



Câmara Municipal de Jaguariúna

SECRETARIA

Processo N° 070 Exercício de: 2022

ASSUNTO:

Projeto de Lei Complementar nº 008/2022, que Institui o Plano Diretor de Turismo do Município de Jaguariúna e dá outras providências;

Nome: Executivo Municipal

APROVADO EM 10 DISCUSSÃO
em Sessão de 17/05/2022


PRESIDENTE

APROVADO EM 20 DISCUSSÃO
em Sessão de 17/05/2022


PRESIDENTE

APROVADO

Favoráveis 10
Contrários -
Abstenções -

17/05/2022

PRESIDENTE

AUTUAÇÃO

APROVADO

Favoráveis 10
Contrários -
Abstenções -

17/05/2022

PRESIDENTE

Aos _____ dias do mês _____ de 20____, nesta cidade de Jaguariúna, na Secretaria da Câmara Municipal, autuo o processo acima referido como adiante se vê. Do que para constar, faço este termo.

Eu, _____, Secretário, a subscrevi



Prefeitura do Município de Jaguariúna

Rua Alfredo Bueno, 1235 – Centro – Caixa Postal 20 – CEP 13910-027 – Tel. (19) 3867-9700 – Fax (19) 3867-2856
Jaguariúna- SP

LIDO EM SESSÃO
DE 17/05/2022

PRESIDENTE

APROVADO EM 1ª DISCUSSÃO
em Sessão de 17/05/2022

PRESIDENTE

PROJETO DE LEI COMPLEMENTAR Nº 008/2022.

APROVADO	
Favoráveis	10
Contrários	-
Abstenções	-
17/05/2022	 PRESIDENTE

Institui o Plano Diretor de Turismo do Município de Jaguariúna e dá outras providências.

MÁRCIO GUSTAVO BERNARDES REIS, Prefeito do Município de Jaguariúna, Estado de São Paulo etc.,

FAÇO SABER que a Câmara Municipal aprovou e eu sanciono e promulgo a seguinte lei complementar:

Art. 1º Fica instituído o Plano Diretor de Turismo do Município Jaguariúna, para os exercícios de 2022/2024, constante do Anexo I, da presente lei complementar.

Art. 2º O Plano Diretor de Turismo tem como caráter nortear as ações da Prefeitura do Município de Jaguariúna, através da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura, abrangendo as demais Secretarias Municipais, articulando a participação efetiva da sociedade, representada pela COMTUR, na forma de empresas privadas, associações, entidades e organizações envolvidas no planejamento, implantação e gestão do turismo.

Art. 3º O Poder Executivo Municipal empenhar-se-á na divulgação do presente Plano e dos seus objetivos e metas, para que a sociedade o conheça amplamente e acompanhe a sua implementação.

Art. 4º Os recursos necessários à execução do Plano Diretor de Turismo de Jaguariúna serão consignados nos instrumentos orçamentários, observada a disponibilidade financeira do Município e o cronograma geral.

Art. 5º Esta lei complementar entra em vigor na data de sua publicação, revogadas

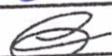
APROVADO EM 2ª DISCUSSÃO as disposições em contrário.
em Sessão de 17/05/2022

Prefeitura do Município de Jaguariúna, aos 16 de maio de 2022.


PRESIDENTE

MARCIO GUSTAVO
BERNARDES
REIS:16505257888
Assinado de forma digital por
MARCIO GUSTAVO BERNARDES
REIS:16505257888
Dados: 2022.05.16 14:18:18 -03'00'

MÁRCIO GUSTAVO BERNARDES REIS
Prefeito

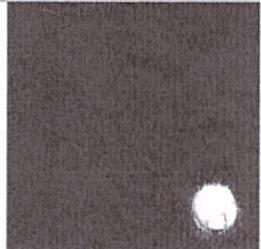
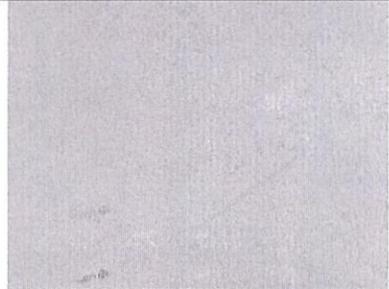
APROVADO	
Favoráveis	10
Contrários	-
Abstenções	-
17/05/2022	 PRESIDENTE

PREFEITURA MUNICIPAL DE
JAGUARUNA



Agência Brasileira de
Engenharia Turística

ABET



RESUMO EXECUTIVO
PLANO DIRETOR DE TURISMO
2022-2024

PLANO DIRETOR DE TURISMO

PLANO DIRETOR DE TURISMO

2022-2024

Destino Turístico Inteligente e Humano



PREFEITURA MUNICIPAL DE JAGUARIÚNA

Secretaria Municipal de Turismo e Cultura

2022

REALIZAÇÃO

PREFEITURA MUNICIPAL DE JAGUARIÚNA

Prefeito

Márcio Gustavo Bernardes Reis

Vice-prefeita

Rita de Cássia Siste Bergamasco

Secretária Municipal de Turismo e Cultura

Maria das Graças Hansen Albaran Santos

Diretora

Mônica Leticia Lisboa Nascimento (Fiscal de Contrato)

Responsáveis pelo acompanhamento

Antônio Carlos Ferreira de Oliveira

Marco Antônio Bortoletto

João Paulo da Silva

COMTUR e Convidados

Julia Cristina Cerqueira Rodrigues, Ely Cristina de Almeida Godoy, Solange F. Gaona

Ana Maria Mielli, Katia do Carmo F. W. P. de Camargo, Leda Regina Oliveira Venturini

Thomas Alexandre Messias, Ana Gaona, Antônio Carlos F. de Oliveira,

Thiago Menezes Garcia, Wesley da Silva M. de Lima, José Rodrigues dos Santos

Ton Proêncio, Bianca Miranda, Mauricio Pereira Alves, Walter Ferrari Neto e

Gislaine Oliveira Mathias

ABET PROJETOS TURÍSTICOS

Responsável técnico

Dener Henrique de Queiroz Fonseca

Gestora do projeto

Kássia Monteiro

Coordenador de campo

Juliano Belini

Equipe técnica de apoio

Ana Letícia Souza

Coordenador de pesquisas

Joao Luiz Van Ham Mello

Assessora de imprensa

Raquel Domingues

Sumário

1. MENSAGEM DO PREFEITO	6
2. MENSAGEM DA SECRETÁRIA MUNICIPAL DE TURISMO E CULTURA.....	7
3. METODOLOGIA.....	8
4. O TURISMO EM JAGUARIÚNA	10
4.1. Oferta Turística	11
4.2. Demanda Turística.....	12
5. ONDE PRECISAMOS MELHORAR	14
5.1. Sistema de gestão turística institucional é frágil.....	14
5.2. A boa infraestrutura e a falta de posicionamento dos pontos turísticos.....	14
5.3. Reposicionamento da Maria Fumaça.....	14
5.4. A subexploração comercial, pela iniciativa privada, dos pontos turísticos.....	14
5.5. A dependência dos pontos turísticos (públicos) e os baixos investimentos da iniciativa privada na criação de atrativos turísticos.....	15
5.6. A dificuldade da iniciativa privada em formatar produtos turísticos (o que tem para fazer e o que eu posso levar como lembrança de Jaguariúna?).....	15
5.7. A falta de uma proposta de posicionamento oficial para o destino turístico Jaguariúna.....	15
5.8. A falta de identidade local da produção associada ao turismo.....	16
5.9. A dificuldade na comunicação (interna) entre os agentes turísticos (públicos e privados).....	16
5.10. A dificuldade na divulgação institucional e comercial do destino turístico (interna e externa).....	16
5.11. A atuação desarticulada das OSCs no desenvolvimento da Política Municipal de Turismo.....	17
5.12. A falta de consciência da População para com o Turismo.....	17
5.13. A falta de visão do Poder Público para com a atividade turística.....	18
5.14. A dificuldade no monitoramento da atividade turística (coleta e destinação de informações sobre a oferta, demanda e dados normativos-institucionais).....	18
6. POSICIONAMENTO PARA O FUTURO.....	20
6.1. Os stakeholders do turismo.....	20
6.2. O Sistema Municipal de Turismo.....	21
6.3. Deveres do(a) prestador(a) de serviços turísticos.....	24
6.4. Temas estratégicos.....	25
7. DIRETRIZES.....	26
7.1. Destino turístico inteligente e uma cidade melhor para viver.....	26

7.2.	Uma oferta turística que ama o que faz.....	26
7.3.	Valorização da nossa terra e do nosso povo.....	26
7.4.	Geração e valorização do trabalho, renda e estímulo ao empreendedorismo.....	26
8.	OBJETIVOS.....	27
8.1.	Sistema Municipal de Turismo inteligente.....	27
8.2.	Novo posicionamento para o destino turístico Jaguarituna.....	27
8.3.	Oferta turística moderna e diversificada.....	28
9.	AÇÕES ESTRATÉGICAS.....	29
9.1.	EIXO ESTRATÉGICO 1: fortalecer a base normativa relacionada ao turismo.....	29
9.2.	EIXO ESTRATÉGICO 2: criar os instrumentos de planejamento e gestão.....	31
9.3.	EIXO ESTRATÉGICO 3: fortalecer as instituições.....	34
9.4.	EIXO ESTRATÉGICO 4: modernizar e diversificar a oferta turística.....	37
9.5.	EIXO ESTRATÉGICO 5: Formalizar parcerias para uma gestão compartilhada do turismo.....	40
10.	METAS.....	42
10.1.	Metas institucionais.....	42
10.2.	Metas relacionadas à estrutura da oferta turística.....	42

1. MENSAGEM DO PREFEITO



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JAGUARIÚNA

Rua Alfredo Bueno, 1235 – Tel.: (0**19) 3867-9700 – Cep.: 13820-000

Jaguariúna, 25 de abril de 2022

O Plano Diretor de Turismo é uma grande conquista para a nossa querida Estrela da Mogiana. Este é um instrumento de fundamental importância para que o turismo de nosso município seja embasado, harmonioso e assertivo. O Turismo é a indústria não poluente que mais gera empregos no mundo.

Este projeto tem como caráter nortear as ações da Prefeitura, através da Secretaria de Turismo e Cultura, abrangendo as demais secretarias municipais, articulando a participação efetiva da Sociedade representada pelo COMTUR, na forma de Empresas Privadas, Associações, Entidades e Organizações envolvidas no planejamento, implantação e gestão do turismo. Além do mais, hoje, o Plano Diretor de Turismo é um instrumento exigido pela lei 1.261/2015 que classifica as Estâncias Turísticas e Municípios de Interesse Turístico do Estado de São Paulo.

Foram muitas pessoas envolvidas, horas trabalhadas, dedicação e estudos para que este projeto tão abrangente pudesse sair e, a partir do momento que colocarmos esforços e foco nele, conseguiremos içar inúmeros benefícios coletivos à nossa comunidade, de forma local e regional.

Felicita-nos esta importante e significativa vitória para que o município caminhe em uma só direção, trilhando uma história de muito progresso e êxito.

Jaguariúna – Estrela da Mogiana ".

Márcio Gustavo Bernardes Reis
Prefeito Municipal de Jaguariúna



2. MENSAGEM DA SECRETÁRIA MUNICIPAL DE TURISMO E CULTURA



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JAGUARIÚNA

Rua Alfredo Bueno, 1235 – Tel.: (0**19) 3867-9700 – Cep.: 13820-000

Jaguariúna, 22 de abril de 2022

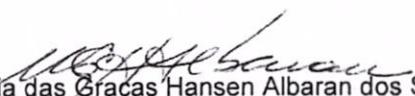
Para o Município de Jaguariúna, ter um Plano Diretor de Turismo atualizado representa dar um grande passo no fortalecimento do turismo do Município. Um Município preocupado com o fomento turístico é um Município preocupado com o Futuro, visto que o Turismo em escala mundial é um dos grandes pilares da economia.

Jaguariúna, por meio da Secretaria de Turismo e Cultura, junto com o COMTUR, nos últimos meses vem desenvolvendo um árduo trabalho para fortalecer o Turismo local.

Com um Plano Diretor de Turismo o Município tem diretrizes e metas para cumprir com fim de consolidar as atividades turísticas do Município, unindo a iniciativa privada e o poder público, assim unindo forças para que o Município e todo o cidadão venha a colher frutos deste trabalho:

É com muita alegria que noticiamos a finalização deste grande trabalho. Trabalhar junto ao COMTUR fortalece a relação e as políticas públicas efetivas de construir um trabalho juntos, poder público, iniciativa privada e sociedade civil.

Jaguariúna – Estrela da Mogiana "


Maria das Graças Hansen Albaran dos Santos
Secretária de Turismo e Cultura



3. METODOLOGIA

A intenção do Município em elaborar o Plano Diretor de Turismo cumpre com o previsto na Política Nacional de Turismo no qual busca-se elaborar um instrumento de planejamento e gestão turística do poder público, visando o ordenamento territorial e incentivo e/ou investimentos às atividades e serviços turísticos, além de cumprir uma das exigências para participação do Município nas Políticas Estaduais e Federais de Regionalização do Turismo e Mapa do Turismo Brasileiro.

A metodologia utilizada para elaboração do PDT partiu dos princípios de planejamento estratégico voltado ao mercado turístico, desenvolvimento sustentável e planejamento participativo e integrado.

A elaboração do PDT foi condicionada a 5 etapas: Inventário da Oferta Turística; Estudo de Demanda Turística; Diagnóstico da Atividade Turística; Prognóstico da Atividade Turística que trata das Estratégias para o Desenvolvimento Turístico e Plano de Ações.

O Inventário da Oferta Turística levantou, identificou e registrou os atrativos, serviços e equipamentos turísticos, as estruturas de apoio ao turista, as instâncias de gestão e outras condições gerais que viabilizam a atividade turística, como base de informações para que se planeje e gerencie adequadamente o processo de desenvolvimento. O intuito foi permitir que o município saiba o tamanho de sua oferta turística. Com isso, é possível embasar as ações de planejamento, gestão, promoção e incentivo à comercialização do turismo. O trabalho foi conduzindo afim de cumprir a o que está previsto na Lei Complementar Estadual nº 1.261/2015, principalmente no contemplado no capítulo III, dos municípios de interesse turísticos em seu artigo 4º - São condições indispensáveis e cumulativas para a classificação de Município como de Interesse Turístico: I - ter potencial turístico; II - dispor de serviço médico emergencial e, no mínimo, dos seguintes equipamentos e serviços turísticos: meios de hospedagem no local ou na região, serviços de alimentação e serviço de informação turística; III - dispor de infraestrutura básica capaz de atender às populações fixas e flutuantes no que se refere a abastecimento de água potável e coleta de resíduos sólidos; IV - possuir expressivos atrativos turísticos, plano diretor de turismo e Conselho Municipal de Turismo, nos mesmos termos previstos nos incisos II, VI e VII do artigo 2º desta lei complementar.

O estudo de demanda foi elaborado utilizando duas metodologias. As análises realizadas no estudo de demanda com dados obtidos via big data forneceram informações sobre a

demanda turística de Jaguariúna em um contexto pré-pandêmico e de pandemia, 2019 e 2020. O estudo obtido com estes dados pôde ser consolidado através do estudo de demanda realizado via levantamento de questionários junto a visitantes da cidade com aplicação de questionário eletrônico por ainda se tratar de período pandêmico. Considera-se que o método de aplicação do questionário cumpriu uma das exigências para o pleito do título de Município de Interesse Turístico, conforme estipula a Lei Complementar nº 1.261 de 2015 e Resolução St 14.

O Diagnóstico da Atividade Turística buscou responder à pergunta “onde estamos?”, ou seja, trouxe a situação atual do turismo do destino, apresentando parâmetros da oferta (baseados nas informações colhidas pelo processo de inventariação da oferta turística), demanda (baseados nas informações colhidas no Estudo de Demanda Turística), gestão da atividade turística, orçamento destinado ao turismo, organização territorial e percepção dos agentes turísticos, além de uma interpretação subjetiva baseada na percepção empírica das parcerias e conflitos territoriais presentes na área de estudo. As conclusões do diagnóstico definiram as questões-chave, ou seja, os problemas que travam o desenvolvimento sustentável da atividade turística no destino.

O prognóstico buscou traçar as estratégias para o desenvolvimento turístico, definindo o posicionamento do destino em relação a temas estratégicos. Começou com uma análise das tendências do turismo mundial e depois, passou-se ao delineamento do posicionamento definido via diretrizes e objetivos.

Já o Plano de Ações apresentou soluções para resolver os problemas apontados na fase do diagnóstico, com base no posicionamento definido pelo destino em forma de diretrizes, objetivos, ações estratégicas e metas.

Cada etapa do processo de elaboração do PDT resultou em um volume e todo o estudo foi compilado neste documento, chamado de Plano Diretor de Turismo, com horizonte de três anos (2022 – 2024) visando transformar Jaguariúna em um destino turístico mais inteligente e humano.

4. O TURISMO EM JAGUARIÚNA

Hoje, além de ser conhecida nos quatro cantos do país como a “Capital do Cavalo”, por realizar há duas décadas a tradicional festa dos peões, e de inscrever seu nome no mapa do Circuito Nacional de Rodeios, Jaguariúna também integra o Consórcio Intermunicipal do Polo Turístico do Circuito das Águas Paulistas, composto pelos municípios de Pedreira, Amparo, Serra Negra, Holambra, Monte Alegre do Sul, Lindóia, Águas de Lindóia e Socorro, e o Circuito da Ciência e Tecnologia, formado por Campinas, Limeira, Santa Bárbara D'Oeste, Americana, Monte Mor, Nova Odessa, Sumaré, Piracicaba, Paulínia, Hortolândia e Indaiatuba.

Outra atração importante atrações turísticas de Jaguariúna, o passeio de maria-fumaça é um dos mais tradicionais. Realizado na legítima locomotiva da Cia. Mogiana, fabricada em 1952, percorre as cidades de Jaguariúna a Campinas, passando pelas antigas estações de Anhumas, Pedro Américo, Tanquinho, Desembargador Furtado e Carlos Gomes. Além do passeio, é possível conhecer, na estação de Jaguariúna (conhecida como “Estrela da Mogiana”), o Museu Ferroviário, com peças e fotos sobre a história e tradição das locomotivas na região.

Devido à sua localização estratégica, com fácil acesso para três estados brasileiros e ao aeroporto de Viracopos, a partir dos anos 80 o município passou a atrair indústrias de tecnologia de ponta, tornando-se um dos maiores produtores de aparelhos celulares do país, de computadores e equipamentos de telecomunicações, com expressiva participação nos segmentos de bebidas, gêneros alimentícios e farmacêuticos.

Não bastassem seus tesouros históricos e culturais, Jaguariúna conta ainda com várias praças, parques, grandes áreas verdes, fazendas e sítios centenários, entre outros atrativos naturais, para quem sabe o valor de repousar no colo da mãe natureza.

Desfrute de seus bens materiais expressos em edificações centenárias e dos intangíveis – portadores de qualidades simbólicas especiais transmitidos entre gerações – que dão identidade à comunidade jaguariunense. Um legado que rememora os feitos do passado e enraíza a vida das atuais e futuras gerações. Um legado que se quer compartilhar com turistas e visitantes.

Fundada em 5 de agosto de 1896 e Emancipada em 30 de dezembro de 1953, Jaguariúna esta localizada à 120 Km da capital paulista. Segundo o IBGE, a população estimada é de

55.477 habitantes (2021). É uma cidade jovem em grande crescimento e desenvolvimento, sendo um destino que oferece oportunidades de negócios.

Jaguariúna é uma pujante cidade paulista graças a sua área industrial, com destaque para Ambev, SKY, JBS entre muitas outras tão quão importantes. Sua paisagem rural entrecortada por rios com biomas composto de 43% pelo bioma Cerrado e 57% pelo bioma Mata Atlântica que conferem à cidade belezas naturais e opções de atividades turísticas ao ar livre muito apreciadas pelos visitantes, como o caminhadas, cavalgadas, passeios em parques, trilhas entre outras opções.

Os habitantes de Jaguariúna são zelosos ao preservar e festejar a cultura sertaneja em cavalgadas e festejos juninos, além de manter ótimos espaços de negócios. A rica gastronomia diversificada também é o destaque para quem visita o município, junto ao modo solícito de quem escolheu a cidade como lar.

4.1. Oferta Turística

Jaguariúna faz parte da Região Turística Circuito das Águas Paulistas, composto pelos municípios de Pedreira, Amparo, Serra Negra, Holambra, Monte Alegre do Sul, Lindóia, Águas de Lindóia e Socorro, e o Circuito da Ciência e Tecnologia, formado por Campinas, Limeira, Santa Bárbara D'Oeste, Americana, Monte Mor, Nova Odessa, Sumaré, Piracicaba, Paulínia, Hortolândia e Indaiatuba, é um destino indutor do turismo e possui conceito C no mapa turístico brasileiro 2019.

O centro da cidade é o local de maior concentração comercial e circulação de turistas. Das 7.379 empresas ativas no município, 462 (6,3%) são turísticas e geram 832 (2,4%) empregos formais. O Inventário da Oferta Turística de 2022 identificou 17 meios de hospedagem que possuem capacidade para hospedar 1.700 turistas em 692 unidades habitacionais disponíveis para reserva de diárias.

Quanto ao setor de alimentação, são 341 equipamentos com capacidade de atendimento de 35.805 pessoas (RFB/2020, Inventário turístico 2022). 86 espaços de atração turística e 26 espaços para eventos, que comportam 99.370 pessoas complementam a oferta turística do município.

Jaguariúna possui um terminal rodoviário e uma estação ferroviária, que pertence à iniciativa privada, realizando passeio turístico Jaguariúna – Campinas – Jaguariúna, sendo

administrado pela ABPF com o Trem Maria Fumaça. A cidade ainda possui pontos de taxi e aplicativos de motoristas.

A cidade ainda possui dois Centros de Atendimento/Informações ao Visitante com informações sobre atividades turísticas no município. Ainda é carente de Agênciasreceptivas (1) e guias de turismo (2). Possui uma modesta oferta de artesanato na Feira de Arte e Artesanato de Jaguariúna – FEART.

Quanto aos eventos turísticos, Jaguariúna é zelosa ao preservar e festejar a cultura sertaneja em cavalgadas (Cavalaria Antoniana), seu tradicional e reconhecido internacionalmente Jaguariúna Rodeo Festival, fazendas históricas, além de ofertar vários espaços de eventos, parques aquáticos, bons meios de hospedagem, lindos parques em meio urbano, trilhas para pratica de cicloturismo, caminhada e uma rica e diversificada gastronomia para quem visita o município, junto a receptividade de quem escolheu a cidade como lar.

4.2. Demanda Turística

O estudo de demanda foi elaborado utilizando duas metodologias. As análises realizadas no estudo de demanda com dados obtidos via big data fornecem informações sobre a demanda turística de Jaguariúna em um contexto pré-pandêmico e de pandemia, 2019 e 2020. Os dados em questão foram levantados via plataformas públicas, no caso deste estudo, o MTur, ANTT, TripAdvisor e Booking. O estudo obtido com estes dados pôde ser consolidado através do estudo de demanda realizado via levantamento de questionários junto a visitantes da cidade, um total de 99 respondentes que estiveram na cidade no período de 05/02/2021 a 23/03/2022.

Observa-se que a pandemia ocasionada pela COVID-19 teve grande impacto sobre o fluxo turístico de Jaguariúna, que viu o total de viagens fretadas reduzir de 50 para 7 de 2019 para 2020, de acordo com a ANTT. Ao mesmo tempo, se no primeiro ano as viagens fretadas eram principalmente de passageiros excursionistas (51%), no segundo esse percentual caiu para 9%, conseqüentemente aumentando para 91% a proporção de passageiros turistas. Entretanto, com a retomada das atividades, os dados da ANTT reforçam o predomínio dos excursionistas nas viagens fretadas, pois em 2021 eles chegaram a 84% de um total de 1.126 passageiros.

Os dados do TripAdvisor vão ao encontro do que foi constatado pelo estudo de demanda realizado com a aplicação de questionários via QR code. Jaguariúna recebeu turistas

principalmente do estado de São Paulo, origem de 69% dos visitantes, de acordo com o TripAdvisor, e de 90% dos respondentes do estudo de demanda aplicado via QR code. Os dados de como viaja também correspondem, indicando que as viagens em família predominam, chegando a, respectivamente, 40% e 83%.

Por outro lado, dados da ANTT de 2019 indicaram que o estado de Minas Gerais foi o principal emissor de passageiros em viagens fretadas, seguido do Rio de Janeiro. Dos 49 fretamentos realizados para Jaguariúna, 33 tiveram como origem o primeiro, o que totalizou 805 de 1.196 passageiros. Quanto ao Rio de Janeiro, os dados foram de, respectivamente, 8 e 167.

O fato de São Paulo ser o principal estado de origem dos visitantes se reflete no tipo de visitante. Dados de 2019 do MTur revelaram que, de 17.468 visitantes recebidos por Jaguariúna, 14.897 eram domésticos e somente 2.589 eram internacionais.

A maioria dos visitantes que procuram Jaguariúna o fazem motivados por lazer, fato indicado por dados coletados junto a plataforma Booking.com, que revelam que 88% dos hóspedes que reservaram uma acomodação em Jaguariúna tiveram como motivação o lazer. O questionário aplicado via QR code também indicou o mesmo com um percentual de 81%.

Os dados do questionário aplicado via QR code aplicada no município indicam que há um predomínio dos visitantes do sexo masculino (55%); pessoas adultas, sendo que a faixa de idade da maioria dos respondentes era de 31 a 40 anos (34%); 59% eram casadas, o que corrobora com os dados de que os turistas que chegam à Jaguariúna geralmente viajam em família; e 35% tem uma renda familiar entre 5 a 10 salários mínimos. Além disso, o fato de o estado de São Paulo ser o principal emissor de visitantes é um dos fatores que explica o alto percentual de respondentes que pretendiam permanecer somente 1 dia na cidade (57%) e o baixo nível de gastos, que 45% dos entrevistados responderam que foi de até R\$ 500,00. Quanto ao tipo de transporte utilizado para chegar ao destino, a utilização de carro (75%) e de trem (12%) Maria Fumaça, ou seja, estes estavam a passeio na cidade devido ao produto turístico Maria Fumaça; corrobora para a indicação de um fluxo turístico majoritariamente regional.

1. ONDE PRECISAMOS MELHORAR

Aqui serão apresentados os principais desafios que Jaguariúna encontra para o avanço sustentável da atividade turística. Entenda as questões abaixo como obstáculos que freiam o desenvolvimento da atividade turística local.

5.1. 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 - SIMTUR. A falta de um SIMTUR formal inviabiliza o planejamento coerente e participativo e a gestão eficiente da atividade turística municipal e cria um ambiente que estimula conflitos entre os agentes turísticos pela falta de compreensão quanto ao real papel de cada ente e ainda dificulta identificar os reais problemas, propor soluções e executá-las.

5.2. A boa infraestrutura e a falta de posicionamento dos pontos turísticos

A narrativa comum aos agentes turísticos e à população não envolvida diretamente com a atividade turística, o maior problema de Jaguariúna está ligado diretamente a falta de Políticas Públicas voltadas ao Turismo, os atrativos turísticos públicos possuem uma boa infraestrutura, banheiros gratuitos e limpos e zeladoria em dia. O problema está na forma com que os pontos turísticos são posicionados (embalagem de venda) para o mercado. O posicionamento está errado ou não existe.

5.3. Reposicionamento da Maria Fumaça

A Maria Fumaça é um dos principais atrativos turísticos do destino, sendo necessário um reposicionamento na forma com que o produto está sendo ofertado (embalagem de venda) para o mercado e valores cobrados. Conforme entrevistas junto aos agentes turísticos e população local, o produto turístico Maria Fumaça de Jaguariúna vem perdendo o interesse dos visitantes devido ao alto custo do passeio, dentre outros, como a falta de opções de passeios. Há necessidade da Secretaria de Turismo e Cultura iniciar uma conversa com a ABPF- Campinas a fim de encontrar uma solução para tal problema, visto ser um importante atrativo turístico do destino.

5.4. A subexploração comercial, pela iniciativa privada, dos pontos turísticos

Além da falta de posicionamento, o uso comercial que a iniciativa privada faz dos pontos turísticos não está adequado. Os serviços de venda de artesanato e alimentação pararam no tempo.

5.5. A dependência dos pontos turísticos (públicos) e os baixos investimentos da iniciativa privada na criação de atrativos turísticos

Um reposicionamento dos pontos turísticos públicos atuais não irá resolver o déficit de atrações turísticas em Jaguariúna. Por outro lado, o investimento privado nessa área ainda é modesto.

5.6. A dificuldade da iniciativa privada em formatar produtos turísticos (o que tem para fazer e o que eu posso levar como lembrança de Jaguariúna?)

Um dos maiores problemas apontados nas pesquisas junto aos agentes do turismo local foi que “Jaguariúna 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. Jaguariúna, atualmente, comercializa atrativos turísticos e não experiências turísticas, e ao seguir essa estratégia reduz suas possibilidades.

Não faz sentido transformar em produto turístico e colocar na prateleira a Maria Fumaça, se podemos colocar: (1) Passeio de Trem Maria Fumaça (2) Passeio à História nos Caminhos da Maria Fumaça, (3) Interpretação da paisagem nos trilhos da Maria Fumaça etc. Vender experiências turísticas é tendência mundial.

Portanto falta uma estratégia de formatação e comercialização de produtos turísticos (experiências turísticas) por parte dos agentes turísticos que de fato tirem o turista do sofá e que seja eficiente na hora de aumentar seu gasto médio no destino.

É dever da iniciativa privada criar produtos turísticos, e os agentes turísticos de Jaguariúna não desenvolvem produtos turísticos, embora possuam uma boa infraestrutura que facilita a sua criação.

Quando se trata de produção associada ao turismo, os chamados *souvenirs* são escassos no destino. O visitante terá que suar a camisa para achar uma lembrança de Jaguariúna na FEART, por exemplo, feira administrada pela Secretaria Municipal de Turismo e Cultura.

5.7. A falta de uma proposta de posicionamento oficial para o destino turístico Jaguariúna

O posicionamento de um destino turístico é uma maneira simplificada de contar aos

visitantes sobre sua singularidade, ou seja, dizer de forma direta e simples quais características naturais e/ou culturais que fazem dele único diante dos demais destinos turísticos. Se posicionar diante de um mercado turístico é focar em uma vocação e um mercado-alvo, incluindo aí o perfil do visitante desejado, para criar uma vantagem competitiva que possa distanciá-lo dos demais destinos turísticos.

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

5.8. A falta de identidade local da produção associada ao turismo

Embora possua grande potencial, especialmente se alinhados com a questão da Maria Fumaça, a produção associada ao turismo de Jaguariúna, com raras exceções, não possui identidade local. É verdade que já existem movimentos no sentido de fortalecer a identidade local de produtos, mas as ações são pontuais e modestas e ainda não contam com um programa de governo voltado para o turismo.

5.9. A dificuldade na comunicação (interna) entre os agentes turísticos (públicos e privados)

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 visitante?! O desafio é grande!

5.10. A dificuldade na divulgação institucional e comercial do destino turístico (interna e externa)

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 que buscam informações sobre a infraestrutura turística e dos investidores que buscam informações sobre as tendências e oportunidades de negócios.

Poucos são os empreendimentos que captam turistas fora do destino, ou seja, que de fato tiram o turista do sofá. Com exceção de cadastro em sites de reserva de hospedagem e algumas parcerias com agências de viagem, a divulgação da oferta turística fora do destino é modesta. Esperar sentado o turista decidir visitar Jaguariúna motivado por outras ações é perder fluxo turístico, principalmente na baixa temporada. Nos dias atuais, somos bombardeados por estímulos de consumo e com a atividade turística não deve ser diferente. Jaguariúna tem oferta turística suficiente para ser divulgada nos grandes centros emissores de turistas e aumentar o fluxo turístico local.

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

O problema tem raiz na falta de uma identidade visual (Marca Turística) e normas para seu uso; na falta de um canal de comunicação oficial que centralize o recebimento e distribuição de informações (Sistema de Informações Turísticas); na falta um Plano de Comunicação integrado (Poder Público e iniciativa privada); e na falta uma estratégia eficiente de formatação e comercialização de produtos turísticos (experiências turísticas x atrativos turísticos).

5.11. A atuação desarticulada das OSCs no desenvolvimento da Política Municipal de Turismo

Imagine o destino turístico como um time de futebol. Todo time de futebol, por melhores que sejam os jogadores, sem um bom técnico e um bom plano, o time não se torna um vencedor. No destino turístico é a mesma coisa, é fundamental a presença de um líder para orientar a iniciativa privada, organizada em associações, em parceria com o Poder Público na busca de objetivos comuns a todos.

A falta de liderança da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura, ancorada na falta de um Sistema Municipal de Turismo formal, e um Conselho Municipal de Turismo com pautas genéricas são insumos básicos para uma atuação desarticulada das OSCs.

5.12. A falta de consciência 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 jaguariunense se sinta beneficiado pela atividade turística por pura interpretação.

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

O resultado é o não reconhecimento da atividade turística como fator de desenvolvimento pela população local, a insatisfação com a atividade turística e o rechaço ao visitante e conseqüente diminuição da sensação de hospitalidade por parte deste.

5.13. A falta de visão do Poder Público para com a atividade turística

Jaguariúna é a porta de entrada para a Região Turística do Circuito das Águas e Flores Paulista.

A atividade turística em Jaguariúna, portanto, compete com a atividade industrial quando o assunto é chamar a atenção do governo local. Nesse caso, se a lógica for a financeira, ou seja, de arrecadação, o turismo larga bem atrás.

É preciso mudar a visão do Poder Público em relação à atividade turística ou mudar a percepção dessa visão pela população, e a estratégia não deve ser embasada na lógica financeira e sim no turismo a serviço de um projeto de cidade com cidadãos orgulhosos.

5.14. A dificuldade no monitoramento da atividade turística (coleta e destinação de informações sobre a oferta, demanda e dados normativos-institucionais)

Dados sobre a demanda, oferta turística e normativos-institucionais são fundamentais para mensurar o desenvolvimento da atividade turística municipal e saber se os objetivos estão sendo alcançados ou não.

Uma gestão eficiente depende de informações confiáveis, no entanto, o problema tem base na falta de categorização da oferta e demanda turísticas, o que dificulta a coleta de informações padronizadas. Há ainda uma dificuldade da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura 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, não existe um Observatório do Turismo, administrado pela Secretaria Municipal de Turismo e Cultura, que emite relatório anual sobre o fluxo e perfil do visitante, todavia é necessário um sistema próprio de alimentação de dados e uma metodologia mais adequada para dar embasamento aos dados coletados.

As consequências são uma incompreensão generalizada em relação aos avanços ou retrocessos da atividade turística o que dificulta identificar oportunidades, atrair investimentos, melhorar a imagem institucional do destino e mostrar os benefícios da atividade turística à população.



6. POSICIONAMENTO PARA O FUTURO

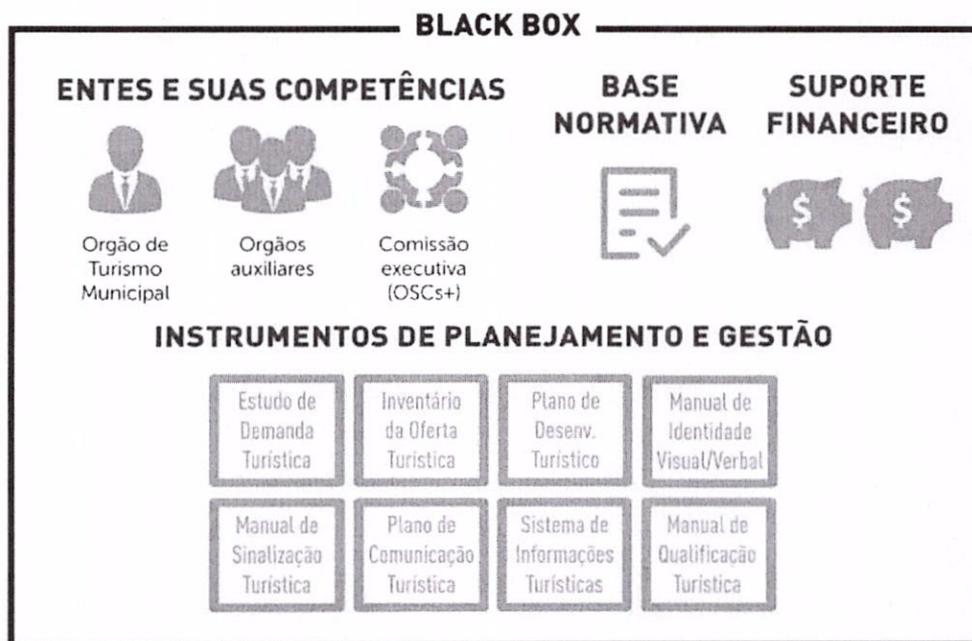
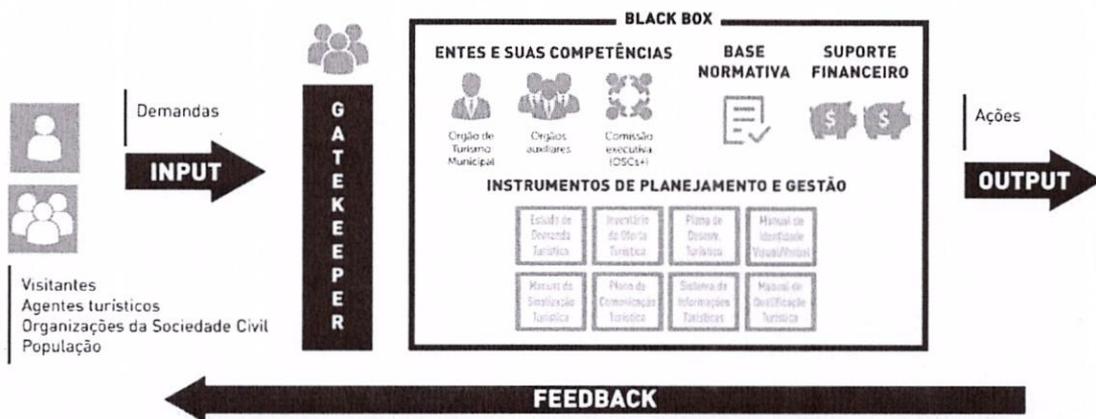
6.1. Os stakeholders do turismo

Definir bem e saber quem são as partes interessadas é fundamental para uma gestão compartilhada do turismo. Abaixo são apresentados os segmentos turísticos de Jaguariúna com suas respectivas dimensões.

SEGMENTOS	ENVOLVIDOS
Equipamentos de hospedagem	Meios de hospedagem formais, unidades habitacionais formais e informais alugadas por temporada
Equipamentos de alimentação turísticos	Restaurantes bares e similares, comércio de alimentos em área pública permanente e temporária declaradamente turísticos.
Atrações turísticas	Estabelecimentos estruturados, capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los (atrativo turístico) e local oficialmente aberto ao público, sem personalidade jurídica, capaz de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-lo (ponto turístico).
Eventos	Indutores e organizadores de eventos, espaços para eventos e prestadores de serviços de suporte a eventos.
Poder Público	Executivo, Legislativo e Judiciário Municipal.
Comércio em geral	Todos os pontos de venda de produtos diversos e de interesse turístico, além de prestadores de serviços com potencial para receber fluxo turístico (com exceção dos locais para dormir, comer, agências receptivas e atrações turísticas).
Produção associada ao turismo	Músicos, artesãos, artistas, pessoas que fazem trabalhos manuais e produtores locais de itens em escala (doces, queijos, bolos, pães, etc.).
Guias	Guias turísticos locais.
Receptivo	Proprietários de estabelecimentos que oferecem o serviço de receptivo local (transporte, atividades turísticas, dicas personalizadas etc.).
Transporte turístico	Vans, ônibus fretados, pontos de embarque e desembarque e estacionamentos.
População em geral	População não envolvida diretamente com a atividade turística.

6.2. O Sistema Municipal de Turismo

Um Sistema Municipal de Turismo formal define os entes e suas competências dentro da Política Municipal de Turismo, orienta a atuação da administração pública e da sociedade civil organizada, segundo os imperativos da democracia e da justiça, oferece suporte financeiro para realização das atividades e institui instrumentos de planejamento e gestão que irão facilitar a gestão compartilhada da atividade turística no município. Abaixo é apresentado o Sistema Municipal de Turismo que Jaguariúna começará a utilizar.



6.2.1. Competências do Órgão de Turismo Municipal

O Órgão de Turismo oficial de Poços de Caldas é a Secretaria Municipal de Turismo e a ela compete:

- Estabelecer e gerir a Política Municipal de Turismo, planejando, fomentando, regulamentando, coordenando e fiscalizando a atividade turística no município;
- Estabelecer o Manual de Sinalização Turística, fiscalizar seu cumprimento e fazer a gestão do mobiliário de sinalização turística do município;
- Estabelecer o Manual de Identidade Visual, fiscalizar seu cumprimento e fazer a gestão da marca turística do município;
- Estabelecer e gerir o Sistema de Informações Turísticas;
- Estabelecer e manter atualizado o Inventário da Oferta Turística;
- Estabelecer e manter atualizado o Estudo de Demanda Turística;
- Estabelecer, atualizar de forma participativa, dar publicidade ao Manual de Qualificação Técnica, fiscalizar seu cumprimento, classificar e qualificar os prestadores de serviços turísticos e conferir chancela oficial representada por selos, certificados, placas e demais símbolos com base em seus requisitos;
- Atualizar de forma participativa, dar publicidade e atingir as metas do Plano Municipal de Turismo;
- Estabelecer, atualizar e atingir as metas do Plano de Comunicação Turística municipal;
- Estimular a atração de investimentos e fazer parcerias para melhoria da oferta turística municipal;
- Estruturar e manter os pontos e vias públicas de interesse turístico;
- Divulgar institucionalmente o município como destino turístico;
- Sensibilizar e capacitar a população local em relação à atividade turística;
- Fomentar a atividade turística do município por meio de atuação junto à Administração Pública, estadual e federal.

6.2.2. Competências do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR

- Auxiliar o Órgão de Turismo Municipal na atualização e implementação da Política Municipal de Turismo;
- Propor normatização, por meio de resoluções, à atividade turística municipal, de acordo com os preceitos da Política Municipal de Turismo;
- Acompanhar, avaliar e fiscalizar as ações governamentais e não governamentais no âmbito municipal relativas ao turismo;

- Deliberar sobre as execuções financeiras e orçamentárias do Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR).

6.2.3. Competências dos Órgãos Auxiliares

Os Órgãos Auxiliares são as outras secretarias do governo municipal. Compete a eles:

- Auxiliar o Órgão de Turismo Municipal, por meio da celebração de termos de parcerias, quanto à execução de suas competências relacionadas à implementação da Política Municipal de Turismo.

6.2.4. Competências das Organizações da Sociedade Civil

As organizações da sociedade civil com interesses turísticos são fundamentais no processo de gestão compartilhada da atividade turística. Compete a elas:

- Auxiliar o Órgão de Turismo Municipal, mediante termo de parceria de interesse mútuo, quanto à execução de suas competências relacionadas à implementação da Política Municipal de Turismo;
- Captar recursos externos que contribuam com o desenvolvimento da atividade turística municipal.
- Auxiliar os prestadores de serviços turísticos em relação a suas competências perante a Política Municipal de Turismo.

6.2.5. Instrumentos de canalização de recursos

- Lei Orçamentária Anual:
 - Alocada ao Órgão de Turismo Municipal;
 - Alocada aos Órgãos Auxiliares.
 - Alocada ao Fundo Municipal de Turismo – FUMTUR;
- Provenientes de organismos e entidades (públicas e privadas) que atuam em níveis municipal, regional, estadual, nacional e/ou internacional.

6.2.6. Instrumentos de planejamento e gestão

Os instrumentos de planejamento e gestão são fundamentais para ordenar as ações dos entes dentro do Sistema Municipal de Turismo. Vamos a eles:

INSTRUMENTOS	DESCRIÇÃO
Estudo de Demanda Turística	Fonte oficial de informações sobre o perfil e o fluxo de visitantes de Jaguariúna.
Inventário da Oferta Turística	Fonte oficial de informações sobre o perfil e tamanho da oferta turística de Jaguariúna.
Plano Diretor de Turismo	Principal instrumento de ordenamento das ações do setor público, orientando os esforços do município e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento da Política Municipal de Turismo.
Manual de Identidade Visual	Fonte oficial de informações sobre a marca turística municipal (sistema ilustrativo)
Manual de Sinalização Turística	Instrumento de ordenamento do mobiliário de sinalização turística municipal.
Plano de Comunicação Turística	Principal instrumento de ordenamento das ações públicas e privadas referentes à divulgação da atividade turística municipal, orientando os esforços e a utilização dos recursos públicos e privados.
Sistema de Informações Turísticas	Composto, resumidamente, pelo Cadastro Municipal de Turismo, Observatório do Turismo e Portal Turístico oficial, tem como objetivo melhorar a gestão da informação turística municipal.
Manual de Qualificação Turística	Fonte oficial de informações sobre os requisitos de qualificação turística adotados pelo município com vistas à melhoria da oferta turística.

6.3. Deveres do(a) prestador(a) de serviços turísticos

- Inscrever-se e manter atualizados seus dados no Cadastro Municipal de Turismo;
- Oferecer produtos/serviços de qualidade com base na proposta de posicionamento do Plano Municipal de Turismo;
- Qualificar-se com base no Manual de Qualificação Turística Municipal;
- Atrair visitantes por meio de divulgação privada, sempre que possível, com base no Manual de Identidade Visual/Verbal Turística municipal e orientado(a) pelas ações do Plano de Comunicação Turística municipal;
- Manter-se atualizado(a) para divulgar a oferta turística do destino ao cliente, sempre que possível, usando o Portal Turístico Oficial como fonte de informações;

- Complementar a sinalização turística para seu empreendimento com base no Manual de Sinalização Turística municipal;
- Fornecer ao Órgão de Turismo Municipal, em periodicidade por ele determinada, informações relacionadas à demanda turística;
- Cumprir as leis e normas relacionadas.

6.4. Temas estratégicos

O posicionamento do destino turístico em relação a alguns temas estratégicos é fundamental para direcionar a formulação das ações, com vistas a corrigir os problemas apontados no capítulo 5 “Onde precisamos melhorar” deste documento. Esse posicionamento foi construído de forma participativa entre governo local, empresariado e comunidade. Os temas estratégicos são:

- A Política Municipal de Turismo (Lei) definirá o Sistema Municipal de Turismo e disciplinará a prestação dos serviços turísticos;
- O Órgão de Turismo Municipal trabalhará em parceria com a iniciativa privada (OSCs) na execução da Política Municipal de Turismo;
- A Órgão de Turismo Municipal irá compartilhar a gestão pública do turismo em temas centrais, como criação e implementação de projetos de infraestrutura para o turismo;
- A formatação e a comercialização dos produtos turísticos terão como base atividades turísticas (experiências turísticas) e produção associada ao turismo;
- Quando comprovada a viabilidade, a Administração Municipal fará concessões de equipamentos públicos de reconhecido interesse turístico à iniciativa privada;
- O posicionamento do destino turístico Jaguariúna não se limitará a determinados segmentos turísticos, mas criará um arcabouço visual, verbal e estratégico com a finalidade de gerar senso de pertencimento no jaguariunense, atrair mais investimentos visando à diversificação da oferta turística e aumentar o fluxo de visitantes.

7. DIRETRIZES

As diretrizes irão nortear o desenvolvimento das ações do Plano de Diretor de Turismo.

7.1. Destino turístico inteligente e uma cidade melhor para viver

Um destino turístico conectado, transparente e com uma forte gestão compartilhada da atividade turística, pronto para empoderar e melhorar a qualidade de vida da população.

7.2. Uma oferta turística que ama o que faz

Uma oferta turística que não vise apenas o lucro, mas que manifeste um envolvimento pessoal e sentimental em relação aos produtos e serviços oferecidos.

7.3. Valorização da nossa terra e do nosso povo

Experiências turísticas e produção associada ao turismo que exalte a cultura e a natureza de Jaguariúna, valorizando sua vocação e identidade turística.

7.4. Geração e valorização do trabalho, renda e estímulo ao empreendedorismo

Considerar o jaguariunense como o principal beneficiário dos resultados econômicos e sociais da atividade turística.



8. OBJETIVOS

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

8.1. Sistema Municipal de Turismo inteligente

Organizar a máquina para uma gestão eficiente e compartilhada do turismo.

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 Jaguariúna 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, normas e instrumentos de planejamento e gestão que orientem e facilitem os processos de desenvolvimento 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 e instrumentos técnicos que ditam regras que devem ser respeitadas e que permitam ajustar determinadas condutas ou atividades dos agentes turísticos ao longo do processo.

8.2. Novo posicionamento para o destino turístico Jaguariúna

Criar um arcabouço visual e verbal para comunicar o destino turístico Jaguariúna, orgulhar o jaguariunense, engajar o empresariado e atrair investimentos e visitantes.

Os destinos turísticos atuais não devem se preocupar apenas em ser o melhor ou estar entre os melhores no universo das viagens, devem também estar empenhados em mostrar o que são, não só para potenciais visitantes, mas também para possíveis investidores e principalmente para a população local não envolvida diretamente com a atividade turística.

Trabalhar o posicionamento de um destino turístico com a criação de uma identidade visual, verbal e uma estratégia de marca é fundamental para ganhar mais visibilidade, demonstrar segurança, profissionalismo, orgulhar a população, engajar o empresariado, atrair mais investimentos e conseqüentemente aumentar o fluxo turístico e a arrecadação.

8.3. Oferta turística moderna e diversificada

Orientar e apoiar agentes turísticos a investirem para melhorar a infraestrutura turística e colocar produtos na prateleira.

A OMT define a oferta turística como sendo: “O conjunto de produtos turísticos e serviços postos à 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, profissional, moderna e diversificada.

Locais para dormir, comer, serviços de apoio e atrações turísticas, são alguns itens que 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, estando este, preparado para receber os visitantes.

Na mesma linha o crescimento da oferta turística precisa ser controlado. Um destino turístico com excesso de leitos, por exemplo, pode comprometer sua identidade turística e inviabilizar seu desenvolvimento sustentável a longo prazo. Portanto, é preciso estimular o desenvolvimento da oferta, mas com cautela para que o crescimento aconteça de forma ordenada, no sentido da diversificação em contraposição a saturação.

9. AÇÕES ESTRATÉGICAS

As ações estratégicas foram agrupadas em eixos, conforme quadro resumo abaixo:

EIXO ESTRATÉGICO 1: fortalecer a base normativa relacionada ao turismo <ul style="list-style-type: none">• Elaborar Política Municipal de Turismo;• Revisar a Lei do COMTUR;
EIXO ESTRATÉGICO 2: criar os instrumentos de planejamento e gestão <ul style="list-style-type: none">• Manual de Identidade Visual;• Sistema de Informações Turísticas;• Manual de Qualificação Turística;• Plano de Comunicação Turística;• Manual de Sinalização Turística.
EIXO ESTRATÉGICO 3: fortalecer as instituições <ul style="list-style-type: none">• Capacitar o Órgão de Turismo Municipal;• Capacitar o COMTUR;• Capacitar as OSCs.
EIXO ESTRATÉGICO 4: modernizar e diversificar a oferta turística <ul style="list-style-type: none">• Formação profissional;• Criação do Hub do Turismo;• Ampliar o catálogo de produtos turísticos de Jaguariúna;• Reposicionar o produto Maria Fumaça• Sinalização Turística Integrada;
EIXO ESTRATÉGICO 5: formalizar parcerias para uma gestão compartilhada do turismo <ul style="list-style-type: none">• Levantamento de dados sobre a atividade turística;

9.1. EIXO ESTRATÉGICO 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 princípio 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.

9.1.1. Alterar a Lei nº 2.636. de 19 de setembro de 2019

O Conselho Municipal de Turismo de Jaguariúna está com sua Lei atualizada, porém com cadeiras que são ocupadas por representantes indicados por instituições com pouco ou

29

nenhum interesse turístico e que raramente comparecem às reuniões. É preciso reconfigurar o Conselho Municipal de Turismo no sentido de ofertar cadeiras a segmentos turísticos em detrimento a instituições.

Tarefas a serem executadas:

- Alterar a Lei nº 2.636 no sentido de recompor o COMTUR;

9.1.2. Elaborar a Política Municipal de Turismo

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

Jaguariúna não possui uma política Municipal de Turismo formal o que dificulta a identificação dos entes e de suas competências na execução das ações de desenvolvimento turístico.

A Secretaria Municipal de Turismo e Cultura perde muito tempo e dinheiro para manter o Inventário da Oferta Turística atualizado. A solução é criar o Cadastro Municipal de Turismo para que os agentes turísticos se inscrevam para participar das políticas públicas de divulgação institucional do turismo.

Os limites e regras da prestação de serviços por determinados agentes turísticos em Jaguariúna não está claro, principalmente quando o assunto é o uso dos pontos turísticos. É preciso disciplinar melhor a prestação dos serviços turísticos no município para que a Secretaria Municipal de Turismo e o Conselho Municipal de Turismo possam fiscalizar com mais segurança.

Tarefas a serem executadas:

- Elaborar a Política Municipal de Turismo no sentido de:
 - Instituir o Sistema Municipal de Turismo;
 - Incentivar o cadastro dos prestadores de serviços turísticos;
 - Disciplinar a prestação e fiscalização dos serviços turísticos.
 - Criar o Fundo Municipal do Turismo;

9.2. EIXO ESTRATÉGICO 2: criar os instrumentos de planejamento e gestão

Criar ferramentas que irão embasar as ações do poder público e da iniciativa privada na execução de suas competências dentro do Sistema Municipal de Turismo para uma gestão eficiente e compartilhada da atividade turística.

9.2.1. Criar o Manual de Identidade Visual Turística

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 conseqüentemente aumentar o fluxo turístico e a arrecadação do FUMTUR.

A identidade turística do município deverá ser criada com base na proposta de posicionamento definida pelos agentes turísticos 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 oficiais, mapas turísticos, placas de sinalização entre outras ferramentas necessárias ao fortalecimento da vocação e identidade local no cenário nacional. Tudo isso reunido em um Manual de Identidade Visual Municipal.

Resultados esperados:

- Marca gráfica;
- Tipografia;
- Paleta cromática;
- Elementos extensivos;
- Banco de imagens turísticas;
- Manual de Identidade Visual Turística.

9.2.2. 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 da iniciativa privada divulgarão o destino turístico para os potenciais centros emissores de visitantes com foco em aumentar o fluxo turístico; divulgará as ações institucionais dos agentes turísticos com o objetivo de fortalecer a imagem institucional do destino; e desenvolverá campanhas de conscientização junto à população local com vistas a melhorar a visão do munícipe para com a atividade turística. Segundo Púbblio (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 o aumento do senso de pertencimento do habitante da cidade, com base na vocação e identidade turística municipal”.

Tarefas a serem executadas:

- Elaborar o Plano de Comunicação com:
 - Ações para gerar senso de pertencimento no habitante de Jaguariúna;
 - Ações para atração de investimentos;
 - Ações para atração de visitantes.

9.2.3. 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 que buscam informações sobre a infraestrutura turística e dos investidores 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:

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 monitorar o comportamento da atividade turística e oferecer aos agentes turísticos informações estratégicas para o aumento da competitividade do destino 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 visitante e outra para o profissional de turismo e investidor, 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.

O Centro de Atendimento ao Turista de Jaguariúna é analógico. É preciso modernizá-lo por meio de ferramentas tecnológicas que permitam a atualização das informações da oferta turística pelos próprios agentes turísticos. A instalação de totens que espelham o portal turístico (site) do destino é um exemplo.

Tarefas a serem executadas:

- Criar o Sistema de Informações Turísticas.
 - Criar o Cadastro Municipal de Turismo;
 - Criar o Observatório do Turismo;
 - Criar o Portal Turístico;
 - Modernizar o Centro de Informações ao Turista – CAT.

9.2.4. Manual de Qualificação Turística

A qualidade dos serviços turísticos no município precisa de zelo. A criação do Manual de Qualificação Turística tem como objetivo orientar os agentes turísticos quanto aos requisitos de qualificação. A ideia é reunir em um único documento as ações que precisam ser tomadas pelo poder público e iniciativa privada para conquista de chancelas representadas por selos, títulos e certificados. Essa estratégia facilita as ações de capacitação e de monitoramento da qualidade técnica da oferta turística municipal.

Tarefas a serem executadas:

- Definir os requisitos para concessão das chancelas abaixo:
 - Via de Interesse Turístico;
 - Atração Turística;
 - Produto Turístico;
 - Conselheiro de Turismo;
 - Conexão Local;
 - Artesão do Turismo;
 - Habilitação Jurídica;
 - Presença On-line.
- Reunião das chancelas em um Manual de Qualificação Turística.

9.2.5. 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 turísticos, 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.

Tarefas a serem executadas:

- Elaborar o Manual de Sinalização Turística
 - Definição do Sistema Viário Turístico;
 - Elaboração do Projeto de Orientação de Tráfego Turístico;
 - Definição do layout do mobiliário de sinalização turística;
 - Regras de instalação, manutenção e retirada do mobiliário de sinalização turística.

9.3. EIXO ESTRATÉGICO 3: fortalecer as instituições

Informar e capacitar os entes quanto às suas competências dentro do Sistema Municipal de Turismo para uma gestão compartilhada da atividade turística.



9.3.1. Capacitar o Órgão de Turismo Municipal

O Órgão Municipal de Turismo de Jaguariúna é a Secretaria Municipal de Turismo e Cultura. A Secretaria possui uma equipe técnica muito competente que é, atualmente, ocupada com trabalhos operacionais como a gestão de eventos, pontos turísticos e feira de artesanato. Por outro lado, há uma carência no governo municipal quanto a ações no sentido de criar senso de pertencimento no jaguariunense e vender a cidade fora da cidade para atração de investimentos e moradores qualificados.

Diante desse cenário, a Secretaria Municipal de Turismo e Cultura tem potencial para assumir uma posição de centralidade no governo se trabalhar em uma reestruturação das suas atuais funções visando: Trabalhar para tornar o jaguariunense mais orgulhoso de sua cidade, usando a vocação e identidade turística para criar senso de pertencimento na população e transformar Jaguariúna em um imã de investimentos, sinalizando confiança e estimulando o investimento privado alinhado com a Política Municipal de Turismo para melhoria contínua da oferta turística.

As estratégias de gestão da atividade turística, que embasam a construção do Plano Diretor de Turismo, alocam quase todas as competências sob o guarda-chuva do Órgão de Turismo Municipal. A Secretaria Municipal de Turismo e Cultura fará o papel de ente executor público da Política Municipal de Turismo.

O posicionamento tomado também visa a gestão compartilhada com a iniciativa privada de várias competências, todavia algumas são exclusivas da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura, como por exemplo, a gestão do Sistema de Informações Turísticas e concessão de chancelas por meio de selos, títulos e certificados com base no Manual de Qualificação Turística.

Diante disso, é de suma importância capacitar os funcionários do quadro da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura para que estes estejam preparados para fazer a gestão desses dois importantes instrumentos de planejamento e gestão, mesmo após a mudança do chefe do executivo.

Tarefas a serem executadas:

- Identificar, nomear e treinar o gestor do(a):
 - Cadastro Municipal de Turismo;
 - Observatório do Turismo;
 - Promoção Turística;

- Capacitação Turística;
- Gestor do Hub do turismo;
- CAT – Centro (Para atendimento ao turista);
- CAT – Centro (Para atendimento ao agente turístico e investidor);

9.3.2. 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 públicas, 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 às rotinas de deliberação para que as regras fiquem claras e reduzam conflitos internos. Esse processo de capacitação deve ser permanente, capacitar sim os atuais conselheiros, mas principalmente, funcionar como uma espécie de requisito técnico para que futuros conselheiros possam ocupar uma cadeira no colegiado.

Existe, entre os agentes turísticos, 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 um novo ente no Sistema Municipal de Turismo, a comissão de entes executores da Política Municipal de Turismo.

Tarefas a serem executadas:

- Reformular o regimento interno do COMTUR;
- Produzir conteúdo de qualificação online para:
 - Esclarecer sobre os objetivos do COMTUR;
 - Capacitar quanto às rotinas de funcionamento do colegiado;
 - Chancelar conselheiros (Chancela: Conselheiro de Turismo)

9.3.3. Capacitar as OSCs (Organizações da Sociedade Civil)

Jaguariúna conta com organizações da sociedade civil com interesses turísticos suficientes para uma gestão compartilhada da atividade turística. Todavia, atualmente, a atuação das OSCs em prol do desenvolvimento da Política Municipal de Turismo é reconhecidamente desarticulada.

As ações desarticuladas das OSCs, somam-se a desarticulação das ações da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura e das outras secretarias municipais. Boa parte do problema está na falta de um Plano Diretor de Turismo, mas principalmente na falta de um Sistema Municipal de Turismo formal.

A estrutura do Sistema Municipal de Turismo, que é proposta nesse plano, prevê uma definição clara dos entes e suas competências e as OSCs ganham, nesse cenário, uma importância alinhada com as políticas de estímulo à descentralização das decisões e execuções com base em parcerias público-privada.

A proposta de criação de uma comissão executiva com intuito de unir forças entre a Secretaria Municipal de Turismo e Cultura, os Órgãos Auxiliares (Outras secretarias do governo municipal) e as OSCs na hora de executar as deliberações do COMTUR é um avanço na gestão compartilhada da atividade turística municipal. Todavia, para que o Sistema funcione é preciso que as OSCs estejam capacitadas para executar suas competências.

Nesse sentido é fundamental orientar as OSCs que se interessem em participar do desenvolvimento da Política Municipal de Turismo no sentido de utilizar os instrumentos de planejamento e gestão para capacitar e promover a oferta turística do destino.

Tarefas a serem executadas:

- Orientar as OSCs quanto ao uso do Manual de Qualificação Turística para capacitar seus associados;
- Orientar as OSCs quanto ao uso do Plano de Comunicação Turística para promover seus associados.

9.4. EIXO ESTRATÉGICO 4: modernizar e diversificar a oferta turística

Orientar, apoiar e empoderar os agentes turísticos e atrair investimentos para modernizar e diversificar a oferta turística através da formação profissional segmentada, criação de novos atrativos e produtos turísticos e melhoria da infraestrutura turística.

9.4.1. Formação profissional

Capacitar e chancelar os guias de turismo para se tornarem conexões locais segmentados e preparados para colocar produtos na prateleira e tirar o turista do sofá.

Jaguariúna possui recursos turísticos que, com capacitação, podem receber valor agregado por meio dos agentes e guias de turismo.

No mesmo sentido, mas com outros objetivos, a formação de profissionais para atuarem na produção de *souvenirs* possui potencial em Jaguariúna, uma vez que a cidade conta, atualmente, com um artesanato com pouca identidade turística e os souvenirssão escassos.

Tarefas a serem executadas:

- Oferecer curso de formação de monitores e guias de turismo segmentados (Chancela: Conexão Local);
- Oferecer curso de formação de profissionais para diversificação da produção associada ao turismo (Chancela: Artesão do Turismo).

9.4.2. Criação do Hub do Turismo

A proposta é desenvolver um ambiente de inovação, local onde se encontram startups, investidores, corporações, governos, instituições não governamentais e de ensino voltado para o turismo com oficina para criação de *souvenirs*, aberta aos agentes turísticos chancelados com o certificado de Artesão do Turismo, sala de treinamentos para receber cursos de capacitação turística, sala de reunião e *coworking*, trabalho colaborativo ou trabalho cooperativo, para dar suporte ao desenvolvimento de ideias e negócios que venham a contribuir com o turismo de Jaguariúna sob administração da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura.

Tarefas a serem executadas:

- Criação do espaço Hub do Turismo com:
 - Oficina para produção de souvenirs;
 - Sala de treinamento;
 - Sala de reunião e *coworking*.

OBS: Se possível integrar o Hub do Turismo ao Centro de Informações ao Visitante.

9.4.3. Ampliar o catálogo de produtos turísticos de Jaguariúna

Um dos maiores problemas apontados nas pesquisas junto aos agentes turísticos locais foi que “Jaguariúna tem pouca opção do que fazer”.

É dever da iniciativa privada criar produtos turísticos e os agentes turísticos de Jaguariúna pecam nesse aspecto, apesar da cidade possuir uma boa infraestrutura que facilita a sua criação.

Embora possua bons meios de alimentação e hospedagem e seja conhecida pela “Maria Fumaça”, o destino conta com poucos itens em seu menu turístico. Quando se trata de produção associada ao turismo, os chamados *souvenirs* são escassos no destino.

Falta uma estratégia de formatação e comercialização de experiências turísticas por parte dos agentes turísticos que de fato tirem o turista do sofá e que seja eficiente na hora de aumentar seu gasto médio no destino.

Ainda, embora possua grande potencial, especialmente se alinhados com a questão da cultura, a produção associada ao turismo de Jaguariúna, com raras exceções, não possui identidade local e ainda não contam com um programa de governo voltado especificamente para o turismo.

Nesse sentido é fundamental orientar, apoiar e empoderar os agentes turísticos para que eles coloquem produtos na prateleira.

Tarefas a serem executadas:

- Oficinas de capacitação junto a iniciativa privada para:
 - Diversificação do menu turístico (Chancela: Produto Turístico);
 - Diversificação dos *souvenirs* (Chancela: Produto Turístico);
 - Diversificação das experiências turísticas (Chancela: Produto Turístico);
 - Diversificação da produção associada ao turismo com certificado de origem (Chancela: Produto Turístico).

9.4.4. Reposicionamento do produto Maria Fumaça

A proposta é, em conjunto com a ABPF, reposicionar o produto Maria Fumaça. Conforme apontado no diagnóstico da atividade turística de Jaguariúna 2022, o produto turístico Maria Fumaça de Jaguariúna vem perdendo o interesse dos visitantes devido ao alto custo do passeio, dentre outros fatores, como a falta de opções de passeios. Torna-se necessário,

portanto, uma intervenção da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura junto a ABPF no sentido de encontrar meios de diversificar a oferta turística do produto.

Tarefas a serem executadas:

- Elaboração de Projeto Executivo para reposicionamento do atrativo turístico Maria Fumaça de Jaguariúna.

9.4.5. Sinalização Turística Integrada

O turista, por estar fora de seu local habitual de convívio, depende de sinalização turística para encontrar os locais de interesse dentro de um destino. É fundamental manter uma estrutura de sinalização padronizada e que ofereça segurança ao visitante. Um bom projeto de sinalização tem potencial para capilarizar o fluxo turístico dentro do município e gerar receita para o Fundo Municipal de Turismo - FUMTUR.

Tarefas a serem executadas:

- Elaboração do Projeto executivo de sinalização turística integrada
- Instalação do mobiliário de sinalização turística

9.5. EIXO ESTRATÉGICO 5: Formalizar parcerias para uma gestão compartilhada do turismo

No sentido de uma gestão compartilhada do turismo e após a formação do Sistema Municipal de Turismo é hora da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura transferir responsabilidades e contar com as OSCs e outras secretarias da administração municipal para atingir os objetivos da Política Municipal de Turismo.

9.5.1. Levantamento de dados sobre a atividade turística

Dados sobre a demanda, oferta turística e normativos-institucionais são fundamentais para mensurar o desenvolvimento da atividade turística municipal, saber se os objetivos estão sendo alcançados ou não e além de fornecer informações relevantes a iniciativa privada para aumentar a competitividade do destino.

Uma gestão eficiente depende de informações confiáveis, no entanto, ainda há uma dificuldade da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura em manter atualizado os dados da oferta e demanda turística, já que é de sua obrigação a coleta e não o contrário.

Em relação aos dados da demanda, Jaguariúna necessita de um sistema próprio de alimentação de dados e uma metodologia mais adequada para dar embasamento aos dados coletados.

A proposta dessa ação é pedir a instituições de ensino e órgãos auxiliares ajuda na hora de manter o Cadastro Municipal de Turismo atualizado.

Tarefas a serem executadas:

- Formalizar parceria com instituições de ensino para coleta de dados sobre a demanda turística;
- Formalizar parceria com a Secretaria de Administração e Finanças para o fornecimento de dados sobre o ISS dos serviços relacionados ao turismo no Município.

10. METAS

Diante das conclusões e dos caminhos traçados no presente documento, é possível traçar metas que deverão servir de indicadores de sucesso de execução do presente Plano Diretor de Turismo:

10.1. Metas institucionais

As metas institucionais deverão ser atingidas já no ano de 2022/2023

- Instrumentos de planejamento e gestão instituídos.
 - Manual de Identidade Visual;
 - Sistema de Informações Turísticas;
 - Manual de Qualificação Turística;
 - Plano de Comunicação Turística;
 - Manual de Sinalização Turística.
- Projeto executivo de reposicionamento da Maria Fumaça elaborado;

10.2. Metas relacionadas à estrutura da oferta turística

As metas relacionadas à estrutura da oferta turística deverão ser atingidas até 2024, com produtos turísticos na prateleira.

- Produtos turísticos na prateleira;
 - 30 opções no menu turístico;
 - 20 experiências turísticas;
 - 50 tipos de souvenirs.



PREFEITURA MUNICIPAL DE JAGUARIÚNA

Secretaria Municipal de Turismo e Cultura





Prefeitura do Município de Jaguariúna

Rua Alfredo Bueno, 1235 – Centro – Caixa Postal 20 – CEP 13910-027 – Tel. (19) 3867-9700 – Fax (19) 3867-2856
Jaguariúna- SP

Ofício DER-nº 037/2022.

Jaguariúna, aos 16 de maio de 2022.

Senhor Presidente:

Vimos, pelo presente, encaminhar, para apreciação e deliberação por parte dos Nobres Vereadores, o incluso PROJETO DE LEI COMPLEMENTAR, que institui o Plano Diretor de Turismo do Município de Jaguariúna e dá outras providências.

O Plano Diretor de Turismo é uma grande conquista para a nossa querida Estrela da Mogiana. Trata-se de instrumento fundamental importância para que o turismo de nosso Município seja embasado, harmonioso e assertivo. O turismo é a indústria não poluente que mais gera empregos no mundo.

O projeto tem como caráter nortear as ações da Prefeitura do Município de Jaguariúna, através da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura, abrangendo as demais Secretarias Municipais, articulando a participação efetiva da sociedade, representada pela COMTUR, na forma de empresas privadas, associações, entidades e organizações envolvidas no planejamento, implantação e gestão do turismo. Ademais, o Plano Diretor de Turismo é um instrumento exigido pela Lei Complementar Estadual nº 1.261/2015, que classifica as Estâncias Turísticas e Municípios de Interesse Turístico.

Na oportunidade, renovamos a Vossa Excelência nossos protestos de elevada estima e distinto apreço, extensivos aos demais integrantes dessa Casa Legislativa.

MARCIO GUSTAVO
BERNARDES
REIS:16505257888

Assinado de forma digital por
MARCIO GUSTAVO BERNARDES
REIS:16505257888
Dados: 2022.05.16 14:12:37 -03'00'

MÁRCIO GUSTAVO BERNARDES REIS
Prefeito

Excelentíssimo Senhor
VEREADOR AFONSO LOPES DA SILVA
DD. Presidente da Câmara Municipal
NESTA

LIDO EM SESSÃO
DE 17 05 22

PRESIDENTE

PROTOCOLO	
Nº de Ordem	375
Fls. Nº	179 Livro Nº 042
16/05/22	Ano
	Secretária



Rua Alfredo Bueno, 1235 – Centro – Jaguariúna – SP – CEP: 13820-000
Fone: (019) 38679700 – Fax: (19) 38672856

ESTIMATIVA DE IMPACTO ORÇAMENTÁRIO - FINANCEIRO

Assunto: Demonstração de Impacto Orçamentário e Financeiro referente ao Projeto de Lei Complementar que institui o Plano Diretor de Turismo do Município de Jaguariúna.

Considerando a manifestação da SETUC (folha 49), entendemos que fica dispensada a realização de Impacto Orçamentário e Financeiro, pois não haverá geração de novas despesas.

A Secretaria de Governo, para prosseguimento.

Em 13 de maio de 2022.

ELISANITA APARECIDA DE MORAES
Secretária de Administração e Finanças



Câmara Municipal de Jaguariúna

Estado de São Paulo

Projeto de Lei nº 008/2022

PARECER DO RELATOR ESPECIAL DESIGNADO AO PROJETO DE LEI Nº 008/2022.

AUTORIA: PODER EXECUTIVO.

RELATOR ESPECIAL DESIGNADO: ILUSTRÍSSIMO VEREADOR JOSÉ MUNIZ

PARECER: FAVORÁVEL.

De iniciativa do Excelentíssimo Prefeito, o Projeto de Lei nº 008/2022 institui o Plano Diretor de Turismo do Município de Jaguariúna e dá outras providências.

No mérito, o Projeto estabelece que o Plano Diretor de Turismo tem como caráter nortear as ações da Prefeitura do Município de Jaguariúna, através da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura, abrangendo as demais Secretarias Municipais, articulando a participação efetiva da sociedade, representada pela COMTUR, na forma de empresas privadas, associações, entidades e organizações envolvidas no planejamento, implantação e gestão do turismo.

Ademais, a propositura estabelece que o Poder Executivo Municipal irá se empenhar na divulgação do presente Plano e dos seus objetivos e metas, para que a sociedade o conheça amplamente e acompanhe a sua implementação.

LIDO EM SESSÃO
DE 17 10/2022

PRESIDENTE



Câmara Municipal de Jaguariúna

Estado de São Paulo

Projeto de Lei nº 008/2022

É o relatório.

Desta forma, com este relatório, compete a este relator designado, na forma que faculta o Regimento Interno, lavrar parecer a respeito de sua legalidade, oportunidade e conveniência.

Nesse sentido, a Lei Orgânica do Município de Jaguariúna dispõe que:

“Art. 12 - É de competência comum do Município, da União e do Estado, observada a legislação vigente, o exercício das seguintes medidas:

XIII – promover e incentivar o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico; (...)”

Ainda, a Lei Orgânica assevera que:

“Art. 179-C – O Município promoverá o turismo como fator de desenvolvimento econômico.”

Assim, a instituição do Plano Diretor de Turismo do Município de Jaguariúna será de grande importância para a estimulação e incentivo do turismo na nossa cidade, bem como incentivará o desenvolvimento turístico no município.



Câmara Municipal de Jaguariúna

Estado de São Paulo

Projeto de Lei nº 008/2022

Quanto ao mérito, não há aparente inconstitucionalidade ou ilegalidade ao projeto apresentado, sendo o Projeto de Lei Complementar nº 008/2022 legal, conveniente e oportuno.

Desta forma, Analisada a propositura, nada temos a opor à aprovação do vertente projeto de lei, o qual, inclusive, é de grande valia e possui relevante interesse para o município.

Diante do exposto, o Projeto de Lei em epígrafe está apto a ser apreciado pelo egrégio Plenário, sendo favorável o Parecer do Relator Especial designado.

Câmara Municipal de Jaguariúna, 17 de maio de 2022.


VEREADOR JOSÉ MUNIZ

Relator Especial Designado



Câmara Municipal de Jaguariúna

Estado de São Paulo

PROJETO DE LEI COMPLEMENTAR Nº 008/2022.

Institui o Plano Diretor de Turismo do Município de Jaguariúna e dá outras providências.

A Mesa da Câmara Municipal de Jaguariúna, Estado de São Paulo, etc.

Faz saber que a Câmara Municipal aprovou a seguinte lei complementar:

Art. 1º Fica instituído o Plano Diretor de Turismo do Município Jaguariúna, para os exercícios de 2022/2024, constante do Anexo I, da presente lei complementar.

Art. 2º O Plano Diretor de Turismo tem como caráter nortear as ações da Prefeitura do Município de Jaguariúna, através da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura, abrangendo as demais Secretarias Municipais, articulando a participação efetiva da sociedade, representada pela COMTUR, na forma de empresas privadas, associações, entidades e organizações envolvidas no planejamento, implantação e gestão do turismo.

Art. 3º O Poder Executivo Municipal empenhar-se-á na divulgação do presente Plano e dos seus objetivos e metas, para que a sociedade o conheça amplamente e acompanhe a sua implementação.

Art. 4º Os recursos necessários à execução do Plano Diretor de Turismo de Jaguariúna serão consignados nos instrumentos orçamentários, observada a disponibilidade financeira do Município e o cronograma geral.

Art. 5º Esta lei complementar entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Mesa da Câmara Municipal de Jaguariúna, 17 de maio de 2022

VEREADOR AFONSO LOPES DA SILVA
Presidente

VEREADOR SILVIO LUIZ TELLES DE MENEZES
Vice Presidente

VEREADORA ANA PAULA ESPINA DE SOUZA MUNIZ
Primeira Secretária

VEREADOR CRISTIANO JOSÉ CECON
Segundo Secretário

Registrado na Secretaria e afixado na mesma data no quadro de avisos da portaria da Câmara Municipal.


Creusa Aparecida Gomes
Diretora Geral



Câmara Municipal de Jaguariúna

Estado de São Paulo

Ofício PRE n.º 233/2022

Jaguariúna, 17 de maio de 2022

Senhor Prefeito

Passamos às mãos de Vossa Excelência, para sanção e promulgação, Projeto de Lei Complementar nº 008/2022 desse Executivo, que institui o Programa "Plano Diretor de Turismo do Município de Jaguariúna e dá outras providências, o qual foi aprovado por unanimidade de votos, em Primeira e Segunda discussões, em Sessões Extraordinárias realizadas nesta Casa de Leis, em 17 de maio de 2022.


VEREADOR AFONSO LOPES DA SILVA
Presidente

À Sua Excelência o Senhor
Márcio Gustavo Bernardes Reis
Prefeito Municipal
Jaguariúna – S.P.

