Diário Oficial Eletrônico
PREFEITURA MUNICIPAL DA ESTÂNCIA DE CAMPOS DO JORDÃO

ANO XIII – Nº 14 – Edição de 16/07/2018 à 31/07/2018.

ÍNDICE

Leis: 3917/18.

Decretos: 7913/18, 7914/18, 7927/18 e 7928/18.

LEIS

LEI Nº 3917/18, DE 17 DE JULHO DE 2.018.

Institui o Plano Diretor de Turismo de Campos do Jordão e dá outras providências.

(de autoria do Executivo Municipal)

FREDERICO GUIDONI SCARANELLO, Prefeito Municipal da Estância de Campos do Jordão, no uso de suas atribuições legais, sanciona e promulga a seguinte Lei:

Art. 1º - Fica instituído o Plano Diretor de Turismo de Campos do Jordão, para execução a partir de 2018, com revisão conforme exigência da Lei Complementar nº 1.261 de 29 de abril de 2015, constante do Anexo I da presente lei.

Art. 2º - O Plano Diretor de Turismo de Campos do Jordão foi elaborado com participação da sociedade, sob a coordenação da Secretaria de Turismo e do Conselho Municipal do Turismo.

Art. 3º - A execução do Plano Diretor de Turismo de Campos do Jordão pautar-se-á pelo regime de colaboração entre a União, o Estado, o Município e a Sociedade Civil Organizada.

Art. 4º - O Plano Diretor de Turismo de Campos do Jordão terá sua execução e o cumprimento de suas metas como objeto de monitoramento contínuo e de avaliações periódicas, realizadas pelas seguintes instâncias:

I - Secretaria de Turismo;
II - Conselho Municipal do Turismo.

Art. 5º - O Poder Executivo Municipal empenhar-se-á na divulgação do Plano Diretor de Turismo e dos seus objetivos e metas, visando que a sociedade o conheça amplamente e acompanhe sua implementação.

Art. 6º - As despesas decorrentes da aplicação desta Lei correrão por conta das verbas orçamentárias próprias, suplementadas se necessárias.

Art. 7º - Esta Lei Complementar entra em vigor na data de sua aprovação, ficando revogadas as disposições em contrário.

Prefeitura Municipal da Estância de Campos do Jordão, aos 17 de julho de 2.018.

FREDERICO GUIDONI SCARANELLO
Prefeito Municipal

Publicada de acordo com as formalidades legais pelo Departamento de Apoio Administrativo, aos 17 de julho de 2.018.

CECÍLIA CARDOSO ALMEIDA
Chefe de Departamento de Apoio Administrativo

DECRETOS

DECRETO Nº 7913/2018 DE 04 DE JUNHO DE 2018.

"Dispõe sobre Alterações orçamentárias no orçamento vigente, no valor total de **R$ 971.200,07** (Novecentos e setenta e um mil e duzentos reais e sete centavos)."

FREDERICO GUIDONI SCARANELLO, Prefeito Municipal da Estância de Campos do Jordão, no uso de suas atribuições legais e autorização concedida pela Lei de Orçamentária Anual nº 3.875/2017 de 01 de Novembro de 2017, no Art. 03º: "Fica o executivo autorizado por meio de decreto a:

I – realizar operações de crédito por antecipação da receita, nos termos da legislação em vigor;

II – realizar operações de crédito até o limite estabelecido pela legislação em vigor;

III – nos moldes no art. 165, § 8º da Constituição Federal e do art. 7º, I, da Lei Federal nº 4.320/1964, abrir créditos adicionais suplementares até o limite de 10% (dez por cento) da Receita estimada do orçamento com recursos decorrentes do excesso de arrecadação, superávit financeiro ou superávit orçamentário;

IV - abrir créditos adicionais suplementares por meio de anulação de dotação dentro do mesmo programa, no âmbito da mesma unidade orçamentária e dentro da mesma categoria econômica de despesa e fonte de recurso, com a finalidade de facilitar o cumprimento da programação aprovada neta lei.

V - abrir créditos adicionais até o limite da dotação consignada como Reserva de Contingência.".

D E C R E T A:

Art. 1º Ficam anuladas e suplementadas as seguintes verbas do orçamento vigente, observando-se as classificações Institucionais, Econômicas e Programáticas, conforme Anexo I.

ANULAÇÕES/SUPLEMENTAÇÕES

01 – EXECUTIVO MUNICIPAL

TOTAL GERAL DAS TRANSPOSIÇÕES/TRANSFERÊNCIAS	***R$***	**971.200,07**

Art. 2º Revogam-se as disposições em contrário.

Prefeitura Municipal da Estância de Campos do Jordão, 04 de Junho de 2018.

FREDERICO GUIDONI SCARANELLO
Prefeito Municipal

Publicado de acordo com as formalidades legais pelo Departamento de Apoio Administrativo, em 04 de Junho de 2018.

Cecília Cardoso Almeida
Chefe do Depto de Apoio Administrativo

DECRETO Nº 7914/2018 DE 04 DE JUNHO DE 2018.

"Dispõe sobre abertura de crédito adicional e dá outras providências".

FREDERICO GUIDONI SCARANELLO, Prefeito Municipal da Estância de Campos do Jordão, no uso de suas atribuições legais e autorização concedida pela Lei Orçamentária Anual nº 3.875/2017 de 01 de Novembro de 2017, no Art. 03º: "Fica o executivo autorizado por meio de decreto a:

I – realizar operações de crédito por antecipação da receita, nos termos da legislação em vigor;

II – realizar operações de crédito até o limite estabelecido pela legislação em vigor;

III – nos moldes no art. 165, § 8º da Constituição Federal e do art. 7º, I, da Lei Federal nº 4.320/1964, abrir créditos adicionais suplementares até o limite de 10% (dez por cento) da Receita estimada do orçamento com recursos decorrentes do excesso de arrecadação, superávit financeiro ou superávit orçamentário;

IV - abrir créditos adicionais suplementares por meio de anulação de dotação dentro do mesmo programa, no âmbito da mesma unidade orçamentária e dentro da mesma categoria econômica de despesa e fonte de recurso, com a finalidade de facilitar o cumprimento da programação aprovada neta lei.

V - abrir créditos adicionais até o limite da dotação consignada como Reserva de Contingência.".

D E C R E T A:

Art. 1º Ficam abertos os créditos suplementares nas verbas do orçamento vigente, observando-se as classificações Institucionais, Econômicas e Programáticas, conforme Anexo I:

CRÉDITOS ADICIONAIS

01 – EXECUTIVO MUNICIPAL

TOTAL GERAL DOS CRÉDITOS ADICIONAIS	***R$***	**2.332.948,43**

Art. 2º Revogam-se as disposições em contrário.

Prefeitura Municipal da Estância de Campos do Jordão, 04 de Junho de 2018.

Frederico Guidoni Scaranello
Prefeito Municipal

Publicado de acordo com as formalidades legais pelo Departamento de Apoio Administrativo, em 04 de Junho de 2018.

Cecília Cardoso Almeida
Chefe do Depto de Apoio Administrativo

DECRETO Nº 7927/18 DE 18 DE JULHO DE 2018.

Dispõe sobre alteração do Decreto nº 7045/13 de 01/03/13, que estabelece procedimentos para realização de despesas e dá outras providências.

FREDERICO GUIDONI SCARANELLO, Prefeito Municipal da Estância de Campos do Jordão, no uso de suas atribuições legais;

D E C R E T A:

Art. 1º. Fica alterado o item 7. (Gabinete) do Fluxograma, constante do Anexo Único do Decreto nº 7045/13 de 01/03/13, que passa a vigorar com a seguinte redação:

"7. Gabinete - Autoriza que o **Secretario de Administração e/ou Adjunto** possa prosseguir com a contratação ou o c/ o procedimento licitatório nos casos em que lhe for submetido e nos valores até de R$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais);

> Pede parecer, informações ou diligências visando instruir sua futura decisão, caso entenda necessário.

> Homologa e Adjudica o Objeto e celebração de contrato nos casos não alcançados pela delegação de competência; Assinatura do Contrato".

Artigo 2º. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Artigo 3º Revogam-se as disposições em contrário, especialmente o Decreto nº 7595/16, de 23/06/2016.

Prefeitura Municipal de Campos de Jordão, aos 18 de julho de 2018.

FREDERICO GUIDONI SCARANELLO
Prefeito Municipal

Publicado de acordo com as formalidades legais pelo Departamento de Apoio Administrativo, aos 18 de julho de 2018.

CECÍLIA CARDOSO ALMEIDA
Chefe Dept. Apoio Administrativo.

DECRETO Nº 7928/18 DE 31 DE JULHO DE 2018.

Dispõe sobre exoneração do cargo em comissão de Gerente Municipal Administrativa, de acordo com a Lei 3237/09, de 01/07/09.

FREDERICO GUIDONI SCARANELLO, Prefeito Municipal da Estância de Campos do Jordão, usando de suas atribuições legais;

D E C R E T A:

Art. 1º Fica exonerado do Cargo em Comissão de Gerente Municipal Administrativo do Departamento de Gestão de Convênios- DECONV, de acordo a com a Lei 3237/09, André Zammataro, RG.26.218.875-2, a partir desta data.

Art. 2º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º Revogam-se as disposições em contrário, especialmente o Decreto nº 7061/13 de 01/04/13.

Prefeitura Municipal da Estância de Campos do Jordão, aos 31 de julho de 2018.

FREDERICO GUIDONI SCARANELLO
Prefeito Municipal

Publicado de acordo com as formalidades legais pelo Departamento de Apoio Administrativo, aos 31 de julho de 2018.

CECÍLIA CARDOSO ALMEIDA
Chefe de Divisão do Expediente

ANEXO I

PLANO DIRETOR DE TURISMO

2018-2020

Destino Turístico Inteligente

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE CAMPOS DO JORDÃO - SP

Secretaria de Turismo

São Paulo – 2018

REALIZAÇÃO

ANEXO I

PLANO DIRETOR DE TURISMO

2018-2020

Destino Turístico Inteligente

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE
CAMPOS DO JORDÃO - SP

Secretaria de Turismo

São Paulo – 2018

REALIZAÇÃO

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE CAMPOS DO JORDÃO

Prefeito
Frederico Guidoni Scaranello

Secretária de Turismo
Maria da Gloria Alvarez Bravin

Secretário de Turismo Adjunto
Andre Luiz Elbis Barbedo

Chefe de divisão de Promoções do Turismo
Lucia Maria Frozino

Chefe de departamento de eventos
Grasiele Aparecida Pereira

CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO

Presidente
Alexandre Gonçalves da Silva

Comissão de Elaboração do Plano Diretor de Turismo 2018-2020
(Decreto nº7880/18)

Marina Sandoval Jacintho - Onde dormir
Juliana da Camara Abitante - Mobilidade
Udo Alexandre Wagner - Atração turística
Sidnei Martin Brain Dib - Agência receptiva
Anderson Cesar Oliveira - Onde comer
Kleber de Oliveira da Silva - Eventos
Maria da Gloria Alvarez Bravin - Poder público
Lélio Gomes - Comércio em geral
Juliana Müller Bastos - Produção associada ao turismo
Tibério Cabral Cordeiro - Comunidade
Sidney Pereira de Siqueira - Guia
Dener Fonseca - Coordenador (ABET)

ABET PROJETOS TURÍSTICOS

Coordenador Geral
Dener Henrique de Queiroz Fonseca

Coordenadora de campo
Kassia Monteiro da Silva

RESPONSÁVEL TÉCNICO
Dener Henrique de Queiroz Fonseca

Sumário

MENSAGEM DO PREFEITO 4
METODOLOGIA 6
1. O TURISMO EM CAMPOS DO JORDÃO 8
1.1 Oferta turística 8
1.2 Demanda turística 10
2. ONDE PRECISAMOS MELHORAR 11
2.1 Questões-chave 11
3. POSICIONAMENTO 17
4. DIRETRIZES 18
4.1 Destino turístico inteligente e uma cidade melhor para viver 18
4.2 Uma oferta turística que ama o que faz 18
4.3 Valorização da nossa terra e da nossa cultura 18
4.4 Geração e valorização do trabalho, renda e estímulo ao empreendedorismo ... 18
5. OBJETIVOS 19
5.1 Gestão eficiente da atividade turística 19
5.2 Mais recursos financeiros para o turismo 20
5.3 Oferta turística profissional 21
5.4 Fluxo turístico adequado 22
6. AÇÕES ESTRATÉGICAS 23
6.1 Fortalecer a base normativa relacionada ao turismo 23
6.2 Fortalecer as instituições 25
6.3 Elaborar os instrumentos de planejamento e gestão 27
6.4 Desenvolver a gestão compartilhada por meio de parcerias 32
6.5 Informar e capacitar os entes quanto a suas competências dentro do SIMTUR 34
6.6 Aumentar a dotação orçamentária do FUMTUR 34
6.7 Aumentar a previsão de investimentos do Estado em Campos do Jordão 35
6.8 Aumentar o investimento privado no turismo 35
6.9 Aumentar a oferta turística 36
6.10 Qualificar a oferta turística 37
6.11 Modernizar a oferta turística existente 38
6.12 Melhorar a infraestrutura básica 39
7. METAS 42
7.1 Executar 6,7 milhões de pernoites até 2020 42
7.2 Manter a oferta em 15 mil leitos 42
7.3 2 bilhões de reais a mais na economia local 42
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 43

MENSAGEM DO PREFEITO

É com extrema satisfação que a Prefeitura de Campos do Jordão apresenta à sociedade o nosso Plano Diretor de Turismo, um documento que vai nortear as políticas públicas nos próximos anos, para que Campos do Jordão incentive ainda mais o turismo local como alternativa para geração de trabalho, renda, arrecadação e riquezas.

Nós sempre tivemos a firme convicção de que o turismo em Campos do Jordão pode se profissionalizar e que a cidade precisa de uma direção única para o setor.

Acreditamos que de maneira certa, através dos canais corretos e com ações adequadas Campos do Jordão não precisa temer o futuro.

A questão que se impunha era a de que como fazer isso de uma forma embasada, criteriosa e, sobretudo, democrática, ou seja, chamando a sociedade para nos ajudar a construir essas políticas públicas, de tal forma que elas ultrapassem vários governos e se tornem uma conquista de fato, para toda a coletividade, independente de quem estiver no comando do município?

A maneira que encontramos foi dotar a Secretaria Municipal de Turismo de autonomia e que ela tivesse o papel primordial de funcionar como uma ponte, entre o governo municipal e os empresários do setor.

Para tornar isso ainda mais claro, reativamos o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR dando-lhe força e prestígio para que dê a sua contribuição nesse processo. Criamos o FUMTUR – Fundo Municipal de Turismo e o dotamos de receita assegurada, oriunda da publicidade.

Por fim, tomamos uma medida inédita: a contratação de uma consultoria especializada para nos fundamentar tecnicamente na formatação do melhor plano.

Estamos em um momento novo da história da cidade. Agora o alicerce está construído. A dívida que nos ameaçava foi equalizada. O poder público está pronto para continuar a se desenvolver e a criar novas ações.

O grande desafio da gestão municipal reside em equilibrar as finanças projetadas para uma cidade de pouco mais de 50 mil habitantes, para atender aos mais de 4 milhões de turistas que nos visitam.

O turista vem atraído pela beleza da cidade, pelo seu clima único, pelas experiências gastronômicas, pelos nossos inúmeros atrativos e pelo prazer de vivenciar tudo aquilo que a montanha magnífica nos reserva.

Este nosso diferencial é a nossa grande riqueza. Mas temos um enorme desafio pela frente, para nos adaptarmos às exigências que a sociedade moderna nos impõe.

Podemos ficar sentados e cruzar os braços para nos convencermos que não há nada de novo a fazer.

Ou podemos fazer uma escolha pelo trabalho em união, para que juntos, Poder Público, Iniciativa Privada e Sociedade Civil, possamos interagir para construir uma nova onda de desenvolvimento econômico, capaz de alavancar os negócios, ocupar a cidade o ano todo, mas sem abrir mão da qualidade de vida para os que aqui residem e para os que nos visitam.

Este foi o caminho que escolhemos. O resultado preliminar deste trabalho é o documento que agora tornamos público. Será com base no que ele preconiza que iremos plantar as sementes de futuro em Campos do Jordão.

Frederico Guidoni Scaranello
Prefeito de Campos do Jordão

METODOLOGIA

A elaboração do Plano Diretor de Turismo 2018 – 2020 – Destino Turístico Inteligente de Campos do Jordão iniciou-se com a realização de uma extensa pesquisa da oferta e demanda turística municipal pela empresa contratada. Os resultados foram compilados em dois documentos, um chamado Inventário da Oferta Turística 2017 e outro chamado Estudo de Demanda Turística – Volume I e II do Plano Diretor de Turismo, respectivamente.

Após a conclusão do inventário da oferta turística e do estudo de demanda turística os resultados foram apresentados ao Conselho Municipal de Turismo - COMTUR juntamente com a proposta de formação de uma comissão especial para elaboração do Plano Diretor de Turismo composta por 12 cadeiras sendo 11 representantes dos segmentos turísticos e uma pelo técnico da empresa contratada que iria coordenar os trabalhos. Os resultados desses trabalhos foram apresentados em planária do COMTUR para aprovação. A proposta foi aprovada e os conselheiros do COMTUR indicaram, após votação em sessão ordinária, os representantes que assumiriam as cadeiras da Comissão que foi chancelada por Decreto do Executivo.

Com a Comissão formada as discussões passaram a acontecer semanalmente e tiveram como produtos:

- Volume III - Documento Diagnóstico da Atividade Turística: O diagnóstico foi construído com base em pesquisas realizadas com os agentes turísticos locais, análise crítica com base na metodologia da empresa contratada e o resultado do primeiro Fórum de Turismo de Campos do Jordão que aconteceu em 2016. O resultado traz em suas conclusões as questões-chave que freiam o desenvolvimento sustentável da atividade turística. Essas questões-chave foram apresentadas e aprovadas na plenária do COMTUR.

- Volume IV – Documento Prognóstico Turístico: O prognóstico foi construído com base em pesquisas realizadas com agentes turísticos e teve como seu ponto máximo o II Fórum de Turismo de Campos do Jordão que tratou de temas que precisavam de um posicionamento para direcionar a formulação das ações, com o objetivo de corrigir os problemas apontados na fase do diagnóstico. Nesse Fórum cada representante de segmento coordenou a sua mesa que era composta por seus representados. Após uma breve explicação técnica de cada tema a palavra era aberta para que os segmentos defendessem sua posição e após a conclusão das falas o tema era posto em votação. O resultado da votação foi divulgado no final do Fórum e serviu de base para formulação da proposta de posicionamento do destino turístico, conclusão do documento, que foram apresentadas em plenária do COMTUR e aprovada.

- Volume V – Documento Plano de Ações: O plano de ações é o resultado de uma análise técnica, realizada pela Comissão, com intuito de corrigir os problemas apontados na fase do diagnóstico com vistas a atingir o posicionamento definido na fase do prognóstico. Diretrizes, objetivos, ações e metas compõe o documento que foi aprovado em plenária do COMTUR e apresentado em Audiência Pública.

As informações apresentadas neste documento – Anexo I – Plano Diretor de Turismo é um resumo dos documentos abaixo indicados e tem por objetivo compor o projeto de lei que institui o Plano Diretor de Turismo de Campos do Jordão que seguirá, via executivo, para apreciação da Câmara dos Vereadores.

Volume I - Inventário da Oferta Turística;

Volume II - Estudo de Demanda Turística;

Volume III - Diagnóstico da Atividade Turística;

Volume IV - Prognóstico Turístico;

Volume V - Plano de Ações.

1. O TURISMO EM CAMPOS DO JORDÃO

1.1 Oferta turística

Campos do Jordão é uma das 70 Estâncias Turísticas do Estado de São Paulo e um dos 6 municípios que formam a Região Turística Mantiqueira Paulista. Distante 167 km da capital São Paulo, possui 51.454 habitantes e é o município mais alto da Serra da Mantiqueira e do Brasil com 1628 metros de altitude.

Considerado um dos principais destinos de inverno do Brasil e o principal destino de inverno do paulistano, suas construções em estilo europeu somadas ao clima frio lhe rendeu o título de Suíça Brasileira. Sede do primeiro parque estadual do Brasil, o Parque Estadual de Campos do Jordão, popularmente conhecido como Horto Florestal. A cidade recebe ainda o maior festival de música erudita da América Latina, o Festival de Inverno de Campos do Jordão e já recebeu o título de melhor clima do mundo[1].

Com mais de 500 pontos de interesse turístico[2] o turismo é a principal atividade econômica da cidade que se destaca nesse segmento com uma infraestrutura turística bem desenvolvida e diversificada.

Charme e natureza traduzem, atualmente, a oferta turística de Campos do Jordão. Com opções para todos os bolsos, a cidade oferece ao visitante desde glamour à adrenalina. A baixa temperatura ainda é o maior recurso turístico, seguido da natureza exuberante, em um ponto estratégico encavado no serra da Mantiqueira próxima dos principais pólos indutores de turismo no Brasil, (SP, RJ e MG). A gastronomia e atividades de aventura em contato com a natureza ganham cada vez mais espaço na oferta turística local.

---

[1] Congresso climatológico de Paris 1957

[2] Local de interesse do visitante. Pode ser um meio de hospedagem, restaurante, atração...

RESUMO DA OFERTA TURÍSTICA

Onde comer 19.216 comensais 131 restaurantes	**Agências / Guias** 33 agências e 42 guias de turismo
Espaço para embarque e desembarque 7 espaços 1 terminal rodoviário 6 helipontos	
O que fazer 365 atividades 56 atividades permanentes **59 eventos (grupo de atividades)** 309 atividades em eventos	**Serviços de apoio ao turista** ✓ Venda de combustível ✓ Venda de medicamentos ✓ Serviço Mecânico ✓ Registro de B.O ✓ Pronto Socorro ✓ Resgate 24h ✓ Saque Banco do Brasil ✓ Saque Bradesco ✓ Saque Santander ✓ Câmbio de moeda ✓ Saque Caixa ✓ Saque Itaú ✓ Centro de atendimento ao turista
Atração turística 35 atrações 30 atrativos turísticos 5 pontos turísticos	
Onde dormir 5727 UH | 15219 leitos **228 meios de hospedagem** 5149 UH | 13720 leitos **Aluguel para temporada** 578 UH | 1499 leitos	
Gestão Órgão de Turismo Oficial: Secretaria de Turismo COMTUR: Consultivo e deliberativo - Composição: Menos de 1/3 poder público Instância de Governança Regional: Circuito Mantiqueira Paulista	

Fonte: Inventário da oferta turística – 2017

1.2 Demanda turística

Campos do Jordão é atualmente um destino conhecido nacionalmente e atrai mais de 4 milhões de visitantes por ano. De acordo com pesquisas realizadas pelo Observatório do Turismo de Campos do Jordão junto aos visitantes no ano de 2017. O turismo de lazer é o mais procurado. A faixa etária que predomina em primeiro e segundo lugar é de 24-34 anos (29%) e 45-59 anos (24%) respectivamente. Quanto aos centros emissores de visitantes, o Estado de São Paulo se destaca com 61% e dentre os paulistas 46% vêm da capital.

75% dos visitantes viajam de forma autoguiada e usam o automóvel como meio de transporte (88%). 37% viajam em dupla ou casal, 36% na forma de grupos de amigos ou famílias sem crianças. 85% dos visitantes se programam para a viagem utilizando alguma fonte de informação, sendo que 60% utilizam a internet.

Os turistas ficam em média no destino 2,9 noites e hospedam-se em pousadas (47%). O período de maior visitação foi de junho a agosto (57%), temporada de inverno de em Campos do Jordão. No decorrer do ano, os fins de semana recebem um número maior de visitantes (51%).

De acordo com o Observatório do Turismo de Campos do Jordão, –no ano de 2017 a cidade recebeu 4.552.463 visitantes, dos quais 701.915 eram turistas que dormiram em meios de hospedagem gerando 2.056.613 milhões de pernoites.

Fonte: Estudo de demanda turística – 2017

2. ONDE PRECISAMOS MELHORAR

2.1 Questões-chave

Campos do Jordão é um município turístico, e como a maioria dos municípios turísticos brasileiros se desenvolveu sem planejamento, o que lhe rendeu diversos problemas que foram identificados na fase do diagnóstico da atividade turística.

O diagnóstico buscou responder a pergunta "onde estamos?" Ou seja, procurou compreender a situação atual do município em relação ao turismo. Diagnosticar é fazer um estudo exploratório sobre a localidade pesquisada.

A etapa de diagnóstico foi um combinado de atividades que permitiram o desenho do cenário turístico de Campos do Jordão:

Ponto de vista Ambiental, Social, Econômico e Ético	
ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA ANÁLISE DA GESTÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA ANÁLISE DO ORÇAMENTO DESTINADO AO TURISMO ANÁLISE DA ORGANIZAÇÃO TERRITORIAL DA ATIVIDADE TURÍSTICA ANÁLISE DA OPINIÃO DOS AGENTES DO TURISMO	**Ponto de Vista** Da Gestão, Orçamento, Oferta e Demanda

Por fim, o Diagnóstico trouxe como resultado, questões-chave que são um agrupamento de problemas que freiam o desenvolvimento sustentável da atividade turística em Campos do Jordão:

2.1.1 O sistema de gestão turística institucional é frágil

O sistema de gestão turística institucional é frágil em grande medida pela falta de normatização da atividade turística e informalidade do Sistema Municipal de Turismo.

O Sistema Municipal de Turismo – SIMTUR é o responsável pela gestão da Política Municipal de Turismo. Compõe o SIMTUR os entes e suas competências, os instrumentos de planejamento e gestão e os instrumentos de canalização de recursos financeiros.

2.1.2 A comunicação entre os agentes do turismo é falha

A comunicação interna é um problema recorrente na maioria das empresas sejam elas grandes, médias ou pequenas. Agora imagine em um destino turístico onde o poder público precisa conversar com a iniciativa privada e os dois precisam conversar com a população local, além de terem que manter as informações atualizadas para uma correta divulgação ao turista. O desafio é grande!

Em Campos do Jordão o problema inicia-se na incompreensão sobre os conceitos básicos que estão relacionados à atividade turística. O destino não fala a mesma língua. Os conceitos não são padronizados. Não existe uma categorização da oferta, nem da demanda turística.

2.1.3 Faltam dados sobre a oferta e demanda turística, o que compromete a análise de seu comportamento.

Uma gestão eficiente depende de informações confiáveis, no entanto o problema tem base na falta de categorização da oferta e demanda turística, o que dificulta a coleta de informações padronizadas. Há ainda uma dificuldade

da Secretaria de Turismo em manter atualizados os dados da oferta turística, já que é de sua obrigação a coleta e não o contrário.

Em relação aos dados da demanda, existe um observatório do turismo, administrado pela Secretaria de Turismo, que emite relatório anual sobre o fluxo e perfil do visitante, todavia este Observatório necessita de um sistema próprio de alimentação de dados e uma metodologia mais adequada para dar embasamento aos dados coletados.

2.1.4 Falta de conscientização da população para com o turismo

O turismo é uma atividade complexa, diversificada e que distribui renda. Os resultados do turismo para economia local não são aparentes como os resultados de uma fábrica. Não podemos esperar que o jordanense se sinta beneficiado pela atividade turística por pura interpretação, ainda que seja a principal atividade econômica do município.

Boa parte desse problema tem início na falha comunicacional dos agentes turísticos e também na falta de dados sobre o comportamento da oferta e demanda que serviriam de insumos para campanhas de sensibilização com intuito de mostrar que embora o cidadão não participe diretamente da atividade turística, ele recebe algum tipo de benefício.

2.1.5 Há um crescimento desordenado da oferta turística

Em Campos do Jordão havia, no ano de 2017, 15.381 casas de veraneio, casas cujo proprietário não reside na cidade. Essas casas representam uma arrecadação, com o IPTU, importante para Campos do Jordão, porém com o advento de sites como o Aluguel para Temporada e Airbnb, muitas propriedades passaram a, oferecer estadia a turistas sem a devida regulamentação desta atividade. Somente no Airbnb foram encontradas 578

unidades habitacionais que somam 1499 leitos disponíveis para aluguel o que equivale a 10% do total de leitos do destino. É importante esclarecer que nem todas são propriedades de veranistas, mas o que não reduz o fato em questão, o crescimento desordenado da oferta turística.

Ainda, a falta de dados sobre o comportamento da oferta turística, a falta de normas que regulamentem o aumento do número de leitos e a falta de uma identidade turística a ser preservada dificultam o controle do crescimento da oferta turística, em especial o número de leitos, primeiro indicador de tendência de declínio do destino.

2.1.6 A divulgação do destino é falha (interna e externa)

A Secretaria de Turismo e o *trade* turístico tem dificuldades em levar, de forma eficiente, Campos do Jordão como destino turístico para os grandes centros emissores de turistas e para potenciais investidores. Também não são eficientes na divulgação interna do destino, ou seja, quando o visitante está em Campos do Jordão.

2.1.7 O destino não comercializa atividades turísticas (atrativo x atividades)

Um dos maiores problemas apontados nas pesquisas junto aos agentes do turismo local foi que "Campos do Jordão tem pouca opção do que fazer". Como pode haver uma percepção nesse sentido se a cidade possui uma boa infraestrutura de atrações turísticas? Talvez o motivo esteja na forma de comercializar os produtos turísticos. Campos do Jordão atualmente comercializa atrativos turísticos e não atividades turísticas, e ao seguir essa estratégia reduz suas possibilidades.

2.1.8 O potencial da cidade para receber eventos não é devidamente explorado

Campos do Jordão tem poucos eventos permanentes com temáticas locais, ou seja, poucos eventos são de Campos do Jordão, só podem acontecer em Campos do Jordão.

Por outro lado, a iniciativa privada é muito competente na atração de eventos, geralmente congressos / eventos corporativos que podem acontecer esse ano em Campos do Jordão, mas no ano que vem ir para outro destino turístico.

Diante disso, perde-se muita energia (tempo e dinheiro) buscando congressos / eventos coorporativos e pouca energia no desenvolvimento de eventos permanentes (temáticas locais). É importante discutir a inversão dessa lógica para criar um calendário de eventos mais sustentável.

2.1.9 O orçamento destinado ao desenvolvimento da atividade turística é modesto

Apesar da clareza do poder público quanto à importância socioeconômica da atividade turística para o município, os recursos próprios disponibilizados e ações de incentivo para o setor são modestos em comparação com outros setores.

Paralelamente, a iniciativa privada também deve fomentar o turismo com recursos próprios, inicialmente pagando de forma correta seus impostos e investindo em capacitação e publicidade, visto que é a principal beneficiadora dos resultados econômicos da atividade turística.

O desenvolvimento sustentável da atividade turística precisa de recursos financeiros periódicos para que possa haver um planejamento consciente em

longo prazo e que minimize as frustrações dos envolvidos com sua gestão por falta de dinheiro na hora da execução.

2.1.10 Campos do Jordão não tem uma proposta de posicionamento

Se posicionar diante de um mercado turístico é focar em uma vocação e um mercado alvo, incluindo aí o perfil do turista desejado, para criar uma vantagem competitiva que possa concorrer com os demais destinos turísticos pela atenção e preferência dos turistas.

Sem um posicionamento os agentes turísticos ficam sem foco na hora de formatar atividades turísticas, e o destino corre o risco de atrair investidores com objetivos contraditórios.

2.1.11 O fluxo turístico sofre ao deslocar-se pelo destino

Não importa o tipo de transporte, deslocar-se por Campos do Jordão é sofrido. O relevo acidentado em que a cidade se desenvolveu não contribui para a expansão da infraestrutura viária, o sistema de transporte público possui limitações e o fluxo de veículos dos visitantes ainda sobrecarrega o sistema viário.

2.1.12 Sazonalidade

O agente turístico privado de Campos do Jordão é competente, consegue bons resultados quando atua de forma individual. Todavia a eficácia diminui quando as ações precisam ser em conjunto. Os resultados são grandes períodos de sazonalidade, que deixam a estrutura da oferta turística e o ônus dos dias de baixo movimento serem incorporados aos dias de bom movimento, diminuindo a competitividade do destino.

3. POSICIONAMENTO

O posicionamento do destino turístico em relação a alguns temas é fundamental para direcionar a formulação das ações, com o objetivo de corrigir os problemas apontados na fase do diagnóstico. Esse posicionamento foi construído em conjunto com os agentes turísticos locais e população;

- A Política Municipal de Turismo (Lei) definirá o Sistema Municipal de Turismo e disciplinará a prestação de serviços turísticos;
- A formatação e comercialização dos produtos turísticos terá como base atividades turísticas (experiências turísticas);
- Campos do Jordão investirá preferencialmente na atração de turistas, mas não negligenciará os excursionistas;
- A atração de grupos e viajantes autoguiados terão a mesma atenção, tendo o mercado como regulador;
- Vamos aguardar a conclusão do Plano de Mobilidade Urbana para tomar decisões sobre a circulação do visitante;
- A Secretaria Municipal de Turismo trabalhará em parceria com a iniciativa privada (OSCs) na execução da Política Municipal de Turismo;
- Quando comprovada a viabilidade, a Administração Municipal fará concessões a iniciativa privada de equipamentos públicos de reconhecido interesse turístico;
- A Administração Pública continuará limitando (para ordenar) o crescimento da oferta turística municipal;
- O destino apoiará, preferencialmente, a criação e desenvolvimento de eventos com temáticas locais, mas sem negligenciar os eventos que não tem Campos do Jordão como lugar definitivo;

4. DIRETRIZES

Para tornar Campos do Jordão o destino ideal para a atividade turística, é preciso que as ações desse Plano Diretor de Turismo permeiem as diretrizes apresentadas a seguir. Elas foram elaboradas com base em desejos dos visitantes, agentes turísticos locais e população e também pela vocação da cidade.

4.1 Destino turístico inteligente e uma cidade melhor para viver

Um destino turístico desburocratizado e conectado vai atrair investidores e melhorar a qualidade de vida de seus habitantes por meio da atividade turística.

4.2 Uma oferta turística que ama o que faz

Uma oferta turística que não deve ter como foco apenas o lucro, mas deve manifestar um envolvimento pessoal e sentimental em relação aos produtos e serviços que oferece.

4.3 Valorização da nossa terra e da nossa cultura

A idéia é formatar e proporcionar ao visitante, experiências turísticas que exaltem a cultura e o meio ambiente de Campos do Jordão.

4.4 Geração e valorização do trabalho, renda e estímulo ao empreendedorismo

O jordanense deve ser o principal beneficiário dos resultados econômicos da atividade turística.

5. OBJETIVOS

Com base nos problemas identificados na fase do diagnóstico e o posicionamento definido na fase do prognóstico,e tendo como referência as diretrizes, identificam-se quatro grandes objetivos a serem alcançados no decorrer da execução do Plano Diretor de Turismo.

5.1 Gestão eficiente da atividade turística

A maioria dos problemas apontados como entraves para o desenvolvimento turístico sustentável tem, em alguma medida, origem na fraca e desarticulada estrutura normativo-institucional de um destino turístico. As organizações públicas ou não governamentais de Campos do Jordão carecem de articulação e sensibilização quanto ao seu papel no planejamento e gestão do turismo. Falta união em um ambiente desfavorável pela carência de regras e normas que ordenem e facilitem os processos de gestão do turismo.

A atividade turística deve ser planejada de acordo com os interesses do governo municipal, do empresariado e da comunidade local e para que isso aconteça é de suma importância que estes segmentos estejam representados e deliberem em conjunto dentro do Conselho Municipal de Turismo - COMTUR.

As deliberações do COMTUR devem ser executadas pelo poder executivo municipal e pela iniciativa privada, estas organizadas em um ambiente favorável a gestão compartilhada do turismo, por meio de leis que ditam regras que devem ser respeitadas e que permitam ajustar determinadas condutas ou atividades dos agentes turísticos ao longo do processo.

Resultados esperados:

- Fortalecer da base normativa relacionada ao turismo;

- Fortalecer as instituições;
- Elaborar os instrumentos de planejamento e gestão;
- Desenvolver a gestão compartilhada por meio de parcerias;
- Informar e capacitar os entes quanto a suas competências dentro do SIMTUR.

5.2 Mais recursos financeiros para o turismo

Apesar da clareza do poder público quanto à importância sócio-econômica da atividade turística para o município, os recursos próprios disponibilizados e ações de incentivo para o setor são modestas em comparação com outros setores.

Paralelamente, a iniciativa privada também deve fomentar o turismo com recursos próprios visto que é a principal beneficiadora dos resultados econômicos da atividade turística.

O desenvolvimento sustentável da atividade turística precisa de recursos financeiros periódicos para que possa haver um planejamento consciente em longo prazo e que minimize as frustrações dos envolvidos com sua gestão por falta de dinheiro na hora da execução.

Resultados esperados:

- Aumento da dotação orçamentária do FUMTUR;
- Aumentar a previsão de investimentos do Estado na EFCJ, Auditório, PECJ e Palácio Boa Vista;
- Aumentar o investimento privado no turismo.

5.3 Oferta turística profissional

A OMT define a oferta turística com sendo: "O conjunto de produtos turísticos e serviços postos a disposição do usuário turístico num determinado destino, para seu desfrute e consumo". É a oferta turística que atrai e são seus agentes que interagem diretamente com o visitante e por isso, ela precisa ser adequada e profissional.

Locais para dormir, comer, serviços de apoio e atrações turísticas, são alguns itens quem compõem a oferta turística de um destino. Como a atividade turística tem como base a interação entre pessoas, o contato entre o turista e o agente turístico local será inevitável que este esteja preparado para receber os visitantes.

Na mesma linha e ante a constatação de que certas atividades são desempenhadas com mais eficiência pelo setor privado, nesse caso específico na gestão da infraestrutura turística, é preciso pensar na possibilidade de concessão de alguns bens públicos para melhorar e manter em bom estado a infraestrutura turística e melhorar a experiência turística do visitante no destino.

Por outro lado, o crescimento da oferta turística precisa ser controlado. Um destino turístico com excesso de leitos, por exemplo, pode comprometer a identidade turística do destino e inviabilizar seu desenvolvimento sustentável em longo prazo. Portanto é preciso estimular o desenvolvimento da oferta, mas com cautela em relação ao crescimento que deverá acontecer de forma ordenada.

Resultados esperados:

- Aumentar a oferta turística;

- Qualificar a oferta turística;
- Modernizar a oferta turística existente;
- Melhoria da infraestrutura básica.

5.4 Fluxo turístico adequado

Destinos que ainda não experimentaram a invasão de visitantes, a ponto de extrapolar sua capacidade operacional, acreditam que quanto mais visitantes melhor. Por outro lado, destinos experientes nesse quesito já perceberam que a qualidade é superior a quantidade e Campos do Jordão é um destino experiente.

Problemas como a sazonalidade em dias úteis e superlotação em finais de semana e feriados ou vice-versa estão relacionados a falta de controle do fluxo turístico, ou seja, fluxo turístico inadequado que está diretamente relacionado a falta de planejamento quando o assunto é vender o destino Campos do Jordão fora de Campos do Jordão (estimular a demanda nos grandes centros emissores de turistas).

Resultados esperados:

- Aumentar o fluxo e a taxa de permanência de turistas;
- Manter o fluxo de visitantes.

6. AÇÕES ESTRATÉGICAS

6.1 Fortalecer a base normativa relacionada ao turismo

Normatizar a atividade turística tem por finalidade orientar a atuação da administração pública e da sociedade civil organizada, segundo os imperativos da democracia e da justiça. De acordo com o art. 5º, inciso II, da Constituição Federal, "*ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei*". Entende-se que somente a lei poderá criar direitos, deveres e vedações, ficando os indivíduos vinculados aos comandos legais, disciplinadores de suas atividades. No âmbito do turismo, planejar e gerir com base no principio da legalidade facilita a convivência do poder público, sociedade civil organizada e população local e torna mais eficiente o planejamento e gestão do turismo local.

6.1.1 Estabelecer a Política Municipal de Turismo (Lei)

A Política Municipal de Turismo deve estar em sintonia com a Lei Orgânica do Município e com Plano Diretor Municipal, garantindo a conformidade entre as legislações e fortalecendo os compromissos do poder executivo e legislativo com a população.

Instituir os instrumentos de planejamento e gestão, dentre eles o Plano Diretor de Turismo, e definir fontes de canalização de recursos para execução dos programas, projetos e atividades é o principal objetivo dessa ação, além de tratar dos seguintes pontos:

- Definir os objetivos da Política Municipal de Turismo;
- Formalizar o Sistema Municipal de Turismo;

- Disciplinar a prestação, o cadastro e a fiscalização dos serviços turísticos.

6.1.2 Regulamentar a Política Municipal de Turismo

É no Conselho Municipal de Turismo onde todo mundo pensa junto, inclusive o poder público e decide como será a convivência. O resultado dessa discussão é traduzido em instrumentos normativos que facilitam o planejamento e gestão da atividade turística local.

- Categorizar a atividade turística (Oferta e demanda);
- Definir critérios para participação da iniciativa privada na publicidade institucional;
- Definir critérios de hierarquização dos pontos de interesse turístico;
- Definir as áreas turísticas;
- Definir critérios de hierarquização das áreas turísticas;

6.1.3 Atualizar a lei do COMTUR

A composição do COMTUR conta atualmente com 23 representantes sendo 4 do poder público municipal (3 representantes do executivo e 1 do legislativo). Essa forma de composição está muito inchada. Muitos representantes não participam das reuniões de forma assídua, é preciso reduzir.

Além disso, a atual lei do COMTUR possui redação que pode ser tratada no regimento interno e competências, muitas vezes de caráter executivo, que vão contra a proposta de Política Municipal de Turismo.

- Permitir a normatização da atividade turística pelo COMTUR;
- Reformular as competências;

- Reduzir o número de membros;
- Continuar com a porcentagem de cadeiras de máximo 1/3 do poder público municipal.

6.1.4 Atualizar a lei do FUMTUR

Os recursos do FUMTUR são fundamentais para o desenvolvimento da Política Municipal de Turismo, portanto prever a destinação de uma parte da arrecadação municipal para este fundo é de suma importância para garantir a continuidade do desenvolvimento da atividade turística municipal.

- Reformular as receitas do FUMTUR.
  - Incluir o montante arrecadado com ao mobiliário urbano de sinalização turística urbana e rural;
  - Incluir o montante arrecadado com a Marca Turística Municipal.

6.2 Fortalecer as instituições

6.2.1 Reestruturar e capacitar o COMTUR

O sucesso da atividade turística em um destino depende da união de forças entre o Poder Público e a Sociedade Civil. É no Conselho Municipal de Turismo que o governo local, iniciativa privada e comunidade unem forças para tornar as políticas publicas, em prol do turismo, mais eficientes e democráticas.

Deliberar é decidir, resolver mediante discussão ou exame. Para que as ações do executivo municipal sejam democráticas é fundamental que as propostas sejam deliberadas por um COMTUR representativo e atuante, daí a importância de reformular a composição do colegiado.

Para facilitar as deliberações, além de outras ações, é importante capacitar os conselheiros (titulares e suplentes) quanto as rotinas de deliberação e reformular o regimento interno para que as regras fiquem claras e reduza conflitos internos.

Existe, entre os agentes do turismo, uma má compreensão sobre os reais objetivos do COMTUR e suas competências. Essa má compreensão gera conflitos entre a iniciativa privada e o poder público que podem ser minimizados com alguns esclarecimentos.

Por fim, seguindo a estratégia da gestão compartilhada do turismo, o COMTUR deverá se preparar para receber a comissão de entes executores da Política Municipal de Turismo.

- Esclarecer sobre os objetivos do COMTUR;
- Reformular o regimento interno;
- Capacitar quanto às rotinas de funcionamento do colegiado;
- Criar uma comissão com os entes executores da Política Municipal de Turismo (Depois de formalizada a transferência de responsabilidades).

6.2.2 Reestruturar funções de parte dos funcionários da Secretaria de Turismo

As estratégias de gestão da atividade turística em Campos do Jordão, que embasam a construção desse Plano Diretor de Turismo, alocam quase todas as competências sob o guarda-chuva do Órgão de Turismo Municipal, que no destino em análise é a Secretaria de Turismo. A Secretaria de Turismo fará o papel de ente executor público da Política Municipal de Turismo.

A Proposta da Política Municipal de Turismo também visa a gestão compartilhada com a iniciativa privada de várias competências, todavia algumas

são exclusivas da Secretaria de Turismo como por exemplo a gestão do sistema de informações turísticas e a gestão do manual de qualificação turística, em especial a chancela de selos, títulos e certificados.

Diante disso é de suma importância capacitar pelo menos dois funcionários efetivos do quadro da Secretaria de Turismo para que estes dêem continuidade na gestão desses dois importantes instrumentos de planejamento e gestão, mesmo após a mudança do chefe do executivo.

- Definir e capacitar o gestor do destino (SITUR);
- Definir e capacitar o fiscal de qualificação turística.

6.3 Elaborar os instrumentos de planejamento e gestão

6.3.1 Elaborar o manual de identidade visual

Os destinos turísticos atuais não devem se preocupar apenas em ser o melhor ou estar entre os melhores, devem também estar empenhados em mostrar o que são. Trabalhar a identidade visual de um destino turístico é fundamental para ganhar mais visibilidade, demonstrar segurança, profissionalismo e consequentemente aumentar o fluxo turístico e a arrecadação do FUMTUR.

A identidade turística do município de Campos do Jordão deverá ser criada com base na proposta de posicionamento definida pelos agentes do turismo para padronizar sua imagem nas campanhas de marketing turístico e na sinalização turística. A título de exemplo: Logotipo, slogan, layout de peças publicitárias, banco de imagens oficial, mapas turísticos, mobiliário de sinalização entre outras ferramentas necessárias ao fortalecimento da marca turística do destino no cenário nacional. Tudo isso reunido em um Manual de identidade Visual municipal.

- Criar a marca gráfica;
- Criar a identidade visual;
- Criar a iconografia;
- Definir as cores e tipografia;
- Aplicar a identidade visual - Papelaria completa;
- Aplicar a identidade visual - Portal Turístico;
- Aplicar a identidade visual – Mobiliário de sinalização turística;
- Aplicar a identidade visual – *Souvenirs.*

6.3.2 Elaborar o manual de sinalização turística

Padronizar a sinalização turística é o principal objetivo do manual de sinalização turística, mas não o único. O Manual regulamenta a instalação, retirada e manutenção do mobiliário urbano e rural de sinalização turística e define os direitos e deveres dos agentes do turismo, públicos e privados. Além disso, um dos capítulos do manual trata do projeto de orientação de tráfego turístico que define os trajetos a serem seguidos pelos visitantes para deslocar-se pelo destino.

- Projeto de orientação de tráfego turístico;
- Definir a metodologia de instalação e manutenção do mobiliário;
- Definir os critérios de utilização do mobiliário pela iniciativa privada;
- Ampliar o mobiliário de sinalização turística.

6.3.3 Criar o Sistema de Informações Turísticas

Na era em que vivemos, uma empresa competitiva tem uma base tecnológica adequada às demandas dos clientes. Na atividade turística, as instituições

responsáveis pelo planejamento e gestão do turismo, seja a nível Municipal, Estadual ou Federal, têm a necessidade de identificar, coletar, processar, armazenar, manter atualizadas e distribuir informações de meios de hospedagem, agências receptivas, empresas de transporte, atrativos turísticos, espaços para eventos, restaurantes entre outras que formam a impressionante cadeia produtiva do turismo e que são indispensáveis à atividade. Além, é claro, da necessidade de gerar relatórios sobre o comportamento da atividade turística, tendências, oportunidades de negócios e os resultados de suas ações voltadas para o turismo.

Para Sheldon (1989), a informação é o sangue da indústria turística, a coleta, o processamento, a armazenagem e a distribuição de informações são extremamente importantes para a atividade, uma vez que para vender o produto turístico, é necessário divulgar a informação que o caracteriza de acordo com as expectativas dos turistas que estão em busca de informações sobre serviços e atrações, dos profissionais do turismo[3] que buscam informações sobre a infraestrutura turística e dos investidores[4] que buscam informações sobre as tendências e oportunidades de negócios.

O processo de compra de um produto turístico é facilitado quando a informação está disponível, de forma atualizada aos turistas e aos profissionais do setor.

Um Sistema de Informações Turísticas, bem definido, permitirá o aperfeiçoamento do fluxo de informações dentro do destino, e como resultado a melhora na comunicação e promoção turística em um mercado cada vez mais competitivo. O Sistema de Informações Turísticas deve contar com no mínimo 3 módulos:

---

[3] Organizadores de eventos, agente de viagens entre outros que geram fluxo para o destino por meio de grupos organizados.

[4] Agentes exteriores ao destino que buscam iniciar um negócio ou agentes internos que visão ampliar sua atividade.

O **Cadastro Municipal de Turismo** que amparado por lei, tem por finalidade captar informações da cadeia produtiva do turismo, informações sobre a oferta e demanda turística, alimentando assim o banco de dados do Sistema de Informações Turísticas.

O **Observatório do Turismo**, responsável por gerar relatórios de oportunidades de negócios, comportamento da oferta e da demanda turística, inventário turístico e diagnóstico turístico com base no banco de dados alimentado pelo Cadastro Municipal de Turismo.

A **plataforma de divulgação na internet (Portal Turístico)**, principal ferramenta de divulgação das informações turísticas do destino. Com duas frentes, uma para o turista e outra para o profissional de turismo, o site deve ser um canal eficiente de comunicação entre os gestores e o público por meio da exposição das informações do Cadastro Municipal de Turismo e dos relatórios gerados pelo Observatório do Turismo.

Para ser viável, todo sistema deve funcionar, com auxilio de um software, nos principais browsers do mercado (Acesso web) que permita a realização do cadastro de informações turísticas diretamente pela cadeia produtiva do turismo. Que gere os relatórios do Observatório de Turismo de forma automática e que divulgue informações sobre a oferta turística de forma automatizada no portal turístico do destino.

6.3.4 Elaborar o calendário de eventos turísticos (Instrução normativa)

Os eventos são importantes geradores de fluxo turístico para um destino. Em Campos do Jordão não é diferente. Criar a instrução normativa do Calendário de Eventos Turísticos é definir regras para inserção e benefícios para os eventos que farão parte do calendário oficial de eventos turísticos da cidade.

Espera-se uma melhor utilização dos recursos públicos e mais eficiência na divulgação aumentando o fluxo de visitantes e diversificando as opções de lazer do jordanense e visitantes.

6.3.5 Elaborar o manual de qualificação turística (Instrução normativa)

A qualidade dos serviços turísticos no município precisa de zelo. A criação da instrução normativa do manual de qualificação turística tem como objetivo orientar os agentes do turismo quanto aos requisitos de qualificação da oferta turística municipal e os benefícios chancelados por meio de títulos, selos e certificados. A proposta é criar ações de qualificação permanentes, reuni-las em um único documento e disponibilizá-las para todo o destino turístico.

6.3.6 Elaborar o Plano de Comunicação Turística

O objetivo é planejar um conjunto de atividades distribuídas em uma linha de tempo, que com esforços do poder público e iniciativa privada, divulgarão o destino turístico para os potenciais centros emissores de turista com o objetivo de aumentar no número de visitantes; Divulgará as ações institucionais dos agentes turísticos com o objetivo de fortalecer institucionalmente o destino; E desenvolverá campanhas de conscientização junto a população local com vistas a melhorar a visão do jordanense para com a atividade turística. Segundo Públio (2008), um anúncio isolado, por mais criativo que seja, tem muito pouca eficácia comparada com uma campanha completa, com diversas peças diferentes, desde que mantenham o mesmo conceito criativo. Nesse sentido espera-se um aumento do fluxo de visitantes, uma melhora da imagem institucional do destino e uma melhora da visão do jordanense para com a atividade turística.

6.4 Desenvolver a gestão compartilhada por meio de parcerias

6.4.1 Transferir a gestão do calendário de eventos turísticos

Com a instrução normativa do calendário de eventos turísticos finalizada, as regras para inserção e os benefícios para os eventos que farão parte dele estarão definidas, e portanto, uma gestão privada se mostra mais eficiente. Cuidar dos editais de atração de eventos e patrocínio, a comercialização de espaços públicos e espaços para publicidade são algumas das funções do gestor do calendário de eventos turísticos oficial da cidade.

6.4.2 Transferir a gestão do plano de comunicação turística

Após a elaboração do plano de comunicação turística e aprovação pelo Conselho Municipal de Turismo é hora de colocar em prática as ações propostas e ninguém melhor para executá-las do que a iniciativa privada. A execução de um plano de comunicação demanda flexibilidade no gasto de recursos financeiros e mudanças rápidas de direção de acordo com os resultados. São algumas funções do gestor: A criação das peças para veiculação nos canais de comunicação e a efetiva veiculação, a gestão de estratégias para que a publicidade institucional do destino seja acompanhada da comercialização de atividades, o fortalecimento da imagem do destino por meio da divulgação de resultados frutos da boa gestão turística local e por fim, ações de sensibilização junto a população jordanense com integração de conteúdo de turismo nas escolas e campanhas para melhoria do transito.

6.4.3 Transferir a gestão da sinalização turística

Com o manual de sinalização turística finalizado e aprovado pelo COMTUR, as regras de instalação, manutenção e retirada da sinalização estarão definidas e

portanto a iniciativa privada pode assumir a gestão do mobiliário com segurança para ambas as partes. Espera-se com essa estratégia uma gestão mais eficiente da infraestrutura de sinalização turística com reflexos na melhoria da circulação do visitante e aumento da dotação orçamentária direcionada ao FUMTUR.

6.4.4 Transferir a gestão da marca turística

Finalizado o manual de identidade visual o conteúdo estará definido e as regras de uso estarão mais claras e portanto é hora de explorar a marca turística de Campos do Jordão. As funções do gestor irão desde a concessão de direito de uso da marca, passando pela manutenção e ampliação do banco de imagens e textos, até o estímulo a produção de *souvenirs* e criação de publicações turísticas tendo como base as atividades turísticas oferecidas no destino.

6.4.5 Transferir a gestão de pontos de interesse turístico públicos

Algumas ações já estão sendo desenvolvidas nesse sentido em Campos do Jordão como, por exemplo, a concessão do teleférico por parte da EFCJ. A proposta é que após a identificação e hierarquização dos pontos de interesse turístico públicos seja feito um estudo de viabilidade para concessão e que após a aprovação do COMTUR e das audiências públicas o processo de concessão a iniciativa privada seja iniciado. Espera-se com essa estratégia diversificar as atrações turísticas da cidade, reduzir gastos públicos e aumentar a dotação orçamentária destinada ao FUMTUR.

6.5 Informar e capacitar os entes quanto a suas competências dentro do SIMTUR

Após a definição dos entes pela Política Municipal de Turismo e a transferência de responsabilidades da Secretaria de Turismo para uma gestão compartilhada, os novos integrantes devem ser capacitados para as novas funções e os agentes do turismo devem saber como ficaram distribuídas as competências, e qual a responsabilidade de cada ente.

Para tanto uma das primeiras ações do plano de comunicação turística deve tratar exatamente de informar a todo destino os entes e suas competências dentro da Política Municipal de Turismo.

6.6 Aumentar a dotação orçamentária do FUMTUR

6.6.1 Aumentar a arrecadação municipal criando novas fontes de recursos

Campos do Jordão não explora uma marca turística como fonte de recursos para o FUMTUR, tampouco todo seu potencial de mobiliário de sinalização turística, embora neste exista uma concessão de exploração de parte do mobiliário cuja renda é 100% revertida ao FUMTUR.

Com a criação do manual de identidade visual e o manual de sinalização turística o destino terá insumos técnicos para solicitar junto a câmara dos vereadores uma pequena alteração na Lei da Cidade Limpa no sentido de ampliar a disposição de mobiliários de sinalização turística no município e assim arrecadar mais recursos para o FUMTUR com a comercialização desses espaços.

Ainda, e nesse caso mais especificamente o manual de identidade visual, define

insumos que podem ser explorados no desenvolvimento de souvenirs e publicações turísticas (mapas, guias, etc...) com intuito de aumentar a arrecadação do FUMTUR.

Um terceiro ponto é o aumento da arrecadação por meio de contratos inteligentes de concessão de pontos de interesse turístico públicos. O esforço segue no sentido de garantir uma parcela dos bônus dessas concessões para o FUMTUR.

6.7 Aumentar a previsão de investimentos do Estado em Campos do Jordão

A proposta é aumentar o diálogo com as instituições responsáveis por pontos de interesse turístico localizados em Campos do Jordão, mas que são de gestão do Estado, integrá-las a proposta de desenvolvimento do Plano Diretor de Turismo estimulando o aumento dos investimentos do governo estadual na Estrada de Ferro de Campos do Jordão, no Auditório Claudio Santoro, no Parque Estadual de Campos do Jordão (em fase de concessão) e no Palácio Boa Vista.

6.8 Aumentar o investimento privado no turismo

Uma estratégia para aumentar o investimento privado no turismo é atrair novos investidores com auxilio de relatórios de oportunidade de negócios inteligentes e gerados pelo observatório do turismo.

Outra forma seria, por meio das associações, aumentar o gasto médio do empresariado em publicidade e qualificação.

Uma previsão pessimista de faturamento, realizado por este estudo, com base

no gasto médio estimado do visitante[5] em Campos do Jordão nos anos de 2018, 2019 e 2020 chegou a impressionantes 1,8 bilhão de reais. 1,8 bilhão de reais será injetado na economia jordanense somente em locais para dormir, comer e comércio turístico.

Convencionou-se no mercado que uma boa previsão de investimentos em marketing para pequenas e médias empresas giram em torno de 3 a 5% do seu faturamento. Se fizermos um cálculo rápido com base em 3% de 1,8 bilhões de reais em faturamento até 2020, o empresariado de Campos do Jordão disponibilizará 54 milhões de reais para ações de marketing que inclui publicidade e qualificação. O número impressiona e demonstra a força do associativismo que tem como base uma Política Municipal de Turismo inteligente.

A implantação do sistema de informações turísticas vai munir a iniciativa privada de uma excelente ferramenta de comunicação. A elaboração do plano de comunicação turística irá orientar os esforços do poder público e da iniciativa privada na execução de ações publicitárias para o melhor uso do recurso privado e as associações terão papel importante nesse processo.

6.9 Aumentar a oferta turística

6.9.1 Criação de 100 atividades turísticas (experiências turísticas) para responder a pergunta "o que tem para fazer em Campos do Jordão?"

É sabido que a divulgação de atrativos turísticos não atrai, de forma eficiente, o

[5] Turistas: R$ 89,00 pernoite, R$ 50,00 primeira refeição e R$ 50,00 segunda refeição com base em 6,7 milhões de pernoites nos próximos 3 anos. Excursionistas: Gasto médio R$ 100,00 com base em 5,4 milhões de excursionistas nos próximos 3 anos.

visitante. Atualmente as pessoas estão muito ocupadas para planejar sua viagem com base somente na informação de um atrativo turístico. É preciso oferecer atividades completas, hospedagem, alimentação e uma experiência.

Diante disto, é fundamental capacitar os agentes do turismo na elaboração, em conjunto, de atividades turísticas e na forma de comercialização dessa atividade nos grandes centros emissores de visitantes.

- Atividades turísticas formatadas e sendo comercializadas nos centros emissores de turistas.

6.10 Qualificar a oferta turística

Com a instrução normativa do manual de qualificação turística definida é hora de alimentar o manual com normas para que os agentes turísticos se qualifiquem e sejam chancelados com certificados, selos e títulos.

As associações, mais uma vez, são fundamentais nesse processo, pois são elas que auxiliarão seus associados no cumprimento dos requisitos solicitados pelo manual de qualificação turística, para que possam receber a chancela da Secretaria de Turismo por meio de certificados, selos ou títulos.

- Certificado CADTUR: Critérios para a realização do Cadastro Municipal de Turismo;
- Selo acessibilidade: Critérios para adequação da infraestrutura turística para receber portadores de necessidades especiais (PNE);
- Titulo de Atração Turística: Critérios para concessão do título de atração turística para um ponto de interesse turístico;
- Selo Presença online: Critérios para aumentar a presença online do destino turístico.

6.11 Modernizar a oferta turística existente

6.11.1 Modernização do sistema e veículos (trenzinhos da alegria);

A proposta dos Trenzinhos da Alegria em Campos do Jordão é boa, todavia o sistema e os veículos precisam ser modernizados. O modelo atual não é eficiente.

Os veículos precisam ser modernizados, mas para isso é preciso esperar a construção da identidade visual de Campos do Jordão. O teleférico será modernizado, sendo necessário modernizar também os veículos chamados Trenzinhos da Alegria.

No mesmo sentido, o sistema de venda e operação dos trenzinhos devem sofrer algumas alterações para que se torne mais eficiente tanto para os proprietários quanto para o destino turístico. Todavia, nesse caso, é necessário aguardar a conclusão do Plano de Mobilidade Urbana.

6.11.2 Modernização dos trens e das estações (EFCJ);

A modernização nesse caso segue no sentido de melhorias tecnológicas e de operação com conservação do layout que já integra a paisagem de Campos do Jordão.

A modernização segue no sentido de uma reconstrução do modelo de comercialização das atividades ligadas aos trens e as estações, das regras que normatizam uma eventual parceria com a iniciativa privada no sentido de aluguel de trens e venda de espaços publicitários e da operação do trecho Pindamonhangaba – Campos do Jordão.

6.11.3 Modernização das unidades habitacionais (MH).

A oferta de unidades habitacionais em Campos do Jordão é, em grande parte, antiga. Unidades habitacionais têm vida útil curta, portanto é preciso fazer reformas constantemente. Nesse sentido a proposta é sensibilizar os proprietários de meios de hospedagem quanto a necessidade dessas reformas e muni-los de instrumentos técnicos e financeiros para que a realização seja viável. Nesse caso as associações voltam a ter importante papel na Política Municipal de Turismo.

6.12 Melhorar a infraestrutura básica

6.12.1 Conclusão da ciclovia ligando o Capivari ao Portal

A mobilidade urbana precisa ser tratada com atenção pelo destino Campos do Jordão. Existe um Plano de Mobilidade Urbana em construção, todavia essa reivindicação é antiga e já possui previsão de execução, inclusive com recursos oriundos do Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos.

A proposta é concluir um trajeto de circulação exclusiva de bicicletas ligando a área turística mais famosa de Campos do Jordão, o Capivarí, ao Portal de entrada da cidade.

6.12.2 Elaboração do projeto executivo de melhoria no acesso das vias de interesse turístico

Sabemos que as vias de interesse turístico são espaços de trânsito de visitantes que se deslocam de um ponto de interesse turístico a outro e, no caso de Campos do Jordão, servem também como atrativo turístico, pois o deslocamento caracteriza uma atividade turística, como, por exemplo, fazer

caminhada em meio a natureza, andar a cavalo em estradas rurais, andar de bicicleta em trilhas, um passeio de trem, etc. Diante disso, é fundamental a estruturação das vias de interesse turístico municipais criando um ambiente propício para atingir a meta de posicionamento do destino.

A mobilidade urbana precisa ser tratada com atenção pelo destino Campos do Jordão. Existe um Plano de Mobilidade Urbana em construção e sua conclusão é aguardada com ansiedade pelos que vivem na cidade.

- Conclusão da ciclovia ligando o Capivari ao Portal;
- Melhoria no acesso das trilhas (percursos fora de estrada);
- Melhoria no acesso das estradas rurais;
- Melhoria no acesso ao Parque Estadual de Campos do Jordão por meio da construção de uma ciclovia.
- Melhoria da sinalização turística de orientação.

6.12.3 Elaboração do projeto executivo de melhoria/concessão dos pontos de interesse turístico públicos.

Campos do Jordão possui uma infinidade de pontos de interesse turístico, todavia a grande maioria desses pontos não conta com infraestrutura adequada para receber o visitante.

O primeiro passo é a inscrição desses pontos de interesse turístico públicos no Cadastro Municipal de Turismo, depois eles devem ser hierarquizados para definir qual terá preferência no processo de reforma/concessão.

Um estudo deve ser contratado no sentido de informar a viabilidade de concessão dos pontos de interesse turístico e em caso positivo, que defina um instrumento contratual que beneficie o município e a concessionária.

Para os pontos de interesse turístico inviáveis de serem concedidos, deve-se elaborar os projetos executivos para reestruturação e para os passiveis de concessão deve-se iniciar o processo, inclusive com a realização de audiências públicas.

- Banheiro público no Capivari;
- Gruta dos Crioulos;
- Pico do Imbiri;
- Espaço Cultural "Dr. Além";
- Centro de eventos André Franco Montoro;
- Portal de Campos do Jordão.

7. METAS

7.1 Executar 6,7 milhões de pernoites até 2020

Executar 2 milhões de pernoites em 2018, 2,2 milhões em 2019 e 2,5 milhões em 2020 em meios de hospedagem legalmente constituídos. A proposta vislumbra uma taxa de ocupação média, dos leitos, nos próximos 3 anos, de 40%.

7.2 Manter a oferta em 15 mil leitos

Manter uma oferta próxima a 15 mil leitos em meios de hospedagem legalmente constituídos pretende frear a expansão do número de leitos até que o destino desenvolva e concretize sua proposta de posicionamento.

Um destino turístico com leitos em excesso tende a atrair um novo perfil de visitante, estimulado pela iniciativa privada o que tende a causar uma descaracterização do destino ocasionado pela reconfiguração da oferta.

7.3 2 bilhões de reais a mais na economia local

Injetar na economia local 2 bilhões de reais por meio da atividade turística. Com isso concretizar a atividade turística como principal atividade econômica do município, potencializar o investimento em marketing, por parte da iniciativa privada em 60 milhões de reais[6] e o investimento em turismo por parte do poder público em 10 milhões[7] de reais com o aumento da arrecadação de ISS que passaria dos atuais 15 milhões[8] para algo próximo a 40 milhões de reais.

---

[6] 3% de 2 bilhões de reais.
[7] Suprimida as obrigações com a saúde, educação e outros.
[8] Valor arredondado de 15.019843,33 – Fonte: Observatório do Turismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABET Projetos Turísticos. **Diagnóstico da atividade turística de Campos do Jordão**. Março, 2018.

_____. **Estudo de Demanda Turística de Campos do Jordão**. Janeiro, 2018.

_____. **Inventário da Oferta Turística de Campos do Jordão**. Dezembro, 2017.

_____. **Prognóstico da atividade turística de Campos do Jordão**. Março, 2018.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BUARQUE, Sérgio C. **Metodologia e Técnicas de Construção de Cenários Globais e Regionais**. Brasília, 2003.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Curso de Regionalização do Turismo – Livro 2**. Brasília, 2008

[1] SHELDON, P. (1989): **"Travel Industry Information Systems"**, in Witt, S., and Moutinho, L., (eds) *Tourism Marketing and Management Handbook*, Prentice Hall, London, pp. 589-592.

PETROCCHI, Mário. **Turismo Planejamento e Gestão**. São Paulo/SP: 2009

PÚBLIO, Marcelo Abilio (2008). **Como planejar e executar uma: CAMPANHA DE PROPAGANDA**. São Paulo: Atlas. p. 274

CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO
DE CAMPOS DO JORDÃO

FUNDO MUNICIPAL DE TURISMO
DE CAMPOS DO JORDÃO

CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO – COMTUR DE CAMPOS DO JORDÃO – SP
Criado pela lei 2343/97 de 09 de junho de 1997 e suas alterações
Nomeado pelo Decreto Municipal 7409/15
Biênio 2017 – 2019

DELIBERAÇÃO COMTUR Nº 001/2018

O Presidente do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR de Campos do Jordão - SP, no uso de suas atribuições legais, conferidas pela Lei nº 2343/97 de 09 de junho de 1997 e suas alterações, em Sessão Ordinária, do dia 03 de abril de 2018,

Considerando a importância de um instrumento de planejamento que ordenará as ações do poder público e iniciativa privada no desenvolvimento do turismo;

Considerando que no âmbito do turismo, planejar e gerir com base no princípio da legalidade facilita a convivência do poder público, sociedade civil organizada e população local;

Considerando as exigências da Lei Complementar Estadual 1261 de 29 de abril de 2015, para renovação do Título de Estância Turística junto ao Estado para continuar recebendo recursos do Fundo de Melhoria das Estâncias do Estado de São Paulo.

Considerando o excepcional trabalho realizado pela comissão de elaboração do Plano Diretor de Turismo nomeada pelo Decreto Nº 7880/18 de 01 de março de 2018, e aprovado em sessão ordinária do dia 03 de abril de 2018.

RESOLVE:

Art. 1º: Aprovar o projeto de lei que Institui o Plano Diretor de Turismo de Campos do Jordão e dá outras providências em anexo.

Art. 2º: Aprovar o Plano Diretor de Turismo 2018-2020 – Destino Turístico Inteligente em anexo.

Art. 3º: Revogam-se as disposições em contrário.

Campos do Jordão - SP, 13 de abril de 2018.

ALEXANDRE GONÇALVES DA SILVA
PRESIDENTE