Araras - SP

Plano Diretor de Turismo





Araras: Cidade Encantamento

Plano Diretor de Turismo

Dezembro 2015



Realização:

Prefeitura de Araras

Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Geração de Emprego e Renda Coordenadoria de Turismo

Execução:

TURISMO 360 CONSULTORIA | www.t360consultoria.com
Coordenação: GLÁUCIA OLIVEIRA BORBA
Consultores: ISABELA ROSA SETTE
LUCILA MARIA EGYDIO
MARCELA PIMENTA CAMPOS COUTINHO
MAURO KNUPFER COUTINHO
RAFAEL OLIVEIRA
Pesquisa: LUCAS XAVIER
PATRICK NOBRE LINHARES

COMTUR | ARARAS-SP - BIÊNIO 2015-2017

ANA DEGUCHI |Coord. Turismo

RAFAEL ZANIBONI | Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Geração de Emprego e Renda JOÃO FERREIRA | Secretaria Municipal da Ação Cultural e Cidadania

MARCELO DANIEL | Secretaria Municipal da Ação Cultural e Cidadania

CLAUDIMIR BRUCIERI | Secretaria Municipal de Servicos Públicos Urbanos e Rurais

ANTONIO CERRI | Secretaria Municipal de Serviços Públicos Urbanos e Rurais

ADRIANA MENEGOLLI | Secretaria Municipal de Planejamento, Gestão e Mobilidade

MARINA BARRETI | Secretaria Municipal de Planejamento, Gestão e Mobilidade

FLAVIANA MILINSKI | Secretaria Municipal de Educação ROCHELE PAGOTTI | Secretaria Municipal de Educação MARCO ANTÔNIO RODRIGUES | Secretaria Municipal de Esporte, Lazer e Atividade

RENATO DOS SANTOS | Secretaria Municipal de Esporte, Lazer e Atividade

RAUL WINTER | Departamento de Meio Ambiente
BRUNA FATORETTO | Departamento de Meio Ambiente
MARCELA CANDIOTO | CVC Viagens Araras
CAROLINA PINHEIRO| CVC Viagens Araras

VERA BONINI | ACIA PAULO CÉSAR BUENO| ACIA JOÃO ALEXANDRE MARTINEZ | SENAC MARIA CRISTINA ESPOSTI | SENAC ANDRÉ SCUTTI | SESI

ANDRÉ DO NASCIMENTO | SESI ANA HOCHE | Hoche Salvana Turismo

DANILO ALTOÉ | Nativio Transportadora
ANDERSON RICC | Kalina Viagens
MARIA CAROLINA RUSSO | Taz Viagens e Turismo
FERNANDA SCHMIDT MARQUES | Hotel Marques
JOÃO LUIZ GIRARDELLI | Araras Palace Hotel
DANIELA OZASSA | Rovigo Ristorante
ARMINDO BRUCIERI FILHO | Restaurante Morro
Grande ERIKA CAZARIN | Assoc. Cultural Raízes de

MAIKEL MORELLI | Coop. Musical Maestro Francisco Russo

FRANCISCO FALAVIGNA | Assoc. Artesões de Araras ROSANA ZAGO | Assoc. Artesões de Araras MARIA CRISTINA PINTON | Teatro Estadual Maestro Francisco Russo

MARIA ELOIZA PINTON | Teatro Estadual Maestro Francisco Russo

HELDER GASPEROTO | UNAR JOSE MARIA DE SOUZA | Engenheiro agrônomo

JOSÉ SILVIO GUIDA | Coop. dos Assentados e Agricultura Familiar

LUIZ GILBERTO BISÃO | Assoc. APRUMOS

Crédito da foto da capa: Secretaria Municipal de Comunicação Crédito das fotos internas: Turismo 360 Consultoria

Tiragem: 500 exemplares / Valor unitário: R\$ 42,00 Impressão: Gráfica e Editora BMC - CNPJ: 21.967.555/0001-87

Plano Diretor de Turismo de Araras/SP

BORBA, Gláucia Oliveira; SETTE, Isabela Rosa; COUTINHO, Mauro Knupfer; COUTINHO, Marcela Pimenta Campos – Araras/SP, 2015. 173 p.

1. Turismo 2. Planejamento participativo 3. Desenvolvimento Turístico 4. Estratégias



Mensagem do Governo Municipal

É com extrema satisfação que a Prefeitura de Araras, através da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Geração de Emprego e Renda/Coordenadoria de Turismo, apresenta à sociedade nosso Plano Diretor de Turismo, um documento que vai nortear as políticas públicas para que Araras incentive o turismo local como alternativa para geração de postos de trabalho, arrecadação e riquezas.

Nós sempre tivemos a firme crença de que Araras tem, sim, potencial turístico a ser explorado. Da maneira certa, através dos canais corretos e com ações adequadas ao perfil da cidade e das pessoas de outros municípios – e até de outras regiões – que podem e devem usufruir e aproveitar nossos atrativos, tanto urbanos quanto rurais.

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

A maneira que encontramos foi, primeiramente, reativar o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR-Araras, dando-lhe força e prestígio para que dê sua preciosa contribuição nesse processo. E, segundo, tomamos uma medida inédita, de contratar uma consultoria especializada para nos fundamentar tecnicamente na formatação do melhor plano.

Essa parte do processo está sendo cumprida, mas há muitas outras – tão ou mais complexas – que ainda virão, tais como pleitear e obter, junto ao Estado, o título de município de Interesse Turístico, buscar e conquistar verbas do Estado e da União para fomentar o turismo local, investir em comunicação e ações para que esse processo avance.

Mas, se a tarefa é complexa, agora pelo menos temos um norte, um conjunto de diretrizes a serem seguidas. Que futuramente podem e devem ser revistas, aprimoradas e modernizadas como parte de um tema dinâmico, fascinante e muito promissor.







Mensagem da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Geração de Emprego e Renda

Para esta Secretaria é uma grande satisfação e estímulo participar deste projeto.

Nós sabemos que números oficiais apontam o turismo como um dos setores que mais cresce no nosso País e no mundo. É uma atividade econômica que representa uma participação de 7% do PIB nacional, uma geração de 5,5 milhões de empregos e uma receita cambial de US\$ 5,8 bilhões por ano.

Recentemente, a Secretaria de Estado do Turismo anunciou que São Paulo está entre os roteiros mais preferidos dos brasileiros. O que significa também que o interior, nossa região e nosso município tem uma grande oportunidade. Esse plano diretor de turismo que ora apresentamos foca exatamente esse contexto.

O plano vai ajudar a promover estratégias e implantar as ações que objetivam facilitar seu desenvolvimento, promover riqueza, divulgar a história e a cultura, além de proporcionar benefícios à população, aos turistas e a toda cadeia de bens, serviços e talentos que integra o turismo.

É um projeto de longo prazo. Nós iniciamos esse processo agora, mas estamos cientes de que é um trabalho que deve ser desenvolvido ao longo dos anos e dos mandatos. Os resultados virão gradativamente, mas o importante agora foi a decisão de reativar turismo com a seriedade e planejamento que o setor requer.

As expectativas são todas positivas. Após um trabalho amplo de pesquisa, visualização de oportunidades de negócios, vislumbramos um estonteante número de possibilidades que ain da estão inexploradas.

Nenhum grande projeto ou oportunidade se realiza do dia para a noite e nenhuma oportunidade é ocupada seja em dez ou trinta anos sem uma proposta estratégica clara e consciente. Acreditamos na capacidade de ampliarmos a indústria do turismo em Araras num trabalho de equipe; um trabalho consciente onde cada ararense tem sua parcela de colaboração.

Por fim aproveito a oportunidade para agradecer a todos os envolvidos neste projeto e que contribuíram pelo trabalho realizado, bem como parabenizar a Administração Municipal, pelo passo certeiro na decisão de direcionar investimentos nesse setor.



Mensagem do Conselho Municipal de Turismo

Compor o Conselho Municipal de Turismo é, sem dúvida, uma grande responsabilidade, entretanto o que parecia ser um peso se tornou leve, graças ao empenho e parceria de cada membro.

Abraçar e criar vínculos com todos os segmentos é uma tarefa de "mãe para filho", e é justamente esse princípio que nos une: Somos uma grande família!

Essa família, como qualquer outra, planeja, discute, sonha, ouve e dialoga constantemente a cada etapa do processo.

Processo de um projeto inédito que, como outros, visa o bem estar e o crescimento do nosso município, revela potencialidades que muitas vezes passam despercebidas, e transforma algo simples em magnífico.

Participar da elaboração deste plano enriqueceu plenamente cada um de nós. Acreditamos que somos capazes de nos modificar e mostrar o quanto é grandioso tudo que gira em torno do turismo. Sentimento que traduzido em poucas palavras, mostra o nosso verdadeiro desejo de desenvolver o turismo em Araras.

Mas o COMTUR-Araras só terá forças para desenvolver o seu papel se todos trabalharem no mesmo sentido. A presença de cada setor é extremamente importante para que isso aconteça. Portanto, temos que aplaudir o Poder Público Executivo, Legislativo, Iniciativa Privada e o Terceiro Setor pelo envolvimento e, acima de tudo, pelo comprometimento em desenvolver este Plano.

A nossa mensagem final:

"Quando unimos forças o impossível se torna possível. Portanto o caminho foi traçado. Agora depende do querer de cada setor e principalmente da consciência de cada um de nós."

Conselho Municipal de Turismo
COMTUR-Araras/SP



Sumário

1.	Introdução	16
2.	Aspectos Metodológicos	18
3.	Afinal, o que é o turismo?	24
	3.1. Conceitos e Impactos	25
	3.2. Planejamento Turístico	29
	3.3. Cenário Mundial do Turismo	30
	3.4. Panorama Nacional: o turismo no Brasil	35
	3.5. A Política Nacional de Turismo	39
	3.6. A Política de Turismo do estado de São Paulo	42
4.	Araras/SP: Contextualização	45
	4.1. Localização	. 46
	4.2. Aspectos Gerais, Sociais e Econômicos	48
	4.3. Formação Histórica	51
5.	Diagnóstico	. 53
	5.1. Legislação Municipal	54
	5.2. Oferta Turística: Inventário	56
	5.2.1. Infraestrutura de Apoio ao Turista	57
	5.2.2. Serviços e Equipamentos Turísticos	60
	5.2.3. Atrativos Turísticos	. 68
	Conclusões	. 70
	5.3. Demanda Turística: o turismo que já acontece em Araras	. 71
	5.3.1. Pesquisa de Demanda no evento Festival Café & Chocolate	71
	Resultados apontados e gráficos	72
	Conclusão	88
	5.3.2. Pesquisa de Demanda	. 89

	Resultados apontados e gráficos	90
	Conclusão	109
	5.4. Presença de Araras na Internet	110
	Outros Sites e Redes Sociais Interessantes	122
	Considerações e Recomendações	123
6	6. Análise SWOT e Priorização	124
	6.1. Análise SWOT	125
	6.2. Priorização de ações	128
7	'. Estratégias	129
	7.1. Identidade do Destino	130
	7.2. Onde queremos chegar? A Visão de Futuro	131
	7.3. Macro Estratégias de Desenvolvimento	132
	A) Turismo Rural, uma possibilidade interessante	132
	B) Ampliação das opções de lazer e entretenimento	133
	C) Estruturação de produtos e roteiros turísticos	134
	D) Sensibilização do cidadão ararense	135
	E) Promoção turística da cidade	135
8	3. Plano de Ação	136
	8.1. Metas de curto prazo	137
	8.2. Plano de Ação – Detalhamento	138
	EIXO INFRAESTRUTURA	138
	EIXO SEGMENTAÇÃO	140
	EIXO PROMOÇÃO E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO	143
	EIXO QUALIFICAÇÃO	145
	EIXO LEGISLAÇÃO / NORMATIVA	147
9). Monitoramento e Avaliação	150
1	0. Principais desafios	154
1	1. Conclusões finais	156

Índice de figuras

Figura 1. Exemplo da Cadeia Produtiva do Turismo	26
Figura 2: Sistema Turístico (Sistur) de Beni	26
Figura 3. Dinâmica do processo de planejamento	29
Figura 4. WhyTourismMatters? (Por quê o turismo é importante?)	30
Figura 5. Ganhos em exportação, por categoria	30
Figura 6: Movimentação de turistas internacionais e geração de receitas	31
Figura 7. Turismo Internacional em 2014	32
Figura 8. Ranking de número de turistas intemacionais x receita com turismo internacional (2014)	32
Figura 9. Ranking de competitividade de países do Fórum Econômico Mundial (2015)	33
Figura 10: Gráfico de estoque de ocupações formais nas atividades características do	
turismo (em milhões).	35
Figura 11. Chegadas internacionais de turistas no Brasil – principais estados e números de	
pessoas	36
Figura 12. Dimensões do Índice de Competitividade Turística adotado pelo MTur	38
Figura 13. Índices Gerais de Competitividade – Brasil, Capitais e não-capitais 2008 a 2014	
	38
Figura 14. Gestão Descentralizada do Turismo	40
Figura 15. Estrutura de coordenação da gestão descentralizada	
Figura 16. Regiões Turísticas de São Paulo	42
Figura 17. Localização de Araras em relação ao Brasil	46
Figura 18. Regiões Turísticas de São Paulo e Araras	47
Figura 19. Resumo dos principais dados gerais, índices sociais e econômicos de Araras/SP	
Figura 20. Antiga Igreja Matriz de N. Sra do Patrocínio - Fonte: Araras (2015)	
Figura 21. Localização geográfica de Araras/SP	
Figura 22. Terminal Rodoviário	
Figura 23. Localização dos 15 empreendimentos hoteleiros - centro e bairros	
Figura 24. Empreendimentos inventariados do setor de alimentos e bebidas	
Figura 25. Recorte da área central	
Figura 26. Vista parcial do CEU José Olavo Paganotti	
Figura 27. Fachada principal e quadro de esportes do Ginásio Nelson Rüegger	
Figura 28. Vista parcial da Praça Barão de Araras e da Basílica de N. Sra do Patrocínio	
Figura 29. Lago Municipal	65
Figura 30. Vista parcial do Parque Ecológico e Cultural Gilberto RueggerOmetto, lago e	0.5
espaço de eventos.	
Figura 31. Centro Cultural Leny de Oliveira Zurita	
Figura 32. Teatro Estadual Maestro Francisco Russo	66
Figura 33. Margem do Rio Mogi Guaçu, próximo a bares e ranchos no bairro rural da	00
Cascata	
Figura 34. Localização dos atrativos - centro e bairros	09



O turismo é reconhecidamente um setor capaz de movimentar divisas, além de gerar emprego e renda, contribuindo com o desenvolvimento econômico de um destino. Em função desse potencial, cresce o interesse dos governos em estabelecer políticas públicas adequadas, afim de estimular o seu desenvolvimento.

Cabe destacar aqui que o turismo é uma atividade que produz impactos, sendo o seu planejamento uma etapa de extrema importância, de modo a direcionar o seu desenvolvimento de maneira sustentável e responsável, otimizando os benefícios que a atividade pode causar.

Por envolver de uma maneira direta a sociedade e a iniciativa privada no seu desenvolvimento, faz-se necessário uma maior participação das comunidades e empresários na formulação das políticas e no planejamento, além de um maior relacionamento entre os setores e esferas de governo com objetivos de integração e estruturação.

Araras é uma cidade que chama a atenção pela beleza, limpeza e hospitalidade dos habitantes. Tais características são de extrema relevância em destinos turísticos, no entanto, a cidade carece de ações que estimulem o desenvolvimento e estruturação do turismo.

O Plano Diretor de Turismo de Araras surge nesse contexto: trata-se de um documento norteador, que apresenta um diagnóstico aprofundado do turismo e as diretrizes para o desenvolvimento do setor.

O documento aqui apresentado se divide em sete momentos, além desta introdução: a) Aspectos Metodológicos, onde é apresentada toda a metodologia utilizada para realização do Plano; b) Capítulo "Afinal, o que é o turismo?", que conta com um alinhamento de conceitos e aspectos gerais do turismo, trazendo dados nacionais e internacionais do setor, além da revisão dos principais aspectos da política pública nacional e estadual de turismo; c) Contextualização sobre Araras, com a apresentação de informações sobre localização, aspectos gerais, socais e econômicos além dos principais aspectos históricos; d) Diagnóstico geral do turismo na cidade, incluindo as leis, dados sobre a oferta e demanda, bem como a presença do destino na internet; e) Análise das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças

(SWOT); f) estratégias para o desenvolvimento do turismo e; por fim; a g) apresentação do Plano de Ação. Há ainda apresentação de mecanismos de avaliação e monitoramento, bem como dos principais desafios e conclusões.

Vale a pena destacar que o resultado é fruto de um trabalho de seis meses, feito com a assessoria da Turismo 360 Consultoria, porém construído de maneira participativa junto com Conselho Municipal de Turismo de Araras – COMTUR-Araras/SP, sendo este o grande protagonista de todo o processo.



A construção do Plano Diretor de Turismo de Araras/SP foi realizada no período de junho a novembro de 2015. Todo o processo foi construído de maneira participativa, junto ao Conselho Municipal de Turismo e a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Geração de Emprego e Renda.

A seguir, será detalhada a metodologia utilizada em cada uma das etapas de desenvolvimento do Plano:

Reunião Preliminar – Secretaria de Desenvolvimento Econômico

Viagem de Reconhecimento

Plano de Trabalho

Etapa 1: Alinhamentos Iniciais e Reconhecimento

Primeiramente, foi realizada uma reunião preliminar com a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Geração de Emprego e Renda, com o objetivo de apresentar a Turismo 360 Consultoria, bem como conhecer as expectativas de trabalho, as particularidades das agendas e panorama geral do turismo em Araras.

Alinhada as expectativas e os pontos a serem trabalhos, foi realizada uma viagem de reconhecimento do território, no período de 25 a 29 de maio de 2015. Na ocasião, foram levantados os documentos relativos à legislação existente da atividade turística em Araras e verificadas expectativas, necessidades e condições de trabalho junto aos atores locais, por meio de visitas, reuniões e pequenas entrevistas. Foi possível também, acompanhar e participar da cerimônia de posse do novo Conselho Municipal de Turismo - COMTURdo município. A visita de reconhecimento permitiu o estabelecimento dos primeiros contatos com alguns atores dos setores ligados direta e indiretamente ao turismo e fundamentar uma primeira análise do território.

Feito isso, foi possível a elaboração do Plano de Trabalho, detalhando a metodologia e as etapas, bem como uma proposta inicial de cronograma de atividades.

Etapa 2: Apoio ao Desenvolvimento da Governança



Nessa etapa foram realizadas duas reuniões, em formato de oficinas de construção conjunta, junto ao Conselho Municipal de Turismo - COMTUR recém empossado. A primeira, ocorrida no dia 16 de julho de 2015, foi a 1ª Reunião Extraordinária do Conselho Municipal de Turismo de Araras. Além da apresentação da empresa e dos trabalhos a serem desenvolvidos, nessa reunião foram alinhados conceitos relativos à governança turística, importância do trabalho cooperado para o turismo, papel e atribuições do COMTUR, além de alguns números do turismo mundial e uma breve apresentação dos setores que compõe a cadeira produtiva do turismo. Os participantes foram divididos em grupos para discutirem definições e exemplos de atrativos turísticos, destino, oferta e demanda turística, plano de desenvolvimento turístico e projetos.

A segunda reunião ocorreu no dia 20 de julho, tendo sido a 2ª Reunião Extraordinária do Conselho Municipal de Turismo de Araras. Na ocasião, foram discutidos assuntos visando o fortalecimento e integração do grupo, tais como o Festival Café & Chocolate e a possibilidade de instituição de Câmaras Temáticas no Conselho.

Pesquisa de Perfil do Visitante: Café e Chocolate

Pesquisa de Demanda

Diagnóstico

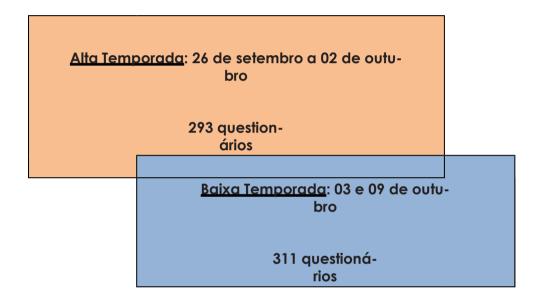
Presença na Internet

Sistematízação e Análise da Oferta Turística

Etapa 3: Diagnóstico e Análise da Oferta Turística

A etapa 3 envolveu a elaboração do diagnóstico do turismo no município, compreendendo diversas atividades. A descrição das mesmas não obedecerá, necessariamente, uma ordem cronológica:

• Pesquisa de Demanda: realizada com o intuito de identificar o perfil do turista que visita a cidade, envolvendo desde origem, gasto médio, percepções em relação à imagem da cidade, planejamento da viagem e próximas viagens. Ao todo, foram aplicados 604 questionários, cuja margem de erro é 3,98%. As entrevistas aconteceram face a face, intermediada por pesquisadores em pontos de fluxo de visitantes no município de Araras – Praça Barão de Araras e ruas adjacentes, Lago Municipal e rodoviária – aplicados com a seguinte distribuição de datas:



- Pesquisa de Perfil do Visitante no Festival Café & Chocolate: teve como objetivo principal traçar o perfil dos visitantes e moradores do município de Araras que participaram do evento, bem como perceber o nível de satisfação do entrevistado em relação ao mesmo. A pesquisa foi feita *in loco* por pesquisadores dispostos em pontos estratégicos, durante os 3 dias de evento. Foram aplicados 352 questionários entre os dias 17 e 19 de julho tendo sido calculada uma margem de erro de 5,2%;
- Inventário da Oferta Turística: trata-se do no levantamento, identificação e registro dos atrativos turísticos, serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo como instrumento base de informações para fins de planejamento e gestão da atividade turística. Foi considerada como referência a metodologia adotada pelo Ministério do Turismo, sendo priorizadas as áreas com potencial turístico e/ou de trânsito de turistas, bem como o entorno. Os formulários foram aplicados por pesquisadores treinados para esse fim, através da visita a cada um dos equipamentos, serviços atrativos a identificados. No total, foram aplicados 254 formulários;

- Legislação turística: foram levantadas e analisadas as principais leis municipais com ligação com o turismo, tais como a que institui o Plano Diretor Municipal e a que cria o Conselho Municipal de Turismo. Além disso, foram analisadas as leis estaduais e federais ligadas ao turismo a fim de apresentar algumas determinações e diretrizes;
- Pesquisa de gabinete: envolveu uma ampla pesquisa sobre o município e sobre o turismo de uma maneira geral, buscando identificar tendências e apresentar números e dados do turismo nacional e internacional. Além disso, foram consultadas fontes oficiais de dados secundários ligados ao município, bem como pesquisa de aspectos históricos, importantes para a etapa de diagnóstico;
- Análise da Presença da Internet: foi feita uma pesquisa online sobre a presença de Araras na internet, verificando a participação e resultados em sites de busca, bem como renomados sites de viagens e de reserva de hotéis. Realizou-se ainda uma análise da presença do destino em redes sociais, apresentando alguns *cases* interessantes de outros destinos turísticos que utilizam a ferramenta.

Todas essas atividades foram realizadas e as informações sistematizadas, de modo a construir o diagnóstico e subsidiar a definição de estratégias para o desenvolvimento turístico do município.

Etapa 4: Oficinas Participativas



Por fim, foram realizadas as oficinas junto ao COMTUR, destinadas a construção participativa do plano estratégico de desenvolvimento turístico (ou plano diretor de turismo). A primeira, realizadas nos dias 5 e 6 de outubro, contou com a apresentação do diagnóstico realizado, de modo a subsidiar a reflexão conjunta acerca do turismo no município. Foram formados grupos para análise *SWOT* a partir das forças (*Strenghts*), fraquezas (*Weaknesses*), oportunidades (*Opportunities*) e ameaças (*Threats*) considerando cinco eixos temáticos: 1) Infraestrutura; 2) Segmentação e Regionalização; 3) Promoção e Apoio a Comercialização;

4) Qualificação e 5) Legislação/Normatização. por meio do debate orientado, algumas necessidades e possibilidades foram priorizadas, de forma consensual por todo o grupo.

A segunda oficina ocorreu no dia 25 de outubro e trabalhou a identificação dos principais ícones do destino e as características que destacam positivamente em Araras, de modo a definir a identidade do destino. A visão de futuro para o turismo de Araras, com cenários pensados para 2015, 2020 e 2030 foi definida a partir de um debate orientado. Foram definias ainda metas de curto prazo para que se possa monitorar a implementação do Plano. Por fim, a partir do diagnóstico construído e das prioridades identificadas, foi feito o detalhamento das atividades que possam solucionar os problemas e necessidades. Nesse momento, a criatividade foi estimulada para que se encontrassem soluções diferenciadas, efetivas e adequadas à realidade cultural e econômica de Araras.

Vale destacar que todas as oficinas foram conduzidas por um moderador com especialidade na facilitação de debates e gestão de conflitos.

O projeto contou ainda com a realização de palestra para o poder público e para a comunidade local de Araras, com o objetivo de sensibilizar para a atividade turística e despertar para as possibilidades de desenvolvimento que a mesma pode trazer. As palestras foram realizadas, respectivamente, nos dias 24 e 25 de novembro.

Por fim, vale a pena destacar que o plano aqui exposto foi elaborado com a assessoria da Turismo 360 Consultoria, porém sua construção foi feita em parceria com o COMTUR, sendo este o grande protagonista de todo o processo.



3.1. Conceitos e Impactos

De acordo com Cooper (2001), o turismo possui grande importância no cenário mundial e seu impacto sobre a economia, assim como no meio ambiente e sociedade são significativos. Trata-se, no entanto, de um setor relativamente jovem enquanto área de estudo.

O turismo é um fenômeno social de proporção mundial e envolve o "transporte, a estadia, as motivações, a hospedagem, a hospitalidade, os impactos e os setores econômicos, culturais, sociais e ambientais" gerados a partir do deslocamento de pessoas (LOHMANN& PANOSSO NETTO, 2012, p.92).

Segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT), o turismo:

durante "[...] compreende as atividades que pessoas realizam suas viagens e estadias em lugares distintos de seu entorno habitual, do mais que ano consecutivo. (SANCHO, lazer, negócios, ou outros objetivos." 1998, 46)

Para Goeldner et al (2002), o turismo pode ser definido como a soma de fenômenos e relações originados da interação de turistas, empresas, governos locais e comunidades anfitriãs, no processo de atrair e receber turistas e outros visitantes.

Assim, para o turismo acontecer, faz-se necessário um conjunto de serviços, estrutura, atividades, bem como políticas públicas adequadas, capazes de manter a organização e regulação do setor. Ao viajar, um turista utiliza, por exemplo, um meio de transporte para chegar a um local; visita atrativos turísticos diversos, necessita de um local para se alimentar e pernoitar; compra artesanatos locais, dentre outros. Do somatório de serviços necessários para que o turismo aconteça, tem-se a chamada cadeia produtiva do turismo:



Figura 1. Exemplo da Cadeia Produtiva do Turismo Fonte: Brasil (2014) – Adaptação Turismo 360 Consultoria

A figura acima é simples e foi utilizada com o intuito de exemplificar a variedade de setores que tem a ver com o turismo, porém não abrange toda a complexidade do fenômeno. Além dos itens acima elencados que estão relacionados à rede de serviços disponíveis ao turista, há ainda questões ligadas a infraestrutura, políticas públicas, organização institucional, equipamentos diversos, além das relações e impactos da atividade, seja eles ambientais, culturais, econômicos ou sociais.

Em função dessa complexidade do fenômeno turístico, é comum o seu estudo a partir da teoria dos sistemas. A mais difundida no Brasil é o Sistema Turístico – Sistur de Mário Carlos Beni:

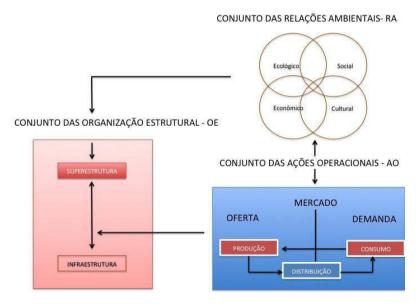


Figura 2: Sistema Turístico (Sistur) de Beni Fonte: Beni (2012) – Adaptação Turismo 360 Consultoria

Para entendimento da figura 2, temos como definições, de acordo com Lohmann & Panosso Netto (2012):

- a. **Conjunto das Relações Ambientais**: formado pelos subsistemas **cultural**, **ambiental** e **econômico**. Procura mostrar a importância e influência que esses itens tem no desenvolvimento do turismo e vice-versa;
- b. **Conjunto da Organização Estrutural:** engloba a **superestrutura** que compreende, basicamente, a política oficial de turismo e suas estruturas, como as secretarias municipais, estaduais, Ministério do Turismo, conselhos, organizações de classe, etc; e a **infraestrutura**, onde estão os serviços urbanos (transporte, comunicação, serviços e equipamentos para o turismo), saneamento básico, sistema viário e de transportes, dentre outros;
- c. **Conjunto das Ações Operacionais**: formado pela **oferta**, que são os bens e serviços turísticos disponíveis aos turistas; **demanda**, que são as pessoas que consomem esses serviços; **mercado**, resultado da interação entre oferta e demanda e **produção**, que são as empresas que produzem bens e serviços turísticos (restaurantes, hotéis, dentre outros).

Não pretende-se aqui aprofundar nas questões teóricas e acadêmicas do SISTUR, apenas demonstrar a reconhecida complexidade do fenômeno e corroborar que ele está ligado a umconjunto de ações pertencentes a um ambiente, composto por diversos aspectos que se inter- relacionam.

Toda essa complexidade e inter-relações fazem com o turismo gere impactos em um território. Dentre os impactos positivos, destaca-se o estímulo a geração de renda e emprego à população, movimentação de divisas, possibilidade de intercambio cultural, resgate e valorização da cultura local, valorização e conservação do meio ambiente, dentre outros.

No entanto, há de se atentar aos possíveis efeitos negativos que a atividade pode acarretar, tais como o aumento do consumo de drogas e da violência, erosões e depredações do ambiente natural e a banalização da cultura local. A tabela abaixo ilustra, de maneira simplificada, alguns possíveis impactos do turismo, sejam eles positivos ou negativos:

Tabela dos Impactos Positivos e Negativos do Turismo

Tipo de Impacto	Positivos	Negativos
Econômicos	Geração de emprego e renda para a população	Exploração da mão de obra local com baixos salários
	Redistribuição de riquezas	Preços altos dos produtos gerando pressão inflacionário e especulação imobiliária
	Efeito multiplicador do turismo (dinheiro gasto pelo turista é usado para pagar salários de funcionários que, por sua vez, usam o dinheiro no destino)	Dependência exclusiva do turismo pode gerar problemas em caso de crises, epidemias, desastres naturais, etc
Sociais	Inclusão social e reforço do vínculo entre os moradores	Valorização exacerbada do turista em detrimento a comunidade local
	Melhoria da infraestrutura básica das cidades	Aumento da violência e consumo de drogas
Ambientais	Conscientização para a conservação ambiental	Contaminação, erosão de trilhas, transformação da paisagem
	Por meio de cobranças em unidades de conservação, é possível investir mais em infraestrutura e treinamento de recursos humanos	Uso inadequado do solo

Fonte:Lohmann&PanossoNetto (2012)

De modo a potencializar os impactos positivos que a atividade pode gerar, bem como mitigar os efeitos negativos, é fundamental o planejamento turístico, detalhado no tópico a seguir.

3.2. Planejamento Turístico

Conforme já discutido, o turismo é uma atividade que produz impactos, sendo o planejamento uma etapa de extrema importância, de modo a fornecer diretrizes que podem contribuir com o desenvolvimento da atividade de forma sustentável.

Mas, primeiramente, o que entendemos como planejamento?

De forma consciente ou não, todos nós planejamos, até mesmo no que diz respeito a rotina de atividades diárias. Isso é feito com o intuito de organizar as ações para que as obrigações, compromissos, atividades de lazer, dentre outros sejam cumpridos de forma eficiente. As decisões referentes a carreira e família são tomadas a partir de um planejamento pessoal para que se conquiste um projeto de vida sonhado (BRAGA, 2007).

Mas isso não quer dizer que o planejamento é algo estático. Muito pelo contrário: trata-se de um processo dinâmico, contínuo e renovável. Para Ruschmann (1997, p.83), o planejamento é "uma atividade que envolve a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar os objetivos propostos".

Dessa maneira, a dinâmica do processo de planejamento envolve:



Figura 3. Dinâmica do processo de planejamento Fonte:Braga (2007)

O resultado do processo de planejamento é o **Plano**, ou seja, um documento que traz o descritivo da realidade do destino, o diagnóstico e as diretrizes de ação. No entanto, o planejamento não se encerra com a entrega do plano e a sua implantação estabelece uma outra fase, bastante dinâmica. As intervenções propostas geram mudanças que precisam ser avaliadas continuamente, para que seja possível verificar os seus impactos e consequências. Dessa forma, o planejamento é reiniciado para estudar mais uma vez a realidade e (re)ordenar um novo futuro, caso necessário (BRAGA, 2007).

3.3. Cenário Mundial do Turismo

De acordo com a Organização Mundial de Turismo— OMT (2015), o turismo vem passando por contínua expansão e diversificação, se tornando um dos maiores setores econômicos do mundo, com rápido crescimento.

Os números ligados ao desenvolvimento do turismo são realmente grandiosos: a OMT (2015) estima que o turismo é responsável por **9% do Produto Interno Bruto (PIB)** Mundial e por **um em cada 11 empregos** no mundo. Representa ainda **1,5 trilhões de dólares em exportações**, o que compreende 6% das exportações mundiais. Se considerarmos apenas o setor de serviços, a atividade representa ainda mais em termos de exportações (aproximadamente 30%).



Figura 4. WhyTourismMatters? (Por quê o turismo é importante?) Fonte: OMT (2015)

Esse cenário faz com o que o turismo, em economias desenvolvidas, represente a 4^a principal categoria de exportação, atrás apenas dos setores de combustíveis e produtos alimentícios e a frente de setores importantes, tais como produtos automotivos (OMT, 2014b).



Figura 5. Ganhos em exportação, por categoria Fonte: OMT (2015) – Adaptação Turismo 360 Consultoria

Em termos de movimentação de passageiros, o turismo passou de 25 milhões de turistas internacionais em 1950 para mais de 1 bilhão em 2014. Da mesma forma, a receita advinda do turismo internacional seguiu crescendo: passou de 2 bilhões de dólares em 1950 para mais de 1 trilhão em 2014 (OMT, 2015).

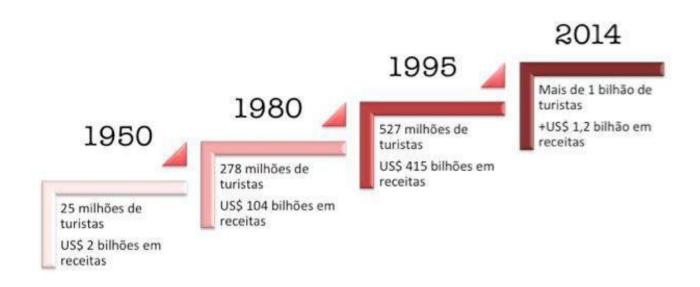


Figura 6: Movimentação de turistas internacionais e geração de receitas Fonte: OMT (2015) – adaptação Turismo 360 Consultoria

Em 2014, a demanda turística se manteve forte na maioria dos mercados, apesar dos desafios enfrentados no que diz respeito a questões econômicas, políticas e de saúde em algumas partes do mundo. Os 46 milhões de turistas que viajaram a mais pelo mundo em 2014 (em comparação ao ano anterior), fazem deste o 5⁰ ano consecutivo de crescimento robusto do setor, desde a crise financeira mundial, ocorrida em 2009 (OMT, 2015).

As previsões internacionais do comportamento do turismo nos próximos 20 anos mostram que há um potencial significativo para uma maior expansão. Destinos já consolidados, assim como novas destinações podem se beneficiar dessa tendência e oportunidade, desde que moldem as condições e políticas adequadas no que diz respeito ao ambiente de negócios, infraestrutura, marketing e recursos humanos (OMT, 2011).

Considerando as estatísticas oficiais da OMT (2015), a Europa é o local que mais recebe turistas internacionais atualmente, sendo também o que possui maior receita advinda do turismo internacional – corresponde a 41% do total de receitas (com o turismo internacional) em todo o mundo. Em seguida, aparece a Ásia e o Pacífico, com 30% de participação e as Américas, que correspondem a 22%.

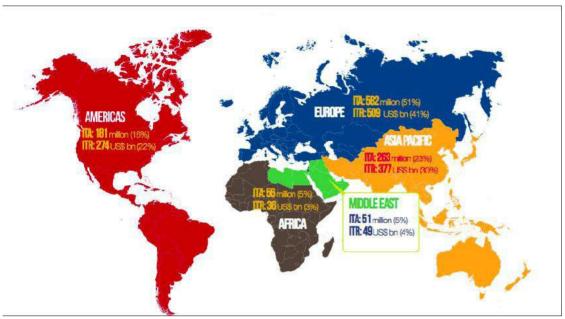


Figura 7. Turismo Internacional em 2014

Fonte: OMT, 2015

Atualmente, os "top" 10 destinos em turismo, considerando o número de turistas internacionais recebidos e as receitas advindas com o turismo internacional são:

Número de Turistas Internacionais (milhões)		Receita com Turismo Internacional (US\$ bilhões)	
1. França	83,7	1. EUA	117,2
2. EUA	74,8	2. Espanha	65,2
3. Espanha	65,0	3. China	56,9
4. China	55,6	4. França	55,4
5. Itália	48,6	5. Macao (China)	50,8
6. Turquia	39,8	6. Itália	45,5
7. Alemanha	33,0	7. Reino Unido	45,3
8. Reino Unido	32,6	8. Alemanha	43,3
9. Rússia	29,8	9. Tailândia	38,4
10. México	29,1	10. Hong Kong (China)	38,4

Figura 8. Ranking de número de turistas internacionais x receita com turismo internacional (2014) Fonte: OMT (2015) – adaptação Turismo 360 Consultoria

^{*}ITA:InternationalTouristArrivals – Chegadas Internacionais de Turistas

^{*}ITR: International Tourist Receipts - Receitas com Turismo Internacional

Segundo previsões da OMT (2011), o número de chegadas internacionais de turistas deverá crescer em média 43 milhões por ano. Há uma expectativa também que as economias emergentes cresçam e superem os destinos considerados avançados, em termos de chegadas internacionais de turistas.

O Fórum Econômico Mundial realiza um estudo que tem o objetivo de analisar a competitividade de países para o turismo, denominado *Travel & Tourism Competitivenss Report*. Tal estudo analisa o "conjunto de fatores e políticas que permitam o desenvolvimento sustentável do setor de Viagens e Turismo que, por sua vez, contribui para o desenvolvimento e competitividade de um país". Os resultados da aplicação desse índice (que considera 141 países) gera um ranking de países mais competitivos no turismo, medido novamente a cada dois anos.

Em 2015, os países tidos como os mais competitivos foram:



Figura 9. Ranking de competitividade de países do Fórum Econômico Mundial (2015) Fonte:Blanke&Chiesa (2015) – Adaptação Turismo 360 Consultoria

Percebemos que muitos países que recebem o maior número de turistas internacionais, possuem a maior receita com o turismo internacional estão considerados entre os 10 mais competitivos pelo Fórum Econômico Mundial, dentre eles a França, os Estados Unidos, a Espanha, a Alemanha e o Reino Unido.

Com relação ao desenvolvimento do turismo ao redor do mundo, o grupo de comunicação especializado em informação turística profissional Hosteltur (2015), apresenta algumas tendências bastante interessantes, que merecem destaque. Soma-se a elas, alguns aspectos destacados por Beni (2012):

Crescimento das redes sociais

Oferecer produtos e serviços suscetíveis de compartilhamento na internet, bem como utilizar esse canal de maneira dinâmica para comunicação com o cliente e posicionamento.

Novas tendências de consumo

Busca cada vez mais pela simplicidade, descomplicação e qualidade dos serviços prestados. Adiciona-se aqui a busca por produtos mais personificados, focados no perfil daquele turista específico.

• Experiência é a bola da vez

Está relacionado, mas não restrito à qualidade do serviço prestado. Envolve a humanização da demanda, oferta e prestação de serviços, sendo a criatividade e a inovação os seus sustentáculos. Não é mais um produto que se vende ao turista, mas sim uma possibilidade de uma experiência única, diferenciada e memorável.

Participação ativa

A tendência é que a experiência turística se distancie cada vez mais do modelo de viagem apenas para descanso e saída da rotina. Na atualidade, a passividade vem sendo substituída pelo desejo de se envolver de maneira ativa em novas descobertas.

• Mudança no tipo de turismo

Na contemporaneidade, o turismo dos "4 S" (*sun, sea, sand* e *sex*) ¹ vem sendo susbstituído progressivamente pelo turismo dos "3 L" (*landscape, leisure* e *learnig*)². Dessa forma, a busca pela paisagem natural e cultural bem conservada se mantem, porém o lazer aparece numa perspectiva de sociabilização e aprendizado.

Turistas digitais

Uso cada vez mais preponderantes de dispositivos móveis pelos turistas, sejam eles *smartphones*, *tablets* ou outros. Esses dispositivos vem transformando não apenas a maneira de compra de serviços, mas também a experiência durante a viagem. Além disso, percebe-se um crescimento de agencias de viagens e aquisição de serviços e/ou produtos turísticos de maneira online.

¹ Que significam, em português, respectivamente: sol, mar, areia e sexo.

² Significam, em português: paisagem, lazer e aprendizado.

3.4. Panorama Nacional: o turismo no Brasil

Para o Ministério do Turismo (2013), o Brasil vem ganhando cada vez mais importância no cenário turístico mundial. A Copa do Mundo FIFA de Futebol, realizada em 2014 e os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, que acontecerão em 2016 favoreceram a imagem do país no exterior, no que diz respeito a atração de turistas e investidores.

Segundo o *World Travel & Tourism Council* – WTTC (2015), a contribuição direta do turismo no PIB brasileiro representou aproximadamente 3,5% e foram gerados mais de 3 milhões de empregos diretos. Tais números estão ligados a setores diretamente ligados ao turismo, tais como hotéis, agencias de viagens, companhias aéreas e transporte de passageiros (com exceção dos serviços urbanos).

De acordo com o MTur (2013), a geração de empregos no turismo vem evoluindo, com taxa de crescimento acima do PIB. O estoque de ocupações formais nas atividades características do turismo passou 1,71 milhões em 2002 para 2,78 milhões em 2012, como mostra o gráfico abaixo:

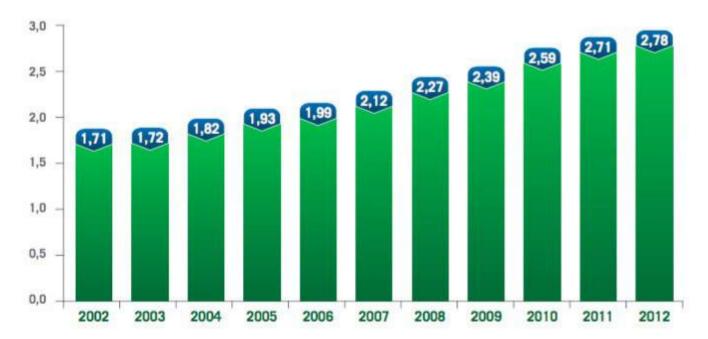


Figura 10: Gráfico de estoque de ocupações formais nas atividades características do turismo (em milhões). Fonte: Brasil (2013)

No entanto, os números de chegadas internacionais de turistas no Brasil ainda são tímidos. Em 2014, o país recebeu aproximadamente 6,4 milhões de turistas internacionais, superando pela primeira vez a marca de 6 milhões de estrangeiros (BRASIL, 2015), o que foi fortemente impulsionado pela realização da Copa do Mundo FIFA de Futebol no país.

Com base no anuário estatístico do Ministério do Turismo (ano base 2014), São Paulo é a principal porta de entrada de turistas estrangeiros do pais, tendo recebido mais de 2 milhões de turistas em 2014. O Rio de Janeiro ocupa o 2º lugar na lista de receptores de turistas, seguido pelo Rio Grande do Sul.



Figura 11. Chegadas internacionais de turistas no Brasil – principais estados e números de pessoas. Fonte: Brasil (2015)

Apesar de haver poucos dados atualizados acerca da demanda turística nacional e o turismo interno, vale destacar alguns pontos observados no último relatório da Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil 2010/2011, realizada pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2012). A despeito de ter sido realizado em há mais de três anos, algumas informações permanecem bastante atuais:

- As viagens curtas, de 2 a 3 dias, são as com maior percentual, independente da motivação;
- Os destinos mais visitados têm a ver com a proximidade dos principais emissores, tendo em vista que cerca de 70% dos fluxos ocorrem dentro das próprias regiões, em número de viagens.
- Dentre os destinos turísticos "sonhados" pelos entrevistados, a região Nordeste se apresenta em primeiro lugar, com 54,2% das citações, contendo, portanto, os destinos mais desejados pelos turistas brasileiros, em todas as regiões.
- A região Sudeste responde por 40,8% no que diz respeito a emissão de turistas e caracteriza-se também por representar a maior destinação do fluxo de visitação interna do País, com 36,5% do total do receptivo, em número de turistas;
- O estado de São Paulo se caracteriza como o principal mercado emissor de turistas para o país.

Segundo o estudo já citado do Fórum Econômico Mundial (BLANKE & CHIESA, 2015), o Brasil evoluiu sua competitividade turística, principalmente no último ano, o que fez com que ele saísse da 51^a posição em 2013 para atingir a 28 ^a em 2015, considerando 141 países.

Tal estudo aponta que os investimentos realizados em função da realização Copa do Mundo FIFA de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 foram significativos principalmente no que diz respeito a infraestrutura e conectividade.

Dentre os aspectos que merecem destaque para essa considerável melhoria, estão:

- Investimentos em infraestrutura aeroportuária;
- Investimentos em estádios esportivos;
- Eventos internacionais: posicionamento dentre os top 10 em encontros de associações internacionais;
- O país é o **líder em recursos naturais** e número de espécies conhecidas, dada a sua biodiversidade.

Mas, apesar das melhorias destacadas anteriormente, esse estudo aponta que o Brasil ainda carece de investimentos, principalmente em infraestrutura terrestre. Além disso, seu ambiente de negócios é muito restrito, devido a alta tributação e o prazo necessário para obtenção das licenças de construção. Soma-se a isso a questão uma questão importante: a segurança, pois o país ainda possui altos índices de violência.

Além do estudo do Fórum Econômico Mundial, o Ministério do Turismo realiza outro monitoramento da competitividade turística do país, denominado Índice de Competitividade Turística. Trata-se de uma metodologia desenvolvida pelo MTur em parceria com a Fundação Getulio Vargas (FGV) e o SEBRAE Nacional, aplicado anualmente desde 2008 (com exceção de 2012) em 65 destinos no Brasil. Nessa metodologia, a competitividade turística é entendida como:

"a capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva." (BARBOSA, 2008, p.32) Tal estudo analisa a competitividade dos destinos com base de 13 dimensões:



Figura 12. Dimensões do Índice de Competitividade Turística adotado pelo MTur Fonte: Barbosa (2014)

De acordo com o último relatório do índice de competitividade turística disponível, referente ao ano de 2014, a média dos 65 destinos pesquisados foi de 59, 5 pontos (em uma escala que vai de 0 a 100). Considerando apenas as capitais (o estudo é realizado em todas as 26 capitais e no distrito federal), essa média é consideravelmente maior (68,2), uma vez

que essas cidades detem, na maioria das vezes, melhor infraestrutura e serviços.



Figura 13. Índices Gerais de Competitividade – Brasil, Capitais e não-capitais 2008 a 2014 Fonte: Barbosa (2014)

As dimensões com melhores índices de desempenho são infraestrutura geral, aspectos ambientais e economia local, conforme observado no gráfico a seguir. Em contrapartida, as dimensões onde os resultados foram o mais frágeis foram monitoramento, cooperação regional e marketing e promoção do destino.

Conclui-se, portanto, que o Brasil ainda tem muito a evoluir no diz respeito ao turismo, seja quando avaliados os números de turistas internacionais, receitas advindas com o turismo internacional e/ou competividade turística.

3.5. A Política Nacional de Turismo

De acordo com Beni (2012), no Brasil, a política nacional de turismo assumiu maior visibilidade nos anos 1990, com a transformação da Embratur em Instituto Brasileiro de Turismo. Em 1994, foi instituído o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), iniciativa importante, porém, com resultados pontuais.

O Ministério do Turismo – MTur foi criado somente a partir de 2003, sendo este um marco na história da atividade turística brasileira, que nunca havia tido um ministério próprio (BENI, 2012).

De acordo com o MTur, o órgão possui como desafio conceber um modelo de gestão pública descentralizada e participativa, atingindo em última instância o município, onde o turismo acontece efetivamente (BRASIL, 2003).

O Plano Nacional de Turismo – Plantur foi lançado na mesma época, contemplando o horizonte 2003-2007. Posteriormente, foram lançados os Plantur 2007-2010 e o 2012-2016.

Dentre as diretrizes apontadas pela política nacional de turismo, está o modelo de gestão pública descentralizada e participativa, integrando as diversas instâncias da gestão pública e iniciativa privada ligadas ao turismo.

Vale destacar aqui o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, criado em 2004 com o objetivo de "estimular em todo o país a adoção de um novo modelo de gestão descentralizada, coordenada e integrada, com base nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação interssetorial e interinstitucional, e na sinergia de decisões" (BRASIL, 2011).

Nesse contexto, foi proposta a constituição de um sistema nacional de gestão do turismo composto, no seu nível estratégico, por um núcleo básico formado pelo Ministério do Turismo, pelo Conselho Nacional de Turismo e pelo Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo:



Figura 14. Gestão Descentralizada do Turismo Fonte: Brasil (2007)

A estrutura de coordenação proposta para a gestão descentralizada contempla os níveis: nacional, por meio do MTur, o Conselho Nacional e o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes de Turismo; estadual, através do órgão estadual de turismo e o conselho/fórum estadual; regional, e municipal, por meio da instância regional de governança e, por fim, municipal, envolvendo o órgão municipal de turismo e o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR.

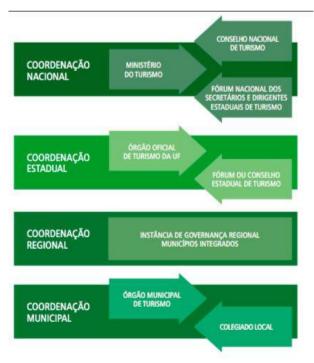


Figura 15. Estrutura de coordenação da gestão descentralizada Fonte: Brasil (2007)

Dessa forma, o Ministério do Turismo estimula a criação das chamadas governanças municipais para o turismo, sendo o COMTUR, parte importante dessa estratégia.

O Sistema Nacional de Turismo, bem como a política nacional, foram legalmente instituídos pela Lei Geral do Turismo (Lei 11.771 de 17 de Setembro de 2008). Tal lei pode ser considerada um marco regulatório para o setor, tendo substituído um grande número de decretos, instruções normativas e portarias.

Além de estabelecer normas sobre a Política Nacional de Turismo, a lei geral define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico e disciplina a prestação de serviços turísticos, o cadastro, a classificação e a fiscalização dos prestadores de serviços turísticos.

A lei estabelece, portanto, que os prestadores de serviços turísticos são obrigados a manterem cadastro no Ministério do Turismo, sendo eles:

- Meios de hospedagem
- Transportadoras turísticas
- Parques temáticos

- Agências de turismo
- Organizadoras de eventos
- Acampamentos turísticos

O cadastro, conhecido como Cadastur, é executado pelo Ministério do Turismo, em parceria com os Órgãos Oficiais de Turismo dos estados e do Distrito Federal. No site *www.cadastur.turismo.gov.br*é possível pesquisar sobre os Prestadores de Serviços Turísticos cadastrados.

Além dos prestadores citados anteriormente, que tem a obrigatoriedade de cadastro, há ainda aqueles cujo Cadastur é facultativo, sendo eles: restaurantes, cafeterias, bares e similares; centros ou locais destinados a convenções e/ou a feiras e a exposições; parques temáticos aquáticos e empreendimentos dotados de equipamentos de entretenimento e lazer; marinas e empreendimentos de apoio ao turismo náutico ou à pesca desportiva; casas de espetáculos e equipamentos de animação turística; organizadores, promotores e prestadores de serviços de infraestrutura, locação de equipamentos e montadoras de feiras de negócios, exposições e eventos; locadoras de veículos para turistas; prestadores de serviços especializados na realização e promoção das diversas modalidades dos segmentos turísticos, inclusive atrações turísticas e empresas de planejamento, bem como a prática de suas atividades.

3.6. A Política de Turismo do estado de São Paulo

A Secretaria de Estado de Turismo – Setur/SP foi criada em 2011 pelo Decreto 56.635/2011 e tem como função promover o turismo como atividade econômica de forma estratégica, contribuindo para a geração de emprego, renda e desenvolvimento.

Conta, em sua estrutura com o Departamento de Apoio ao Desenvolvimento das Estâncias (DADE), o Conselho Estadual de Turismo, o Conselho do Turismo Regional Paulista e a Companhia de Eventos e Turismo – TUR.SP (SÃO PAULO, 2015).

O estado de São Paulo está dividido em 34 regiões turísticas e em 15 macrorregiões. Segundo a Setur/SP, tal divisão foi feita por dirigentes municipais (conselhos, prefeituras, coordenadorias e secretarias) e levou-se em consideração a proximidade geográfica e a afinidade entre produtos turísticos, como história e atrativos. Essa regionalização foi criada para facilitar a aplicação e o desenvolvimento de programas e projetos (SÃO PAULO, 2015).

Baseando-se em uma divisão política, Araras está inserida na região turística Café e Flores.

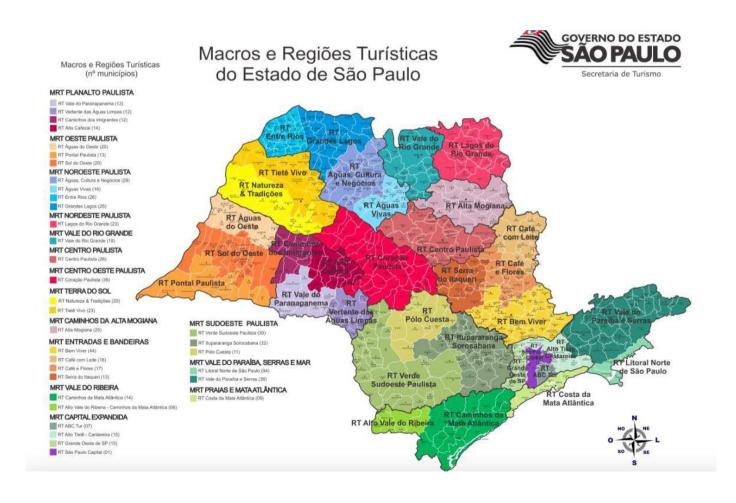


Figura 16. Regiões Turísticas de São Paulo Fonte: São Paulo (2015)

Além das regiões turísticas, o estado conta também com circuitos turísticos, que são grupos de municípios com características em comum, que se unem para estabelecer produtos e roteiros turísticos de maneira regionalizada, participando também, de maneira conjunta, de ações de promoção. Atualmente, o estado conta com 27 circuitos turísticos (SÃO PAULO, 2015).

Um dos principais programas integrantes da política estadual de turismo de São Paulo é a classificação de município como Estâncias Turísticas ou Municípios de Interesse Turístico – MIT. As condições e requisitos para classificação dos municípios estão dispostas na Lei Complementar n. 1.261 de 29 de Abril de 2015.

O título de estância ou MIT é promulgado por lei (através de projeto de lei de deputados estaduais) àqueles que cumprirem alguns requisitos, sendo o primeiro destinado aos destinos turísticos já consolidados e, o segundo, aos municípios com potencial turístico. A lei estabelece ainda os números máximos para cada modalidade: 70 estâncias e 140 MITs. A Setur/SP é responsável pelo rangueamento das estâncias e MITs, com base nos requisitos estabelecidos por lei.

Os municípios classificados são habilitados a receber recursos do Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos, previsto no artigo 146 da Constituição do Estado.

Como Araras não é um município cuja atividade turística encontra-se consolidada, focaremos aqui nos critérios exigidos para classificação como MIT. A lei estabelece como "condições indispensáveis e cumulativas" para a classificação:

- Ter potencial turístico;
- Dispor de serviço médico emergencial e, no mínimo, dos seguintes equipamentos e serviços turísticos: meios de hospedagem no local ou na região, serviços de alimentação e serviço de informação turística;
- Possuir de infraestrutura básica capaz de atender às populações fixas e flutuantes no que se refere a abastecimento de água potável e coleta de resíduos sólidos;
- Contar com expressivos atrativos turísticos, plano diretor de turismo e Conselho Municipal de Turismo.

A lei estabelece os documentos exigidos para apresentação juntamente com o projeto de lei, a serem examinados pela Comissão da Assembleia Legislativa e a Secretaria de Estado de Turismo. Dentre eles, está o estudo da demanda turística, o inventário da oferta e o Plano Diretor de Turismo, todos eles realizados no âmbito deste trabalho aqui apresentado. Além destes, está também o envio das atas das reuniões do COMTUR, comprovando assim o seu funcionamento regular.

Diante do exposto, percebe-se que Araras, a partir do próximo ano, terá condições de requerer a classificação enquanto Município de Interesse Turístico pois, a princípio, atende os requisitos exigidos em Lei.

Além deste, a SETUR/SP também executa outros programas, descritos abaixo:

Tabela Programas da Secretaria de Estado de Turismo



Projeto que envolve dois caminhos contemplativos cumpridos a pé, inspirados nas rotas percorridas no passado por importantes figuras religiosas: o Passos dos Jesuítas e a Rota Franciscana



Realizado em parceria com a Secretaria de Educação e prefeituras municipais, tem como objetivo proporcionar a crianças da rede pública de ensino a oportunidade de conhecer novos lugares dentro do estado. Trata-se de uma repaginação do antigo "Caravanas do Conhecimento". Estado, além da organização, providencia ônibus para o transporte, lanches, material pedagógico e mais. A hospedagem é feita em escolas das cidades anfitriãs.



Programa itinerante, que percorre diversas regiões do estado ao longo do ano Através de ônibus double-deckers é possível realizar roteiros desenhados para otimizar a visitação aos atrativos das cidades, podendo embarcar e desembarcar quantas vezes quiser, permanecendo nos pontos turísticos pelo tempo que desejar.



Oferta de viagens com duração de 5 dias , de segunda a sexta- feira, para grupos de idosos. São oferecidas 200 vagas por semana. O Governo do Estado de São Paulo é responsável pelos pagamentos de todas as diárias, que incluem pensão completa, isto é, café da manhã, almoço e jantar. Além disso, o Estado também é responsável pelas atividades de lazer e entretenimento que são realizadas durante as viagens. Já os municípios ou entidades ficam responsáveis pelo transporte dos viajantes.



Festival Gastronômico em parceria com a Revista Prazeres da Mesa que percorre cada uma das 15 macrorregiões turísticas do Estado em busca de sabores e itens característicos da culinária regional. No site www.sabordesaopaulo.com.br é possível verificar a programação, regulamento e inscrições.

Fonte: São Paulo (2015)



4. Araras/SP: Contextualização

4.1. Localização

O município de Araras está localizado no estado de São Paulo, há 170 km da capital, na microrregião de Limeira e mesorregião de Piracicaba. Limita-se, ao norte, com a cidade de Leme; ao sul, com Limeira e Cordeirópolis; a leste, com Artur Nogueira, Mogi-Guaçu e Conchal; e, a oeste, com Rio Claro e Santa Gertrudes (CEPAM, 2015).

Integra a Bacia Hidrográfica do Rio Mogi-Guaçu, além de ter o Rio das Araras e o Ribeirão das Furnas como partes importantes na formação da cidade.

Localiza-se próximo a um importante entroncamento viário: entre a via Anhanguera (SP-330), Rodovia dos Bandeirantes (SP-348) e Rodovia Washington Luiz (SP-310), o que representa um fluxo intenso e diversificado, vindos de importantes centros consumidores do Brasil e do Mercosul.



Figura 17. Localização de Araras em relação ao Brasil Fonte: UFScar (2015) – Adaptação da Turismo 360 Consultoria

A cidade está inserida na região turística Café e Flores, juntamente os municípios de Paulínia, Cosmópolis, Holambra, Santo Antônio de Posse, Itapira, Moji Mirim, Mogi Guaçu, Estiva, Conchal, Engenheiro Coelho, Artur Nogueira, Cordeirópolis, Santa Gertrudes, Iracemópolis, Leme e Pirassununga:

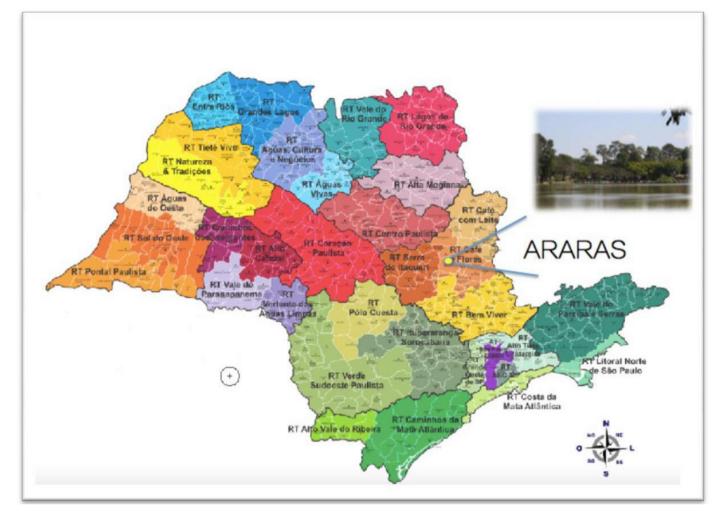


Figura 18. Regiões Turísticas de São Paulo e Araras *Fonte*: São Paulo (2015) – Adaptação da Turismo 360 Consultoria

No entanto, essa região turística está desativada, sem realização de ações estratégicas que promovam os municípios integrantes.

Apesar de integrar uma região turística, Araras ainda não faz parte de nenhum Circuito Turístico formatado. Vislumbrando essa oportunidade, Araras está buscando, em conjunto com as cidades de Conchal, Limeira, Cordeirópolis e Iracemápolis, ativar o circuito Belezas de Nossa Terra. Processo ainda em fase inicial, mas que contribuirá em grande escala com as ações de desenvolvimento turístico.

É importante destacar a proximidade da capital paulista, além de importantes cidades do interior paulista, como Campinas e Ribeirão Preto, o que gera oportunidades para o favorecimento e fortalecimento de negócios que visem o desenvolvimento socioeconômico do território.

4.2. Aspectos Gerais, Sociais e Econômicos

O município de Araras possui uma área 644.831 km² e está inserida nos biomas cerrado e mata atlântica.

A cidade possui uma população estimada de 128.895, de acordo com o IBGE (2015). No último censo demográfico realizado em 2010, o número de habitantes era de 118.843, sendo que 6.399 pessoas residiam na área rural.

A densidade demográfica, ou seja, a relação de habitantes por km² é de 184,30. Os cidadãos do município possuem o gentílico ararense (IBGE, 2015).

O brasão da cidade conta com um escudo em formato arredondando, referência direta às origens portuguesas. Possui uma coroa que simboliza dois fundadores da cidade: o Barão de Araras — Bento de Lacerda Guimarães e o Barão de Arary — José de Lacerda Guimarães. O sol simboliza a libertação dos escravos de Araras (1888). O ramo de café e o feixe de cana simbolizam a fertilidade do solo do município, e o cultivo. Os dizeres "pelo bem da pátria" representam o lema dos ararenses (ARARAS, 2015).





A bandeira da cidade foi instituída em 1953 e traz o brasão da cidade além de duas faixas nas cores vermelha e preta, em alusão às cores do estado de São Paulo (ARARAS, 2015).

O hino municipal possui o título de "Cidade Encantamento":

[...] Ó Cidade Encantamento, Jovem, bela varonil,

Ó cidade encantamento, Esperança do Brasil [...]

(trecho do hino municipal – Araras, 2015)

De acordo com o Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (PNUD, 2015), Araras possui um alto Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), de 0,781. Vale destacar que o IDHM é uma medida composta de indicadores de três dimensões do desenvolvimento humano: longevidade, educação e renda. O índice varia de 0 a 1 e , quanto mais próximo de 1, maior o desenvolvimento humano do município.

De acordo do PNUD (2015), a dimensão que mais contribui para o IDHM do município é lon-gevidade, com índice de 0,859, seguida de renda (0,763), e de educação, com índice de 0,728.

Nesse contexto, Araras ocupa a 119^a posição entre os 5.565 municípios brasileiros, segundo o IDHM. (PNUD, 2015).

Ainda considerando o Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil, a renda per capita médiada cidade cresceu 47,34% nas últimas duas décadas, passando de R\$ 625,58, em 1991, para R\$ 742,82, em 2000 e para R\$ 921,76, em 2010. Isso equivale a uma taxa média anual de crescimento nesse período de 2,06%. A proporção de pessoas pobres, ou seja, com renda domiciliar per capita inferior a R\$ 140,00 (a preços de agosto de 2010), passou de 6,84%, em 1991, para 6,47%, em 2000, e para 2,31%, em 2010. A evolução da desigualdade de renda nesses dois períodos pode ser descrita através do Índice de Gini³, que passou de 0,48, em 1991, para 0,49, em 2000, e para 0,47, em 2010 (PNUD, 2015).

Com relação a educação, o IDHM – Educação, os índices do município registraram crescimento nos últimos anos, considerando o período de 1991, 2000 e 2010. Em 2010, 91,38% da população de 6 a 17 anos do município estavam cursando o ensino básico regular com até dois anos de defasagem idade-série e, dos jovens adultos de 18 a 24 anos, 18,69% estavam cursando o ensino superior (PNUD, 2015).

Em termos de oferta de ensino superior, a cidade conta com 04 instituições, sendo uma universidade federal – campus da UFSCAR - Universidade Federal de São Carlos, 02 faculdades particulares – FHO - UNIARARAS e o Centro Universitário de Araras "Dr. Edmundo Ulson" – UNAR, e 01 faculdade municipal, sendo a Universidade Anhanguera responsável pelos cursos oferecidos pela faculdade. Há ainda um polo da Universidade Aberta do Brasil (UAB) estabelecido a partir de convênio entre a Prefeitura de Araras (Secretaria Municipal de Educação), o Governo Federal (Ministério da Educação) e as Instituições Públicas de Ensino Superior.

As universidades parceiras do Polo de Apoio Presencial oferecem cursos de nível superior de graduação e pós-graduação de maneira gratuita e na modalidade de educação a distância (EaD). Há ainda instituições que ofertam diversos cursos técnicos – destaque para o Centro Paula Souza e o SENAI.

O Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) registrado na rede municipal em 2013 foi de 5,9, e 5,1 considerando o 5° e o 9° ano, respectivamente. (INEP, 2015). Quando considerada a rede estadual, o índice é de 6,7 para o 5° ano e 5,1 para o 9° ano. Importante pontuar que o IDEB considera as análises de fluxo escolar e médias de desempenhos nas avaliações, calculado a partir dos dados sobre aprovação escolar - Censo Escolar, e médias de desempenho nas avaliações do INEP, o Prova Brasil, para os municípios (INEP, 2015)

³ O índice Ginié um instrumento usado para medir o grau de concentração de renda, que aponta a diferença entre os rendimentos dos mais pobres e dos mais ricos. Varia de 0 a 1, sendo que 0 representa a situação de total igualdade, ou seja, todos têm a mesma renda, e o valor 1 significa completa desigualdade de renda, ou seja, se uma só pessoa detém toda a renda do lugar.

O Produto Interno Bruto - PIB é um importante indicador de economia e representa, em valores monetários, a soma de todos os bens e serviços finais produzidos. O PIB de Araras, de acordo com o IBGE o é de R\$ 2.987.204 mil, sendo o PIB per capita R\$ 24.676,42.

De acordo com o Centro de Estudos e Pesquisas de Administração Municipal (CEPAM, 2015), a economia local é baseada na agroindústria. A cidade contabiliza mais de 4 mil empresas instaladas, nos diversos setores e está entre as 40 com maior participação estadual no Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). Vale destacar a presença de empresas como a Nestlé Brasil, desde 1921, e o Grupo Usina São João S.A., instalado há mais de 60 anos (CEPAM, 2015).

Além dos fabricantes de alimentos e insumos, a cidade também conta com indústrias dos setores moveleiro, metalúrgico, químico, além de tecelagem e ceramistas, que são importantes para a geração de empregos, arrecadação e desenvolvimento do município (CEPAM, 2015).

A seguir, apresenta-se uma tabela resumo dos principais dados, além dos índices sociais e econômicos do município:

DADOS GERAIS	Área do Município	644.831 km ²
	Bioma	cerrado e mata atlantica
	População estimada	128.895
	Densidade demográfica (2010)	184,30
	Gentílico	ararense
ÍNDICES ECONÔMICOS	PIB (2012)	R\$ 2.987.204 mil
	PIB per capita	R\$ 24.676,42
	Renda Per Capita Média (2010)	R\$ 921,76
ÍNDICES SOCIAIS	IDHM (2010)	0,781 (ALTO)
	IDHM – Longevidade (2010)	0,859
	Índice Gini (2010)	0,47
	IDEB Municipal e Estadual (2013) – apenas 9º ano	5,1

Figura 19. Resumo dos principais dados gerais, índices sociais e econômicos de Araras/SP Fonte: PNUD (2015) e IBGE (2015)

4.3. Formação Histórica

De acordo com o Centro de Estudos e Pesquisas de Administração Municipal (CEPAM, 2015), o início do povoamento do Vale do Ribeirão das Araras remonta à segunda metade do século XVIII, em decorrência da expansão do núcleo populacional de Mogi-Guaçu, caminho do sertão das minas de Guaiazes.

O primeiro registro do povoado é de 1818, através de uma sesmaria formada pelas bacias hidrográficas do rio Mogi, Ribeirão Itapura e Ribeirão das Araras, em terras pertencentes ao município de Limeira (ARARAS, 2015).

A fundação do povoada é atribuída a duas personalidade: o Barão de Araras, Sr. Bento de Lacerda Guimarães (esquerda) e o Barão de Arary, Sr. José de Lacerda Guimarães (direita).





Segundo registros, estes doaram um terreno para construção da Igreja de Nossa Senhora do Patrocínio (padroeira da cidade), inaugurada em 28 de outubro de 1868 (CEPAM, 2015).



Em 1869, tornou-se freguesia do município de Limeira. Em 1871, o povoado foi elevado à categoria de Vila, já tendo, aproximadamente cinco mil habitantes. No entanto, sua denominação atual só é adotada em 2 de abril de 1879, quando recebe foros de cidade (CEPAM, 2015).

Figura 20. Antiga Igreja Matriz de N. Sra do Patrocínio Fonte: Araras (2015)

A formação administrativa da cidade seguiu, portanto, a seguinte ordem (IBGE, 2015):

- Lei Provincial n.º 42, de 12/07/1869: criação do distrito de Araras, subordinado ao município de Limeira;
- Lei Provincial n.º 29, de 24/03/1871: elevado à categoria de vila com a denominação de Araras, desmembrado de Limeira, com sede no antigo distrito de Araras;
 - Lei Provincial n.º 27, de 02/04/1879: elevado à condição de cidade com a denominação de Araras.

Segundo o IBGE (2015), em abril de 1877, o transporte ferroviário, por meio da Companhia Paulista de Estrada de Ferro, era a principal forma de escoamento da produção agrícola da região.

O desenvolvimento do município foi impulsionado pela lavoura cafeeira, responsável pelo progresso da região. A formação da população contou com grande influência da imigração no século XIX, principalmente de italiano que, com o ciclo do café e a abolição da escravatura, vieram ao Brasil em busca de oportunidades e investimentos (CEPAM, 2015).

Dada a importância da lavoura cafeeira e, posteriormente, da vinda dos imigrantes, alguns historiadores afirmam que a história inicial de araras pode ser dividida em dois períodos: 1) surgimento das grandes fazendas de café, responsáveis pelo progresso inicial e 2) incorporação dos imigrantes da vida econômica do local, responsável pela rápida recuperação pós abolição da escravatura (CALDEIRA, 1929).

Segundo consta em alguns registros, a abolição da escravatura em Araras ocorreu antes mesmo da promulgação da Lei Áurea. Apesar de não ter sido identificado nenhum registro oficial comprovado, algumas fontes afirmam a cidade esteve entre as primeiras do Brasil a festejar a libertação do último escravo no município, em 8 de Abril de 1888. Tal festejo ocorreu no local que, hoje, é conhecida como Praça 8 de Abril, no centro da cidade (MUSEU, 2015).

No século XX se inicia uma a atividade que ainda nos tempos atuais movimenta bastante a economia: trata-se do cultivo da cana-de-açúcar, inicialmente, voltado para a fabricação do açúcar, e posteriormente à produção de etanol.

De acordo com o Tribuna do Povo (2015), o município, ao longo da sua história, recebeu algumas premiações, tais como o município de maior progresso no Brasil (1954 e 1955), município agrícola modelo do Brasil (1966, 1967 e 1968), município modelo do Estado de São Paulo (1967) e município de maior desenvolvimento do Brasil (1981, 1985, 1986, 1987, 1989 e 1991).

A Igreja Matriz Nossa Senhora do Patrocínio foi elevada à categoria de Basílica Menor em 2010 pelo Papa Bento XVI, em função dos seus atributos artísticos, religiosos e históricos. Para conceder este título à Matriz, o Vaticano analisou, entre outros documentos, fotos das celebrações ocorridas no templo e também a estrutura arquitetônica da igreja e se constatou que a fachada da edificação é réplica idêntica da Basílica de São João Latrão, em Roma.

Atualmente, a cidade possui dois bens tombados pelo Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico – Condephaat (SÃO PAULO, 2015a):

- Escola Estadual Coronel Justiniano Whitaker de Oliveira: é uma das integrantes de conjunto de 126 escolas públicas construídas pelo Governo do Estado de São Paulo entre 1890 e 1930 que compartilham significados cultural, histórico e arquitetônico.
- **Fórum de Araras:** o edifício, construído em fins do século XIX, foi utilizado como fórum e cadeia, além de ter funcionado, em suas dependências, a Câmara Municipal até 1916. Hoje o prédio abriga a Casa da Cultura, oferecendo à população aulas de violino, piano, violão, viola caipira e canto. Abriga um acervo de mais de 300 quadros e gravuras.



5.1. Legislação Municipal

O município de Araras está amparado por um Plano Diretor Municipal que discorre sobre alguns elementos do turismo. A Lei Complementar nº 3.901, de 6 de Outubro de 2006, dispõe sobre o Plano Diretor do Município de Araras, suas normas disciplinadoras e outras providências.

Discorrendo sobre a atividade, o plano apresenta um capítulo voltado ao desenvolvimento econômico do município, dividindo o tema em 03 seções:

- Da Agropecuária
 - Da Indústria, do Comércio e dos Serviços
 - Do Turismo

O aparecimento do turismo no capítulo voltado ao desenvolvimento econômico sugere uma importância política e social à atividade, sendo ela vislumbrada como possibilidade de emprego e renda aos ararenses. Segundo o texto do Plano Diretor:

A política municipal de turismo tem como objetivo promover a infra-estrutura necessária e adequada ao pleno desenvolvimento das atividades turísticas em Araras, com base na valorização e conservação do patrimônio ambiental e cultural da cidade. Art.148.

Como diretrizes, no Art. 149, estão descritas as seguintes ações:

I - implantar uma política de incentivo ao turismo local, possibilitando a produção e comercialização de produtos agrícolas e derivados, bem como a produção de artesanatos, diretamente ao consumidor;

II - manter e ampliar a participação municipal nos fluxos turísticos de importância regional e nacional, promovendo e estimulando a divulgação de eventos e projetos em todas as modalidades de empreendimentos comerciais, de serviços e produtos turísticos;

- III realizar campanhas de conscientização da população, para a valorização do patrimônio turístico e recepção adequada do turista na cidade;
- IV incentivar programas de conservação de áreas públicas e melhoria da paisagem urbana;
- V apoiar iniciativas de preservação do patrimônio ambiental e cultural da cidade;
- VI elaborar, constantemente, material de divulgação sobre as possibilidades de turismo rural e urbano de Araras;
- VII incentivar e apoiar iniciativas para realização de festas, eventos e assemelhados, com objetivos de atrair turistas ao município, colaborando para o desenvolvimento da atividade local;
- VIII colaborar no relacionamento harmonioso do setor hoteleiro, das casas de espetáculos, entretenimento, clubes de recreação e assemelhados, bem como do setor de alimentação, visando seu desenvolvimento com a finalidade de sustentar a demanda do turismo local.

Ainda de acordo com a lei, estão previstas algumas ações orientadas pela política municipal de turismo, tais como adequar a infraestrutura (sinalização turística), segurança pública, resgate de tradições e projetos de lazer, uso ambientalmente adequado dos fundos de vale, pesquisas e diagnósticos (atrativos e roteiros), além da avaliação quanto ao título à Estância Turística do Estado de São Paulo.

Ainda como legislação específica, a Lei nº 3.522/2003 – Criação do COMTUR – Conselho Municipal de Turismo, e a Portaria Municipal nº 11.505/2015 – Nomeação do COMTUR, reafirma o compromisso do poder público na tentativa de fomentar a atividade turística de forma participativa, unindo forças ao setor privado e sociedade civil organizada.

No entanto, a necessidade de publicação de leis específicas que oriente, ordene, controle e fiscalize ações exclusivas da atividade turística no município é latente.

A existência de uma lei municipal de turismo e a lei do fundo municipal de turismo são estratégias para se garantir a continuidade das ações de desenvolvimento e sua concretude, bem como estimular o investimento no turismo, a conservação ambiental

e de todo o patrimônio histórico, cultural e social existente.

[...] "A Política Municipal de Turismo deve estar em estreita sintonia com a Lei Orgânica do Município – lei maior do município que o organizar – e com o Plano Diretor Municipal – instrumento de planejamento e ordenação das cidades – garantindo a conformidade entre as legislações e fortalecendo os compromissos do poder executivo e legislativo com a comunidade.

(SETUR/MG, 2014)

Ainda neste cenário, e já identificando ruídos entre os ambulantes, bares e restaurante e a população, torna-se importante, também, uma regulamentação com regras explicitas e fiscalização para a utilização dos espaços públicos por meio destes ambulantes.

Somente com essas ações a população e os setores voltados ao turismo terão como se orientar e cobrar dos responsáveis as devidas medidas para que a atividade aconteça de forma harmoniosa.

5.2. Oferta Turística: Inventário

Quadro síntese dos formulários aplicados:

Tipo do Formulário	Quantidade
A – Informações básicas e Infraestrutura	23
B – Equipamentos Turísticos	194
C – Atrativos	37
TOTAL	254

5.2.1. Infraestrutura de Apoio ao Turista

Como já descrito anteriormente, Araras tem localização geográfica privilegiada: está localizada próximo a um dos maiores entroncamento rodoviário da América Latina.

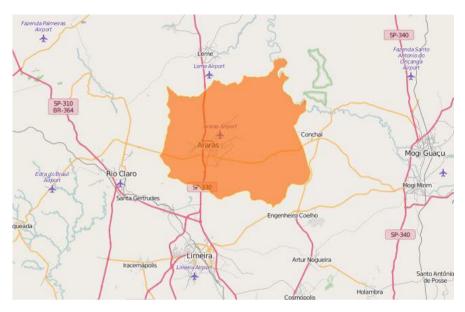
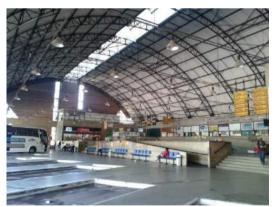
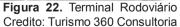


Figura 21. Localização geográfica de Araras/SP. Fonte: IBGE (2015)

Atualmente está em fase de implementação a concessão da operacionalização do aeroporto municipal, que até então está inativo e sem voos comerciais. Este é um grande passo para a economia local. A ativação do aeroporto promete impulsionar o setor de prestação de serviço e pode também contribuir com a atividade turística.

O Terminal Rodoviário "Padre João Modesti", inaugurado em 1986, apresenta uma construção simples, com boa estrutura física. Um ponto a ser considerado é a falta de opções dos serviços de alimentação e comércio no local.







Apesar de pequena, na rodoviária operam importantes linhas intermunicipais, com diversas opções de horários para os principais trechos da região. Porém, no que se refere a trechos interestaduais, a oferta fica condicionada a demanda, comprometendo o embarque e desembarque de turistas e visitantes de outros estados.

Para o deslocamento interno dos moradores e visitantes/turistas pelos bairros da cidade, a principal opção de transporte público é o ônibus (TCA), mas também é muito utilizado o mototaxi e o taxi convencional, sendo o moto-taxi encontrado com maior facilidade.

As vias que partem do centro urbano rumo às comunidades rurais, em geral, estão em estado razoável de conservação (muitas são estradas de terra). O transporte público oferecido aos moradores dessas áreas também é de responsabilidade do TCA, mas para grande parte, o serviço oferecido não é o mesmo.

Araras é formada por um distrito sede, cinco distritos industriais e sete bairros rurais: Marimbondo, Elihu Root, São Bento, Cascata, Caio Prado, Loreto e Morro Grande.

As ruas e espaços públicos da região central recebem cuidados e atenção quanto à limpeza urbana, paisagismo e sinalização de trânsito. Também é visível a presença do policiamento local e de guardas municipais, além de uma boa iluminação noturna.

O município dispõe de três hospitais que atendem a demanda local e regional, além do hospital psiquiátrico e clínicas médicas particulares que, juntas, compõe um volume significativo nos serviços relacionados à assistência a saúde.

A oferta de ensino superior esta dividida entre cinco instituições, sendo três públicas e duas privadas, que oferecem cursos de diversas áreas. Dentre as maiores universidades, a UFSCAR, a FHO - UNIARARAS e o Centro Universitário de Araras "Dr. Edmundo Ulson" – UNAR, as três possuem eventos que atraem visitantes, representando em importantes acontecimentos para a movimentação e crescimento do fluxo turístico em Araras.

Na administração municipal, o gerenciamento do turismo é de responsabilidade da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Geração de Emprego e Renda, que possui apenas um funcionário e um estagiário (estudante de turismo), destinados ao setor.

Recentemente, foi aprovada a lei de reforma administrativa do município. Uma de suas inovações é a criação da Coordenadoria de Turismo dentro da própria Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Geração de Emprego e Renda, cujos processos de implementação e contratação já estão em andamento.

Os instrumentos de gestão para o turismo estão em fase de implementação.

Há pouco tempo foi reativado o COMTUR-Araras - Conselho Municipal de Turismo, composto por representantes de setores públicos, privados e sociedade civil que se interessam pelo desenvolvimento da atividade turística no município.

Desde que ativado, o COMTUR-Araras se encontra mensalmente em sedes das entidades participantes. Sua reativação e participação nas ações voltadas ao turismo é força propulsora no desenvolvimento do planejamento da atividade.

Encontrar informações do município na internet não é difícil, mas as informações não são completas ou satisfatórias ao viajante. No site oficial da prefeitura (www.araras.sp.gov.br) existem algumas informações sobre hospedagem, transporte, telefones úteis, dentre outras de interesse.

No entanto, as informações contidas são gerais e não tem um tratamento visando o fomento e promoção da atividade turística no município. Os demais sites encontrados não fogem muito deste formato. O município não dispõe de um site específico para a promoção de Araras como destino turístico.

É interessante ressaltar que foi criado um portal para disponibilizar informações quanto ao processo de gestão e desenvolvimento do turismo no município (www.araras.sp.gov.br/desenvolvimentodoturismo). Trata-se de um canal que visa apresentar à comunidade e interessados os resultados das atividades realizadas em prol deste objetivo. O site também pretende tornar-se uma referência para as demais informações relacionadas ao turismo, e de alguma maneira, chegar diretamente aos munícipes e turistas.

5.2.2. Serviços e Equipamentos Turísticos

Foram inventariados 15 meios de hospedagem, assim divididos: 09 hotéis, 03 pousadas, 01 flat, 01 hospedagem familiar e 01 hospedagem conventual.



Figura 23. Localização dos 15 empreendimentos hoteleiros - centro e bairros Fonte: Google Maps (2015)⁴

A estrutura em geral revela-se boa. A carência de mão-de-obra qualificada e de profissionalismo na gerência dos empreendimentos é um ponto a ser considerado e trabalhado para a melhoria dos serviços ofertados.

Em conjunto, os meios de hospedagem da zona urbana e rural de Araras oferecem um total de 437 unidades habitacionais e 989 leitos. Em geral, a estrutura dos quartos é boa, mas a oferta de unidades habitacionais e serviços preparados para portadores de necessidades especiais é baixa. Apenas dois hotéis possuem registro no

CADASTUR: O Casarão Hotel e Trade Garden Hotel.

Serviços e Equipamentos de hospedagem

- 09 hotéis
- 03 pousadas
- 01 Flat
- 01 Hospedagem Conventual
- 01 Hospedagem Familiar



⁴O mapa está disponível em https://www.google.com/maps/d/edit?mid=zl3vUruiJZoM.kLC- io4wHpvA&usp=sharing

Em conjunto com o inventário turístico, houve uma entrevista prévia com os representantes dos hotéis, objetivando a constatação do período de alta, média e baixa ocupação nos estabelecimentos (logo, a possível alta, média e baixa temporada de turistas no município). Esta informação foi necessária para a realização da pesquisa de demanda.

Constatou-se que, com exceção do mês de maio, não há uma alta temporada definida nos hotéis, pois cada um dos estabelecimentos informou um mês que poderiam identificar como alta. Já com relação a baixa temporada, os meses de janeiro, dezembro e outubro foram citados pela maioria como sendo os meses de menor ocupação hoteleira.

Não se conseguiu uma informação precisa sobre a média temporada, uma vez que a atividade turística ainda está se consolidando no município.

Outro ponto a ser considerado, tanto na hospedagem, quanto na alimentação, é a proximidade do município a outros grandes centros urbanos, que contam com serviços diversificados e em grande quantidade. Essa característica eleva o nível de competitividade e, consequentemente, a necessidade de melhorar o atendimento ao cliente.

Foram inventariados 127 estabelecimentos no setor alimentício, localizados em zonas indicadas como pontos de interesse turístico (centro da cidade, ao redor dos equipamentos e serviços turísticos e na zona rural) ou que apresentassem um serviço diferenciado, seja no menu, no serviço, no ambiente ou na localização do estabelecimento.



Figura 24. Empreendimentos inventariados do setor de alimentos e bebidas⁵ Fonte: Google Maps - Adaptado por Turismo 360 Consultoria

⁵ O mapa está disponível em https://www.google.com/maps/d/edit?mid=zl3vUruiJZoM.kzffjpgnWr_s&usp=sharing

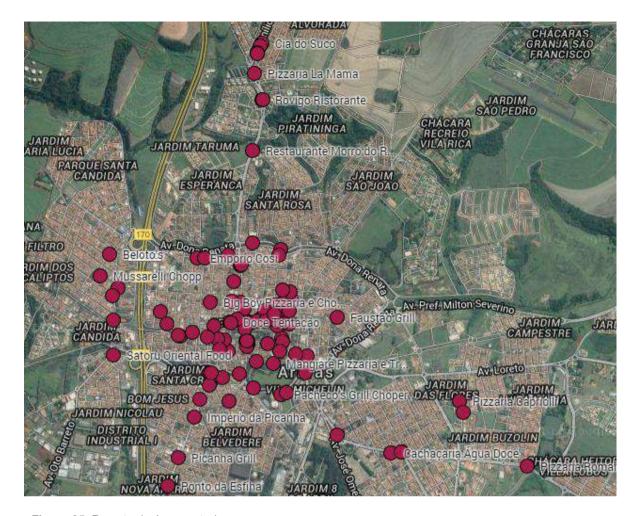


Figura 25. Recorte da área central Fonte: Google Maps - Adaptado por Turismo 360 Consultoria

Identificou-se uma boa estrutura referente à apresentação, equipamentos, atendimento e variedade de opções de refeição. A maioria dos espaços se preocupa com a disposição das mesas, padronização das louças, talheres e uniformes dos funcionários.

Não se identificou, no município, um prato típico ou a valorização de elementos da agricultura/ gastronomia local nos estabelecimentos visitados. Já na região rural é possível perceber o uso de elementos que saem da horta direto para a mesa do visitante, tais como hortaliças everduras. Além da horta, doces caseiros em compotas também compõem este vínculo entre produção e consumo.

A maioria dos empreendimentos é formalizado, mas nenhum possui registro no CADASTUR.

Vale destacar aqui a presença de cafés e empórios na cidade, ainda que em pouca quantidade, mas com espaços diferenciados tanto na organização e disposição do ambiente, quanto no atendimento.

A cidade não possui nenhuma agência de turismo receptivo, apenas emissivo. Isso reforça a percepção de que ainda não há demanda significativa de turistas que procuram serviços de receptivo.

Sobre os equipamentos públicos de lazer (praças, parques, centros culturais, centros esportivos

e etc.), observou-se que estão concentrados no centro urbano. A grande maioria encontra-se bem conservada, sendo utilizados pela população local com frequência. Dentre os equipamentos visitados, os que se observam uma maior necessidade de atenção em relação à manutenção e melhoria são os espaços esportivos: Ginásio de Esportes Nelson Rüeggere o CEU - Centro de Artes e Esportes Unificados José Olavo Paganotti.





Figura 26. Vista parcial do CEU José Olavo Paganotti. Crédito das fotos: Turismo 360 Consultoria





Figura 27. Fachada principal e quadro de esportes do Ginásio Nelson Rüegger. Crédito das fotos: Turismo 360 Consultoria

O município tem uma programação cultural muito diversificada, com opções semanais de apresentações musicais e peças de teatro, tanto em espaço público quanto em espaço particular. No entanto, foi possível perceber que as opções noturnas são limitadas, fazendo com que muitos moradores prefiram cidades vizinhas para a diversão noturna ou até mesmo para o lazer durante o final de semana, uma vez que Araras está muito próximo de outros centros urbanos.

Atualmente existe um centro de informação turística, o Centro de Divulgação, Formação e Realização de Eventos de Turismo José Elio Dias, porém este está situado em uma região distante dos pontos de interesse turístico e do grande fluxo do comércio local e, mesmo estando próximo à rodovia Wilson Finardi (SP-191, um dos portais de entrada da cidade), não foi possível identificar sinalização ou ações que direcionem o fluxo para o local, dificultando o acesso do visitante a este espaço. Além disso, o serviço de informações turísticas é quase inexistente, sem equipe direcionada ou capacitada para oferecer informação turísticas básicas do município.

Ainda sobre um ponto de referência para informações turísticas, foi informado que está previsto, até dezembro de 2015, a implantação de um centro de informação com sede em um dos casarões do Centro, mais conhecido como Casa do Artesão, situado na Praça Barão de Araras.

A sinalização existente sobre os pontos turísticos do município é insuficiente e a identificação dos atrativos e serviços disponíveis fica prejudicada.

Não existem guias ou mapas turísticos para facilitar o deslocamento e orientar sobre as atividades do visitante/turista, disponibilizados pela prefeitura ou para compra.

Os atrativos culturais do município e as praças e parques representam o maior volume quanto aos pontos de interesse turístico, concentrados todos no centro urbano.

As praças Barão de Araras e Monsenhor Quércia abrigam os principais casarões e acolhem atividades culturais do município. Destaca-se, ainda entre as edificações, a Basílica Nossa Senhora do Patrocínio, ponto de romaria.





Figura 28. Vista parcial da Praça Barão de Araras e da Basílica de N. Sra do Patrocínio. Crédito das fotos: Turismo 360 Consultoria

As praças arquitetonicamente apresentam-se muito bonitas e a composição paisagística é agradável e harmoniosa.

Vale ressaltar que as principais ruas comerciais da cidade estão localizadas próximas a essas praças e que, além de garantirem o movimento da população e seu convívio aparentemente tranquilo, embelezam as ruas do centro com suas fachadas bem cuidadas, sendo muitas com características modernas.

Os parques Ecológico e Municipal Fábio da Silva Prado (este último, conhecido também como Lago Municipal), além de suas paisagens cênicas harmoniosas, também ganham destaques por serem áreas com grandes jardins, lagos e playground. O Parque Ecológico também é local de realização de grandes eventos e o Parque Municipal Fábio da Silva Prado possui um restaurante aberto ao público e um espaço para reabilitação de aves, fechado a visitantes.



Figura 29. Lago Municipal Crédito das fotos: Turismo 360 Consultoria



Figura 30. Vista parcial do Parque Ecológico e Cultural Gilberto RueggerOmetto, lago e espaço de eventos. Crédito das fotos: Turismo 360 Consultoria

É importante citar que as áreas e edificações citadas são muito utilizadas pela comunidade como espaços de lazer e socialização e alguns casarões encontram-se em uso de alguns setores da administração pública. Desta maneira, não foram identificados estruturas físicas e de serviços preparados para a atividade turística, pouco se diferenciando/destacando dos demais.

Contrapondo a esta questão, na Praça Monsenhor Quércia, a prefeitura informou que há dois projetos para a transformação de edificações em espaços culturais, com grande potencial para agregar valor à atividade turística no município: trata-se do "Cine Santa Helena" e a "Casa da Memória".

Como equipamentos de lazer na região central de Araras estão o Zorzo Paintball, o Cine A, único cinema da cidade, e os clubes de shows Carroça Country Show e o Clube Sayão.

Ressalta-se, ainda, como espaços que possuem uma vasta programação cultural e aumentam as opções de lazer e cultura de Araras: o Centro Cultural Leny de Oliveira Zurita (antiga estação ferroviária, hoje revitalizada) e o Teatro Estadual de Araras Maestro Francisco Paulo Russo (projeto arquitetônico de Oscar Niemeyer). Ambos espaços possuem estrutura para a realização de diferentes tipos de apresentações e eventos.





Figura 31. Centro Cultural Leny de Oliveira Zurita Crédito das fotos: Turismo 360 Consultoria

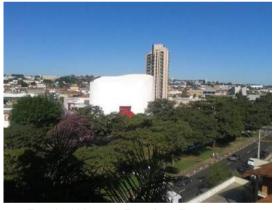




Figura 32. Teatro Estadual Maestro Francisco Russo Crédito das fotos: Turismo 360 Consultoria

Partindo para a área rural, foram realizadas visitas em sítios de lazer, restaurantes, bares, cachaçaria, açougue, entre outros empreendimentos de diferentes regiões.

Foi possível identificar que a zona rural tem uma configuração muito diferente do centro urbano, seja em relação à infraestrutura básica (comunicação, saúde e transporte público), neste caso inferior aos que estão disponíveis no centro urbano, como também em relação ao atendimento e acolhimento dos clientes/visitantes, neste caso mais simples, porém mais personalizado.

Outro ponto de destaque é que os empreendedores da zona rural se mostram mais interessados em investir e se diferenciar dos demais estabelecimentos, procuram fortalecer o seu produto/serviço e se preocupam com o posicionamento no mercado.

Como equipamentos de lazer, o diagnóstico identificou dois pesque e pague, Fornaro e JJ, e as duas fazendas de criação de mini animais: Mini Fazenda as 3 Porquinhas e o Rancho Arizona. Neste segundo, as atividades educativas e pedagógicas ansiadas pelo proprietário ainda não iniciaram.

Entre as fazendas históricas, foi citada, por um dos entrevistados, a "Fazenda Riachuelo". Segundo relatos, possui sede com estrutura para empreender a atividade turística, com 20 apartamentos já preparados. No entanto, a fazenda não está em atividade.

As associações, sindicatos e cooperativas inventariadas apontam para uma maturidade no que tange a organização das instituições do terceiro setor, em grande parte, com sede própria, equipamentos, realização de eventos fechados e abertos e com bom relacionamento com a sociedade por meio dos serviços prestados e da sua história.

5.2.3. Atrativos Turísticos

Os principais atrativos turísticos culturais de Araras também foram identificados como equipamentos turísticos, já citados no item anterior.

Quanto aos atrativos naturais, foram considerados o Rio Mogi Guaçu e o Horto Florestal, ambos representando uma importância histórica e cultural aos ararenses, portanto, de interesse relevante ao visitante.



Figura 33. Margem do Rio Mogi Guaçu, próximo a bares e ranchos no bairro rural da Cascata Crédito das fotos: Turismo 360 Consultoria

No que diz respeito ao artesanato produzido no município, tendo como referencia a Feira da COMART, percebeu-se uma produção que carece de identidade cultural própria sendo, portanto, de baixa competitividade. De uma maneira geral, há peças comuns que não refletem uma identidade ou singularidade ao município. No entanto, o Cimento Bento destaca-se como um artesanato diferenciado e que pode ser trabalhado para tornar um produto local. Curiosamente, este artesão não está entre os produtos da feira e foi identificado durante conversas com as pessoas da cidade.

Ressalta-setambém, neste contexto, os produtos artesanais produzidos do município, como a Cachaça Barcellos e Dimarzo, e as cervejas Hausen Bier e Mestre das Poções, ambas de produção artesanal, que se apresentam com alto potencial de visitação turística a ser desenvolvida. Os empreendedores da Cachaça Barcellos e da Hausen Bier se mostraram predispostos a participar das atividades de planejamento turístico no município.

Na região rural o destaque é a presença de fazendas históricas, a agricultura diversificada, usinas de beneficiamento da cana-de-açúcar, ainda, pelo calendário de eventos, em sua maioria de cunho religioso, que movimentam as localidades e possui suas especificidades.

As atividades econômicas diagnosticadas como atrativos turísticos estão o Sítio Núcleo Montevidéu, açougue de carnes e cortes nobres, aberto à visitação, a Usina São João, os mestres cervejeiros e os alambiques, bem como a Fábrica de Farinha Caio Prado e uma atividade de caráter científico e ecológico: a Observação de pássaros, atividade que vem despertando os interesses de um publico específico e seleto em todo o Brasil.



Figura 34. Localização dos atrativos - centro e bairros⁶ Fonte: Google Maps (2015)

Foram inventariados 15 eventos identificados como os principais e já consolidados no calendário anual do município. É possível dizer que existe uma moderada distribuição ao longo do ano, no entanto, considerando aqueles que trazem maior fluxo de participantes/visitantes/turistas, estão o Arraial, o Festival Café & Chocolate e a Festa do Peão, concentrando-se, respectivamente, entre os meses de junho, julho e agosto.

Segundo o levantamento, os demais eventos trazem um movimento de pessoas do entorno municipal, ocasionando um baixo retorno de negócios para o comércio local, uma vez que, devido à proximidade da cidade de origem em relação a Araras, o visitante não pernoita.

⁶O mapa está disponível em https://www.google.com/maps/d/edit?mid=zl3vUruiJZoM.kB0eYMV4Dyr8&usp=sharing

Conclusões

A zona rural do município se mostra com um cenário fértil para a diversificação e complementação da oferta de serviços de alimentação e pontos de interesse turístico existentes no centro urbano.

Nas regiões visitadas foi possível identificar o interesse da maioria dos empreendedores em ter a atividade turística como uma das opções para o desenvolvimento socioeconômico da região.

Em alguns locais, as visitas com viés turístico ainda não está em execução, mas todo o empreendimento já está preparado para tal fim, como por exemplo o Sítio Santana, o Sítio Núcleo Montevidéu e a fábrica de Farinha Caio Prado.

Como potenciais, e por ainda não abrirem as portas para o visitante devido à falta de estrutura no momento, pode-se citar a Fazenda Riachuelo (hospedagem), a plantação de hidropônicos da Família Leal e o Rancho Arizona (criação de mini-animais). Estes empreendimentos não foram inventariados por não apresentarem, ainda, informações de teor turístico, mas se apresentam com imenso potencial para a continuidade do trabalho ao longo dos anos.

Ainda dentro do potencial a ser explorado, mas não inventariado, estão a Usina Santa Lúcia, como atividade econômica, e os sequintes eventos:

• da Secretaria Municipal de Esporte, Lazer e Atividade

- a) Copa Interior de Triathlon
- b) Corrida 24 de Março
- c) Corrida da Independência

• da Secretaria Municipal de Ação Cultural e Cidadania

a) Salão Nacional de Fotografia Pérsio Galembeck

dos bairros rurais

a) Festa da Mandioca do Morro Grande

religiosas

a) Romaria de N. Sra. Aparecida à cavalo

O turismo ainda foi citado, pelos próprios moradores, como uma "ferramenta para o fortalecimento da imagem e trabalho do homem do campo, assim como o próprio campo". Além disso, também mostraram ter consciência sobre os impactos negativos da atividade e sobre as dificuldades para alcançar os objetivos por meio do turismo.

Em resumo, o município de Araras apresenta boa estrutura para o desenvolvimento da atividade turística, tanto no que diz respeito a infraestrutura básica e de apoio ao turista, quanto em relação aos empreendimentos e atrativos que atendam ao visitante.

5.3. Demanda Turística: o turismo que já acontece em Araras

5.3.1. Pesquisa de Demanda no evento Festival Café & Chocolate

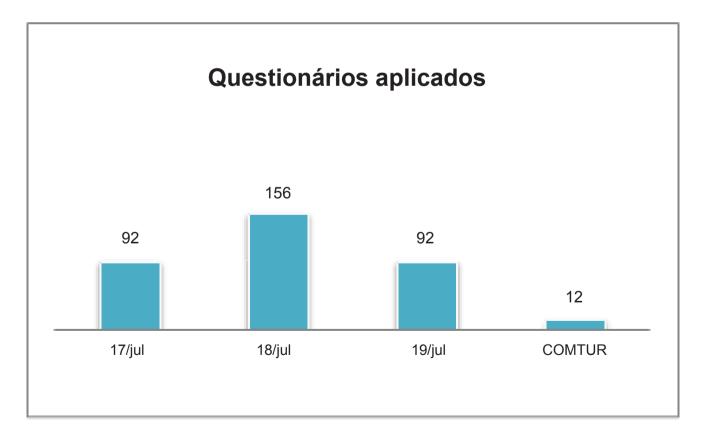
A pesquisa teve como objetivo principal traçar o perfil dos visitantes e moradores do município de Araras (SP) que participaram do "Festival Café & Chocolate", bem como perceber o nível de satisfação do entrevistado em relação ao evento.

Dentre os dados apresentados, foram diagnosticadas informações referentes a qualidade da festa, culinária, atrações, gastos dos visitante durante o evento, bem como outros dados relacionados.

Algumas questões foram respondidas apenas pelos moradores para avaliação do impacto do evento na comunidade e outras específicas para os visitantes, com o intuito de avaliar sua satisfação, gerando insumo para tomada de decisões e melhoria da próxima edição do evento.

A pesquisa foi feita *in loco* tendo como instrumento de coleta o modelo de questionário que se encontra ao final deste plano. As entrevistas foram realizadas face a face, intermediada por pesquisadores dispostos em pontos estratégicos durante os três dias de evento.

Os questionários foram aplicados entre os dias 17 e 19 de julho através da seguinte composição⁷:



⁷ Foram aplicados 352 questionários. A margem de erro é 5,2%

71

Resultados apontados e gráficos

Os principais resultados estão apontados neste infográfico desenvolvido especialmente para este fim.





Percebe-se que 85,8% do público presente ao evento é morador de Araras, em sua maioria homens solteiros jovens, com idade entre 18 e 24 anos, com ensino médio completo.

No entanto, 35,3% dos entrevistados não estavam sozinhos, mas acompanhado com familiares em 1,8 dias de participação no evento, possuindo renda mensal entre R\$ 788 e R\$ 2.364 reais.

Em relação aos visitantes presentes no festival, dos 30 mil participantes (considerando os três dias de evento), estima-se que mais de 4 mil eram turistas, com intenção de pernoitar e gastar em torno de 52 reais durante sua permanência no evento. Com isso, a receita turística estimada direta, somente com os visitantes, foi de 224 mil reais.

Com resultados extremamente expressivos, o festival atendeu plenamente as expectativas dos presentes:

91,7% disseram se sentir satisfeitos, e avaliaram o evento com a nota média de

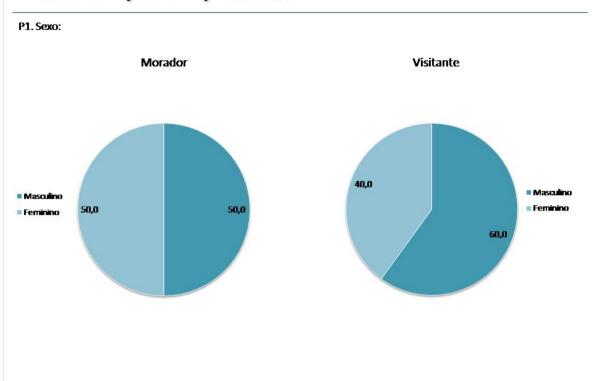
7,9. 98% dos entrevistados pretendem voltar na próxima edição, em 2016.



A seguir estão os gráficos que melhor contabiliza os resultados apontados pelo infográfico.

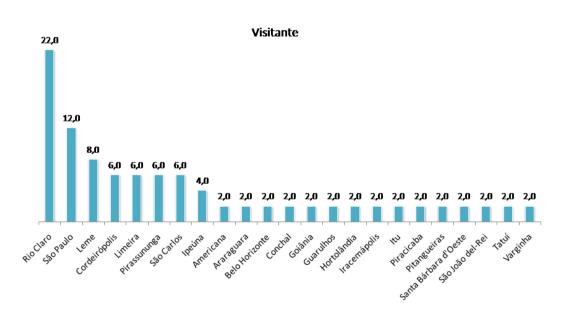


Perfil do participante(%)



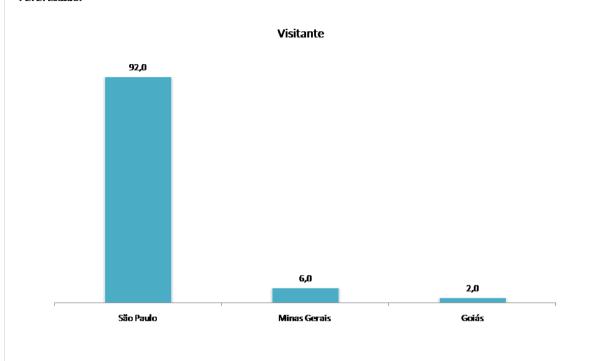
Origem_(%)

P2.1. Cidade:



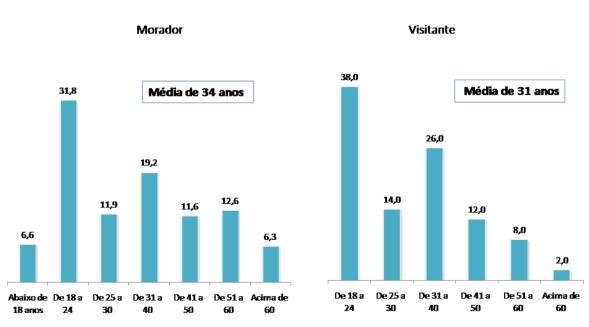
Origem_(%)

P2. 2. Estado:



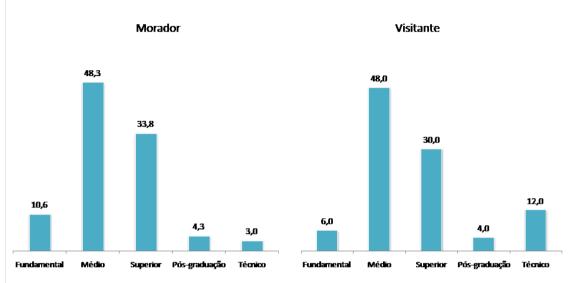
Faixa etária (%)

P3. Idade:

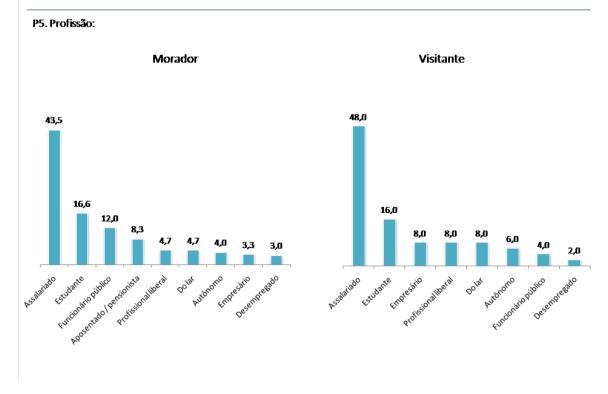


Grau de instrução (%)

P4. Escolaridade (completa ou em curso):

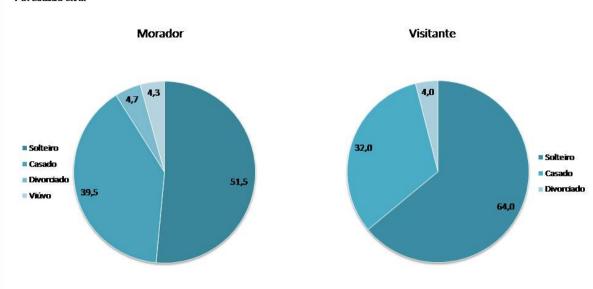






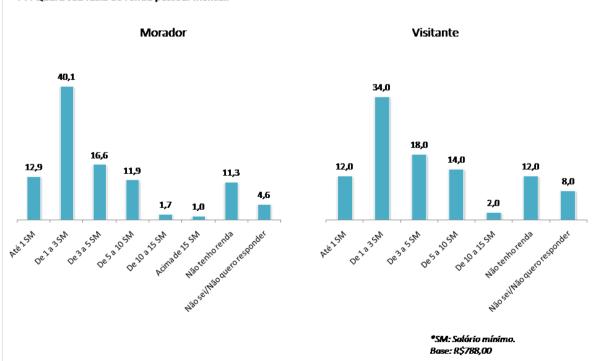
Estado civil (%)

P6. Estado civil:



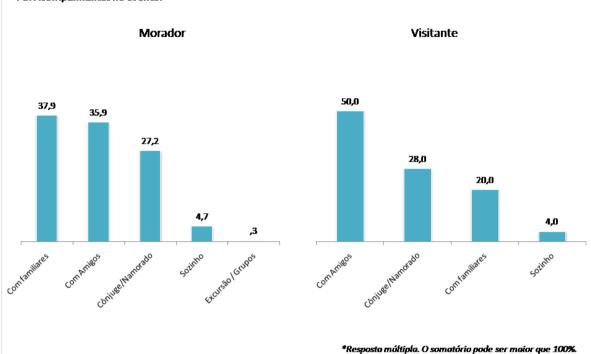
Renda pessoal mensal (%)

P7. Qual a sua faixa de renda pessoal mensal:



Acompanhantes (%)

P8. Acompanhantes no evento:



Dias de participação no evento

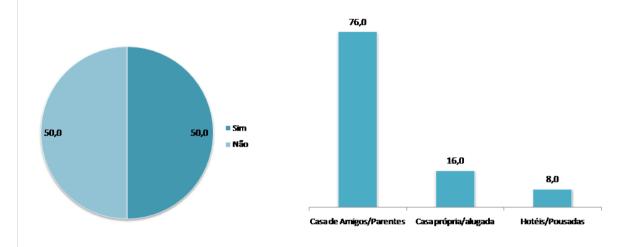
P9. Quantos dias pretende participar/participou do evento:



Pernoites e hospedagem(%)

P10. Você pretende pernoitar em Araras:

P10.1. Se "sim", onde você pretende pernoitar:



*Pergunta feita apenas para visitantes/turistas

Gasto e participação dos visitantes

P11. Qual será/foi seu gasto estimado em todos os dias que você participará/participou do evento

P12. Quantas pessoas estão incluídas nesses gastos, incluindo você:

✓ Gasto médio diário individual: R\$ 30,97

√ Média de dias de participação: 1,7

√ Gasto médio individual no evento: R\$ 52,65

✓ Fluxo estimado (Fonte: Prefeitura de Araras): 30 mil

√ Fluxo de moradores no evento: 25.740

✓ Fluxo de visitantes no evento: 4.260

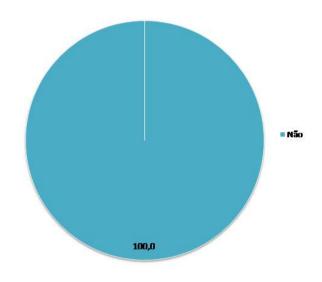
✓ Receita turística direta estimada: R\$ 224.270,10

*Pergunta feita apenas para visitantes/turistas

Organização (%)

P13. Adquiriu serviços de agências de viagens:

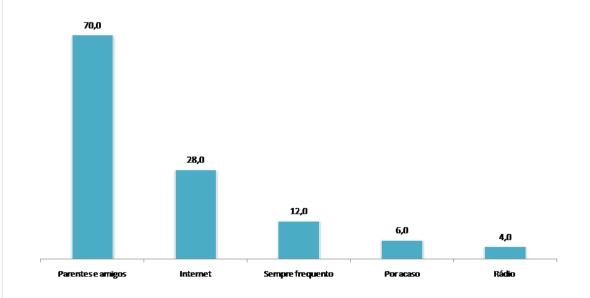
P13.1 Se "sim", qual (is):



*Pergunta feita apenas para visitantes/turistas

Informações (%)

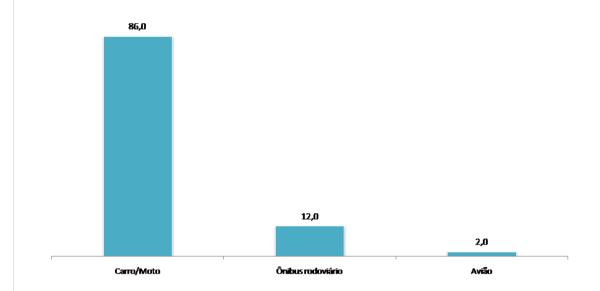
P14. Como você ficou sabendo do evento:



*Pergunta feita apenas para visitantes/turistas *Resposta múltipla. O somatório pode ser maior que 100%.

Transporte (%)

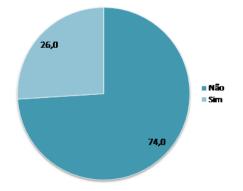
P15. Qual o meio de transporte utilizado para chegar a cidade:



*Pergunta feita apenas para visitantes/turistas

Atrativos (%)

P16. Além do Festival, você pretende realizar alguma atividade ou visitar algum atrativo turístico em Araras: P16.1. Se "sim", qual (is):

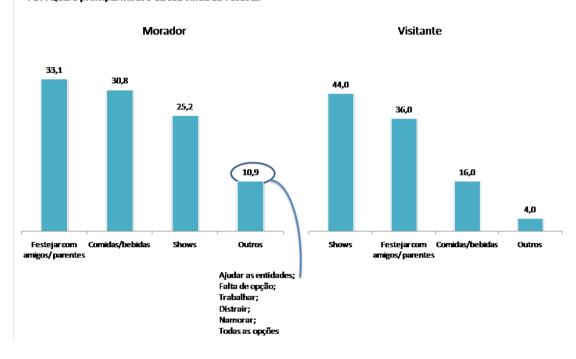


Locais	%
Lago Municipal	69,2
Cinema	23,1
Teatro	15,4
Walmart	7,7
Centro Cultural	7,7

*Pergunta feita apenas para visitantes/turistas *Resposta aberta. O somatório pode ser maior que 100%.

Motivação (*)

P17. Qual o principal motivo da sua vinda ao Festival:



Avaliação

P18. Qual a sua avaliação sobre o Festival Café & Chocolate de 2015:

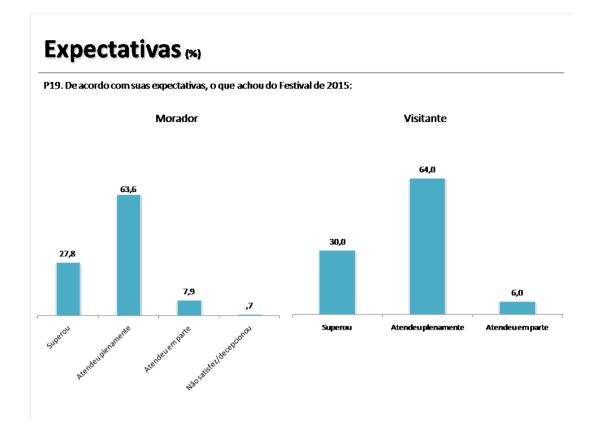
Morador

Quesitos	Nota (1 a 10)
Horário	9,3
Local	9,3
Organização	8,9
Shows	9,7
Limpeza	8,5
Sensação de segurança	8,4
Material de divulgação	7,5
Banheiros	7,1
Preços	6,5
Informações turísticas	•
Sinalização turística	*
Qualidade dos hotéis/pousadas	•
Média	8,2

Visitante

Quesitos	Nota (1 a 10)
Local	9,3
Shows	9,2
Horário	9,1
Qualidade dos hotéis/pousadas	9,0
Limpeza	8,6
Organização	8,6
Sensação de segurança	8,3
Material de divulgação	7,3
Preços	7,1
Banheiros	7,0
Sinalização turística	6,5
Informações turísticas	5,6
Média	8,0

*Pergunta feita apenas para visitantes/turistas



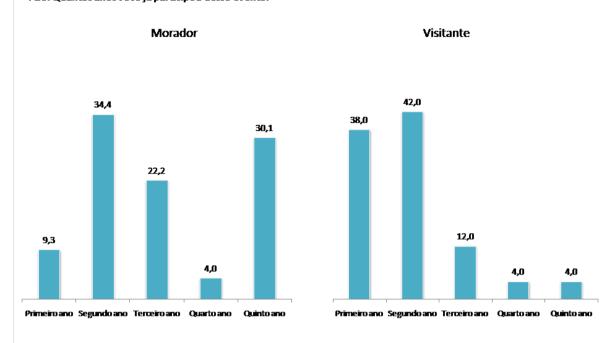
Expectativas

P19.1. Se "atendeu em parte" ou "não satisfez", por quê?

Motivos	%
Pouca variedade de chocolate	42,9
Preços elevados	28,6
Poucos shows e atrações	28,6
Nenhuma novidade em relação ao ano anterior	17,9
Shows ruins	7,1
Primeiro dia foi ruim	3,6
Pouca gente	3,6
Muitas filas	3,6
Faltou organização	3,6
Falta de opção de comida	3,6
Disposição das barracas	3,6
Além do festival, não tem nada pra fazer	3,6
Pouca divulgação	3,6
Decoração não agradou	3,6

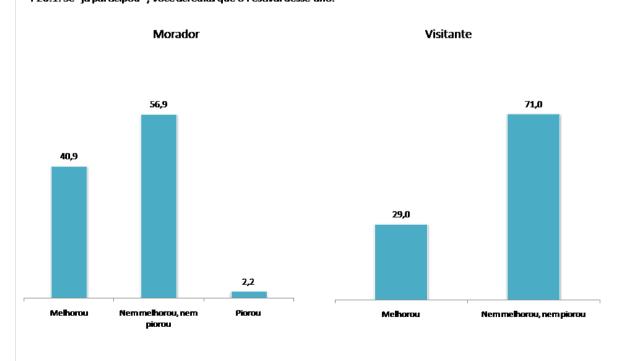
Participação (%)

P20. Quantos anos você já participou desse evento:



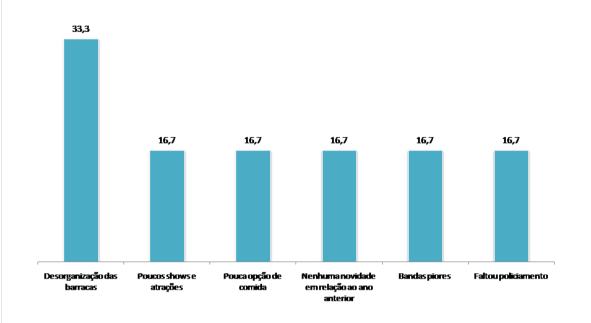
Participação (%)

P20.1. Se "já participou", você acredita que o Festival desse ano:



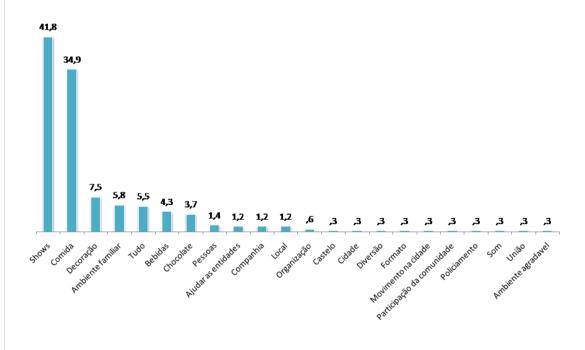
Participação (%)

P20.1.1. Se "piorou", por quê?



Gostou (%)

P21. Do que você mais gostou no evento:



Sugestões

P22. Qual a sua sugestão para a próxima edição do evento:

Sugestões	%
Mais opções culturais	28,2
Mais shows	21,8
Mais shows de ritmos variados	16,5
Mais variedade de comidas	13,5
Preços mais em conta	8,3
Mais opções de chocolate	6,0
Mais organização das barracas	4,9
Mais divulgação	3,8
Entretenimento para crianças	3,8
Corneçar mais cedo	3,0
Mais barracas	2,6
Mais segurança	2,3
Aumentar duração do festival - dias	1,9
Mais estacionamento	1,6

Sugestões	%
Mudar o local do evento	1,5
Melhorar decoração	1,5
Mais inovação	1,5
Peças teatrais	1,5
Menos filas	1,5
Mais limpeza nas ruas	1,1
Mais bebidas	1,1
Artistas mais famosos	1,1
Não ter duas musicas ao mesmo tempo	,8
Mais mesas	,8
Mais bandas de rock	,8
Mudar o festival para Parque Ecológico	,8
Oferecer o chopp da cidade	А
Nunca acabar com o festival	А

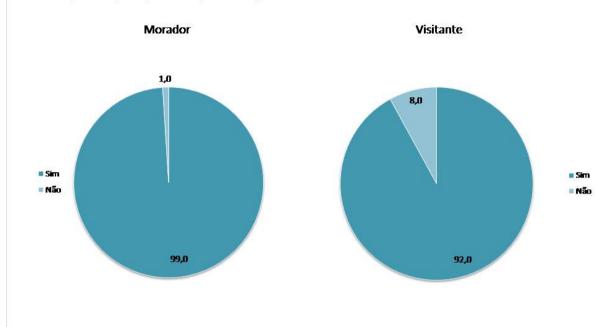
Sugestões

P22. Qual a sua sugestão para a próxima edição do evento:

Sugestões	%
Melhoria dos banheiros	,4
Melhor organização das filas	,A
Mais shows de MPB	,4
Mais espaço para bandas/grupos da cidade	
Mais diálogo com comunidade para formatar a festa	
Mais café e chocolate	,4
Mais atrações/entretenimento	
Inovar a cornida	
Cornidas típicas de inverno	,4
Bandas de música	,4
Mais opções de comida para criança	,4

Próxima edição (%)

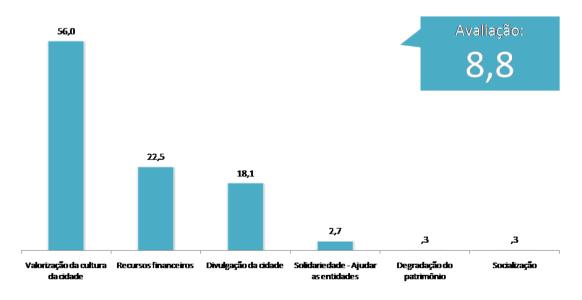
P23. Você pretende participar de uma próxima edição do evento:



Avaliação da comunidade

P24. Qual a sua avaliação geral dos resultados do evento para a comunidade:

P25. Qual a principal consequência do evento para a cidade:



*Pergunta feita apenas para visitantes/turistas

Conclusão

Atualmente voltado à população Ararense, planejado sob uma ótica beneficente, o Festival Café & Chocolate possui características muito importantes para se tornar um grandioso evento permanente, presente anualmente no calendário oficial de eventos do município.

Pode-se perceber que, mesmo sendo um evento recém criado (em 2015 se realizou a 5ª edição), a população se sente "abraçada" pelo evento, indo a praça, levando sua família e amigos, prestigiando os expositores e contemplando o público presente.

Isso é comprovado através dos dados. De início, a pesquisa apontou que 99% dos moradores e 92% do público presente tem a intenção de participar novamente da próxima edição, graças aos shows e as comidas que o festival oferece.

Os entrevistados pontuaram o evento, na média geral, com 8,2 pontos, em uma escala de 0 a 10: pontuação extremamente alta quando se percebe que, dentre os itens avaliados, está a sensação de segurança, a organização e a limpeza das ruas onde o festival é realizado.

No entanto, para se tornar um evento permanente, cujo objetivo, além de atender aos moradores que já o frequentam, é trazer um crescente número de visitantes, alguns pontos de atenção devem ser considerados, para análise e possível reparo.

Dentre os mais citados pelos entrevistados e os observadas pela consultoria estão a falta de opção culturais nos três dias de evento e a baixa variedade de comidas com os elementos que dão nome ao festival: CAFÉ e CHOCOLATE.

Por fim, culturalmente, o evento promove a socialização das pessoas, a contemplação das artes (através da música) e a valorização das raízes culturais (através da gastronomia). Socialmente, há a questão do amparo e auxílio às entidades participantes, muitas com objetivos assistencialistas, filantrópicas e beneficentes.

No meio de tudo isso está a atividade turística, que pode contribuir com a economia do município, garantindo a valorização da cultura local e promovendo a troca de experiências e vivências entre visitantes e moradores.

5.3.2. Pesquisa de Demanda

O município de Araras não possuía uma pesquisa de demanda que identificasse o perfil, desejos/anseios e origem dos visitantes na cidade, sendo esta a primeira iniciativa nesse sentido.

Importante ressaltar que a pesquisa de demanda tem como objetivo principal traçar o perfil dos visitantes que viajam pelo município de Araras durante a alta e baixa temporada, suas principais motivações de viagem, nível socioeconômico e expectativas em relação aos produtos e serviços consumidos durante sua estadia, além do perfil dos gastos financeiros de cada visitante.

Para se obter os períodos em relação à alta, média e baixa temporadas, durante as entrevistas do inventário da oferta turística, os donos/gerente dos hotéis e similares foram questionados sobre a percepção em relação aos períodos e sobre o perfil deste turista.

Quanto a definição das temporadas, não houve um consenso de resposta, constatando- se que, fora o mês de maio, não há uma alta temporada definida nos hotéis. Cada um dos estabelecimentos informou um mês que poderiam identificar como alta. O mês de setembro apareceunas entrevistas. Já a baixa, os meses de janeiro, outubroe dezembroforam citados pela maioria como sendo os meses de menor ocupação hoteleira.

Não se conseguiu uma informação precisa sobre a média temporada, uma vez que a atividade turística ainda está em processo de firmação.

Com isso, a pesquisa de demanda foi realizada*in loco* tendo como instrumento de coleta o modelo de questionário que se encontra anexo a este documento;

Como parte importante da metodologia adotada, faz-senecessário definir o conceito de turista e excursionista, e as siglas <u>AT – Alta Temporada</u> e <u>BT – Baixa Temporada</u>, objetivando a identificação imediata ao se realizar a leitura e análise deste capítulo:

TURISTA: é considerado o visitante temporário, nacional ou estrangeiro, cuja residência permanente é outra que não o local da pesquisa, e que permanece neste local pelo menos 24 horas, ou efetua pelo menos um pernoite, permanecendo no local por, no máximo, 365 dias e que não exerça função remunerada na localidade.

EXCURSIONISTA: é considerado o visitante temporário, nacional ou estrangeiro, cuja residência permanente é outra que não o local da pesquisa, e que permanece neste local por, no máximo, 24 horas, sem realizar pernoite e que não exerça função remunerada na localidade.

Resultados apontados e gráficos

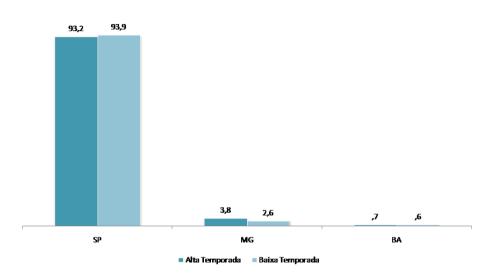
Os principais resultados serão apontados a seguir, juntamente com os gráficos analíticos situacionais.

A. Origem e motivação

A principal origem dos visitantes / turistas de Araras é nacional, sendo, em maioria considerável, paulistas, seguido dos mineiros. Tanto na alta quanto na baixa temporada, os paulistas somam mais de 93% dos entrevistados. Em maioria, oriundos de Leme (22,5% AT/BT), Limeira (13,3% AT e 10,9% BT), Conchal (10,2% AT e 12,5% BT) e Rio Claro (8,5% AT e 8% BT). Os paulistanos representam 5,1% AT e 9% BT.

Origem_(%)

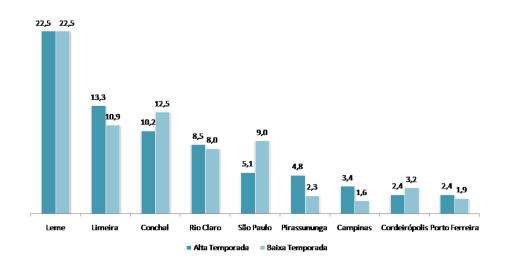
P1. Qual o estado de sua residência permanente:



*Gráfico ilustrativo com os estados mais citadas.

Origem_(%)

P1. Qual a cidade de sua residência permanente:



*Gráfico ilustrativo com as cidades mais citadas.

A principal motivação na alta temporada é o lazer/passeio (32,5%), seguidos de visita a amigos e parentes (29,1%) e negócios (12%).

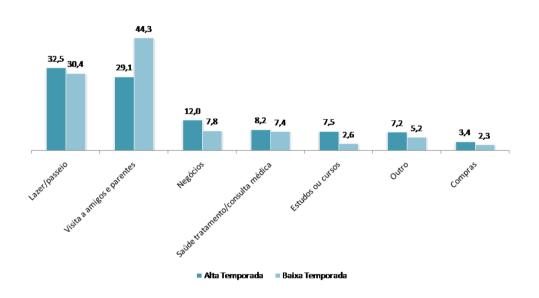
Na baixa temporada, essa ordem se inverte: 44,3% visitam parentes e amigos, 30,4% estão a lazer/passeio e 8% a trabalho.

Dos visitantes que se motivaram pelo lazer/passeio, 60,9% (AT) e 48,4% (BT) vieram pelo Ecoturismo, 10,9% (AT) e 6,5% (BT) pela Gastronomia e 9,8% (AT) e 21,5% (BT) pelo Turismo Cultural. Um porcentual considerável na baixa temporada, 19,4% vieram motivados pelo Lago Municipal.

Ainda relacionada a motivação, outra dado relevante é que todos os entrevistados (11) cuja motivação ao visitar Araras era negócio, responderam que pretendiam realizar outra atividade: turismo de aventura (66,7% AT e 100% BT).

Motivação (%)





Motivação (%)

P2. "Outros" principais motivos desta viagem:

Alta Temporada

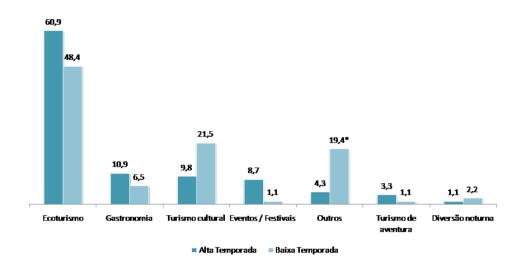
Motivos	Frequência	%
Poupa tempo	11	61,1
Pagar contas	2	11,1
Passagem	2	11,1
Campeonato	1	5,6
lgreja	1	5,6
Sindicato	1	5,6
Total	18	100,0

Baixa Temporada

Motivos	Frequência	%
Poupa tempo	10	62,5
Acompanhar a mãe	1	6,3
Banco	1	6,3
Igreja	1	6,3
Justiça do Trabalho	1	6,3
Pagar contas	1	6,3
Ver auto-escola	1	6,3
Total	16	100,0

Motivação (%)

P2.1. Se a principal motivação foi "lazer/passeio", qual foi o principal atrativo:



Motivação (%)

P2.1. "Outros" principais atrativos, se a principal motivação foi "lazer/passeio":

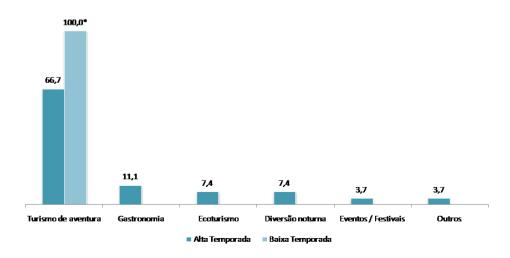
Atrativos	Frequência	%
Apenas passear	3	75,0
Lago municipal	1	25
Total	4	100,0

Baixa Temporada

Atrativos	Frequência	%
Lago municipal	16	88,9
Centro	2	11,1
Total	18	100,0

Motivação (%)

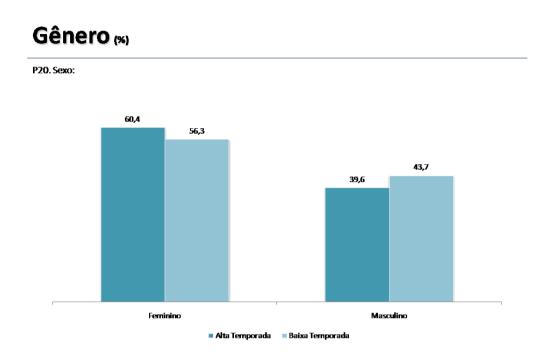
P2.2. Se a principal motivação foi "negócios" ou "congressos e convenções", você pretende fazer alguma atividade de lazer durante sua viagem:



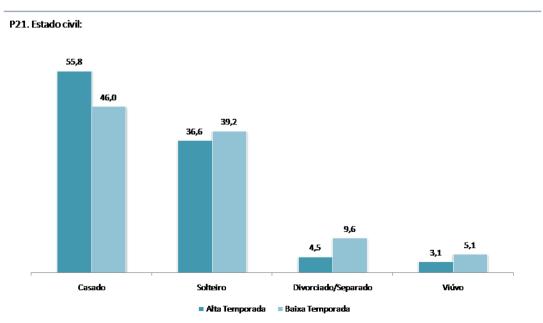
B. Perfil Socioeconômico

Na alta temporada, percebe-se que mais de 60% dos visitantes são mulheres, casadas, com idade entre 31 e 40 anos, grau de instrução variando entre ensino médio e ensino superior, assalariada, e renda mensal variando entre R\$ 788 a R\$ 2360 reais (36,5%) e R\$ 2360 a R\$ 3940 reais (33,5%).

Na baixa temporada, a configuração do perfil socioeconômico é igual, alterando apenas os percentuais: mulher, casada, assalariada.

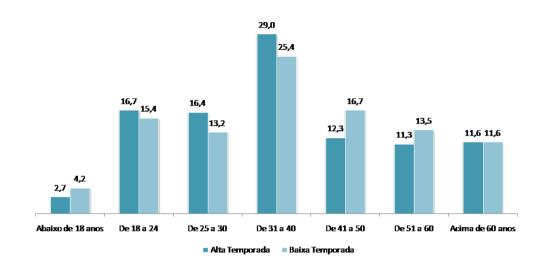


Estado civil (%)



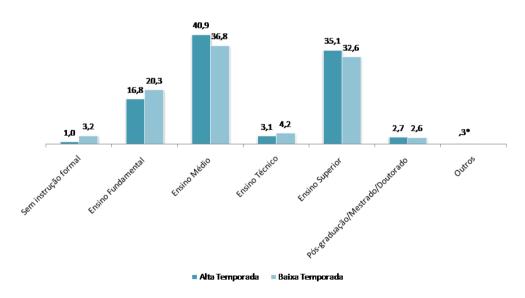
Faixa etária (%)

P22. Idade:



Grau de instrução (%)

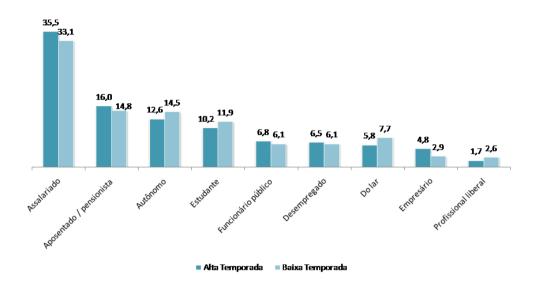
P23. Grau de instrução (completo ou em curso):



*Cursando "Educação de Jovens e Adultos".

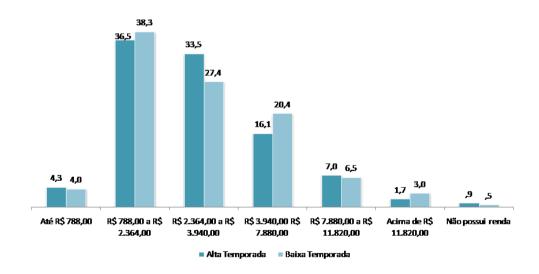
Profissão (%)

P24. Qual é sua ocupação/atividade principal:



Renda pessoal mensal (%)

P25. Somando o seu salário e outras rendas suas, com os salários e outras rendas das pessoas que moram com o (a) senhor (a), de quanto foi aproximadamente a renda familiar em sua casa no mês passado:

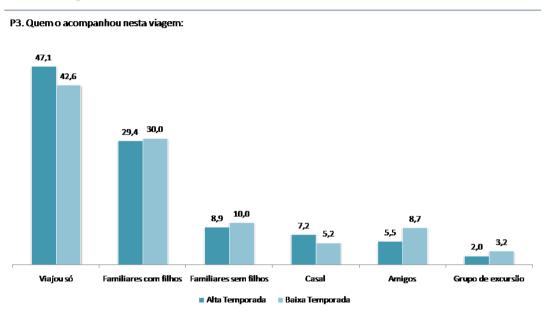


C. Planejamento da viagem

Tanto na alta quanto na baixa temporada os visitantes estavam só (47% e 42%, respectivamente), já conheciam a cidade (62% e 55%) e não pretendem pernoitar (73% e 75%). E se pernoitam, optam por casa de familiares ou amigos (74% e 92%) e permanecem na cidade por 2,4 dias (AT) e 1,9 dias (BT).

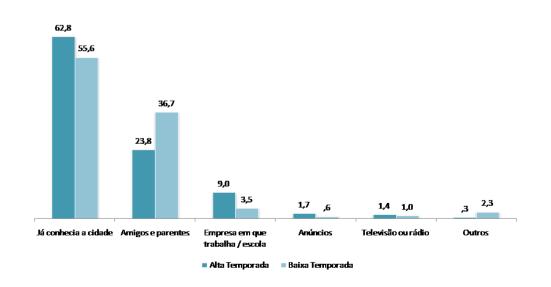
93% dos visitantes (AT/BT) planejaram a viagem sozinho, sem auxilio de agencias de turismo.

Acompanhantes (%)



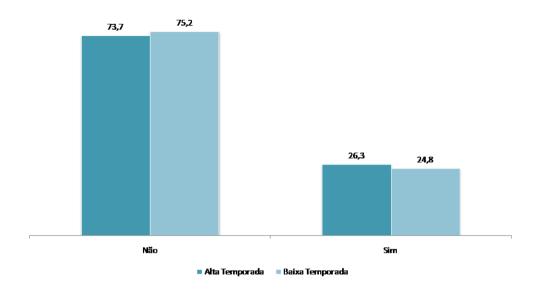
Informações (%)

P4. Qual a principal fonte de informação para a escolha desta viagem:



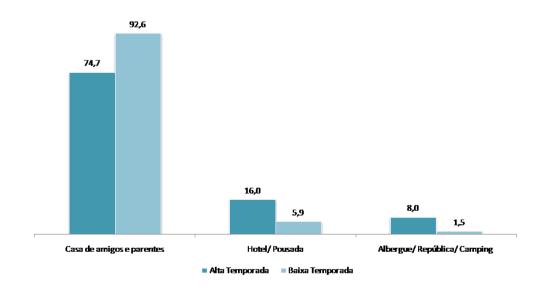
Pernoites e hospedagem(%)

P5. O (a) senhor (a) dormiu ou pretende dormir nesta cidade?



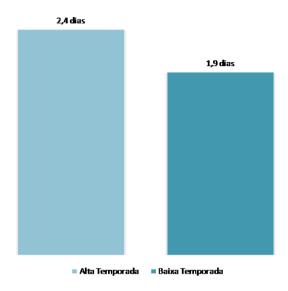
Pernoites e hospedagem(%)

P5.1. Se "sim", qual o principal meio de hospedagem utilizado nesta cidade:



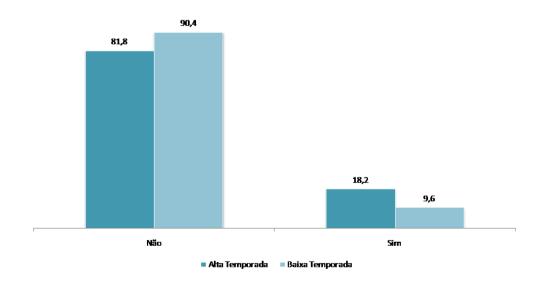
Pernoites e hospedagem(%)

P6. Quantos dias o (a) senhor (a) dormiu ou pretende dormir nesta cidade:



Roteiros (%)

P7. O (a) senhor (a) irá visitar ou já visitou outra cidade durante essa viagem:



Roteiros (%)

P8. Nesta viagem, poderia citar ao menos 5 outros municípios que o (a) senhor (a) visitou ou irá visitar:

Alta Temporada

Municípios	Frequência	%
Campinas	11	20,8
Leme	11	20,8
Limeira	8	15,1
Rio Claro	7	13,2
Pirassununga	5	9,4
Cordeirópolis	3	5,7
Piracicaba	3	5,7
Americana	2	3,8
Conchal	2	3,8
Migi Mirim	2	3,8
Ribeirão Preto	2	3,8
Tambaú	2	3,8
Águas de São Berito	1	1,9

Municípios	Frequência	%
Araçatuba	1	1,9
Casa Branca	1	1,9
ltupeva	1	1,9
Porto Ferreira	1	1,9
São Carlos	1	1,9
São Paulo	1	1,9
Surnaré	1	1,9
ltirapina	1	1,9
Bauru	1	1,9
Hortolândia	1	1,9
Sertăozinho	1	1,9
Total	70	132,1*

^{*}Pergunta de múltiplas respostas. O somatório pode ser maior que 100%.

Roteiros (%)

P8. Nesta viagem, poderia citar ao menos 5 outros municípios que o (a) senhor (a) visitou ou irá visitar:

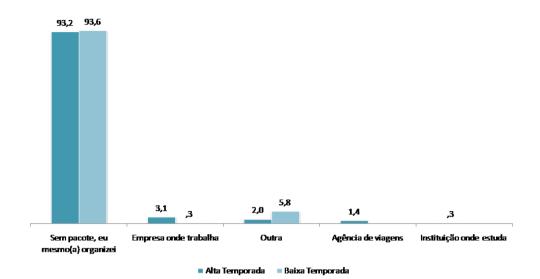
Baixa Temporada

Municípios	Frequência	%
Conchal	15	50,0
Leme	3	10,0
Limeira	2	6,7
Pirassununga	2	6,7
Rio Claro	2	6,7
São Carlos	2	6,7
Artur Nogueira	1	3,3
Cordeirópolis	1	3,3
Paranapanema	1	3,3
Pedreiras	1	3,3
Santa Rita do Passa Quatro	1	3,3
Santa Gertrudes	1	3,3
Total	32	106,7*

^{*}Pergunta de múltiplas respostas. O somatório pode ser maior que 100%.

Organização (%)

P9. Como esta viagem foi organizada:



Organização (%)

P9. "Outras" formas de organização:

Alta Temporada

Motivos	Frequência	%
Roda São Paulo	3	50,0
Excursão	2	33,3
Vara de soltura	1	16,7
Total	6	100,0

Baixa Temporada

Motivos	Frequência	%
Roda São Paulo	16	88,9
Excursão	2	11,1
Total	18	100,0

Organização (%)

P9.1. Se organizou através de "agências de viagens", quais foram os serviços adquiridos:

Alta Temporada

Motivos	Frequência	%
Atrativos e passeios	4	100,0
Total	4	100,0

D. Gastos na viagem



Gasto individual diário: R\$ 22,61 Gasto individual na viagem: R\$ 43,01

Pessoas incluídas no gasto: 1,8

BAIXA TEMPORADA

Gasto individual diário: R\$ 25,85 Gasto individual na viagem: R\$ 36,41

Pessoas incluídas no gasto: 1,7

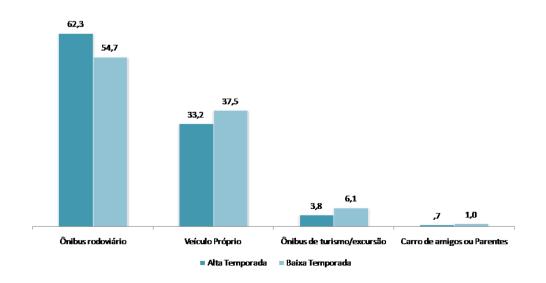
E. Características da viagem

O ônibus rodoviário (63% e 54%), seguido do automóvel particular (33% e 37%) são os dois meios de transporte mais utilizados pelos visitantes que chegam em Araras, seja na alta ou baixa temporada, sendo que a expectativa da viagem foi atingida plenamente para mais de 65% dos entrevistados.

Mais de 85% dos entrevistados são visitantes frequentes e estiveram em Araras outra vez em menos de 3 anos, seja na alta ou baixa temporada, e a intenção de retorno supera os 95%, e os maiores motivos são o lazer (42% e 45%), seguido da visita a amigos e parentes (32% e 39%) e negócios (12% e 5%)

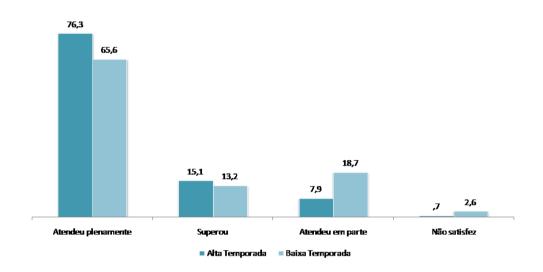
Transporte (%)

P12. Qual o principal meio de transporte utilizado para chegar nesta cidade:



Expectativas (%)

P13. A viagem atendeu/está atendendo à sua expectativa:



Expectativas

P13.1. Se "decepcionou" ou "não satisfez", por que não atendeu às expectativas:

Alta Temporada

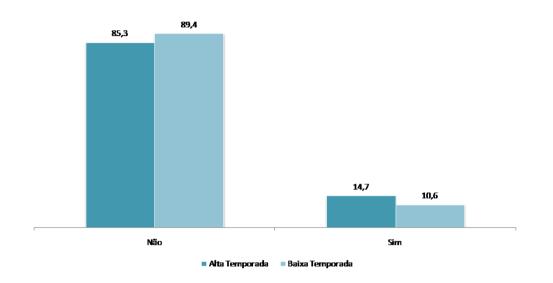
Motivos	Frequência	%
Motivos pessoais	1	100,0
Total	1	100,0

Baixa Temporada

Motivos	Frequência	%
Ônibus demorou muito	2	25,0
Falta locais de lazer	1	12,5
Falta muita coisa a ser feita	1	12,5
Falta sinalização	1	12,5
Horário do transporte rodoviário	1	12,5
Motivos pessoais	1	12,5
Não gosto daqui	1	12,5
Ônibus demorou muito	2	25,0
Total	8	100,0

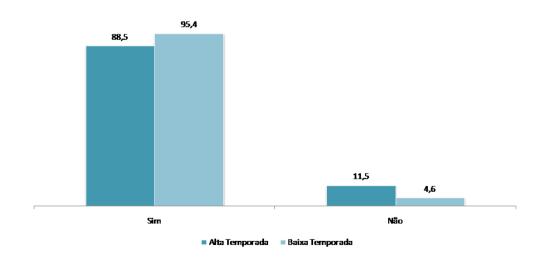
Primeira visita (%)

P14. É a primeira vez que visita esta cidade:



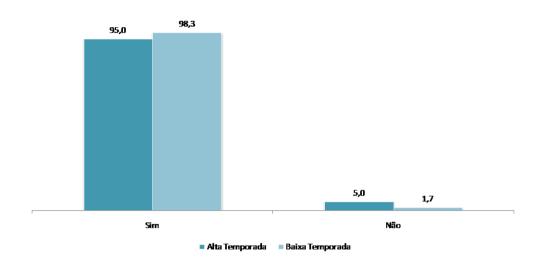
Primeira visita_(%)

P14.1. Se "não", veio nos últimos 3 anos:



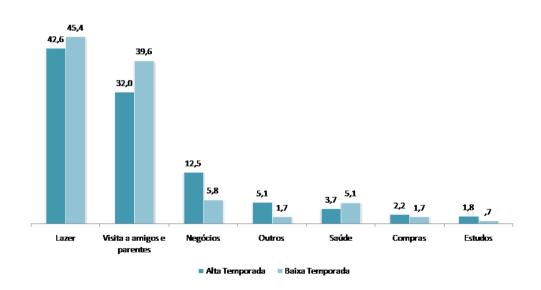
Retorno_(%)

P15. Pretende retornar a esta cidade nos próximos 2 anos:



Retorno_(%)

P15.1. Qual o principal motivo do retorno:



Retorno_(%)

P15.1. "Outros" principais motivos do retorno:

Alta Temporada

Motivos	Frequência	%
Poupa tempo	2	33,3
Dentista	1	16,7
Igreja	1	16,7
Palestra	1	16,7
Trabalho	1	16,7
Total	6	100,0

Baixa Temporada

Motivos	Frequência	%
Quer morar	2	40,0
Burocracia	1	20,0
Igreja	1	20,0
Trazer a filha	1	20,0
Total	5	100,0

F. Avaliação da viagem

Foi sugerido ao entrevistado que ele avaliasse de 1 a 10 a imagem que ele tem em relação a Araras, antes da viagem e após a viagem, sendo 1 para péssimo e 10 para ótimo. As respostas estão a seguir:

Alta Temporada

Avaliação	Frequência	Avaliação
Antes desta viagem	258	8,3
Depois desta viagem	283	9,0

Baixa Temporada

Avaliação	Frequência	Avaliação
Antes desta viagem	272	8,0
Depois desta viagem	301	8,7

Também foi sugerido ao entrevistado avaliar alguns serviços e equipamentos oferecidos pela cidade, seja no campo do turismo, sejam serviços públicos ou privados. Importante ressaltar que a ocorrência da nota não está diretamente ligada à maioria dos entrevistados. Por exemplo,

na baixa temporada, apesar do quesito "guia de turismo" ter recebido a nota 9,1, apenas 20 pessoas dos 301 entrevistados avaliaram o quesito.

Avaliação

P17. Atribua uma nota de 1 a 10 à infraestrutura, aos equipamentos e serviços turísticos da cidade quanto a:

Alta Temporada

Quesitos	Frequência	Nota
Hospitalidade	245	9,0
Gastronomia / restaurantes	202	9,0
Limpeza pública e dos atrativos	244	8,7
Qualidade da hospedagem	47	8,7
Sinalização turística	183	8,6
Atrativos turísticos	197	8,5
Segurança pública	181	8,4
Comércio	164	8,3
Informação turística	146	8,2
Opções de lazer/entretenimento	201	8,0
Transporte público	99	7,5
Preços em geral	224	7,2
Guias de turismo (Profissional)	37	6,9
Média	-	8,2

Baixa Temporada

Quesitos	Frequência	Nota
Guias de turismo (Profissional)	20	9,1
Hospitalidade	273	8,8
Gastronomia / restaurantes	190	8,7
Limpeza pública e dos atrativos	279	8,6
Qualidade da hospedagem	10	8,4
Comércio	135	8,4
Atrativos turísticos	242	8,3
Segurança pública	225	8,0
Sinalização turística	195	7,9
Transporte público	54	7,9
Opções de lazer/entretenimento	234	7,6
Informação turística	166	7,1
Preços em geral	212	6,8
Média	-	8,1

Em relação à imagem de Araras, foi perguntado ao visitante "qual é a primeira imagem que vem à sua cabeça quando se fala "Araras". As respostas foram agrupadas pois suas respostas independem da temporada em que foram aplicados os questionários.

O Lago Municipal é a primeira imagem que 31,6% dos entrevistados vem à cabeça ao referenciar Araras. Na sequencia, mas com margens percentuais bem menores, aparecem *família*, *arara* (ave), *cidade boa*, *tranquilidade*, dentre outras. A seguir, as respostas:

Imagem

P19. Qual a primeira imagem que vem à sua cabeça quando se fala "Araras":

Imagens	Frequência	
Lago	191	31,6
Família	49	8,1
Arara	43	7,1
Cidade boa	42	7,0
Tranquilidade	28	4,6
Arnigos	17	2,8
Nada	17	2,8
Árvores	13	2,2
Faculdade	12	2,0
Cidade bonita	11	1,8
Nestle	11	1,8
Mc Donald's	9	1,5
Não soube dizer/Não respondeu	8	1,3
Médicos	7	1,2
Teatro Estadual	7	1,2

Imagens	Frequência	%
Hospitalidade	6	1,0
Limpeza	6	1,0
Compras	5	,8
Lazer	5	,8
Sayão (hospital)	5	,8
Calor	3	,5
Cidade natal	3	,5
lgreja	3	,5
Interior	3	,5
Organização	3	,5
Aconchegante	2	,3
Alegria	2	,3
Basílica	2	,3
Beleza	2	,3
Centro	2	,3

^{*}As respostas foram agrupadas pois independem da temporada em que foram aplicados os questionários

Imagem

P19. Qual a primeira imagem que vem à sua cabeça quando se fala "Araras":

Imagens	Frequência	%
Cheiro de café	2	,3
Comércio	2	,3
Cultura	2	,3
Desconhecida	2	,3
Felicidade	2	,3
Hospital	2	,3
Morar aqui	2	,3
Negócios	2	,3
Rodoviária	2	,3
Saúde	2	,3
Turismo	2	,3
Walmart	2	,3
Ar puro	1	,2
Área verde	1	,2
Atrativa	1	,2

Imagens	Frequência	%
Balada LGBT	1	,2
Boa para passear	1	,2
Born de serviço	1	,2
Café	1	,2
Centro Universitario	1	,2
Cerveja	1	,2
Cidade dos loucos	1	,2
Cidade Grande	1	,2
Cidade modelo	1	,2
Cidade Pequena	1	,2
Cidade que gosto	1	,2
Cidade que quero morar	1	,2
Cornida	1	,2
Compromisso	1	,2
Conquistar sonhos	1	,2

^{*}As respostas foram agrupadas pois independem da temporada em que foram aplicados os questionários.

Imagem

P19. Qual a primeira imagem que vem à sua cabeça quando se fala "Araras":

Imagens	Frequência	%
Contas	1	,2
Custo de vida alto	1	,2
Dentista	1	,2
Desenvolvimento	1	,2
Diversão	1	,2
Durvalino (pastor)	1	,2
Emprego	1	,2
Estrutura boa	1	,2
Festa do Peão	1	,2
Gratidão	1	,2
Horto	1	,2
Imagem boa	1	,2
lpê Roxo	1	,2
Ir embora	1	,2
.iudô	1	,2

Imagens	Frequência	%
Lembranças	1	,2
Lugar quente	1	,2
Mais completa que Conchal	1	,2
Mais empregos	1	,2
Mato	1	,2
Natureza	1	,2
Novela rei do gado	1	,2
Ódio	1	,2
Oportunidades	1	,2
Oscar Niemeyer	1	,2
Ótima cidade	1	,2
Pedalinho do lago	1	,2
Perfumada	1	,2
Perto de Leme	1	,2
Pontos turísticos	1	,2

^{*}As respostas foram agrupadas pois independem da temporada em que foram aplicados os questionários.

Imagem

P19. Qual a primeira imagem que vem à sua cabeça quando se fala "Araras":

Imagens	Frequência	%
Porto seguro	1	,2
Pouca atrativa	1	,2
Praticidade	1	,2
Queria que Rio Claro fosse assim	1	,2
Receita federal	1	,2
Saudade	1	,2
Sayão (clube)	1	,2
Subway	1	,2
Tern mais coisas que Conchal	1	,2
Tem potencial, mas não aproveita	1	,2
Tudo de bom	1	,2
Universitários	1	,2
Vendas	1	,2
Voltar a morar aqui	1	,2
Zoológico	1	,2
Total	604	100,0

^{*}As respostas foram agrupadas pois independem da temporada em que foram aplicados os questionários.

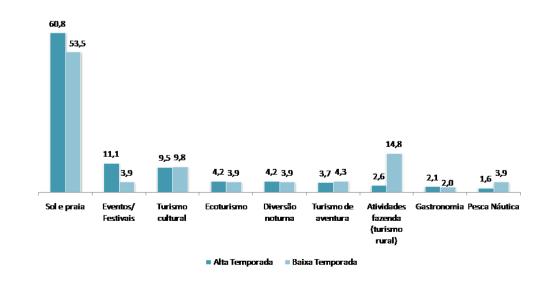
G. Próximas viagens

Do total de entrevistados, 60,8% na alta temporada e 53,5% na baixa temporada disseram que pretendem passar as próximas férias no litoral. No entanto, 14,8% e 9,8% preferem o turismo rural e o turismo cultural, respectivamente.

Essa situação, agregada ao processo de planejamento pelo qual o município tem passado, aponta para um cenário favorável a gestão sustentável socioeconomicamente do turismo como uma oportunidade a ser desenvolvida.

Próximas viagens (%)

P18. O que pretende fazer ou qual o principal atrativo na sua próxima viagem a lazer:



Conclusão

Diferentemente da percepção geral, a pesquisa de demanda apontou um perfil diferenciado daquele que a consultoria obteve de informações, seja por parte dos empresários, seja por parte da população e dos gestores públicos.

A pesquisa foi aplicada em diferentes pontos da cidade, em horários alternados, ao longo da semana e finais de semana, entrevistando, aleatoriamente, turistas e excursionistas.

Os dados apresentados sugerem uma discussão em relação ao percebido pelo município em relação contrapondo os dados levantados: asuperioridade feminina motivada pelo lazer *versus* a maioridade masculina que vem ao município a negócio.

Importante ressaltar que os dados refletem apenas um retrato limitado da realidade em um único momento, sendo insuficiente para realizar análise de tendência e evolução do turismo nos últimos anos. A orientação é que o município realize uma série histórica da pesquisa de demanda, realizando-a no mínimo, uma vez ao ano, o que permitirá aos gestores estratégicos de Turismo avaliar os impactos das ações realizadas e as mudanças na tendência do comportamento dos turistas na cidade.

Somente em posse desses dados haverá concretude das informações e dados mais precisos que oriente e coordene ações voltadas exclusivamente ao perfil do turista de Araras.

5.4. Presença de Araras na Internet

O site de buscas Google apresenta aproximadamente 599.000 8 resultados para a "araras sp". A página da Prefeitura, *www.araras. sp.gov.br*, aparece em 1º lugar nessa busca. Esta conta com algumas informações turísticas, tais como meios de hospedagem e pontos turísticos, porém é necessário entrar nos links referentes, no menu:





Fonte: www.araras.sp.gov.br. Pesquisa realizada em 24/09/2015

Há ainda um banner com os dizerem "Bem Vindo ao Programa de Turismo de Araras", que direciona para um hotsite institucional que apresenta o COMTUR, o Programa de Desenvolvimento do Turismo, algumas informações sobre Atrativos Turísticos, apresenta o SEBRAE e algumas noticias de interesse. No entanto, esse site tem a finalidade institucional e não promocional.



Fonte: www.araras.sp.gov.br/desenvolvimentoturismo. Pesquisa realizada em 24/09/2015

_ გ

⁸ Pesquisa realizada em 24 de Setembro de 2015

Apenas na 2ª página da busca Google é que começam a aparecer algumas informações sobre hotéis na cidade: Araras Palace Hotel (2ª página); Hotel Marques (4ª página); Hotel Trade Garden (4ª página). Até a 5ª página não foram encontradas informações sobre atrativos turísticos ou atividades que podem ser realizadas no destino.

Se a busca no Google acrescentar a palavra turismo, ou seja, "araras sp turismo", o 1º site indicado é da Prefeitura, já direcionado para o link de Pontos Turísticos - www.araras. sp.gov.br/turismo . Em seguida, aparece o site Portal Férias, com informações bem básicas da cidade, tais como história, clima, localização e principais pontos turísticos.

O site Descubra SP - www.turismoemsaopaulo.com aparece também na 1ª página dessa busca do Google, porém conta com informações muito rasas sobre o destino: há apenas um pequeno texto que fala um pouco da história da cidade e a citação de alguns atrativos.

tripadvisor⁺

O site colaborativo *TripAdvisor* também aparece na 1ª página, com informações sobre o que fazer em Araras.

O TripAdvisor é o maior site de viagens do mundo, segundo a *Score Media Metrix* (Julho de 2015) e opera em 45 países em todo o mundo.

Tal site é colaborativo e traz dicas de milhões de viajantes sobre destinos, hotéis/pousadas, restaurantes, atrativos, atividades que podem ser realizadas, dentre outros. Sua concepção se baseia na ideia de compartilhar experiências: turistas confiam na opinião de outros turistas para planejar suas viagens, ou, ao menos, obtém ajuda confiável para as decisões relativas a viagens ou serviços ligados ao turismo.

Dada a relevância e alcance do site, o TripAdvisor se configura em uma importante fonte de informação a ser monitorada por gestores de destinos e de equipamentos turísticos.

Algumas informações importantes sobre o destino no TripAdvisor9:

1.920

viajantes fizeram uma avaliação sobre Araras

O item "O que fazer" conta com apenas três atrativos avaliados e 113 avaliações, sendo dois com certificado de excelência – trata-se de um premio dado pelo TripAdvisor a acomodações, atrações e restaurantes que recebem frequentemente avaliações excelentes dos viajantes.



⁹Pesquisa realizada em 24 de Setembro de 2015

Atrativo	N. Avaliações	Pontuação	Principais Comentários Positivos	Principais Comentários Negativos	Certificado de Excelência
Teatro Estadual de Araras Maestro Francisco P. Russo	42 avaliações	Média: 4,5 estrelas 22: Excelente 16: Muito Bom 4: Razoável	"Obra de arte" "Uma obra de Oscar para a cidade" "Tem ótimas opções de peças com preços muito acessíveis" "Excelente estrutura para um Teatro" "Teatro é pequeno, bem conservado, boa acústica" "Lugar completo e cheio de charme" "Lugar especial" "Teatro maravilhoso – Vale a pena conhecer" "Deslumbrante"	"Único inconveniente são as escadas de acesso ao teatro que são estreitas demais de um lado e não possuem corrimão" "escada é um pouco perigosa"	de Excelência

Atrativo	N. Avaliações	Pontuação	Principais Comentários Positivos	Principais Comentários Negativos	Certificado de Excelência
Atrativo Lago Municipal	N. Avaliações 57 avaliações	Pontuação Média: 4,5 estrelas 24: Excelente 29: Muito Bom 3: Razoável 1: Ruim			
			"Tranquilidade" / "Lugar para relaxar"		
			"Cartão postal da cidade"		

Atrativo	N. Avaliações	Pontuação	Principais Comentários Positivos	Principais Comentários Negativos	Certificado de Excelência
Brasília de Nossa Senhora do Patrocínio	14 avaliações	Média: 4,5 estrelas	"Opulência" / "Paz e Beleza"	Não há	Não há
		9: Excelente	"Maravilhosa"		
		4: Muito Bom 1: Razoável	"Sempre aberta a visitação e lotada em todas as missas" "Sempre limpa e organizada" "Um dos 3 maiores cartões portais de Araras" "Belíssima" "Não apenas a arquitetura quanto as pinturas internas, a basilica é toda linda"		
			"Cópia em tamanho menor da Basílica de Latrão, de Roma.		

O item "acomodações" do TripAdvisor conta com 10 empreendimentos avaliados. Há 112 avaliações de usuários e nenhum estabelecimento possui o certificado de excelência.



Estabelecimento	Categoria (no site)	N. Avaliações
Lagoa Serena Flat Hotel	Pousadas	34 avaliações
Harmonia Hotel	Pousadas	02 avaliações
Iris Hotel	Pousadas	00 avaliações
Hotel Marques	Hotéis especializados	20 avaliações
Hotel O Casarão	Hotel	28 avaliações
Trade Garden Hotel	Hotel	16 avaliações
Araras Palace Hotel	Hotéis especializados	08 avaliações
Panorama Hotel	Hotéis especializados	04 avaliações
Hotel Presidente	Hotéis especializados	00 avaliações
Rius Hotel	Hotéis especializados	00 avaliações
	I	1

3,29

média da pontuação dos meios de hospedagem de Araras

Considerando os estabelecimentos que tiveram, ao menos,01 avaliação, a média de pontuação atribuída aos meios de hospedagem de Araras é de 3,29 pontos, em escala que varia de 0 a 5.

Para esse cálculo, foi feita uma média aritmética simples, composta pela soma das notas atribuídas aos hotéis avaliados, dividindo pelo número de hotéis (apenas os que receberam alguma avaliação, que foram sete).

Já o item "restaurantes" conta com 206 empreendimentos cadastrados. Foram feita 659 avaliações de usuários e quatro empreendimentos possuem o certificado de excelência.



Os restaurantes, em sua maioria, apresentam boa avaliação dos usuários. Há opções de restaurantes de culinárias especializadas, como a italiana, japonesa, pizzarias, além de restaurantes variados, lanchonetes, casas de suco, hamburguerias, choperias, esfiharias, sorveterias, pastelarias e bares.

Do total de restaurantes cadastrados (206), apenas 68 contam com avaliações de usuários.

4,05

média da pontuação dos restaurantes de Araras

Da mesma maneira que o cálculo da média de pontuação dos meios de hospedagem, foi feita uma média aritmética simples, considerando apenas aqueles restaurantes que receberam alguma avaliação.



Booking.com é o líder mundial em reservas online de acomodações. Diariamente, de acordo com o próprio site, mais de 900.000 diárias são reservadas pelo local.

O site e os aplicativos da Booking.com atraem visitantes, sejam eles com motivação de lazer ou negócios, no mundo todo. A Booking.com está disponível em mais de 40 idiomas e possui 802.167 propriedades ativas em 221 países e territórios. Além de oferecer a reserva, o site também é colaborativo: os usuários avaliam os estabelecimentos e atribuem notas, podendo também

114

deixar comentários e recomendações aos internautas.

Araras possui **três** meios de hospedagem cadastradas no Booking¹⁰: Hotel Marques, Trade Garden Hotel e Hotel O Casarão.

Os três hotéis/pousadas cadastrados receberam, no total, 111 avaliações dos usuários. Cada hotel/pousada cadastrado tem uma nota média, que varia de 0 a 10, cuja avaliação é feita considerando os seguintes itens:

Conforto

Localização

Comodidades

Funcionários

Custo-benefício



Fonte: www.boking.com

Nota Média de Araras: 7,63

Com base em 111 avaliações dos 03 hotéis/pousadas cadastrados

Para calcular a média de pontuação dos estabelecimentos, foi feita uma média aritmética simples: soma das notas individuas de cada estabelecimento, dividido pelo número de estabelecimentos (três).

Abaixo, será apresentado um resumo dos itens com melhores e piores percepções dos usuários, considerando os hotéis/pousadas cadastrados e avaliados no Booking.

¹⁰ Pesquisa realizada em 24 de Setembro de 2015

Item Avaliados	Principais Comentários Positivos	Principais Comentários Negativos
Limpeza	"A limpeza e organização do hotel foi o que mais me agradou" "Entre todos os fatores, o que mais surpreendeu foi a limpeza.Impecável!!!"	"Higiene e a cama desconfortável" "O lugar não estava limpo, pelo vidro do banheiro tinha vários lixo pelo lado de fora da janela do banheiro"
Conforto	"Bem arrumado e conservado"	"() cama desconfortável" "Precisa de uma boa reforma no prédio e mobilia."
Localização	"Em local tranquilo"	"Me colocaram num quarto baixo e de frente para um bar super barulhento impossível de dormir".
Comodidades	"Café da manhã bastante variado, com muitas frutas, sucos, bolos e pães"	"Não precisava à televisão em alto volume no restaurante". "Sem água quente" "() chuveiro demora um século para esquentar, num momento em que precisamos economizar água!"
		"Estacionamento-sem disponibilidade" "Banheiro muito antigo.Uma reforma na instalações seria bacana, ou apenas troca o chuveiro já iria melhorar muito".
Funcionários	"Equipe solicita" "Gostei () do atendimento na recepção" "Equipe muito educada e atenciosa".	"Demora no check in, pois só havia um atendente" "Na chegada ao hotel estávamos cor grande mala e varias bolsas e recepção na ofereceu ajuda" "Atendimento péssimo!!!" "Chuveiro não funcionava, pois estav com um vazamento, apesar do atendent analisar nada foi feito" "Recepção demorada e perdida demoramos mais de 30 min para subir par o quarto".
Custo-Benefício	"Boa relação custo x beneficio" "Bom hotel para a região considerando o custo beneficio"	"Diária cara" "Demasiadamente caro para a acomodações oferecidas"
Wi-Fi Gratuito	Não foi encontrada nenhuma citação positiva.	"Wi-Fi péssimo" "Wi-fi não funciona no quarto" "A wi-fi tem o sinal fraco e oscil bastante, dificultando um pouco para quer precisa trabalhar"



O *Facebook* é a rede social popular ao redor do mundo e a mais utilizada no Brasil. Possui mais de 1 bilhão de usuários ativos e é frequentemente utilizada para compartilhar experiências diversas, incluindo de viagens e serviços associados ao turismo.

É também utilizada com fins promocionais: alguns destinos turísticos possuem páginas – conhecidas como *fanpages*, onde são divulgadas informações de interesse turístico, tais como atrativos, eventos, novidades, dentre outras.

Araras possui uma comunidade, cujo perfil é **Araras** — SP, que possui o seguinte objetivo: "Página destinada aos amigos e moradores do município de Araras. Acreditamos que cidades melhores começam com cidadãos mais ativos, conectados e engajados".



Fonte: www.facebook.com/ararassp/timeline - Acesso em 25 de Setembro de 2015

Tal página conta com 7.606 ¹¹ curtidas. No local são divulgadas fotos da cidade, divulgação sobre eventos (ex: Feira das Nações) e matérias diversas, de interesse dos cidadãos (ex: número de demissões no setor de comércio, queimadas na cidade).

Apesar de ter algumas informações interessantes para o turismo – como fotografias e divulgação de eventos, tal página não foi criada com o intuito de promoção turística e sim funciona como um canal de comunicação e informação para os moradores da própria cidade.

Além desta, a Prefeitura de Araras também mantem uma página no Facebook, com 14.640 ¹² seguidores, onde são divulgadas informações gerais sobre ações da Prefeitura ou assuntos de interesse do município:

¹¹Pesquisa realizada em 25 de Setembro de 2015.

¹² Pesquisa realizada em 25 de Setembro de 2015.



Fonte: www.facebook.com/PrefeituraAraras - Acesso em 25 de Setembro de 2015

Há, inclusive, uma postagem de 24 de Setembro de 2015 sobre um assunto de interesse turístico: trata-se da divulgação de informações para aquisição de ingressos para o Programa Roda SP, que aconteceu em 04 de Outubro.

O Roda SP é um projeto da Secretaria de Estado de Turismo de São Paulo: são oferecidos roteiros pré-estabelecidos e o interessado compra o passeio em formato *city tour*, com acompanhamento de guia de turismo durante todo o percurso e nos atrativos. São 10 possibilidades de roteiros, sendo que Araras está contemplada em 06 opções. Maiores informações podem ser obtidas no site *rodasp.com*.

Apesar dessa postagem, a página da Prefeitura também não possui fins promocionais e não está voltada para o turista.

Em caráter de exemplificação, alguns destinos turísticos brasileiros utilizam as *fanpages* do Facebook como espaços de promoção turística bastante interessante. Serão apresentados alguns exemplos abaixo, no intuito de compartilhar boas práticas nessa área:

• Ilhabela/SP

Perfil no Facebook: Secretaria Turismo Ilhabela Endereço: www.facebook.com/turismoilhabela

Exemplos de Postagens:





Fonte: www.facebook.com/turismoilhabela - Acesso em 25 de Setembro de 2015

Natal/RN

Perfil no Facebook: Viver Natal

Endereço: www.facebook.com/ViverNatal

Exemplos de Postagens:





Gramado/RS

Perfil no Facebook: Gramado RS Endereço: www.facebook.com/gramadors Exemplos de Postagens:





Fonte: www.facebook.com/gramadors - Acesso em 25 de Setembro de 2015

Re-postagens de fotos marcadas ou enviadas por fãs da página





Fonte: www.facebook.com/gramadors - Acesso em 25 de Setembro de 2015

Outros Sites e Redes Sociais Interessantes

Além dos sites e redes sociais já citados anteriormente, vale destacar outros que tem bastante visibilidade e também são bastante utilizados por turistas:

Tipo	Endereço	Logomarca	Descrição	Informações sobre Araras
Reservas Online	www.decolar.com	decolar <mark>{com</mark>	Site de reservas online, onde é possível comprar passagens aéreas, hotéis, pacotes de viagem, cruzeiros e aluguel de carro.	03 hotéis cadastrados:
www.hotelurbano.com	Hotel Urbano Viajar e possivet	Site de reservas de hotéis, pacotes fechados e cruzeiros	Não há nenhum equipamento de Araras cadastrado.	
	www.turismoemsaopaulo.com	Um Estado, muitos destinos.	Site da Secretaria de Estado de Turismo de São Paulo, com informações sobre os destinos do estado	Informações muito rasas sobre Araras: há apenas um pequeno texto que fala um pouco da história da cidade e a citação de alguns atrativos.
Informações sobre destinos turísticos	www.aprecesp.com.br	TUrismo Paulista Estáncias do Estado de São Paulo	Site gerenciado pela Associação das Prefeituras das Cidades Estância do Estado de São Paulo - Aprecesp	Não há, pois o destino ainda não possui o título de estância
	viajeaqui.abril.com.br/guia4rodas	GUI QUÁTRO RODAS	Guia turístico de referencia nacional	Informações muito rasas sobre Araras: há apenas um pequeno descritivo, informações sobre a população e o site da prefeitura.
Redes Sociais	www.instagram.com		Rede social exclusiva para postagem de fotos	Há um perfil ARARASSP, destinado a amigos e moradores do município de Araras. O usuário é privado e carece de autorização para visualizar as mensagens (não foi possível, portanto, avaliar seu
	www.twitter.com	Y	Rede social e servidor para microblogging, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, em textos de até 140 caracteres, conhecidos como tweets.	Há um perfil Araras SP, que é utilizado para compartilhar informações diversas sobre a cidade, voltado aos moradores.

Fonte: Pesquisa nos sites relacionados, no dia 25 de Setembro de 2015.

Considerações e Recomendações

Ao verificar o posicionamento de Araras na internet, a partir dos principais sites ligados ao turismo e redes sociais, percebeu-se que a cidade ainda tem uma participação bastante tímida.

Nota-se que o destinonão possui uma presença promocional turística na internet: além do site da Prefeitura, não foram identificadas páginas que contem informações sobre atrativos turísticos, bem como atividades que podem ser desenvolvidas no destino; não há perfis em redes sociais voltadas para estimular ou despertar o interesse do viajante; não há ferramentas de divulgação e/ou promoção de eventos e/ou atividades culturais no destino.

É importante destacar que a internet é hoje considerada uma ferramenta decisiva na escolha de um destino turístico, bem como na seleção das atividades e serviços a serem experimentados em determinado local. Segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, 2014), a internet foi a fonte de informação mais citada para organização de viagens por turistas, tendo uma forte tendência de crescimento.

Por esse motivo, é fundamental que destinos turísticos utilizem as possibilidades que as ferramentas online oferecem, contribuindo com uma maior exposição de modo a despertar o interesse de turistas potencias.

Diante do exposto, recomenda-se que o destino:

- Crie um site promocional turístico, onde serão oferecidas informações de interesse do turista;
- Procure a Secretaria de Estado de Turismo de São Paulo para melhorar a qualidade das informações disponíveis no portal turístico do estado (www.turismoemsaopaulo.com) atualmente, há apenas um pequeno texto que

fala um pouco da história de Araras e a citação de alguns atrativos;

- Faça um perfil com foco em promoção turística em redes sociais, com destaque para o Facebook: no local, podem ser postadas informações sobre atrativos turísticos, eventos que ocorrerão na cidade, notícias interessantes, dentre outros. Importante ressaltar que, ao criar um perfil em rede social, é necessário ter um responsável pela geração de conteúdo não é recomendável que o destino faça menos do que 01 (uma) postagem semanal;
- Estimule a inserção de informações sobre outros atrativos turísticos no TripAdvisor atualmente só há três atrativos cadastrados. Isso pode ser feito mediante divulgação do site, campanhas de divulgação (ex: "Gostou do atrativo? Compartilhe sua experiência no TripAdvisor!") e até criação de concursos e premiações (como de fotografias, etc.);
- Crie uma sistemática de avaliação dos comentários no TripAdvisor tanto no que diz respeito a atrativos turísticos (sejam eles públicos ou privados), quanto empreendimentos: é importante estimular que os empresários se atentem as informações, sugestões, elogios e reclamações expostas pelos usuários e procure sempre melhorar os pontos negativos apontados;
 - O mesmo vale para avaliações de sites como Booking, Decolar e Hotel Urbano.



6. Análise SWOT e Priorização

6.1. Análise SWOT

Análise SWOT¹³ ou FOFA (forças, oportunidades, fraquezas e ameaças) é uma ferramenta de análise de cenário, bastante utilizada em planejamento estratégico. É empregada para identificar os pontos fortes e fracos de um destino (ou organização), além das oportunidades e ameaças a qual está exposto.

Em Araras, a análise SWOT foi feita de maneira participativa, por meio da divisão em grupos de trabalho que refletiram sobre cinco eixos temáticos, conforme já detalhado no capítulo sobre aspectos metodológicos:

- 1) Infraestrutura; 2) Segmentação e Regionalização;
- 3) Promoção e Apoio a Comercialização; 4) Qualificação e 5) Legislação e Normatização.

EIXO: INFRAESTRUTURA			
Forças	Fraquezas		
 Cidade arborizada; Vias públicas em bom estado; Muitos pontos turísticos: a) Urbano e Rural b) Religioso e Lazer Bons hospitais, clínicas e postos de saúde. 	 Falta Centro de Apoio e de Informações aos turistas; Falta de capacitação da Guarda Municipal para atendimento ao turista e ao visitante; Falta de um portal de entrada da cidade; Melhoria da sinalização urbana e rural e implementação da sinalização específica para o turismo (sinalização aérea); Investimentos e adequação da motorização de segurança voltada a áreas rurais; Falta de um mapageorreferenciado da área rural. 		
Oportunidades	Ameaças		
 Possibilidade de instalação de novos empreendimentos turísticos na cidade (hotéis, shopping, etc); Possibilidade de implantação de programa de educação ambiental. 	Redução no volume de chuvas; Escassez de água potável.		

¹³ Strenghts, Weaknesses, Opportunities e Threats

EIXO: SEGMENTAÇÃO E REGIONALIZAÇÃO			
Forças	Fraquezas		
Diversidade e quantidade de restaurantes;	• Falta de valorização da cidade por parte dos		
Organização e limpeza da cidade;	munícipes;		
• Existência de eventos e atrativos;	Pouca diversidade de atrativos turísticos;		
• Vontade política para implementação de ações de	Alto valor dos serviços;		
desenvolvimento turístico;	Falta de uma identidade turística;		
• Boa estrutura dos estabelecimentos de	Falta de mão de obra qualificada;		
alimentação;	Aprimoramento da segurança na zona rural;		
• Quantidade de hotéis, unidades habitacionais -	Sazonalidade na demanda turística;		
UHs e leitos no município;	• Falta de informações sobre o turismo no		
Localização dos hotéis;	município;		
Produção orgânica na zona rural.	Falta de divulgação do turismo no município;		
	Pouca diversidade na oferta de hospedagem;		
	• Limitação na cobertura dos serviços de		
	telefonia (principalmente na área rural);		
	Deficiências na infraestrutura hoteleira;		

Opentuning	Amoosos
Oportunidades	Ameaças
• Possibilidade de desenvolvimento de turismo na	Monocultura da cana de açúcar;
zona rural (relacionado ao meio ambiente, bem	• Desinteresse e falta de envolvimento da
estar e associações locais);	sociedade com o desenvolvimento local;
• Diversidade de recursos (artesanato, cimento	• Sazonalidade na demanda por serviços
Bento, Casa do artesão);	turísticos;
• Possibilidade de implantação de novas atividades:	• Crescimento da criminalidade
Regulamentação do turismo rural;	(principalmente assaltos);
Observação de aves;	• Acidentes Naturais (aquecimento global,
Turismo Pedagógico;	enchentes);
• Roteiros em cervejarias e cachaçarias artesanais;	• Interrupção dos projetos de apoio ao
• Trem sobre rodas (áreas urbana e rural);	desenvolvimento do município.
Fortalecimento dos eventos;	
• Localização geográfica do mercado emissor;	
• Possibilidade de realização de City Tour/ Programa	
Roda Cidade;	
• Aproveitamento das manifestações culturais	
(catira, folia de reis, orquestra de sopros, grupos	
teatrais, romarias, cavaleiros, etc.).	

EIXO: PROMOÇÃO E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO			
Forças	Fraquezas		
Atuação da Associação Comercial e Industrial	Falta de um portal online do destino;		
de Araras - ACIA nas promoções comerciais.	Carência de material promocional;		
	Ausência de mapas turísticos do município;		
	• Falta de um aplicativo do destino para		
	smartphones e tablets;		
	• Falta de atualização do site da prefeitura com		
	atrativos, oferta, serviços.		
Oportunidades	Ameaças		
• Localização geográfica privilegiada em relação	Consolidação da atividade turística em		
aos mercados emissores.	municípios vizinhos.		

EIXO: QUALIFICAÇÃO			
Forças	Fraquezas		
 Boa articulação da ACIA para promover cursos de qualificação; Estrutura existente do Centro de Turismo, adequada a diversos tipos de qualificação. 	 Falta de cursos de qualificação; Carência de cursos e escolas na área de turismo; Falta de pesquisas na área de turismo; Falta de mão de obra qualificada. 		
Oportunidades	Ameaças		
 Aproximar a oferta dos cursos com o mercado de trabalho; Disponibilidade ampla de mão de obra, mesmo 	Pouco comprometimento da mão de obra para a própria qualificação.		

EIXO: LEGISLAÇÃO E NORMATIZAÇÃO			
Forças	Fraquezas		
Existência de um Conselho Municipal formalizado e atuante; Boa oferta de cursos profissionalizantes de diferentes segmentos do turismo para públicos diversos.	 Falta de guias qualificados e regularizados pelo Ministério do Turismo; Poucos equipamentos turísticos cadastrados no Cadastur; Falta de regularização dos serviços dos ambulantes; Falta de fiscalização dos serviços dos ambulantes; Carência de incentivos fiscais para o setor de turismo; Falta de incentivos fiscais para o desenvolvimento do turismo rural; Falta de regras de funcionamento para Bares e restaurantes (horários e outros requisitos). 		
Oportunidades	Ameaças		
 Momento adequado para criação de leis que regulamentem os ambulantes; Tombamento histórico das construções em âmbito estadual e federal; Presença de consultoria especializada para apoiar elaboração do planejamento. 	 Crise no comércio de alimentação; Crise econômica nacional/ internacional; Ambiente político/ institucional instável; Crescimento desordenado e excessivo de ambulantes irregulares; Falta de continuidade na legislação e nos planos de desenvolvimento turístico do município. 		

6.2. Priorização de ações

A partir da análise de cenário, foram priorizadas as ações discutidas em prioridade máxima, alta, média e de simples solução:



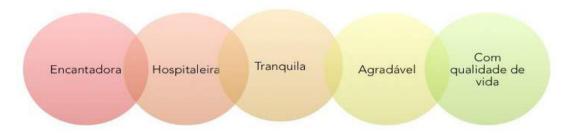


7.1. Identidade do Destino

Para construção da identidade do destino, foi realizada, primeiramente, o levantamento, por meio de oficina com o COMTUR, das principais características do destino.

As palavras que mais se destacaram foram:

Araras é uma cidade:



Dentre os ícones do destino, foram destacados:



A partir desse exercício, foi definido uma primeira sugestão de slogan para o destino:

Araras:

Cidade Encantamento

Vale destacar que esse trabalho não teve um viés voltado para o marketing turístico, razão pela qual sugere-se que a questão da identidade seja mais detalhada e aprofundada no futuro.

7.2. Onde queremos chegar? A Visão de Futuro

De maneira participativa, por meio de debate orientado com o COMTUR, foram discutidos cenários para o turismo no município, considerando os horizontes 2015, 2020 e 2030.

Foi considerado que, no futuro, as cidades irão se destacar pela preservação da natureza e de sua história. Araras pretende ter destaque nas políticas públicas de turismo do estado de São Paulo e atrair turistas da região e do estado, interessados na tranquilidade e no contato com o meio rural preservado.

Os principais cenários definidos foram:

2015

- Fomento e articulação para criação da Secretaria de Meio Ambiente
- Estruturação do planejamento

2020

- Fazendas abertas a visitação
- Hotel Fazenda em funcionamento
- Passeio regular de trem sobre rodas
- Crescimento do fluxo turístico
- Programa de sustentabilidade de destino implantado
- Abertura de novos negócios
- Existência de incentivos municipais para o turismo

2030

- Meio ambiente preservado
- Regras para expansão e crescimento da atividade turística
- Grande diversidade de atrativos complementares
- Fluxo turístico significativo

7.3. Macro Estratégias de Desenvolvimento

A partir das análises e estudos realizados, foram identificados alguns aspectos que merecem destaque, se caracterizando como iniciativas estratégicas para o desenvolvimento do turismo em Araras.

Com a realização do diagnóstico, percebeu-se que Araras não possui uma tradição turística, havendo carência de produtos, tampouco identidade turística latente. Por esse motivo, o turismo na cidade precisa ser lapidado eestimulado. O turismo se apresenta, portanto, como mais uma alternativa, uma atividade econômica que pode trazer benefícios e contribuir com a economia do município, bem como a e conservação dos recursos naturais e valorização dos aspectos culturais locais.

Não pretende-se aqui trazer soluções formatadas, apenas apontar alguns caminhos estratégicos para o desenvolvimento do turismo no destino.



A) Turismo Rural, uma possibilidade interessante

A zona rural da cidade possui um potencial latente de desenvolvimento turístico. A presença de fazendas produtivas e históricas, a existência de um rico calendário de eventos, em sua maioria de cunho religioso, a agricultura e a criação de mini-animais como caprinos, equinos e bovinos se destacam pelas possibilidades de formatação de produtos turísticos.

Apesar de haver poucos espaços já abertos a visitação, alguns empresários e produtores rurais se mostraram interessados em investir no turismo, como uma alternativa de diversificação da fonte de renda. No entanto, eles carecem de orientações técnicas mais detalhadas e incentivo, de modo a saírem da zona de conforto e se aventurarem em novos horizontes.

A proximidade com a capital São Paulo e de outras cidades de grande porte favorece ainda mais o desenvolvimento de atividades na zona rural, que podem ser ofertadas como uma possibilidade de contato com a terra e a lida do campo, além da fuga da correria diária, elementos estes cada vez mais valorizados pelos moradores de grandes metrópoles.

Considerando as tendências atuais de desenvolvimento turístico, recomenda-se que sejam estimulados e priorizados:

- Produtos experienciais: atividades que valorizam a experiência turística, fazendo com que o turista não seja apenas um mero espectador, mas sim parte do processo. Podem ser ofertadas, por exemplo, atividades onde o turista poderá, de fato, vivenciar a lida rural, tais como a colheita de determinado alimento, o tratamento de animais, a produção de um produto do campo (queijo, manteiga, garapa), dentre outros;
- Turismo pedagógico: oferta de produtos customizados para alunos de escolas públicas e particulares ligados a zona rural, aliando conhecimento e diversão. Como exemplo, pode ser oferecida a visita a plantação da mandioca e todo o processo de colheita e beneficiamento até a produção da farinha, mostrando a transformação da matéria prima. Isso pode ser associado a oferta de pratos com tais produtos, criação de oficinas de gastronomia, fabricação de artesanato com os resíduos, etc. Trabalhar com escolas pode ser uma maneira de estimular um fluxo turístico constante para o destino.

B) Ampliação das opções de lazer e entretenimento

Para uma cidade que deseja desenvolver a atividade turística, é importante que se crie condições para estruturação de opções de lazer e entretenimento, tanto para munícipes quanto para visitantes.

A disponibilização de atividades de lazer e entretimento pode ser influenciada pelo poder público, na medida em que se implementam políticas públicas para o setor, além de oferecer espaços físicos necessários e adequados para a sua execução.

Vale destacar que atividades de lazer e entretenimento envolvem, além de aspectos ligados a cultura (show, apresentações culturais, manifestações artísticas, etc), aqueles ligados a interesses físico-esportivos, artísticos, manuais, sociais e até mesmo intelectuais.

Sugere-se, portanto, que sejam criadas políticas públicas setoriais, articuladas com outras pastas do poder público municipal (principalmente cultura, esportes e meio ambiente) estabelecendo ainda parcerias com iniciativa privada, valorizando também as iniciativas

espontâneas da população.

C) Estruturação de produtos e roteiros turísticos

Ofertar produtos e roteiros para o turista é fundamental em qualquer destino turístico. Nesse sentido, é importante:

- mostrar as possibilidades de locais que podem ser visitados e seus principais diferenciais de forma criativa buscando despertar o interesse do turista;
- organizar as visitações em forma de roteiros, levando em consideração os interesses do turista ou de um grupo específico.

De acordo com o MTur - Ministério do Turismo (BRASIL, 2010), o turismo é um setor produtivo e sua produção é feita por uma cadeia de setores que se unem para formar o produto turístico. É, desta forma:

Um conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço. (2010)

Não se deve pensar em produtos turísticos de forma individual, mas sim como o conjunto de experiências relacionadas à viagem (de deslocamento, alimentação, hospedagem e de outros fatores) vividas pelos turistas antes, durante e depois de sua realização.

Ainda de acordo com o MTur, a roteirização confere realidade turística aos atrativos que estão dispersos através de sua integração e organização.

Recomenda-se que os produtos e roteiros ofertados sejam estruturados de modo a oferecer uma experiência turística positiva ao turista — mais uma vez, sugere-se o foco na oferta de produtos experienciais, que permitam uma participação ativa (e não apenas passiva) do turista. Estabelecer parcerias com outras cidades da região para complementação da oferta turística pode ser uma estratégia exitosa.

D) Sensibilização do cidadão ararense

Percebeu-se que o cidadão ararense ainda não enxerga a cidade como turística, não percebendo as possibilidades de desenvolvimento do setor. Trabalhar uma sensibilização ativa e de longo prazo com o cidadão é importante para que ele amplie o seu olhar para o destino, reconhecendo e valorizando as suas belezas e potenciais.

Podem ser criadas campanhas de sensibilização em veículos de comunicação (tais como jornais e rádio) com destaque para o potencial de capilarização das redes sociais, que também podem ser utilizadas com esse intuito.

Promover campanhas em escolas e adotar a palavra turismo no discurso oficial de autoridades e formadores de opinião pode ser estratégico.

E) Promoção turística da cidade

Investir em ações de promoção é importante para atrair a atenção para a cidade, buscando posicionar o local como um destino interessante para o turismo. Apesar de não haver atrativos de expressão e notoriedade nacional ou internacional, a cidade pode sim oferecer produtos e roteiros turísticos de qualidade, com foco na atração de turistas, principalmente, regionais.

Como ações de promoção e comercialização comumente exigem altos investimentos financeiros, sugere-se que sejam feitas parcerias com destinos da região, de modo a viabilizar a participação constante e regular do destino em feiras e eventos ligados ao turismo.

Campanhas voltadas para o público final também se mostram bastante eficientes, podendo ser criados: perfis em redes sociais focados na promoção turística; site promocional turístico; inserção de informações e avaliações em sites colaborativos de turismo, como o *TripAdvisor*; campanhas em shoppings e locais de grande concentração de turistas como shows e eventos diversos, dentre outros.



8.1. Metas de curto prazo

Por meio de oficina técnico-participativa junto ao COMTUR, foram definidas metas de curto prazo para o desenvolvimento do turismo.

Considerando o estágio de desenvolvimento turístico de Araras, foram estabelecidas apenas metas de curto e médio prazo, de maneira a trabalhar com questões reais e possíveis, buscando gerar resultados concretos. Essas ações estão descritas no item 8.2. Plano de Ação

- Detalhamento e divididas em 05 eixos estratégicos.

Entende-se que com a concretude dos primeiros resultados haverá um estimulo a participação da população como um todo, garantindo uma maior integração e sinergia entre comunidade e empresários, favorecendo uma revisão periódica do plano e o estabelecimento de novos desafios.

As metas de curto prazo estabelecidas pelo grupo de trabalho são as descritas a seguir:

- 1. Implementar um Centro de Informações Turísticas até 2020
- **2.** Implementar sinalização turística com mínimo de 15 placas até 2020
- **3.** Realizar um seminário de Turismo Rural com especialistas nacionais em Araras até 2016
- 4. Estruturar o funcionamento do Trem sobre rodas até 2016
- **5.** Estruturar 4 roteiros/rotas: cultural e histórica, rural, tecnológica e de lazer
- **6.** Realizar 04 cursos de qualificação profissional até 2017: cursos de atendimento, taxistas, hospitalidade, manipulação de alimentos, culinária regional

8.2. Plano de Ação - Detalhamento

fev/16 mar/16 mar/16 mar/16 abr/16 jul/16 dez/16 Fim Execução Prazo de mar/16 dez/15 jan/16 dez/15 dez/15 jan/16 dez/15 Inicio Financiadores **Possíveis** rivados com municipal refeitura Prefeitura refeitura **Aunicipal** Municipal ncentivo Municipal arceiros Instituições de Apoio **DEMUTRAN** refeitura Municipal Casarão do Artesão ou Centro Coordenadoria de Turismo COMTUR SEBRAE SENAC SENAR Coordenadoria de Turismo MTUR Soordenadoria de Turismo Secretaria Municipal de Instituição Executora Segurança COMTUR COMTUR COMTUR Dotar o efetivo com melhores Sensibilizar Prefeito Municipal mplantação de sinalização de Obter projeto de floricultura e/ou empresa de paisagismo atrativos turísticos de Araras Departamento Municipal de Definir local mais adequado Frânsito, de sinalização de Contatar órgãos oficiais de (quantificar, quando Ação/Atividade Oficializar solicitação ao Qualificar servidores da Prestar informações prefeitura para prestar condições de trabalho nformações turísticas serviços do município urismo para auxiliar possível) sobre o local de Turismo) Prioridade Resultado Esperado sinalização urbana/ ural e de atrativos araras) na entrada de Arara (casal de melhorar a Ronda vertical em forma Criar um Jardim existente para Adaptar local mplementar Estruturar e oolicial rural aos turistas urísticos Н Н 7 7 Principais problemas sinalização rodoviária alta de um Portal de intrada no município Apoio e Informações / deficiências ou potencialidades / Aprimoramento da oportunidades segurança na zona alta de Centro de nsuficiência de e turística ao turista rural

EIXO INFRAESTRUTURA

Implementação de Trem sobre Rodas	2	Implantar operação , do Trem sobre rodas	Abrir concessão para empresas privadas operarem atração de trem sobre rodas	Coordenadoria de Turismo	Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo	Prefeitura Municipal	jan/16	dez/16
			Enviar ofício de solicitação de estrutura para Secretaria de Segurança Pública do Estado	COMTUR	Governo do Guarda Municipal Estado de São Paulo	Governo do Estado de São Paulo	fev/16	fev/16
Insuficiência de motorização na estrutura de	m	urança	Elaborar projeto para compra de equipamentos para Polícia Militar e Guarda Municipal	Secretaria de Segurança Pública	Guarda Municipal		mar/16	jun/16
segurança voltada às áreas rurais		e 0	Acompanhar processo de aquisição de equipamentos	COMTUR	Guarda Municipal		mai/16	dez/16
			Enviar ofício de solicitação de aumento de efetivo para Polícia Militar	COMTUR	Guarda Municipal		jan/16	jan/16
Insuficiência de efetivo para a segurança geral	e	Profissionais de segurança em número suficiente as demandas do município	Enviar ofício de solicitação de aumento de efetivo para Polícia Militar	COMTUR	Guarda Municipal		jan/16	jan/16
Limitação na cobertura dos serviços de tefefonia	۲	Melhoria da cobertura e dos	Realizar mapeamento da cobertura de Telefonia Celular Secretaria de Agricultura na área Rural		COMTUR	Sec. de Agricultura	mar/16	dez/16
móvel (principalmente na área rural)	n	serviços de telefonia	Enviar mapeamento de cobertura para companhias de Secretaria de Agricultura telefonia		COMTUR		set/16	dez/16

EIXO SEGMENTAÇÃO

Principais problemas / deficiências ou potencialidades	Prioridade	Resultado Esperado	Ação/Atividade (auantificar. auando	Instituição	Instituições	Possíveis	Prazo de Execução	o de ıção
/ oportunidades			possível)	Executora	de Apoio	Financiadores	Inicio	Inicio
			Coletar todos os eventos, nos diferentes segmentos	COMTUR	Secretarias e entidades		nov/15 dez/15	dez/15
Necessidade de fortalecimento	-	Atrair turistas nos	Organizar e apresentar eventos Secretaria para aprovação da Prefeitura e Municipal de do COMTUR Esportes	Secretaria Municipal de Esportes			jan/16 fev/16	fev/16
dos Eventos	•	eventos de Araras	Confeccionar material de divulgação dos eventos	Coordenadoria de Turismo	Rotary Lyons Associações	Prefeitura Municipal Rotary Lyons Associações	fev/16 abr/16	abr/16
			Criar índice de satisfação para os turistas	Universidades	COMTUR		jan/16 mar/16	mar/16
			Medir satisfação dos turistas em diferentes áreas	Universidades	ACIA		mar/16 jun/16	jun/16
		21	Analisar os resultados do índice para identificar onde está o problema	Coordenadoria de Turismo			jul/16 jul/16	jul/16
baixa Qualidade dos serviços turísticos	1	iviemorar a satistação dos Turistas	Estabelecer parceria com os empregadores para apoiar a qualificação de acordo com as necessidades identificadas	Coordenadoria de Turismo			jul/16 dez/16	dez/16
			Implementar cursos de qualificação para minimizar as falhas identificadas	SENAC SENAR SEBRAE	Prefeitura Municipal, Empresários ACIA	Empresários	jul/16 dez/16	dez/16

ah sanè sa saninsa da sherlez		December 15th 10cc	Realizar levantamento dos cursos técnicos e universitários de turismo próximo a Araras	Coordenadoria de Turismo		·	fev/16 fev/16	fev/16
raisa de resquisas na area de turismo	Н	na área de turismo	Estabelecer parcerias com escolas e universidades,		Universidades		21/20p 31/76	7/16
			tornando Araras, objeto de Estudos	COMTUR	Instituições de ensino		lev/10	or /zər
					Hotéis			
			Sensibilizar os envolvidos com		Agências			
			o para a	COMTUR	Universidades	•	jan/16 fev/16	fev/16
			importancia do plano		Restaurantes Atrativos			
		Dar continuidade a	Apresentar e monitorar a					
Risco de descontinuidade nas ações de desenvolvimento	Н	política de Turismo e	Municipal de Turismo	COMTUR		•	jan/16 dez/16	dez/16
turístico		acompannamento do Plano	cotidianamente nas reuniões do COMTUR					
			Propor criação de legislação específica para garantir					
				01114	Câmara de	,	7,	77/10
				אסוואוסט	Vereadores	_	mar/ 16 dez/ 16 	or/zer
			Municipal de Desenvolvimento Turístico					
Participação no Programa Roda São Paulo	SS	Atração do Programa Roda São Paulo	Realização de visitas do Programa Roda São Paulo	Coordenadoria de Turismo	Secretaria de Estado de Turismo de São Paulo	ı	mar/15 dez/15	dez/15
Estruturação de um city tour	SS	Elaborar roteiro de Citytour considerando	Elaborar roteiro de Citytour para turistas em Araras	Agências de Viagem	COMTUR Coordenadoria de Turismo		dez/15 abr/16	abr/16
eiii Ai ai as		transporte disponível	Incluir trem sobre rodas no Citytour			ı	mar/16 dez/16	dez/16
Baixo número de equipamentos cadastrados no	SS	Cadastrar empreendimentos	ha de divulgação e o para apresentar	Coordenadoria de	COMTUR		ago/16 out/16	out/16
Cadastur do Mtur	}	turísticos no Cadastur	Cadastur aos empreendimentos turísticos	Turismo				

Necessidade de atração de novos empreendimentos turísticos (Shopping, hoteis)	2	A definir			
Pouca diversidade de atrativos	7	A definir			
Falta de Guias de Turismo e/ou condutores credenciados pela Embratur	2	A definir			
Falta de apoio para o Desenvolvimento do Turismo Rural	2	A definir			
Falta de Programas de Educação Ambiental	3	A definir			
Pouca valorização de Araras, por parte dos munícipes	3	A definir			
Possibilidade de conquista do título de município de interesse turístico do Estado de São Paulo	3	A definir			
Pouca diversidade na oferta hoteleira	æ	A definir			
Alta sazonalidade na demanda turística	3	A definir			
Alto valor dos serviços turísticos	3	A definir			

EIXO PROMOÇÃO E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO

Principals problemas /		Resultado	Ação/Atividade	Instituição	Instituições	Possíveis	Prazo de Execução	o de ução
dejiciencias ou potencialidades Frioridade / oportunidades	Tioriagae	Esperado	(quantificar, quando possível)	Executora	de Apoio	Financiadores	Inicio	Fim
Falta de Identidade turística	1	Definir a identidade e o posicionamento	Contratar empresa especializada em marketing turístico para elaboração do posicionamento turístico do destino e identidade visual	Coordenadoria de Turismo	COMTUR SEBRAE	SEBRAE Secretaria de Estado de Turismo MTUR Empresas privadas	jan/16	jul/16
		turistico do destino	r a empresa na elaboração onamento e identidade - sso participativo	COMTUR	Coordenadoria de Turismo		jan/16	jul/16
		Disponibilizar material promocional para	Desenvolver o conteúdo do material a partir da identidade e posicionamento do destino	Coordenadoria de Turismo	COMTUR		jul/16	jul/16 ago/16
Falta de material promocional do destino	1	ser distribuído aos Contratar empres turistas atuais/potenciais, layout e redação bem como	sa especializada ara elaborar	Coordenadoria de Turismo	COMTUR	Nestlé Usinas Empresários SEBRAE	ago/16	set/16
		divulgar em feiras e eventos especializados	Buscar parcerias para impressão COMTUR	COMTUR	Coordenadoria de Turismo		set/16 out/16	out/16
Falta de mapas turísticos de	1	Disponibilizar mapas turísticos aos turistas e	Firmar parcerias para criação do COMTUR material	COMTUR	Coordenadoria de Turismo SEBRAE Empresários	Nestlé Usinas Empresários SEBRAE	jan/16	jul/16
Araras		visitantes (em hotéis, CATs, restaurantes, etc)	Priorizar os itens que serão indicados no mapa, a partir do inventário da oferta turística	COMTUR	Coordenadoria de Turismo		jan/16 jul/16	jul/16

			Contratar profissional especializado para elaboração do mapa e lay out (importante considerar a identidade visual do destino)	Coordenadoria de Turismo	COMTUR	Nestlé Usinas Empresários SEBRAE	jul/16	set/16
			Imprimir e distribuir os mapas	COMTUR		Nestlé Usinas Empresários SEBRAE Secretaria de Estado de Turismo	set/16	out/16
			Fazer um levantamento das informações disponíveis no site	COMTUR	Coordenadoria de Turismo		dez/15	fev/16
Necessidade de atualizar o site da prefeitura com informações dos atrativos servicos e oferta	SS	Site com informações	Sugerir adequações e complementações, a partir do inventário da oferta turística	COMTUR	Coordenadoria de Turismo		fev/16	abr/16
turística		atualizadas	Fazer a redação final do conteúdo	Secretaria Municipal de Comunicação Social e Institucional	Coordenadoria de Turismo		abr/16 mai/16	mai/16
			Pesquisar tipos de aplicativos de destinos disponíveis (bons exemplos)	COMTUR	Coordenadoria de Turismo		jul/16	dez/16
Falta de um aplicativo para smartphones e tablets com	2	Criar um aplicativo com informacões	Solicitar orçamentos para empresas que fazem o desenvolvimento de aplicativos	COMTUR	Coordenadoria de Turismo		jan/17	mar/17
informações turísticas		turísticas	Buscar financiadores	COMTUR	Coordenadoria de Turismo	Nestlé Usinas Empresários Secretaria de Estado de Turismo	jan/17	mar/17
Pouca valorização de Araras por parte dos munícipes	ю	Estimular ações e campanhas para valorização do município pelos moradores	Criar uma campanha de sensibilização "Encante-se com Araras" (sugestão de começar nas escolas municipais promovendo palestras e visitas em atrativos turísticos, por exemplo)	COMTUR	Coordenadoria de Turismo	Empresários Secretaria de Educação	jul/17	dez/17

EIXO QUALIFICAÇÃO

Resultado	Ação/Atividade	Instituição	Instituições	Possíveis	Prazo de Execução	s de ção
deficiencias ou potencialiadaes Prioriadae Esperado (qua / oportunidades	(quantificar, quando possível)	Executora	de Apoio	Financiadores	Inicio	Fim
Realizar cu	os de qualidade no	SENAC SENAI SEBRAE	Coordenadoria de	Empresários	abr/16	set/16
atendimento		Instituições de ensino	lurismo			
Promover um	SE	SENAC				
programa de Realizar o qualificação da		SENAI SEBRAE	Coordenadoria de	Empresários	fev/16 mai/16	mai/16
mão de obra	Indinipulação de alimentos	nstituições de	Ollisiilo			
	en	ensino				
	SE	SENAC				
Realiza	Realizar cursos de camareiros SE	SENAI	Coordenadoria de	Emprocários	07/201	7/10
para m	meios de hospedagem SE	SEBRAE	Turismo	LIIIpresarios	οτ /ιιηί	ат/тап
	<u>sul</u>	nstit. de ensino				

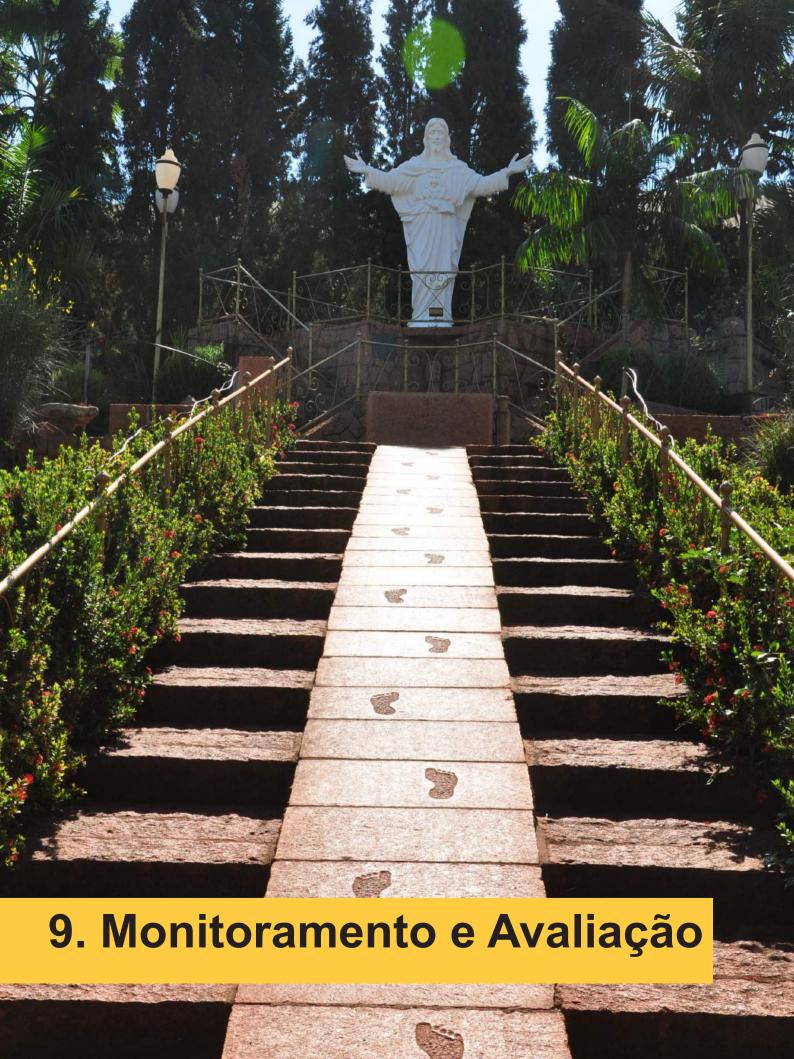
			os de auxiliar de bares e	SENAC SENAI SEBRAE	Coordenadoria de Turismo	Empresários	jun/16	dez/16
			restaurantes I	Instit. de ensino				
Falta de Cursos na área de		Ter pessoas qualificadas para guiamento	Realizar curso de Guias de Turismo Regional	SENAC	Agências de Viagens Centro de Informações turísticas	Prefeitura Municipal	ago/16	dez/16
turismo	-	turistico em Araras e prestação de informações sobre atrativos	Araras e prestação Ae informações de informações turísticas de Sobre atrativos Araras	SENAC Guia Regional	COMTUR	Prefeitura Municipal	fev/16	mai/16
Dificuldade no		Aproximar a oferta de cursos	Realizar reuniões de aproximação dos empresários, mão de obra e instituições executoras	COMTUR	Empresários Secretaria de Assistência Social		fev/16	fev/16
comprometimento da mão de obra com os cursos ofertados e com os serviços prestados	\leftarrow	dos empresários e da população a ser qualificada	dos empresários e Criar banco de dados de equipe da população a qualificada e propor ser qualificada comprometimento dos empresários em utilizar o banco de dados	COMTUR	ACIA		nov/16	dez/16
Falta de capacitação da Guarda Municipal para atendimento ao	c	Guarda Municipal qualificada em Informações turísticas e	Guarda Municipal Envolver a Guarda Municipal qualificada em para participar do Curso para Informações prestação de informações turísticas e turísticas de Araras	COMTUR	Guarda Municipal		fev/16 mai/16	mai/16
turista e ao visitante	·	atendimento a principais ocorrências com turistas	Desenvolver curso de orientação para ocorrências com turistas (furtos, extravios, etc.)	Guarda Municipal	COMTUR	Prefeitura Municipal, Governo do Estado de São Paulo	mai/16	ago/16
Falta de Programas de Educação Ambiental	33	Promover um programa de educação	Realizar cursos de Educação ambiental nas escolas públicas de Araras	Secretaria de Meio Ambiente	Secretaria de Meio Secretaria Municipal Secretaria Municipal Ambiente de Educação de Meio Ambiente	Secretaria Municipal de Meio Ambiente	mai/16	jul/16
		ambiental para os cidadãos	ambiental para os Realizar visitas de sensibilização cidadãos ambiental nas áreas preservadas de Araras com alunos das escolas do município	COMTUR	Secretaria Municipal Secretaria Municipal de Educação de Meio Ambiente	Secretaria Municipal de Meio Ambiente	fev/16	abr/16
Falta de escolas na área de turismo	8	A definir						

EIXO LEGISLAÇÃO / NORMATIVA

Principais problemas / deficiências ou potencialidades Prioridade	Prioridade	Resultado	Ação/Atividade (quantificar, quando	Instituição	Instituições	Possíveis	Prazo de Execução	, de ção
/ oportunidades		Esperado	possível)	Executora	ае Арою	Financiadores	Inicio	Fim
			Estudo de viabilidade fiscal e Secretaria econômica para determinar Municipal onde poderá haver redução de Finanças / impostos/tributos em relação ao / Fazenda IPTU e ISS	de Tributos	ACIA Sindfisco		nov/15 jan/16	jan/16
		Aprovação de Leis	Proposição de projeto de lei que isente o IPTU (ou parte dele) aos hotéis que iniciarem Aprovação de Leis reforma/modernização		COMTUR ACIA	Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil	fev/16	mai/16
Falta de Incentivos Fiscais para o setor de Turismo	H	de Incentivo Fiscal voltados ao setor privado	de Incentivo Fiscal voltados ao setor Proposição de projetos de lei privado que repasse percentual do total arrecadado nas bilheterias de eventos particulares para o fundo municipal de turismo	Câmara Municipal	COMTUR ACIA Promotoras de eventos e/ou associações que realizam os eventos particulares		fev/16 mai/16	mai/16
			Projeto de Lei que isente ou reduza a cobrança do ISS (por período) aos novos empreendimentos rurais	COM Câmara Municipal ACIA Sindi	COMTUR ACIA Sindicatos Rurais	Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil	fev/16 mai/16	mai/16

			Pré-projeto de Lei para aprovação da Lei Municipal de Turismo	COMTUR	Assessoria Jurídica da Câmara Municipal, Assessoria Jurídica da Prefeitura	Ou .	nov/15 mar/16	nar/16
Risco de descontinuidade das ações de desenvolvimento turístico	ч	Aprovação da Lei Municipal de Turismo de Araras	Pré-projeto de Lei para aprovação da Lei do Fundo Municipal de Turismo	COMTUR	Assessoria Jurídica da Câmara Municipal, Assessoria Jurídica da Prefeitura, Secretaria Municipal de Finanças / Tributos / Fazenda	nc	nov/15 mar/16	nar/16
			Projeto de Lei para aprovação da Lei Municipal de Turismo (texto e tramitações na câmara)	Câmara Municipal	COMTUR	m	mar/16 out/16	out/16
			Projeto de Lei para aprovação da Lei do Fundo Municipal de Turismo (texto e tramitações na câmara)	Câmara Municipal COMTUR	COMTUR	Ë	mar/16 out/16	out/16
			·	Câmara Municipal	COMTUR Gabinete	טט	nov/16 nov/16	10v/16
Falta de regulamentação dos serviços de ambulantes	1	Aprovação da Lei Municipal de utilização de espaços públicos	Realização de 1 a 2 audiências públicas para priorizar os direitos e deveres na utilização dos espaços públicos pelos ambulantes, empresários e organizadores de eventos, incluindo fiscalização ativa	Câmara Municipal	COMTUR ACIA Imprensa Associações e sindicatos de ambulantes, Empresários do setor Associações de bairros impactadas pelo comercio ambulantes	É	mar/16 abr/16	abr/16

			Pré-projeto de lei de utilização de espaços públicos pelos ambulantes, empresários e organizadores de eventos	COMTUR	Assessoria Jurídica da Câmara Municipal, Assessoria Jurídica da Prefeitura	mar/16 mai/16	mai/16
			Projeto de lei de utilização de espaços públicos pelos ambulantes, empresários e organizadores de eventos (texto e tramitações na câmara)	Câmara Municipal	COMTUR	mai/16 nov/16	nov/16
			Aprovação da lei de utilização de espaços públicos pelos ambulantes, empresários e organizadores de eventos pelos vereadores	Câmara Municipal	COMTUR Gabinete	dez/16 dez/16	dez/16
			Realização de 1 ou 2 audiências públicas para priorizar as direitos e deveres dos empresários de alimentos e bebidas em relação às boas praticas de funcionamento dos estabelecimentos	Câmara Municipal	COMTUR ACIA Imprensa Empresários do setor Associações de bairros impactadas	mar/16	abr/16
Falta de regulamentação dos serviços de bares e restaurantes (horários)	7	Aprovação da Lei de Boas Práticas de Bares e Restaurantes	Pré-projeto de lei de Boas Práticas de funcionamento dos Bares e Restaurantes	COMTUR	Assessoria Jurídica da Câmara Municipal Assessoria Jurídica da Prefeitura	mar/16 mai/16	mai/16
			Projeto de lei de Boas Práticas de funcionamento dos Bares e Restaurantes (texto e tramitações na câmara)	Câmara Municipal COMTUR	COMTUR	mai/16 nov/16	nov/16
			Aprovação da Lei de Boas Práticas de funcionamento dos Bares e Restaurantes	Câmara Municipal	COMTUR Gabinete	dez/16	dez/16



Conforme já destacado anteriormente, o planejamento não é um processo estático. Pelo contrário, é um processo bastante dinâmico, contínuo e renovável, que precisa ser constantemente monitorado e avaliado.

As intervenções propostas pelo plano geram mudanças que precisam ser avaliadas continuamente, para que seja possível verificar os seus impactos e consequências.

Nesse ciclo, o planejamento é reiniciado para estudar mais uma vez a realidade e reordenar um novo futuro ou novas diretrizes, caso necessário.

Nesse sentido, recomenda-se, primeiramente, monitorar de maneira constante a execução das ações previstas nesse plano, junto ao COMTUR.

Sugere-se que isso seja feito nas reuniões do Conselho de modo sistemático, para checar o andamento das ações, definindo e/ou redefinindo rumos e priorizando as ações tidas como *curto*, *médio* e *longo* prazo, respectivamente:

Eixo Temático:		
Ação:		
Descrição	Responsável	Status (incluir data)

Tabela 1: Exemplo de Planilha de Monitoramento do Plano

Além da monitoria do próprio plano, sugere-se o acompanhamento de alguns indicadores importantes, de modo a verificar o comportamento do setor e o impacto das políticas de turismo no território.

Indicador:	Aumento do gasto médio do turista	
Descrição		ual diário de viagem, composto por gastos realizados, alimentação, hospedagem, atrativos e passeios e
Fonte	Pesquisa de Demanda Turística	
Periodicidade	A cada dois anos	
Série	2015	2017
Histórica	R\$ 22,61 – Alta	Realizar pesquisa
	R\$ 25,85 - Baixa	

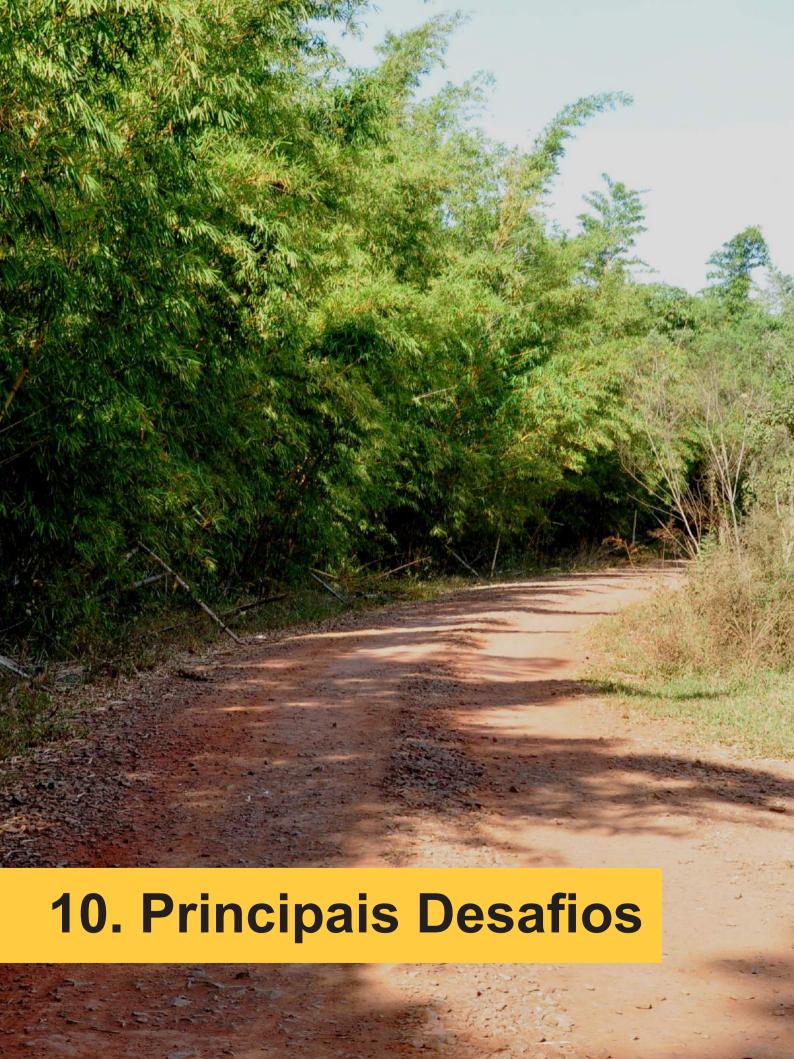
Indicador	Aumento da permanência média do t	turista em Araras
Descrição	Número absoluto da permanência médi	a do turista na cidade de Araras
Fonte	Pesquisa de Demanda Turística	
Periodicidade	A cada dois anos	
Série Histórica	2015	2017
	2,4 dias – Alta	Realizar pesquisa
	1,9 dias - Baixa	

Indicador	Taxa de Ocupação Hoteleira	
Descrição	Proporção entre a oferta de unidades habit diária de UH'smultiplicado pelo número de	. , ,
Fonte	Boletins de Ocupação Hoteleira (Solicitar a	os hotéis)
Periodicidade	Anual	
Série Histórica	2016	2017
Historica	Realizar pesquisa	Realizar pesquisa

Indicador	Avaliação dos	s atrativos no TripAdvisor		
Descrição		cativa das notas e comentários caras pelo site colaborativo <i>TripA</i>		ios aos principais
Fonte	www.tripadvis	or.com		
Periodicidade	Semestral			
Série Histórica		201514	2016	2017
Historica	Teatro Estadual de Araras	 47 avaliações: 26 excelente; 17 muito bom; 04 razoável; 00 ruim; 00 horrível 	Realizar pesquisa	Realizar pesquisa
	Lago Municipal	 62 avaliações: 27 excelente; 30 muito bom; 04 razoável; 01 ruim; 00 horrível 		
	Basílica Nossa Senhora do Patrocínio	18 avaliações: 12 excelente; 05 muito bom; 11 razoável; 12 excelente; 13 ordinarios de la companya de la c		

Indicador	Avaliação dos	hotéis no Trip Advisore Booking	.com	
Descrição	•	tativa e qualitativa da média d Advisor e Booking.com	da nota da avaliaç	ões dos hotéis de
Fonte	www.tripadvise			
Periodicidade	Semestral			
Série Histórica		201515	2016	2017
- Historica	TripAdvisor	3,29	Realizar pesquisa	Realizar pesquisa
	Booking	7,63	pesquisa	резцизи

¹⁴ Pesquisa realizada em 16 de Novembro de 2015.



A Turismo 360 Consultoria enumera os principais desafios que o município de Araras enfrentará ao longo da implementação do seu Plano Diretor de Turismo:

- Acompanhamento e monitoramento do Plano;
- Continuidade política apesar da mudança de governo em 2016;
- Fortalecimento diário e contínuo do COMTUR;
- Despertar interesse dos empresários e da comunidade em relação ao turismo;
- Superar as divergências entre poder público e iniciativa privada nas questões que tangem o planejamento e execução das ações propostas;
- Implementação da sinalização urbana, rural e turística, que atendam as necessidades básicas da população e visitantes;
- Legislação aplicada ao turismo em vigor;
- Legislação de boas práticas, uso e ocupação de áreas públicas em vigor e com fiscalização ativa;
- Mão-de-obra qualificada;
- Atração e estímulo a novos empreendedores;
- Agência de turismo receptiva;
- Centro de atendimento e informações ao turista.

¹⁵ Pesquisa realizada em 24 de Setembro de 2015.



A discussão sobre o turismo no Brasil aponta para um modelo de desenvolvimento que está pautado na economia e na sociedade como um todo. Essa discussão envolve, ainda, outras questões como a cidadania, o meio ambiente, a sustentabilidade e a necessidade de uma inclusão maciça de pessoas.

E neste contexto, a responsabilidade dessas questões não é exclusiva dos governos, mas da sociedade em geral: cidadãos, profissionais, empresários, organizações, sindicatos, comunidade organizada, enfim, todos os atores da sociedade devem participar e se comprometer com as ações e resultados decorrentes do planejamento turístico.

Percebe-se que, quanto maior a participação e engajamento dos setores e organizações nos projetos, maior é o profissionalismo e agilidade na busca dos resultados.

No entanto, a gestão eficiente das políticas públicas do turismo é fundamental para formar uma base sólida de desenvolvimento, fortalecendo dia a dia a articulação entre o setor público, privado e sociedade civil organizada.

Para que o município de Araras se torne um modelo a ser seguido, tornando-se referencia em "transformar a realidade através do trabalho", é preciso investimento: investimento em educação para o turismo, profissionalismo, disciplina e ética.

Desde à saúde até o transporte, das políticas ambientais à segurança pública, da distribuição de emprego e renda à atração de investimentos, enfim, todos esses fatores são responsáveis pelo crescimento harmonioso da atividade turística e de lazer. Entender essa nova configuração e seus desafios se tornará necessário para se planejar e estruturar todo o setor do turismo no município.

O trabalho só está começando! E que seja um caminho de sucesso!



REFERÊNCIAS

ARARAS. PREFEITURA MUNICIPAL. Símbolos Oficiais . Disponível em http://www.araras.sp.gov.br/simbolos/ >. Acesso em 11 de Novembro de 2015.
BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros (org). Estudo de Competitividade dos 65 Destinos
Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional - Relatório Brasil. 2a edição revisada.
Brasília – DF: Ministério do Turismo, 2008.
Índice de Competitividade do Turismo Nacional: destinos indu-
tores do desenvolvimento turístico regional – Relatório Brasil 2013. Brasília – DF: Ministério do Turismo, 2013.
Índice de Competitividade do Turismo Nacional: destinos indutores do desen volvimento turístico regional – Relatório Brasil 2014. Brasília – DF: Ministério do Turismo, 2014
BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. 4. ed. rev. São Paulo: SENAC, 2001.
BLANKE, Jennifer; CHIESA, Thea. The TravelandTourismCompetitiveness Report.
World EconomicForum. Genebra, 2015.
BRAGA, Débora. Planejamento turístico: teoria e prática. Rio de Janeiro-RJ: Elsevier, 2007
BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Caracterização e Dimension amento do Turismo Doméstico no Brasil 2010/2011 . Brasília, 2012. Disponível em

______. MINISTÉRIO DO TURISMO. Programa de Qualificação a distancia para o Desenvolvimento do Turismo – Formação de Gestores das Políticas Públicas do Turismo. Autoria do conteúdo técnico - científico Alexandre Panosso Netto, Francisco José Pereira da Silva, Luiz Gonzaga Godoi Trigo. Florianópolis: SEAD/FAPEU/UFSC, 2009.

312 p.

______. MINISTÉRIO DO TURISMO. Anuário Estatístico do Turismo 2015 – Volume 42 – ano base 2014. Brasília, 2015. Disponível em http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloads _anuario/Anuario_Estatistico_de_Turismo_2015_-_Ano_base_2014_-_Pdf.pdf>. Acesso em 09 de Novembro de 2015.

CALDEIRA, João Netto. As nossas riquezas – Volume V. Edição da EmprezaCommercial e de Propaganda Brasil: São Paulo , 1929

CEPAM. Centro de Estudos e Pesquisas de Administração Municipal. **Municípios Paulistas: Araras.** Disponível em http://www.cepam.org . Acesso em 12 de Novembro de 2015.

COOPER, Chris; FLETCHER, John; WANHILL, Stephen; GILBERT, David; SHEPHERD Rebecca.**Turismo:** princípios e prática. 2.ed. Porto Alegre: Bookmann, 2001.

COUTINHO, Marcela Pimenta; PEREIRA, Patrícia Reis; SETTE, Isabela Rosa. O Relato da Experiência dos Cursos de Espeleoturismo para Guias e Condutores na Região da Bacia do São Francisco. Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade — IABS / Centro Nacional de Pesquisa e Conservação de Cavernas — CECAV / Tropical Forest ConservationAct — TFCA. Brasília-DF: Editora IABS, 2014.

GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R. BRENT; MCINTOSH, Robert W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias.** 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

HOSTELTUR, Revista. LasTendencias Del Turismo que vienenen 2015. Disponível emhttp://www.hosteltur.com/199970_tendencias-turismo-vienen-2015.html. Acessoem 09 de Novembro de 2015.

INEP. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anisio Teixeira. **IDEB: Resultados e Metas**. Disponível em http://ideb.inep.gov.br. Acesso em 09 de Novembro de 2015.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. 2.ed. Rev. Ampl. São Paulo: Aleph, 2012.

MINAS GERAIS. Turismo. Secretaria de Estado de **Orientações** para **Planejamento** Gestão Municipal do Turismo em Minas Gerais. Belo Horizonte: Imprensa Oficial do Estado de Minas Gerais. 2014. 101 p.

MUSEU LÁZARO MARIANO. Araras:como tudo começou. Disponível em < http://www. ararasvirtual.com.br/museu/comotudocomecou.htm>. Acesso em 09 de Novembro de 2015. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. UNWTO. TourismTowards 2030: Global Overview. Unwto: Madri, Espanha, 2011. UNWTO. TourismHighlights: 2014 Edition. Unwto: Madri, Espanha, 2014. UNWTO. **UNWTO:** AnnualReport 2014.Unwto: Madri, Espanha, 2014b. _____. UNWTO. *TourismHighlights: 2015Edition*.Unwto:Madri,Espanha,2015. PNUD. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil. Disponível em http://www.atlasbrasil.org.br/. Acesso em 11 de Novembro de 2015. RUSCHMANN, Doris. Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente. Campinhas: Papirus, 1997. SÃO PAULO. Regionalização. Disponível em < http://www.turismo.sp.gov. Mapa da br/images/stories/fruit/2015%20mapa%20regionalizacao.png>.Acessoem09deNovembrode2015.

SANCHO, Amparo. Introducción al Turismo. 1 ed. Madri, España, Organización MundialDel

Turismo: 1998









