

ATUALIZAÇÃO DO PLANO DIRETOR DE TURISMO

SERRA NEGRA – SÃO PAULO



CANDIDA BAPTISTA CONSULTORIA

CNPJ: 35.882.172/0001-10

candida
baptista

ATUALIZAÇÃO DO PLANO DIRETOR DE TURISMO

SERRA NEGRA – SÃO PAULO

DIRETRIZES PARA A GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL

Atualização do Plano Diretor de Turismo – Serra Negra/SP

Diretrizes para a Gestão Pública Municipal

PREFEITURA MUNICIPAL DE SERRA NEGRA – SP

Elmir Kalil Abi Chedid	Prefeito Municipal
Antonio Luigi Ítalo Franchi	Vice-Prefeito Municipal
Carlos Alberto Tavares de Toledo	Secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico

EXECUÇÃO

Profª Me. Candida Maria Costa Baptista	Coordenação Técnica
Maria Izabel de Siqueira Ferrara	Consultora Técnica
Nicolas Oliveira Garcia	Consultor Técnico
Ricardo Augusto Lima Rodrigues Filho	Consultor Técnico

CONTATO

Candida Baptista – Consultoria

Telefone: (11) 99909-8263

E-mail: canbaptista@gmail.com

Site: www.candidabaptista.com

Elaboração: 1º Semestre/2021

APRESENTAÇÃO DA EQUIPE TÉCNICA

Profa. Me. Candida Maria Costa Baptista

Coordenadora Técnica

Coordenadora do Projeto de Mobilidade Urbana da Universidade São Francisco. Possui experiência na área de Educação, com ênfase em Planejamento Urbano, Gestão e Educação Ambiental, Gestão Pública e Privada. Atua principalmente nos seguintes temas: acessibilidade, cidades sustentáveis, mobilidade urbana e saúde, planejamento urbano, *smart city*. Atualmente é Professora assistente mestre da Universidade São Francisco em Regime de Tempo Integral e Instrutora do Projeto de Turismo Rural do SENAR - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural como prestadora de serviço. Possui Graduação em Turismo pelo Centro Universitário Ibero-americano de Letras e Ciências Humanas (1979). Possui Pós-graduação em Gestão Hoteleira pela Universidade São Francisco (1998), e possui Mestrado no Programa Transdisciplinar em Educação e Valores Humanos pelo Centro Universitário Unicapital (2003).

Maria Izabel de Siqueira Ferrara

Consultora Técnica

Possui graduação em Gestão Financeira pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas (2014), graduação em Administração pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (2015) e graduação em Engenharia Civil pela Universidade São Francisco (2020).

Nicolas Oliveira Garcia

Consultor Técnico

Possui graduação em Engenharia Civil pela Universidade São Francisco (2020), possui curso técnico Integrado ao Ensino Médio em Eletroeletrônica pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (2015)

Ricardo Augusto Lima Rodrigues Filho

Consultor Técnico

Possui graduação em Engenharia Civil pela Universidade São Francisco (2019), atuando principalmente nos seguintes temas: mobilidade urbana, turismo e turismo rural.

CARTA DO PREFEITO

O Turismo é, sem dúvida nenhuma, uma das principais atividades de nosso Município. É nele, face a todos os atrativos que temos, quer sejam naturais ou construídos, que temos um oásis de oportunidades em meio às crises econômicas dos tempos atuais e neste período, a crise sanitária em virtude da COVID-19

Através do Turismo, potencializando nossos equipamentos, trabalhando para ocupar nossa vasta e importante rede hoteleira e de hospedagens, nossa rede de gastronomia, nossa rede de compras, nossas belezas naturais, nossos fontanários, as águas de nosso subterrâneo, nosso verde e toda nossa maravilhosa história, moldada nas mãos de imigrantes europeus, asiáticos, africanos, do oriente médio, das américas, e dos emigrantes vindos de norte a sul e de leste a oeste , fomentará o crescimento econômico e por conseguinte, a geração de emprego e renda.

Serra Negra possui uma marca conhecida nacional e internacionalmente, que aqui, dispensa maiores detalhes, em virtude das inúmeras informações sobre o assunto e, tal marca, devidamente trabalhada e explorada, norteadas pelo Plano Diretor, certamente trará os merecidos e tão desejados frutos por nossa querida população.

A presente revisão do Plano Diretor de Turismo, irá possibilitar a continuidade das ações propostas no plano original, com os devidos e necessários ajustes através de muito planejamento e estudo.

Apresento meus sinceros agradecimentos a todos os envolvidos na grande empreitada, de importância ímpar, e saliento a total disposição do poder público que ora represento em tomar as ações e medidas necessárias visando o incremento turístico e econômico de nossa amada e deslumbrante Serra Negra.

Elmir Kalil Abi Chedid
Prefeito Municipal

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	07
2. OBJETIVO DO PLANO	08
3. METODOLOGIA	09
4. CONTEXTUALIZAÇÃO DO TURISMO	10
5. SEGMENTOS TURÍSTICOS	13
6. CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO	16
6.1 Histórico do município.....	16
6.2 População.....	18
6.3 Economia geral.....	21
6.4 Dados geográficos.....	22
6.5 Rodovias de acesso e frota.....	23
7. PESQUISA DE CENÁRIO	26
7.1 Cenário global.....	26
7.2 Cenário nacional.....	28
7.3 Cenário regional.....	29
8. IMPACTOS COVID-19	31
9. BASES SUSTENTÁVEIS PARA O SETOR	33
9.1 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).....	35
10. ANÁLISE DE DEMANDA E OFERTA	40
11. ANÁLISE SWOT	45
11.1 Pontos fortes.....	46
11.2 Pontos fracos.....	47
11.3 Oportunidades.....	49
11.4 Ameaças.....	49
12. PRINCIPAIS DESAFIOS	50
13. PROPOSTAS E SOLUÇÕES	51

13.1 Revitalização do centro de convenções.....	51
13.2 Atualização do inventário de oferta turística.....	52
13.3 Estudo de demanda.....	52
13.4 Readequação e revitalização do Parque Turístico Temático.....	53
13.5 Novos departamentos.....	53
13.6 Plano de marketing.....	54
13.7 Criação de site.....	55
13.8 Rota do queijo e vinho.....	55
13.9 Identidade cultural.....	55
13.10 Reafirmação dos produtos.....	56
13.11 Revitalização do mercado cultural.....	56
13.12 Roteiro cultural.....	57
13.13 Centro de informações turísticas.....	57
13.14 Heliponto municipal.....	58
14. POSICIONAMENTO TURÍSTICO E LINHA DE PRODUTOS.....	59
15. CICLO DE VIDA DO DESTINO TURÍSTICO.....	60
16. PLANO DE AÇÃO.....	61
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	68
REFERÊNCIAS.....	69
ANEXOS.....	72

1. INTRODUÇÃO

O turismo é um setor que produz emprego e renda além de impactar a economia e a sociedade. Quando bem desenvolvido, contribui com o desenvolvimento econômico de uma determinada região. Sendo assim, o interesse do setor público e privado cresce cada vez mais dentro desse campo. Em razão desse crescimento, o governo vem estabelecendo políticas públicas apropriadas, estimulando e fomentando cada vez mais o turismo.

Dentro dessa atividade, uma das etapas mais importantes é o planejamento, tendo em vista que direcionar as ações de maneira coordenada, contribui para desenvolver de forma sustentável e consciente, minimizando os riscos e potencializando as vantagens que o setor pode gerar. Serra Negra é um município que chama atenção beleza natural, gastronomia e hospitalidade.

Porém, a cidade necessita de intervenções que proporcionem a estruturação das atividades turísticas e a prosperidade do setor, tendo em vista, principalmente a continuidade e a perdurabilidade do turismo no município.

O Plano Diretor de Turismo de Serra Negra surge nessa conjuntura: a carência de um relatório norteador, com análises das pesquisas de oferta e demanda, acrescido de diretrizes para estimular o setor.



Figura 1 – Foto de Serra Negra

Fonte: Prefeitura da Estância Hidromineral de Serra Negra (2020).

2. OBJETIVO DO PLANO

Dentre os setores econômicos que mais crescem no mundo, pode-se citar o turismo. Contudo, esse grande crescimento, vem associado a dilatação da oferta turística, fato que favorece a competição entre os destinos turísticos.

Os sucessivos aumentos na quantidade de destinos, faz com que a atividade turística se torne cada vez mais estratégica, e ofereça diversas possibilidades ao turista. Dessa forma, o planejamento e as políticas públicas se tornam fatores decisivos na competitividade e atratividade do setor turístico.

O Plano Diretor de Turismo tem como função apresentar e estruturar estratégias de desenvolvimento do setor, e tornar a cidade de Serra Negra referência na Mesorregião de Campinas nos diversos tipos de turismo oferecidos, em particular no Turismo de Saúde, através da melhoria contínua, inovação e excelência nos serviços prestados aos visitantes

Um método de determinar o passo-a-passo e definir as estratégias e a organização do desenvolvimento turístico é a elaboração de um plano de turismo. Sendo assim, pode-se dizer que o plano é um dispositivo com propósito de colaborar com o desenvolvimento do turismo na esfera municipal.

O governo tem função importante nesse segmento, especialmente, ao induzir o desenvolvimento das atividades, estabelecendo as estruturas necessárias e determinando normas e regulamentos. Contudo, a participação do setor privado e da sociedade são essenciais, sendo que estão envolvidos na prestação de serviços e são afetados pelo setor. Fomentar o envolvimento da população e das empresas nas ações pertinentes a atividade turística é um fator decisivo para o êxito do setor no município.

É interessante ressaltar que o plano não é uma ferramenta engessada e sua concretização estabelecerá uma fase que deve ser mais dinâmica e ousada. As medidas a serem implementadas devem ser continuamente redesenhadas e reformuladas. Portanto, ao orientar a tomada de decisões, deve-se basear-se nos princípios da flexibilidade, clareza, cooperação e coordenação, para que o Plano Diretor de Turismo se transforme em uma ferramenta viva.

3. METODOLOGIA

A elaboração do Plano Diretor de Turismo de Serra Negra, se deu em 9 etapas, e a execução técnica foi realizada pela Candia Baptista – Consultoria, em parceria com a Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Serra Negra e a colaboração dos munícipes.

O processo de planejamento do turismo de Serra Negra foi feito de forma participativa. As etapas de construção do Plano aconteceram conforme a metodologia que segue:

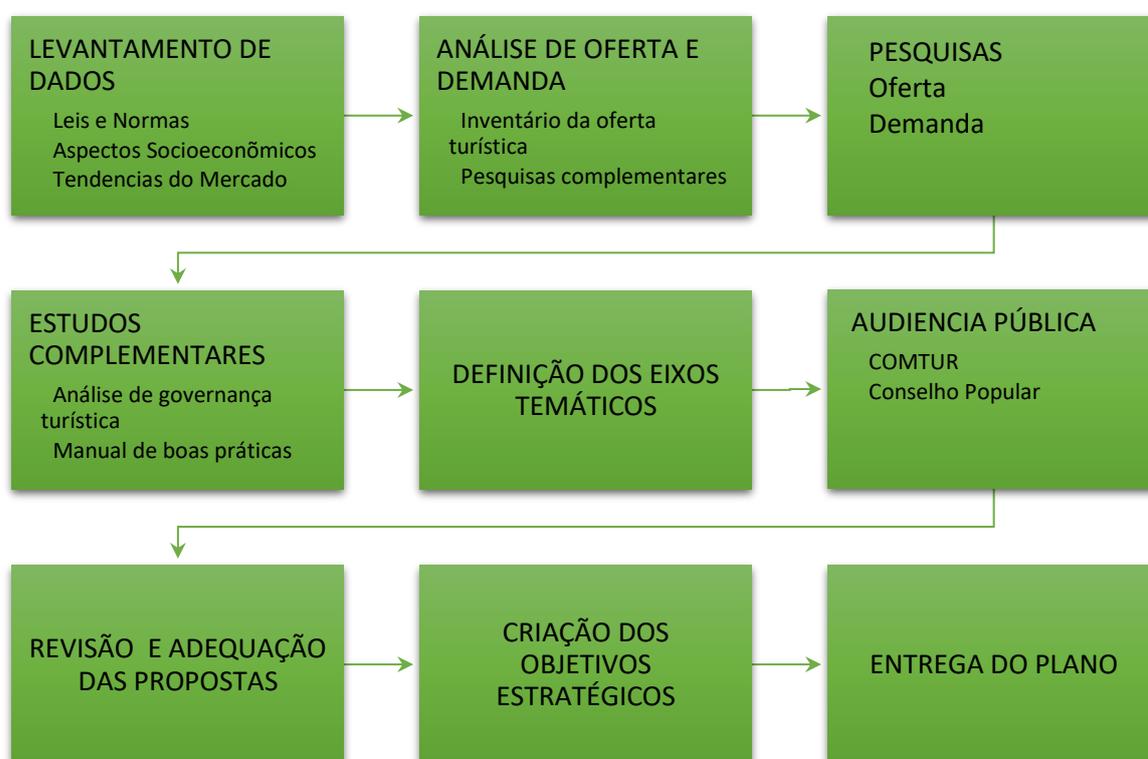


Figura 2 – Fluxograma

Fonte: elaborado pelos autores

O planejamento foi realizado de outubro de 2020 a março de 2021, por meio de audiência pública, contando com a presença do COMTUR, da Prefeitura e os munícipes.

. Para estruturação do Plano foram considerados todos os estudos, pesquisas e projetos anteriormente feitos, que tinham relação direta com o desenvolvimento do turismo. Destaca-se que o planejamento deve ser revisto periodicamente.

4. CONTEXTUALIZAÇÃO DO TURISMO

Por ter várias motivações, como estudos, negócios, saúde, lazer ou compras, o turismo pode ser compreendido como um fenômeno, pois possibilita o desenvolvimento de inúmeras áreas, como a cultura, gastronomia, logística, hotelaria, dentre outras.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT), o turismo abrange as atividades realizadas pelas pessoas no decorrer de suas viagens em lugares distintos de seus arredores, por um intervalo sucessivo inferior a um ano, visando lazer, negócios ou outros fins.

A fim de fomentar o turismo no Brasil, o Ministério do Turismo, Sebrae e Fundação Getúlio Vargas, desenvolveram um Índice de Competitividade do Turismo Nacional. Essa ferramenta permite mensurar o nível de desenvolvimento do setor. Esse instrumento avalia os principais destinos turísticos do Brasil, e tem por objetivo criar uma série histórica da competitividade desses locais. Além disso, fornece dados que podem permitir o planejamento estratégico e monitorar o turismo nessas regiões. O desempenho é calculado e analisado sobre as seguintes áreas e subtópicos:



Figura 3 – 13 Dimensões do Turismo.

Fonte: elaborado pelos autores.

1. Infraestrutura Geral: refere-se a apresentação física dos espaços turísticos, aspectos que englobam o apoio que o turista pode receber dos equipamentos municipais, como: atendimento médico; segurança, fornecimento de energia, estacionamento, etc.

2. Acesso: a facilidade e qualidade de se chegar ao destino. quais as possibilidades que o turista pode ter acesso, como: rotas aéreas; rodoviárias; aquaviárias; ferroviárias. Além da distância dos grandes polos municipais geradores desse fluxo turístico.

3. Serviços e Equipamentos Turísticos: complementando a primeira dimensão, analisa-se a infraestrutura específica dos atrativos, a existência e a qualidade da sinalização; se o visitante pode contar com um centro de atendimento ao turista e quais são os espaços existentes para eventos. Qual a capacidade dos meios de hospedagem, do turismo receptivo, dos restaurantes e se existe uma qualificação para atender todo tipo de demanda.

4. Atrativos Turísticos: análise da diversidade dos atrativos, classificando-os em categorias, como atrativos naturais, culturais, eventos programados, realizações técnicas, científicas ou artísticas.

5. Marketing e Promoção de Destinos: plano de marketing do município, participação em feiras e eventos, promoção do destino e estratégias de promoção digital.

6. Políticas Públicas: análise da estrutura legislativa municipal para apoio ao turismo, grau de cooperação com o governo federal, estadual e entidades público-privadas, além do planejamento da atividade turística e da cidade em si.

7. Cooperação Regional: refere-se aos projetos de cooperação e planejamento turístico da região, roteirização e promoção do comércio de forma integrada.

8. Monitoramento: são as pesquisas de demanda e oferta, estatísticas, pesquisas e medição dos impactos do turismo na região.

9. Economia Local: elenca-se os aspectos da economia local, comunicação, infraestrutura e facilidades para negócios, empreendimentos e eventos.

10. Capacidade Empresarial: capacidade de qualificação e aproveitamento da mão-de-obra local, presença de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo, concorrência e barreiras de entrada.

11. Aspectos Sociais: acesso à educação, empregos gerados pelo turismo, uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população, cidadania, sensibilização e participação na atividade turística, e política de enfrentamento e prevenção à exploração de crianças e adolescentes.

12. Aspectos Ambientais: estrutura e legislação municipal de meio ambiente, atividades em curso potencialmente poluidoras, rede pública de água, resíduos e esgoto (coleta e tratamento) e unidades de conservação no território municipal

13. Aspectos Culturais: leva em consideração a integração com a história local, eventos tradicionais locais, e intensidade dessa promoção ligada ao turismo, seja ele religioso, rural ou histórico.

Todo o levantamento e pesquisa de dados foi norteado por essas 13 dimensões, buscando elencar as prioridades que o município precisa atualizar ou melhorar, buscando a competitividade turística. Por conseguinte, as soluções e propostas de intervenção, são da mesma forma voltadas à essa perspectiva dinâmica e sustentável.

5. SEGMENTOS TURÍSTICOS

A fim de organizar a oferta turística no Brasil, o Ministério do Turismo instituiu em 2007 a criação de segmentos turísticos nacionais. Esses segmentos são a identificação do produto turístico.

O produto turístico é definido pelo posicionamento ou imagem de mercado, além de compor qual a forma que o produto será ofertado para os clientes. Devem ser levados em consideração os elementos que agregam valor aos produtos, mesmo que sejam intangíveis.

Ou seja, o produto turístico não deve ser resumido em apenas o que se oferece ao turista, mas também qual a experiência que ele pode proporcionar, e nas possíveis estratégias de inovação. Uma forma de constituir os produtos turísticos de uma maneira organizada, é geração de roteiros turísticos.

A criação desses roteiros, devem levar em consideração a definição de itinerários, parcerias entre os colaboradores, e o posicionamento de mercado, a fim de garantir identidade e valor agregado. Sendo assim, o Ministério do Turismo, identificou doze tipos de segmentos:



Figura 4 – 12 Segmentos Turísticos Nacionais.

Fonte: elaborado pelos autores

1. **Ecoturismo:** segmento que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma

- consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações.
2. **Turismo de Aventura:** compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo.
 3. **Turismo Cultural:** compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.
 4. **Turismo Rural:** conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade
 5. **Turismo de Sol e Praia:** constitui-se das atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor.
 6. **Turismo de Esporte:** compreende as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas.
 7. **Turismo de Negócios e Eventos:** compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social.
 8. **Turismo de Estudos e Intercâmbio:** constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional.
 9. **Turismo de Pesca:** compreende as atividades turísticas decorrentes da prática da pesca amadora.
 10. **Turismo Náutico:** caracteriza-se pela utilização de embarcações náuticas como finalidade da movimentação turística.
 11. **Turismo de Saúde:** constitui-se das atividades turísticas decorrentes da utilização de meios e serviços para fins médicos, terapêuticos e estéticos.

12. Turismo Social: é a forma de conduzir e praticar a atividade turística promovendo a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão.

Os segmentos devem ser constantemente revistos para que estejam sempre adequados ao perfil do município, e principalmente da oferta encontrada, visando atender as necessidades dos clientes. Os segmentos apresentados são importantes no progresso de um destino turístico, e atua diretamente na competitividade. Contudo, não é possível se desenvolver sem um planejamento e gestão eficientes.

No dia 18 de janeiro de 2021, por volta das 19:00 hrs, na Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Serra Negra, situada na Avenida Ariovaldo Viana, 99, Estância Suiça, Serra Negra, São Paulo, ocorreu a reunião do Conselho Municipal de Turismo, e por votação foi decidido levando em consideração as características do município, que os segmentos a serem fomentados são:

- Ecoturismo
- Turismo Rural;
- Turismo de Aventura;
- Turismo de Negócios e Eventos;
- Turismo Cultural.
- Turismo de Esporte

6. CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO

6.1 Histórico do município

O município de Serra Negra foi fundado no dia 23 de setembro de 1828 por Lourenço Franco. Neste mesmo dia, foi inaugurada a capela que foi construída nas terras do fundador do município, a qual recebeu a concessão de Capela Curada pelo bispo Dom Manoel Joaquim Gonçalves de Andrade, do município de Mogi Mirim. No ano de 1841 a capela foi elevada à categoria de Freguesia e deixou de fazer parte do município de Mogi Mirim.

Foi então que no dia 24 de março de 1859, que o município de Serra Negra, foi elevado à categoria de Vila. A partir desta data foi construída a primeira cadeia e a primeira casa da câmara municipal do município.

Em 1873, houve o início do plantio de café em grande quantidade, chamando a atenção dos imigrantes italianos, que se instalaram na cidade a partir de 1880, para trabalhar na lavoura, alterando assim as características iniciais da cidade, que eram de origens portuguesas. Em 1892, foi inaugurado o ramal férreo da Companhia Mogiana na cidade, a ferrovia fazia o trajeto de pessoas e café, entre Campinas e Serra Negra.

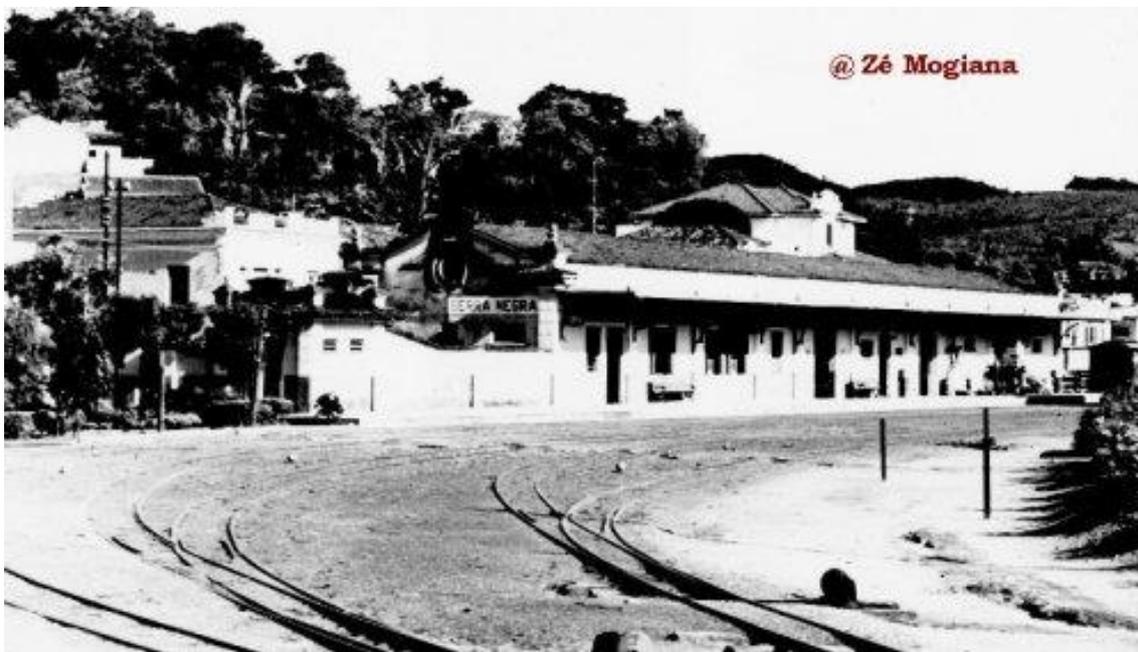


Figura 5 - Ramal Férreo de Serra Negra.

Fonte: Estações Ferroviárias do Brasil (2019).

Só em 21 de abril de 1885. Serra Negra definida como cidade pela lei estadual nº 113. Na década de 1920, devido ao excesso de produção de café no Estado de São Paulo, a economia começou a dar sinais de fraqueza, culminando na quebra da bolsa em 1929. Desta forma, a Serra Negra, por ser produtora de café sofreu com a crise, e se reinventou com a descoberta da qualidade terapêutica das águas minerais da Fonte Santo Antônio, transformando o município em pavilhão hidro terapêutico em 1930. Suas águas revelaram-se indicadas para os mais diversos tratamentos de saúde.

No ano de 1938, foi assinado um decreto pelo governador do estado de São Paulo, o Dr. Adhemar Pereira de Barros, que elevou o município de Serra Negra a categoria de Estância Hidromineral e Climática. Devido a construção das estradas de acesso à região, ramal férreo foi desativado em 1956.



Figura 6 - Vista da cidade de Serra Negra em 1945.

Fonte: Iba Mendes (2020).

Nos dias de hoje, a cidade de Serra Negra tem como suas principais atividades econômicas, o turismo e a agricultura, principalmente o café. O município conta com várias fontes de acesso público e empresas mineradoras. Devido ao desenvolvimento do turismo, a cidade conta com uma extensa rede de hotéis e pousadas, além de um comércio forte, e uma variada opção de gastronomia. Há também diversos pontos de turismo, urbano ou rural.

A característica turística principal de Serra Negra, continua vinculada a ideia de saúde e bem-estar, possibilidade de contato com a natureza, clima bom e ar puro além de proporcionar momentos de paz e tranquilidade.

6.2 População

De acordo com o SEADE (2020), Serra Negra tem uma população estimada de 27.486 habitantes, para o ano de 2020. Segundo os dados do censo do IBGE de 2010 registrou-se 26.387 habitantes. com a densidade demográfica de 129,52 habitantes por quilômetro quadrado em 2010. Ainda de acordo com o IBGE, Serra Negra ocupa a 1206ª posição no ranking nacional de censo populacional, já no estado de São Paulo, ocupa a 208ª posição, e dentro da sua região demográfica imediata, ocupa a 5ª posição.

Já em relação a densidade demográfica, o município de Serra Negra ocupa a 547ª posição no ranking nacional, 148ª posição no ranking estadual e 4ª posição na região demográfica imediata. O grau de urbanização de Serra Negra é de 87,12%.

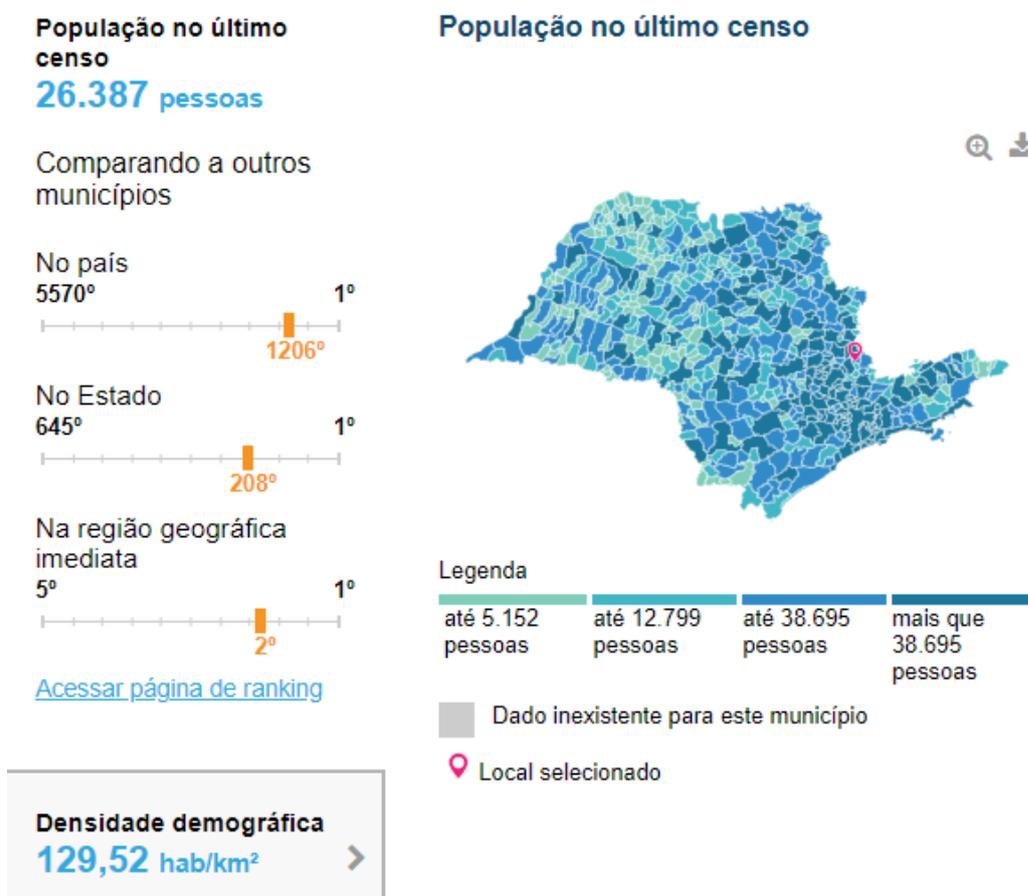


Figura 7 - População no último censo.

Fonte: IBGE (2020).

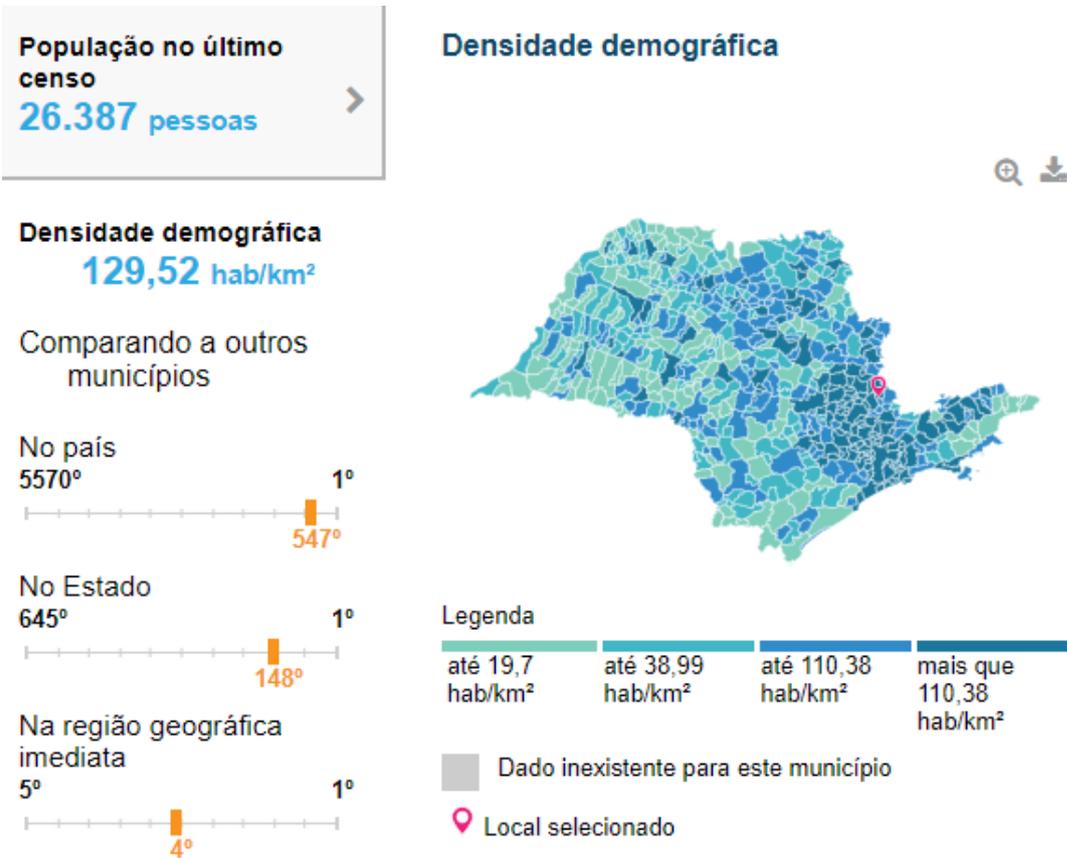


Figura 8 - Densidade demográfica

Fonte: IBGE (2020).

Segundo o SEADE, a população Serrana é composta por maioria feminina, sendo aproximadamente 14.194 mulheres contra 13.292 homens. Ou seja, tem uma população formada por 51,64 % de mulheres e de 48,35% de homens. Havendo uma razão de 93,65 entre os sexos.

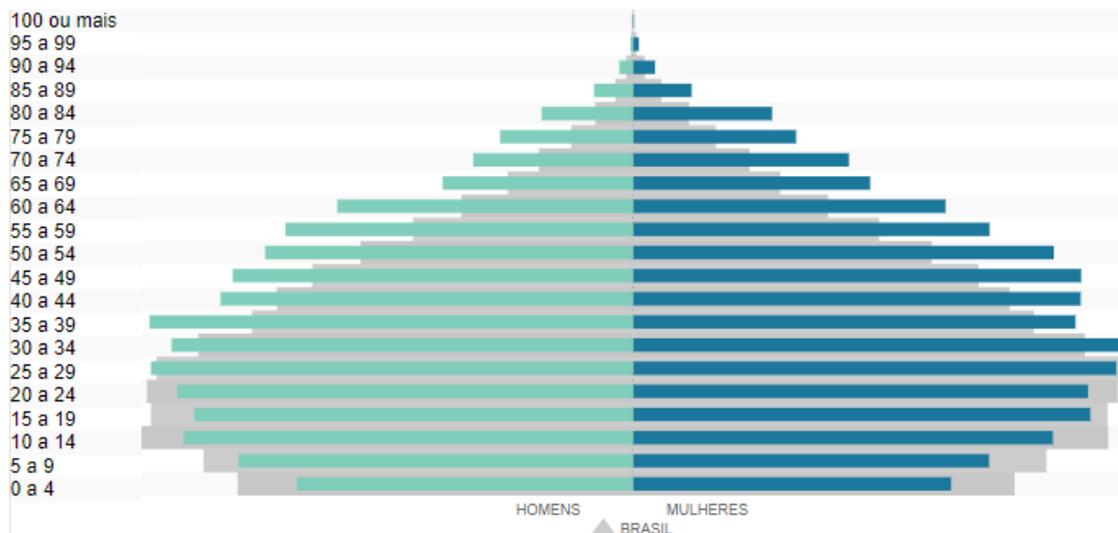
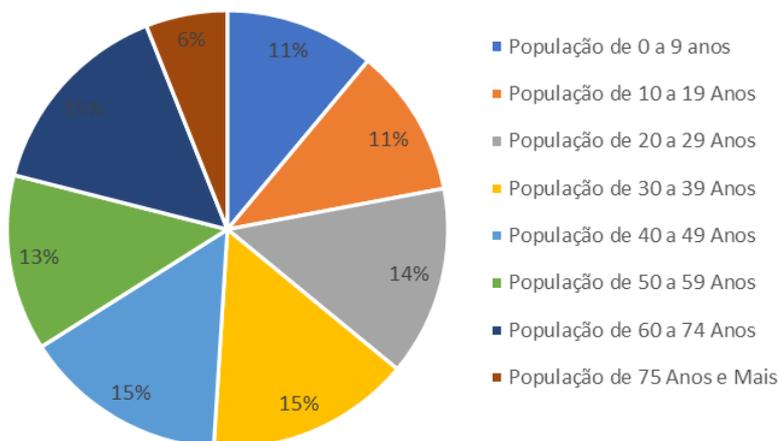


Figura 9 - Pirâmide Etária de 2010.

Fonte: IBGE (2020).

A faixa etária da população é composta por maioria entre 30 a 49 anos (30%), seguido da população de 20 a 29 anos (14%), ou seja, pode-se constatar que a população é em sua maioria jovem, conforme gráfico a seguir:

Gráfico 1 - Faixa etária



Fonte: Gráfico adaptado da SEADE (2021).

A população está dividida entre os 17 bairros que compõem o município de Serra Negra, de acordo com o Plano Diretor de 2006.

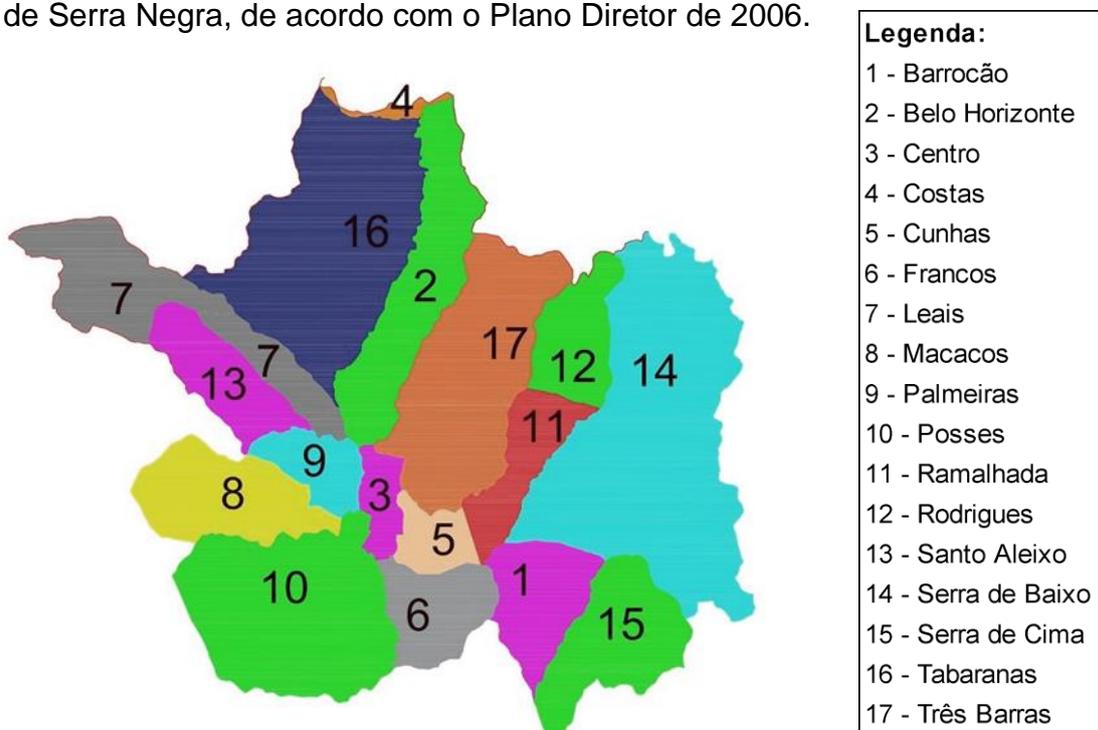


Figura 10 – Mapa do Perímetro Urbano e Rural do Município de Serra Negra.

Fonte: Imagem gerada a partir do Mapa do Limite de Bairros do Plano Diretor de 2006.

6.3 Economia geral

Segundo o IBGE, em 2018, o salário médio mensal era de 1.9 salários-mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 26.5%. Na comparação com os outros municípios do estado, ocupava as posições 557 de 645 e 192 de 645, respectivamente. Já na comparação com cidades do país todo, ficava na posição 2678 de 5570 e 712 de 5570, respectivamente.

Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário-mínimo por pessoa, tinha 24.3% da população nessas condições, o que o colocava na posição 632 de 645 dentre as cidades do estado e na posição 5345 de 5570 dentre as cidades do Brasil.

De acordo com o IBGE, o Produto Interno Bruto per capita em 2018 era de R\$ 24.910,92, o percentual das receitas oriundas de fontes externas em 2015 era de 54,8%. O Índice de Desenvolvimento Humano em 2010 era de 0,767. O total das receitas realizadas em 2017 era R\$ 102.223,73 (x1000), e o total das despesas empenhadas era R\$ 93.091,80 (x1000). A economia de Serra Negra é composta por 0,000094% de receitas oriundas de Exportação, 5,94% oriunda da Agropecuária, 10,66% oriunda da Indústria, 83,40% oriundo do setor de serviços.

Serra Negra em 2018, contava com 6.393 empregos formais, onde 1.017 vagas são ocupadas por pessoas até 24 anos, 2.597 vagas são ocupadas por pessoas entre 25 a 39 anos, 2.428 vagas são ocupadas por pessoas de 40 a 59 anos, e 351 vagas são ocupadas por pessoas com mais de 60 anos. Totalizando 26,5% da população ocupada.

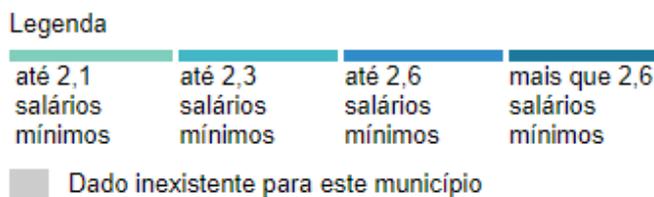
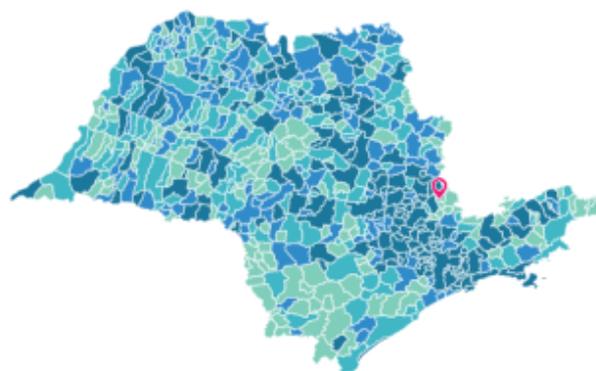
Segundo o SEADE, a participação dos empregos formais de Agricultura, Pecuária, Produção Florestal, Pesca e Aquicultura no total de empregos formais em 2018 era 6,02%. A participação dos empregos formais da Indústria no total de empregos formais em 2018 era de 14,30%. A participação dos empregos formais da Construção no total de empregos formais em 2018 era de 1,30%. A participação dos empregos formais do Comércio Varejista e do Comércio e Reparação de Veículos Automotores e Motocicletas no total de empregos

formais em 2018 era de 29,34%. A participação dos empregos formais dos Serviços no total de empregos formais em 2018 era de 49,04%.

Salário médio mensal dos trabalhadores formais
1,9 salários mínimos

Salário médio mensal dos trabalhadores formais

Comparando a outros municípios



[Acessar página de ranking](#)

Figura 11 - Salário médio mensal

Fonte: IBGE (2020).

No município de Serra Negra, há 1.464 unidade locais cadastradas, sendo 1.405 empresas e outras organizações atuantes, gerando um total de R\$ 139.447 (x1000) em salários e outras remunerações.

6.4 Dados geográficos

O município se localiza na latitude 22°36'44" sul e a uma longitude 46°42'02" oeste, estando a uma altitude de 925 metros, sendo que alguns pontos da região podem chegar a 1300 metros. O relevo apresenta uma topografia montanhosa, com grande variação de nível (altitude) ao longo da região.

O relevo da região se caracteriza devido ao clima tropical e pelos altos índices pluviométricos concentrados no verão, além disso, devido à alta intensidade de chuva nessas áreas, há intensa atividade erosiva regional.

O relevo da Serra da Mantiqueira apresenta elevadas altitudes que variam entre 920 a 2.787 metros em relação ao nível do mar. Dessa maneira, estando inserida nessa região, Serra Negra apresenta altitudes variam de 923 a 1.300 metros. O ponto mais alto da cidade está a Estância Turística Hidromineral de Serra Negra. O clima dessa região é temperado marítimo/clima tropical de altitude, ou seja, estações de verão e inverno bem definidas.



Figura 12 - Topografia

Fonte: Google Earth (2021)

6.5 Rodovias de acesso e Frota

Serra Negra se encontra a pouco mais de 150 km de São Paulo, a cidade tem como acesso as rodovias, sendo as três principais, SP360 (sul) Rodovia Eng. Geraldo Mantovani que liga a cidade de Amparo, SP – 105 que liga a SP – 352 Rodovia Comandante Virgulino de Oliveira, que liga Amparo e Itapira e a SP – 360 (norte) Rodovia Eng. Geraldo Mantovani que liga a cidade de Lindóia

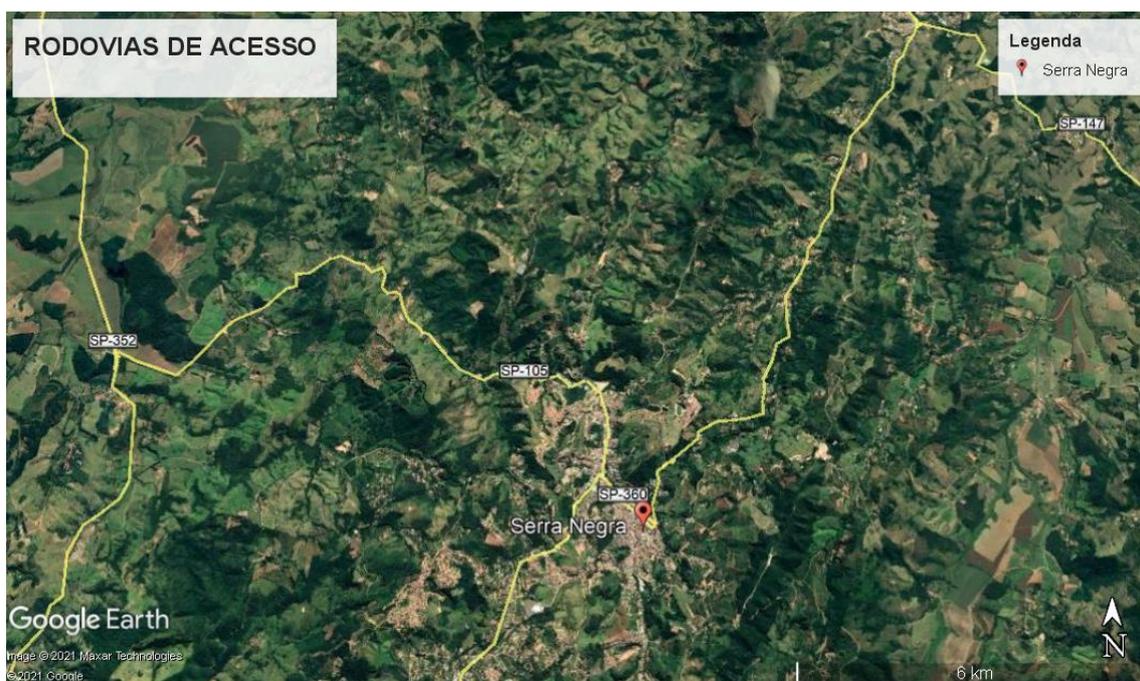


Figura 13 - Rodovias de Acesso

Fonte: Google Earth (2021)

Em geral o acesso ao município é bom, as estradas são bem conservadas e bem sinalizadas, fato que ajuda a fomentar o turismo na região. Porém, em sua maioria são pistas simples, o que torna o trajeto um pouco perigoso, devido aos acidentes causados por ultrapassagem em local proibido.

Um indicador dos meios de locomoção mais utilizado pela população são os dados da frota municipal de veículos. Esses dados possibilitam uma avaliação sobre a real situação da acessibilidade e mobilidade urbana, que consequentemente permitem a busca por melhorias, visando atender as necessidades dos munícipes.

Tabela 1 - Frota de Veículos

TIPO	QUANTIDADE
Automóveis	12597
Ônibus	52
Caminhões	564
Reboques	277
Motocicletas	5665
Caminhonetas	2924
Outros	7
TOTAL	22086

Fonte: IBGE (2020).

Em 2018 com uma população estimada de 27.255 habitantes, a tabela a seguir mostra a frota de veículos nesse período, mostrando que há quase um veículo por pessoa, ou seja, a cada 10 habitantes 7 deles possui algum tipo de veículo.

7. PESQUISA DE CENÁRIOS

7.1 Cenário Global

O intuito da análise setorial é dividi-la em classes para analisar a perspectiva macro do turismo, de forma a pautar ações para os próximos anos visando o desenvolvimento do comércio local. Ao entender os números globais, deve-se partir para o cenário nacional e posteriormente para análise do município de Amparo.

O ano de 2020 ficará marcado na história pela grande depressão na economia e a paralização global dos serviços, tendo em vista a preocupação e a série de remediações tomadas para conter a Covid-19. Até dezembro de 2020, a perda econômica do setor indicada pela Organização Mundial do Turismo, beira os 320 bilhões de dólares.

Conforme dados da Organização Mundial do Turismo, atualmente a atividades do turismo movimentam cerca de US\$ 3,4 trilhões, correspondendo a 10,9% do PIB mundial e correspondendo a 10% dos trabalhadores do planeta.



Figura 14 – Mudança de costumes.

Fonte: Getty Images

Segundo um dos maiores portais de pesquisas e resultados do setor, o Panrotas (2020):

“A última edição do Barômetro Mundial do Turismo da OMT mostra que o bloqueio imposto em resposta à pandemia levou a uma queda de 98% no número de turistas internacionais em maio em comparação a 2019. O Barômetro também mostra uma queda de 56% no ano a ano nas chegadas de turistas entre janeiro e maio. Isso se traduz em uma queda de 300 milhões de turistas [...].”

Números esses que ultrapassam em três vezes as quedas do ano de 2009, e a recuperação geral se dará de forma lenta e dívida em diversos setores que compõem a economia global, dependendo da interdependência desses setores atreladas a responsabilidade de seus serviços.

7.1.1 Mudanças

Os pontos mais importantes, de maior impacto para o setor do turismo, são as mudanças operacionais adotadas por necessidade do combate à doença. As recomendações entram em vigor em diferentes níveis, sejam internacionais ou nacionais, partindo dos órgãos responsáveis pelo setor da saúde que entram em consonância sobre os métodos e restrições.



Figura 15 - Sinalização

Fonte: Tagout.

Existem alguns pilares que devem ser obedecidos, e deverão continuar por um prazo médio ou longo, tendo em vista a adaptabilidade das pessoas e a

consciência individual e coletiva que perdurará sobre o cenário de contaminação. Segundo o Ministério da Saúde todo empreendimento deve garantir:

- Disponibilidade para higiene das mãos – água e sabão ou álcool em gel;
- Sinalização sobre cuidados ao tossir ou espirrar;
- Distanciamento social mínimo de 1 metro, evitando contato físico;
- Sinalização sobre o uso de máscara em todos os ambientes;
- Sinalização e instrução para pessoas com sintomas de gripe buscarem auxílio médico;

7.2 Cenário Nacional

Segundo dados da EMBRATUR, o turismo contribuiu em com 8,1% do PIB brasileiro, gerando 7,5% dos empregos do País. US\$ 5,99 bilhões são aportados em gastos de estrangeiros anualmente.

O cenário nacional aborda de forma mais prática a economia do país e as interações com outras nações. Novas rotinas no setor do turismo podem ser identificadas, buscando alternativas e ferramentas para preparar os empreendimentos para melhor desempenhar no próximo período.

Uma iniciativa que pode impactar o setor para os anos seguintes, apesar de polêmica, é a proposta de um passaporte biológico que atesta a imunidade ou não portabilidade do vírus. Isso impacta os transportes de longa distância como cruzeiros, navios e aviões que por característica, já passam por controles fronteiriços. A recuperação desse tipo de turismo, deve demorar em torno de 24 meses, carregando consigo pontos negativos que alavancam a propagação do vírus, como por exemplo aglomerações e espaços fechados por um longo tempo.

Alinhado com as restrições e o controle sobre a contaminação, uma prática já existente mas que pode vir a ser exigida em outros casos, sem exceção alguma, é a obrigatoriedade do seguro viagem para os destinos longos.

7.2.1 Oportunidades

A perspectiva de melhora para o turismo nacional, é de aproximadamente 12 meses, tendo em vista sua posição favorável sobre as distâncias menores entre destinos, como comentado anteriormente.

Levando em conta as dificuldades do transporte internacional, e adicionando um longo período de isolamento social, os próximos anos serão marcados por uma valorização da nacionalidade, em especial a busca pela imersão na natureza. As categorias mais favorecidas por essa busca estão atreladas ao Turismo Rural, que muito das vezes é associado pela população das grandes metrópoles e urbana com a qualidade de vida.

O Ministério do Turismo em seu boletim de dezembro sobre o setor, enfatiza algumas atividades que devem ser incentivadas pela Administração pública para bem divulgar os empreendedores da região: “são experiências diversas, como caminhadas, cavalgadas, colheitas de produtos agrícolas, participação no preparo de produtos como chocolate e vinhos, experiências gastronômicas características de cada região, banhos de cachoeira e de rio, hospedagens acolhedoras e características, vivências com agricultores familiares, quilombolas, pescadores, dentre outras atividades”.

7.3 Cenário Regional

De acordo com a Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, a região administrativa de Campinas, que é composta por 90 municípios, recebe anualmente cerca de 4,1 milhões de turistas.

Enfatizando a nacionalização e agora a regionalização do turismo, espera-se um crescimento de 4.2% do varejo em 2021, em vendas para viagens mais curtas, segundo Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. Porém deve-se pontuar alguns movimentos importantes para que os empreendedores locais consigam se aproveitar do turista batendo em sua porta.

Em princípio, as mudanças relativas aos cuidados com a saúde dos visitantes deverão seguir por um bom tempo. A higienização deve ser constante e principalmente incentivada, devendo ser bem sinalizada, com procedimentos claros e bem explicados, e quando possível planejados de acordo com a rotina de cada categoria.

7.3.1 Tendências

Dentro do Turismo Rural suas subcategorias que merecem destaque são as atividades de aventura alinhadas com o bem-estar e lazer. Apoiado pela busca de turismo interno e doméstico, as empresas devem criar oportunidades de estadia e atividades “rápidas”. Os hotéis e pousadas que oferecem esse tipo de atividade, devem criar um método para “alimentar” as redes sociais, mantendo o contato próximo com o cliente.

Atribuir a facilidade do controle de entrada e saída de hóspedes ao estado de saúde de forma geral, pode propiciar um fortalecimento da marca sobre o escape que o turista pode ter acerca dos males presentes nos grandes centros, somando-se a as propostas de atividades no meio externo.

Ainda sobre a tecnologia ser o eixo central de todo esse movimento de recuperação, deve-se colocar um grande peso sobre a comunicação, produção de conteúdo, e principalmente facilidades de agendamento, pagamento e cancelamento. Para que tudo isso seja possível, é necessário que toda a equipe esteja alinhada, cada ponto de melhoria vem em conjunto com a necessidade da busca por capacitação técnica.

8. IMPACTOS COVID-19

De acordo com a Organização Mundial do Turismo, antes do início da pandemia havia uma previsão de crescimento global do turismo entre 3% a 4%, porem, atualmente pode-se estimar uma queda entre 20 a 30% nas viagens e uma perda de US\$ 300 a 450 bilhões nos gastos com turismo no mundo todo.

No momento atual é necessário colocar a saúde das pessoas em primeiro lugar, inclusive quando se fala em turismo. Devido a nova realidade que o mundo se encontra, no qual as pessoas tiveram que parar de se locomover, e passaram a ficar em casa se protegendo e evitando a disseminação do vírus, a indústria de viagens e turismo foi muito impactada. Somente as empresas aéreas já projetam uma perda de US\$ 252 bilhões em 2020, segundo a *International Air Traffic Association*. No Brasil, segundo a Associação Brasileira de Empresas Aéreas (ABEAR), na semana de 23 de março de 2020 as empresas associadas já apresentaram uma redução de 75% na demanda nacional e de 95% na internacional em relação a igual período de 2019.

Estimasse que o setor do turismo poderá ver de 5 a 7 anos para se recuperar das perdas de 2020. Mesmo sendo uma crise inédita e um panorama nebuloso, é importante pensar em ideias e projetar futuros cenários. Uma das certezas é que o setor do turismo terá que se adequar para poder continuar crescendo em uma era pós pandemia, assim, tem-se cinco temas que se pode começar a pensar:

1. Muitas medidas de segurança surgiram após os atentando de 11 de setembro, assim como deverão surgir novas medidas sanitárias nas jornadas de viagem. Tendo a saúde como uma prioridade, o desafio de autoridades e de empresários será garantir que as medidas de proteção sejam tomadas sem prejudicar os deslocamentos, poupando tempo e garantindo o livre trânsito de pessoas;
2. A pandemia deverá evoluir de maneira diferente em cada país e continente, desta forma, as viagens domésticas deverão ganhar mais importância no setor de turismo, pois as pessoas sentem-se mais

seguras, tem mais acesso a informação e assim ficam mais à vontade para fazer deslocamentos.

3. A fim de minimizar os impactos econômicos, garantir a sobrevivência das empresas e a recuperação do setor de turismo é necessário que haja um diálogo constante entre poder público e os empresários.
4. Outra tendência que se pode citar é a mudança de hábitos do consumidor, provavelmente locais turismo com aglomeração não serão mais tolerados, bem como lugares que não tenham um protocolo sanitário satisfatório.
5. As empresas terão que avaliar rapidamente as mudanças e fazer adaptações para garantir sua competitividade, lembrando que mais do que adaptações de gestão serão importantes aquelas que irão entender e atender às necessidades dos clientes.



Figura 16 – Exemplo de medida de proteção

Fonte: FreePik (2020).

9. BASES SUSTENTÁVEIS PARA O SETOR

Turismo sustentável é a prática de satisfazer os anseios dos turistas e as necessidades socioeconômicas dos locais de turismo, deixando as características culturais e ambientais preservadas. Desta forma, algumas das características mais valorizadas atualmente pela demanda turística é o uso sustentável dos recursos naturais, a justa distribuição dos benefícios turísticos e o respeito e valorização da cultura. Esses aspectos contribuem com a longevidade dos destinos turísticos.



Figura 17 – Tripé da Sustentabilidade.

Fonte: Viajar Verde (2020).

Segundo o *Center for Responsible Travel*, os turistas preferem destinos que praticam ações ecológicas em suas operações, desta forma, os viajantes esperam que os destinos turísticos se transformem em locais sustentáveis, porém que também ofereçam soluções tecnológicas, como *wifi* e *check-in online*.

Além desses fatores, as viagens que proporcionam atividades voltadas para a natureza correspondem por 20% do turismo mundial, de acordo com a Organização Mundial do Turismo.

O Ministério do Turismo brasileiro vem trabalhando a relação entre o turismo e a sustentabilidade baseada em princípios do desenvolvimento sustentável,

Estes quatro princípios fortalecem a relação entre si e necessitam de planejamento. São eles:

- **SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL:** garante a compatibilidade do desenvolvimento com a manutenção dos processos ecológicos essenciais à diversidade dos recursos naturais.
- **SUSTENTABILIDADE SOCIOCULTURAL:** garante que o desenvolvimento preserve a cultura local e os valores morais da população, fortaleça a identidade da comunidade, e contribua para o seu desenvolvimento.
- **SUSTENTABILIDADE POLÍTICO-INSTITUCIONAL INSTITUCIONAL:** garante a solidez e continuidade das parcerias e compromissos estabelecidos entre os diversos agentes e agências governamentais dos três níveis de governo e nas três esferas de poder, além dos atores situados no âmbito da sociedade civil.
- **SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA:** garante que o desenvolvimento seja economicamente eficaz, garanta a equidade na distribuição dos benefícios advindos desse desenvolvimento e gere os recursos de modo que possam suportar as necessidades das gerações futuras.

Destinos turísticos que promovem a sustentabilidade, fomentam o desenvolvimento da comunidade e contribuem para a melhoria na geração de recursos financeiros ao utilizar a força de trabalho e produtos locais, além de participar de projetos sociais.

Busca-se a economia de recursos para desenvolver as atividades de maneira sustentável, contanto que esse empenho não prejudique a eficiência dos serviços e a quantidade de vagas de trabalho, mas sim, ajude na capacitação e contratação de mão de obra local.

As ações de sustentabilidade não devem ser empregadas nos destinos turísticos meramente como soluções artificiais que aspirem apenas uma promoção. As medidas aplicadas devem exibir resultados concretos para a comunidade e meio ambiente.

9.1. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

Em 2015 a Organização das Nações Unidas (ONU), juntamente aos chefes de Estado de 193 países membros, adotou a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável a qual incluiu-se os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, os selos ODS. A Agenda previu o trabalho mutuado entre países para alcançarem juntos os 17 ODS – com suas 169 metas, para o pleno desenvolvimento social e sustentável do planeta.

Dado o sucesso dos ODM – Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, que retirou milhões de pessoas da pobreza ao redor do mundo, optou-se por estabelecer novos objetivos globais ambiciosos para os próximos 15 anos com foco nos três elementos intrínsecos ao desenvolvimento sustentável: crescimento econômico, inclusão social e proteção ao meio ambiente. São eles:



Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares.



Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável.



Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todas e todos, em todas as idades.



Assegurar a educação inclusiva equitativa de qualidade e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos



Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas.



Assegurar a disponibilidade e gestão saudável da água e saneamento para todas e todos.



Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia para todas e todos.



Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos.



Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação.



Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles.



Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis.



Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis.



Tomar medidas urgentes para combater a mudança climática e seus impactos.



Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável.



Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e a perda de biodiversidade.



Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis.



Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Fonte: Nações Unidas no Brasil (2021).

O turismo tem capacidade para cooperar, direta ou indiretamente, em todos os objetivos. Particularmente, foi adicionado como meta nos objetivos 8, 12 e 14: crescimento econômico inclusivo e sustentável, consumo e produção sustentáveis e uso sustentável de oceanos e recursos marinhos.

O turismo sustentável está firmemente posicionado na Agenda 2030. Alcançar essa agenda requer uma clara estrutura de implementação, financiamento e investimento adequados em tecnologia, infraestrutura e recursos humanos.

Sendo o turismo um tema importante dentro dos ODS, cabe ao Plano ser um instrumento incentivador da política pública municipal garantindo a efetivação da Agenda 2030, fortalecendo o desenvolvimento social e sustentável do município em conformidade com turismo, guiando o município de Serra Negra para um caminho sustentável. Pode-se acrescentar aos objetivos dos selos de ODS:

- Como um dos maiores setores econômicos e de mais rápido crescimento no mundo, o turismo está bem posicionado para promover o crescimento econômico e o desenvolvimento em todos os níveis e gerar renda por meio da criação de empregos.
- O turismo pode impulsionar a produtividade agrícola ao promover a produção, uso e venda de produtos locais nos destinos turísticos e sua total integração na cadeia de valor do turismo.
- A contribuição do turismo para o crescimento econômico e desenvolvimento também pode ter um efeito indireto sobre a saúde e o bem-estar. A geração de divisas e a receita tributária advindas do turismo podem ser reinvestidas nos serviços e cuidados de saúde.
- Uma força de trabalho bem treinada e habilidosa é crucial para o turismo prosperar. O setor pode fornecer incentivos para investir em educação e formação profissional e apoiar a mobilidade de mão de obra por meio de acordos transnacionais sobre qualificações, padrões e certificações.
- O turismo pode empoderar as mulheres de várias maneiras, particularmente através da provisão de empregos e através de oportunidades de geração de renda em pequenas e grandes empresas turísticas e de hospitalidade.
- O turismo pode desempenhar um papel fundamental na obtenção do acesso e segurança da água, bem como na higiene e saneamento para todos.
- O uso eficiente da água no setor de turismo, juntamente com medidas de segurança apropriadas, gerenciamento de águas residuais, controle de poluição e eficiência tecnológica, pode ser a chave para a salvaguarda de nosso recurso mais precioso
- Como um setor que requer uma entrada substancial de energia, o turismo pode acelerar a mudança para energia renovável e aumentar sua participação no mix energético global.
- O turismo é uma das forças motrizes do crescimento econômico global e atualmente fornece 1 em 11 empregos em todo o mundo. Ao dar acesso a oportunidades de trabalho decente no setor de turismo, a sociedade

pode se beneficiar do aumento de habilidades e do desenvolvimento profissional.

- O desenvolvimento do turismo depende de uma boa infraestrutura pública e privada e de um ambiente inovador. O setor também pode incentivar os governos nacionais a melhorar sua infraestrutura e se modernizar.
- O turismo pode ser uma ferramenta poderosa para o desenvolvimento da comunidade e redução das desigualdades quando envolve a população local e todas as partes interessadas em seu desenvolvimento possibilita para alguns a elevação ao patamar de países em desenvolvimento
- Uma cidade que não é boa para seus cidadãos não é boa para os turistas. O turismo sustentável tem o potencial de contribuir para avanços na infraestrutura urbana e acessibilidade universal, promover regeneração de áreas degradadas e preservar o patrimônio cultural e natural, ativos dos quais depende o turismo.
- Um setor de turismo que adota práticas de produção e consumo sustentáveis pode ter um papel significativo no aceleração do movimento global em direção à sustentabilidade.
- O turismo contribui para as mudanças climáticas e é afetado por elas. É, portanto, de interesse do próprio setor ter papel de liderança na resposta global às mudanças climáticas.
- O turismo sustentável pode ter um papel fundamental, não apenas na conservação e preservação da biodiversidade, mas também no respeito aos ecossistemas terrestres, devido a seus esforços direcionados à redução do desperdício e do consumo, à conservação da flora e fauna nativas e a atividades de conscientização.
- Como o turismo gira em torno de bilhões de encontros entre pessoas de diversas origens culturais, o setor pode promover tolerância e compreensão multicultural e inter-religiosa, estabelecendo as bases para sociedades mais pacíficas.
- Devido à sua natureza multissetorial, o turismo tem a capacidade de fortalecer as parcerias público-privadas e envolver várias partes interessadas – internacionais, nacionais, regionais e locais – a trabalhar em conjunto para alcançar os ODS e outros objetivos comuns.

Os Objetivos e metas de Desenvolvimento Sustentável são globais e não são independentes entre si, devendo ser implementados de forma integrada a fim de garantir sua efetividade, levando em consideração os diferentes níveis de desenvolvimento e realidades dos municípios, estados, países e governos, devendo ser universalmente aplicáveis e respeitar as políticas e prioridades nacionais, estaduais e municipais.

10. ANÁLISE DE OFERTA E DEMANDA

Uma das ferramentas mais importantes para validação da destinação de verba e esforços, que a administração pública pode ter para os próximos anos, são os questionários para levantar a demanda de turistas e consequentemente a oferta de serviços e produtos disponíveis no município.

Tendo em vista o objetivo principal deste documento, entende-se que seria imprescindível tal estudo e validação. Por isso a equipe responsável pela elaboração da presente atualização de turismo, abriu ao público um questionário de Demanda que esteve recebendo respostas de 14 de novembro de 2020 a 14 de janeiro de 2021. Contando ainda com o questionário de Oferta de serviços que esteve aberto de 21 de dezembro de 2020 até 27 de janeiro de 2021.

Utilizando-se do método matemático utilizado pelo site SurveyMonkey, calculou-se a amostra que foi tida como objetivo final de questionários aplicados, através de três variáveis: população, grau de confiança e margem de erro.

De acordo com o Inventário de Oferta Turística (2017), fornecido pela Prefeitura Municipal de Serra Negra, a estimativa de é que 48 mil turistas passem pela cidade por mês.

Ainda de acordo com a Prefeitura Municipal de Serra Negra, há aproximadamente 550 comércios de lojas especializadas, 1.830 acentos em mais de 56 restaurantes e similares, 6.724 leitos em 53 hotéis e pousadas, como uma capacidade de carga de 2.454.260 pessoas/ano (6.724 leitos x 365 dias/ano)

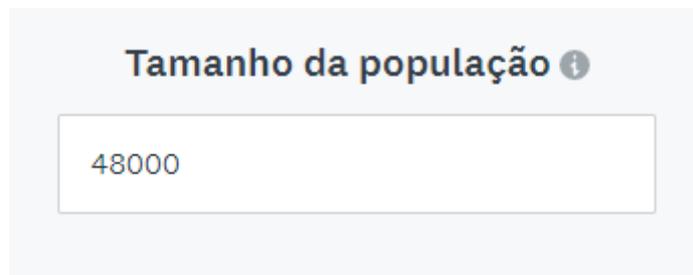
B2 – Fluxo

Qual o período de maior fluxo turístico no município:
Meses ou período: ? janeiro, fevereiro, julho, julho, setembro e dezembro
Total de turistas (estimativa): 48 mil pessoas por período
E porque este período?:
Pois é um período de férias escolares onde as famílias que são um dos nossos maiores públicos têm a possibilidade de vim para Serra Negra.

Figura 18 – Fluxo de Turistas em Serra Negra

Fonte: Inventário de Oferta Turística (2017)

Com o número de visitantes por ano em mãos, a população da amostra da pesquisa de demanda a ser analisada nesta atualização, foi baseada no período disponível para aplicação do questionário.



The image shows a screenshot of the SurveyMonkey interface. At the top, the text 'Tamanho da população' is displayed in a bold, dark blue font, followed by a small information icon. Below this, there is a white rectangular input field with a thin border, containing the number '48000' in a standard black font.

Figura 19 – Tamanho da população.

Fonte: SurveyMonkey (2021)

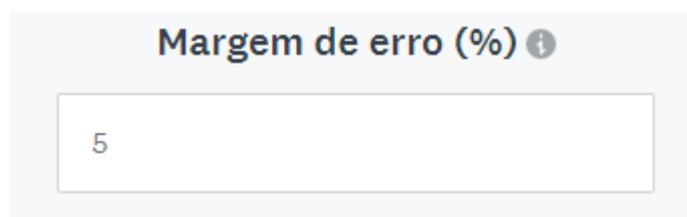
Segundo a plataforma, a margem de erro deve ser escolhida de acordo com a plataforma ou método usado para o levantamento. Quanto menor a margem de erro, mais da resposta exata. Para a presente situação, onde a equipe se deparou com a possibilidade única de questionário virtuais e a distância, optou-se por 5%. (SURVEYMONKEY, 2021)



The image shows a screenshot of the SurveyMonkey interface. At the top, the text 'Grau de confiança (%)' is displayed in a bold, dark blue font, followed by a small information icon. Below this, there is a white rectangular dropdown menu with a thin border, containing the number '90' and a small downward-pointing triangle on the right side.

Figura 20 – Grau de confiança.

Fonte: SurveyMonkey (2021)



The image shows a screenshot of the SurveyMonkey interface. At the top, the text 'Margem de erro (%)' is displayed in a bold, dark blue font, followed by a small information icon. Below this, there is a white rectangular input field with a thin border, containing the number '5' in a standard black font.

Figura 21 – Margem de erro.

Fonte: SurveyMonkey (2021)

Sobre o nível de confiança da amostra, desenha-se uma interdependência com o método de aplicação novamente. Deve-se que a população selecionaria uma resposta dentro de um determinado intervalo, e se estaria compreendendo ou não. Para a presente situação, onde a equipe se deparou com a possibilidade única de questionário virtuais e a distância, optou-se por 90%, entendendo que não existe um controle do entendimento das perguntas. (SURVEYMONKEY, 2021)

$$\text{Tamanho da amostra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

Figura 22 – Fórmula do tamanho da amostra

Fonte: SurveyMonkey (2021)

Finalizou-se o cálculo com um tamanho de amostra a ser alcançada de 271. Ou seja, deve-se aplicar 271 questionário de demanda. Todavia, durante todo o período em que o questionário esteve aberto, a quantidade obtida foi de 94 respostas, tendo sido apresentadas na Audiência pública do dia 18 de janeiro de 2021, invalidando a pesquisa realizada.



Figura 23 –Tamanho da amostra

Fonte: SurveyMonkey (2021)

Utilizando-se dos mesmos métodos, calculou-se a amostragem necessária para analisar a oferta turística. Porém, a população tida como base, foi o número de empresas no município: 4.871 cadastros, número esse extraído do “EconoData”, plataforma que reúne e estuda as empresas disponíveis no município e em outras regiões.

Tamanho da população ⓘ	Grau de confiança (%) ⓘ	Margem de erro (%) ⓘ
4871	90	5
Tamanho da amostra		
258		

Figura 24 – Cálculo da amostragem de oferta.

Fonte: SurveyMonkey (2021)

A amostragem determinada para esse caso, foi de 258 entrevistados, e a quantidade final obtida durante todo o período e situações supracitados foi de 44 respostas. Invalidando-se, portanto, ambos questionários aplicados durante a elaboração deste documento.

Concluindo, entende-se que são questionários e levantamentos muitíssimo importantes para a validação de cada dado e informação tanto de caracterização, quanto de previsão de oportunidades. Pois só com a validação do público interno e externo, e de quem utiliza os serviços, consegue-se ter uma visão acurada das verbas e ações destinadas ao turismo amparense nos próximos anos.

11. ANÁLISE SWOT

Análise SWOT é uma ferramenta de análise, aplicada no planejamento estratégico. Utilizada para reconhecer os pontos forte e fracos de uma organização (ou destino turístico), bem como as oportunidades e ameaças que o empreendedor está suscetível por situações externas.



Figura 25 – Análise SWOT

Fonte: Silva (2019).

Levando em consideração as análises realizadas, notou-se que Serra Negra conta com uma grande variedade de riquezas culturais e naturais, com ampla rede de serviços voltados ao turista, como hotéis e restaurantes. O município também dispõe de atrativos turísticos e uma vasta quantidade de produtos (queijos, vinhos, cachaça, entre outros). No entanto, não existe um roteiro estruturado na cidade, nem uma identidade turística definida que contribua para permanência de turistas no destino.

Sendo assim o turismo contribui para mais uma atividade econômica benéfica que colabora com a economia de Serra Negra, e fomenta a preservação dos recursos naturais e culturais.

Por meio do diagnóstico realizado, foram elencados alguns pontos que valem destaque, se identificando como estratégias para o desenvolvimento turístico em Serra Negra.

Não se deseja aqui oferecer soluções prontas, e sim, indicar alguns pontos para ajudar no desenvolvimento do turismo na cidade. Compete a Prefeitura do município e ao COMTUR encaminhar e orientar os atores na efetivação do plano. Vale salientar, que essa análise SWOT foi realizada por impressões e estudos da equipe técnica que elaborou a revisão do plano diretor de turismo.

Esse levantamento consiste em realizar uma análise do ambiente interno forças e fraquezas nesse caso, os fatores pertinentes a cidade e sua administração, da mesma forma que o ambiente externo é a análise das forças externas, que influenciam nos resultados, oportunidades e ameaças. Os pontos levantados são:

11.1. Pontos Fortes

11.1.1. Turismo

- Beleza da cidade;
- Quantidade e diversidade dos atrativos naturais;
- Existência de patrimônio cultural, ambiental e paisagístico;
- Infraestrutura dos atrativos naturais;
- Meio ambiente;
- Turismo cultural;
- Festas tradicionais e diversidade de eventos;
- Existência do Centro de Eventos;
- Sinalização turística;
- Existência de entidades e associações relativas ao turismo;
- Gastronomia;
- Existência de atrativos naturais bem estruturados e qualificados;
- Potencial para turismo em áreas rurais;
- Informações e estudos turísticos;
- Consciência da preservação ambiental para a atividade turística;

- Existência de ampla rede hoteleira com grande diversidade de opções;
- Existência de rede de restaurantes e bares com cardápios variados.

11.1.2. Infraestrutura

- Telefonia celular recebe sinais de quatro operadoras (Tim, Vivo, Oi e Claro);
- Disponibilidade de sinal de internet;
- Existência de hospitais;
- Existência de serviços de táxi e mototáxi;
- Bons acessos rodoviários ao município.

11.1.3. Meio Ambiente

- Rica fauna e flora;
- Alta biodiversidade;
- Densa rede de recursos hídricos;
- Ecoturismo.

11.1.4. Cultura

- Vários pontos para comercialização do artesanato;
- Conservação do patrimônio material e imaterial;
- Identidade cultural rica;
- Qualidade do artesanato local;
- Existência de agenda de eventos culturais.

11.2. Pontos Fracos

11.2.1. Turismo

- Baixa qualidade de atendimento;
- Falta de conhecimento e habilidades empresariais de grande parcela dos empreendedores;
- Crescimento desordenado de empreendimentos e atrativos turísticos;
- Ausência de fiscalização ambiental e licenciamento de atrativos naturais;
- Dificil acesso a alguns atrativos naturais.
- Falta política de preços atrativa nas baixas estações

- Muitos estabelecimentos sem estrutura de acessibilidade para portadores de necessidades especiais.
- Falta de roteiros organizados que incluam transporte, comida e visitação aos atrativos.
- Falta de integração entre o trade turístico.
- Capacidade ociosa dos equipamentos turísticos durante a semana
- Pouca divulgação do município como destino turístico em nível nacional.
 - Ausência de campanhas sistemáticas de conscientização dos benefícios diretos e indiretos da atividade turística.
- Má divulgação dos eventos em nível nacional.
- Ausência de mostras culturais.
- Faltam projetos de planejamento e organização dos eventos da cidade.
- Baixa qualificação dos profissionais ligados à cadeia do turismo.
- Não há divulgação dos estudos e informações turísticas.

11.2.2. Infraestrutura

- Banheiros públicos não são suficientes.
- Centro de Eventos é subutilizado.
- Insuficiência de lixeiras públicas.
- Falta de polícia turística.
- Inexistência de transporte turístico regular.
- Falta de regras de trânsito e fiscalização nos eventos
- Trânsito e estacionamento desordenado no centro.

11.2.3. Meio Ambiente

- Poluição sonora e visual em áreas urbanas.
- Falta implementação e fiscalização quanto à aplicação das leis pertinentes de uso do solo.
- Os impactos causados pelos eventos geradores de grande fluxo turístico.
- Inexistência de estudo de capacidade de carga dos atrativos naturais e culturais
- Faltam sanitários públicos.
- Carência de serviço qualificado de arborização urbana.
- Inexistência de iniciativas de busca por certificações do turismo e da sua produção associada.

- Má divulgação da rica biodiversidade do município.

11.2.4. Cultura

- Associações pouco atuantes.
- Falta de comunicação entre as associações existentes.
- Identificação inadequada dos estabelecimentos de venda de artesanato.
- Ausência de postura associativa por parte dos artesãos.
- Pouco incentivo de disseminação da cultura local para os jovens.
- Má qualidade na promoção e divulgação das atividades culturais.
- Inexistência de planejamento e organização das atividades culturais.
- Pouca produção artesanal.
- Pouca utilização de especialistas culturais existentes.

11.3 Oportunidades

- Localização geográfica próxima a grandes centros.
- Existência de ligações rodoviárias com os grandes centros.
- Existência de linhas regulares diárias de ônibus intermunicipal.
- Eventos nacionais do setor de turismo como oportunidade de divulgação.
- Incentivos do governo.
- Aproveitamento de recursos estaduais e federais direcionados ao Turismo.

11.4 Ameaças

- Más condições das rodovias de acesso ao município.
- Elevado número de população flutuante vindas de grandes centros, aumentando o nível de criminalidade no município, especialmente nos períodos dos principais eventos turísticos.
- Concorrência de municípios com atuação no mesmo segmento.

12 PRINCIPAIS DESAFIOS

Independente das forças competitivas encontradas, acredita-se que o destino ainda apresenta alguns desafios considerados decisivos para o desenvolvimento turístico local:

- **POSICIONAMENTO DE MERCADO:** a cidade de Serra Negra precisa trabalhar melhor o posicionamento de mercado no turismo, a partir de estratégias de marketing que auxiliem o destino a ocupar uma posição de destaque no cenário estadual. Acredita-se que uma melhor integração e aproximação junto a gastronomia possa contribuir com desafio.
- **OFERTA DE PRODUTOS TURÍSTICOS:** identificou-se uma carência de produtos turísticos formatados e devidamente estruturados em Serra Negra, havendo a oferta de atrativos e equipamentos de maneira isolada, com pouca organização e integração.
- **INTEGRAÇÃO ENTRE O COMÉRCIO TURÍSTICO:** diretamente ligado à questão da oferta de produtos turísticos, verificou-se que há pouca conexão entre atrativos e equipamentos, bem como reduzida união entre os empresários ligados ao turismo, havendo carência de iniciativas e ações conjuntas entre o mercado.
- **FRAGILIDADE NO RECEPTIVO LOCAL:** o serviço de receptivo local é primário, havendo pouca oferta de roteiros estruturados aos turistas que visitam o destino. Isso se reflete na falta de integração do comércio e contribui com a identificação como apenas destino de lazer.
- **CARÊNCIA DO EMPREENDEDORISMO:** a melhoria da competitividade turística de um destino é altamente influenciada pela inovação na prestação de serviços turísticos, que precisam ser constantemente renovados e reinventados. Identificar novas oportunidades de negócios, inovar na prestação dos serviços e assumir riscos são características do empreendedorismo, cujas práticas precisam ser incentivadas e fortalecidas no território.

13 PROPOSTAS E SOLUÇÕES

Com o objetivo de apresentar propostas para a cidade de Serra Negra, nesta etapa se encontram propostas e soluções para os problemas encontrados no município pela equipe técnica. As propostas e soluções desenvolvidas, neste documento, visam atender as necessidades do turista Serrano, para melhor conforto e acessibilidade de todos. Entretanto, os projetos, sua execução e planejamento envolvendo as propostas aqui apresentadas, são de total responsabilidade da Prefeitura Municipal de Serra Negra.

13.1 Revitalização do centro de convenção

Projeto para reforma, revitalização e adequação do Edifício do Centro de Convenções, para oferecer ainda mais oportunidades de acolher: eventos, feiras, congressos e ou convenções não só nacionais como internacionais



Figura 26 – Centro de convenções

Fonte: Serra Negra (2019).

SELOS:



13.2 Atualização do inventário de oferta turística

De acordo com o Ministério do Turismo (2006), o inventário da oferta turística constitui-se no ato de levantar, identificar e registrar os atrativos turísticos, serviços, equipamento e infraestrutura de apoio ao turista. O inventário serve como base de informações para planejar e promover a atividade turística na cidade, além de ajudar na melhor destinação dos recursos e incentivos ao turismo. Sendo assim, a atualização do inventário de oferta turística, se faz muito importante para a constante renovação dos registros.

SELOS:



13.3 Estudo de demanda

A definição de demanda turística é algo bem complicado, pois varia de acordo com as intenções do pesquisador. Uma das definições que pode ser adotada, segundo Mathieson e Wall (1982, *apud*, OMT, 2001, p.53) é: “o número total de pessoas que viajam ou desejam viajar para desfrutar das comodidades turísticas e dos serviços em lugares diferentes daquele de trabalho e de residência habitual”.

Sendo assim, sugere-se que a Prefeitura Municipal realize a estudo de demanda constantemente, para que se tenha uma real noção do que o turista busca, e principalmente quais são suas necessidades e impressões sobre o turismo local.

SELOS:





13.4 Readequação e revitalização do Parque Turístico Temático

Projeto completo para aproveitamento da área com a criação de parque temático cultural, atendendo as expectativas recreativas de turistas e moradores daquela região. Para tanto, deve basear-se em atrações que envolvam a cultura e a tradição da cidade.

SELOS:



13.5 Novos departamentos

Para que haja um melhor funcionamento da Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Serra Negra, sugere-se a criação de dois novos departamentos, o departamento de planejamento turístico, que seria responsável por todos os assuntos pertinentes ao turismo na região, ou seja, todos os assuntos que são constantes durante o ano todo, e o departamento de eventos, que seria responsável apenas pelas atividades sazonais e pontuais que ocorrem na cidade durante o ano.



Figura 27 – Hierarquia

Fonte: elaborado pelos autores.

SELOS:



13.6 Plano de *marketing*

O plano de marketing tem como objetivo enaltecer os pontos e atividades turísticas, e aumentar o fluxo de visitantes. A elaboração de um plano de *marketing* para Serra Negra é fundamental para fortalecer o turismo, além de fomentar o consumo de produtos e atividades oferecidas no *trade* turístico do município. Sendo assim, o plano anseia o aumento não só de turistas, mas também de investidores e empresas, contribuindo para a geração de trabalho e renda.



Figura 28 – Plano de *marketing*

Fonte: Paredes (2017).

SELOS:



13.7 Criação de *site*

A criação de um *site* é primordial para a divulgação do turismo, tendo em vista, que o *site* agregará valor ao destino turístico, demonstrando aos turistas o profissionalismo, transparência e praticidade. Além disso, o *site* é capaz de reunir todas as informações pertinentes as necessidades do turista. É fundamental que o *site* seja constantemente atualizado, com dados e informações corretas e atuais.

SELOS:



13.8 Rota do queijo e vinho

Uma das propostas sugeridas, é a revitalização da rota do queijo e vinho, a fim de beneficiar todos os produtores da área, fomentando o turismo rural e gastronômico na região. Tendo em vista que essa rota é um dos principais pontos turísticos de Serra Negra, e que tem grande potencial de crescimento.

SELOS:



13.9 Identidade cultural

A identidade cultural de uma população está relacionada aos componentes essenciais da cultura que são passados de geração em geração. Dentre esses componentes, pode-se citar valores, crenças, costumes e tradições, além de histórias, receitas, ensinamentos e ofícios.

O estímulo cultural está presente nos turistas, tendo em vista que os mesmos acabam sendo sensibilizados pela cultura do local visitado, e absorvem um pouco da identidade cultural do destino. Desta forma, sugere-se o café como

identidade cultural do município, pois é possível unir tradição, tecnologia e sustentabilidade em um único produto.

SELOS:



13.10 Reafirmação de produtos

Entre os muitos produtos oferecidos no comércio de Serra Negra, os artigos de couro são os que tem mais potencial dentre os turistas, pois trata-se de um produto pouco encontrado no mercado em geral, mas quando confeccionado em boa qualidade, tem o poder de atrair um grande público e gerar renda ao comércio Serrano.

SELOS:



13.11 Revitalização do mercado cultural, quadrilátero central* e gastronomia

Assim como as demais cidades do interior do Estado de São Paulo, o comércio de Serra Negra é localizado na região central do município, antigamente esse centro comercial supria as necessidades dos moradores e visitantes, porém, ao passar dos anos, o centro comercial cresceu de maneira desordenada, e carece de uma revitalização, a fim de atrair mais turistas e munícipes.

(*) Compreendido pelas ruas: Coronel Pedro Penteadó, Praça John F. Kennedy, Praça João Pessoa, Rua Paulina, Rua Sete de Setembro, Praça Barão do Rio Branco, Praça João Zelante, Rua Prudente de Moraes, Avenida Laudo Natel, Convívio Serrano, Rua dos Italianos até encontrar novamente a Rua Cel Pedro Penteadó.



Figuras 29 e 30 – Projeto de revitalização

Fonte: Soluções para cidades.

SELOS:



13.12 Roteiro cultural

Os roteiros culturais adicionam conhecimento e cultura para os viajantes, por meio de um roteiro cultural é possível aprender sobre novas culturas, histórias e locais, além de promover a experiência cultural do turista. Desta forma, sugere-se a criação de um roteiro cultural, que poderá ser autoguiado com gravações da história do município e dos pontos turísticos, e poderá ser acionado via *Qr-Code*.

SELOS:



13.13 Centro de Informações turísticas

Projeto para implantação de Centro de Informação Turística em área central da cidade. O centro de informação turística é de extrema importância para o desenvolvimento do turismo local, porque permitem o primeiro

contato entre o visitante e o município. Seu principal intuito é orientar e informar o turista de maneira que ele tenha uma boa experiência de viagem.

SELOS:



13.14 Heliponto municipal

Um heliponto permite o tráfego entre dois locais com menor tempo de forma prática e direta, sendo assim, é um diferencial importante para fomentar o turismo em Serra Negra. Propõe-se o estudo de viabilização e posteriormente um projeto para construção com respectiva homologação pela ANAC.

SELOS:



14. POSICIONAMENTO TURÍSTICO E LINHA DE PRODUTOS

Com base nos atrativos turísticos de Serra Negra mapeados no inventário turístico, na definição dos segmentos prioritários do destino definidos pela governança local, propõe-se organizar um portfólio potencial de produtos e experiências do turismo de Serra Negra.

Essa organização vai ajudar no momento de hierarquizar os atrativos e definir a matriz de priorização, numa perspectiva de nortear as intervenções e propostas de qualificação e melhoria desses atrativos.

15. CICLO DE VIDA DO DESTINO TURÍSTICO

Ao analisar o estágio de desenvolvimento turístico de Serra Negra, à luz do modelo proposto por Butler (1980) na figura 31 para classificar o ciclo de vida do destino turístico, é possível concluir que a cidade se encontra na fase de estagnação.

Serra Negra passou por seu auge de desenvolvimento turístico nas décadas de 80 e 90, quando a rede hoteleira se expandiu consideravelmente, e o destino se consolidou como estância turística hidromineral com forte apelo ao descanso e bem estar, e ao turismo de compras devido a tradição do comércio de malha e couro.

A fase de estagnação tem relação direta com fatores que envolvem: não diversificar a oferta turística, não inovar e/ou aprimorar a qualidade dos produtos e serviços existentes, principalmente da hotelaria; além de aspectos mais estruturantes como a desordenada ocupação da área urbana pela excessiva exploração imobiliária com prejuízo da paisagem, e escasso aproveitamento dos recursos e potenciais oferecidos pelas áreas rurais com objetivo turístico.

As estratégias definidas no contexto do plano, e os projetos e ações indicadas, vêm buscar mitigar os gargalos e potencializar os ativos da cidade. A capacidade do destino renovar requer aprimorar a qualidade das atividades e serviços; ampliar / fomentar a capacidade de inovação das empresas de turismo locais;



Figuras 31 – Quadro referencial do Ciclo de Vida de um Destino turístico.

Fonte: Richard Butler (1980).

16 PLANO DE AÇÃO

16.1 Ações e projetos que foram definidos na reunião realizada dia 25/02/2021, no Grand Resort Serra Negra, com participação do Secretário de Turismo.

AÇÃO / PROJETO	RESPONSÁVEL	EIXO
Criar regras / Regulamentar o acesso de ônibus e vans (excursões) na cidade	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	E1 – Infraestrutura
Tornar o Balneário Municipal um centro de descanso e bem estar	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	E1 – Infraestrutura
Regulamentar o serviço de taxi e transporte por app e Padronizar os taxis de Serra Negra	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	E2 – Acesso
Elaborar o projeto de sinalização para os atrativos e equipamentos turísticos (padrão internacional)	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	E3 – Serviços e equipamentos turísticos
Revisar e implantar nova sinalização urbana e rural	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	E3 – Serviços e equipamentos turísticos
Criar roteiro oficial de city tour	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	E3 – Serviços e equipamentos turísticos
Criar roteiros temático cultural, artístico, patrimonial, e de outros segmentos/interesses turísticos	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 3 – Serviços e equipamentos turísticos
Elaborar o calendário de eventos integrado	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	E4 – Atrativos turísticos
Participar ativamente de feiras e eventos nos centros emissores de turistas	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	E5 – Marketing e Promoção
Organizar a Semana do Turismo em Serra Negra	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	E5 – Marketing e Promoção
Qualificar a experiência ofertada nos atrativos turísticos (aumentar a atratividade)	- Secretaria de Turismo e	E4 – Atrativos turísticos

	Desenvolvimento Econômico	
Promover intervenções paisagísticas e melhorias no percurso das rotas (a partir de projeto específico)	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	E4 – Atrativos turísticos
Criar bolsões para estacionamento dos ônibus e vans (local a definir) (estacionamento vazio – carro) Plano de Mobilidade Urbana)	- Poder Executivo Municipal	E1 – Infraestrutura
Estruturar um ponto adequado na praça Sesquicentenário para o desembarque e embarque dos turistas que utilizam ônibus e vans	- Poder Executivo Municipal	E1 – Infraestrutura
Elaborar projeto para construção de estrutura na entrada da cidade, envolvendo paisagismo, base de recepção (digital)	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	E1 – Infraestrutura
Promover evento de tecnologia e inovação no turismo, no modelo Hackaton	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 4 – Atrativos Turísticos
Promover a importância da sustentabilidade em todas as dimensões nos negócios locais	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 12 – Aspectos Ambientais
Elaborar o Plano de Endomarketing	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 11 - Aspectos sociais
Aprimorar a divulgação do turismo de Serra Negra nas redes sociais, a partir de projeto específico	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 5 – Marketing e Promoção do destino
Monitorar a execução das ações do Plano Diretor Municipal em questões ligadas ao turismo (urbana, ambiental, paisagística etc) e do próprio PDT	- Comtur	Eixo 12 – Aspectos Ambientais
Evidenciar para o poder executivo municipal a importância da aplicação da lei e fiscalização o uso de placas de propaganda e publicidade na fachada dos comércios e nos locais públicos	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 1 – Infraestrutura
Propor a criação de um Programa de Coleta Seletiva de Lixo	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 12 - Aspectos Ambientais

Realizar estudos para avaliar o potencial de atratividade dos atrativos turísticos de Serra Negra	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 4 – Atrativos Turísticos
Implantar o monitoramento das ações	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 8 – Monitoramento
Criar comissão para discutir questões e projetos de sustentabilidade	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Sustentabilidade

16.2 Ações e projetos consolidados a partir das contribuições enviadas pelo COMTUR.

AÇÃO	RESPONSÁVEL	EIXO
Prestar apoio e orientar os equipamentos e propriedades rurais a se inscreverem no CADASTUR como centros de lazer	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 3 – Serviços e Equipamentos turísticos
Promover a capacitação dos equipamentos e propriedades rurais para o tema do marketing digital (site próprio, posicionar-se no Google Mapsetc)	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 3 – Serviços e Equipamentos turísticos
Elaborar projeto de viabilidade para estruturar a internet nas áreas rurais e apresentar para as empresas	- Comtur	Eixo 3 – Serviços e Equipamentos turísticos
Implantar sinalização (turística) padronizada nas estradas indicando a localização dos equipamentos e propriedades rurais	- Poder EXECUTIVO Municipal	
Implantar sinalização turística oficial nas propriedades rurais (seguindo normas internacionais e padrão do Portal das Rotas)	- Poder Executivo Municipal	

Estruturar a Rota turística do Bairro das Posses e adjacências	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 4 – Atrativos turísticos
Desenvolver novas Rotas de Turismo Rural como forma de diversificar as experiências e produtos do segmento de turismo rural	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	
Criar a Patrulha Rural para garantir a segurança da área rural e seu patrimônio	Poder Executivo Municipal	Eixo 1 – Infraestrutura Geral
Propor a criação da Secretaria Municipal de Segurança	Poder Executivo Municipal	Eixo 1 – Infraestrutura Geral
Aumentar o patrulhamento nos eventos abertos	- Poder executivo Municipal	Eixo 1 – Infraestrutura Geral
Promover/implantar melhorias visando estruturar e qualificar as rotas de cicloturismo (placas de sinalização e de cuidados, bancos, apoio de bike, sanitário, totem para acesso ao QR Code,...)	- Poder Executivo Municipal	Eixo 3 – Serviços e equipamentos turísticos
Estimular as comunidades de bairro a fazerem o Projeto Vizinho Solidário	- Comtur	Eixo 11 – Aspectos sociais
Oferecer treinamento de segurança rural para propriedades rurais	- Poder executivo Municipal	
Acompanhar o andamento do projeto de reforma, revitalização e iluminação cênica da Praça Sesquicentenário,	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	
Revitalizar o Parque “Casco de Ouro”	- Poder Executivo Municipal	
Desenvolver projeto para aproveitamento adequado do edifício do Mercado Cultural	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 4 – Atrativos turísticos

Reforma, Revitalização e Adequação do Edifício do Centro de Convenções	- Poder executivo Municipal	
Projeto paisagístico e de Iluminação cênica para praças e ruas do Quadrilátero Central (onde se concentra o comércio e gastronomia)	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	
Implantar o Centro de Atendimento ao Turista em área central da cidade (de preferência no local definido para desembarque e embarque de passageiros que utilizam ônibus ou vans como meio de transporte)	- Poder executivo Municipal	E3 – Serviços e equipamentos turísticos
Implantar totens em locais estratégicos da cidade para acesso ao mapa turístico (QRCode) - no mínimo, 50 pontos	- Poder executivo Municipal	Eixo 5 – Marketing e Promoção do Destino
Construção do heliponto municipal com respectiva homologação pela ANAC.	- Poder Executivo Municipal	Eixo 2 – Acesso
Levantamento de informações para estruturar pontos de recarga de veículos elétricos	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	

16.3 Ações e Projetos levantados pela Secretaria de Turismo de Serra Negra.

AÇÃO	RESPONSÁVEL	EIXO
Aumentar o patrulhamento ostensivo e preventivo em alta temporada e locais de grande concentração de turistas e municípios	- Poder Executivo Municipal	Eixo 1 – Infraestrutura geral
Realizar projeto executivo para melhorias e adequações dos logradouros públicos municipais voltados ao Turismo	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 1 – Infraestrutura geral
Melhorar a sinalização de indicação do destino nas rodovias	Poder Executivo Municipal	Eixo 2 – Acesso

Elaborar Plano de Marketing para o destino	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 5 – Marketing e Promoção
Participar efetivamente de feiras promovidas por entidades representativas do setor	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 5 – Marketing e Promoção
Procurar aproximação junto à Secretaria de Turismo do Estado de SP	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 6 – Políticas Públicas
Procurar aproximação junto ao Governo federal (MTur)	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 6 – Políticas Públicas
Participar efetivamente das ações promovidas pelo Consórcio de Turismo do Circuito das Águas Paulistas	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 7 – Cooperação Regional
Promover e participar de roteiros turísticos regionais	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 7 – Cooperação Regional
Promover a Marca da Região - Circuito das Águas Paulistas	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 7 – Cooperação Regional
Disponibilizar conexão de dados em lugares públicos	Poder executivo Municipal	Eixo 7 – Cooperação Regional
Revisar anualmente o calendário integrado de eventos	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 8 – Monitoramento
Atualizar com frequência anual o inventário da oferta turística de Serra Negra, conforme modelo proposto na Cartilha das MIT (Lei 1.261/2015)	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 8 – Monitoramento
Realizar anualmente o questionário de estudo de demanda junto aos visitantes dos equipamentos e atrativos turísticos	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 8 – Monitoramento
Promover oficinas, seminários que contribuam para a sensibilização sobre a necessidade de capacitar o empresariado	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 10 – Capacidade Empresarial

Realizar oficinas nas comunidades locais, incentivando a participação da população no Comtur e audiências/fóruns de turismo	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 11 – Aspectos Sociais
Incentivar a Criação o Código Municipal de Meio Ambiente	- Poder executivo Municipal	Eixo 12 – Aspectos Ambientais
Elaborar projetos para busca de parcerias que ajudem a promover e revitalizar o patrimônio Histórico e Cultural de Serra Negra	- Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico	Eixo 13 – Aspectos Culturais

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não cabe somente ao governo a responsabilidade de abordar questões como proteção ao patrimônio cultural, sustentabilidade, recursos naturais, capital humano e desenvolvimento econômico. Essas questões devem ser discutidas com todos os membros da sociedade, como municípios, empresários, profissionais liberais, autônomos, organizações não governamentais, sindicatos, e todos os demais atores da comunidade. Todos devem se comprometer com medidas e resultados provenientes do planejamento urbano.

Sendo assim, quando se fala em turismo, o mesmo deve ocorrer. Os debates sobre turismo no país, indicam um modelo de desenvolvimento baseado na ampla participação de diversas organizações nos projetos, visando uma maior versatilidade e habilidade para a conquista dos resultados.

Contudo, é fundamental que a administração de políticas públicas voltada para o setor de turismo seja eficiente, a ponto de consolidar uma estrutura fortalecida que favoreça as relações entre os setores público, privado e terceiros.

Nessa atualização do plano de turismo, deu-se preferência para o processo participativo, ou seja, como apoio da população. Seguiu-se uma sequência metodológica que fomenta a construção conjunta do destino turístico da cidade. Estabeleceu-se um marco importante na história do turismo em Serra Negra, tendo em vista que o município segue para ser um destino turístico sustentável.

Compete à comunidade Serrana e seus parceiros, a realização do plano a partir de tarefas articuladas e monitoradas de acordo com o planejado, transformando o plano em algo não apenas técnico, mas também uma ferramenta de desenvolvimento comunitário. O plano estratégico torna-se um registro das medidas que serão implementadas na busca constante de se tornar protagonista no cenário turístico nacional. As ações que forem executadas a partir dos projetos previstos nesse plano, visam alavancar a estrutura turística de Serra Negra, bem como o fortalecimento do turismo na região.

REFERÊNCIAS

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Cadernos e Manuais da Segmentação**. Livro 1. 2009. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/assuntos/5292-caderno-e-manuais-de-segmenta%C3%A7%C3%A3o.html>>. Acesso em: 17 de dezembro de 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Projeto Inventário da Oferta Turística**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do Turismo e o Mercado**. 1ª edição ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Orientações para prestadores de serviços turísticos**. Brasília: Ministério do Turismo, 2016.

BUTLER, R.W. (Org.). *The tourism area life cycle: applications and modifications*. v.1, Aspects of tourism. England: Channel View Publications, 1980.

CONHECENDO LUGARES. **Mapa turístico de Paris**. 2016. Disponível em: <<https://conhecendolugaresblog.wpcomstaging.com/2016/09/15/paris/mapa-turistico-paris/>>. Acesso em 05 de fevereiro de 2021.

COSTA, Flávia Roberta. **Turismo cultural e comunicação interpretativa: contribuição para uma proposta brasileira**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001., p. 151

DA REDAÇÃO. **Seis tendências no turismo depois do coronavírus**. Revista Viagem. 2020. Disponível em: <<https://viagemeturismo.abril.com.br/materias/seis-tendencias-no-turismo-depois-do-coronavirus/>>. Acesso em 20 de novembro de 2020.

ECONODATA. **Lista de empresas em Serra Negra**. Disponível em: <<https://www.econodata.com.br/lista-empresas/SAO-PAULO/SERRA-NEGRA> >. Acesso em 10 de dezembro de 2020.

IBA MENDES PESQUISA. **Estações Ferroviárias do Brasil**. 2019. Disponível em: < <http://www.estacoesferroviarias.com.br/s/fotos/serranegra502.jpg>>. Acesso em 04 de novembro de 2020.

IBA MENDES PESQUISA. **Serra Negra**. 2020. Disponível em: <<http://www.ibamendes.com/2020/01/foto-antiga-de-serra-negra-sao-paulo.html>>. Acesso em 12 de dezembro de 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Panorama de Serra Negra**. 2020. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/serra-negra/panorama>>. Acesso em 02 de novembro de 2020.

FERNANDES, Victor. **Turismo global registra perda de US\$ 320 bilhões, diz OMT**. Panrotas. 2020. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2020/07/turismo-global-registra-perda-de-us-320-bilhoes-diz-omt_175430.html>. Acesso em 12 de dezembro de 2020.

FREEPIK. **Social Distancing**. 2020. Disponível em: <https://br.freepik.com/vetores-premium/distanciamento-social-do-restaurante-mesas-de-visitantes-localizadas-a-uma-distancia-segura-prevencao-de-infeccao-por-coronavirus_9088270.htm>. Acesso em 22 de dezembro de 2020.

NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL. **Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil**. 2021. Disponível em: <<https://brasil.un.org/>>. Acesso em 15 de maio de 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PAREDES, Arthur. **O que é um plano de marketing digital e como fazer?** 2017. Disponível em: <<https://www.iebschool.com/pt-br/blog/marketing/marketing-digital/plano-marketing-digital-como-fazer/>>. Acesso em: 05 de dezembro de 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SERRA NEGRA. **Plano Diretor de Turismo: Inventário de Oferta Turística (Anexo 03)**. Serra Negra: 2017.

SERRA NEGRA. **Centro de Convenções**. 2019. Disponível em: <<https://www.serranegra.com.br/centro-convencoes>>. Acesso em 18 de abril de 2021.

SISTEMA ESTADUAL DE ANÁLISE DE DADOS. **Portal de Estatísticas do Estado de São Paulo**. 2020. Disponível

em:<<http://www.imp.seade.gov.br/frontend/#/tabelas>>. Acesso em 29 de dezembro de 2020.

SILVA, Bruno. **Você conhece a análise SWOT?**2019. Disponível em: <<https://wp.ufpel.edu.br/emadjr/2019/06/27/voce-conhece-a-analise-swot/>>. Acesso em 04 de dezembro de 2020.

SOLUÇÕES PARA CIDADES. **Anápoles**: centro vivo, cidade nova. Disponível em: < <https://www.solucoesparacidades.com.br/mobilidade/anapolis-centro-vivo-cidade-nova/>>. Acesso de 06 de Dezembro de 2020.

SURVEY MONKEY. **Calcule o tamanho da sua amostra**. 2021. Disponível em: <<https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>> . Acesso em 10 de dezembro de 2020.

VIAJAR VERDE. **O que é turismo sustentável**. 2020. Disponível em: < <https://viajarverde.com.br/turismo-sustentavel/>>. Acesso de 04 de dezembro de 2020.

UNIVERSIDADE SÃO FRANCISCO. **Plano de Mobilidade Urbana de Serra Negra**. 2020. Disponível em: < https://www.pmmu.com.br/docs/PLANOS/PMMU_Serra_Negra.pdf>. Acesso de 02 de novembro de 2020.

ANEXOS

- Ata da Audiência Pública



ATA DE REUNIÃO DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE SERRA NEGRA - COMTUR *Reunião Ordinária realizada em 18 de janeiro de 2021*



No dia 18 de janeiro de 2021, às 19h, na sede da Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Serra Negra, na Avenida Ariovaldo Viana, nº 99, centro, Serra Negra, Estado de São Paulo teve início a reunião ordinária do Conselho Municipal de Turismo de Serra Negra – COMTUR. A lista de presentes segue logo após este documento e é parte integrante desta ATA. A reunião foi presidida pelo senhor Achiles Mantovani Neto e secretariada pelo senhor Gerson Pinton Cordeiro.

Antes das discussões da ORDEM DO DIA, a pedido do Presidente Achiles Mantovani foram feitas as apresentações oficiais do Prefeito Elmir Kalil Abi Chedid e do Secretário de Turismo Carlos Alberto Tavares de Toledo e também pediu a todos que se apresentassem mencionando o nome e cargo de representação. A reunião contou ainda com diversos secretários municipais e da palestrante Candida Baptista que explanou sobre a revisão do plano diretor de turismo, objetivo principal dessa reunião.

O primeiro a fazer uso da palavra foi o Prefeito Elmir o mesmo citou que na semana anterior havia se reunido com diversos prefeitos do Circuito das Águas e que o principal objetivo era relacionado ao turismo, setor que ocupa 70% das atividades dessas cidades, porém o assunto mais discutido, infelizmente foi a pandemia do CoronaVirus COVID-19.

O Prefeito Elmir demonstrou muita preocupação com o aumento de casos e de óbitos. Explicou também que Serra Negra vem respeitando todos os protocolos e que o cumprimento desses mesmos protocolos estão vinculados a futura liberação dos recursos do DADETUR 2020 principalmente para a reforma da Praça Sesquicentário e asfaltamento das rotas turísticas. Após as apresentações formais, o Prefeito pediu licença para se ausentar por motivo de outro compromisso e assim, deu-se início as discussões da Ordem do Dia com a pauta:

PAUTA 01 – ATUALIZAÇÃO DO PLANO DIRETOR DE TURISMO

O presidente Achiles Mantovani deu início a pauta apresentando a Profa. Candida Baptista, que é professora da USP, graduada em Turismo e está em Serra Negra a mais de 03 anos pelo SENAI, capacitando inicialmente os produtores rurais.

Profa. Candida começou suas explicações informando que o Consórcio Gestor do Circuito das Águas tem verba destinada para atualizar o PLANO DIRETOR DE TURISMO e que o mesmo deve acontecer de 3 em 3 anos. O principal perfil para fazer uma atualização é trabalhar com universidades e efetuar pesquisas com a população local e com os turistas. O levantamento de dados foram apresentados em tela e pode ter a apreciação de todos os conselheiros e convidados, além disso a apresentação ficou disponibilizada em arquivo através de aplicativo de mensagem. Foi destacado que se não houver planejamento Serra Negra perderá a verba de turismo. Um dos exemplos citados foi o caso da cidade de Piracaia, que tem folder eletrônico e um site funcional, porém não está publicado por falta de apoio do Comtur e da Prefeitura Piracaense. A sugestão da Profa. Candida mediante todo o levantamento de dados que foram levantados seria “A História do Café” como resgate da identidade cultural. Porém nem todos concordaram com esse tema. Após longo debate e apresentação de argumentos dos conselheiros o Presidente Achiles pediu que fossem deliberados quais os principais segmentos. Desse modo de um total de 13, foram priorizados os 6 segmentos a saber:

- 01 - TURISMO RURAL
- 02 - ECOTURISMO
- 03 - TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS
- 04 - TURISMO DE AVENTURA
- 05 - TURISMO CULTURAL



**ATA DE REUNIÃO DO CONSELHO MUNICIPAL
DE TURISMO DE SERRA NEGRA - COMTUR**

Reunião Ordinária realizada em 18 de janeiro de 2021



06 – TURISMO DE ESPORTE

Desse modo, eu Secretário Gerson Cordeiro, saliento aqui que foi aprovado somente os segmentos que serão os principais meios para requisição de verbas. O PLANO DIRETOR NÃO FOI VOTADO, e deverá ser a pauta da próxima reunião.

PAUTA 02 – CRIAÇÃO DO CONSELHO INTERNO DE MARKETING

O Presidente Achiles salientou da necessidade de criar um Conselho de Marketing do COMTUR SERRA NEGRA, e foi aprovado o nome dos citados abaixo para a sua formação:

- 01 – Carlos Alberto Tavares de Toledo (Secretário de Turismo)
- 02 – Bruno Mantovani (Marketing e Passeios)
- 03 – Sirlene Terenciani (Hotéis e Restaurante)
- 04 – Luciana Ramos (Guias Turísticos)
- 05 – Marcos Pandolfi (Comércio)
- 06 – Andreia Saragiotto (Arquitetura).

Nada mais havendo a tratar, o presidente deu por encerrada a reunião. Lavrou-se esta ATA que se refere à Reunião do Conselho Municipal de Turismo de Serra Negra no dia 18 de janeiro de 2021, que vai assinada por seus diretores.

Achiles Mantovani Neto
Presidente

Gerson Pinton Cordeiro
Secretário executivo

- Fotos da Audiência Pública



- Apresentação da Audiência Pública



LEIS

- **Lei Complementar nº 1.261/15** - define as condições e os requisitos mínimos para classificação, por intermédio de lei estadual, de Municípios Turísticos.
- **Emenda Constitucional nº 40/15** – dispõe de forma inovadora sobre Municípios Turísticos.
- **Lei Estadual nº 16.283/16** - dispõe sobre o Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos, estabelecendo critérios para distribuição, transferência e aplicação dos recursos disponíveis.



OBJETIVO

- O Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico tem como objetivo orientar ações para aprimorar e diversificar a oferta turística, e aumentar a visibilidade da cidade atraindo novos turistas.
- O Plano é construído em conjunto com o setor público e a sociedade e conta com a participação de todos (gestores públicos, empresários e representantes da comunidade)



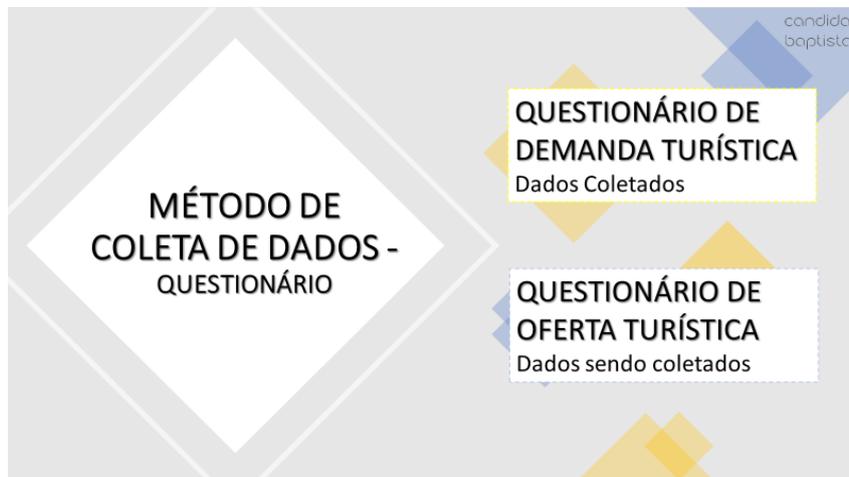
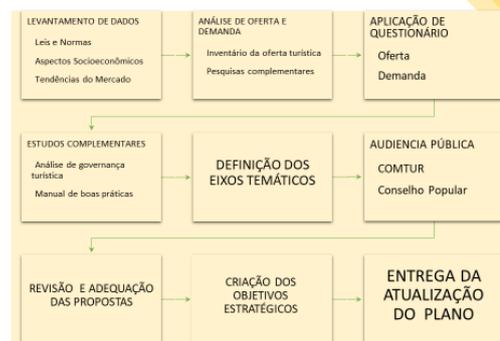
DEFINIÇÃO

O Plano Diretor de Turismo é um documento que apresenta as diretrizes e um conjunto integrado de ações para o desenvolvimento do turismo em determinado território. Deve conter um diagnóstico do município, abrangendo seus aspectos históricos e geográficos, as condições de infraestrutura e da oferta turística, além do perfil do visitante e análise do mercado onde o município se insere.

A partir desse diagnóstico são então elaboradas as estratégias para o turismo no município, com programas de melhoria e preservação ambiental, urbanização, serviços e equipamentos turísticos.

PLANO DE TRABALHO

- A elaboração da Atualização do Plano Diretor de Turismo de Serra Negra, se dará em 9 etapas.
- O processo de planejamento do turismo de Serra Negra será feito de forma participativa.
- As etapas de construção da atualização do Plano acontecerão conforme a metodologia que segue:

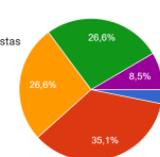


QUESTIONÁRIO DE DEMANDA TURÍSTICA

Período de coleta: 14/11/2020 a 14/01/2020 - Número de respostas: 94

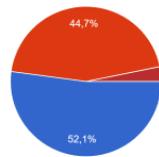
• Perfil do Turista

Idade
94 respostas



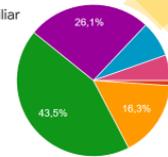
- Até 18 anos
- 19 a 29 anos
- 30 a 45 anos
- 46 a 65 anos
- Mais de 66 anos

Gênero
94 respostas



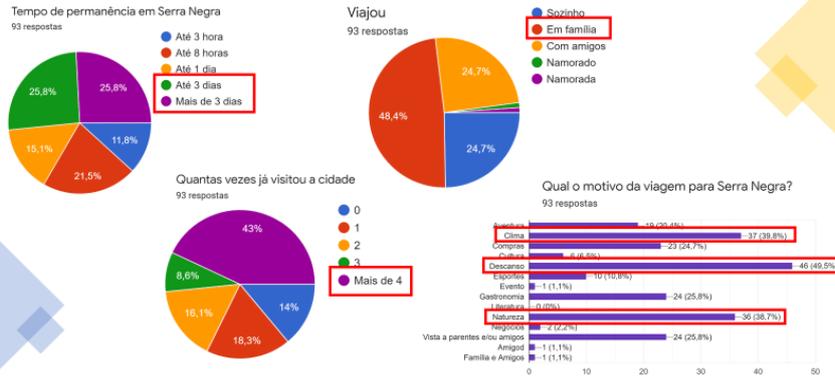
- Masculino
- Feminino
- Homem Transgênero
- Mulher Transgênero
- Homem Transsexual
- Mulher Transsexual
- Cisgênero
- Não sei responder

Renda familiar
92 respostas

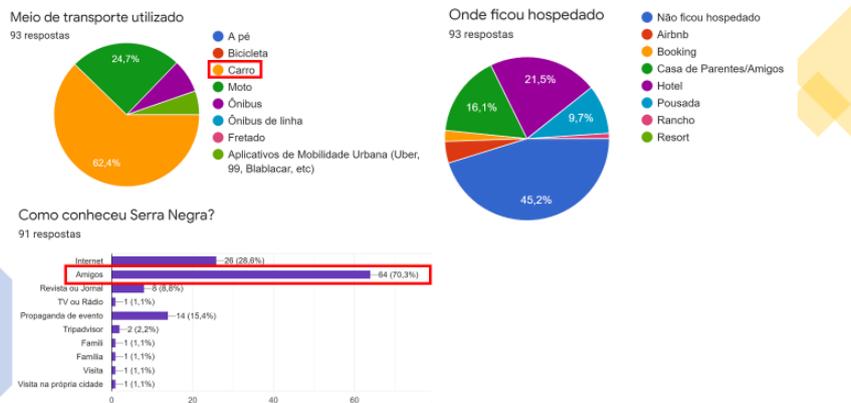


- Até R\$ 522,50
- De R\$ 522,50 - R\$ 1.045,00
- De R\$ 1.045,00 - R\$ 2.090,00
- De R\$ 2.090,00 - R\$ 5.225,00
- De R\$ 5.225,00 - R\$ 10.450,00
- De R\$ 10.450,00 - R\$ 20.900,00
- Mais de R\$ 20.900,00
- Prefiro não responder

• Análise dos dados turísticos



• Análise dos dados turísticos



• Análise do dados econômicos



• Análise de satisfação



QUESTIONÁRIO DE OFERTA TURÍSTICA

Período de coleta: 21/12/2020 a 22/01/2021

candida
baptista



Pesquisa de Oferta Turística

Prezados,
A prefeitura de Amparo está atualizando o Plano de Ações para o Turismo do município para os próximos anos. Essa pesquisa tem como objetivo atualizar a oferta de serviços oferecidos para os visitantes, e para que possamos realizar este trabalho, necessitamos da colaboração de todos.

ATENÇÃO: Essas informações serão utilizadas somente para atualização do inventário turístico.

Qualquer dúvida entrar em contato:
caribaptista@gmail.com

Categoria do Empreendimento

Selecione a opção que melhor representa o tipo de serviço prestado pelo seu empreendimento.

Categorias: *

- Alimentos e Bebidas
- Aventura
- Meios de Hospedagem
- Pesqueiro
- Produtos Artesanais
- Produtos Cerâmicos
- Turismo Rural
- Turismo/Produto Industrial
- Transportadoras Turísticas
- Vestuário

Turismo Rural

Nome do Responsável *

Sua resposta _____

Nome do Empreendimento *

Sua resposta _____

Endereço *

Descreva a localização da forma mais precisa possível: Rua, Bairro, Número, CEP, etc.

Sua resposta _____

E-mail *

Sua resposta _____

Telefone *

Sua resposta _____

Site e/ou Redes Sociais

Sua resposta _____

Tipologia do Empreendimento *

Mais de uma opção pode ser selecionada

- Hotel Fazenda
- Propriedade Rural com Pernoite
- Propriedade rural para Visitação
- Outro: _____

Número de Colaboradores fixos *

Sua resposta _____

Número médio de Colaboradores temporários:

Sua resposta _____

Capacidade Total *

Capacidade em receber clientes sem prever o distanciamento social

Sua resposta _____

Capacidade considerando Distanciamento Social *

Capacidade em receber clientes prevenindo o distanciamento social

Sua resposta _____

Quais Atividades estão disponíveis? *

	Sim	Não
Agropecuárias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Transformação (queijos, doces ou bebidas)

Ecoturismo

Aventura

Interatividade com Rebanho

Pesca

Esportes

Pedagógicas

Culturais

Possui Edifício histórico? *

- Sim
- Não

Acessibilidade *

Seu estabelecimento está dentro das normas, e pronto para receber pessoas portadoras de deficiência?

	Sim	Não
Rampas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Banheiros Adaptados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Piso tátil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacitação - Libras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Braille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elevador / Plataforma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesas Adaptadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Possui Sinalização adequada? *

- Sim

Não

Movimento médio de clientes durante a semana *

Segunda a Quinta

Sua resposta _____

Movimento médio de clientes durante o Fim de Semana *

Sexta, Sábado e Domingo

Sua resposta _____

Integra algum City/Tour ou Agência de Receptivo? *

- Sim
- Não

Possui Atendimento em outros idiomas? *

	Sim	Não
Inglês	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espanhol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Italiano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alemão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Francês	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Japonês	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Restrições *

Possui restrições quanto ao recebimento de alguma das categorias abaixo?

	Sim	Não
Crianças	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Animais de Estimação

Fumantes

Regras de Vestuário

Possui estrutura ou espaço para receber ônibus e vans? *

Estacionamento/terminal/embarque-desembarque

Sim

Não

Descrição da experiência *

Utilize este espaço para descrever todas as atividades que selecionou anteriormente.

Sua resposta

Qual o valor da entrada? *



1. TURISMO RURAL
2. ECOTURISMO
3. TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS
4. TURISMO DE AVENTURA
5. TURISMO CULTURAL
6. TURISMO ESPORTIVO



• POSICIONAMENTO DE MERCADO

A cidade de Serra Negra precisa trabalhar melhor o posicionamento de mercado no turismo, a partir de estratégias de marketing que auxiliem o destino a ocupar uma posição de destaque no cenário estadual. Acredita-se que uma melhor integração e aproximação junto a gastronomia possa contribuir com desafio.

• OFERTA DE PRODUTOS TURÍSTICOS

Identificou-se uma carência de produtos turísticos formatados e devidamente estruturados em Serra Negra, havendo a oferta de atrativos e equipamentos de maneira isolada, com pouca organização e integração.

• INTEGRAÇÃO ENTRE O COMÉRCIO TURÍSTICO

Diretamente ligado à questão da oferta de produtos turísticos, verificou-se que há pouca conexão entre atrativos e equipamentos, bem como reduzida união entre os empresários ligados ao turismo, havendo carência de iniciativas e ações conjuntas entre o mercado.

• FRAGILIDADE NO RECEPTIVO LOCAL

O serviço de receptivo local é primário, havendo pouca oferta de roteiros estruturados aos turistas que visitam o destino. Isso se reflete na falta de integração do comércio e contribui com a identificação como apenas destino de lazer.

• CARÊNCIA DO EMPREENDEDORISMO

A melhoria da competitividade turística de um destino é altamente influenciada pela inovação na prestação de serviços turísticos, que precisam ser constantemente renovados e reinventados. Identificar novas oportunidades de negócios, inovar na prestação dos serviços e assumir riscos são características do empreendedorismo, cujas práticas precisam ser incentivadas e fortalecidas no território.

PROPOSTAS E PROJETOS

Oferta Turística

- Atualização da oferta turística através da aplicação de questionário virtual.

Pesquisa de Demanda

- Atualização e análise da pesquisa de demanda com o objetivo de atender as expectativas dos turistas.

Mercado Turístico

- Análise do mercado turístico do circuito considerando essa nova fase de demanda interna surgida a partir da dificuldade de viagens internacionais em função da Pandemia.

Novos Departamentos

- Criação de dois departamentos: planejamento turístico e eventos.

Plano de Marketing

- Elaboração de um plano de marketing para as cidades do circuito das Águas para atrair os clientes de visitação para consumo principalmente do turismo rural;

Criação de Site

- Um site agrega valor ao destino turístico, demonstrando aos turistas o profissionalismo, transparência e praticidade.

candida
baptista



MODELO DE SITE

Turismo Rural de Piracaia

Link: <https://pmmu.com.br/piracaia/a/public/>



candida
baptista

Rota do Queijo e Vinho

- Revitalização da rota do queijo e vinho, afim de beneficiar todos os produtores da área, fomentando o turismo rural e gastronômico na região.

Figura 1 – Foto da rota



Fonte: Erika Soares (2012)

Identidade Cultural

- Sugere-se o Café como identidade cultural do município, pois é possível unir tradição, tecnologia e sustentabilidade em um único produto.

Figura 2 – Foto do cafezal

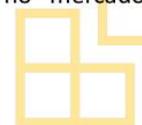


Fonte: Cafés do Brasil

Reafirmação dos Produtos

- Entre os muitos produtos oferecidos no comércio de Serra Negra, os artigos de couro são os que tem mais potencial dentre os turistas, pois trata-se de um produto incomum no mercado em geral.

candida
baptista



Revitalização Centro Comercial

Figura 3 – Projeto de Revitalização



Fonte: Soluções para Cidades.

Figura 4 – Projeto de Revitalização



Fonte: Soluções para Cidades.

candida
baptista

Roteiro Cultural

- Criação de um roteiro cultural auto guiado com gravação da história que pode ser acionada via *Qr-Code* relacionando os casarões com a história de São Paulo e do Brasil.



candida
baptista

SUGESTÕES



contato.canbaptista@gmail.com