

PLANO ESTRATÉGICO TURÍSTICO DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS



Elaborado por
Aquarius Consulting
Consultora Responsável
Roselaine Dantas

PLANO ESTRATÉGICO TURÍSTICO DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

1) INTRODUÇÃO.....	02
2) A CIDADE DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS.....	05
3) SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS.....	07
4) TIPOS DE TURISMO E SEGMENTOS IDENTIFICADOS.....	09
5) ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	13
3) DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO.....	17
7) CENÁRIOS E TENDÊNCIAS DO TURISMO.....	32
3) OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	39
3) ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO.....	41
10) DIRETRIZES ESTRATÉGICAS.....	43
11) ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS.....	44
12) VALORAÇÃO PONDERADA DOS PRODUTOS TURÍSTICOS.....	56
13) LINHAS DE PRODUTOS.....	58
14) ELEMENTOS CENTRAIS DO MERCADO TURÍSTICO.....	61
15) PLANO ESTRATÉGICO DE AÇÃO.....	63
16) CONTROLE E MONITORAMENTO.....	67
17) VALIDAÇÃO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.....	70
18) FIGURAS, QUADROS E TABELAS.....	72
19) REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	73

INTRODUÇÃO

A atividade turística se desenvolve essencialmente pelo deslocamento de pessoas a locais diferentes do habitual de moradia, motivados por diversas razões. Esse movimento de pessoas e bens, demanda do poder público a promoção do processo de planejamento contínuo, a fim de ordenar e promover o desenvolvimento do setor em busca do alinhamento das ações públicas e privadas. Assim, é possível otimizar os investimentos e favorecer a integração entre o turista, o local receptor e as atividades decorrentes dessa integração.

O Planejamento Estratégico Turístico é um instrumento, que tem por objetivo principal orientar o crescimento do setor em bases sustentáveis, em curto, médio e longo prazo, estabelecendo os alicerces para a definição de ações, as prioridades, e a tomada de decisão.

Deve, portanto, orientar a gestão técnica municipal, na coordenação e condução das decisões da política turística e de apoio ao setor privado, de modo a dirigir seus investimentos e melhorar a capacidade empresarial e o acesso ao mercado turístico.

O presente plano contém uma análise da realidade atual considerando os aspectos que podem influenciar na dinâmica da atividade, pois se entende que, para incorporar o turismo como uma atividade econômica, é necessário conhecer as estruturas reais e potenciais no qual a atividade pode se afirmar e se intensificar.

O planejamento para o setor deve orientar as delimitações das estruturas do desenvolvimento da atividade, ou seja, identificar no cenário atual as potencialidades e as deficiências do destino e do ambiente externo, para que as metas e estratégias de um cenário futuro sejam mais facilmente atingidas.

O Planejamento Estratégico Turístico de São José dos Campos - SP, foi elaborado pela empresa contratada Aquarius Consulting, com a aprovação do Departamento de Turismo, órgão ligado a Secretaria Municipal de Inovação e Desenvolvimento Econômico de São José dos Campos -SP.

Cabe destacar que o Planejamento Estratégico Turístico de São José dos Campos – SP, ainda que parte de um Plano Diretor de Turismo específico deve ser compreendido como orientador na política municipal de turismo. Esse plano não possui a pretensão de ser um guia fechado e definitivo, pois a realidade da atividade turística é complexa e dinâmica e, portanto, cumpre seu papel de orientador e norteador da política local.

A Prefeitura Municipal de São José dos Campos - SP, a partir deste Plano, deve fortalecer a identidade turística do destino São José dos Campos, por meio da orientação estratégica e otimização dos investimentos no setor.

Neste sentido, a leitura deste documento é fundamental para os agentes públicos e privados que contribuem ou pretendem contribuir para o desenvolvimento da atividade turística em São José dos Campos - SP.

O presente Plano tem como principal objetivo indicar diretrizes, objetivos, metas e mecanismos de controle que sejam capazes de transformar a cidade de São José dos Campos em uma nova opção de destino turístico ao mercado nacional e internacional.

Tendo a análise baseada nos atores do ecossistema de turismo da cidade e seus distritos, o referido plano está embasado em uma concepção atual das atividades e dos produtos do turismo, e ancorado em inovação, empreendedorismo, sustentabilidade, pluralidade e diversidade.

O Plano combina as principais vocações da cidade, que articuladas com o mercado, irão criar condições políticas, econômicas e institucionais para que São José dos Campos torne-se um Destino Turístico Inteligente.

Até 2020, a força do turismo em São José dos Campos já era latente, contribuindo com os resultados do PIB, uma vez que o sistema turístico local, mesmo que ainda não desenvolvido em sua capacidade máxima, pois o planejamento estratégico, tático e operacional integrado entre iniciativa pública e iniciativa privada ainda está em desenvolvimento.

Com a pandemia da COVID-19, o setor foi severamente impactado, com redução dramática das atividades. Entretanto os esforços conjuntos e em parceria entre os atores privados e públicos do turismo, no âmbito local, tem se mostrado eficientes, e São José dos Campos está se reinventando, com várias novas operações gastronômicas, espaços de eventos, e já se reaqueceu e segue em desenvolvimento.

O planejamento e gestão, governança e colaboração, inteligência e inovação, fortalecimento local e regional, marketing e comunicação, que são as diretrizes também indicadas pelo Plano Turismo SP 20-30, elaborado pela Secretaria de Viagens e Turismo do Estado de São Paulo, são as norteadoras.

Os objetivos e as metas deste Plano, estão direcionados na identificação e aproveitamento dos principais segmentos turísticos já existentes em São José dos Campos, organização da oferta, no incremento dos fluxos turístico, inovação da gestão, intensificação na articulação entre o poder público e privado, e contínuo desenvolvimento de novos produtos turísticos.

O Plano Estratégico Turístico de São José dos Campos traz orientações quanto ao caminho para São José dos Campos tornar-se um destino turístico estruturado, profissional, inovador, tecnológico e competitivo, tanto no mercado nacional, quanto internacional.

O turismo é um dos setores econômicos mais pujantes, dinâmicos e relevantes do século XXI. Dados da Organização Mundial do Turismo – OMT evidenciam que as atividades do turismo apresentam um dos campos de maiores índices de crescimento econômico no mundo, com impactos significativos no comércio, emprego, renda, promoção social, sustentabilidade e investimentos, tornando-se um dos principais motores do desenvolvimento econômico contemporâneo dos países. Isso ocorre dada a transversalidade e as externalidades que as atividades da cadeia de valor do turismo possuem e promovem nas economias nacionais e internacionais. No comércio de mercadorias, por exemplo, as transações entre países de bens

intermediários e finais demandados pela cadeia do turismo tornaram-se uma das principais categorias, assim como ocorre no comércio de serviços.

As suas atividades são, também, uma das maiores empregadoras, caracterizadas por serem intensivas em mão de obra e demandantes de perfis tanto jovens quanto idoso e com diversidade de gênero. Ademais, a demanda por trabalho do setor de turismo tem efeito multiplicador em outros setores: estima-se que o turismo e suas atividades correlatas respondam por 1 em cada 10 empregos no mundo (OMT, 2019).

Já com relação aos investimentos, o turismo induz aportes em infraestrutura - muitos dos quais, inclusive, são associados a melhorias que repercutem em preservação ambiental e estão alinhados com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

A capacidade do destino de usar eficientemente seus recursos naturais, culturais, humanos, artificiais e de capital para desenvolver e fornecer produtos e serviços turísticos de qualidade, inovadores, éticos e atraentes, a fim de alcançar um crescimento sustentável dentro de sua visão geral e objetivos estratégicos, aumenta o valor do setor de turismo, melhora e diversifica seus componentes de mercado e otimiza suas atratividades e benefícios, tanto para visitantes quanto para a comunidade local, de maneira sustentável.

São José dos Campos possui diversas vocações, excelentes equipamentos turísticos, assim como relevante infraestrutura de transporte, mobilidade, comunicação, planejamento urbano, localização estratégica, entre outros inúmeros atributos.

É justamente a partir dessas características e atributos, que se contextualiza a Quarta Revolução Industrial, em que os indivíduos possuem mais informações, interesses e, por vezes, disponibilidade e propensão ao turismo, e que este setor passou a ser objeto de políticas públicas com foco no desenvolvimento sustentável.

As políticas públicas para o turismo são desenhadas com o objetivo de articular stakeholders para constituir governança destinada a prover competitividade e sustentabilidade às atividades da cadeia de valor do turismo.

A organização irá promover um novo horizonte, gerando riquezas econômicas, sociais e culturais sustentáveis, proporcionando espaço para o crescimento e competitividade dos agentes econômicos, bem como atratividade e segurança aos turistas, preparando-o para uma nova forma de consumir.

O objetivo deste plano é dar suporte à tomada de decisões estratégicas do Departamento de Turismo de São José dos Campos por meio de observação e análise das tendências no ambiente, e dos possíveis cenários futuros, orientando a geração de estratégias de curto, médio e longo prazo.

Este Plano é uma ferramenta para auxiliar na captação de novos recursos, parcerias institucionais e novos investimentos.

A CIDADE DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

São José dos Campos é a sede da Região Metropolitana do Vale do Paraíba (RMVale), sendo o município com maior número de habitantes, de maior economia, reconhecido como o principal pólo aeroespacial da América Latina.

De acordo com o IBGE (2021) a estimativa populacional para a cidade é de 737.310 habitantes, e a RMVale – Região Metropolitana do Vale do Paraíba, no qual está inserida atingiu este ano a população de 2.599.168. Este número é um importante aspecto para o município, pois São José dos Campos é o principal pólo econômico da região.

São José dos Campos é uma cidade com forte capacidade empreendedora e empresarial, com comércio forte e indústria tecnológica com reconhecido destaque no país, e no mundo. Seu potencial de negócios, é decisivo para a atração de investimentos na área de hotelaria, comércio e serviços, matriz base da atividade turística.

A cidade de São José dos Campos, é a 6ª melhor cidade das Américas na categoria custo-benefício para receber investimentos nos próximos anos, segundo a publicação Americas Cities of the Future 2021/22, edição junho/julho da revista Foreign Direct Investment Strategy, pertencente ao grupo britânico Financial Times.

O destino possui ampla e diversificada infraestrutura instalada, com meios de hospedagens e alimentação de categorias variadas, com boa qualidade de serviços, além de atrativos turísticos, culturais e naturais formatados, prontos para o consumo.

A diversidade de segmentos turísticos, já ativos na cidade, exerce forte contribuição a movimentação econômica, uma vez que gera enorme fluxo de pessoas que procuram a cidade para visitas a shoppings, pólos industriais, tecnológicos e centros educacionais, técnicos ou de nível superior, negócios e eventos culturais e esportivos.

Referência em diversos setores da saúde, São José dos Campos também vem crescendo no segmento de Turismo Hospitalar, constituído por milhares de pessoas que procuram a cidade para tratamentos médicos, utilizando a rede hoteleira e demais serviços do município.

Diante da infraestrutura hoteleira e gastronômica existente na cidade de São José dos Campos, o potencial de desenvolvimento e posicionamento como “Hub Turístico Regional” é latente. Com posição privilegiada entre os maiores indutores turísticos da região e a proximidade da metrópole de São Paulo, São José dos Campos é um destino atraente para os que querem visitar outros destinos turísticos da região, uma vez que a cidade está a aproximadamente 1 (uma) hora do Litoral Norte de São Paulo, de Campos do Jordão e de Aparecida.

Os atributos e infraestrutura necessárias para o desenvolvimento da Atividade Turística, como segmento econômico e de negócios, em diversidade, quantidade e qualidade. O imperativo para o aproveitamento do potencial de forma sustentável é a compreensão da dimensão deste mercado e a gestão turística pública e privada integradas.

Para facilitar a compreensão dos agentes gestores públicos e privados das mais diversas áreas de conhecimento, que já contribuem ou pretendem contribuir para o desenvolvimento da atividade

turística em São José dos Campos – SP compartilhamos algumas definições importantes, ao logo deste documento.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

Conjunto de serviços, edificações e instalações indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística e que existem em função desta. Compreendem os serviços e os equipamentos de hospedagem, alimentação, agenciamento, transportes, para eventos, de lazer etc.

Fonte - Programa de Regionalização do Turismo: ação municipal para a regionalização do turismo (MTur,2007).

SERVIÇOS DE INFRAESTRUTURA

Serviços básicos de uma cidade ou de uma localidade, ou seja, são aqueles relacionados a transportes, segurança, limpeza, além, é claro, daqueles que dependem da existência de redes de esgoto, energia elétrica, abastecimento de água, rede telefônica etc.

Fonte - Programa de Regionalização do Turismo: módulo operacional 4 (MTur,2007).

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE ALIMENTAÇÃO

Estabelecimentos que oferecem ao turista refeições, lanches ou bebidas e demais serviços complementares.

Fonte - Programa de Regionalização do Turismo: ação municipal para a regionalização do turismo (MTur,2007).

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM

Estabelecimentos que oferecem alojamento e serviços necessários ao conforto do hóspede, como recepção, guarda de bagagem, conservação, manutenção, arrumação e limpeza das áreas, instalações e equipamentos etc.

Fonte - Programa de Regionalização do Turismo: ação municipal para a regionalização do turismo (MTur,2007).

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO

Infraestrutura e serviços prestados com o objetivo de proporcionar diversão, recreação e entretenimento.

Fonte - Programa de Regionalização do Turismo: ação municipal para a regionalização do turismo (MTur,2007).

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE TRANSPORTE

Serviços e equipamentos prestados para promover o deslocamento de pessoas, por via terrestre, aquática ou aérea. Os serviços e equipamentos de transporte turístico têm a finalidade específica de realizar excursões e outras programações turísticas.

Fonte - Programa de Regionalização do Turismo: ação municipal para a regionalização do turismo (MTur,2007).

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS PARA EVENTOS

Infraestrutura e serviços específicos para a realização de congressos, convenções, exposições, feiras, shows e outros.

Fonte - Programa de Regionalização do Turismo: ação municipal para a regionalização do turismo (MTur,2007).

TIPOS DE TURISMO

Classificados em áreas de interesse específico e que geram demandas de viagem com motivação própria, mas se configuram dentro da dimensão e caracterização de um determinado segmento turístico. É o caso do Turismo Religioso, que está diretamente relacionado com o Turismo Cultural, e por isso é considerado um “tipo de turismo” desse segmento.

Fonte - Turismo Cultural: orientações básicas. (MTur,2010)

SEGMENTOS TURÍSTICOS ENCONTRADOS NA CIDADE

SEGMENTAÇÃO DO TURISMO

Forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda.

Fonte - Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur,20010).

Segmentação da oferta do Tipo de turismo que será oferecido ao visitante. A definição desses tipos de turismo é realizada a partir da existência de certas características comuns em um território, podendo ser ecoturismo, aventura, sol e praia, dentre outros segmentos.

Fonte - Segmentação do Turismo e o Mercado (MTur,2010).

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.

Fonte - Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur,2006).

TURISMO DE LAZER

Abrange viagens e passeios com o propósito de relaxar e conhecer novos lugares, está intimamente relacionado a férias. Uma forma de ocupação do tempo livre.

Fonte - Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur,2006).

TURISMO DE CONSUMO OU DE COMPRAS

É o deslocamento dentro dos padrões turísticos com a motivação ligada às compras. Tendo especificidades relacionadas ao bom preço, exclusividade, arte, artesanato ou tecnologia

avançada de produtos ainda não encontrada na origem do turista.
Fonte - Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur,2006).

TURISMO GASTRONÔMICO

Pode ser definido como as ações de viagem, motivadas pelo interesse em experimentar novos sabores, através da alimentação ofertada no núcleo receptor, e destaca-se o consumo da gastronomia regional.

O turismo gastronômico tem dois fatores preponderantes: os visitantes que realizam esse tipo de turismo, motivados, principalmente pelo apreço ao contato com a cultura local, e os visitantes que demandam a 'boa vida', focando o prazer e luxo.
Fonte - Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur,2006).

TURISMO DE CONTEMPLAÇÃO / BIRDWATCHING

É uma prática ligada ao ecoturismo. Essa modalidade visa a preservação do meio ambiente, enquanto os visitantes contemplam as paisagens mais fascinantes.

Além de contemplar a natureza, o visitante entra em harmonia com o lugar, preservando o meio natural. Essa é uma prática que permite a contemplação da fauna, flora, cultura, cores e sons do destino visitado.

Fonte - Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur,2006).

TURISMO DE AVENTURA

Movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo.

Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur,2006).

TURISMO ECOLÓGICO / ECOTURISMO

Segmento da atividade turística 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.
Fonte - Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur,2006).

TURISMO DE BEM ESTAR

Atividades turísticas motivadas pela busca da promoção e manutenção da saúde realizada por meio de tratamentos acompanhados por equipes de profissionais de saúde especializados, que visam a diminuição dos níveis de estresse, além da aprendizagem e manutenção de uma vida saudável e equilibrada e até mesmo a prevenção de determinadas doenças.

Fonte - Turismo de Saúde: orientações básicas (MTur,2010).

TURISMO CÍVICO

Deslocamentos motivados pelo conhecimento de monumentos, fatos, observação ou participação em eventos cívicos, que representem a situação presente ou a memória política e histórica de determinados locais.

Fonte - Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur,2006).

TURISMO CULTURAL

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.

Fonte - Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur,2006).

TURISMO DE ESPORTES

Atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas.

Fonte - Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur,2006).

TURISMO DE ESTUDOS E INTERCÂMBIO

Movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional.

Fonte - Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur,2006).

TURISMO DE SAÚDE

Atividades turísticas decorrentes da utilização de meios e serviços para fins médicos, terapêuticos e estéticos.

Fonte - Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur,2006).

TURISMO MÉDICO HOSPITALAR

Deslocamentos motivados pela realização de tratamentos e exames diagnósticos por meio do acompanhamento de recursos humanos especializados e integrados em estruturas próprias, tendo como objetivo tanto a cura ou a amenização dos efeitos causados por diferentes patologias, como fins estéticos e terapêuticos.

Fonte - Turismo de Saúde: orientações básicas (MTur,2010).

TURISMO RESPONSÁVEL

Busca atuar no âmbito dos preceitos da ética e da responsabilidade socioambiental e parte da compreensão e da promoção dos valores éticos comuns à humanidade, num espírito de tolerância e de respeito pela diversidade das crenças religiosas, filosóficas e morais.

Fonte - Plano Nacional de Turismo 2018-2022 (MTur,2018).

TURISMO RURAL

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.

Fonte - Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur,2006).

TURISMO RURAL NA AGRICULTURA FAMILIAR

Atividade turística que ocorre no âmbito da propriedade dos agricultores familiares que mantêm as atividades econômicas típicas da agricultura familiar, dispostos a valorizar, respeitar e compartilhar seu modo de vida, o patrimônio cultural e natural, ofertando seus produtos e serviços de qualidade e proporcionando bem estar aos envolvidos.

Fonte - Caminhos do Brasil Rural: agricultura familiar, turismo e produtos associados (MTur e MDA, 2008).

TURISMO SUSTENTÁVEL

Atividade que satisfaz as necessidades dos visitantes e as necessidades socioeconômicas das regiões receptoras, enquanto os aspectos culturais, a integridade dos ambientes naturais e a diversidade biológica são mantidas para o futuro.

Fonte - Guia Turismo e Sustentabilidade (MTur,2016).

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Na elaboração do Planejamento Estratégico Turístico de São José dos Campos, a Aquarius Consulting, adotou, conforme orientação do PRODETUR – Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo, o “desenvolvimento sustentável”, o “planejamento integrado”, o “planejamento participativo” e o “planejamento estratégico” como princípios fundamentais e norteadores para a elaboração do plano, e tomou também como base o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo do Estado de São Paulo – TURISMO SP 20-30, que ancora-se nas diretrizes estratégicas: planejamento e gestão, governança participativa e colaborativa, inteligência e inovação, fortalecimento local e regional.

O desenvolvimento turístico sustentável tem como premissa proporcionar uma atividade justa para os diferentes setores da população local, atendendo às necessidades dos visitantes e tendo em vista a preocupação com o desenvolvimento socioeconômico e o respeito cultural e ambiental.

O planejamento integrado pressupõe o não isolamento da atividade turística, seja dentro das atividades econômicas ou no contexto territorial interno externo a região turística. Compreende a cooperação e competição na atividade como fatores impulsionadores, assim como, delimita a ação frente ao contexto municipal, sub-regional, regional e nacional.

O planejamento estratégico do turismo é compreendido como o processo que define e pactua os objetivos gerais de desenvolvimento, as políticas e as estratégias que nortearão os investimentos, o uso e o ordenamento dos recursos necessários no sentido de garantir a sustentabilidade e a competitividade no longo prazo.

Outro aspecto relevante e transversal é o planejamento participativo, o qual demanda obrigatoriamente a participação daqueles envolvidos pelo campo de ação da instituição planejada, neste caso, órgãos públicos, associações representativas da Cadeia Turística e a comunidade envolvida com o turismo.

E como supra acima mencionado, este plano dialoga e se ancora ao Plano Diretor de Turismo Sustentável de SJC, no qual por meio de oficinas, pesquisas, audiências públicas e outras metodologias trouxe o acolhimento das visões e vivências, por meio de uma construção coletiva com a participação efetiva do trade turístico local e da população.

Como ferramenta de análise, foi escolhida a metodologia SWOT.

ANÁLISE SWOT

Desenvolvida pela Harvard Business School, a análise SWOT – do inglês strenghts (forças), wealnesses (fraquezas), opportunities (oportunidades) e threats (ameaças) - é uma das ferramentas de diagnóstico mais utilizadas por empresas e meios acadêmicos.

O objetivo é fazer o levantamento e a análise de ameaças e oportunidades, fraquezas e forças que caracterizam o estado atual da empresa ou organização. TARAPANOFF, K. (Org.). Inteligência Organizacional e Competitiva. Brasília: Ed da UnB,2001.

			Ambiente Interno	
			Predominância de	
			Pontos fracos	Pontos fortes
Ambiente Externo	Predominância de	Ameaças	Sobrevivência	Manutenção
		Oportunidades	Crescimento	Desenvolvimento

Figura 1 – SWOT | Fonte: Adaptado de Tarapanoff,2001.

Esse modelo auxilia no desenvolvimento de estratégias resultantes da análise dos seguintes elementos: ambiente externo à organização, ou macroambiente (oportunidades e ameaças), e ambiente interno à organização, ou microambiente (pontos fortes e fracos).

A metodologia SWOT é uma ferramenta essencial para o adequado Planejamento Estratégico, sendo fundamental para analisar as informações, tirar conclusões e definir suas estratégias de negócio com a determinação de ações e iniciativas práticas para direcionar a operação de seus negócios/atividades, baseando-se em seu ambiente interno e em seu ambiente.

Microambiente: abrange funcionários, parceiros, principais relacionamentos participantes de canais e fornecedores. Todos esses são elementos focados nos processos gerenciais ou nas soluções que sejam importantes para atenderem às necessidades do consumidor. Devem ser analisados o mix mercadológico da organização (produto, preço, ponto, promoção, pessoas) e comparados à concorrência, estabelecendo forças e fraquezas.

Ambiente interno: tudo que está dentro dos domínios da empresa/negócio e, portanto, ela pode controlar. Seriam coisas como instalações, treinamentos, pessoal, layout, propaganda, localização, pontos de venda, benefícios e salários (dentro dos limites da lei), clima organizacional, valores, planejamento etc.

Macroambiente: trata-se de questões demográficas, econômicas, tecnológicas, políticas, legais, concorrências, etc. Alguns autores chamam esta análise de Análise PEST (pois aborda fatores políticos, econômicos, sociais e tecnológicos). A seguir, veja uma relação com os principais fatores que podem servir de referência de investigação pela organização:

- Política – devem ser analisadas variáveis como os impactos tributários, quantidade de empresas na informalidade, oferta de incentivos fiscais, mudanças de legislação, incentivos à exportação e importação, legislação trabalhista, direito do consumidor, órgãos fiscalizadores como Anvisa, a infraestrutura de estradas, portos, aeroportos, ferrovias etc.
- Economia – abertura da economia, queda de barreiras comerciais, aumento do poder de compra das classes mais pobres, acesso a crédito, taxa de juros, aumento dos serviços, fusões e aquisições de empresas etc.
- Social – aumento do número de idosos, alterações na configuração das famílias (pessoas vivendo sozinhas, casais sem filhos, homossexuais etc.), aumento da preocupação com a saúde, estética e qualidade de vida, mais pessoas com acesso à educação e informação, mulheres no mercado de trabalho, pessoas passando mais tempo em casa e buscando maior praticidade e segurança, preocupação com o meio ambiente e com a responsabilidade social, entre outros.
- Tecnologia – novos processos de trabalho; internet; automação; novas matérias primas; ciclo de vida dos produtos cada vez menor.

Ambiente externo: tudo que está fora da “jurisdição” e do alcance da empresa e que, portanto, ela não pode controlar. São fatores naturais, como o clima, catástrofes, aquecimento global, escassez de água etc., e fatores conjunturais e institucionais, como taxa de juros, variações cambiais, decisões do governo, alíquotas de impostos, crise política, instabilidade institucional, legislações trabalhistas, ambientais ou de exportação, pandemias sanitárias, como a Covid 19, entre outros.

Após realizar uma análise SWOT, a organização pode se posicionar em relação aos pontos de baixo desempenho, tentando anulá-los, e em relação às oportunidades, a fim de aproveitá-las. Essas ações devem ser a base do planejamento de atividades da organização.

Cabe à análise SWOT determinar como sanar fraquezas e aproveitar suas forças para superar ameaças e beneficiar-se das oportunidades.

A análise do ambiente interno é que determina suas forças e fraquezas. E a análise do ambiente externo é que possibilita a definição das oportunidades e ameaças.

Forças

Elementos e características de seu ambiente interno que representam uma vantagem sobre a concorrência.

Fraquezas

Características e elementos de seu ambiente interno que desfavorecem sua empresa em relação à concorrência são suas fraquezas.

A empresa/negócio tem controle sobre essas fraquezas e pode tentar mudar isso de alguma forma, mesmo que seja algo muito caro, como nesses dois casos.

Oportunidades

Sempre que um fator externo cria um cenário favorável para a empresa, ele representa uma oportunidade

Ameaças

Todos os elementos ou conjunturas que criam um ambiente desfavorável para a empresa (e sobre os quais a empresa não tem controle) são ameaças para o negócio.

Em resumo, a análise SWOT, nos ajudará a traçar um panorama atual da cidade de São José dos Campos, como Destino Turístico.

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO TURÍSTICO

Documento ou relatório que descreve a situação atual do turismo e de outros setores com os quais o turismo está relacionado, em um determinado local, com uma análise das potencialidades locais e uma avaliação das oportunidades, além de uma análise das dificuldades, ameaças e problemas existentes.

Fonte - Programa de Regionalização do Turismo: módulo operacional 4 (MTur, 2007).

ANÁLISE SWOT DO DESTINO TURÍSTICO DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

A presente análise SWOT, tem como objetivo avaliar a cidade de São José dos Campos, sob a ótica da Atividade Turística, ou seja, a localidade como Destino Turístico.

A análise SWOT de São José dos Campos permitirá o apontamento dos principais aspectos que precisam de atenção para que a atividade turística seja desenvolvida de forma sustentável, proporcionando o ambiente de negócios adequado a sua expansão, qualificação e consolidação, objetivando a percepção de valor agregado e a satisfação dos visitantes, sejam estes motivados pelas atividades de lazer, negócios e/ou eventos.

PONTOS FORTES

1. Localização estratégica – A cidade de São José dos Campos está localizada a 60 km de São Paulo, a capital do Estado, a 40 km do Aeroporto André Franco Montoro (Guarulhos), a 60 km do Litoral e 60 Km da Serra da Mantiqueira;
2. Boa oferta de recursos naturais;
3. Ocorrência de espécies de animais e plantas endêmicas a São Francisco Xavier;
4. Produto turístico bem diversificado, com potencial de atratividade nacional e internacional, em especial por seu reconhecido polo de ciência, tecnologia e inovação e patrimônio histórico e arquitetônico relevante;
5. Ampla e diversificada infraestrutura turística, como meios de hospedagens, rede gastronômica, agências receptivas, atrativos turísticos, centros de lazer e de compras;
6. Qualidade dos eventos culturais e capacidade de captação de participantes para o mesmo;
7. Produto com grande potencial para desenvolvimento, geração de mão de obra especializada e qualificada, geração de recursos e riquezas para o Município como um todo;
8. Hub turístico da região dada a quantidade e qualidade de seus serviços;

9. Manutenção e resgate da cultura local e da realidade da pessoa do campo;
10. Realização de estudos e levantamentos dos produtos turísticos;
11. Interesse do trade turístico;
12. Infraestrutura viária, aeroportuária, urbana, limpeza, iluminação das vias públicas e questões ligadas a mobilidade e facilidade de acesso;
13. Existência de elementos de acessibilidade em áreas turísticas, tais como calçadas com piso regular, semáforos sonoros e vagas de estacionamento exclusivas para cadeirantes e idosos;
14. Fornecimento de energia elétrica contínua e estável;
15. Existência de linhas de ônibus intermunicipais e interestaduais regulares;
16. Oferta de transporte urbano que atende às principais atrações turísticas, tais como ônibus circular;
17. Disponibilidade de serviços de taxi e transporte por aplicativos;
18. Disponibilidade de guias de turismo registrados no CADASTUR e capacitados para atendimento em outros idiomas;
19. Reconhecida como Capital do Vale, sendo o principal Município da região a concentrar infraestrutura e serviços;
20. Programa City Tour São José dos Campos: passeios gratuitos de ônibus e de walking tour;
21. Existência de Rotas Turísticas oficiais, como a Rota Gastronômica, Rota Franciscana, Rotas Cênicas e a Transmantiqueira de longo curso.
22. Certificado de 1ª Cidade Inteligente do Brasil pela ABNT;

Definição de cidade inteligente - ISO TC 268:

- Aumenta o ritmo em que proporciona resultados de sustentabilidade social, econômica e ambiental;
- Responde rapidamente a desafios como mudanças climáticas, rápido crescimento populacional e instabilidade política e econômica;
- Melhora fundamentalmente a forma como engaja a sociedade;
- Aplica métodos de liderança colaborativa;
- Trabalha em disciplinas e sistemas municipais;
- Usa informações de dados e tecnologias modernas para fornecer melhores serviços e qualidade de vida aos moradores da cidade (moradores, empresas, visitantes) agora e para o futuro previsível;
- Não admite desvantagem injusta dos outros ou degradação do ambiente natural;

- Enfrenta o desafio de respeitar as fronteiras planetárias e levar em conta as limitações que essas fronteiras impõem.
23. Compõe a Região Turística da Mantiqueira Paulista;
 24. Existência de mapa turístico e material promocional institucional impresso e digital disponível também em idioma estrangeiro;
 25. Existência de selfie point;
 26. Participação do destino em eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais fez parte, no ano anterior;
 27. Existência de órgão da administração local responsável por incentivar o desenvolvimento da cultura – Fundação Cultural Cassiano Ricardo (FCCR);
 28. Capital Estadual da Indústria Aeronáutica e Capital do Avião – Lei 17.418/2021;
 29. Universidades e centros de pesquisa com forte presença no município;
 30. Reconhecida como cidade inovadora, com a sede do Parque de Inovação Tecnológica como espaço dedicado à ciência, tecnologia, inovação e empreendedorismo, pioneiro no estado de São Paulo;
 31. Reconhecido mercado de negócios, com instalação de empresas de referência global nas áreas aeroespacial e de defesa, automotiva, química, eletrônica, óleo, gás e energia, telecomunicações, metalurgia, alimentos, centro de serviços compartilhados, entre outros;
 32. Recentemente eleita como uma das 10 melhores cidades para se empreender no Brasil, com base em dados do Ministério da Economia (em 2021);
 33. Reconhecida internacionalmente pela FDI Strategy – Foreign Direct Investments, como a terceira melhor cidade do mundo para investimento no segmento aeroespacial, e detém o título de 1º lugar no FDI Strategy – Aerospace Cities of the future in the World;
 34. Eleita a cidade com o 6º melhor custo benefício para Negócios na América Latina - FDI Intelligence | FT – Financial Times;
 35. Reconhecida em 1º lugar como a cidade mais inovadora do Brasil;
 36. Alto índice de Desenvolvimento Humano – 24º lugar no ranking de IDHM – Índice de Desenvolvimento Humano Municipal do país com 0.807;
 37. Alto índice de Geração de Riquezas (PIB) - R\$ 37,3 Bilhão;
 38. 8º lugar no Ranking do Estado de São Paulo, 19º lugar no Ranking do Brasil - 36,4 bilhões que representam 0,61% do PIB nacional - (IBGE, 2019);
 39. Alto índice de PIB Per Capita - R\$ 55.603 (IBGE 2020);
 40. Alto índice de Exportações - US\$ 3.3 Billion - (MDIC 2019);

41. Área de extensão territorial de 1.100km² com 62% de Preservação Ambiental - (IBGE);
42. São José dos Campos conta com Business Intelligence, que garante monitoramento por satélite, possibilitando análise e detecção de alterações em seu território, como supressão de vegetação, movimentação de terras e parcelamento clandestino de áreas;
43. A cidade conta com Sistemas Inteligentes de Acesso a Serviços e Informações, e os disponibiliza a sua população fixa e flutuante (visitantes), por meio das plataformas:

- Acesso Já

APP para motoristas de transporte adaptado para se conectar com seus passageiros. O cidadão recebe em km o direito do serviço ao transporte especial, conforme a necessidade.

- Saúde Na Mão SJC

Verificar consultas agendadas, desmarcar uma consulta, resultados de exames, disponibilidade de medicamentos entre outras funcionalidades.

- São José Viva

Todas as atividades oferecidas pela Prefeitura de São José dos Campos em cultura, esportes e atividades recreativas.

- 156 SJC

Permite que todo cidadão participe da gestão do município, desde a solicitação de serviços, fiscalização, reclamações, agendamentos médicos, elogios e sugestões.

- Cidade Limpa

App criado para a população denunciar pichação e destinação irregular de lixo.

- Zona Azul SJC

Facilita a compra e crédito de carga para o estacionamento rotativo de São José dos Campos.

- Ônibus na Hora SJC

Informações sobre as linhas da cidade em sua mão e em tempo real.

- Pref book

Emissão de certidões

Tempo estabelecido

Dados cadastrais imobiliários

Inscrição municipal

Débitos do imóvel

ISSQN/Taxa de licença

CND individual

Meus débitos

Consulta de débitos de imóveis

Consulta de débitos de empresas

Consulta de multas de fiscalização

Consulta de multas de trânsito em dívida ativa

Emissão de boletos para pagamento de débitos

Cadastro de imóveis/empresas

Consulta de imóveis/empresas vinculadas

Inclusão de imóveis ou empresas que estão vinculadas ao CPF

Exclusão de imóveis ou empresas que não estão vinculadas ao CPF

Meus processos

Consulta de processos abertos

Consulta do andamento dos processos

Resolução de "exigência"

Abertura de processo administrativo

- Semáforo Inteligente – Google

É a primeira cidade no mundo a ter seus semáforos inteligentes controlados a partir de informações em tempo real do Google, com tecnologia brasileira, implantada em São José a custo zero pela empresa SERTEL, por meio da Lei de Inovação aprovada em 2017.

- GeoSanja

Acesso a banco de dados geográficos do município, permite consultar e fazer download de mapas do Zoneamento e Plano Diretor, garantindo aos munícipes e investidores mais rapidez e comodidade para acessar informações;

- VLP's

São José dos Campos tem o primeiro VLP (Veículo Leve sobre Pneus) articulado 100% elétrico do país em operação. E a inovação tecnológica no sistema de pagamento está alinhada à proposta de modernização desse sistema, trazendo praticidade, comodidade e segurança para os passageiros.

- CSI – Centro de Segurança e Inteligência

O Centro de Segurança e Inteligência (CSI), criado em São José dos Campos. Basicamente, podemos destacá-lo como um sistema de monitoramento realizado 24 horas por dia por meio de ferramentas tecnológicas. Com isso, é possível captar imagens e realizar reconhecimento facial.

O projeto foi iniciado no dia 6 de abril de 2021, contando com 1.000 novas câmeras inteligentes, bem como a tecnologia de reconhecimento facial instalada em toda a cidade. O objetivo é garantir a segurança e melhor qualidade de vida para a população local.

44. São José dos Campos é líder em Segurança Pública entre as 10 maiores cidades do Estado de São Paulo;
45. São José dos Campos é a cidade mais segura do Brasil, entre os municípios, com número de habitantes cima de 500.000 (Fonte: SSP/SP e IBGE);
46. Existência de Calendário de Eventos esportivos, corporativos e culturais;
47. Disponibilidade, de serviço público de atendimento médico em emergências;
48. 24 horas com atendimento em nível de primeiros socorros, estrutura para grandes e pequenas cirurgias e cirurgias de emergência;
49. Presença de um grupamento especializado da Polícia Militar para o atendimento ao turista;
50. Presença de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
51. Existência de Defesa Civil no Destino;
52. Existência de elementos de drenagem pluvial nas áreas turísticas;
53. Evidência da limpeza pública e da conservação urbana no entorno das áreas turísticas;
54. Existência de elementos de acessibilidade em áreas turísticas, tais como calçadas com piso regular, semáforos sonoros e vagas de estacionamento exclusivas para cadeirantes e idosos;
55. Existência de um terminal rodoviário municipal e intermunicipal no destino;
56. Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas;
57. Existência de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados pelo Ministério do Turismo, com ampla cobertura no destino, em bom estado de conservação;
58. Existência de sinalização turística descritiva ou interpretativa em alguns dos atrativos do destino;
59. Existência de sinalização com mapa turístico informativo nas áreas turísticas;
60. Oferta de outros espaços para a realização de eventos – centro de conferências, espaços multifuncionais, pavilhão de feiras, salas em hotéis para eventos de pequeno/médio e grande porte;
61. Disponibilidade de acesso à internet nas unidades habitacionais na maior parte dos meios de hospedagem do destino;
62. Presença de empresas de locação de automóveis no destino;
63. Valorização e o fortalecimento da gastronomia regional por parte dos restaurantes do destino, por meio da aplicação de receitas baseadas em ingredientes típicos locais e regionais;
64. Oferta de capacitação quanto à manipulação com higiene dos alimentos para proprietários e empregados de novos estabelecimentos de alimentação por parte do governo municipal, capacitação esta obrigatória para a obtenção de alvará de funcionamento;

65. Participação frequente do empresariado local do setor de alimentação em cursos, públicos ou privados, com o objetivo de ampliar o conhecimento sobre gestão do negócio e manipulação de alimentos por meio da parceria com o programa Qualifica, com capacitações para o segmento do turismo;
66. Presença de instituições de qualificação profissional que oferecem cursos livres regulares, técnicos regulares, graduação e especialização regulares em áreas relacionadas ao turismo no Destino;
67. Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico, vista do pôr do sol no banhado e na av. Anchieta, além de todas as trilhas, picos e cachoeiras em S.F. Xavier;
68. Evidência de conservação ambiental no entorno do principal atrativo natural indicado, São Francisco Xavier;
69. Existência de sinalização turística viária e pavimentação adequada na via de acesso aos principais atrativos naturais indicados;
70. Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, dos quais foram indicados como principais os Parques Públicos da cidade;
71. Existência de eventos programados que atraem visitantes, dentre os quais foram indicados como principais as Feiras de Artesanato no Parque da Cidade, os eventos Avoando São Francisco Xavier e Seminário sobre os Muriquis e outros Primatas em São Francisco Xavier;
72. Existência de atrativos de realizações técnicas, científicas ou artísticas que atraem visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos;
73. Diversidade de equipamentos e opções de lazer no destino, tais como: shopping centers, polo gastronômico (ou concentração de bares e restaurantes), casas de espetáculos e boates, praças e parques urbanos;
74. Quiosques na Orla do Banhado que foi destinado para uso dos artesãos da cidade, onde eles podem expor e vender seus produtos, favorecendo a cultura da cidade;
75. Participação contínua em feiras e eventos do setor de turismo e de outros setores não diretamente ligados ao turismo, junto com a SETUR/SP;
76. Desenvolvimento de projetos pelo órgão gestor de turismo, em conjunto com outras secretarias, contemplando atividades relacionadas ao turismo;
77. Existência de uma instância de governança regional, que reúne 6 destinos, responsável por gerir os projetos e ações referentes à região turística da qual São José dos Campos e seus distritos fazem parte, seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo;
78. Disponibilidade de um secretário executivo com dedicação parcial à coordenação das atividades da instância de governança regional;

79. Realização de parcerias com o setor público e privado dos municípios que a instância de governança regional representa;
80. Participação do destino em eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte;
81. Presença de atividade artesanal típica;
82. Presença de tradições culturais evidentes e típicas do território do destino e da região onde o destino está inserido;
83. Existência de manifestações religiosas no destino;
84. O destino realiza eventos tradicionais, como festivale, fest dance, festa do mineiro, festa da bondade, aniversário da cidade entre outras;
85. Presença de equipamentos culturais no destino, como livrarias, centros culturais, teatro ou casa de espetáculos, biblioteca pública, estádios/ginásios esportivos, cinema e outros.
86. Existência de patrimônio artístico e histórico, registrado pelo município, que também constituem atrativos turísticos;
87. Existência de órgão da administração local responsável por incentivar o desenvolvimento da cultura – Fundação Cultural Cassiano Ricardo (FCCR);
88. Existência de uma Organização Privada que representa a Cadeia Produtiva Turística, perante o mercado, atuando na promoção do Destino e na captação de feiras e eventos;
89. Manutenção de calendário de festas tradicionais populares, por meio de ações e projetos integrados público privado;
90. Cadeia Produtiva de Hospitalidade com diversidade de padrões de equipamentos;
91. Presença de redes internacionais hoteleiras em operação na cidade;
92. Existência de instância de governança local ativa, em formato de Conselho de Turismo, dedicada ao acompanhamento da atividade turística e que realiza reuniões com periodicidade regular;
93. Existência de instância de governança turística regional – Consórcio Intermunicipal Serra da Mantiqueira – CISMA.
94. Existência de um Festival Gastronômico que ressalta a diversidade e qualidade da gastronomia joseense – Mais Gastronomia São José dos Campos.

PONTOS FRACOS

1. Subaproveitamento do potencial de diversificação turística;
2. Fraca aproximação entre o turismo de São José dos Campos e de São Francisco Xavier;
3. Atividade de turismo receptivo ainda pouco desenvolvida;
4. Possíveis impactos culturais provenientes do aumento da atividade turística;
5. Informações dispersas ao turista, poucas Centrais de Atendimento;
6. Equipamentos com potencial turístico sem aproveitamento;
7. Falta de um planejamento integrado e associado do turismo e estrutura envolvida no Turismo de forma efetiva e que atenda às necessidades da população local;
8. Necessidade de ciclovias em São Francisco Xavier;
9. Não identificação de um plano de marketing turístico;
10. Quadro técnico carece de mais profissionais técnicos e estudantes;
11. Falta de uma marca promocional turística do destino;
12. Embora haja presença, há necessidade de fortalecer a visibilidade oficial do turismo no destino e nas redes sociais;
13. Integração e divulgação da agenda oficial de eventos;
14. Grande parte dos estabelecimentos de hospedagem e alimentação não regularizados no CADASTUR;
15. Alguns atrativos fecham aos finais de semana;
16. Falta de conhecimento da própria população em relação aos atrativos e potenciais do Município para o setor do turismo;
17. Alta taxa de ISS aplicada à hotelaria, e ausência de política de incentivo fiscal ao setor hoteleiro;
18. Potencial para eventos não é devidamente explorado;
19. Ausência de Sinalização Turística nos principais pontos turísticos no distrito de São Francisco Xavier;

20. Ciclo faixas de São José dos Campos, não conectadas aos principais pontos turísticos;
21. Indisponibilidade de serviço de aluguel de bicicletas e patinetes para o turista, que ofereçam facilidades como o pagamento com cartão de crédito/débito;
22. Inexistência de totem interativo, com informações turísticas bilíngue, no Terminal Rodoviário e Aeroporto;
23. Baixa oferta de empresas de receptivo, que oferecem diversos serviços aos turistas (city tour, passeios para destinos do entorno, atividades de aventura, traslado, visitas guiadas e outros), inclusive com atendimento em idioma estrangeiro;
24. Baixa manutenção da estrutura física disponível que dispõe de centro de atendimento ao turista, informativo inclusive com QR Code;
25. Ainda não ser considerado um MIT- Município de Interesse Turístico, pelo Governo do Estado de São Paulo;
26. Ausência de parceria com INPE, ITA e CTA para realização dos roteiros tecnológicos;
27. Ausência de pesquisa periódica de demanda turística atualizada;
28. Ausência de inventário periódico turístico do município e seus distritos;
29. Não integração formal ao Consórcio Integrado dos Municípios da Mantiqueira Paulista (CISMA), o que pode impedir a participação do município e seus distritos em programas e projetos regionais;
30. Entraves da legislação para a realização de feiras e eventos, lei municipal nº 273/2003;
31. Muitos moradores em situação de rua em diversas partes da cidade;
32. Ausência de pesquisas eficazes e eficientes do setor;
33. Dificuldade de articulação entre os vários agentes que operam no mercado turístico e o setor público;

OPORTUNIDADES

1. Ampliar o desenvolvimento de cursos e treinamentos em parceria com instituições como o Sebrae, Destination São José, Sinhores, Comtur, entre outros, tanto para o trade quanto para demais interessados em entrar na atividade turística;
2. Crescente valorização de destinações com responsabilidade socioambiental;
3. Apresentação da riqueza cultural de São José dos Campos;
4. Apoiar e reforçar o turismo gastronômico apropriando-se da culinária regional, com destaque para o bolinho caipira e para o João deitado, como patrimônios;
5. Produto que traz aspectos raros e únicos no cenário nacional como os tecnológicos e aeroespaciais;
6. Ampliação dos benefícios econômicos gerados pela expectativa de mudanças de paradigma no consumo do turismo pós pandemia;
7. Novas oportunidades de geração de negócios como a ampliação da exploração de voos panorâmicos;
8. Interligação turística entre São José dos Campos e São Francisco Xavier;
9. Existência do Consórcio Intermunicipal da Serra da Mantiqueira (CISMA) que abrange a região turística da Serra da Mantiqueira como forma de seguir os princípios do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo;
10. Preocupação de todos os setores da sociedade com relação à conservação dos recursos naturais brasileiros;
11. Incentivo à produção agrícola e vinculada ao turismo para o fortalecimento e desenvolvimento do Turismo Rural;
12. Fortalecimento da comunidade local;
13. Criação de leis de incentivo ao desenvolvimento do turismo;
14. Aumento dos investimentos na captação de eventos que podem trazer maior regularidade de fluxo turístico;
15. Reforçar e divulgar amplamente a vocação para o turismo tecnológico aeroespacial;
16. Criar um slogan para o turismo no município similar ao “Bom, bom mesmo é morar em São José”;
17. Manter um calendário de Famtour para que o trade de São José se conheça e se fortaleça ainda mais, mas também para envolver operadores de outros municípios relativamente

próximos, como São Paulo, que possui grande quantidade de turistas potenciais ao município;

18. Integrar os estudantes e, por consequência, suas famílias no desenvolvimento do turismo sustentável através de ações nas escolas;
19. Estabelecer um projeto similar ao “Fique mais um dia” operacionalizado em São Paulo pela SPTuris, haja vista a capacidade do município em acolher e ofertar lazer, cultura e entretenimento aos visitantes;
20. Fomentar a criação de empresas de receptivo, que ofereçam diversos serviços aos turistas (city tour, passeios para destinos do entorno, atividades de aventura, traslado, visitas guiadas e outros), inclusive com atendimento em idioma estrangeiro;
21. Instalação de banheiros públicos próximos aos principais pontos turísticos e às Centrais de Atendimento ao Turista;
22. Aproveitar mais as oportunidades de negócio advindas das atividades de contemplação do pôr do sol, como atrações musicais, venda de artesanato, água de coco, pipoca e afins;
23. Aproveitar mais as oportunidades de negócio expressas pela existência do Parque de Inovação Tecnológica e do complexo DCTA/INPE/ Embraer, que geram interesse de visita tanto de escolas como de visitantes espontâneos e grupos;
24. Otimizar o uso às estações ferroviárias desativadas e galpões da antiga Tecelagem Parahyba;
25. Promover, em parceria com órgãos especializados, a capacitação dos condutores de montanha;
26. Apoiar e fomentar o desenvolvimento do Turismo de Observação de fauna, como por exemplo Muriquis e Aves;
27. Ampliar a participação em feiras temáticas de turismo, buscando nichos de mercado específicos;
28. Ampliação de pontos de selfie point, em especial instalação em pontos estratégicos de São Francisco Xavier;
29. Participar mais de ações regionais;
30. Fortalecimento dos roteiros existentes e ampliação de demais roteiros para São José dos Campos e São Francisco Xavier;
31. Incorporar ao corpo técnico mais turismólogos, técnicos em turismo e estudantes;
32. Elaborar e implantar projetos de Sistemas de Trilhas especiais: interpretativas, sensoriais e adaptadas;
33. Criação de roteiros integrados com as cidades que compõem a Região Turística, aproveitando-se das características do turismo de proximidade;

34. Tornar o Município um destino turístico inteligente e classificar o município como Interesse Turístico (MIT), segundo Lei nº 1.261/2015;
35. Criação de um Circuito Cultural para incentivar a vida artística, musical e gastronômica na região central de São José dos Campos, fortalecendo o comércio, os bares, as atividades de entretenimento e incentivando os artistas locais;
36. Promover a revitalização do Mercado Municipal, em parceria com os permissionários, para preservar o patrimônio histórico e promover maior atratividade para o comércio;
37. Transformar o prédio do 1º Distrito Policial, na região central, em um centro de atividades culturais e artísticas;
38. Implantar o Calendário São José Viva, com o objetivo de que o centro da cidade vire palco das mais variadas apresentações artísticas: música popular, erudita, atividades circenses, dança e outros, ao menos uma vez por mês;
39. Promover apresentações artísticas em pontos de contemplação em todas as regiões da cidade, com o Projeto - Música ao Pôr do Sol;
40. Desenvolver um projeto para a construção de um Centro de Exposição nos galpões da antiga Tecelagem Parahyba;
41. Promover melhorias no aplicativo São José Viva para facilitar o acesso online para inscrições em atividades esportivas, culturais e sociais oferecidas pela Prefeitura;
42. Desenvolvimento de um aplicativo oficial do destino – Turismo São José – Aplicativo Mobile, nos idiomas português, inglês e espanhol;
43. Promover a participação em feiras temáticas de turismo, buscando nichos de mercado específicos, com estande próprio do Destino, em âmbito nacional e internacional;
44. Desenvolver um Plano de Marketing Turístico profissional para o destino;
45. Criação de uma marca promocional de São dos Campos como Destino Turístico;
46. Realização de ações de promoção do destino, como: famtours, presstrips, entre outras;
47. Estimular e apoiar as atividades da economia criativa existentes na cidade;
48. Consolidar e incentivar o desenvolvimento dos artistas na Escola do Circo;
49. Estimular os artistas a fazerem suas artes em grafite, com curadoria;
50. Incentivar os eventos de arte, cultura, música, turismo e gastronomia no distrito de São Francisco Xavier;
51. Implantar o projeto Cinema nos Bairros;
52. Promover a continuidade ao programa Conexão Juventude para possibilitar mais atividades musicais aos jovens;
53. Ampliar o programa de arte nos bairros, dando oportunidade aos artistas de rua;

54. Promover a captação de eventos esportivos e de entretenimento, visando a otimização de uso da nova Arena de Esportes;
55. Promover a capacitação e formação de guias de turismo, por meio do Pronatec Turismo, CEPHAS ou parceria ETEC;
56. Desenvolver projeto no prédio CIA Paulista, Parque Vicentina Aranha;
57. Implantar sistema/software de gestão de turismo para monitoramento dos negócios gerados pelo trade;
58. Promover a regularização, certificação, alvarás e licenciamento de negócios do trade turístico, principalmente em São Francisco Xavier, em parceria com outras secretarias responsáveis;
59. Ampliar a divulgação do município em canais próprios de turismo;
60. Criar e implantar programa de fomentos aos segmentos de Turismo com maior potencial de desenvolvimento e consolidação;
61. Promover, em parceria com outras instituições, a capacitação para o trade nas áreas gastronômicas e hospedagem, tanto em âmbito de gestão quanto de operação;
62. Promover a implantação de CIT (Centro de Informações Turísticas) em São Francisco Xavier;
63. Formatar como produto turístico o Observatório de Estrelas, parceria com INPE e DCTA;
64. Realizar a implantação do letreiro “EU AMO SFX”;
65. Expandir o apoio a eventos e festivais culturais e gastronômicos em SFX;
66. Expandir o apoio e fomentos ao desenvolvimento do TOM (Turismo de Observação de Muriquis);
67. Criar um programa para valorização da cultura tropeira por meio de projetos que valorizem o artesanato, e em parceria com a FCCR, fomentando eventos culturais e literários na Estação Ferroviária;
68. Com base no plano de Marketing Turístico, reposicionar São José dos Campos perante a região e o país como “Hub Turístico Regional do Vale do Paraíba”;
69. Promover e implementar projeto de concessão para a gestão comercial do Aeroporto Internacional de São José dos Campos;
70. Desenvolver e implementar projeto de concessão para a gestão privada do Parque da Cidade.
71. Estimular a criação de uma linha de souvenirs do Destino;
72. Existência de Projeto Executivo do Centro de Convenções e Eventos no Parque da Cidade;
73. Retorno da operação de vôos comerciais no aeroporto do Destino.

AMEAÇAS

1. Situação econômica e política do Brasil e aprofundamento dos desequilíbrios demográficos;
2. Proximidade com outros centros de maior interesse turístico também estruturados, como o Litoral Norte;
3. Concorrência entre destinos similares com maior força de comunicação com o mercado;
4. Instabilidade das empresas para investimento em cultura;
5. Dificuldade de financiamento das redes culturais de programação e distribuição de projetos nas indústrias criativas;
6. Perda de oportunidades na atração de promotores e investimentos turísticos que foram para outras cidades;
7. Desflorestamento, risco de erosão, queimada, destruição dos recursos naturais e degradação;
8. Saída da população autóctone do centro de São Francisco Xavier para dar espaço aos estabelecimentos turísticos;
9. Descaracterização da cultura, usos e costumes locais devido ao desenvolvimento turístico;
10. Ausência de incentivos fiscais para estabelecimentos do setor;
11. Falta de continuidade das políticas públicas do setor por conta das mudanças de governo;
12. Inexistência de recursos financeiros e humanos para a implantação das ações identificadas como oportunidades;
13. Impedimentos por ordem natural, de catástrofes ambientais, sociais ou sanitárias.

CENÁRIOS E TENDÊNCIAS DO TURISMO

Foi utilizado como orientação para a análise e a definição das estratégias deste referido Plano, as Tendências e Cenários apresentados pelo Plano de Turismo SP 20-30, para o Estado de São Paulo.

A análise dos cenários, das tendências, perfil de consumo e perfil do turista contemporâneo, são fundamentais para a definição das estratégias mais assertivas para a promoção, desenvolvimento e fortalecimento do turismo na cidade e seus distritos.

CENÁRIOS DO TURISMO

- Aumento da volatilidade no âmbito econômico impõe dificuldades para tomadas de decisões de investimento, consumo e alocação de recursos em geral.
- O reposicionamento da China na cadeia de valor global: impacto na demanda de turismo por parte da classe média chinesa e asiática, em geral.
- Incertezas quanto à capacidade de recuperação econômica brasileira: revisão das expectativas quanto à anteriormente esperada retomada cíclica.
- Incertezas quanto à resiliência da dimensão econômica do turismo. Queda abrupta da demanda internacional por turismo.
- Aumento das desigualdades regionais devem melhorar a posição relativa do estado de São Paulo.
- Estado de São Paulo é ainda o eixo dinâmico da economia nacional.
- Com um ambiente global mais competitivo e diversificado, os turistas estão mais atentos à relação custo-benefício dos destinos, assim como a elementos relacionados à infraestrutura e segurança, o que acirra a competitividade internacional.
- Escassez de recursos humanos com as habilidades necessárias para lidar com as demandas do setor turístico.

SEGURANÇA SANITÁRIA

- A segurança é o novo valor ascendente do estágio pós - Corona vírus, condição indispensável para a escolha dos destinos.

- Prevalece a definição de protocolos e padrões de qualidade para a oferta, pois um turismo inseguro é um risco tanto para os turistas quanto para a comunidade anfitriã.
- Forte impacto sobre os modelos turísticos que pressupõem aglomerações de viajantes.
- Prevalecem destinos sem aglomerações, com desfrute da natureza, acomodação rural e atividades em espaços abertos.
- Em aeroportos, são implementadas medidas para evitar multidões, maior atenção com desinfecção, permanece.
- Adaptação da oferta turística, adequando -se aos novos protocolos de segurança sanitária.
- Tendência de preferência pelo turismo local e de proximidade, visando destinos que ofereçam boas medidas de segurança.
- Turista mais rigoroso e prudente, sempre levando em consideração medidas de segurança e higiene.
- Integração e coordenação com órgãos de saúde.

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

- Destinos Turísticos Inteligentes, conectados, interativos, autênticos e sustentáveis, preparados para atender a todas as etapas da jornada do turista conectado. Aumento da inovação e inteligência competitiva: novos produtos e serviços.
- Intensificação da tendência de digitalização de oferta de serviços e produtos por meio do uso de TIC – Tecnologia de Informação e Comunicação: reservas, gestão, marketing, comunicação com o cliente.
- Economia de plataforma e compartilhada definitivamente impacta o turismo de negócios no médio e longo prazo.
- As novas tecnologias oferecem ao turista maior controle no planejamento da viagem. É um turista cada vez mais conectado, experienciando e desfrutando do turismo com o auxílio de um celular ou com dispositivos conectados.
- Aumento da preocupação de indivíduos e empresas com a gestão de dados dos usuários nas TIC.
- Mudanças climáticas e a poluição do solo, das águas e do ar são uma ameaça sobre o meio ambiente e impactam nas condições de oferta turística.
- A relevância da pauta ambiental segue crescente.
- A crise sanitária enfraqueceu o modelo de turismo de massa, o que alivia a pressão ambiental.

- O Brasil possui grandes potencialidades para se desenvolver com base na valorização e produção de conhecimento a partir de seus recursos naturais.
- Fortalecimento da economia e de populações locais pelo estímulo das atividades do turismo.

DEMOGRAFIA E CULTURA

- Segurança sanitária se insere na cultura e nos costumes, tanto dos turistas quanto das comunidades anfitriãs.
- A segurança sanitária torna-se um forte argumento para a narrativa da “Turismofobia”.
- Com o aumento da expectativa de vida global, junto à diminuição da taxa de crescimento, a população mundial está em um processo de envelhecimento nas últimas décadas.
- Crise impactou a classe média global, afetando a economia do turismo.
- As novas gerações possuem expectativas e necessidades diferentes das gerações anteriores, demandando experiências turísticas mais conectadas e interativas.
- Demanda por serviços, produtos e experiências personalizadas e identitárias.

REGULAÇÃO

- Maiores restrições nas legislações de mobilidade internacional e nacional de pessoas.
- Maiores regulações sobre mobilidade e migração nacional e internacional.
- Aumento das regulações quanto à concentração de pessoas em um mesmo espaço.
- Maior regulação dos modelos de negócio da economia de plataforma que atuam e impactam o turismo.

TENDÊNCIAS DO MERCADO TURÍSTICO CONTEMPORÂNEO

TIPOLOGIA E PERFIL DO TURISTA

Para melhor compreensão das as tendências do setor turístico no Brasil e no mundo, é necessário saber quem é o turista contemporâneo, e conhecer suas características. Abaixo apresentamos a tipologia de turista, e seu perfil contemporâneo.

Tipologia de turista

Turista: é quem pratica o turismo em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a 1 (um) ano.

- Turista guiado: valoriza a organização da viagem, gosta de conviver e de emoções esperadas. Não quer ter acontecimentos inesperados, vê e visita o que lhe mostram, sendo dependente do sistema de recepção a turistas da localidade visitada.
- Turista autoguiado/autônomo: pode ou não valorizar a organização da viagem, controla e limita sua convivência e lida bem com o desconhecido: pesquisa, estuda, escolhe e toma providências para conhecer o que quer, inteiramente independente do sistema de recepção a turistas da localidade visitada.

Perfil do turista contemporâneo

- É bem informado e sabe o que busca.
- Utiliza as ferramentas de tecnologia para definir o destino e comprar serviços (transporte, hospedagem, passeios etc.).
- Tende a fazer viagens mais curtas e com mais frequência.
- Valoriza as características naturais e culturais do destino.
- É mais experiente, exigente e independente em relação à qualidade das suas escolhas.
- É mais proativo e busca experiências e vivências inovadoras.

O perfil do turista contemporâneo, a observação, análise e acompanhamento do mercado de turismo global, nos apontam algumas tendências para a orientação da formatação e promoção dos produtos turísticos de um Destino. Segue abaixo relacionadas.

- Valorização de experiências autênticas

A demanda por viagens personalizadas é cada vez maior, e muitos tendem a ver a viagem como uma “experiência de vida”, buscando uma maior imersão no local de destino.

O contato com a população local, sua cultura, artesanato e gastronomia típica são importantes para proporcionar uma experiência diferenciada. As atividades que despertam emoções serão cada vez mais procuradas. Portanto, os empreendimentos turísticos devem oferecer experiências autênticas, que encantem e emocionem os turistas.

- Segmentação do mercado

Atendimento a nichos específicos da demanda (famílias, terceira idade, escolares, casais sem filhos, executivos, aventureiros, LGBTQIA+, entre outros) e oferta de produtos turísticos segmentados (turismo rural, cultural, de aventura, esportes, negócios e eventos e outros).

A grande vantagem da segmentação é o maior conhecimento do perfil do consumidor, aliado ao conhecimento da oferta turística, que pode ser direcionada aos segmentos mais indicados de público-alvo, obtendo assim, melhores resultados.

- Influência das mídias sociais

A experiência de viagem positiva ou negativa de determinado turista no destino influencia na decisão de muitos consumidores, que são informados rapidamente por meio das mídias sociais, tais como: Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, blogs especializados em viagens, entre outras.

Os consumidores consultam as redes sociais para tomarem decisão e tendem a confiar cada vez mais em depoimentos de outros turistas, em detrimento dos anúncios pagos.

- Utilização das tecnologias móveis

A facilidade de acessar a internet por meio de telefones celulares e tablets impacta nos negócios turísticos, que devem estar atentos às ações de marketing digital. Os empreendimentos devem atentar às mudanças e aos clientes muito bem informados. Os consumidores desejam respostas rápidas, preços justos e serviços eficientes, que estejam acessíveis instantaneamente.

- Intensificação da comunicação virtual com clientes

As empresas devem utilizar as ferramentas disponíveis para comunicarem seus produtos, preços e promoções. Ao mesmo tempo, podem aproveitar para conhecer as reais necessidades de seus clientes.

- Comércio eletrônico

A internet revolucionou a distribuição dos produtos turísticos. Os turistas são mais independentes e preferem planejar e comprar suas viagens por conta própria. Sites eficientes e que permitam a interação com os consumidores são importantes ferramentas de promoção e comercialização dos produtos turísticos.

- Apreciação de aspectos locais e regionais

O processo de globalização contribuiu para a movimentação de mercadorias, empresas e pessoas. À medida que alguns produtos se tornam globalizados e disponíveis em diversas partes do mundo, os consumidores tendem a procurar e valorizar produtos mais exclusivos, com características locais e identidade própria.

Os empreendimentos turísticos devem aproveitar os recursos disponíveis na sua comunidade para mostrar as características regionais.

- Turismo sustentável

A preocupação com a promoção de iniciativas sustentáveis está cada vez mais frequente no mundo. Empresas, organizações não governamentais e governos buscam práticas e soluções que minimizem os impactos ambientais e sociais. Além das práticas ambientais, é necessário orientar os turistas para usufruir os atrativos turísticos de forma responsável, promover a valorização das

características locais, envolver e contratar funcionários da comunidade local, priorizar a compra de produtos regionais etc.

- Acessibilidade

Propiciar atividades e experiências turísticas a clientes deficientes e/ou com mobilidade reduzida é uma tendência mundial. Os atrativos turísticos devem adequar suas instalações e atividades para atendimento de pessoas com mobilidade reduzida, além de deficientes físicos, auditivos, visuais e mentais.

PRINCIPAL TENDÊNCIA

Todos os aspectos apontados são relevantes, entretanto, devemos considerar que a grande tendência mundial no turismo é a oferta de experiências e vivências, somadas as facilidades de deslocamento e ao acesso à informação, o turista moderno busca produtos autênticos, sabores locais, situações inusitadas, enfim, experiências exclusivas. Ele deseja participar das atividades, conhecer a fundo as histórias daquele local e ser mais do que expectador.

Turistas do mundo todo desejam “viajar para destinos onde, mais do que visitar e contemplar, fosse possível também sentir, viver, emocionar-se e ser personagem da sua própria viagem.” (OMT, 1997).

A colocação da OMT - Organização Mundial do Turismo de 1997 continua atual, e este desafio é que imprime a competitividade entre os Destinos Turísticos. Portanto é fundamental descrever o que é uma experiência turística, e apresentar alguns exemplos.

Experiência

Experiência é o conhecimento adquirido pela prática ou observação. Para oferecer experiência turística é necessário superar os aspectos triviais e convencionais do turismo receptivo, como propiciar a encenação de atores para contar história de determinado local turístico. Além do aspecto lúdico e prazeroso, o turista tem a oportunidade de aprofundar seus conhecimentos, interagir e experimentar uma situação que fica marcada por muito tempo.

Entendemos como vivência a prática que propicia a participação do turista em encenações, rotinas, lidas, cultos religiosos, oficinas ou atividades que sejam atípicas ou incomuns. Portanto, são as situações em que o turista realmente participa, se envolve e interage. Ele é mais do que um expectador. Um exemplo comum é a participação em oficina culinária, que faz parte da visita ao atrativo turístico rural.

Abaixo alguns exemplos de experiências e vivências, que podem ser oferecidas nos atrativos turísticos:

- Dramatizações para contar uma história, um acontecimento, uma lenda.
- Apresentações de grupos culturais (teatro, música e dança) e folclóricos.
- Gastronomia típica para degustação e participação de oficinas culinárias.
- Reprodução de “atmosfera, ambiente e cenário”, tornando determinado local com características temáticas.
- Oficinas (culinária, cerâmica, vinho, cachaça, artesanato, pintura, queijo, pães, bolos e muitas outras).
- Rotina: participação de plantio ou colheita de produtos, cuidados com animais e preparo de refeições ou prato típico.

- Aprendizado: determinada dança típica ou um hobby, como curso de fotografia, náutico, literatura, arquitetura, artes, entre muitos outros.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

O presente instrumento de planejamento estratégico ancora-se nos objetivos, a missão, visão e valores, definidos em oficinas com ampla participação dos atores da Cadeia de Valor do Turismo local e norteadoras do Plano Diretor de Turismo Sustentável de São José dos Campos – 2022, apresentado abaixo.

OBJETIVO GERAL

Promover apoio ao desenvolvimento turístico sustentável do município de São José dos Campos objetivando a consolidação do município e do distrito de São Francisco Xavier como destinos turísticos de relevância da região da Mantiqueira Paulista, contribuir com o aumento da competitividade no cenário nacional e internacional e a geração de trabalho, renda e oportunidades para os residentes locais.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer as relações e promover a articulação do Poder Público, com o trade turístico e demais atores na gestão e governança das atividades turísticas desenvolvidas em São José dos Campos e São Francisco Xavier;
- Apoiar a expansão de segmentos turísticos já consolidados, como o Turismo Ecológico, Gastronômico, Cultural, Esportivo, de Aventura e de Negócios e Eventos, com a elaboração de projetos, ações e atividades voltadas para o uso sustentável e a contemplação das belezas e recursos naturais do município;
- Fomentar e apoiar os segmentos turísticos com potencial para o desenvolvimento econômico, como é o caso do turismo ecológico e cultural, por meio de programas de incentivo e ações para consolidação;
- Incentivar as práticas do turismo sustentável a partir da formulação de políticas ambientais e de preservação, que tenham como objetivo maior o uso consciente e responsável dos recursos turísticos do município;
- Estruturar e divulgar roteiros e campanhas de marketing dos atrativos turísticos do município e proporcionar o incremento no fluxo de turistas de maneira articulada a essas ações de marketing;
- Prover melhorias à infraestrutura urbana e serviços básicos de modo a beneficiar a população local e atender adequadamente turistas e visitantes;
- Estimular o desenvolvimento de ações voltadas ao turismo de base comunitária, com estratégias e programas de capacitação para que a comunidade local participe ativamente do setor do turismo;

- Sistematizar, atualizar e disponibilizar os dados referentes aos inventários dos atrativos e infraestruturas turísticas;
- Institucionalizar a política municipal de desenvolvimento turístico em São José dos Campos.

MISSÃO

“Pensar, planejar e empreender o turismo de maneira coletiva, desenvolvendo as atividades do setor com vistas às dimensões ambiental, econômica e social, promovendo o desenvolvimento do município e seus distritos por meio de políticas públicas que assegurem a qualidade de vida da população, satisfação dos visitantes e preservação do patrimônio cultural e natural de São José dos Campos e de São Francisco Xavier.” – Plano Diretor de Turismo Sustentável de São José dos Campos

VISÃO

“Promover o desenvolvimento do destino turístico pautado no reconhecimento de suas práticas de responsabilidade socioambiental, conservação do patrimônio cultural e natural e sustentabilidade, de modo a destacá-lo no mercado turístico nacional e internacional. – Plano Diretor de Turismo Sustentável de São José dos Campos

ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO PARA O TURISMO

A delimitação das estratégias juntamente com os objetivos compõe, em termos propositivos, o conteúdo estruturante na orientação do fortalecimento do mercado turístico local, e são as linhas condutoras que propõem o processo de transformação do destino, tendo em vista a vocação turística a ser trabalhada em busca do aumento da capacidade competitiva de São José dos Campos, São Francisco Xavier, Eugênio de Melo e seu potencial.

EIXOS ESTRATÉGICOS

INOVAÇÃO

Incorporação da inovação por meio da disseminação de conhecimento, novas tecnologias e desenvolvimento de talentos na cadeia de valor do turismo, proporcionando experiências únicas advindas de produtos e serviços turísticos de qualidade que impulsionem a competitividade do destino frente aos mercados regional, nacional e internacional.

COMPETITIVIDADE

Foco na qualidade do destino a partir da criação e incremento do valor agregado dos produtos, equipamentos e serviços turísticos oferecidos, visando a busca incessante pelo seu melhor desempenho, geração de novos negócios e posicionamento de mercado, assim como pela sua sustentabilidade econômica e geração de emprego e renda.

SEGURANÇA

Turismo saudável, responsável, e seguro, promovendo medidas de prevenção, vigilância e controle, assim como a preservação não só da integridade física e do bem estar dos visitantes como dos residentes e trabalhadores.

Ser um dos destinos turísticos mais desejados nacional e internacionalmente, diversificado, tecnológico, inovador e competitivo, contribuindo decisivamente com a formação de uma nova imagem para São José dos Campos e seus distritos.

SUSTENTABILIDADE

Posicionamento do turismo como uma atividade econômica ecologicamente correta, socialmente justa, economicamente viável e culturalmente diversa.

INCLUSÃO E ACESSIBILIDADE

Atividade turística livre de barreiras que garanta a inclusão e acessibilidade das pessoas em toda a oferta e demanda do destino.

CRIATIVIDADE E EXPERIÊNCIA

Proporcionar experiências inspiradoras, criativas e únicas que estimulem a visitação.

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

As diretrizes estratégicas adotadas para a elaboração deste plano, acompanha a visão atual do Plano de Turismo SP 20-30, que dialoga e expande a visão dos componentes turísticos orientados pelo PRODETUR (Programa de Desenvolvimento do Turismo – Mtur), base também utilizada pelo PDT – Plano Diretor de Turismo Sustentável de SJC, abaixo apresentados.

DIRETRIZ I – PLANEJAMENTO E GESTÃO

DIRETRIZ II – GOVERNANÇA PARTICIPATIVA E COLABORATIVA

DIRETRIZ III – INTELIGÊNCIA E INOVAÇÃO

DIRETRIZ IV – FORTALECIMENTO LOCAL E REGIONAL

COMPONENTE – (1) PRODUTO TURÍSTICO

COMPONENTE – (2) COMERCIALIZAÇÃO

COMPONENTE – (3) INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS

COMPONENTE – (4) FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

COMPONENTE – (5) GESTÃO SÓCIO AMBIENTAL

Tabela 1 - Diretrizes e Componentes Estratégicos - Plano Estratégico Turístico SJC

DIRETRIZES		COMPONENTES TURÍSTICOS				
		PRODUTO TURÍSTICO	COMERCIALIZAÇÃO	INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS	FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL	GESTÃO SÓCIO AMBIENTAL
I	PLANEJAMENTO E GESTÃO	X	X	X	X	X
II	GOVERNANÇA PARTICIPATIVA E COLABORATIVA				X	X
III	INTELIGÊNCIA E INOVAÇÃO	X	X			
IV	FORTALECIMENTO LOCAL E REGIONAL	X	X		X	

ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS

Os atrativos turísticos constituem a oferta turística diferencial de uma determinada região turística, pois são responsáveis por promover os fluxos turísticos.

O consumidor escolhe o destino que irá visitar, em função da experiência turística que esse destino oferece. Ele primeiro decide se deseja praticar atividades de aventura ou vivenciar atividades rurais, ou ainda, visitar monumentos históricos e culturais etc., entre as inúmeras possibilidades. Na sequência, ele opta pelo destino turístico que proporcione as atividades e experiências escolhidas.



Figura 2 – Ciclo da Experiência do Turista. Sebrae-SP

Para melhor análise, seleção e definição dos atrativos turísticos âncoras que darão sustentação ao posicionamento de São José dos Campos e seus distritos como Destino Turístico, é fundamental o alinhamento conceitual quanto as definições de: atrativos turísticos, recursos turísticos, oferta turística diferencial, oferta turística técnica e a classificação dos atrativos turísticos.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

É o recurso natural ou cultural formatado em negócio, que atende todas as especificações necessárias para comercialização e recepção de turistas, com responsabilidade social, ambiental e cultural.

Os atrativos turísticos funcionam como a “mola propulsora” que leva as pessoas a viajarem. Quando chegam ao destino, elas consomem diversos produtos e serviços turísticos e todo o sistema produtivo do turismo receptivo é acionado. O turista utiliza serviços dos meios de hospedagem (hotéis, pousadas, flats etc.), meios de alimentação fora do lar restaurantes, lanchonetes, bares, padarias, sorveterias), agências de turismo receptivo (passeios, transfers e outros serviços), dentre outros serviços oferecidos no destino.

RECURSOS TURÍSTICOS

O recurso turístico pode ser de origem natural ou cultural e estar localizado em propriedades públicas e/ou privadas. Sua capacidade de atrair turistas, em nível regional, nacional e/ou internacional, determinará a possibilidade de se constituir em negócio, ou seja, de ser formatado em atrativo turístico.

Recurso Turístico é qualquer manifestação da natureza ou da cultura que tenha capacidade de atrair turistas e possa servir de “matéria-prima” para a formatação de um atrativo turístico (negócio).

O conjunto de recursos turísticos é que determina a identidade e a vocação turística da localidade, indicando possibilidades de constituição de negócios e das tipologias de turismo que podem ser implementadas e consolidadas.

A diferença entre atrativo turístico e recurso turístico é que o primeiro está formatado como negócio, enquanto que o segundo tem potencial para ser transformado em produto, podendo receber interferências, para então, ser comercializado e usufruído pelos turistas. Abaixo compartilhamos alguns exemplos de recursos turísticos:

- Propriedades privadas ou públicas com ocorrências naturais, tais como rios, cachoeiras, mata, cavernas, trilhas, lagos etc.
- Propriedades privadas ou públicas com ocorrências culturais, como monumentos, edificações, patrimônio histórico-culturais, atividades produtivas etc.
- Manifestações culturais como artes cênicas, música, artesanato, folclore, gastronomia, literatura, tradições, usos e costumes, entre muitas outras.

O recurso turístico, para se transformar em atrativo turístico, deve receber intervenções no que se refere a infraestrutura, gestão, segurança, promoção e comercialização, que os tornam um produto comercializável.

OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIAL

São os atrativos turísticos naturais e culturais, responsáveis pela escolha do turista por determinado destino, ou seja, é aquilo que atrai o fluxo turístico, que motiva a viagem.

Um determinado circuito ou roteiro turístico consegue se diferenciar dos demais por meio de seus atrativos turísticos, que constituem a oferta turística diferencial, pois possuem características naturais e culturais próprias, que determinam a identidade do destino no mercado.

OFERTA TURÍSTICA TÉCNICA

São os equipamentos e serviços existentes em uma determinada localidade, como as infraestruturas básica e turística.

A oferta turística técnica é composta pelos equipamentos e serviços existentes no destino, que dão suporte para o desenvolvimento da atividade turística, como: meios de hospedagem, meios de alimentação fora do lar, agências de turismo receptivo, manifestações culturais, artesanato, serviços de apoio ao turista, entre outros.

Assim, o desenvolvimento do destino turístico depende da oferta turística diferencial, que tem capacidade de atrair os turistas, e também, da oferta turística técnica, uma vez que os serviços complementares são essenciais para recepção e permanência dos visitantes na localidade.

IMPORTÂNCIA DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS

O bom funcionamento do sistema produtivo do turismo depende da oferta turística diferencial e da oferta turística técnica. Porém, a oferta turística diferencial é decisiva para atrair os turistas e iniciar a “engrenagem” que movimenta esse sistema.

As características do conjunto de atrativos turísticos influenciam diretamente na identidade e vocação turística do destino (turismo rural, cultural, de aventura, de natureza, entre outros), indicando possibilidades de constituição de negócios e das tipologias de turismo que podem ser implementadas e consolidadas.

É a partir da oferta de atrativos turísticos formatados que o destino vai se posicionar no mercado e captar o fluxo turístico.

Assim, as características dos atrativos naturais e/ou culturais, a qualidade das atividades e experiências oferecidas, a gestão, promoção e comercialização desses empreendimentos são determinantes para o desenvolvimento e nível de competitividade do destino.

CLASSIFICAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS

Os atrativos turísticos podem ser classificados em duas categorias: atrativo turístico natural e atrativo turístico cultural. Confira as definições no quadro a seguir.

Tabela 2 - Classificação dos Produtos Turísticos Atrativos

Categoria	Definição
Atrativo Turístico Natural	Recurso natural formatado em negócio e que atende todas as especificações necessárias para a comercialização e recepção de turistas.
Atrativo Turístico Cultural	Recurso cultural formatado em negócio e que atende todas as especificações necessárias para a comercialização e recepção de turistas.

Fonte: Sebrae - SP

Nos quadros a seguir, apresentamos alguns exemplos de atrativo turístico natural ou cultural, para facilitar o entendimento.

Quadro 1 - Exemplo de Produtos Turísticos Atrativos Naturais

Exemplo	Conceito
Mirante	O local deve ter horário de funcionamento, podendo-se ou não cobrar ingresso ou taxa de manutenção. Deve apresentar estrutura mínima para estacionamento, local para contemplação da paisagem com painéis interpretativos e sinalização turística. Pode ou não ter agregado: ponto de venda de produtos artesanais, <i>souvenirs</i> e meios de alimentação. Deve oferecer sanitários masculino e feminino.
Atividades de aventura	Sempre propiciam o contato com a natureza e podem ser oferecidas na água (canoagem, rafting, boia cross, acqua-rider, mergulho, vela, windsurf) no ar (ultraleve, asa delta, paraquedismo, skysurf, base jump, balonismo) ou na terra (caminhada, montanhismo, bungee-jump, canyoning, espeleologia, ciclismo, mountain biking, cavalgada, arvorismo, sandboard, off-road). Deve haver horário de funcionamento e atendimento, regras para sua realização, monitores para recepção e operação das atividades, normas de segurança, equipamentos, local para explanação da atividade, avaliação física do visitante ou turista, além, é claro, de infraestrutura física que atenda às especificações da atividade.

Unidade de conservação (parques estaduais e nacionais)	Superfícies de terra ou mar, com características peculiares e de importância ambiental/ecológica, que possuem normas especiais de proteção determinadas por lei, com visitação autorizada, sob condições especiais, para propósitos educativos, culturais e recreativos, com estruturas específicas para práticas dessas atividades (centros de recepção, trilhas, centros interpretativos, pontos de contemplação etc.).
Pesque e pague	Estabelecimento que dispõe de tanques e lagos onde são criadas espécies de peixes para exploração comercial da pesca amadora. Pode ter outros itens como: meios de alimentação, ponto de venda de apetrechos para pesca, bar, restaurante, redário e outros equipamentos.
Fazenda histórico-turística	Propriedade rural que explora um conjunto de atividades turísticas comprometidas com a história local, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural.
Fazenda agroturística	Propriedade rural que explora um conjunto de atividades turísticas comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural.
Economuseu	Tipo de museu que inclui diversas alternativas de atividades e mostruário. São instituições que articulam uma empresa artesanal com um museu, nas quais o “patrimônio ganha vida”. Combinam economia e cultura e representam uma associação entre museologia e a empresa artesanal. O autofinanciamento é um elemento-chave no seu funcionamento.
Museu ao ar livre	Reconstitui ambientes e paisagens do passado. A expressão ao ar livre faz menção também à apresentação e manutenção das unidades produtivas em seu ambiente próprio, obedecendo a uma orientação ecológica, na medida em que o acervo se encontra integrado ao seu local de origem, cercado inclusive, por seu ambiente natural.

Quadro 2 - Exemplo de Produtos Turísticos Atrativos Culturais

Exemplo	Conceito
Centro Cultural	Espaço cultural onde acontecem diversas apresentações, mostras artísticas e culturais.
Museu	Local que reúne coleções de objetos de arte, cultura, ciências naturais, etnologia, história, técnica etc. Tem como finalidade o estudo, a educação e a apreciação desses aspectos relativos a um povo ou seu ambiente.

Parque Temático	Parque de diversão com características peculiares, que remontam a um ou mais temas. É com base no tema que são definidas a arquitetura, paisagem, personagens, brinquedos, apresentações, serviços de alimentação e vendas de mercadoria.
Feira permanente de arte ou artesanato	Espaço que concentra grande quantidade de artistas ou artesãos, com técnicas e matérias-primas homogêneas ou heterogêneas.

OUTROS CONCEITOS IMPORTANTES

PONTOS TURÍSTICOS

Pontos turísticos são locais de visitação turística com relevância cultural e/ou natural, mas que não apresentam condições para a instalação de estrutura de negócio, oferecendo somente possibilidade de contemplação.

Exemplos: estátuas, praças, fachadas de casarões, monumentos, marcos históricos, obeliscos, mirantes, paisagens etc.

Eles não são comercializados, mas podem complementar a oferta turística diferencial de determinada localidade, agregando valor aos passeios e roteiros turísticos.

Os pontos turísticos não são entendidos como negócios, pois normalmente não oferecem atividades, lazer, experiências etc., apesar de estarem abertos ao público e contribuírem com o fluxo turístico da localidade.

Os roteiros turísticos são formados pela composição de atrativos e podem ser autoguiados ou oferecidos por agências de turismo receptivo ou profissionais especializados.

ROTEIRO TURÍSTICO

Encadeamento, com organização lógica e ordenada, dos atrativos turísticos existentes em determinado circuito turístico, com a intenção de facilitar a utilização pelo mercado consumidor (demanda), tanto pelo público autoguiado como também, servir de subsídio para a formatação de passeios a serem comercializados por agências de turismo receptivo.

Os roteiros são elaborados de acordo com a oferta dos atrativos turísticos, respeitando a vocação do destino. Por exemplo, se existem diversos atrativos relacionados com turismo de natureza, pode-se elaborar um Roteiro Ecológico.

CIRCUITO TURÍSTICO

Conjunto de recursos e/ou atrativos turísticos, distribuído em um espaço geográfico determinado (que apresenta vários eixos de deslocamento, permitindo diversos itinerários), que deem identidade peculiar e diferenciada ao local.

Pode organizar-se formalmente por meio de consórcios ou outras formas associativas. A existência de circuitos turísticos conduz à formatação de produtos turísticos atrativos e de roteiros, facilitando assim, o acesso da região a mercados consumidores.

Dessa forma, é necessário que os gestores de atrativos turísticos públicos e privados compreendam a importância de aprimorar e implementar melhorias nos seus empreendimentos, visando o sucesso de seus negócios e contribuindo para o posicionamento do destino no mercado.

Os atrativos turísticos são essenciais para a formatação de roteiros e circuitos turísticos, afinal, eles compõem a oferta turística diferencial de determinado destino. Portanto, a qualidade e diversidade desses empreendimentos, bem como as atividades de lazer e experiências oferecidos aos visitantes, são determinantes para o seu sucesso e, conseqüentemente, influenciam na competitividade do destino no mercado turístico.

No caso dos atrativos turísticos, a competitividade está diretamente relacionada às melhorias na sua estrutura física, ao aprimoramento dos profissionais e também dos procedimentos operacionais e, principalmente, aos processos de gestão, promoção e comercialização.

Baseado nos conceitos acima descritos e no ranking estruturado pelo PDT – Plano Diretor de Turismo Sustentável de São José dos Campos - SP, apresentamos na sequência os Atrativos e Pontos Turísticos de São José dos Campos e São Francisco Xavier, organizados em Tipos e Categorias.

PRODUTO TURÍSTICO

Segundo Valls (1996), mencionado em Ignarra (2003), o produto turístico apresenta-se como um aglomerado, um amálgama, um grupo de elementos tangíveis e intangíveis em particular. Entre os tangíveis estão os bens, os recursos, as infraestruturas e os equipamentos; entre os intangíveis estão os serviços, a gestão, a imagem da marca e o preço.

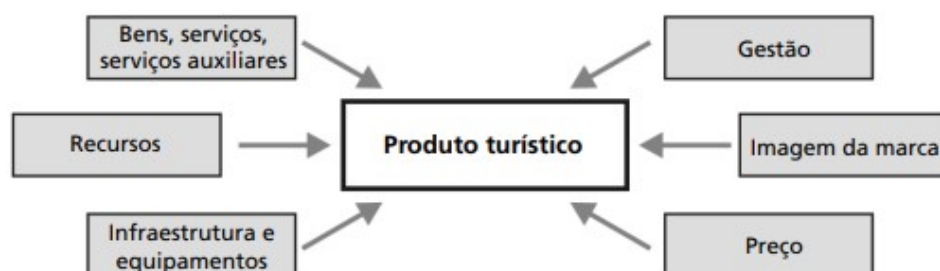


Figura 3 – Elementos de um Produto Turístico. Fonte Ignarra,

O produto turístico pode ser considerado, então, um conjunto de elementos que os turistas consomem, experimentam, observam e apreciam durante a realização da viagem turística.

O produto turístico se realiza, de acordo com Sessa (1983), por meio de uma série de atividades e serviços relativos à hospedagem, à alimentação, aos transportes, à aquisição de produtos locais como artesanatos e à indústria do vestuário ou de transformação, bem como a visitas a atrativos naturais e locais de lazer e entretenimento.

Esse conglomerado de atividades, quando integrado dentro de um espaço geográfico, permite, segundo Sessa (1983), a construção do produto turístico final. Desse modo, os bens naturais e culturais tornam-se bens diretamente produtivos, participando do processo geral de expansão da economia.

Tabela 3 - Atrativos e Pontos Turísticos de SJC

Posição Ranking - PDT	Atrativo	Tipo	Categoria
1º	Igreja São Benedito	Ponto Turístico	Cultural
2º	Museu de Arte Sacra	Atrativo Turístico	Cultural
3º	Igreja Matriz	Ponto Turístico	Cultural
4º	Mirante Avenida Anchieta	Ponto Turístico	Natural
5º	Parque de Inovação Tecnológica	Atrativo Turístico	Cultural
6º	MAB	Atrativo Turístico	Cultural
7º	INPE/DCTA/ITA	Atrativo Turístico	Cultural
8º	Mercado Municipal	Atrativo Turístico	Cultural
9º	Museu do Esporte	Atrativo Turístico	Cultural
10º	Tecelagem Parahyba	Ponto Turístico	Cultural
11º	Mirante do Banhado	Ponto Turístico	Natural
12º	Parque da Cidade	Atrativo Turístico	Natural
13º	Parque Santos Dumont	Atrativo Turístico	Natural
14º	Parque Vicentina Aranha	Atrativo Turístico	Natural

15º	Praça Tori	Ponto Turístico	Natural
16º	Faculdade de Teologia	Atrativo Turístico	Cultural
17º	Parque Alberto Simões	Atrativo Turístico	Natural
18º	Museu Interativo de Ciências	Atrativo Turístico	Cultural
19º	Pôr do Sol (pontos estratégicos - Anchieta, Vista Linda, Banhado, Univap e Jardim das Indústrias)	Ponto Turístico	Natural
20º	Observatório Univap	Atrativo Turístico	Cultural
21º	Embraer	Atrativo Turístico	Cultural
22º	Parque Ribeirão Vermelho	Atrativo Turístico	Natural
23º	Economia Criativa (Festivais e Eventos)	Atrativo Turístico	Cultural
24º	Feira de Artesanato	Atrativo Turístico	Cultural
25º	Centro da Juventude	Atrativo Turístico	Cultural
26º	Estação Ferroviária Vila Maria	Ponto Turístico	Cultural
27º	Teatro/Complexo (Fechado)	Atrativo Turístico	Cultural
28º	Praça Afonso Pena	Ponto Turístico	Cultural
29º	Estação Ferroviária Eugênio de Melo	Ponto Turístico	Cultural
30º	Horto Florestal	Atrativo Turístico	Natural
31º	Castelo Torrão de Ouro	Atrativo Turístico	Cultural
32º	Jequitibá Rosa	Ponto Turístico	Natural
33º	Cruzeiro/Torre Vanguarda	Ponto Turístico	Cultural
34º	Voos pela cidade	Atrativo Turístico	Cultural
35º	Museu Municipal	Atrativo Turístico	Cultural
36º	Arquivo Municipal (fechado temporariamente)	Atrativo Turístico	Cultural
37º	Réplica da Casa de Santos Dumont	Atrativo Turístico	Cultural

Turismo de Negócios	Tipo de Turismo
Cicloturismo	Tipo de Turismo

Fonte: Plano Diretor de Turismo Sustentável SJC. Adaptado para Plano Estratégico Turístico de SJC. Aquarius Consulting

Tabela 4 - Atrativos e Pontos Turísticos de SFX

Posição Ranking - PDT	Atrativo	Tipo	Categoria
1º	Associação de Produtores/Feira	Atrativo Turístico	Cultural
2º	Mirante da Pedra São Francisco (Porquinho)	Atrativo Turístico	Natural
4º	Centro Gastronômico	Atrativo Turístico	Cultural
5º	Cachoeira Pedro David	Atrativo Turístico	Natural
6º	Trilha Toca do Muriqui	Ponto Turístico	Natural
9º	Feira de produtos da terra	Atrativo Turístico	Cultural
10º	Cachoeira do Roncador (área particular)	Atrativo Turístico	Natural
12º	Queixo D'Anta	Ponto Turístico	Natural
14º	Parque Municipal	Atrativo Turístico	Natural
15º	Espaço Garden Margarida	Atrativo Turístico	Natural
17º	Lavandário Narayan	Atrativo Turístico	Natural
18º	Pico da Onça	Ponto Turístico	Natural

19º	João de Barro	Produto Turístico	Cultural
20º	NEO (Armazém e Restô)	Produto Turístico	Cultural
21º	Quintal da Prosa	Produto Turístico	Cultural
22º	Cachoeira das Couves	Ponto Turístico	Natural
23º	Trilhas e Cachoeiras (Fazenda Gaia)	Ponto Turístico	Natural
24º	Pesqueiro Pantanal	Atrativo Turístico	Natural
25º	Serra das Águas Restaurante e Trutaria	Atrativo Turístico	Natural
26º	Cachoeira Poço de Ouro	Ponto Turístico	Natural
28º	SP 50 Bier (cervejaria)	Atrativo Turístico	Cultural
29º	O Claudês (gastronomia)	Equipamento Gastronômico	Cultural
30º	A Soberana (Comida regional)	Equipamento Gastronômico	Cultural
32º	Pedra Vermelha	Ponto Turístico	Natural
33º	Edificações (casarão, igreja)	Patrimônio Arquitetônico	Cultural
34º	Viola	Patrimônio Imaterial	Cultural
35º	Trilha e Rampa UHF	Equipamento Esportivo	Cultural
36º	Catira	Patrimônio Imaterial	Cultural

3º	Temporada de Inverno	Evento > Estação	Cultural
7º	Festa/Festival Literário	Evento Cultural	
8º	Festa dos Tropeiros	Evento Cultural	
11º	Observação de Aves	Tipo de Turismo	
13º	Travessia Monte Verde	Atividade Turística	Natural
16º	Festas de bairro (festas religiosas)	Evento Cultural Religioso	
27º	Turismo Religioso	Tipo de Turismo	
31º	Cicloturismo	Atividade Esportiva	
	Cavalgada	Atividade Esportiva	

Fonte: Plano Diretor de Turismo Sustentável de SJC. Adaptado para Plano Estratégico Turístico de SJC. Aquarius Consulting

Tabela 5 - Classificação de Atrações - São José dos Campos - SJC SP

	Atrações	Tipo	Categoria
1	Museu de Arte Sacra	Atrativo Turístico	Cultural
2	Parque de Inovação Tecnológica	Atrativo Turístico	Cultural
3	MAB	Atrativo Turístico	Cultural
4	INPE/DCTA/ITA	Atrativo Turístico	Cultural
5	Mercado Municipal	Atrativo Turístico	Cultural
6	Museu do Esporte	Atrativo Turístico	Cultural
7	Parque da Cidade	Atrativo Turístico	Natural
8	Parque Santos Dumont	Atrativo Turístico	Natural
9	Parque Vicentina Aranha	Atrativo Turístico	Natural
10	Parque Alberto Simões	Atrativo Turístico	Natural
11	Museu Interativo de Ciências	Atrativo Turístico	Cultural
12	Faculdade de Teologia	Atrativo Turístico	Cultural
13	Observatório Univap	Atrativo Turístico	Cultural
14	Embraer	Atrativo Turístico	Cultural
15	Parque Ribeirão Vermelho	Atrativo Turístico	Natural
16	Economia Criativa (Festivais e Eventos)	Atrativo Turístico	Cultural
17	Feira de Artesanato	Atrativo Turístico	Cultural
18	Centro da Juventude	Atrativo Turístico	Cultural
19	Teatro/Complexo (Fechado)	Atrativo Turístico	Cultural
20	Horto Florestal	Atrativo Turístico	Natural
21	Castelo Torrão de Ouro	Atrativo Turístico	Cultural
22	Museu Municipal	Atrativo Turístico	Cultural
23	Arquivo Municipal (fechado temporariamente)	Atrativo Turístico	Cultural
24	Réplica da Casa de Santos Dumont	Atrativo Turístico	Cultural
1	Igreja São Benedito	Ponto Turístico	Cultural
2	Igreja Matriz	Ponto Turístico	Cultural
3	Mirante da Anchieta	Ponto Turístico	Natural
4	Tecelagem Parahyba	Ponto Turístico	Cultural
5	Mirante do Banhado	Ponto Turístico	Natural
6	Praça Tori	Ponto Turístico	Natural
7	Pôr do Sol (pontos estratégicos – Anchieta e Banhado)	Ponto Turístico	Natural
8	Estação Ferroviária Vila Maria	Ponto Turístico	Cultural
9	Praça Afonso Pena	Ponto Turístico	Cultural
10	Estação Ferroviária Eugênio de Melo	Ponto Turístico	Cultural
11	Jequitibá Rosa	Ponto Turístico	Natural
12	Cruzeiro/Torre Vanguarda	Ponto Turístico	Cultural
1	Voos pela cidade	Produto Turístico	Cultural
1	Turismo de Negócios	Tipo de Turismo	
2	Cicloturismo	Tipo de Turismo	

Fonte: Plano Diretor de Turismo Sustentável SJC. Adaptado para Planejamento Estratégico Turístico de SJC. Aquarius Consulting

Tabela 6 - Classificação de Atrações - São Francisco Xavier - SJC SP

	Atrações	Tipo	Categoria
1	Associação de Produtores/Feira	Atrativo Turístico	Cultural
2	Centro Gastronômico	Atrativo Turístico	Cultural
3	Cachoeira Pedro David	Atrativo Turístico	Natural
4	Feira de produtos da terra	Atrativo Turístico	Cultural
5	Cachoeira do Roncador (área particular)	Atrativo Turístico	Natural
6	Parque Municipal	Atrativo Turístico	Natural
7	Pesqueiro Pantanal	Atrativo Turístico	Natural
8	Serra das Águas Restaurante e Trutaria	Atrativo Turístico	Natural
9	SP 50 Bier (cervejaria)	Atrativo Turístico	Cultural
10	Lavandário Narayan	Atrativo Turístico	Natural
11	Espaço Garden Margarida	Atrativo Turístico	Natural
1	Mirante da Pedra São Francisco (Porquinho)	Ponto Turístico	Natural
2	Trilha Toca do Muriqui	Ponto Turístico	Natural
3	Queixo D'Anta	Ponto Turístico	Natural
4	Pico da Onça	Ponto Turístico	Natural
5	Pouso do Rochedo (área particular)	Ponto Turístico	Natural
6	Cachoeira das Couves	Ponto Turístico	Natural
7	Trilhas e Cachoeiras (Fazenda Gaia)	Ponto Turístico	Natural
8	Cachoeira Poço de Ouro	Ponto Turístico	Natural
9	Pedra Vermelha	Ponto Turístico	Natural
1	Temporada de Inverno	Evento > Estação	
2	Festa/Festival Literário	Evento Cultural	
3	Festa dos Tropeiros	Evento Cultural	
4	Festas de bairro (festas religiosas) Turismo Religioso	Evento Cultural	
1	Travessia Monte Verde	Atividade Turística	Natural
2	Cavalgada	Atividade Turística	Natural
1	João de Barro	Produto Turístico	Cultural
2	NEO (Armazém e restô)	Produto Turístico	Cultural
3	Quintal da Prosa	Produto Turístico	Cultural
4	O Claudês (gastronomia)	Produto Turístico	Cultural
5	A Soberana (Comida regional)	Produto Turístico	Cultural
6	Trilha e Rampa UHF	Produto Turístico	Cultural
1	Cicloturismo	Tipo de Turismo	
2	Observação de Aves	Tipo de Turismo	
1	Edificações (casarão, igreja)	Patrimônio Arquitetônico	Cultural
2	Viola	Patrimônio Imaterial	Cultural
3	Catira	Patrimônio Imaterial	Cultural

Fonte: Plano Diretor de Turismo Sustentável de SJC. Adaptado para Plano Estratégico Turístico de SJC. Aquarius Consulting

VALORAÇÃO PONDERADA DOS PRODUTOS TURÍSTICOS

Definir claramente os tipos de produtos atuais e potenciais da área turística com base nos diversos elementos relacionados à análise do mercado tem como objetivo identificar os produtos capazes de motivar fluxos de turistas para o destino.

Portanto, os elementos centrais que compõem ou podem compor a identidade turística de São José dos Campos e São Francisco Xavier, foram agrupados de forma a orientar a política pública, foco da elaboração do presente instrumento, sem desconsiderar que a realidade é dinâmica.

Destaca-se ainda que diversos outros segmentos foram considerados nesta abordagem, porém apresenta-se aqui o relatório consolidado, seguindo as orientações de direcionamento do mercado de modo a impulsionar a atividade de curto, médio e longo prazo e não pulverizar investimentos, tornando os incapazes de fortalecer a identidade turística da área.

LINHAS DE PRODUTOS

Os elementos centrais que compõem ou podem compor a identidade turística de São José dos Campos e seus respectivos distritos, estão representados nas seis linhas de produtos sugeridas.

- (1) “DESTINO DE EVENTOS & NEGÓCIOS” - SJC
- (2) “DESTINO DOS PARQUES URBANOS” - SJC
- (3) “DESTINO CULTURAL E CRIATIVO” – SJC e SFX
- (4) “DESTINO DE CONHECIMENTO E INOVAÇÃO” - SJC
- (5) “DESTINO DE NATUREZA – ECOLÓGICO E RURAL” – SJC e SFX
- (6) “DESTINO DOS ESPORTES E AVENTURA” – SJC e SFX

Os produtos foram priorizados seguindo as orientações de direcionamento do mercado de modo a impulsionar a atividade de curto, médio e longo prazo e não pulverizar investimentos, tornando os incapazes de fortalecer a identidade turística da área.

ESTRATÉGIA DE ORIENTAÇÃO DE MERCADO

As linhas de produtos da área turística de São José dos Campos e seus distritos sugeridas por este plano seguem a definição estratégica de orientação de mercado, uma vez que devem direcionar a proposição de projetos e ações de maneira específica, dando foco ao alcance dos objetivos do plano e à efetivação do posicionamento de mercado desejado.

Ao buscar a integração conforme orientações conceituais do Ministério do Turismo e da Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, os quais definem diferentes segmentos do turismo, e de acordo com as características e elementos centrais das 6 linhas de produtos sugeridas, as mesmas relacionam-se com treze segmentos distintos, conforme conceitos já apresentados acima, e relacionados a seguir:

- Turismo de Negócios e Eventos
- Turismo de Lazer
- Turismo Gastronômico
- Turismo de Contemplação / Birdwatching
- Turismo de Aventura
- Turismo Ecológico / Ecoturismo
- Turismo Cultural
- Turismo de Esportes
- Turismo de Estudos e Intercâmbio
- Turismo Rural
- Turismo Rural na Agricultura Familiar
- Turismo Sustentável
- Turismo Responsável

Os Tipos de Turismo abaixo descritos, também foram identificados, entretanto, ou foram absorvidos dentro de uma das 6 linhas de produtos estruturadas, ou serão contemplados na próxima etapa de desenvolvimento de produtos.

- Turismo de Consumo ou de Compras; Turismo de Bem Estar; Turismo Cívico; Turismo de Saúde e Turismo Médico Hospitalar.

LINHAS DE PRODUTOS DA ÁREA TURÍSTICA DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS - SP E SEUS DISTRITOS:

(1) “DESTINO DE EVENTOS & NEGÓCIOS”

Em relação à linha de produto “Destino de Eventos e Negócios”, São José dos Campos é capaz de sediar eventos de diversos segmentos, perfis e portes, e apresenta grande potencial de incremento, que pode ser melhor explorado no cenário regional, estadual, nacional e internacional.

(2) “DESTINO DOS PARQUES URBANOS”

A segunda linha de produtos turísticos, traz os parques urbanos do destino, que dinamizam o processo identitário da cidade, conformando, ao mesmo tempo, ambientes naturais protegidos e ícones da história e cultura da cidade.

(3) “DESTINO CULTURAL E CRIATIVO”

Esta linha de produtos já possui diversos recursos que conferem um grande potencial para a atração de fluxos de visitantes tanto para o mercado interno, quanto externo. A indústria criativa de São José dos Campos é qualificada, diversificada e reconhecida. A cidade foi eleita a capital da cultura do estado de São Paulo, e integrar e embalar esta oferta como um produto turístico, é imperativo.

As atrações e eventos culturais, alguns já consolidados – como o Festival, um dos principais Festivais de Teatro do Brasil – e outros eventos que vêm adquirindo importância nos cenários regional nacional, possuem grande potencial de ampliação e consolidação.

A possibilidade de ampliação desses eventos e a criação de outros semelhantes, no sentido de fortalecer o calendário cultural anual da cidade e de seus distritos depende, em grande parte, de prepará-los para o mercado turístico, melhorando as campanhas de marketing para públicos específicos e as condições de recepção dos visitantes.

(4) “DESTINO DE CONHECIMENTO E INOVAÇÃO”

Esta linha de produto desponta como potencial de mercado em São José dos Campos, uma vez que o destino apresenta diversidade de instituições de ensino, ciência e tecnologia que se destacam pela inovação em algumas áreas do conhecimento e, por isso, proporcionam a troca de experiências entre alunos, pesquisadores e profissionais das áreas diversas de produção de conhecimento.

Fator positivo que torna esses elementos uma linha de produto com potencial de desenvolvimento é a proximidade geográfica desses centros de estudos e tecnologia, da mesma forma com o parque tecnológico e algumas indústrias instaladas na cidade, formando um aglomerado de instituições que configuram uma referência em tecnologia e inovação.

Conhecida por sua vocação tecnológica e de pesquisa e pelo grande parque industrial, a cidade possui também um patrimônio arquitetônico singular, forjado durante décadas, com um acervo de obras e edificações, dos mais criativos arquitetos e paisagistas do Brasil, como Oscar Niemeyer, Rino Levi, Roberto Burle Marx, Carlos Barjás Millán, Rosendo Mourão, entre outros.

O conjunto destes elementos conformam um cenário propenso para a estruturação de produtos voltados para o turismo técnico-científico por meio de visitas de estudo e intercâmbio.

(5) “DESTINO DE NATUREZA – ECOLÓGICO E RURAL”

Esta linha de produto possui recursos relevantes que comprovam um grande potencial para a formação de produtos turísticos voltados para o público nacional e até internacional.

Tais recursos são conformados pelos atrativos naturais e rurais já formatados em São José dos Campos e em São Francisco Xavier, e outros que ainda estão em fase de formatação, com potencial de ampliação, uma vez que o destino conta com agências e operadoras especializadas qualificadas, portanto a criação de campanhas de marketing para públicos específicos, e a qualificação da recepção turística dirigida a este nicho de visitantes é fundamental.

(6) “DESTINO DOS ESPORTES E AVENTURA”

Esta linha de produto desponta com grande potencial de mercado em São José dos Campos, uma vez que o Destino apresenta equipamentos esportivos de ponta, aptos a sediar grandes eventos, com destaque para a nova Arena Multiuso, equipamento inovador e diferenciado, o Estádio Martins Pereira, as quadras de Beach Tênis, entre outros. Além do próprio planejamento urbano da cidade que convida a práticas esportivas.

A existência da prática de atividades de aventura, como rapel, cascading, arborismo, off road, em São Francisco Xavier e São José dos Campos, também mostram o potencial desta linha de produto.

Esses elementos apresentados de forma integrada, impulsionarão o turismo de esportes e aventura, prospectando novos negócios e eventos, fortalecendo as diversas iniciativas que já ocorrem na cidade, porém de maneira isolada e independente.

Tabela 7 - Linha de Produtos – Caracterização

LINHA DE PRODUTO		CARACTERIZAÇÃO
1	DESTINO DE EVENTOS E NEGÓCIOS	Otimização da infraestrutura instalada, ampliação e organização do mercado já existente.
2	DESTINO DOS PARQUES URBANOS	Formado por um conjunto socioambiental e cultural que se diferencia em relação a outros Destinos.
3	DESTINO CULTURAL E CRIATIVO	Oferta de eventos profissionais em diversas áreas da cultura, e da economia criativa em geral.
4	DESTINO DE CONHECIMENTO E INOVAÇÃO	Composto pelo conjunto de instituições e centros de ensino de tecnologia e inovação.
5	DESTINO DE NATUREZA - ECOLÓGICO E RURAL	Interpretação e interação sustentável com o patrimônio natural e cultural rural.
6	DESTINO DOS ESPORTES	Atividades relacionadas a prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas e de aventura.

ELEMENTOS CENTRAIS DO MERCADO TURÍSTICO E LINHAS DE PRODUTOS

Tabela 8 – Elementos Centrais do Mercado Turístico

LINHAS DE PRODUTO	ELEMENTOS CENTRAIS
(1) DESTINO DE EVENTOS E NEGÓCIOS	Eventos Corporativos e Técnico/Científicos Equipamentos de Feiras e Convenções Compras Relações Institucionais - Público e Privado Qualidade de Vida e Excelente Infraestrutura
(2) DESTINO DOS PARQUES URBANOS	Concentração de Parques Atividades e Eventos Culturais nos Parques Parque como Referência Urbano- Ambiental
(3) DESTINO CULTURAL E CRIATIVO	Eventos Culturais de Interesse Turístico Festivais Gastronômicos Feiras Especiais de Época Eventos Comemorativos Produção e Referência Artística Cultural - FCCR Equipamentos e Edificações Culturais Economia Criativa
(4) DESTINO DE CONHECIMENTO E INOVAÇÃO	Intercâmbio Universidades e Institutos Visitas Técnicas Indústrias - CIESP Parque Tecnológico DCTA – Departamento de Ciência e Tecnologia Aeroespacial Planejamento Urbano Mobilidade e Transporte Urbano
(5) DESTINO DE NATUREZA - ECOLÓGICO E RURAL	Atividades de Aventura Atividades de Ecoturismo Atividades de Contemplação (Birdwatching) Atividades de Turismo Rural Atividades de Turismo Rural na Agricultura Familiar Atividades ligadas a Produção Associada ao Turismo
(6) DESTINO DE ESPORTES E AVENTURA	Equipamentos Esportivos de Ponta Planejamento Urbano Eventos Esportivos Amadores e Profissionais Qualidade de Vida e Excelente Infraestrutura Ambiente Natural

Tabela 9 – Indicadores do Mercado Turístico e Interface com as Linhas de Produtos de São José dos Campos.

INDICADORES DO MERCADO TURÍSTICO		Destino de Eventos e Negócios	Destino dos Parques Urbanos	Destino Cultural e Criativo	Destino do Conhecimento e Inovação	Destino de Natureza - Ecológico e Rural	Destino dos Esportes e Aventura
1	(condição/adequação dos atrativos/recursos turísticos de interesse cultural)						
2	(condição/adequação dos atrativos/recursos turísticos de interesse ambiental)						
3	(equipamentos e serviços de hospedagem)						
4	(equipamentos e serviços de alimentação)						
5	(equipamentos e serviços de animação e lazer)						
6	(operadores de receptivo)						
7	(equipamentos e serviços de informação turístico)						
8	(equipamentos e serviços de eventos)						

PLANO ESTRATÉGICO DE AÇÃO

O plano de ação ou plano de investimentos para o setor, tem como substância o arranjo turístico proposto nas “estratégias de desenvolvimento”, traduzido em intervenções pontuais que, de modo integrado e complementar, visam impulsionar a atividade turística de São José dos Campos, São Francisco Xavier e Eugênio de Melo, como destino capaz de utilizar a atividade como fator de desenvolvimento socioeconômico local, regional e estadual.

Para o alcance deste objetivo, vale destacar a necessidade de integração entre os órgãos da Prefeitura Municipal de São José dos Campos, bem como a mobilização da iniciativa privada no alinhamento dos investimentos realizados pelo poder público aos investimentos privados.

Por fim, cabe ressaltar que a construção deste plano dialoga com o Plano Diretor de Turismo Sustentável de São José dos Campos, São Francisco Xavier e Eugênio de Melo, que foi elaborado de forma participativa com o COMTUR (Conselho Municipal de Turismo de São José dos Campos), objetivando alinhar os conteúdos propostos, e ampliar a visão, objetivando orientar o processo de implementação das ações propostas.

ESTRATÉGIAS

- COMPONENTE (1) PRODUTO TURÍSTICO

Consolidar a linha Cidade dos Negócios e Eventos por meio do fortalecimento das ações de captação, ampliação da capacidade de realização de eventos, qualificação dos espaços existentes com foco principal nos congressos e convenções, elaboração e implementação de projetos especiais das áreas de influência dos equipamentos de eventos de médio e grande porte e integração com as linhas de produto prioritárias.

Aprimorar e ampliar a oferta de produtos turísticos por meio da qualificação dos produtos existentes, do incentivo à inovação, da criação de novos produtos e integração dos mesmos em torno das linhas prioritárias.

Integrar o patrimônio cultural municipal às linhas de produtos turísticos por meio da inclusão dos bens socioambientais qualificados nas narrativas de interpretação do patrimônio.

Promover a qualificação dos equipamentos e serviços turísticos e o incentivo a novos investimentos, a fim de alcançar a excelência dos serviços prestados.

- COMPONENTE (2) COMERCIALIZAÇÃO

Ampliar os canais de comunicação, distribuição e promoção dos produtos turísticos por meio de ações de fortalecimento dos canais diretos e indiretos de comercialização.

Sensibilizar a população para a valorização dos bens socioambientais da cidade, bem como a iniciativa privada no sentido de investir, qualificar e adotar práticas sustentáveis nas atividades turísticas, por meio de parcerias público-privadas e público-público, campanhas promocionais e ações pedagógicas.

- COMPONENTE (3) INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS

Qualificar a infraestrutura e os serviços público de rede comunicação promovendo a ampliação do acesso a informação nos pontos de interesse turístico.

Promover a ampliação da oferta e a constante inovação dos sistemas de transporte urbano, qualificando a mobilidade e a acessibilidade no destino e consolidando a imagem de São José dos Campos como cidade de referência em qualidade de vida, sustentabilidade e mobilidade urbana.

Fortalecer o aproveitamento dos parques urbanos no desenvolvimento do turismo por meio da qualificação das: condições ambientais relativas à qualidade da água e armazenamento de resíduos sólidos, melhoria das condições de acesso e estacionamento, promoção de atividades culturais, esportivas e de lazer complementares.

Investir na qualificação da sinalização turística, disponibilizando informações bilíngues e sinalização interpretativa, com destaque para: o planejamento da sinalização nas vias de acesso à área, aos roteiros turísticos prioritários e aos atrativos turísticos, naturais e culturais, bem como no imobiliário e os equipamentos do sistema de transporte urbano.

- COMPONENTE (4) FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

Qualificar os processos participativos desenvolvidos no Conselho Municipal de Turismo de São José dos Campos, com o desenvolvimento de ações que promovam a incidência desta instância de governança na formulação e acompanhamento das políticas públicas de turismo.

Promover o fortalecimento institucional do Departamento de Turismo de São José dos Campos e a qualificação da sua capacidade administrativa, por meio da consolidação do seu quadro técnico.

Estruturar uma política de incentivos para o investimento privado no setor turístico, criando novos instrumentos que viabilizem o alinhamento entre as iniciativas do trade turístico e as políticas públicas para o desenvolvimento da atividade.

Aprimorar a articulação interinstitucional dos diversos órgãos da administração pública municipal, proporcionando a inclusão do órgão oficial de turismo nos processos de formulação de políticas públicas, de planejamento e de gestão compartilhada dos atrativos, bem como de eventos e ações culturais.

- COMPONENTE (5) GESTÃO AMBIENTAL

Qualificar e valorizar o ambiente natural, por meio da ampliação da proteção ambiental, recuperação de áreas degradadas e integração ao produto turístico, a fim de melhorar as condições do ambiente urbano, qualidade de vida dos moradores e turistas e uso sustentável.

Promover a instrumentalização da avaliação da qualidade ambiental, por meio da instituição de mecanismos de planejamento, sistematização da informação e a consolidação de indicadores de uso compartilhado da gestão e acesso público, a fim de avançar no monitoramento e na avaliação ambiental.

AÇÕES GERAIS

A partir das análises realizadas no diagnóstico, as quais orientaram a formulação das estratégias de desenvolvimento e o posicionamento de mercado desejado, apresenta-se a seguir as ações e projetos relativos aos componentes turísticos no âmbito do PRODETUR. Sendo essas classificadas como:

1. Fortalecimento da Gestão Pública e/ou Privada e Qualificação da Estrutura de Apoio, ações as quais devem ser objeto de priorização de curto e médio prazo por serem projetos que promoverá a instrumentalização da gestão do turismo, e suporte da capacidade de ampliação do fluxo turístico.
2. Desenvolvimento de Mercado, ações focadas no aprimoramento de produtos já disponíveis no mercado, que são portadores de uma estrutura básica de desenvolvimento, sendo sua qualificação objeto de priorização para intensificar o desenvolvimento da atividade.
3. Desenvolvimento de Produto, projetos que visam o desenvolvimento de produtos ainda incipientes no mercado, que necessitam de estruturação para a composição da oferta turística, são portanto as ações a serem trabalhadas no médio e longo prazo.

PLANO DE AÇÃO

Componente (1) - Produto Turístico. ANEXO 1

Componente (2) - Comercialização. ANEXO 2

Componente (3) – Infraestrutura e Serviços. ANEXO 3

Componente (4) – Gestão Institucional. ANEXO 4

Componente (5) – Gestão Socioambiental. ANEXO 5

CRONOGRAMA EXECUTIVO

O Cronograma Executivo do presente instrumento, foi elaborado segundo a classificação orientada pela metodologia do PRODETUR, apresentada no quadro abaixo:

Quadro 3 – Classificação de Ações e Prazo. Elaborado por Aquarius Consulting

CLASSIFICAÇÃO	PRAZO		
	CURTO	MÉDIO	LONGO
Fortalecimento da Gestão Pública e/ou Privada e Qualificação da Estrutura de Apoio	X	X	
Desenvolvimento de Mercado	X		
Desenvolvimento de Produto		X	X

Anexo 6 – Cronograma Executivo Estratégico Integrado – Físico – Financeiro

CONTROLE E MONITORAMENTO ESTRATÉGICO

Ações e projetos de uma visão geral de processo de mudança, exigem um marco de referência com necessária solidez metodológica que permita produzir um número adequado e necessário de dados básicos e indicadores. Com esta base de dados, será possível estabelecer critérios que orientem a seleção, análise e definição de prioridades, demandas e ofertas associadas às capacidades institucionais, relacionadas aos recursos técnicos, financeiros e de pessoas.

O uso de uma metodologia de monitoramento que permita realizar o acompanhamento e avaliação das estratégias e do grau de alcance dos objetivos estratégicos definidos, em termos de eficiência, eficácia e efetividade são fundamentais.

Dessa forma, o Plano deverá ser monitorado com base nos objetivos estratégicos sugeridos e nos compromissos assumidos pelos diferentes responsáveis pelas estratégias, após sua validação.

Os mecanismos de avaliação e monitoramento do plano terão como objetivo acompanhar o impacto e desempenho das ações implementadas, e se basearão nos seguintes índices:

- 1) Mensuração da atividade do setor do turismo, sob o ponto de vista da oferta, emprego e ocupação hoteleira local;
- 2) Mensuração da demanda turística internacional e doméstica em termo de sua quantificação e caracterização;
- 3) Mensuração dos impactos das atividades turísticas em termos econômicos, ambientais e sociais;
- 4) Mensuração da atividade do setor de turismo nos âmbitos territoriais de ações desenvolvidas pelo Planejamento Estratégico e pelo PDT – Plano Diretor de Turismo Sustentável de SJC.

Todo processo de planejamento demanda a utilização de sistemas e mecanismos que permitam avaliar a implantação das ações planejadas, a eficácia dos resultados esperados e o impacto das políticas públicas para o desenvolvimento de determinado setor. Nesse sentido, ao Plano Estratégico Turístico de São José dos Campos, propõe um conjunto de mecanismos que permitem monitorar a execução das ações planejadas, bem como dimensionar seus reflexos na qualificação da atividade turística da área turística de São José dos Campos e seus distritos.

Os sistemas de análise e monitoramento das políticas públicas devem responder ao problema fundamental da adequação das ações planejadas em relação aos objetivos estabelecidos. Assim, considerando ser o objetivo geral deste Plano “Promover apoio ao desenvolvimento turístico sustentável do município de São José dos Campos, objetivando a consolidação do município e do distrito de São Francisco Xavier como destinos turísticos de relevância da região da Mantiqueira Paulista, o aumento da competitividade no cenário nacional e internacional e a geração de

trabalho, renda e oportunidades para os residentes locais”, os mecanismos de monitoramento deverão conduzir a aferição da evolução das ações e políticas para a consecução deste escopo mais amplo.

Além desta forma de avaliação, denominada de “avaliação-diagnóstico”, que cumpre o papel de avaliar a eficácia e a eficiência das ações em relação aos objetivos pretendidos, há que se citar a necessidade de fixar mecanismos que contribuam para a chamada “avaliação-controle”. Essa segunda modalidade de avaliação da política pública dirige-se à verificação da condução da implementação das ações, tanto em relação ao cumprimento do cronograma estabelecido quanto em relação à forma de execução, indicando-se, inclusive, eventuais readequações da proposta original para a obtenção de melhores resultados no desenvolvimento da atividade turística.

Finalmente, é preciso mencionar que a aferição acima deve ocorrer periodicamente, durante todo o período de execução do Plano, e não apenas ao final de sua execução. Para que isso seja possível, é necessário estabelecer competências, fluxos e instrumentos de avaliação, além das fontes de informação e dos procedimentos de análise das informações. Os indicadores, cuja finalidade “é traduzir, de forma mensurável, um determinado aspecto da realidade dada (situação social) ou construída (ação), de maneira a tornar operacional sua observação e avaliação”, tornam-se componentes indispensáveis ao monitoramento da política pública.

Com esse foco, a sugestão para a avaliação e o acompanhamento do Plano Estratégico Turístico e o Plano Diretor de Turismo Sustentável de São José dos Campos, seja feita a partir de dois conjuntos de indicadores que correspondem aos “Indicadores de Resultados das Ações” e aos “Indicadores de Impacto”.

Os indicadores de resultados dizem respeito ao conjunto de parâmetros estabelecidos para verificação dos efeitos esperados em cada ação. Foram estabelecidos quando da elaboração do Plano de Ação, sendo fixados individualmente a cada uma das ações programadas para os diversos componentes que integram este plano.

O acompanhamento da implementação das ações, bem como do êxito de seu desenvolvimento deverá ser realizado por Câmaras Técnicas, que devem ser instituídas em conjunto com o Departamento de Turismo de São José dos Campos e COMTUR – Conselho Municipal de Turismo, com periodicidade de seis meses, de acordo com a afinidade temática da ação em relação às Linhas de Produto sugeridas neste documento.

Assim, a Ação 4.1, denominada “Incentivo e Incremento do Arranjo Institucional”, apresenta-se como ação condicionante de todas as demais, pois não apenas se coloca como instrumento de fortalecimento da Gestão institucional como também constitui parte fundamental do Sistema de Acompanhamento e Avaliação do próprio plano.

Desta forma, uma vez instaladas as Câmaras Técnicas das respectivas Linhas de Produtos – “Câmara Técnica: Destino de Eventos e Negócios”; “Câmara Técnica: Destinos dos Parques Urbanos”, “Câmara Técnica: Destino Cultural e Criativo”, “Câmara Técnica: Destino do Conhecimento e Inovação”, “Câmara Técnica Destino de Natureza – Ecológico e Rural” e “Câmara Técnica: Destino dos Esportes e Aventura” serão essas as responsáveis pelo acompanhamento das ações pertinentes a cada uma das temáticas.

O acompanhamento da execução das ações deverá ser realizado, considerando a priorização de ações indicadas no Plano de Ação, o Cronograma Executivo Estratégico Integrado, presente neste documento, bem como na Matriz de Investimento a ser elaborada pelo Departamento de Turismo de São José dos Campos, responsável pela execução do projeto.

O resultado da análise e acompanhamento, deverá ser registrado em ata de reunião, que servirá de subsídio para a produção de um documento único, com a compilação dos resultados parciais da execução de todas as Linhas de Produto, denominado de “Relatório de Acompanhamento do Plano Estratégico Turístico de São José dos Campos”.

Esse Relatório deverá ser submetido semestralmente ao Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, caracterizando momento participativo do Sistema de Acompanhamento com a apresentação dos resultados parciais aos Conselheiros Municipais e consulta em relação a possíveis adequações. Em todos os casos, as adequações e propostas advindas do COMTUR deverão alinhar-se ao posicionamento de mercado estabelecido neste Plano, bem como às estratégias fixadas no Plano de Marketing que será objeto de projeto específico.

VALIDAÇÃO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

A partir dos aspectos apontados no diagnóstico, e a base metodológica alinhada com o Plano SP 20-30, o destino é capaz de desenvolver a atividade turística, priorizando os elementos centrais para a delimitação das estratégias de desenvolvimento.

Localizada em um eixo estratégico no cenário brasileiro, entre Rio de Janeiro e São Paulo, e próxima a capital do estado, o maior polo emissor de turistas no Brasil, o que confere ao Destino grande potencial sob a perspectiva de atração dessa demanda para consumir os produtos turísticos locais.

A cidade e seus distritos são conhecidos pela boa qualidade de vida e por sua singularidade em relação a outras cidades do país, contando com uma história de planejamento urbano, preservação ambiental, desenvolvimento socioeconômico, tecnológico e inovação que resultou em uma configuração urbana própria.

A imagem identitária da cidade, instituída em consonância com o processo de planejamento, configura-se como um importante elemento de atração de visitantes, interessados em atividades de negócios, lazer, cultura e eventos de caráter múltiplos, produzindo um diferencial em relação a outros destinos do país.

Além dessas características, São José dos Campos apresenta significativa oferta de equipamentos e serviços turísticos, elementos que, complementares à oferta de atrativos, são peças importantes para o funcionamento da atividade turística e compõem fatores relevantes no processo de decisão e escolha da cidade como destino turístico.

Apresenta setor hoteleiro diversificado e qualificado com valores médios de diária, inferior às capitais que atuam em segmentos de mercado alvo similares, o que gera um diferencial competitivo para o mercado econômico e turístico.

O visitante, mesmo motivado por alguma razão específica, busca cada vez mais destinos com oferta de atividades diversificadas e com qualidade na experiência proporcionada, caracterizando o perfil de uma demanda emergente.

Nesse cenário, São José dos Campos apresenta elementos que podem se constituir como produtos turísticos a serem ofertados ao público que busca contato com a natureza, diversão, cultura e momentos de lazer, para além da oferta de equipamentos e serviços voltados a realização de eventos, feiras e convenções, dos mais diversos segmentos.

O potencial para o incremento do mercado M.I.C.E. – Meeting ((Encontros), Incentives (Incentivos), Conferences (Conferências) and Exhibition (Feiras) é muito grande, e o reconhecimento do destino como provedor de serviços e equipamentos de qualidade nesse segmento, em muito acelerará o aumento dos índices de captações nacionais e internacionais de eventos.

Além dos elementos já apresentados, São José dos Campos possui características geográficas, urbanísticas, científicas, empresariais e econômicas que conformam um cenário de destaque no mercado turístico, apresentando vantagens competitivas em relação a destinos concorrentes, principalmente sob o ponto de vista das linhas de produto identificadas como prioritárias e complementares.

São José dos Campos é a primeira Smart City do Brasil, o 6º melhor ambiente de negócios da América Latina, a 5ª maior cidade do estado de São Paulo, eleita pela 3ª vez a Capital Cultural do Estado de São Paulo. Concentra uma ampla e diversa cadeia industrial de empresas nacionais e internacionais, oportunizando a geração de negócios e eventos corporativos relacionados a esses setores da economia.

Esse amplo conjunto de elementos configura-se em importantes vantagens competitivas e está perfeitamente alinhado as características de um Destino Turístico Inteligente, que de acordo com o Segittur (Sociedade estatal espanhola que tem atividades dedicadas à gestão da inovação e tecnologias turísticas é - “Destino Turístico Inteligente – destino turístico inovador, consolidado sobre infraestrutura tecnológica de vanguarda, que garanta o desenvolvimento sustentável do território turístico. Acessível a todos, facilita a interação e a integração do visitante com o meio ambiente e melhora a qualidade de sua experiência no destino”.

Portanto, a localidade possui todas as características e condições para o desenvolvimento da atividade turística em São José dos Campos, que se bem planejada e gerenciada, promoverá o aumento do fluxo turístico local, da geração de emprego e renda, do resgate e valorização da cultural e patrimônio local, ou seja, uma grande e significativa Cadeia de Valor que o Turismo promove.

Por fim, considerando todos os aspectos aqui tratados é possível concluir que São José dos Campos é uma área turística relevante e, por isso, entende-se como pertinente e adequada a elaboração do atual plano estratégico de turismo. Com base nos objetivos e análises realizadas, as Estratégias e Plano de Ações, deste presente plano e as que constam no PDT – Plano Diretor de Turismo Sustentável poderão impulsionar o fluxo de visitantes à cidade e seus distritos, por consequência às regiões vizinhas, aproveitando os fatores socioambientais, políticos e econômicos que caracterizam a cidade, bem como pelos diversos elementos turísticos destacados.

FIGURAS, TABELAS E QUADROS

FIGURAS

Figura 1 – SWOT Adaptado de Tarapanoff,2001.

Figura 2 – Ciclo da Experiência do Turista. Sebrae-SP

Figura 3 – Elementos de um Produto Turístico. Fonte Ignarra, 2003.

QUADROS

Quadro 1 - Exemplo de Produtos Turísticos Atrativos Naturais

Quadro 2 - Exemplo de Produtos Turísticos Atrativos Culturais

Quadro 3 – Classificação de Ações e Prazo

TABELA

Tabela 1 - Diretrizes e Componentes Estratégicos - Plano Estratégico Turístico SJC 2022

Tabela 2 - Classificação dos Produtos Turísticos Atrativos

Tabela 3 - Atrativos e Pontos Turísticos de SJC

Tabela 4 - Atrativos e Pontos Turísticos de SFX

Tabela 5 – Classificação de Atrações de SJC

Tabela 6 – Classificação de Atrações de SFX - SJC

Tabela 7 - Linha de Produtos – Caracterização

Tabela 8 – Elementos Centrais do Mercado Turístico

Tabela 9 – Indicadores do Mercado Turístico e Interface com as Linhas de Produtos de São José dos Campos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Decreto nº 7.381, de 2 de dezembro de 2010. Regulamenta a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, e dá outras providências. Brasília/DF, set 2010. Disponível em: Acesso em: 16 abr. 2018.

Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. Brasília, DF, set 2008. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm>. Acesso em: 19 mar. 2018.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Anuário Estatístico de Turismo: 2021, volume 48, ano base 2020, abr. 2022.

Conceitos Básicos e Apoio à Comercialização de Produtos Segmentados. Ministério do Turismo. [Brasília]: O ministério: Florianópolis: SEAD/UFSC, 2009.

Estruturação de produtos turísticos. Ministério do Turismo. [Brasília]: O ministério: Florianópolis: SEAD/UFSC, 2009.

Guia Turismo e Sustentabilidade. Brasília: Ministério do Turismo, 2016.

Manual para o desenvolvimento e a integração de atividades turísticas com foco na produção associada. Brasília: Ministério do Turismo, 2011.

Plano Nacional de Turismo 2018-2022. Brasília: Ministério do Turismo, 2018.

Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: ação municipal para a Regionalização do Turismo. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: diretrizes políticas. Brasília: Ministério do Turismo, 2004.

Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: formação de redes. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: módulo operacional 2 – Mobilização. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: módulo operacional 3 – Institucionalização da Instância de Governança Regional. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: módulo operacional 4 – Elaboração de Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: módulo operacional 6 – Sistema de Informações Turísticas do Programa. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: módulo operacional 8 – Promoção e Apoio à Comercialização. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

Segmentação do turismo e o mercado. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

Segmentação do Turismo: marcos conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

Turismo Acessível: Introdução a uma Viagem de Inclusão. Volume I. Brasília: Ministério do Turismo, 2009.

Turismo Cultural: orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

Turismo de Aventura: orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

Turismo de Negócios e Eventos: orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

Turismo Rural: orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO, FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Plano Estratégico de Estatísticas Turísticas Nacionais. Brasília: MTur, FGV, 2015.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO, MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. Caminhos do Brasil Rural: agricultura familiar, turismo e produtos associados. Brasília: Ministério do Turismo; Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2008

Portaria nº 313, de 3 de dezembro de 2013. Define o Mapa do Turismo Brasileiro e dá outras providências. Brasília, DF, dez 2013.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. Administração Estratégica na prática: a competitividade para administrar o futuro. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

COSTA, E. A. da. Gestão estratégica: da empresa que temos para a empresa que queremos. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

TARAPANOFF, K. (Org.). Inteligência Organizacional e Competitiva. Brasília: Ed da UnB, 2001.

Sebrae-SP. Manual de orientação para a construção, estruturação e implementação de projetos da Célula de Negócios em Turismo, Cultura e Artesanato. São Paulo: SEBRAE, 2008.

Termo de Referência para Atuação no Turismo Receptivo. São Paulo: SEBRAE, 2010.

Sebrae - Turismo no Brasil: Termo de Referência para Atuação do Sistema SEBRAE. Brasília : SEBRAE, 2010.

<https://www.gazetasp.com.br/estado/regiao-do-vale-do-paraiba-ganha-23-mil-novos-habitantes-em-2021/1094917/>

<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados>

[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f9265cb312addf856c540d7fe73edf8e/\\$File/SP_cadernodeatrativosturisticos1_16.pdf.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f9265cb312addf856c540d7fe73edf8e/$File/SP_cadernodeatrativosturisticos1_16.pdf.pdf)

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.html

IGNARRA, Luiz Renato. Fundamentos do turismo, 2. ed. rev. e amp. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

VALLS, Josep Francesc. Las claves del mercado turístico. Como competir em el nuevo entorno. Bilbao: Deusto, 1996.

TURISMO SP 20-30. Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo do Estado de São Paulo. Out, 2020.

Plano Estratégico Turístico de São José dos Campos SP

ANEXO 1						
PLANO DE AÇÃO - PRODUTO TURÍSTICO						
COMPONENTE	NOME DA AÇÃO	OBJETIVO	LINHA DE PRODUTO	CLASSIFICAÇÃO	FONTE	PRAZO
PRODUTO TURÍSTICO	1.1 - Atualização do Inventário Turístico.	Instrumentalizar o poder público municipal por meio do levantamento, organização e registro atualizado e dinâmico, dos recursos, atrativos, equipamentos e serviços relacionados diretamente e indiretamente com a atividade turística.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	Recursos contemplados no Cronograma Financeiro do PDT - Ação 8	CURTO
PRODUTO TURÍSTICO	1.2 - Atualização da Pesquisa de Demanda Turística.	Munir as iniciativas pública e privada com informações estratégicas para a getaão estratégica e tomada de decisões.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	Recursos contemplados no Cronograma Financeiro do PDT - Ação 8	CURTO
PRODUTO TURÍSTICO	1.3 - Desenvolvimento da Agenda Oficial de Eventos.	Desenvolver um sistema que concentre as informações dos Eventos e atrações turísticas da cidade e com atualização dinâmica.	Destino de Eventos e Negócios Destino Cultural e Criativo	Desenvolvimento de Produto	Recursos contemplados no Cronograma Financeiro do PDT - Ação 4	CURTO
PRODUTO TURÍSTICO	1.4 - Promover a integração das Atividades da Economia Criativa existentes.	Em parceria com a FCCR, e outras instituições culturais da cidade, desenvolver um Núcleo de Projetos e Interface entre as Atividades e a Cadeia Turística.	Destino Cultural e Criativo Destino de Conhecimento e Inovação	Desenvolvimento de Produto	ADM - Gestão Turística Pública Privada	MÉDIO
PRODUTO TURÍSTICO	1.5 - Fortalecimento e Apoio a Produção Artesanal voltada ao Turismo.	Elaborar um Planejamento de Gestão, Operação e Promoção de Feiras de Artesanato de São José dos Campos e São Francisco Xavier.	Destino Cultural e Criativo	Fortalecimento da Gestão Público e/ou Privada	Recursos contemplados no Cronograma Financeiro do PDT - Ação 2	CURTO
PRODUTO TURÍSTICO	1.6 - Elaborar projetos executivos de Infraestrutura dos Atrativos Turísticos Públicos Municipais.	Melhorar as estruturas de recepção aos turistas, ampliando sua atratividade, acessibilidade, comunicação e interação com os visitantes.	Todas	Desenvolvimento de Produto	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 1 do PDT	CURTO
PRODUTO TURÍSTICO	1.7 - Elaboração e Implementação de Programa de Capacitação em Hospitalidade e Turismo.	Capacitar e qualificar os principais atores da Gestão e Operação da Cadeia de Valor do Turismo de SJC e seus distritos.	Todas	Fortalecimento da Gestão Público Privada	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 3 e 7 do PDT	CURTO
PRODUTO TURÍSTICO	1.8 - Elaboração e Implementação de Gestão e Uso de Espaços para Evento e Centros de Apoio.	Orientar o poder público quanto ao cenário do segmento de eventos e quanto ao modelo de gestão a ser adotado.	Todas	Desenvolvimento de Mercado	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 23 do PDT	CURTO
PRODUTO TURÍSTICO	1.9 - Desenvolver um Sistema de Incentivo e Apoio aos eventos de Atração de Fluxo de Visitantes.	Criar e estabelecer uma política de fomento e apoio a realização de eventos que promovam a atração de visitantes em São José dos Campos e São Francisco Xavier.	Destino de Eventos e Negócios Destino Cultural e Criativo	Desenvolvimento de Mercado	Recursos contemplados no Cronograma Financeiro do PDT - Ação 18 e 19	CURTO
PRODUTO TURÍSTICO	1.10 - Criar Diretrizes para a Promoção do Turismo com bases culturais e ecologicamente sustentáveis.	Criar e estabelecer condições adequadas de uso dos atrativos naturais existentes, visando sua conservação e gestão do impacto humano.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública e Privada	ADM - Gestão Turística Pública Privada - Ação 31 do PDT	CURTO

Elaborado por Aquarius Consulting - Inteligência Turística

ANEXO 2

PLANO DE AÇÃO - COMERCIALIZAÇÃO

COMPONENTE	NOME DA AÇÃO	OBJETIVO	LINHA DE PRODUTO	CLASSIFICAÇÃO	FONTE	PRAZO
COMERCIALIZAÇÃO	2.1 - Elaboração de Plano de Marketing e Promoção Turística.	Desenvolver ações integradas de marketing e promoção com foco no alcance do posicionamento de mercado desejado e nas linhas de produtos prioritárias sugeridas.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 11 do PDT	CURTO
COMERCIALIZAÇÃO	2.2 - Criação de Identidade Visual para o Destino e produção de materiais de comunicação e promoção do Destino São José dos Campos.	Dotar o município de materiais de comunicação (físicos e digitais), bem como as ações de promoção (campanhas, anúncios, feiras e eventos) considerando os resultados apontados no Plano de Marketing.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	Ação Específica - Projetos Complementares - Ações 10, 11 e 15 do PDT	CURTO
COMERCIALIZAÇÃO	2.3 - Criação e Implementação de Programa de Endomarketing para o Destino São José dos Campos	Integrar a população (sociedade civil e atores ligados ao turismo) com as ações relacionadas à atividade turística, incentivando a prática da hospitalidade e receptividade alinhadas com a nova realidade do Turismo Seguro e Responsável.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	Recursos contemplados no Cronograma Financeiro do PDT - Ações 17 e 20	CURTO
COMERCIALIZAÇÃO	2.4 - Desenvolver a oferta de atrativos e o portfólio dos produtos turísticos.	Ampliar e diversificar a oferta de produtos, visando o aumento no fluxo de visitantes e geração de riquezas.	Todas	Desenvolvimento de Produto	Gestão Turística Pública Privada - Ação 13 do PDT	CURTO
COMERCIALIZAÇÃO	2.5 - Criação e estruturação de novos roteiros e circuitos.	Potencializar as características de comercialização do produto turístico, incrementando a oferta de passeios e experiências, com o objetivo de ampliar a permanência no Destino.	Todas	Desenvolvimento de Produto	Gestão Turística Pública Privada - Ação 12 do PDT	CURTO
COMERCIALIZAÇÃO	2.6 - Definir Políticas Públicas de Incentivo ao Empreendedorismo Turístico.	Estabelecimento de programas de incentivo ao trade turístico e novos investidores.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	Gestão Turística Pública Privada - Ação 14 do PDT	CURTO

Plano Estratégico Turístico de São José dos Campos SP

ANEXO 3						
PLANO DE AÇÃO - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS						
COMPONENTE	NOME DA AÇÃO	OBJETIVO	LINHA DE PRODUTO	CLASSIFICAÇÃO	FONTE	PRAZO
INFRAESTRUTURA	3.1 - Implementação de Sinalização Turística bilíngue viária, de pedestres e de transporte público.	Informar aos turistas sobre a existência de atrativos turísticos e de outros referenciais, sobre melhores percursos de acesso, e ao longo destes, à distância a ser percorrida para se chegar ao local pretendido, além das alternativas de transporte público disponíveis.	Todas	Qualificação da Estrutura de Apoio	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 30 do PDT	CURTO
	3.2 - Promover a Melhoria da Infraestrutura Turística e de serviços básicos em SJC e no distrito de São Francisco Xavier.	Melhoria e planejamento urbano que seja capaz de atender com qualidade as necessidades de moradores e da população flutuante de turistas.	Todas	Qualificação da Estrutura de Apoio	Ação Específica - Projetos Complementares - Ações 24, 25, 27 e 28 do PDT	CURTO
	3.3 - Ampliação e Conexão da Ciclomobilidade Turística - São Francisco Xavier.	Elaborar e implementar ciclovias em São Francisco Xavier, contribuindo com a ampliação das opções de lazer e mobilidade, promovendo a integração e conectando atrativos naturais e culturais.	Destino dos Parques Urbanos Destino dos Esportes	Qualificação da Estrutura de Apoio	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 28 do PDT	CURTO
	3.4 - Promover a Atualização e Manutenção do Centro de Atendimento ao Turista.	Desenvolver, implementar e promover a manutenção contínua do equipamento físico, bem como a atualização para as necessidades do Turismo Digital.	Todas	Qualificação da Estrutura de Apoio	Recursos contemplados no Cronograma Financeiro do PDT - Ação 6	CURTO

Elaborado por Aquarius Consulting - Inteligência Turística

ANEXO 4						
PLANO DE AÇÃO - GESTÃO INSTITUCIONAL						
COMPONENTE	NOME DA AÇÃO	OBJETIVO	LINHA DE PRODUTO	CLASSIFICAÇÃO	FONTE	PRAZO
GESTÃO INSTITUCIONAL	4.1 - Incentivo e Incremento do Arranjo Institucional.	Qualificar o desempenho da administração pública municipal no planejamento e gestão da atividade turística, por meio da articulação do Departamento de Turismo e demais órgãos envolvidos.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	ADM - Gestão Turística Pública Privada - Ações 21, 22 e 26 do PDT	CURTO
GESTÃO INSTITUCIONAL	4.2 - Fortalecimento do Conselho Municipal de Turismo - COMTUR.	Fortalecer os processos participativos do Conselho Municipal de Turismo - COMTUR por meio da capacitação de conselheiros e do aperfeiçoamento dos métodos e dinâmicas utilizados nas reuniões da instância de governança.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	ADM - Gestão Turística Pública Privada	CURTO
GESTÃO INSTITUCIONAL	4.3 - Elaboração do Plano de Fortalecimento Institucional da Gestão Pública do Turismo em São José dos Campos e seus distritos.	Ampliar e aprimorar a capacidade administrativa do órgão oficial de turismo de São José dos Campos, objetivando qualificar os processos de planejamento, elaboração e gestão das políticas públicas de turismo, em consonância com as políticas desenvolvidas em âmbito estadual e nacional.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	Ação Específica - Projetos Complementares	CURTO
GESTÃO INSTITUCIONAL	4.4 - Promover a integração formal ao Consórcio Intermunicipal Serra da Mantiqueira.	Garantir a integração de São José dos Campos e seus distritos junto ao órgão público oficial da Região Turística Mantiqueira Paulista, oportunizando a participação em projetos, programas e ações de promoção conjuntas.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	ADM - Gestão Turística Pública Privada	CURTO
GESTÃO INSTITUCIONAL	4.5 - Promover atualização na legislação de feiras e eventos, lei nº273/2003.	Garantir a orientação e diretrizes aos promotores de feiras e eventos, visando aumentar a competitividade do Destino e geração de novos negócios, atração de fluxo de visitantes, promoção e distribuição de riquezas.	Destino de Eventos e Negócios Destino Cultural e Criativo	Desenvolvimento de Mercado	ADM - Gestão Turística Pública Privada	CURTO
GESTÃO INSTITUCIONAL	4.6 - Implementação do Plano Estratégico e do Plano Diretor de Turismo de São José dos Campos, e seus distritos.	Instrumentalizar a iniciativa pública com planejamento Macro, com visão de curto, médio e longo prazo, e obter o reconhecimento da cidade como MIT - Município de Interesse Turístico do Estado de São Paulo.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	ADM - Gestão Turística Pública Privada	CURTO
GESTÃO INSTITUCIONAL	4.7 - Realização de Intercâmbio Institucional.	Promover a realização de visitas técnicas a destinos de excelência em gestão turística, objetivando o reconhecimento de boas práticas, intercâmbio de experiências institucionais, visando a inovação nas estratégias de gestão desempenhadas pelo Departamento de Turismo de São José dos Campos.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	Ação Específica - Projetos Complementares	MÉDIO
GESTÃO INSTITUCIONAL	4.8 - Promover as Oportunidades de Negócios em São Francisco Xavier.	Impulsionar a geração de novos negócios, dirigidos as áreas turísticas, promovendo a geração de renda direta e indireta a partir da atividade turística.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	ADM - Gestão Turística Pública Privada Ações 9 e 16 do PDT	CURTO
GESTÃO INSTITUCIONAL	4.9 - Criar e Implementar Programa de Fomento a Segmentos Turísticos específicos.	Criar e implementar um Programa de Fomento e Apoio a estruturação e promoção dos segmentos priorizados nas Linhas de Produtos.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	ADM - Gestão Turística Pública Privada Ações 5 e 14 do PDT	CURTO
GESTÃO INSTITUCIONAL	4.10 - Criação e implementação do Sistema de Análise e Monitoramento do Turismo - SISTUR.	Elaboração, criação e desenvolvimento em parceria com Parque Tecnológico de SJC de um sistema de análise e monitoramento das informações pertinentes à atividade turística no município de São José dos Campos e seus distritos, para que este seja utilizado como instrumento de gestão e planejamento em benefício da administração pública municipal, do trade turístico e dos visitantes.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 32 do PDT	CURTO

ANEXO 5						
PLANO DE AÇÃO - GESTÃO SOCIOAMBIENTAL						
COMPONENTE	NOME DA AÇÃO	OBJETIVO	LINHA DE PRODUTO	CLASSIFICAÇÃO	FONTE	PRAZO
GESTÃO SOCIO AMBIENTAL	5.1 - Promoção de Educação Ambiental e Patrimonial	Promover a Educação Ambiental e Patrimonial junto à população e aos turistas em relação à postura ambiental e patrimonial que deve ser adotada durante o uso dos atrativos, conscientizando-os da importância da preservação, conservação, manutenção e valorização do patrimônio.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 29 do PDT	CURTO
GESTÃO SOCIO AMBIENTAL	5.2 - Promover Estudo para melhorias de sinalização turística acessível.	Estudo de viabilidade para implementação de projetos de sinalização turística, educativa e interpretativa para roteiros, atrativos naturais e culturais ainda não sinalizados, e de melhorias na sinalização turística já existente.	Todas	Desenvolvimento de Produto	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 30 do PDT	MÉDIO
GESTÃO SOCIO AMBIENTAL	5.3 - Promover a criação de políticas públicas ambientais.	Incentivar a abertura de atrativos turísticos em propriedades privadas, objetivando expandir a oferta turística e a permanência dos visitantes.	Todas	Fortalecimento da Gestão Pública Privada	ADM - Gestão Turística Pública Privada - Ação 31 do PDT	CURTO

Elaborado por Aquarius Consulting - Inteligência Turística

ANEXO 6							
CRONOGRAMA EXECUTIVO ESTRATÉGICO INTEGRADO - FÍSICO FINANCEIRO							
CLASSIFICAÇÃO	COMPONENTE	Nº E NOME DA AÇÃO	FONTE	VALOR (R\$)	PRAZO		
					CURTO	MÉDIO	LONGO
					2 ANOS	5 ANOS	7 ANOS
Fortalecimento da Gestão Pública Privada	PRODUTO TURÍSTICO	1.1 - Atualização do Inventário Turístico.	Recursos contemplados no Cronograma Financeiro do PDT - Ação 8	30.000,00	CURTO		
		1.2 - Atualização da Pesquisa de Demanda Turística.	Recursos contemplados no Cronograma Financeiro do PDT - Ação 8		CURTO		
		1.5 - Fortalecimento e Apoio a Produção Artesanal voltada ao Turismo.	Recursos contemplados no Cronograma Financeiro do PDT - Ação 2	60.000,00	CURTO		
		1.7 - Elaboração e Implementação de Programa de Capacitação em Hospitalidade e Turismo.	Recursos contemplados no Cronograma Financeiro do PDT - Ações 3 e 7	150.000,00	CURTO		
		1.10 - Criar Diretrizes para a Promoção do Turismo com bases culturais e ecologicamente sustentáveis.	ADM - Gestão Turística Pública Privada - Ação 31 do PDT		CURTO		
Fortalecimento da Gestão Pública Privada	COMERCIALIZAÇÃO	2.1 - Elaboração de Plano de Marketing e Promoção Turística.	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 10 e 11 do PDT		CURTO		
		2.2 - Elaboração de materiais de comunicação para pronta divulgação do Destino São José dos Campos.	Recursos contemplados no Cronograma Financeiro do PDT - Ação 15	50.000,00	CURTO		
		2.3 - Criação e Implementação de Programa de Endomarketing para o Destino São José dos Campos	Recursos contemplados no Cronograma Financeiro do PDT - Ações 17 e 20	120.000,00	CURTO		
		2.6 - Definir Políticas Públicas de Incentivo ao Empreendedorismo Turístico.	Gestão Turística Pública Privada - Ação 14 do PDT	60.000,00	CURTO		
Qualificação da Estrutura de Apoio	INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS	3.1 - Implementação de Sinalização Turística bilíngue viária, de pedestres e de transporte público.	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 30 do PDT		CURTO		
		3.2 - Promover a Melhoria da Infraestrutura Turística e de serviços básicos em SJC e no distrito de São Francisco Xavier.	Ação Específica - Projetos Complementares - Ações 24, 25, 27 e 28 do PDT		CURTO		
		3.3 - Ampliação e Conexão da Ciclomobilidade Turística - São Francisco Xavier.	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 28 do PDT		CURTO		

ANEXO 6							
CRONOGRAMA EXECUTIVO ESTRATÉGICO INTEGRADO - FÍSICO FINANCEIRO							
CLASSIFICAÇÃO	COMPONENTE	Nº E NOME DA AÇÃO	FONTE	VALOR (R\$)	PRAZO		
					CURTO	MÉDIO	LONGO
					2 ANOS	5 ANOS	7 ANOS
Qualificação da Estrutura de Apoio	INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS	3.4 - Promover a Atualização e Manutenção do Centro de Atendimento ao Turista.	Recursos contemplados no Cronograma Financeiro do PDT - Ação 6	200.000,00	CURTO		
Fortalecimento da Gestão Pública Privada	GESTÃO INSTITUCIONAL	4.1 - Incentivo e Incremento do Arranjo Institucional.	ADM - Gestão Turística Pública Privada - Ações 21, 22 e 26 do PDT		CURTO		
		4.2 - Fortalecimento do Conselho Municipal de Turismo - COMTUR.	ADM - Gestão Turística Pública Privada		CURTO		
		4.3 - Elaboração do Plano de Fortalecimento Institucional da Gestão Pública do Turismo em São José dos Campos e seus distritos.	Ação Específica - Projetos Complementares		CURTO		
		4.4 - Promover a integração formal ao Consórcio Intermunicipal Serra da Mantiqueira.	ADM - Gestão Turística Pública Privada		CURTO		
		4.6 - Implementação do Plano Estratégico e do Plano Diretor de Turismo de São José dos Campos, e seus distritos.	ADM - Gestão Turística Pública Privada		CURTO		
		4.7 - Realização de Intercâmbio Institucional.	Ação Específica - Projetos Complementares			MÉDIO	
		4.8 - Promover as Oportunidades de Negócios em São Francisco Xavier.	ADM - Gestão Turística Pública Privada Ações 9 e 16 do PDT		CURTO		
		4.9 - Criar e Implementar Programa de Fomento a Segmentos Turísticos específicos.	ADM - Gestão Turística Pública Privada Ações 5 e 14 do PDT		CURTO		
		4.10 - Criação e implementação do Sistema de Análise e Monitoramento do Turismo - SISTUR.	ADM - Gestão Turística Pública Privada Ação 32 do PDT		CURTO		
		5.1 - Promoção de Educação Ambiental e Patrimonial	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 29 do PDT	50.000,00	CURTO		
Fortalecimento da Gestão Pública Privada	GESTÃO SOCIO AMBIENTAL	5.3 - Promover a criação de políticas públicas ambientais.	ADM - Gestão Turística Pública Privada - Ação 31 do PDT		CURTO		
Desenvolvimento de Mercado	PRODUTO TURÍSTICO	1.8 - Elaboração e Implementação de Gestão e Uso de Espaços para Evento e Centros de Apoio.	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 23 do PDT		CURTO		

ANEXO 6							
CRONOGRAMA EXECUTIVO ESTRATÉGICO INTEGRADO - FÍSICO FINANCEIRO							
CLASSIFICAÇÃO	COMPONENTE	Nº E NOME DA AÇÃO	FONTE	VALOR (R\$)	PRAZO		
					CURTO	MÉDIO	LONGO
					2 ANOS	5 ANOS	7 ANOS
Desenvolvimento de Mercado	PRODUTO TURÍSTICO	1.9 - Desenvolver um Sistema de Incentivo e Apoio aos eventos de Atração de Fluxo de Visitantes.	Ação Específica - Projetos Complementares - Ações 18 e 19 do PDT		CURTO		
Desenvolvimento de Mercado	GESTÃO INSTITUCIONAL	4.5 - Promover atualização na legislação de feiras e eventos, lei nº273/2003.	ADM - Gestão Turística Pública Privada		CURTO		
Desenvolvimento de Produto	PRODUTO TURÍSTICO	1.3 - Desenvolvimento da Agenda Oficial de Eventos.	Recursos contemplados no Cronograma Financeiro do PDT - Ação 4	50.000,00	CURTO		
		1.6 - Elaborar projetos executivos de Infraestrutura dos Atrativos Turísticos Públicos Municipais.	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 1 do PDT		CURTO		
		1.4 - Promover a integração das Atividades da Economia Criativa existentes.	ADM - Gestão Turística Pública Privada			MÉDIO	
Desenvolvimento de Produto	COMERCIALIZAÇÃO	2.4 - Desenvolver a oferta de atrativos e o portfólio dos produtos turísticos.	Gestão Turística Pública Privada - Ação 13 do PDT		CURTO		
		2.5 - Criação e estruturação de novos roteiros e circuitos.	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 12 do PDT		CURTO		
Desenvolvimento de Produto	GESTÃO SOCIO AMBIENTAL	5.2 - Promover Estudo para melhorias de sinalização turística acessível.	Ação Específica - Projetos Complementares - Ação 30 do PDT			MÉDIO	

Legenda

Ações identificadas em verde, são aquelas que demanda projetos complementares, portanto serão necessários recursos financeiros não contemplados no orçamento do PDT.

Ações identificadas em CINZA, são aquelas que demandam ação gestão pública e privada, e não necessariamente necessitarão de recursos financeiros, e sim recursos econômicos - (parceria).

Elaborado por Aquarius Consulting - Inteligência Turística

Quadro 1 - Exemplo de Produtos Turísticos Atrativos Naturais

Exemplo	Conceito
Mirante	O local deve ter horário de funcionamento, podendo-se ou não cobrar ingresso ou taxa de manutenção. Deve apresentar estrutura mínima para estacionamento, local para contemplação da paisagem com painéis interpretativos e sinalização turística. Pode ou não ter agregado: ponto de venda de produtos artesanais, <i>souvenirs</i> e meios de alimentação. Deve oferecer sanitários masculino e feminino.
Atividades de aventura	Sempre propiciam o contato com a natureza e podem ser oferecidas na água (canoagem, <i>rafting</i> , boia <i>cross</i> , <i>acqua-rider</i> , mergulho, vela, <i>windsurf</i>) no ar (ultraleve, asa delta, paraquedismo, <i>skysurf</i> , <i>base jump</i> , balonismo) ou na terra (caminhada, montanhismo, <i>bungee-jump</i> , <i>canyoning</i> , espeleologia, ciclismo, <i>mountain biking</i> , cavalgada, arvorismo, <i>sandboard</i> , <i>off-road</i>). Deve haver horário de funcionamento e atendimento, regras para sua realização, monitores para recepção e operação das atividades, normas de segurança, equipamentos, local para explanação da atividade, avaliação física do visitante ou turista, além, é claro, de infraestrutura física que atenda às especificações da atividade.
Unidade de conservação (parques estaduais e nacionais)	Superfícies de terra ou mar, com características peculiares e de importância ambiental/ecológica, que possuem normas especiais de proteção determinadas por lei, com visitação autorizada, sob condições especiais, para propósitos educativos, culturais e recreativos, com estruturas específicas para práticas dessas atividades (centros de recepção, trilhas, centros interpretativos, pontos de contemplação etc.).
Pesque e pague	Estabelecimento que dispõe de tanques e lagos onde são criadas espécies de peixes para exploração comercial da pesca amadora. Pode ter outros itens como: meios de alimentação, ponto de venda de apetrechos para pesca, bar, restaurante, redário e outros equipamentos.
Fazenda histórico-turística	Propriedade rural que explora um conjunto de atividades turísticas comprometidas com a história local, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural.
Fazenda agroturística	Propriedade rural que explora um conjunto de atividades turísticas comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural.
Economuseu	Tipo de museu que inclui diversas alternativas de atividades e mostruário. São instituições que articulam uma empresa artesanal com um museu, nas quais o “patrimônio ganha vida”. Combinam economia e cultura e representam uma associação entre museologia e a empresa artesanal. O autofinanciamento é um elemento-chave no seu funcionamento.

Museu ao ar livre	Reconstitui ambientes e paisagens do passado. A expressão ao ar livre faz menção também à apresentação e manutenção das unidades produtivas em seu ambiente próprio, obedecendo a uma orientação ecológica, na medida em que o acervo se encontra integrado ao seu local de origem, cercado inclusive, por seu ambiente natural.
----------------------	--

Fonte: Sebrae SP

Quadro 2- Exemplo de Produtos Turísticos Atrativos Culturais

Exemplo	Conceito
Centro Cultural	Espaço cultural onde acontecem diversas apresentações, mostras artísticas e culturais.
Museu	Local que reúne coleções de objetos de arte, cultura, ciências naturais, etnologia, história, técnica etc. Tem como finalidade o estudo, a educação e a apreciação desses aspectos relativos a um povo ou seu ambiente.
Parque Temático	Parque de diversão com características peculiares, que remontam a um ou mais temas. É com base no tema que são definidas a arquitetura, paisagem, personagens, brinquedos, apresentações, serviços de alimentação e vendas de mercadoria.
Feira permanente de arte ou artesanato	Espaço que concentra grande quantidade de artistas ou artesãos, com técnicas e matérias-primas homogêneas ou heterogêneas.

Fonte: Sebrae - SP

Quadro 3 - Classificação de Ações e Prazo. Elaborado por Aquarius Consulting

CLASSIFICAÇÃO	PRAZO		
	CURTO	MÉDIO	LONGO
Fortalecimento da Gestão Pública e/ou Privada e Qualificação da Estrutura de Apoio	X	X	
Desenvolvimento de Mercado	X		
Desenvolvimento de Produto		X	X

Tabela 1 - Diretrizes e Componentes Estratégicos - Plano Estratégico Turístico SJC

DIRETRIZES		COMPONENTES TURÍSTICOS				
		PRODUTO TURÍSTICO	COMERCIALIZAÇÃO	INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS	FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL	GESTÃO SÓCIO AMBIENTAL
I	PLANEJAMENTO E GESTÃO	X	X	X	X	X
II	GOVERNANÇA PARTICIPATIVA E COLABORATIVA				X	X
III	INTELIGÊNCIA E INOVAÇÃO	X	X			
IV	FORTALECIMENTO LOCAL E REGIONAL	X	X		X	

Tabela 2 - Classificação dos Produtos Turísticos Atrativos

Categoria	Definição
Atrativo Turístico Natural	Recurso natural formatado em negócio e que atende todas as especificações necessárias para a comercialização e recepção de turistas.
Atrativo Turístico Cultural	Recurso cultural formatado em negócio e que atende todas as especificações necessárias para a comercialização e recepção de turistas.

Fonte: Sebrae - SP

Tabela 3 - Atrativos e Pontos Turísticos de SJC

Posição Ranking - PDT	Atrativo	Tipo	Categoria
1º	Igreja São Benedito	Ponto Turístico	Cultural
2º	Museu de Arte Sacra	Atrativo Turístico	Cultural
3º	Igreja Matriz	Ponto Turístico	Cultural
4º	Mirante Avenida Anchieta	Ponto Turístico	Natural
5º	Parque de Inovação Tecnológica	Atrativo Turístico	Cultural
6º	MAB	Atrativo Turístico	Cultural
7º	INPE/DCTA/ITA	Atrativo Turístico	Cultural
8º	Mercado Municipal	Atrativo Turístico	Cultural
9º	Museu do Esporte	Atrativo Turístico	Cultural
10º	Tecelagem Parahyba	Ponto Turístico	Cultural
11º	Mirante do Banhado	Ponto Turístico	Natural
12º	Parque da Cidade	Atrativo Turístico	Natural
13º	Parque Santos Dumont	Atrativo Turístico	Natural
14º	Parque Vicentina Aranha	Atrativo Turístico	Natural
15º	Praça Tori	Ponto Turístico	Natural
16º	Faculdade de Teologia	Atrativo Turístico	Cultural
17º	Parque Alberto Simões	Atrativo Turístico	Natural
18º	Museu Interativo de Ciências	Atrativo Turístico	Cultural
19º	Pôr do Sol (pontos estratégicos - Anchieta, Vista Linda, Banhado, Univap e Jardim das Indústrias)	Ponto Turístico	Natural
20º	Observatório Univap	Atrativo Turístico	Cultural
21º	Embraer	Atrativo Turístico	Cultural
22º	Parque Ribeirão Vermelho	Atrativo Turístico	Natural
23º	Economia Criativa (Festivais e Eventos)	Atrativo Turístico	Cultural
24º	Feira de Artesanato	Atrativo Turístico	Cultural
25º	Centro da Juventude	Atrativo Turístico	Cultural
26º	Estação Ferroviária Vila Maria	Ponto Turístico	Cultural
27º	Teatro/Complexo (Fechado)	Atrativo Turístico	Cultural
28º	Praça Afonso Pena	Ponto Turístico	Cultural
29º	Estação Ferroviária Eugênio de Melo	Ponto Turístico	Cultural
30º	Horto Florestal	Atrativo Turístico	Natural
31º	Castelo Torrão de Ouro	Atrativo Turístico	Cultural
32º	Jequitibá Rosa	Ponto Turístico	Natural
33º	Cruzeiro/Torre Vanguarda	Ponto Turístico	Cultural
34º	Voos pela cidade	Atrativo Turístico	Cultural
35º	Museu Municipal	Atrativo Turístico	Cultural
36º	Arquivo Municipal (fechado temporariamente)	Atrativo Turístico	Cultural
37º	Réplica da Casa de Santos Dumont	Atrativo Turístico	Cultural

Turismo de Negócios	Tipo de Turismo
Cicloturismo	Tipo de Turismo

Fonte: Plano Diretor de Turismo Sustentável SJC. Adaptado para Plano Estratégico Turístico de SJC. Aquarius

Tabela 4 - Atrativos e Pontos Turísticos de São Francisco Xavier - SJC SP

Posição Ranking - PDT	Atrativo	Tipo	Categoria
1º	Associação de Produtores/Feira	Atrativo Turístico	Cultural
2º	Mirante da Pedra São Francisco (Porquinho)	Atrativo Turístico	Natural
4º	Centro Gastronômico	Atrativo Turístico	Cultural
5º	Cachoeira Pedro David	Atrativo Turístico	Natural
6º	Trilha Toca do Muriqui	Ponto Turístico	Natural
9º	Feira de produtos da terra	Atrativo Turístico	Cultural
10º	Cachoeira do Roncador (área particular)	Atrativo Turístico	Natural

12º	Queixo D'Anta	Ponto Turístico	Natural
14º	Parque Municipal	Atrativo Turístico	Natural
15º	Espaço Garden Margarida	Atrativo Turístico	Natural

17º	Lavandário Narayan	Atrativo Turístico	Natural
18º	Pico da Onça	Ponto Turístico	Natural
19º	João de Barro	Produto Turístico	Cultural
20º	NEO (Armazém e restrô)	Produto Turístico	Cultural
21º	Quintal da Prosa	Produto Turístico	Cultural
22º	Cachoeira das Couves	Ponto Turístico	Natural
23º	Trilhas e Cachoeiras (Fazenda Gaia)	Ponto Turístico	Natural
24º	Pesqueiro Pantanal	Atrativo Turístico	Natural
25º	Serra das Águas Restaurante e Trutaria	Atrativo Turístico	Natural
26º	Cachoeira Poço de Ouro	Ponto Turístico	Natural

28º	SP 50 Bier (cervejaria)	Atrativo Turístico	Cultural
29º	O Claudês (gastronomia)	Equipamento Gastronômico	Cultural
30º	A Soberana (Comida regional)	Equipamento Gastronômico	Cultural

32º	Pedra Vermelha	Ponto Turístico	Natural
33º	Edificações (casarão, igreja)	Patrimônio Arquitetônico	Cultural
34º	Viola	Patrimônio Imaterial	Cultural
35º	Trilha e Rampa UHF	Equipamento Esportivo	Cultural
36º	Catira	Patrimônio Imaterial	Cultural

Fonte: Planejamento Estratégico Turístico de SJC. Aquarius Consulting

3º	Temporada de Inverno	Evento > Estação	Cultural
7º	Festa/Festival Literário	Evento Cultural	
8º	Festa dos Tropeiros	Evento Cultural	
11º	Observação de Aves	Tipo de Turismo	
13º	Travessia Monte Verde	Atividade Turística	Natural
16º	Festas de bairro (festas religiosas) Turismo Religioso	Evento Cultural Religioso	
27º	Cicloturismo	Tipo de Turismo	
31º	Cavalgada	Atividade Esportiva	

Tabela 5 - Classificações e Atrações SJC

	Atrações	Tipo	Categoria
1	Museu de Arte Sacraa	Atrativo Turístico	Cultural
2	Parque de Inovação Tecnológica	Atrativo Turístico	Cultural
3	MAB	Atrativo Turístico	Cultural
4	INPE/DCTA/ITA	Atrativo Turístico	Cultural
5	Mercado Municipal	Atrativo Turístico	Cultural
6	Museu do Esporte	Atrativo Turístico	Cultural
7	Parque da Cidade	Atrativo Turístico	Natural
8	Parque Santos Dumont	Atrativo Turístico	Natural
9	Parque Vicentina Aranha	Atrativo Turístico	Natural
10	Parque Alberto Simões	Atrativo Turístico	Natural
11	Museu Interativo de Ciências	Atrativo Turístico	Cultural
12	Faculdade de Teologia	Atrativo Turístico	Cultural
13	Observatório Univap	Atrativo Turístico	Cultural
14	Embraer	Atrativo Turístico	Cultural
15	Parque Ribeirão Vermelho	Atrativo Turístico	Natural
16	Economia Criativa (Festivais e Eventos)	Atrativo Turístico	Cultural
17	Feira de Artesanato	Atrativo Turístico	Cultural
18	Centro da Juventude	Atrativo Turístico	Cultural
19	Teatro/Complexo (Fechado)	Atrativo Turístico	Cultural
20	Horto Florestal	Atrativo Turístico	Natural
21	Castelo Torrão de Ouro	Atrativo Turístico	Cultural
22	Museu Municipal	Atrativo Turístico	Cultural
23	Arquivo Municipal (fechado temporariamente)	Atrativo Turístico	Cultural
24	Réplica da Casa de Santos Dumont	Atrativo Turístico	Cultural
1	Igreja São Benedito	Ponto Turístico	Cultural
2	Igreja Matriz	Ponto Turístico	Cultural
3	Mirante Avenida Anchieta	Ponto Turístico	Natural
4	Tecelagem Parahyba	Ponto Turístico	Cultural
5	Mirante do Banhado	Ponto Turístico	Natural
6	Praça Tori	Ponto Turístico	Natural
7	Pôr do Sol (pontos estratégicos - Anchieta, Vista Linda, Banhado, Univap e Jardim das Indústrias)	Ponto Turístico	Natural
8	Estação Ferroviária Vila Maria	Ponto Turístico	Cultural
9	Praça Afonso Pena	Ponto Turístico	Cultural
10	Estação Ferroviária Eugênio de Melo	Ponto Turístico	Cultural
11	Jequitibá Rosa	Ponto Turístico	Natural
12	Cruzeiro/Torre Vanguarda	Ponto Turístico	Cultural
1	Voôs pela cidade	Produto Turístico	Cultural
1	Turismo de Negócios	Tipo de Turismo	
2	Cicloturismo	Tipo de Turismo	

Fonte: Plano Diretor de Turismo Sustentável de SJC. Adaptado para Plano Estratégico Turístico de SJC. Aquarius Consulting

Tabela 6 - Classificação de Atrações - São Francisco Xavier - SJC SP

	Atrações	Tipo	Categoria
1	Associação de Produtores/Feira	Atrativo Turístico	Cultural
2	Centro Gastronômico	Atrativo Turístico	Cultural
3	Cachoeira Pedro David	Atrativo Turístico	Natural
4	Feira de produtos da terra	Atrativo Turístico	Cultural
5	Cachoeira do Roncador (área particular)	Atrativo Turístico	Natural
6	Parque Municipal	Atrativo Turístico	Natural
7	Pesqueiro Pantanal	Atrativo Turístico	Natural
8	Serra das Águas Restaurante e Trutaria	Atrativo Turístico	Natural
9	SP 50 Bier (cervejaria)	Atrativo Turístico	Cultural
10	Lavandário Narayan	Atrativo Turístico	Cultural
11	Espaço Garden Margarida	Atrativo Turístico	Natural
1	Mirante da Pedra São Francisco (Porquinho)	Ponto Turístico	Natural
2	Trilha Toca do Muriqui	Ponto Turístico	Natural
3	Queixo D'Anta	Ponto Turístico	Natural
4	Pico da Onça	Ponto Turístico	Natural
5	Pouso do Rochedo (área particular)	Ponto Turístico	Natural
6	Cachoeira das Couves	Ponto Turístico	Natural
7	Trilhas e Cachoeiras (Fazenda Gaia)	Ponto Turístico	Natural
8	Cachoeira Poço de Ouro	Ponto Turístico	Natural
9	Pedra Vermelha	Ponto Turístico	Natural
1	Temporada de Inverno	Evento > Estação	
2	Festa/Festival Literário	Evento Cultural	
3	Festa dos Tropeiros	Evento Cultural	
4	Festas de bairro (festas religiosas) Turismo Religioso	Evento Cultural	
1	Travessia Monte Verde	Atividade Turística	Natural
2	Cavalgada	Atividade Turística	Natural
1	João de Barro	Produto Turístico	Cultural
2	NEO (Armazém e restô)	Produto Turístico	Cultural
3	Quintal da Prosa	Produto Turístico	Cultural
4	O Claudês (gastronomia)	Produto Turístico	Cultural
5	A Soberana (Comida regional)	Produto Turístico	Cultural
6	Trilha e Rampa UHF	Produto Turístico	Cultural
1	Cicloturismo	Tipo de Turismo	
2	Observação de Aves	Tipo de Turismo	
1	Edificações (casarão, igreja)	Patrimônio Arquitetônico	Cultural
2	Viola	Patrimônio Imaterial	Cultural
3	Catira	Patrimônio Imaterial	Cultural

Fonte: Plano Diretor de Turismo Sustentável de SJC. Adaptado para Plano Estratégico Turístico de SJC. Aquarius Consulting

Tabela 7 - Linha de Produtos - Caracterização

LINHA DE PRODUTO		CARACTERIZAÇÃO
1	DESTINO DE EVENTOS E NEGÓCIOS	Otimização da infraestrutura instalada, ampliação e organização do mercado já existente.
2	DESTINO DOS PARQUES URBANOS	Formado por um conjunto socioambiental e cultural que se diferencia em relação a outros Destinos.
3	DESTINO CULTURAL E CRIATIVO	Oferta de eventos profissionais em diversas aéreas da cultura, e deconomica criativa em geral.
4	DESTINO DE CONHECIMENTO E INOVAÇÃO	Composto pelo conjunto de instituições e centros de ensino de tecnologia e inovação.
5	DESTINO DE NATUREZA - ECOLÓGICO E RURAL	Interpretação e interação sustentável com o patrimônio natural e cultural rural.
6	DESTINO DOS ESPORTES	Atividades relacionadas a prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas e de aventura

Tabela 8 - Elementos Centrais do Mercado Turístico

LINHAS DE PRODUTO	ELEMENTOS CENTRAIS
(1) DESTINO DE EVENTOS E NEGÓCIOS	Eventos Corporativos e Técnico/Científicos Equipamentos de Feiras e Convenções Compras Relações Institucionais - Público e Privado Qualidade de Vida e Excelente Infraestrutura
(2) DESTINO DE PARQUES URBANOS	Concentração de Parques Parque Tecnológico CTA - Centro Tecnológico Aeronáutico Atividades e Eventos Culturais nos Parques Parque como Referência Urbano - Ambiental
(3) DESTINO CULTURAL E CRIATIVO	Eventos Culturais de Interesse Turístico Festivais Gastronômicos Feiras Especiais de Época Eventos Comemorativos Produção e Referência Artística Cultural - FCCR Equipamentos e Edificações Culturais Economia Criativa
(4) DESTINO DE CONHECIMENTO E INOVAÇÃO	Intercâmbio Universidades e Institutos Visitas Técnicas Indústrias - CIESP Parque Tecnológico DCTA - Departamento de Ciência e Tecnologia Aeroespacial Planejamento Urbano Mobilidade e Transporte Urbano
(5) DESTINO DE NATUREZA - ECOLÓGICO E RURAL	Atividades de Aventura Atividades de Ecoturismo Atividades de Contemplação (Birdwatching) Atividades de Turismo Rural Atividades de Turismo Rural na Agricultura Familiar Atividades ligadas a Produção Associada ao Turismo
(6) DESTINO DE ESPORTES	Equipamentos Esportivos de Ponta Planejamento Urbano Eventos Esportivos Amadores e Profissionais Qualidade de Vida e Excelente Infraestrutura

Tabela 9 - Indicadores do Mercado Turístico

INDICADORES DO MERCADO TURÍSTICO		Destino de Eventos e Negócios	Destino de Parques Urbanos	Destino Cultural e Criativo	Destino de Conhecimento e Inovação	Destino de Natureza - Ecológico e Rural	Destino dos Esportes
1	(condição/adequação dos atrativos/recursos turísticos de interesse cultural)						
2	(condição/adequação dos atrativos/recursos turísticos de interesse ambiental)						
3	(equipamentos e serviços de hospedagem)						
4	(equipamentos e serviços de alimentação)						
5	(equipamentos e serviços de animação e lazer)						
6	(operadores de receptivo)						
7	(equipamentos e serviços de informação turístico)						
8	(equipamentos e serviços de eventos)						