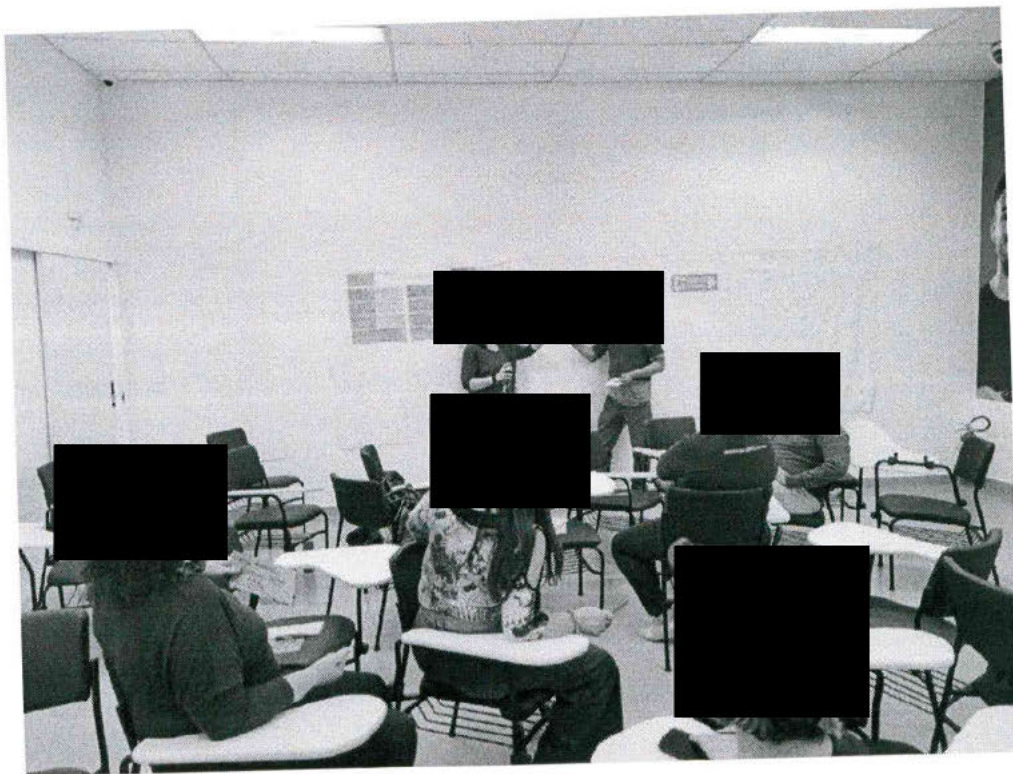
QUANTIDADE DO ARTESANATO SUPERIOR À REGIÃO

AUMENTO DA GASTRONOMIA RURAL (PÓS PANDEMIA)

CIDADE COM HISTÓRIA 366 ANOS

PRESERVAÇÃO DA TRADIÇÃO E CULTURA





OPORTUNIDADES

STOPOVER

RESTABELECIMENTO
DA LINHA
FERREA

PERCEPÇÃO DO
TURISTA
EM BUSCA DE EXPERIÊNCIAS
SERVIÇOS PERSONALIZADOS

FIM DA
PANDEMIA
DE COVID.

REDUÇÃO DO
\$ COMBUSTÍVEL

CONDIÇÕES
CLIMÁTICA
FAVORÁVEL

ALTA DO DOLAR
TURISMO
INTERNO

AUMENTO
TURISMO
RODoviário

VISIBILIDADE
DO TURISMO
RURAL / MAIOR
PROCURA

AMEAÇAS

GUERRA

Fake News

PANDEMIA

Legislação Estadual
e Federal (reformas
tributárias)

DESASTRES
NATURAIS

Aumento da
marginalidade de
jornais

CRISES
ECONÔMICAS
e POLÍTICA

Instabilidade
econômica / política

MUDANÇAS DE
GOVERNO

Violência e
saúde mental

PRAGAS
AGRÍCOLAS

Grupo Anistia
Pandemias

AVANÇO
TECNOLÓGICO
(SUBSTITUIÇÃO DE
CARROS EMPREDO)

Condições climáticas
MUDANÇAS

Conexões Lúdicas
(telefone)

	RECONHECIMENTO INTERNACIONAL (INTERGALÁTICO) DA DIVERSIDADE TURÍSTICA	ÓTIMO ACESSO DE GDS CIDADES	LOCALIZAÇÃO
Pontos Fortes	ESCOLHA DA CIDADE EM PROGRAMAS ESTADUAIS E FEDERAIS	SENAR EVENTOS IMPORTANTES	REDES HOTELEIRAS IDENTIFICAREM O POTENCIAL TURÍSTICO DA CIDADE
QUALIDADE DE VIDA	REGIÃO TURÍSTICA DESENVOLVIDA (CIRCUITO DAS PONTAS)	RESSGATE E VALORIZAÇÃO CULTURAL (FESTA UVA TRADICIONAL COLÂMBIA)	246 ARTESÃOS JUNJAN FEITO AMÃO
LOCALIZAÇÃO DE FÁCIL ACESSO	INSERÇÃO MÍDIÁTICA POSITIVA	- SITES E REDES SOCIAIS ATUALIZADAS	- POSSUI INSTÂNCIA DE GOVERNANÇA REGIONAL/CONSORCIO
EXISTÊNCIA DA ATIVIDADE RURAL	PAISAGENS NATURAIS CONSERVADAS	- VISIBILIDADE NA MÍDIA POR DE DIVERSOS RANKINGS	- FAZ PARTE DE UM DISTRITO TURÍSTICO
CONECTIVIDADE ATRATIVOS PÚBLICOS	LOCALIZAÇÃO PRIVILEGIADA	- FAZER PARTE DE UMA RT CONSOLIDADA C FRUTAS	LEGISLAÇÃO DE TURISMO RURAL
OFERTA DE PRODUTOS TURÍSTICOS	PARQUE INDUSTRIAL SÓLIDO	- DIRETORIA DE TURISMO TÉCNICA	OFERTA DE EM QUALIFICAÇÃO
IDENTIDADE TURÍSTICA CONSOLIDADA	MIT	ARTICULAÇÃO COM SISTEMAS E ESPERAS ESTADUAIS E FEDERAIS	IG UVA NIÁGARA
FESTAS TRADICIONAIS	- CONSTRUÇÃO COLETIVA	- PROXIMIDADE A GDS CIDADES E AEROPORTOS E RODOVIAS	GASTRONOMIA COM MAIS DE QUATRO CENTENAS DE OPÇÕES
CONTURATIVO	TRADIÇÃO NA PRODUÇÃO DE FRUTAS	QUANTIDADE E DIVERSIDADE DE VÍNICOLAS (21)	OFERTA DE AGÊNCIAS DE RECEPTIVO E GUIAS DE TURISMO
ORGANIZAÇÃO DAS ROTAS TURÍSTICAS	QUANTIDADE DO ARTECENÁRIO SUPERIOR À REGIÃO	AUMENTO DA GASTRONOMIA RURAL (PÓS PAULISTA)	CIDADE COM HISTÓRIA 366 ANOS
PRESERVAÇÃO DA TRADIÇÃO E CULTURA			

Anexo II - Estimativa de Impacto Orçamentário Nº SEI
1612697/2024

Em 05/06/2024

ESTIMATIVA DE IMPACTO ORÇAMENTÁRIO-FINANCEIRO - 2024

DATA:	05/06/2024	ANO:	2024
PROCESSO Nº:	10502		
UNIDADE SOLICITANTE:	17 UNID. GESTÃO DE AGRONEGÓCIO, ABASTEC. E TURISMO		

1. TIPO:

- ☐ OBRAS CIVIS
- ☐ REEQUILIBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO E ADITAMENTOS DE CONTRATOS
- ☐ AQUISIÇÃO DE ATIVO PERMANENTE
- ☐ REPACTUAÇÃO DE CUSTOS HOSPITAIS / CONVÊNIOS / PARCERIAS/ ETC...
- ☐ NOVA CONTRATAÇÃO
- ☒ OUTRO (especificar na descrição)

2. DESCRIÇÃO (Detalhada):

Conforme Lei Complementar 1261 de 29/04/2015, do Governo do Estado de São Paulo, cabe ao Município de Interesse Turístico manter atualizado o seu Plano Municipal de Turismo a cada três anos.

- ☒ NÃO HÁ AUMENTO DE DESPESA
- ☐ O AUMENTO DE DESPESAS ESTÁ ABRANGIDO POR UM DOS PROGRAMAS INSERIDOS NO PPA VIGENTE
- ☐ O AUMENTO DAS DESPESAS TEM ADEQUAÇÃO COM A LOA VIGENTE
- ☐ O AUMENTO DAS DESPESAS ULTRAPASSA O EXERCÍCIO FINANCEIRO CORRENTE, PORTANTO AS MESMAS SERÃO CONSIGNADAS NA(S) LOA DO(S) EXERCÍCIO(S) SEGUINTE(S) ACORDO COM O CRONOGRAMA DE DESEMBOLSOS DO ITEM 7

Se houver Convênios, Parcerias, Contratos e demais Congêneres preencher os campos abaixo:

TIPO	Nº	ANO	TÉRMINIO
VALOR ATUAL/ANO	VALOR PROJETADO/ANO		

3. DESPESAS:

- ☐ PESSOAL E ENCARGOS
- ☐ CUSTEIO
- ☐ INVESTIMENTO

QUANT.	DESCRIÇÃO	VALOR ANUAL	
		RECURSO PRÓPRIO	RECURSO VINCULADO

		R\$ -	R\$ -
		R\$ -	R\$ -
TOTAL		R\$ -	R\$ -



4. DOTAÇÕES ENVOLVIDAS (exercício em curso):

4.1. DOTAÇÕES A SEREM ONERADAS:

DOTAÇÕES	VALOR ANUAL	
	RECURSO PRÓPRIO	RECURSO VINCULADO
TOTAL	R\$ -	R\$ -
	R\$ -	R\$ -

4.2. DOTAÇÕES A SEREM REDUZIDAS:

DOTAÇÕES	VALOR ANUAL	
	RECURSO PRÓPRIO	RECURSO VINCULADO
TOTAL	R\$ -	R\$ -
	R\$ -	R\$ -

5. EMPENHOS EFETIVADOS:

NÚMERO	DATA	VALOR	PERÍODO DE COBERTURA	
			(MÊS "XX" à "YY")	
TOTAL		R\$ -		

6. RETENÇÕES EFETUADAS:

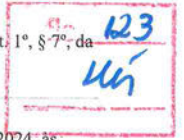
SEQUÊNCIA	DATA	VALOR	PERÍODO DE COBERTURA	
			(MÊS "XX" à "YY")	
TOTAL		R\$ -		

7. CRONOGRAMA DE PAGAMENTOS:

MÊS	ANO EM CURSO (R\$)		ANO 02 (R\$)		ANO 03 (R\$)	
	PRÓPRIO	VINCULADO	PRÓPRIO	VINCULADO	PRÓPRIO	VINCULADO
JAN						
FEV						
MAR						
ABR						
MAI						
JUN						
JUL						
AGO						
SET						
OUT						
NOV						
DEZ						
TOTAL 01						
TOTAL 02						



Documento assinado eletronicamente por **Marcela Roberta Moro, Diretor do Departamento de Fom Ao Turismo**, em 05/06/2024, às 15:16, conforme art. 1º, § 7º, da Lei Municipal 5.349/1999 e art. 9º, inciso I do Decreto Municipal 26.136/2015.



Documento assinado eletronicamente por **Eduardo Jose da Silveira Alvarez, Gestor da Unidade de Agronegocio, Abastecimento e Turismo**, em 05/06/2024, às 15:48, conforme art. 1º, § 7º, da Lei Municipal 5.349/1999 e art. 9º, inciso I do Decreto Municipal 26.136/2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://portalsei.jundiai.sp.gov.br> informando o código verificador **1612697** e o código CRC **4398C6DC**.

Avenida da Liberdade s/n - Paço Municipal - Bairro Jd. Botânico - Jundiaí - SP - CEP 13214-900
Tel: 11 4589 8580 - jundiai.sp.gov.br

PMJ.0010502/2020

1612697v2

Anexo III N° SEI 1612708/2024

Em 05/06/2024

Declaração

Declaramos para os fins dos artigos 16 e 17 da Lei Complementar Federal nº 101, de 1º de maio de 2000 - LRF, que a proposta para a Atualização do Plano Municipal de Turismo, não utilizará recursos para o presente exercício e para os dois subsequentes, estando compatíveis com a Lei Orçamentária Anual, com o Plano Plurianual e com a Lei de Diretrizes Orçamentárias e não há necessidade de recursos da dotação orçamentária.

Jundiaí, 05 de junho de 2024.

Eduardo Alvarez
Gestor da Unidade de Agronegócio
Abastecimento e Turismo

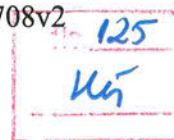


Documento assinado eletronicamente por **Eduardo Jose da Silveira Alvarez**, Gestor da Unidade de Agronegócio, Abastecimento e Turismo, em 05/06/2024, às 15:48, conforme art. 1º, § 7º, da Lei Municipal 5.349/1999 e art. 9º, inciso I do Decreto Municipal 26.136/2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://portalsei.jundiai.sp.gov.br> informando o código verificador **1612708** e o código CRC **768C0151**.

Avenida da Liberdade s/n - Paço Municipal - Bairro Jd. Botânico - Jundiaí - SP - CEP 13214-900
Tel: 11 4589 8580 - jundiai.sp.gov.br



Estimativa de Impacto Orç-Financeiro
Legislativo Nº SEI 1656384/2024

Em 24/06/2024

VALORES CORRENTES

Art. 9º, inc. XIII, alínea a) das Instruções n.02/2008 (TC-A-40.728/026/07) - Área Municipal - do TCE-SP - (LRF, art 53, inciso III)
Manual do Demonstrativos Fiscais 14ª Edição da Secretaria do Tesouro Nacional - STN - Sem Fontes do RPPS

Versão 02_24
R\$ 1,00

RECEITAS PRIMÁRIAS	2022 (Realizado)	2022 (Realizado)	2024 (Orçado)	2025 (Previsão)	2026 (Previsão)	2027 (Previsão)
RECEITAS PRIMÁRIAS CORRENTES (I)	2.815.829.632	2.903.846.144	3.622.422.100	3.343.074.000	3.488.497.719	3.640.247.370
Impostos, Taxas e Contribuições de Melhoria	1.027.434.704	1.153.449.517	1.509.954.960	1.488.600.000	1.553.354.100	1.620.925.003
Contribuições	32.785.672	38.387.695	37.405.700	41.650.000	43.461.775	45.352.362
Receita Previdenciária	-	-	-	-	-	-
Outras Receitas de Contribuições	32.785.672	38.387.695	37.405.700	41.650.000	43.461.775	45.352.362
Receita Patrimonial	101.863.681	83.708.505	49.505.700	53.650.000	55.983.775	58.419.069
Aplicações Financeiras (II)	74.073.620	80.921.699	46.685.700	50.650.000	52.853.275	55.152.392
Outras Receitas Patrimoniais	27.790.060	2.786.807	2.820.000	3.000.000	3.130.500	3.266.677
Transferências Correntes	1.516.643.574	1.485.986.326	1.875.835.240	1.602.839.000	1.672.562.497	1.745.318.965
Demais Receitas Correntes	137.102.000	142.314.101	149.720.500	156.335.000	163.135.573	170.231.970
Outras Receitas Financeiras (III)	-	-	-	-	-	-
Receitas Correntes Restantes	137.102.000	142.314.101	149.720.500	156.335.000	163.135.573	170.231.970
RECEITAS PRIMÁRIAS CORRENTES (IV) = (I - II - III)	2.741.756.011	2.822.924.445	3.575.736.400	3.292.424.000	3.435.644.444	3.585.094.977
RECEITAS DE CAPITAL (V)	55.355.357	54.058.114	110.488.000	223.100.000	37.120.000	29.630.000
Operações de Crédito (VI)	30.981.114	16.750.384	59.896.000	200.000.000	25.000.000	15.000.000
Amortização de Empréstimos (VII)	-	-	-	-	-	-
Alienação de Bens	296.887	842.732	429.000	100.000	120.000	130.000
Receitas de Alienação de Investimentos Temporários (VIII)	-	-	-	-	-	-
Receitas de Alienação de Investimentos Permanentes (IX)	-	-	-	-	-	-
Outras Alienações de Bens	296.887	842.732	429.000	100.000	120.000	130.000
Transferências de Capital	21.027.727	32.824.415	50.142.000	20.000.000	10.000.000	12.500.000
Convênios	21.027.727	32.824.415	50.142.000	20.000.000	10.000.000	12.500.000
Outras Transferências de Capital	-	-	-	-	-	-
Outras Receitas de Capital	3.049.629	3.640.582	21.000	3.000.000	2.000.000	2.000.000
Outras Receitas de Capital Não Primárias (X)	-	-	-	-	-	-
Outras Receitas de Capital Primárias	3.049.629	3.640.582	21.000	3.000.000	2.000.000	2.000.000
RECEITAS PRIMÁRIAS DE CAPITAL (XI) = (V - VI - VII - VIII - IX - X)	24.374.243	37.307.730	50.592.000	23.100.000	12.120.000	14.630.000
RECEITAS INTRAORÇAMENTÁRIAS	255.883.305	288.683.174	362.675.600	368.590.000	396.234.250	425.951.819
RECEITA PRIMÁRIA TOTAL (XII) = (IV + XI)	2.766.130.254	2.860.232.175	3.626.328.400	3.315.524.000	3.447.764.444	3.599.724.977

DESPESAS PRIMÁRIAS	2022 (Realizado)	2022 (Realizado)	2024 (Orçado)	2025 (Previsão)	2026 (Previsão)	2027 (Previsão)
DESPESAS CORRENTES (XIII)	2.363.436.909	2.674.970.605	3.422.332.400	3.135.674.000	3.237.567.719	3.354.272.370
Pessoal e Encargos Sociais	1.078.886.823	1.185.724.620	1.566.037.000	1.422.869.000	1.472.669.415	1.523.095.688
Juros e Encargos da Dívida (XIV)	43.634.651	44.051.326	61.000.000	69.500.000	69.337.500	76.271.250
Outras Despesas Correntes	1.240.915.435	1.445.194.659	1.795.295.400	1.643.305.000	1.695.560.804	1.754.905.432
DESPESAS PRIMÁRIAS CORRENTES (XV) = (XIII - XIV)	2.319.802.258	2.630.919.278	3.361.332.400	3.066.174.000	3.168.230.219	3.278.001.120
DESPESAS DE CAPITAL (XVI)	175.601.546	198.304.370	295.574.700	295.500.000	142.050.000	158.805.000
Investimentos	132.344.204	150.371.391	246.074.700	230.000.000	75.500.000	85.600.000
Inversões Financeiras	-	-	-	-	-	-
Concessão de Empréstimos e Financiamentos (XVII)	-	-	-	-	-	-
Aquisição de Título de Capital já Integralizado (XVIII)	-	-	-	-	-	-
Aquisição de Título de Crédito (XIX)	-	-	-	-	-	-
Demais Inversões Financeiras	-	-	-	-	-	-
Amortização da Dívida (XX)	43.257.343	47.932.979	49.500.000	65.500.000	66.550.000	73.205.000
DESPESAS PRIMÁRIAS DE CAPITAL (XXI) = (XVI - XVII - XVIII - XIX - XX)	132.344.204	150.371.391	246.074.700	230.000.000	75.500.000	85.600.000
RESERVA DE CONTINGÊNCIA (XXII)	-	-	15.003.000	15.000.000	16.000.000	16.800.000
Projeção de Pagamento de Restos a Pagar de Despesas Primárias (XXIII)	127.175.199	213.650.134	-	120.000.000	130.000.000	140.000.000

DESPESAS INTRAORÇAMENTÁRIAS	232.231.671	276.293.883	362.675.600	368.590.000	396.234.250	425.951.819
DESPESA PRIMÁRIA TOTAL (XXIV) = (XV + XXI + XXII+XXIII)	2.579.321.662	2.994.940.803	3.622.410.100	3.431.174.000	3.389.730.219	3.520.401.120
RESULTADO PRIMÁRIO (XII - XXIV)	186.808.592	(134.708.628)	3.918.300	(115.650.000)	58.034.225	79.323.858
META DA LEI DE DIRETRIZES ORÇAMENTÁRIAS - LDO	39.249.700	(35.349.700)	13.894.000			

Aumento Permanente da Receita	766.096.225	(310.804.400)	132.240.444	151.960.533
Ampliação das Despesas	627.469.297	(191.236.100)	(41.443.781)	130.670.901
MARGEM DE EXPANSÃO DAS DESPESAS OBRIGATÓRIAS DE CARÁTER CONTINUADO	138.626.928	(119.568.300)	173.684.225	21.289.633

VALORES ENVOLVIDOS NA ESTIMATIVA DE IMPACTO	-	-	-	-
IMPACTO ATUARIAL (VALORES APROPRIADOS ANUALMENTE)	-	-	-	-
VALORES ENVOLVIDOS NA ESTIMATIVA DE IMPACTO	-	-	-	-

VALOR RESULTANTE DA ESTIMATIVA DE IMPACTO

Resultado do impacto (valores inferiores ou iguais a zero implicam em ausência de impacto ou impacto nulo)	IMPACTO NULO
--	--------------

Demonstrativo elaborado exclusivamente para o acompanhamento do Processo Administrativo Eletrônico SEI nº PMJ.0010502/2020, objetivando a aprovação Legislativa do Projeto de Lei - PL que Revisa o Plano Municipal de Turismo do Município de Jundiá.

Notas Explicativas:

Foi alterada pela STN (Secretaria do Tesouro Nacional) na 14ª Edição do Manual de Demonstrativos Fiscais (MDF) a metodologia de cálculo do Resultado Primário, agora retira-se o efeitos das fontes do RPPS (IPREJUN) para apuração do resultado, porém são apropriadas as receitas e despesas intraorçamentárias.

Versão 02_24 - DEPOIS DO FECHAMENTO CONTÁBIL 2023 E DO RREO DO 6º BIMESTRE 2023 E PROJEÇÕES DA LDO 2024



Documento assinado eletronicamente por **Luiz Fernando Boscolo**, Diretor do Departamento de Orçamento, em 24/06/2024, às 16:06, conforme art. 1º, § 7º, da Lei Municipal 5.349/1999 e art. 9º, inciso I do Decreto Municipal 26.136/2015.



Documento assinado eletronicamente por **Jones Henrique Martins**, Gestor da Unidade de Governo e Finanças, em 24/06/2024, às 16:09, conforme art. 1º, § 7º, da Lei Municipal 5.349/1999 e art. 9º, inciso I do Decreto Municipal 26.136/2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://portalsei.jundiai.sp.gov.br> informando o código verificador 1656384 e o código CRC 94A7C56D.

Avenida da Liberdade s/n - Paço Municipal - Bairro Jd. Botânico - Jundiá - SP - CEP 13214-900
Tel: 11 4589 8983 - jundiai.sp.gov.br

PMJ.0010502/2020

1656384v2



DIRETORIA FINANCEIRA

PARECER Nº 0040/2024

Vem a esta Diretoria, para análise e parecer, o Projeto de Lei nº 14.416/2024, de autoria do Prefeito Municipal, que revisa o Plano Municipal de Turismo.

Da análise do projeto, verifica-se que a iniciativa não produz impacto do ponto de vista orçamentário-financeiro.

Na documentação que acompanha a propositura encontra-se a estimativa de impacto orçamentário e financeiro para o exercício em que deva entrar em vigor e nos dois subsequentes, em conformidade: com o Art. 113 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT) da Constituição Federal de 1988 (CF88); e com os Arts. 14 e 16 da Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF – LC nº 101/2000).

Sob o aspecto orçamentário e financeiro, o presente projeto encontra-se apto à tramitação.

Este é o nosso parecer, s. m. e.

Jundiaí, 24 de junho de 2024.

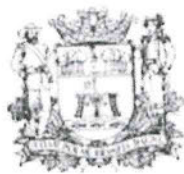
(Assinado Digitalmente)

LUCAS MARQUES LUSVARGHI

Agente de Serviços Técnicos

Assinado digitalmente
por LUCAS MARQUES
LUSVARGHI
Data: 24/06/2024 16:46





PROCURADORIA JURÍDICA

PARECER Nº 1.437

PROJETO DE LEI Nº 14.416

PROCESSO Nº 3554/2024

De autoria do **PREFEITO MUNICIPAL (LUIZ FERNANDO MACHADO)**, o presente projeto de lei aprova a revisão do Plano Municipal de Turismo do Município de Jundiaí.

A propositura encontra sua justificativa às fls., vem instruída com o Anexo – Plano Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável (fls. 04/43); com a planilha de Estimativa do Impacto Orçamentário-Financeiro (fls.); manifestação favorável do Conselho Municipal de Turismo (fls.), as oficinas realizadas junto ao referido Conselho Municipal (fls.), e análise da Diretoria Financeira (fls.).

A Diretoria Financeira, através do Parecer nº 0040/2024, conclui que o projeto segue apto à tramitação. Ressalte-se que o parecer financeiro foi subscrito pela Diretoria Financeira 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.

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 o Plano Municipal de Turismo.





A medida preconizada encontra respaldo no art. 46, IV e V, c/c o art. 72, I, II, IV e XII, e no Título VI – Do Planejamento – Capítulos II e IV, da Lei Orgânica de Jundiaí.

A decorre de legislação estadual, conforme esclarece o Alcaide em sua justificativa:

“(...) por meio de lei estadual, Jundiaí foi classificada como Município de Interesse Turístico e, em atendimento ao disposto na Lei Complementar Estadual nº 1.261, de 29 de abril de 2015, se fez necessária a instituição da Política Municipal de Turismo.

Assim, por meio da Lei Municipal nº 8.560, de 28 de dezembro de 2015, foi instituída a Política Municipal de Turismo de Jundiaí e aprovado o Plano Municipal de Turismo, em cumprimento às determinações da Lei Complementar Estadual em questão.

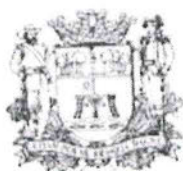
Nos termos da referida Lei Complementar Estadual a revisão periódica do Plano Municipal de Turismo é uma condição indispensável para que os Municípios de Interesse Turístico permaneçam nessa classificação, conforme condições e requisitos estabelecidos na Lei Complementar Estadual nº 1.261, de 29 de abril de 2015.

Ainda, em atendimento ao disposto no art. 3º, inciso XVI da Lei nº 8.560, de 2015, o Plano Municipal de Turismo deve ser atualizado a cada três anos, com a participação efetiva do Conselho Municipal de Turismo.

Dessa forma, no ano de 2023, foram realizadas oficinas junto ao Conselho Municipal de Turismo para atualização do referido Plano, sendo que a finalização desse documento contou com a aprovação do Conselho em questão.

A matéria é de natureza legislativa, da órbita de lei ordinária, sendo imprescindível o aval da Edilidade, quesito esse que busca suprir. No que concerne às despesas, estas serão arcadas com recursos consignados nas leis orçamentárias.





Desta forma, sob a ótica orgânico-formal, não incide impedimento sobre a pretensão, que é legítima, estando de acordo com disposições contidas na legislação municipal e na 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, sugerimos a oitiva das Comissões de Finanças e Educação, Ciência e Tecnologia, Cultura, Desporto, Lazer e Turismo.

QUORUM: maioria simples (art. 44, "caput",

L.O.M.).

Jundiaí, 24 de junho de 2024.

FÁBIO NADAL PEDRO
Procurador-Geral

GABRIELA HAPUQUE S. SILVA
Estagiária de Direito

GABRIEL GUSTAVO FLAUSINO NEGRINI
Estagiário de Direito

Assinado digitalmente
por FÁBIO NADAL
PEDRO
Data: 24/06/2024 22:13



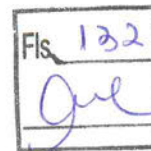


PARECER VERBAL EM PLENÁRIO
COMISSÃO DE JUSTIÇA E REDAÇÃO

Matéria: Projeto de Lei nº 14.416/2024
Autoria Prefeito Municipal
Ementa: Revisa o Plano Municipal de Turismo.
Relatoria: Eng.º Marcelo Gastaldo
Voto do Relator: Favorável
Resultado: Aprovado

Votaram:

Enivaldo Ramos de Freitas (acompanha o Relator)
Edicarlos Vieira (acompanha o Relator)
Faouz Taha (acompanha o Relator)
Rogério Ricardo da Silva (acompanha o Relator)



PARECER VERBAL EM PLENÁRIO

COMISSÃO DE FINANÇAS E ORÇAMENTO

Matéria: Projeto de Lei nº 14416/2024
Autoria Prefeito Municipal
Ementa: Revisa o Plano Municipal de Turismo.
Relatoria: Leandro Palmarini
Voto do Relator: Favorável
Resultado: Aprovado

Votaram:

Daniel Lemos Dias Pereira (acompanha o Relator)
Faouaz Taha (acompanha o Relator)
José Antônio Kachan Júnior (acompanha o Relator)
Madson Henrique do Nascimento Santos (acompanha o Relator)



PARECER VERBAL EM PLENÁRIO

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

Matéria: Projeto de Lei nº 14.416/2024
Autoria Prefeito Municipal
Ementa: Revisa o Plano Municipal de Turismo.
Relatoria: Faouaz Taha
Voto do Relator: Favorável
Resultado: Aprovado

Votaram:

Adriano Santana dos Santos (acompanha o Relator)
Marcelo Roberto Gastaldo – “ad hoc” (acompanha o Relator)
Márcio Pentecostes de Sousa – “ad hoc” (acompanha o Relator)



Autógrafo

PROJETO DE LEI Nº 14.416

Revisa o Plano Municipal de Turismo.

O PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, Estado de São Paulo, faz saber que em 25 de junho de 2024 o Plenário aprovou:

Art. 1º Fica aprovada a revisão do Plano Municipal de Turismo do Município de Jundiaí, nos termos do documento anexo, que fica fazendo parte integrante desta Lei.

Parágrafo único. O Plano Municipal de Turismo revisado e aprovado nos termos desta Lei passa a substituir o Plano Municipal de Turismo aprovado pela Lei nº 9.550, de 30 de novembro de 2020.

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

CÂMARA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, em vinte e cinco de junho de dois mil e vinte e quatro (25/06/2024).

ANTONIO CARLOS ALBINO

Presidente

Assinado digitalmente
por ANTONIO
CARLOS ALBINO
Data: 25/06/2024 15:06

Elt





OS ANEXOS DESTE
AUTÓGRAFO SÃO
IDÊNTICOS AOS ANEXOS
DO PROJETO DE LEI, JÁ
JUNTADOS ÀS FOLHAS
05 A 74.



PROCESSO LEGISLATIVO

PROJETO DE LEI N° 14416/2024 - Prefeito Municipal - Revisa o Plano Municipal de Turismo.

TRAMITAÇÃO

Data da Ação	25/06/2024
Unidade de Origem	DL - Secretaria
Unidade de Destino	Gabinete do Prefeito
Status	Aguardando promulgação ou veto
Prazo	18/07/2024

TEXTO DA AÇÃO

RECIBO DO AUTÓGRAFO: scanalle@jundiai.sp.gov.br leu este e-mail às 16:36 em 25/06/2024

Jundiaí, 25 de junho de 2024.

Érica Loise Tomazini
Agente de Serviços Técnicos



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP



OF. GP.L n.º 166/2024

Processo SEI n.º 10.502/2020



Jundiaí, 29 de maio de 2024.

Excelentíssimo Senhor Presidente:



Encaminhamos a V.Exa., cópia da Lei n.º 10.188, objeto do Projeto de Lei n.º 14.416, promulgada nesta data, por este Executivo.

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

Atenciosamente,


LUIZ FERNANDO MACHADO
Prefeito Municipal

Ao

Exmo. Sr.

Vereador ANTONIO CARLOS ALBINO

Presidente da Câmara Municipal de Jundiaí

NESTA



LEI N.º 10.188, DE 26 DE JUNHO DE 2024

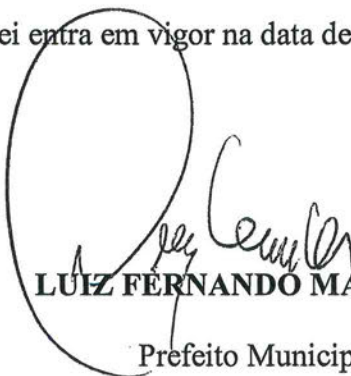
Revisa o Plano Municipal de Turismo.

O **PREFEITO DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ**, Estado de São Paulo, de acordo com o que decretou a Câmara Municipal em Sessão Ordinária realizada no dia 25 de junho de 2024, **PROMULGA** a seguinte Lei:-

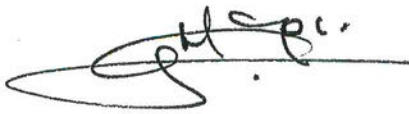
Art.1º Fica aprovada a revisão do Plano Municipal de Turismo do Município de Jundiaí, nos termos do documento anexo, que fica fazendo parte integrante desta Lei.

Parágrafo único. O Plano Municipal de Turismo revisado e aprovado nos termos desta Lei passa a substituir o Plano Municipal de Turismo aprovado pela Lei nº 9.550, de 30 de novembro de 2020.

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.


LUIZ FERNANDO MACHADO
Prefeito Municipal

Registrada na Unidade de Gestão da Casa Civil do Município de Jundiaí, aos vinte e seis dias do mês junho do ano de dois mil e vinte e quatro, e publicada na Imprensa Oficial do Município.


GUSTAVO L. C. MARYSSAEL DE CAMPOS
Gestor da Unidade da Casa Civil

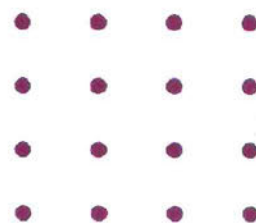
PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE JUNDIAÍ



2023 / 2024



TURISMO
Jundiaí



Sumário

Apresentação	4
Aspectos Metodológicos	6
Diagnóstico: Cenário Turístico de Jundiaí	9
Análise da Concorrência	24
Turismo Cultural	24
Itu - Análise da Concorrência – Turismo Cultural	25
Festas Tradicionais – Turismo de Eventos	26
Holambra - Análise da Concorrência – Festas	27
Turismo Gastronômico	28
Campinas (Distritos de Sousas e Joaquim Egídio) - Análise da Concorrência – Turismo Gastronômico	29
Vinho – Enoturismo – Turismo Enogastronômico	30
São Roque - Análise da Concorrência – Enoturismo	31
Serra do Japi – Ecoturismo	33
Turismo Rural	34
Acolhida na Colônia - Análise da Concorrência – Turismo Rural	35
Tendências do Turismo em Jundiaí	37
Jundiaí Destino Turístico Inteligente – Um capítulo à parte	43
Jundiaí: Um Destino em Sintonia com o Futuro	43
Jundiaí como Referência em Turismo Inteligente	44
Caminhando para um Futuro Brilhante	44
A Construção de uma Jundiaí Destino Turístico Inteligente	45
Prognóstico	52
Plano Municipal de Turismo	54

Planejamento do Turismo no Município	54
Diretriz Geral	57
Objetivos do Plano Municipal de Turismo	58
Metas	58
Programas	59
1. Programa de Articulação Institucional	59
2. Programa de Gestão Técnica e Planejamento Turístico	60
3. Programa de Desenvolvimento de Produtos Turísticos	63
4. Programa de Promoção e Comunicação Turística	64
Implementação	66
Prazos	66
Considerações Finais	67
Referências	68
Responsáveis Técnicos	70

Apresentação

O planejamento turístico tem sido a base para o desenvolvimento turístico de Jundiáí. Compreender as nuances deste desenvolvimento, compreender a organização do turismo local, perceber as variações e flutuações de demanda, tem sido fatores orientadores para o fomento ao turismo em Jundiáí.

O turismo tem crescido de forma substancial nos últimos anos, no município de Jundiáí. De acordo com dados da Pesquisa realizada pelo Departamento de Fomento ao Turismo da Prefeitura do Município de Jundiáí, somente em 2022, o município recebeu 1.282.429 turistas.¹

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.

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.

¹ Jundiáí: Turismo em Números 2022 - Pesquisa de Perfil da Demanda e Fluxo Turístico de Jundiáí. Departamento de Fomento ao Turismo.

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.

O primeiro Plano de Desenvolvimento Turístico do Município de Jundiáí foi desenvolvido nos anos de 2014 e 2015. Ao final de 2015, foi aprovada a Lei 8569, de 28 de dezembro de 2015, que institui a Política Municipal de Turismo de Jundiáí e aprova o Plano Municipal de Turismo. Em 2019, a atualização foi realizada pela primeira vez, tendo sido publicada no início de 2020, por meio da Lei 9550 de 30 de novembro de 2020 – Aprovação Revisão do Plano Municipal de Turismo.

Uma vez que o Plano Municipal de Turismo deve ser atualizado a cada três anos, com a participação efetiva do Conselho Municipal de Turismo, foram realizadas, ao longo de 2023, as Oficinas de Atualização do Plano Municipal de Turismo, resultado neste documento.

Com esse objetivo, foram realizadas três oficinas de planejamento participativo, quando foi realizada a análise do Plano de 2020, uma nova análise SWOT, análise das metas e objetivos, com a construção de um novo direcionamento para os próximos três anos, bem como uma nova diretriz geral para desenvolvimento do turismo local

Acima de tudo, pretende-se, por meio da elaboração dessa atualização, dar continuidade as estratégias já estabelecidas no primeiro e no segundo Plano, especialmente com foco na consolidação de Jundiáí 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.

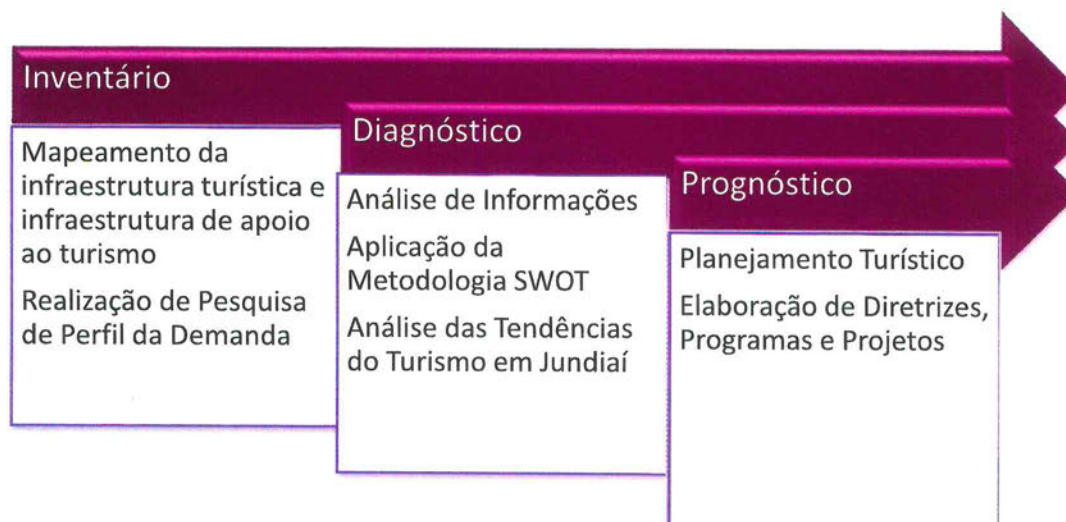


Figura 1. Etapas de Desenvolvimento do Plano Municipal de Turismo

A primeira etapa desenvolvida é a realização do Inventário da 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. Esta etapa também é chamada de pesquisa de campo.

No caso da atualização do Plano Municipal de Turismo de Jundiaí, a base, em termos de fonte secundária, foi edição anterior do Plano Municipal de Turismo (2020 / 2021), bem como o Inventário da Oferta Turística realizada para a SETUR (Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo - 2024).

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. Atualmente, o inventário tem sido elaborado utilizando-se a plataforma do estado, cujo preenchimento é compulsório a todos os municípios turísticos do estado.

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.

Essa pesquisa tem sido realizada de maneira digital, por meio de QR Codes espalhados pelos atrativos turísticos e meios de hospedagem da cidade e constitui o projeto **Olá Turista**.

Neste novo formato, a pesquisa fica disponível para o turista o ano todo e a consolidação de dados é realizada também de maneira automática e permanente, promovendo que tenhamos de maneira atualizada e perene o perfil do turista que visita Jundiaí.

Finalizada a etapa de pesquisa e 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.

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 cenário atual, 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 ele 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 que compõe o inventário foram sistematizados em um documento próprio, separado do Plano, embora entregue de maneira integrada.

É válido ressaltar que essa atualização utilizou como base o Plano Municipal de Turismo 2019/2020, estruturando, com isso, sua atualização.

Diagnóstico: Cenário Turístico de Jundiá

Embora Jundiá ainda apresente o setor da indústria e logística como principais eixos econômicos, o turismo tem despontado como um segmento bastante relevante no município.

Atualmente, o segmento representa, conforme dados da Secretaria de Turismo do Estado, 7% das empresas ativas no município. São mais de 3500 empresas instaladas em Jundiá, cuja atividade está diretamente relacionada ao segmento, com base nos CNAEs das mesmas.

Paralelo a isso, a ampliação do fluxo turístico local, mapeada nos últimos sete anos, aponta que o fluxo turístico do município tem crescido de maneira substancial, conforme pode ser visto na tabela e no gráfico a seguir:

Tabela 1. Tabela: Fluxo de Turistas em Jundiá – 2013/2022

Número de Turistas	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Turista de Negócios	148.892	120.830	130.496	145.372	189.045	195.355	366.805	95.302	344.706	391.575
Turista de Lazer/Rural	238.422	339.000	401.000	510.000	535.000	592.203	706.387	283.295	693.633	890.854
Total	387.314	459.830	531.496	657.388	724.045	787.558	1.073.192	378.597	1.038.339	1.282.429

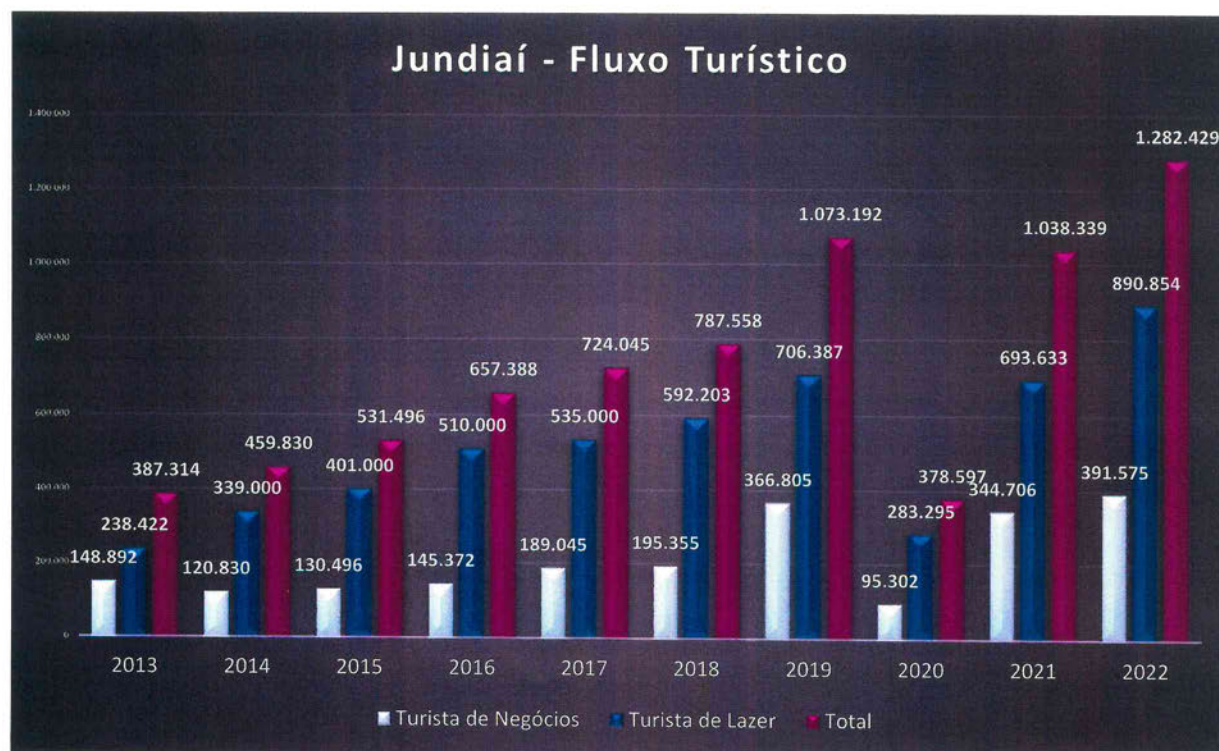


Gráfico 1. Evolução do Fluxo Turístico Local

O crescimento substancial do fluxo turístico local nos últimos anos tem se refletido na ampliação do número de atrativos existentes na cidade.

Atualmente, o município possui oito rotas turísticas consolidadas, rotas estas estruturadas a partir de uma análise da oferta existente e o estímulo à organização dessas regiões turísticas, tudo isso tendo como base o comportamento do turista na cidade, bem como seus interesses, identificados por meio de pesquisas.

Atrativos Turísticos

Tabela 2. Atrativos Turísticos de Jundiaí

Adegas	20 adegas
Museus	5 museus
Atrativos Turísticos	226 atrativos
Parques	7 parques
Fazendas (com estrutura para recepção turística)	3 fazendas
Sítios Produtivos/Empreendimentos com atividades de turismo rural	86 empreendimentos

A taxa média de ocupação dos meios de hospedagem em 2022 alcançou 71% conforme mapeamento do Fluxo Turístico realizado.

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, cerca de 70% do fluxo que vem a cidade.

Somente em 2022, quase 900 mil turistas visitaram Jundiaí em virtude dos atrativos turísticos e de lazer existentes.

Atualmente, a região compreendida pela Rota da Uva concentra um representativo fluxo de visitantes, em especial aos finais de semana. Conforme pesquisa realizada pelo Departamento de Fomento ao Turismo, todos os finais de semana, mais de 14 mil turistas circulam por esta região da cidade.

A Rota da Uva, formada pelo bairro do Caxambu, Toca, Roseira, Colônia e adjacências, concentra mais de 40 atrativos turísticos da cidade, em sua maioria vinculados ao segmento de turismo rural e gastronômico.

A produção de frutas, uma das características do desenvolvimento agrícola jundiaiense, ainda é uma marca dessa região e de cinco rotas turísticas da cidade, 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 o 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 jundiaienses, estas práticas se incutiram no dia a dia da cidade.

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

Além disso, a produção de vinhos, inicialmente 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 20 adegas de produção artesanal de vinhos em funcionamento, que compõe a Rota do Vinho de Jundiaí.

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 predominantemente 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 e foram a base para a estruturação das Rotas Turísticas existentes, hoje, no município, a saber: Rota da Uva, Rota do Vinho, Rota da Cultura Italiana, Rota da Terra Nova, Rota do Castanho. Além dessas Rotas, efetivamente vinculadas ao turismo rural, o município oferece ainda a Rota do Centro Histórico, construída a partir do patrimônio histórico e cultural do município, Rota da Cerveja Artesanal, que conta com mais de 18 empreendimentos, entre fábricas, *brewpubs*, *taps* e bares especializados e a Rota do Brincar, que reúne atrativos segmentados, voltados a criança, a partir do projeto Jundiaí Cidade das Crianças.



Figura 2. Marcas das Rotas Turísticas de Jundiaí

Com relação à relevância do turismo rural, é 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 predominância para a variedade Isabel e a Niágara Branca.



Figura 3. Uva Niágara Rosada de Jundiaí

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: caqui, morango, pêssgo, ameixa, figo,

goiaba, e, mais recentemente, a lichia, amoras, mexerica, pitaia e inúmeras outras 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.

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.

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

Em especial a Festa da Uva que, em 2024, trouxe para o município mais de 242 mil visitantes, os eventos do município têm atraído um significativo número de visitantes para a cidade. Turistas de mais de 400 cidades, todos os estados e, inclusive, turistas estrangeiros de mais de 30 países têm visitado o evento, que acontece sempre no final do mês de janeiro – época de forte produção da uva.



Figura 4. Cerimônia da Pisa da Uva

Além da Festa da Uva, eventos como a 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 e eventos de natureza técnica, 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 178 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 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 visita à 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 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 eventos e o espaço é gerenciado e administrado pelo Departamento de Fomento ao Turismo do Município.

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

Criado pela CIJUN, administrado e gerido pelo Departamento de Fomento ao Turismo, o site é a segunda página mais visitada da Prefeitura de Jundiaí, (a primeira trata-se da página relativa a unidades de gestão municipais). Atualmente, recebe uma média de 20 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.

Mais recente, há também o site específico das Rotas Turísticas do município: www.rotasturisticas.jundiai.sp.gov.br. Este site concentra informações de todos os atrativos das rotas, o histórico das mesmas e o mapa temático dessas regiões turísticas.

Além dos sítios, o Departamento de Fomento ao Turismo mantém ativas algumas páginas no Facebook, objetivando promover os atrativos do município e prestar outros serviços e páginas também no Instagram.

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.

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. Há, no Instagram, o IG @turismojundiai que divulga os empreendimentos, atrativos e eventos locais.

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 do Departamento de Fomento ao Turismo e Unidade de Gestão de Cultura, além de representantes do setor de formação profissional em turismo.

Ao Conselho cabe também, de maneira integrada com o Departamento de Fomento ao 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 o Departamento de Fomento ao 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, o Departamento de Fomento ao Turismo trabalhado ativamente objetivando estruturar e fortalecer as referidas rotas, 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 do Castanho, na região do bairro do Castanho, Rota do Vinho, essa, não linear, mas incluindo todas as 20 vinícolas e adegas da cidade e Rota do Centro Histórico, 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, incluindo mais de 100 pontos de interesse turístico, além da Rota da Cerveja Artesanal, que inclui fábricas de cerveja artesanais, *brew pubs* e bares especializados, Rota do Brincar, que reúne atrativos vinculados ao Projeto Jundiaí Cidade das Crianças e a nova Rota dos Sabores, em estruturação, reunindo empreendimentos dos bairros Corrupira, Fernandes, Rio Acima, Champirra, São José e adjacências.

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.

O fluxo turístico tem crescido de maneira orgânica nos últimos anos, como resultado dos diversos projetos que têm sido realizados na cidade. Com exceção do ano de 2020, em que, em função da pandemia, houve retração no fluxo, nos demais anos, o crescimento foi exponencial. Em 10 anos, o fluxo turístico do município ampliou-se em 331%, conforme apontou o estudo “Jundiaí: Turismo em Números” realizado pelo Departamento de Fomento ao Turismo.

A hotelaria, por sua vez, manteve-se com uma boa taxa de ocupação ao longo dos últimos anos, mas ainda com potencial de crescimento, em especial para o fluxo aos finais de semana, que varia entre 30 e 40% de ocupação. No ano de 2023, a taxa média de ocupação dos meios de hospedagem foi de 63,5%.

O crescimento no setor e as boas taxas de ocupação registradas têm sido um termômetro para atrair novos investimentos, em especial com a implantação de novos restaurantes e novos empreendimentos turísticos, o que tem sido observado nos últimos anos.

Atualmente, o setor de alimentos e bebidas possui mais de 410 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.

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 250 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 600 feiras itinerantes.

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 eles participam.

O Programa Jundiaí Feito à Mão foi criado e é gerido e coordenado pelo Departamento de Fomento ao Turismo.

O Departamento de Fomento ao Turismo, vinculado à Unidade de Gestão de Agronegócio, Abastecimento e Turismo possui hoje uma estrutura pequena. É formado por uma diretora, que é turismóloga, e três assessoras, uma turismóloga, uma assessora especializada em artesanato e uma assessora administrativa, um fiscal de posturas municipais além de dois estagiários, estudantes de turismo e eventos, que atuam no Centro de Informações Turísticas. 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.

O Departamento de Fomento ao Turismo é também responsável pela organização da Festa da Uva, que foi, desde 2013, totalmente reformulada por sua equipe e hoje é realizada com participação do Agronegócio e da Unidade de Gestão de Cultura.

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 800 atrações, todas de Jundiaí. Bandas, grupos, orquestras de viola, duplas sertanejas, grupos teatrais, grupos de dança, performances, 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. Somente na última edição, participaram mais de 1500 artistas locais, na programação da Festa. A Festa recebeu em 2024, mais de 242 mil visitantes, provenientes de 495 cidades, todos os estados brasileiros, Distrito Federal e 30 países.

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 100 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 e das Rotas Turísticas. 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, incluindo a coxinha de queijo, registrada, desde 2018, como patrimônio imaterial da cidade.

Tem sido realizado também durante a Festa, a Expo Vinhos. O evento reúne cerca de 15 adegas de produção de vinho local, que oferecem degustação e comercializam o vinho e outros produtos correlatos ao longo dos 13 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 dos passeios turísticos, que são gerenciados por operadoras locais de turismo, todas as demais atrações são gratuitas, tão qual o acesso ao evento.

Também não há comercialização de espaços, sendo que todas as áreas de exposição são cedidas gratuitamente aos expositores. A Festa da Uva de 2024 teve um investimento de R\$ 8 milhões e gerou, em termos de comercialização de produtos, R\$ 32 milhões em vendas durante o evento.

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 em relação a renda gerada diretamente pela atividade, ao longo do ano de 2022 foram injetados U\$ 173.016.095,49, levando-se em consideração o gasto médio dos turistas de negócios e lazer que visitaram a Jundiaí.

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 4º. melhor IDH do estado de São Paulo), favorece, em diversos aspectos, a atividade turística.

A cidade de Jundiaí é a segunda melhor do Brasil para se viver entre os municípios com mais de 300 mil habitantes (porte médio), segundo o Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal (IFDM). O IFDM é um estudo do Sistema FIRJAN que acompanha anualmente o desenvolvimento socioeconômico de todos os mais de 5 mil municípios brasileiros em três áreas de atuação: emprego e renda, educação e saúde.

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 90% dos entrevistados apontaram que suas expectativas com relação a estada foram correspondidas ou superadas.

88% dos entrevistados, ao serem questionados se retornariam à cidade, afirmaram que certamente retornariam.

É importante salientar, ainda dentro do Panorama Turístico de Jundiaí, que o município foi classificado como Município de Interesse Turístico pelo Governo Estadual no ano de 2017. Essa classificação tem possibilitado o investimento em projetos que tem beneficiado o município, como a implantação de sinalização turística nas Rotas Turísticas do Município e implantação dos totens de identificação das Rotas Turísticas locais, entre outros projetos.

Além disso, em 2019, 2021 e 2023 o município recebeu o Prêmio Top Destino Turístico na Categoria Turismo Rural, o que demonstra o destaque que o segmento possui na cidade.

Os empreendimentos de turismo rural cresceram, nos últimos 10 anos, 166%, alcançando 84 empreendimentos, atualmente.

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

Tabela 3. ISS do Turismo

	2019	2020	2021	2022	2023
Valor arrecadado pela Atividade Turística	R\$ 13.609.086,12	R\$ 11.392.308,32	R\$ 15.055.261,52	R\$ 14.794.903,59	R\$ 14.294.372,22
Percentual Frente ao Total Arrecadado pelo Município	4,4649%	3,9847%	4,4120%	3,3588%	2,8785%

Fonte: Módulo Auditor do Sistema GISS Online – Relatório Utilizado: 3.02.18 – Ranking de Arrecadação por serviço detalhado por empresas. Empresa responsável: EICON – Inteligência em Controles

O valor arrecadado pelo ISS do Turismo é também representativo. Em média, representa 3% da arrecadação total da cidade, sendo considerados, para este mapeamento, os serviços de hospedagem, agenciamento turístico, locação de veículos, transporte turístico, câmbio e organização de eventos.

Análise SWOT

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

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.

Tabela 4. Análise SWOT– Pontos Fortes

Qualidade de vida
Localização e fácil acesso
Existência da atividade rural
Conectividade de atrativos públicos
Oferta de produtos turísticos consolidados
Identidade turística consolidada (turismo rural)
Festas tradicionais
Organização das rotas turísticas
Preservação da tradição e cultura
Reconhecimento internacional da diversidade turística
Escolha da cidade em programas estaduais e federais
Região turística desenvolvida (Circuito das frutas)
Inserção midiática positiva
Paisagens naturais conservadas
Parque industrial sólido
Classificação como MIT
Construção coletiva
Tradição na produção de frutas
Qualidade do artesanato superior à região
Sede de eventos importantes
Sites e redes sociais atualizadas
Visibilidade na mídia por diversos rankings
Diretoria de turismo técnica
Excelente articulação com sistemas e esferas estaduais/federais
Proximidade à grandes cidades, aeroportos e rodovias
Quantidade e diversidade de vinícolas
Aumento do interesse e das opções de gastronomia rural (Pós pandemia)
Redes hoteleiras instaladas
255 artesãos cadastrado no Programa Jundiaí Feito à Mão
Participa de Instância de governança regional/consórcio
Faz parte de um distrito turístico
Possui legislação de turismo rural
Oferece qualificação de mão-de-obra
Berço da Uva Niágara Rosada
Gastronomia com mais de 400 opções
Oferta de agências de receptivo e guias de turismo
Cidade com história de mais de 360 anos

Tabela 5. Análise SWOT – Pontos Fracos

Especulação imobiliária (Área rural)
Falta conservação/infraestrutura em vias públicas
Mão-de-obra (Ausência)
Faltam meios de hospedagem (Rural/Urbana)
Falta de união do trade*
Falta de mobilidade urbana*
Deficit de Acessibilidade*
Ausência de atrativos noturnos
Falta de estética/Beleza no centro/Cartão postal
Descaracterização do comércio no centro histórico
Horário de funcionamento dos empreendimentos insuficiente
Falta definir público alvo/persona de cada rota turística
Concentração do fluxo turístico em uma única rota
Falta sinalização turística*
Falta de incentivo e valorização da capacitação*
Conectividade ruim em áreas rurais (Wi-fi)*
Falta de souvenirs nas rotas
Falta de transporte público (Horários limitados)
Falta de atrativo para adolescentes
Falta de disponibilidade de produtos locais, em determinados atrativos

* Indicadores de Diagnóstico para Destinos Turísticos Inteligentes

Tabela 6. Análise SWOT - Oportunidades

Implantação de Stopover
Percepção do turista (Em busca de experiências/serviços personalizados)
Redução do combustível
Alta do dolar (Turismo interno)
Visibilidade do turismo rural (Maior procura)
Restabelecimento da linha férrea
Fim da pandemia de covid
Condição climática favorável
Aumento turismo rodoviário

Tabela 7. Análise SWOT - Ameaças

Guerra
Pandemia
Desastres naturais
Crises econômicas e política
Mudanças de governo
Pragas agrícolas
Avanço tecnológico (Substituição de cargos/emprego)
Fake news
Legislação estadual e federal (Reformas tributárias)
Aumento da marginalidade de jovens
Instabilidade econômica (Miséria)
Violência e saúde mental
Gripe aviária (Pandemias)
Mudanças climáticas
Conectividade (Telefonia)

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 eles 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.

Em virtude de poucas modificações significativas em termos de mercado, a análise da concorrência de Jundiaí não se alterou da segunda para a terceira edição do Plano Municipal de Turismo.

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

Turismo Cultural



Figura 5. 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.

Jundiá oferece, hoje, em função de sua maravilhosa trajetória, um patrimônio riquíssimo.

Prédios, monumentos, museus, as antigas oficinas da Companhia Paulista de Estrada de Ferro, hoje conhecida como Espaço Expressa, 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 Jundiá 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.

Todos esses atrativos encontram-se organizados e consolidados na Rota do Centro Histórico do município, composta por mais de 100 pontos de atração.

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 Jundiá, destaca-se o município de Itu, que, embora nacionalmente conhecido pelo 'exagero', possui um patrimônio histórico e cultural invejável.

Tabela 8. Concorrência Turismo Cultural

Pontos Fortes	Pontos Fracos
•Diversidade de atrativos de valor histórico cultural; •Atrativos de turismo cultural, presentes no quadrilátero histórico, funcionam aos finais de semana e feriados; •Roteiros permanentes vinculados ao turismo cultural realizados no município; •Fluxo permanente de 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;

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 a 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 6. 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 89 anos em 2023, 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 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.

Tabela 9. Concorrência Eventos

Pontos Fortes	Pontos Fracos
•Diversidade de atrativos no evento; •Reconhecimento como principal evento no setor; •Evento oferece, além dos inúmeros atrativos, passeios turísticos em propriedades produtivas de flores; •Evento valoriza a tradição holandesa em seus diversos atrativos e na gastronomia oferecida; •Evento recebe grupos organizados e excursões de todo o Brasil; •Realiza divulgação em nível estadual, com foco nos principais centros emissores de turistas do estado (São 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 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 jundiáense são realmente fantásticos. São mais de 400 restaurantes em Jundiáí e 90 pizzarias.



Figura 7. 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 Boulevard 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 da Rota da Uva e adjacências tem registrado mais de 14 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.

Tabela 10. Concorrência Turismo Gastronômico

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

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

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

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

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

Vinho – Enoturismo – 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 20 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 8. Adega Maziero - 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.

Atualmente, as adegas e vinícolas de Jundiaí reúnem-se na Rota do Vinho.

São Roque - Análise da Concorrência – Enoturismo

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

São cidades com origens muito parecidas e com histórias que se cruzam na questão da produção de uvas e vinhos, contanto, inclusive, com pesquisas realizadas de maneira concomitante em razão do expressivo volume de produção de ambas.

Tabela 11. Concorrência Enoturismo

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

São Roque se estruturou ao longo dos últimos anos como um importante núcleo receptivo de turistas interessados na produção de vinhos. Embora o estado de São Paulo não possua tradição na produção de vinhos, já que outras regiões têm 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, além da realização, nos últimos anos, de uma série de eventos que compõe a celebração do Dia do Vinho, sempre no primeiro domingo de junho. Este evento, celebrado em nível nacional, é aberto com um brinde coletivo, que

reúne mais de 10 mil participantes em cada edição, além de diversos eventos e experiências nas adegas e vinícolas. As comemorações são finalizadas com uma feira realizada no Maxi Shopping.

Serra do Japi – Ecoturismo

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

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

Sem dúvida, sabe-se que o patrimônio natural da Serra do Japi possui relevância indiscutível e sabe-se também do enorme interesse dos turistas, visitantes e da própria população em conhecer este patrimônio. Infelizmente, no entanto, em função de uma legislação ambiental bastante restritiva, as visitas e a utilização turística têm sido reguladas e realizadas somente com foco em educação ambiental.

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

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

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

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

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

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

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

Turismo Rural



Figura 9. 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 80 atrativos vinculados a atividade, enquanto no Circuito, somamos mais de 160 empreendimentos.



Figura 10. 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.

Em 2019, 2021 e 2023, Jundiaí recebeu o Prêmio Top Destino Turístico na Categoria Turismo Rural, consolidando-se como o principal destino de destaque neste segmento no estado de São Paulo.

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.

Tabela 12. Concorrência Turismo Rural

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

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

O trabalho associado entre os integrantes junto ao fato de o 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 e no mundo.

As questões relacionadas ao comportamento do turista têm direcionado a análise de tendências no segmento, mas além delas, destacam-se e estão também as tendências em termos de modificação do comportamento do consumidor em geral.

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

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

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

A essência dos termos concentra-se na criação de experiências e emoções que o consumo de determinado produto propicia ao consumidor, oportunizando vivências individualizadas e, desta forma, singulares. O consumo de um produto satisfaz não apenas uma necessidade evidente e racional, mas gera uma série de outras satisfações de âmbito subjetivo, que valoriza as relações humanas, a empatia entre outras características.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Todo este contexto, intensifica sobremaneira o interesse pelas práticas de um turismo que se desvinculam completamente da ideia de massa. O turismo rural, o enoturismo 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 recente do número de empreendimentos de hospedagem no município impactou diretamente o setor. Até o final de 2017, três novos meios de hospedagem de grande porte foram instalados na cidade.

Estes novos empreendimentos duplicaram o número de unidades habitacionais disponíveis e, foram responsáveis por promover o reposicionamento do segmento como um todo na cidade, já que, passou a ver 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 tornou necessário um redirecionamento em termos de perfil de público-alvo, diversificando, desta forma, não somente o perfil de público, mas também os segmentos atendidos. Isso foi claramente percebido quando da aproximação destes meios de hospedagem, em especial motivados pelos novos empreendimentos, do Conselho Municipal de Turismo e das Rotas Turísticas.

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

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

Obviamente, trata-se, este, de um setor que requer investimentos específicos, em especial em infraestrutura. Assim, Jundiaí somente poderá ser beneficiada caso haja uma ampliação nos espaços de eventos disponíveis e a implantação de espaços de maior porte. A cidade tem todas as características para abrigar um centro de convenções de grande porte, o que trará efetivos benefícios econômicos para o município, caso o mesmo venha a ser implantado.

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

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

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

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

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

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.

As alterações nos padrões econômicos, com foco nas modificações de comportamentos, hoje mais interessados em produtos colaborativos do que produtos competitivos, também tem impactado o mercado local.

O surgimento de serviços relacionadas a economia do compartilhamento, como o UBER, por exemplo e todos os demais aplicativos com serviços similares, melhoraram substancialmente o serviço de transporte oferecido ao turista, realizado à preços justos. Isso facilitou seu deslocamento dentro da cidade, intensificando o acesso a mais atrativos turísticos.

Na mesma medida, a diversificação das formas de hospedagem, como os serviços oferecidos pelo Airbnb e sistemas correlatos também tem interferido e virão a interferir cada vez mais no turismo local, incentivando o reposicionamento dos meios de hospedagem e promovendo a diversificação de atrativos. Jundiaí já oferece mais de 300 tipos de acomodações dessas modalidades cadastrados nesse sistema.

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.

Para o ano de 2024, as principais tendências de mercado para o turismo são as seguintes:²

- Desconstrução dos Hábitos de Consumo: Os viajantes estão questionando padrões antigos e buscando alternativas mais alinhadas com seus valores e necessidades.

² Fontes: inteligenciademercado.rj.sebrae.com.br; sebrae.com.br; diariodoturismo.com.br; turismodocentro.pt

- Inteligência Artificial e Transição Digital: O uso de ferramentas de IA está se tornando mais comum, e a transição para interfaces digitais é uma realidade crescente.
- Conteúdos como Distração e Prazer: Os consumidores buscam experiências que os distraiam e proporcionem prazer, especialmente em um mundo cada vez mais estimulante.
- Consumo Sustentável: A cobrança por práticas “verdes” está influenciando as escolhas dos viajantes.
- Polarização como Direcionadora de Consumo: As opiniões políticas e sociais estão afetando as decisões de viagem.
- Viagens Individuais: Cada vez mais pessoas estão dispostas a viajar sozinhas, seguindo seus próprios interesses.
- Desconexão e *Off-Grid*: Viajantes desejam desconectar-se da realidade e experimentar viagens minimalistas, aprendendo habilidades de sobrevivência.
- Exploração de Lugares Menos Conhecidos: Os participantes desejam experiências “fora da zona de conforto” que ultrapassem seus limites.
- Nostalgia e Memórias: A inclusão de atividades nostálgicas nas férias é uma tendência crescente.

Essas tendências refletem a evolução contínua do comportamento do consumidor no setor de turismo e oferecem insights valiosos para empresas que desejam se adaptar e prosperar no mercado em constante mudança.

Acompanhar essas tendências é fundamental para que o Destino Turístico Jundiaí possa manter seu posicionamento de mercado e uma das estratégias, a partir das próprias tendências identificadas é a implantação do conceito de Destino Turístico Inteligente, que passa a compor as estratégias deste plano.

Além das tendências ora apresentadas, há três assuntos que compõe as tendências e que precisam ser consideradas e introduzidas neste plano de turismo.

A metodologia de implantação de destinos turísticos inteligentes passa a, necessariamente, compor qualquer estratégia de planejamento de um destino turístico.

A implementação de tecnologias que convertam destinos turísticos em destinos inteligentes é hoje uma tendência mundial.

A conceituação de “destino turístico inteligente” foi definida pela *Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P (SEGITTUR)*, da Espanha, em 2013, como “um espaço turístico inovador, acessível a todos, consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda que garante o desenvolvimento sustentável do território, que facilita a interação e integração do visitante com o entorno e incrementa a qualidade da sua experiência no destino e a qualidade de vida dos residentes”. Os destinos turísticos inteligentes se baseiam em três pilares: governança, tecnologia e desenvolvimento

sustentável. Assim, faz-se necessária uma atuação no destino com base nestes três eixos, que compõe um DTI (Destino Turístico Inteligente).

Além do conceito de DTI, a ESG tem se aproximado também das práticas do turismo. A sigla ESG vem do inglês e significa *Environmental, Social and Governance* (Ambiental, Social e Governança). Em português, ASG (Ambiental, Social e Governança), estabelece práticas, dentro das empresas, relacionadas a questões do meio ambiente, sociais e de governança.

Em poucas palavras, essa sigla representa o compromisso das empresas com boas práticas ambientais (E, de “*environment*”, em inglês), sociais (S, de “*social*” em inglês) e de governança (G, de “*governance*” em inglês). Esse conceito está sendo adotado por empresas, projetos e destinos que buscam desenvolvimento sustentável e a geração de valor e precisa ser apropriado como um direcionamento para o planejamento dos destinos turísticos.

Finalmente, e não menos importante, a Inteligência Artificial também é uma importante tendência e que perpassa também o turismo.

A inteligência artificial (IA) está transformando a indústria do turismo de várias maneiras, tornando as viagens mais eficientes e personalizadas, além de facilitar o desenvolvimento de destinos e produtos turísticos mais sustentáveis.

Uma das formas de uso é por meio das Recomendações Personalizadas: Utilizando IA, os destinos podem oferecer sugestões de atividades, hotéis e restaurantes baseadas nas preferências e histórico de viagens dos próprios turistas, melhorando sua experiência no destino.

Chatbots e Assistência Virtual também são ferramentas acessíveis e que, alimentados por IA, podem fornecer atendimento ao cliente em tempo real, respondendo a perguntas e auxiliando no planejamento de viagens. Em termos de planejamento turístico, a IA tem capacidade de analisar grandes volumes de dados para identificar tendências e padrões, ajudando o destino a otimizar a gestão e a tomada de decisões estratégicas. É uma ferramenta que, portanto, se tornará fundamental para o planejamento turístico.

Para viajantes internacionais, a IA pode oferecer serviços de tradução em tempo real, facilitando a comunicação e a experiência, sendo bastante útil em meios de hospedagem e restaurantes.

Além disso, a IA pode contribuir para práticas sustentáveis no turismo, como a otimização de rotas para reduzir a pegada de carbono, ajudando a turistas e empreendimentos com soluções mais sustentáveis e opções com menos impacto em seus negócios e durante a permanência do turista.

A adoção dessas tecnologias pode ajudar a criar experiências mais ricas e personalizadas, ao mesmo tempo em que melhora a eficiência operacional dos destinos

A IA é uma tendência e seu uso ainda está sendo iniciado. O desenvolvimento rápido de novos usos para essa ferramenta precisa ser olhado com atenção. Ademais, as novas tecnologias surgem diariamente e o destino

precisa estar alinhado com as mesmas, a fim de que se aproveite dessas oportunidades e não fique para trás em termos de desenvolvimento turístico.

Jundiaí Destino Turístico Inteligente – Um capítulo à parte

El destino turístico inteligente es como um espacio innovador, accesible a todos, apoyados em uma estrutura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, y facilita la interacción e integración del visitante com el entorno, incrementando la calidad de su experiencia em el destino.

SEGITTUR – Plan Nacional y Integral de Turismo - PNIT

Jundiaí, um município vibrante no coração de São Paulo, pulsa com a energia de um polo industrial, comercial e cultural em constante evolução. Mas, e se essa pujança pudesse ser aliada à inteligência turística, transformando a cidade em um destino turístico exemplar? É nesse cenário que a metodologia de DTI (Destino Turístico Inteligente), inspirada no modelo espanhol da Segittur, surge como um mapa do tesouro para desvendar um futuro promissor para Jundiaí.

Jundiaí: Um Destino em Sintonia com o Futuro

Adotar a metodologia DTI significa abraçar a inovação e a sustentabilidade como bússolas para o desenvolvimento turístico de Jundiaí. Essa visão holística, que coloca os pilares da governança, tecnologia, acessibilidade, sustentabilidade e inovação no centro das ações, trará consigo uma série de benefícios para a cidade e seus visitantes.

Para a Comunidade Jundiaiense:

Mais Qualidade de Vida: Gestão eficiente dos recursos, otimização dos serviços públicos e um ambiente mais seguro e conectado. Jundiaí se torna um lar ainda mais agradável para seus habitantes.

Novas Oportunidades: Aumento do fluxo turístico gera mais empregos, renda e oportunidades de negócio, impulsionando a economia local e fomentando o empreendedorismo.

Valorização da Cultura: A preservação do patrimônio histórico e cultural se torna prioridade, fortalecendo a identidade local e promovendo o turismo cultural.

Acessibilidade para Todos: A cidade se torna mais inclusiva, acolhendo turistas e moradores com diferentes necessidades, garantindo o acesso universal aos seus atrativos.

Para os Visitantes:

Experiência Personalizada: Uso de dados e inteligência artificial para oferecer roteiros turísticos personalizados, atender às necessidades individuais e proporcionar uma experiência única a cada visitante.

Informações em Tempo Real: Aplicativos, totens interativos e plataformas digitais garantem acesso instantâneo a informações relevantes sobre a cidade, como eventos, restaurantes, transporte e pontos turísticos.

Mobilidade Inteligente: Integração de diferentes meios de transporte, incluindo opções sustentáveis, facilita o deslocamento pela cidade e otimiza o tempo dos turistas.

Sustentabilidade na Prática: Adoção de práticas ecologicamente corretas na gestão dos recursos naturais, na infraestrutura turística e na prestação de serviços, minimizando o impacto ambiental e promovendo o turismo responsável.

Jundiaí como Referência em Turismo Inteligente

Ao implementar a metodologia DTI, Jundiaí se posiciona como referência em turismo inteligente no Brasil, inspirando outras cidades e se destacando no cenário internacional. A cidade se torna um modelo de gestão turística inovadora, sustentável e eficiente, atraindo turistas do mundo todo e impulsionando o desenvolvimento local.

Caminhando para um Futuro Brilhante

A jornada para transformar Jundiaí em um DTI exige compromisso, colaboração e trabalho em conjunto entre o poder público, a iniciativa privada e a comunidade. Através da união de esforços, expertise e paixão pela cidade, Jundiaí tem o potencial de se tornar um destino turístico exemplar, vibrante e acolhedor, beneficiando seus habitantes e visitantes por muitos anos.

Adotar a metodologia DTI é mais do que apenas implementar ferramentas tecnológicas. É abraçar uma nova visão de futuro para Jundiaí, onde a inteligência, a sustentabilidade e a inovação se unem para criar um destino turístico único e próspero.

A Construção de uma Jundiaí Destino Turístico Inteligente

Tendo sido identificada como meta para a gestão, o processo de desenvolvimento inerente a levar uma cidade a converter-se como um Destino Turístico Inteligente é um processo complexo e que requer muito planejamento.

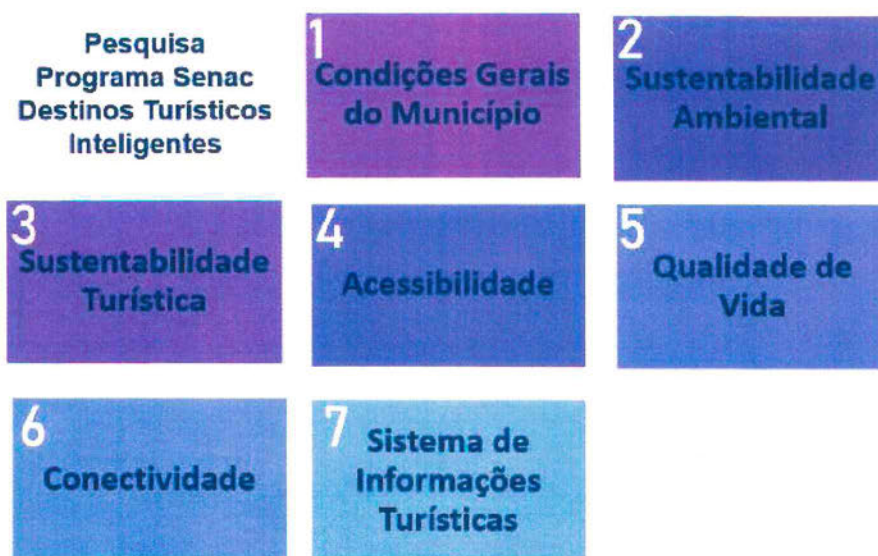
A primeira etapa do processo está em realizar-se o Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI. No caso de Jundiaí, o referido diagnóstico foi realizado pelo PROGRAMA SENAC DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES e trouxe um comparativo de 2018 e 2021 dos indicadores do município Jundiaí versus a média geral.

A região turística “Circuito das Frutas”, através do Atendimento Corporativo, contratou o SENAC Jundiaí, para a implementação de programa de capacitação e assessoria dirigida aos seus municípios associados. A ação teve como objetivo analisar o cenário da região com relação aos indicadores do *Sistema Autodiagnostico DTI* (Destino Turístico Inteligente) do Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas da cidade de Valencia – Espanha. Os indicadores surgem de 70 perguntas que foram adaptadas ao Brasil pelo Senac SP e aplicada em 114 municípios paulistas, da qual também participou o município de Jundiaí, no ano de 2018.

O programa para o Circuito das Frutas teve início em junho de 2021 e finalizou em outubro de 2022, com encontros remotos e presenciais.

O diagnóstico contemplou sete indicadores, conforme imagem a seguir:

Figura 11. Indicadores DTI - SENAC

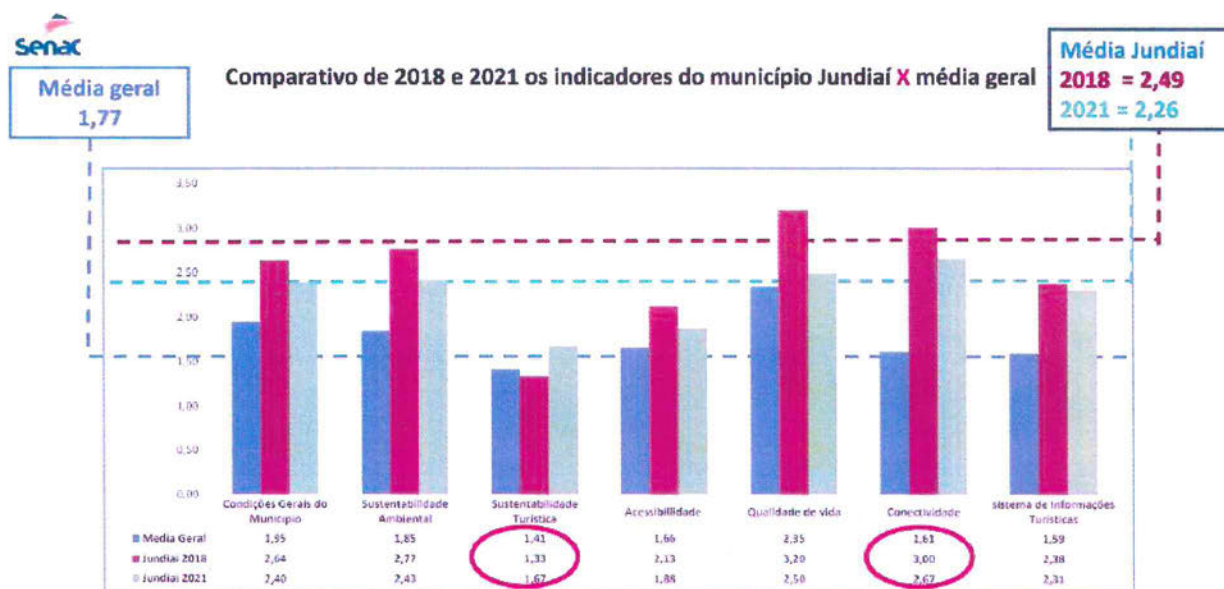


Fonte: SENAC/SP

Para cada um dos indicadores apontados, há uma série de questões que são avaliadas e consideradas, a fim de que se perceba o nível de desenvolvimento do município, relacionado aos diferentes aspectos necessários a consolidação de um destino turístico inteligente.

Além do diagnóstico realizado em 2018, o Senac SP disponibilizou o formulário em 2021 para nova avaliação, quando foi possível realizar-se o comparativo entre os dois momentos de desenvolvimento da cidade.

Gráfico 2. Comparativo 2018/2021 de Indicadores de Jundiaí x Média Geral



Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

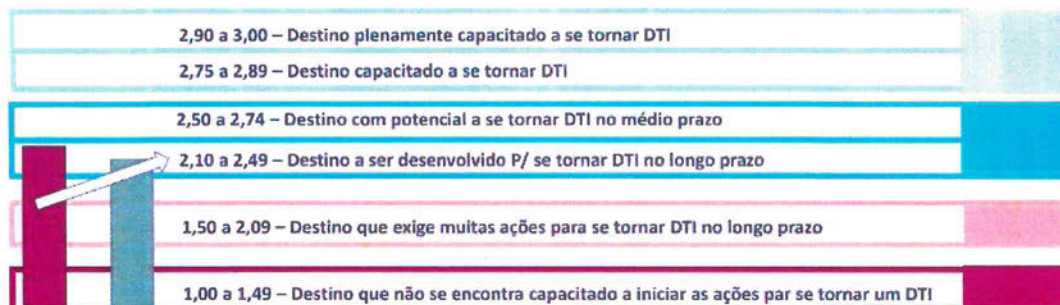
Embora o município de Jundiaí tenha apresentado um desempenho significativamente maior do que a média do Estado, a classificação geral ainda está aquém àquela necessária para que a cidade seja considerada um Destino Turístico Inteligente.

As áreas de sustentabilidade turística e conectividade são indicadores que requerem um importante trabalho, a fim de que sejam melhorados de maneira significativa, e, desta forma, contribuam com um posicionamento de Jundiaí como Destino Turístico Inteligente, como pode ser observado nos parâmetros classificatórios do projeto, apresentados a seguir:

Figura 12. Parâmetros Classificatórios para categorização de Destino Turístico Inteligente



Parâmetros classificatórios com pontuação mínima e máxima para cada faixa, no que tange ao estágio de desenvolvimento turístico com a finalidade de implantação um plano de ações para se tornar um futuro DTI



2018
(2,49)

2021
(2,26)

Estagio do Município Turístico de Jundiaí/SP

Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

Como anteriormente mencionado, cada um dos indicadores foi avaliado individualmente, com foco em mensurar o desenvolvimento do município em cada um dos parâmetros apresentado.

Gráfico 3. Condição Geral do Município – Indicador DTI



INDICADOR 1 – CONDIÇÃO GERAL DOS MUNICÍPIOS



No comparativo de 2018 e 2021, quatro itens do indicador das condições gerais de Jundiaí estão **abaixo** da média geral dos municípios pesquisados.

Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

Gráfico 4. Sustentabilidade Ambiental – Indicador DTI



INDICADOR 2 – SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL



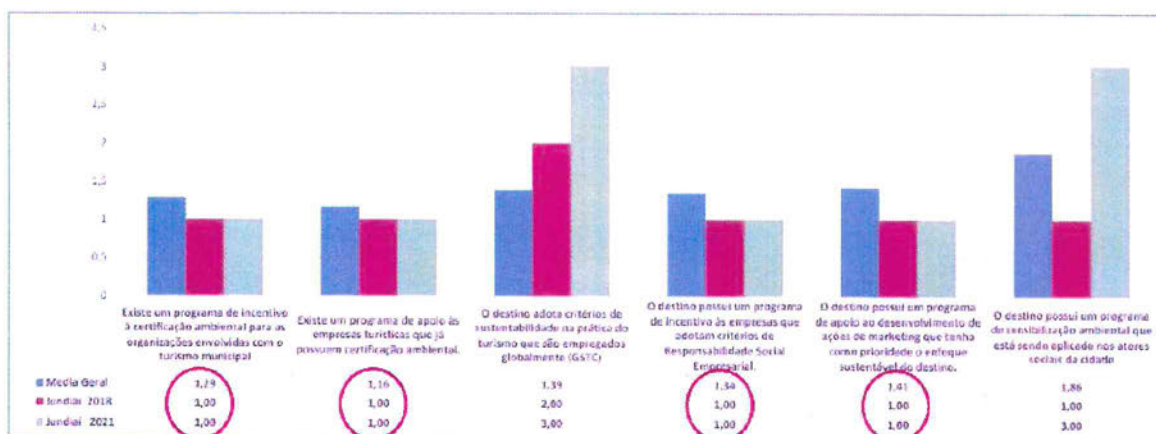
No comparativo de 2018 e 2021, oito itens do indicador de sustentabilidade ambiental de Jundiá estão **abaixo** da média geral dos municípios pesquisados.

Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

Gráfico 5. Sustentabilidade Turística – Indicador DTI



INDICADOR 3 – SUSTENTABILIDADE TURÍSTICA



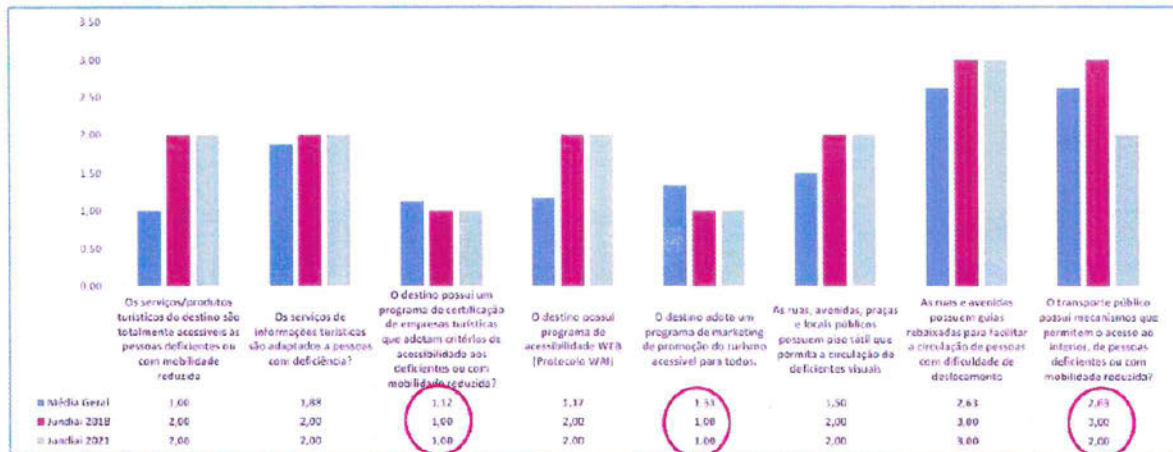
No comparativo de 2018 e 2021, quatro itens do indicador de Sustentabilidade Turística de Jundiá estão **abaixo** da média geral dos municípios pesquisados.

Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

Gráfico 6. Acessibilidade



INDICADOR 4 – ACESSIBILIDADE



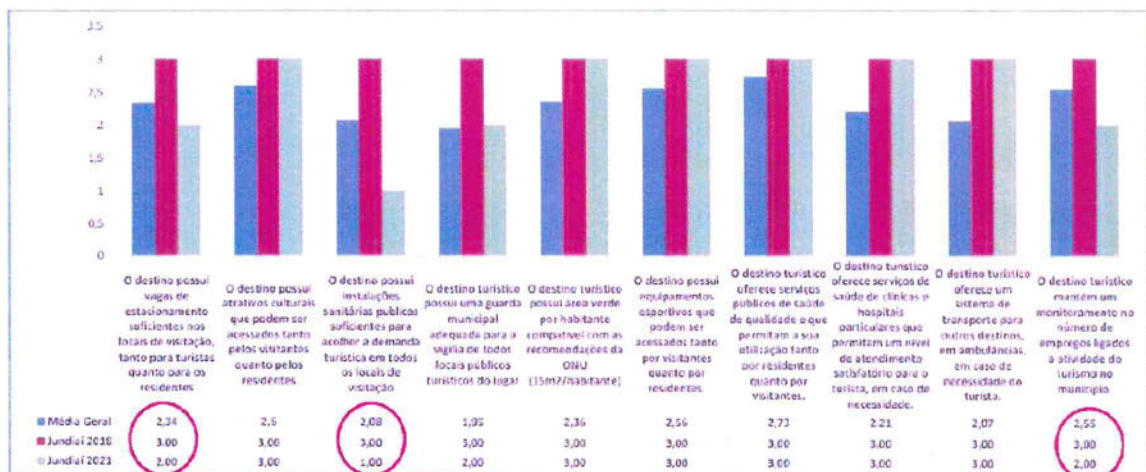
No comparativo de 2018 e 2021, três itens do indicador de Acessibilidade de Jundiaí estão **abaixo** da média geral dos municípios pesquisados.

Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

Gráfico 7. Qualidade de Vida



INDICADOR 5 – QUALIDADE DE VIDA



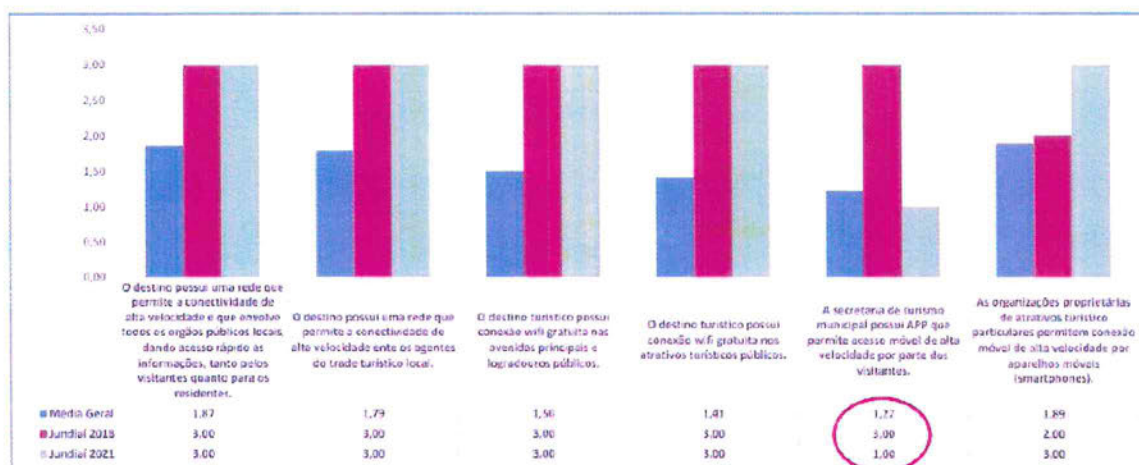
No comparativo de 2018 e 2021, três itens do indicador Qualidade de Vida de Jundiaí estão **abaixo** da média geral dos municípios pesquisados.

Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

Gráfico 8. Conectividade



INDICADOR 6 – CONECTIVIDADE



No comparativo de 2018 e 2021, um item do indicador de Conectividade Jundiaí está **abaixo** da média geral dos municípios pesquisados.

Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

Gráfico 9. Sistema de Informações Turísticas



INDICADOR 7 – SISTEMA DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS



No comparativo de 2018 e 2021, quatro itens do indicador de Sistema de Informações Turísticas de Jundiaí estão **abaixo** da média geral dos municípios pesquisados.

Fonte: SENAC/SP - Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo

O diagnóstico ora apresentado traz, de forma clara e explícita, as variáveis que precisam ser melhor trabalhadas a fim de que o município consiga se posicionar efetivamente como um Destino Turístico Inteligente.

Melhorar tais critérios, além de facilitarem e melhorarem a experiência do turista – uma das funções de um Destino Inteligente – também irão contribuir de maneira significativa para a construção de um destino mais sustentável e acessível, impactando de forma positiva e direta toda a comunidade.

Prognóstico

Analisando todo o panorama identificado ao longo da estruturação deste 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 o 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 agricultura, 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, turismo cultural, turismo de esportes e ecoturismo.

Embora haja aspectos que precisam ser mais bem 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.

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
- Realização de Oficinas para estruturação do Plano e validação junto ao COMTUR.

A partir das informações colhidas e das análises realizadas nas referidas etapas, e com base nos direcionamentos da **Política Municipal de Turismo LEI N.º 8.569, DE 28 DE DEZEMBRO DE 2015**, 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 Departamento de Fomento ao Turismo e do Conselho Municipal de Turismo e compõe a **Política Municipal de Turismo**, consolidada neste conjunto de documentos que reúne Pesquisa de Perfil da Demanda, Diagnóstico, Prognóstico 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 2023/2024 – 2027.

A base para estruturação do Plano Municipal de Turismo foi o Planejamento Participativo, a partir dos dados relacionados nas etapas de inventário e diagnóstico. Com esse objetivo, foram realizadas três oficinas com o COMTUR, a fim de que cada etapa do plano fosse estruturada, elaborada e analisada de maneira integrada, envolvendo todos os elos da cadeia do turismo.

A partir da realização dessas oficinas, esse documento foi estruturado.

O Plano Municipal de Turismo possui princípios norteadores em sua construção, princípios esses garantidos pela política municipal de turismo.

São eles:



Figura 13. Princípios Norteadores do Plano Municipal de Turismo

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:

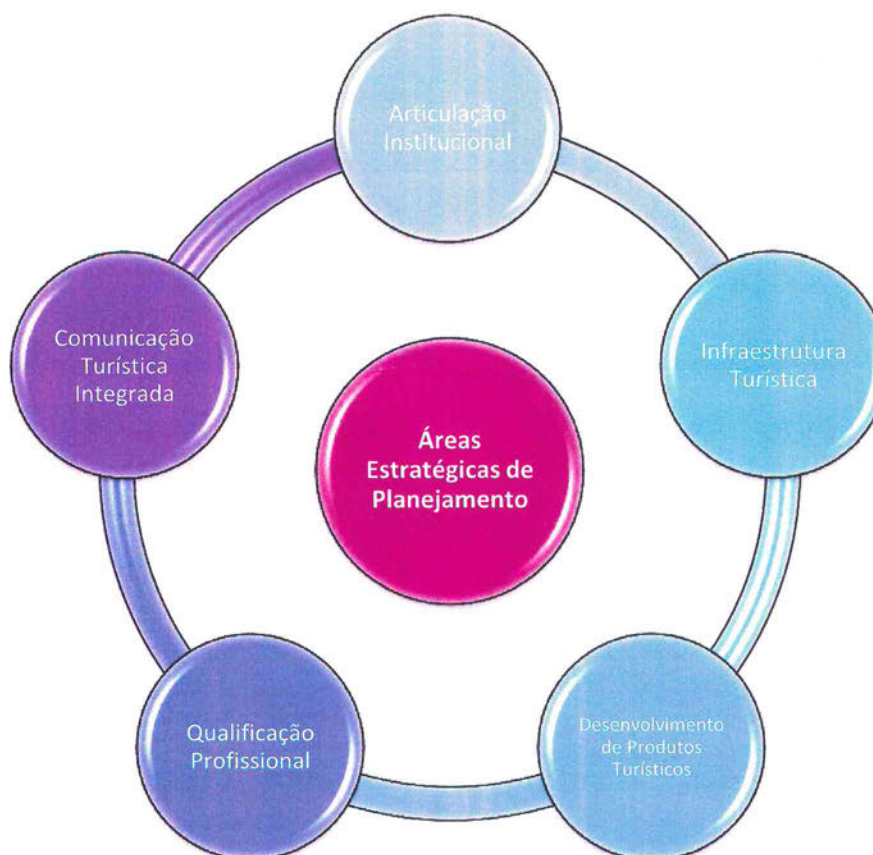


Figura 14. Áreas Estratégicas de Planejamento

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.

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 3 em 3 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

Consolidar o posicionamento de Jundiaí como referência nacional em turismo rural e hospitalidade, tornando a cidade um destino turístico inteligente, que supera as expectativas do turista, proporcionando experiências em todos os segmentos a serem estimulados incluindo, além do turismo rural, o ecoturismo, o turismo cultural, o turismo gastronômico, o turismo de eventos, o enoturismo e o turismo de esportes, ampliando e qualificando, assim, a oferta turística do município e, conseqüentemente, o fluxo turístico local.

Figura 15. Diretriz Geral para Desenvolvimento do Turismo no Município

Objetivos do Plano Municipal de Turismo

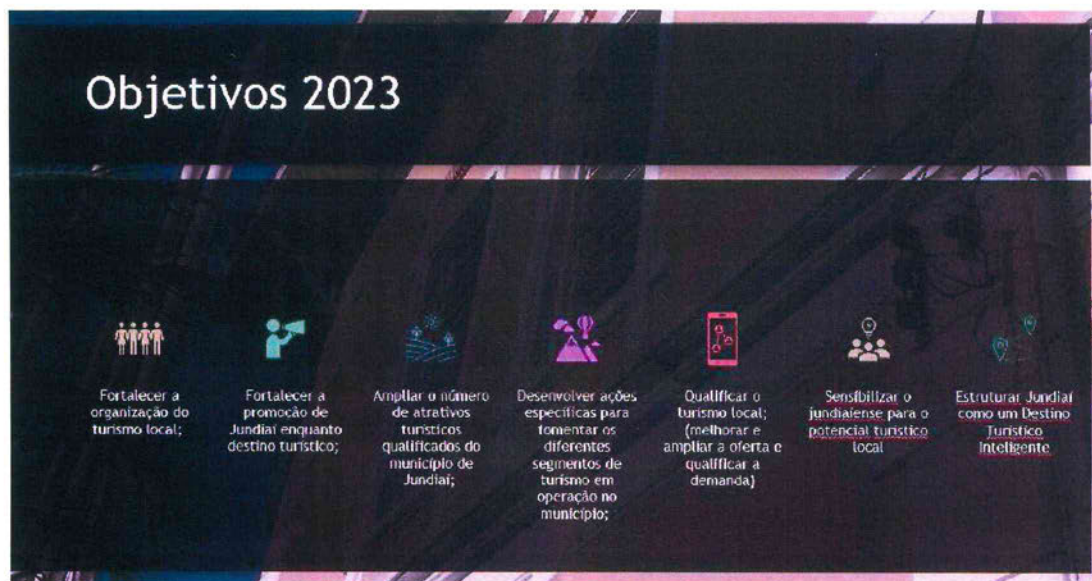


Figura 16. Objetivos do Plano Municipal de Turismo

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.

Metas

Como metas para o Plano Municipal de Turismo de Jundiaí foram estabelecidos:

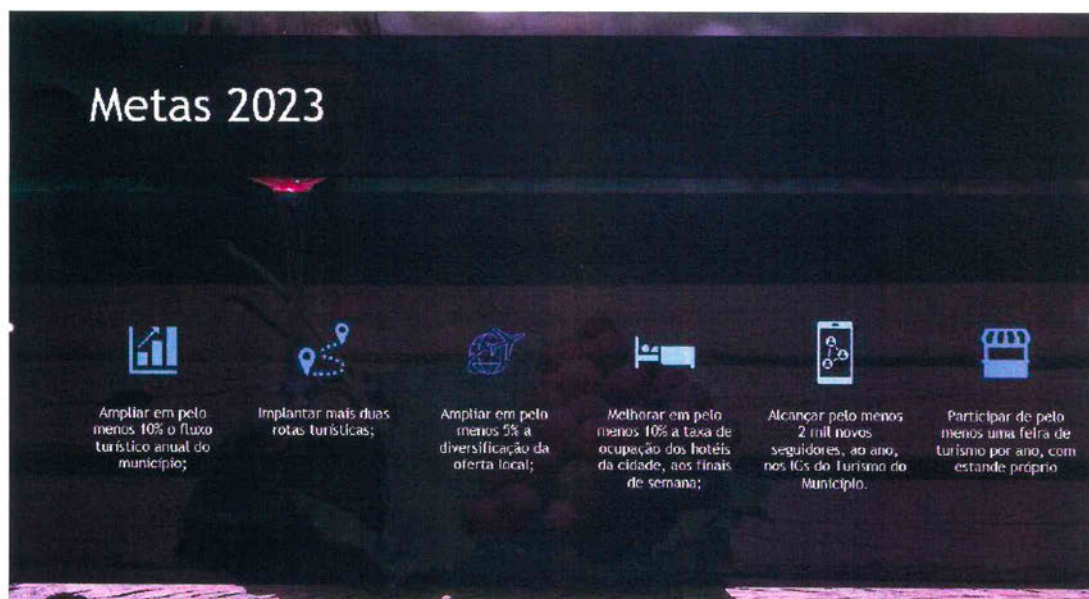


Figura 17. Metas do Plano Municipal de Turismo

Programas

A fim de organizar o processo de planejamento turístico do município, os objetivos e metas foram analisados e, a partir deles e da avaliação das áreas estratégicas de desenvolvimento, foram criados programas específicos visando organizar os conjuntos de ações previstas para desenvolvimento do turismo local, como segue:



Figura 18. 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:

Tabela 13. Ações Programa de Articulação Institucional

Gestão do Conselho de Turismo

- Acompanhamento das ações do Conselho Municipal de Turismo de Jundiáí;

Gestão da participação de Jundiáí no Circuito das Frutas - Consórcio e CRTUR

- Acompanhamento das ações do Polo Turístico do Circuito das Frutas, incluindo o Consórcio Intermunicipal e o Conselho Regional de Turismo do Circuito das Frutas (CRTUR)

Gestão de parcerias institucionais (Sistema S, Governo Estadual e Federal)

- O Sistema S, que inclui SENAC, SEBRAE, SENAR e SESC bem como os Governos Estadual e Federal realizam frequentemente ações que demandam parcerias e participação do poder público local. Cabe acompanhar tais ações.

Gestão de relacionamento com o Trade Turístico

- Estar próximo ao Trade, identificar suas necessidades e acompanhar eventos e ações de interesse, que gerem o fortalecimento do turismo local e dos diferentes segmentos.

Distrito Turístico Serra Azul

- Dar suporte à implementação e acompanhar ações do Distrito Turístico Serra Azul

2. Programa de Gestão Técnica e Planejamento Turístico

Manter permanentemente as ações de planejamento, pesquisa, inventariação e acompanhamento ao desenvolvimento de legislação específica para a área de turismo, com foco específico na ampliação da visibilidade do setor e na implementação de melhorias permanentes.

São ações previstas para este Programa:

Tabela 14. Ações Programa de Gestão Técnica e Planejamento Turístico

Programa Amigo do Turista

- Implantar o Programa Amigo do Turista, com foco na sensibilização dos públicos que tem contato direto com o turista sobre o potencial turístico local e sobre noções de hospitalidade e bem-receber.

Há Vagas Turismo Jundiá

- Gestão de vagas disponíveis junto ao trade turístico e divulgação das vagas via mídias sociais;

Fomento à Capacitação

- Estruturar parcerias para realização de capacitações focadas em qualificação de mão-de-obra voltada para o trade turístico.

Gestão do Fundo e da Contribuição de Turismo

- Acompanhar permanentemente o Fundo e os recursos advindos da Contribuição de Turismo; Instituir Contribuição Facultativa em restaurantes turísticos, grupos de turismo e atrativos turísticos.

Gestão da Classificação de Jundiá como Município de Interesse Turístico

- Desenvolver ações necessárias para convênios com o Estado a partir de recursos disponíveis no Dadetur; Manter atualizada legislação, conforme Lei 1261.

Jundiá Destino Turístico Inteligente - DTI

- Implementar projeto para converter Jundiá em um destino turístico inteligente. Desenvolver ações, a partir do diagnóstico do município que melhorem o posicionamento de Jundiá como Destino Turístico Inteligente.

ESG

- Implementar princípios da ESG nas atividades realizadas pelo Turismo no município, incluindo projetos, programas e ações.

IG Vinhos de Jundiá

- Dar suporte para implementação da IG que virá a valorizar a produção de vinhos em Jundiá.

Acessibilidade Universal

- Dar suporte técnico para a implementação de estratégias de acessibilidade universal em atrativos e empreendimentos turísticos.

Pesquisa de Perfil da Demanda e Fluxo Turístico de Jundiaí

- Realizar permanentemente a Pesquisa de Perfil da Demanda e Fluxo Turístico, dimensionando o número de turistas recebido na cidade, incluindo fluxo de lazer e negócios, por meio do Projeto Olá Turista.

Atualização de Inventário da Oferta Turística

- Realizar, permanentemente, a atualização do Inventário da Oferta Turística de Jundiaí, a partir de plataforma do Governo do Estado de São Paulo.

Indicação Geográfica da Uva Niágara Rosada

- Acompanhar a implantação da Indicação Geográfica da Uva Niágara Rosada. Criar projetos que incentivem a divulgação da marca Niágara Rosada de Jundiaí. Incentivar o uso da marca em eventos e atividades do turismo.

Legislação Específica

- Acompanhar o desenvolvimento e a implementação de legislação específica para o segmento de turismo. Elaborar lei de fomento focada nos guias de turismo. Atualizar legislação do Programa Jundiaí Feito à Mão. Desenvolver outras leis com foco em fomento ao turismo.

Fomento ao Turismo Rural

- Acompanhar o fomento ao segmento de Turismo Rural. Atender tecnicamente empreendimentos existentes e novos empreendimentos que pretendam iniciar atividades no setor.

Sinalização Turística

- Ampliar a instalação de Sinalização Turística no Município, em especial direcionada a sinalização e identificação de empreendimentos. Implantar sinalização para as Rotas Novas Rotas Turísticas.

Lei das Rotas Turísticas

- Regulamentar a Lei das Rotas Turísticas. Manter atualizada legislação com inclusão de novas rotas que venham a ser criadas.

Jundiaí Tem Turismo Sim

- Implementar o Projeto Jundiaí Tem Turismo Sim, com foco em conscientização da comunidade para o potencial turístico local.

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:

Tabela 15. Ações Programa de Desenvolvimento de Produtos Turísticos

Gestão das Rotas Turísticas e Desenvolvimento de Novas Rotas

- Acompanhar as ações de implementação, fomento e gestão das Rotas Turísticas já criadas e trabalhar na implementação de novas rotas (Previstas mais três Rotas Turísticas - região do Corrupira, Rota dos Parques e Rota Afro).

Gestão do Programa Jundiáí Feito à Mão

- Acompanhar as ações do Programa incluindo a organização de eventos, gestão das novas inscrições, realização de testes, cadastro, fiscalização de feiras e da produção artesanal e vínculo com a SUTACO.

Gestão do Festival Sabores de Jundiáí

- Retomar e Gerenciar a realização do Festival Sabores de Jundiáí. Inserir o Festival no Calendário Oficial de Eventos de Jundiáí e transformar o Festival em Lei Municipal.

Organização e Gestão da Festa da Uva

- Organizar, coordenar, gerir e acompanhar a operacionalização da Festa da Uva de Jundiáí, mantendo seu formato que valoriza a cultura e o turismo local.

Projeto Souvenires: Eu Amo Jundiáí

- Estruturar projeto de desenvolvimento de souvenirs com foco em valorizar a identidade cultural local, os atrativos turísticos e a história do município. / Concurso

Projeto Empório de Jundiáí

- Implementar espaço para comercialização de subprodutos da produção agrícola, souvenirs e artesanato do município, em local mais acessível e próximo ao fluxo turístico, em especial ao turista de negócios.

Fomento ao Turismo de Esportes

- Promover ações de fomento ao segmento.

Desenvolvimento de Novos Produtos

- Trabalhar no desenvolvimento de novos produtos turísticos e assessoria para implementação de novos produtos pela iniciativa privada. Elaborar novos roteiros.

Apoio e assessoria técnica aos empreendimentos

- Atendimento às demandas de implementação de práticas do turismo em novos empreendimentos, assessoria técnica e assessoria operacional para novos atrativos. Elaboração de novos produtos turísticos.

Novos Segmentos

- Desenvolver estudos e projetos para fortalecimento de novos segmentos no município (Afroturismo, Turismo de Esportes etc.)

Enoturismo

- Fortalecer o segmento de enoturismo, com a realização da Expo Vinhos, Dia do Vinho e outros eventos de interesse do setor. Fomentar a capacitação e implementação de experiências turísticas.

Eventos Turísticos

- Dar suporte, fomentar e realizar novos eventos turísticos, a fim de ampliar a divulgação de Jundiaí como destino de eventos.

Coxinha de Queijo

- Realizar eventos e ações que apoiem e salvaguardem a Coxinha de Queijo como patrimônio imaterial de Jundiaí

Projeto Vovô Bem-vindo

- Organizar, gerenciar e acompanhar as ações do Projeto Vovô Bem-vindo.

4. Programa de Promoção e 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:

Tabela 16. Ações Programa de Promoção e Comunicação Turística

Elaborar Plano de Marketing

- Desenvolver plano de marketing com foco em promoção do município de Jundiá

Gestão do Facebook e Instagram (Turismo Jundiá, Informações Turísticas, Rotas Turísticas)

- Página Turismo Jundiá , Festa da Uva de Jundiá , Há Vagas , Jundiá Feito à Mão e Rotas Turísticas. Cabe, como ação, realizar a gerência e as postagens sistematizadas nestes espaços virtuais.

Marca Turismo Jundiá

- Fortalecer a Marca Turismo Jundiá

Gestão do Centro de Informações Turísticas e do Expresso Turístico

- Garantir o funcionamento do CIT e o atendimento ao turista que vem a cidade por meio do Expresso Turístico. Gerenciar a equipe de estagiários que atua no CIT. Implementar melhorias no Centro de Informações Turísticas.

Gestão do site Turismo Jundiá site das Rotas Turísticas

- Manter atualizado o Site Turismo Jundiá, com informações atuais. Gerir as notícias a serem inseridas neste espaço. Atualizar e Gerir o Site Rotas Turísticas de Jundiá

Rádios Locais

- Estabelecer Parcerias para fins de divulgação de conteúdos relacionados aos produtos turísticos locais

Mapa Turístico

- Elaborar novo mapa turístico do município. Criar Versão online. Desenvolver mapas das rotas turísticas.

Material Promocional

- Elaborar material promocional específico das Rotas Turísticas. Elaborar material integrado das Rotas Turísticas. Elaborar material voltado ao turista de negócios e para os meios de hospedagem.

Participação em Eventos Promocionais

- Participar e acompanhar todos os eventos do trade turístico, de repercussão estadual e nacional, em estandes próprios, conforme disponibilidade de recursos ou em estandes da Secretaria de Turismo de Estado ou do Circuito das Frutas.

Realização de famtours e presstours

- Realizar *famtours* (*familiarization tours*) e *press tours* (*tours* para a imprensa) com foco na divulgação do destino turístico Jundiá

IA

- Desenvolver estratégias e ferramentas para promoção e informação turística, por meio de IA para o município

APP

- Desenvolver APP para o município (Exigência DTI)

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 e do Departamento de Fomento ao Turismo, bem como de recursos provenientes da classificação de Jundiaí como Município de Interesse Turístico.

A partir do recurso disponível no orçamento do Fundo, anualmente, serão estabelecidas as ações a serem realizadas, a partir do planejamento anual de atividades do Departamento de Fomento ao Turismo, bem como do Conselho Municipal de Turismo.

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.

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 em Jundiaí.

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

Todas estas questões refletem o importante momento que o segmento vive na cidade.

O Plano Municipal de Turismo consolida o desenvolvimento identificado no setor nos últimos anos e reflete o compromisso assumido atualmente para com a atividade, garantindo, desta forma, a continuidade dos processos e que os objetivos aqui apresentados sejam efetivamente alcançados.

Referências

- ABAV – Associação Brasileira dos Agentes de Viagens. 2015. Disponível em: <<http://www.abav.org.br>>
- ANDRADE, José Vicente de. Turismo – fundamentos e dimensões. 8. ed. , São Paulo : Ática, 2000.
- APM - ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE MUNICÍPIOS. 2014. Dados indicadores: Jundiaí. Disponível em: <http://www.apaulista.org.br/>
- BENI, Mário Carlos. 1998. Análise estrutural do turismo. São Paulo: SENAC. 427p.
- CAMPOS, América de; PESTANA, Rangel. A província de São Paulo. 26.07.1889.
- CAMPOS, Sinara Rafaela. 2009. Os cinco sentidos da hospitalidade. Disponível em:
- CETESB. Relatório de qualidade do ar no estado de São Paulo. São Paulo: CETESB. Disponível em <http://www.cetesb.sp.gov.br/Ar/publicacoes.asp>.
- CHADWICK, S. (orgs.). The business of tourism management. Harlow: Pearson Education. Desenvolvimento urbano. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/atlas/>.
- DEWHURST, Peter D. e DEWHURST, Helen. 2006. Visitor attraction management. In: BEECH, J. e Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa. Concepção do software de José Jardim de Barros Junior. São Paulo: Objetiva. 1 CD. Versão 1.0.
- FRIEDRICH, DANIELA. 2007. Parque linear como instrumento de planejamento e gestão das Grande do Sul. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/13175>.
- GUIA QUATRO RODAS. 2014. Disponível em: <<http://viajeaqui.abril.com.br/g4r/>>.
- HOUAISS, Antonio; VILLAR, Mauro de Salles; FRANCO, Francisco Manoel de Mello (ed.). 2001. <http://www.periodicodeturismo.com.br/site/artigo/pdf/OS%20CINCO%20SENTIDOS%20DA%20%20HOSPITALIDADE.pdf>.
- <http://www.ssp.sp.gov.br/estatisticas/dados.aspx?id=275>
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. 2014. Mapa da distribuição da IBGE. 2000b. Educação no Brasil. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/pesquisas/educacao.html>>.
- IBGE. 2014. Disponível em: <www.ibge.gov.br>.
- IBGE. 2015. Documentação territorial do Brasil: Jundiaí. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/dtbs/saopaulo/jundiai.pdf>>.
- IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. 2013. Jundiaí: Turismo em Números 2014 - Pesquisa de Perfil da Demanda e Fluxo Turístico de Jundiaí. Departamento de Fomento ao Turismo. Jundiaí, 2015.

KOTLER, Philip. 2000. Administração de Marketing. São Paulo: Prentice Hall.

MINISTÉRIO DO TURISMO. 2009. Plano Cores do Brasil. Brasília: Ministério do Turismo. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>.

MINISTÉRIO DO TURISMO. 2015. Programa de regionalização do turismo – roteiros do Brasil. Módulo B. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo (SNPTur). Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico (DEAOT). Coordenação Geral de Regionalização (CGRG). Brasília: MTur.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Turismo e acessibilidade: manual de orientações. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/>>.

MURPHY, Peter E. e MURPHY, Ann E..2004. Strategic management for tourism communities: bridging the gaps. Chicago: Channel View Publications, 2004.

PNUD - PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. 2012. Atlas de população. Disponível em: ftp://geoftp.ibge.gov.br/mapas/tematicos/mapas_murais/distribuicao_populacao_2000.pdf.

PREFEITURA DE JUNDIAÍ. Disponível em: www.jundiai.sp.gov.br

RUSCHMANN, D. M.; WIDMER, G. M. Planejamento turístico. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). Turismo. Como aprender, como ensinar, 2. São Paulo: SENAC, 2001. p. 65-86.

SEADE - Secretaria de Economia e Planejamento do Estado de São Paulo. Perfil municipal. Disponível em: <<http://www.seade.sp.gov.br/produtos/perfil/perfil.php>>.

SEADE. - Secretaria de Economia e Planejamento do Estado de São Paulo 2004. Índice Paulista de Responsabilidade Social: metodologia. Disponível em: <<http://www.seade.gov.br/produtos/iprs/pdf/metodologia.pdf>>.

SPTuris – São Paulo Turismo S/A. Disponível em: <<http://www.spturis.com>>.

SSP - SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA DO ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em:

SUTACO. Disponível em: <<http://www.sutaco.com.br/perguntas.html>>.

SENAC-SP. PROGRAMA SENAC DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES. Diagnóstico de potencial criação de Destinos Turísticos Inteligentes – DTI's no Estado de São Paulo. Comparativo de 2018 e 2021 os indicadores do município Jundiaí X média geral.

SENAC-SP. DESTINO TURÍSTICO REGIONAL INTELIGENTE. DIAGNÓSTICO & PLANO DE AÇÃO. 2022-2030

TRIP ADVISOR. O que fazer em Jundiaí. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g303616-Activities-jundiai_State_of_Sao_Paulo.html

TURISMO JUNDIAÍ. Disponível em: www.turismo.jundiai.sp.gov.br

UOL. Atlas geográfico do Brasil. Disponível em: <<http://biblioteca.uol.com.br/atlas/mapa.htm?SP>>.

VAZ, 1999, Gil Nuno. Marketing turístico. São Paulo: Pioneira, 1999. (p. 66-69)

Responsáveis Técnicos

Ma. e Tur. Marcela Moro – Diretora de Fomento ao Turismo

Tur. Gabriela Raffanti – Assessora Técnica do Departamento de Fomento ao Turismo

PROJETO DE LEI Nº. 14.416

Juntadas:

fls 02 a 130 em 25/06/24 - Miraculis
fls 131 a 133 em 26/06/24 Guel
fls 134 a 136 em 26/06/24 Guel
fls 137 até 208 em 04/07/24 Guel

Observações: