



Prefeitura Municipal da Estância Climática de Analândia

LEI Nº 1.904 DE 15 DE DEZEMBRO DE 2016

(INSTITUI O PLANO DIRETOR DE TURISMO DO MUNICÍPIO DE ANALÂNDIA)

Rogério Luiz Barbosa Ulson, Prefeito Municipal de Analândia, Estado de São Paulo, usando das atribuições que lhe são conferidas pela legislação em vigor

Faz saber que a Câmara Municipal aprovou e ele sanciona e promulga a seguinte LEI:

ARTIGO 1º - O Plano Diretor Municipal de Turismo é um instrumento de planejamento capaz de orientar o desenvolvimento econômico, político e social sustentado do turismo no Município, visando à melhoria das condições de vida de sua população, com inclusão social e respeito ao meio ambiente.

ARTIGO 2º - O presente Plano tem por objetivo traçar eixos, estratégias, diretrizes e ações para o turismo e através dele, possibilitar avanço nos mais diversos segmentos tais como econômico, social, cultural, ambiental e político.

ARTIGO 3º - Esta Lei institui o Plano Diretor de Turismo do Município de Analândia para o período de 2015 a 2018, estabelecendo os objetivos, metas, estratégias, programas e projetos, na forma do Anexo Único, parte integrante desta Lei para todos os efeitos.

ARTIGO 4º - O desenvolvimento turístico do Município de Analândia tem por objetivo a melhora da qualidade de vida da população e o incremento do bem-estar da comunidade.

ARTIGO 5º - A participação da sociedade nas decisões do Município, no aperfeiçoamento democrático das suas instituições e no processo de gestão e planejamento municipal, consolida o exercício do direito da população à cidadania, a gestão democrática da cidade e o incentivo à participação popular na formulação e execução de planos, programas e projetos de desenvolvimento turístico, como expressão do exercício pleno da cidadania.



Prefeitura Municipal da Estância Climática de Analândia

ARTIGO 6º - O Plano Diretor de Turismo faz parte de um processo permanente de planejamento municipal, constituindo-se como o instrumento básico, global e estratégico da política de desenvolvimento turístico do Município, devendo garantir o pleno exercício das funções sociais da atividade turística, o desenvolvimento socioeconômico compatível com a preservação do patrimônio cultural e natural do Município e o uso socialmente justo e ecologicamente equilibrado de seus recursos e do seu território.

ARTIGO 7º - O Plano Diretor de Turismo tem como área de abrangência a totalidade do território municipal de Analândia.

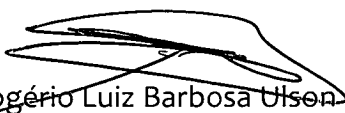
ARTIGO 8º - O Município poderá instituir por lei, incentivos fiscais para o atendimento dos objetivos e diretrizes deste Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico, desde que esteja de acordo com o artº 14 da Lei nº 101, de 04 de maio de 2000 - Lei de Responsabilidade Fiscal.

ARTIGO 9º - Quaisquer atividades turísticas, que venham a se instalar no Município, independente da origem da solicitação, deverão observar as diretrizes dispostas neste Plano Diretor Municipal de Turismo.

ARTIGO 10º - O presente Plano deverá ser revisado a cada 3 (três) anos.

ARTIGO 11º - As despesas decorrentes da execução da presente lei correrão por conta de dotação orçamentária constante no orçamento vigente, suplementada se necessário.

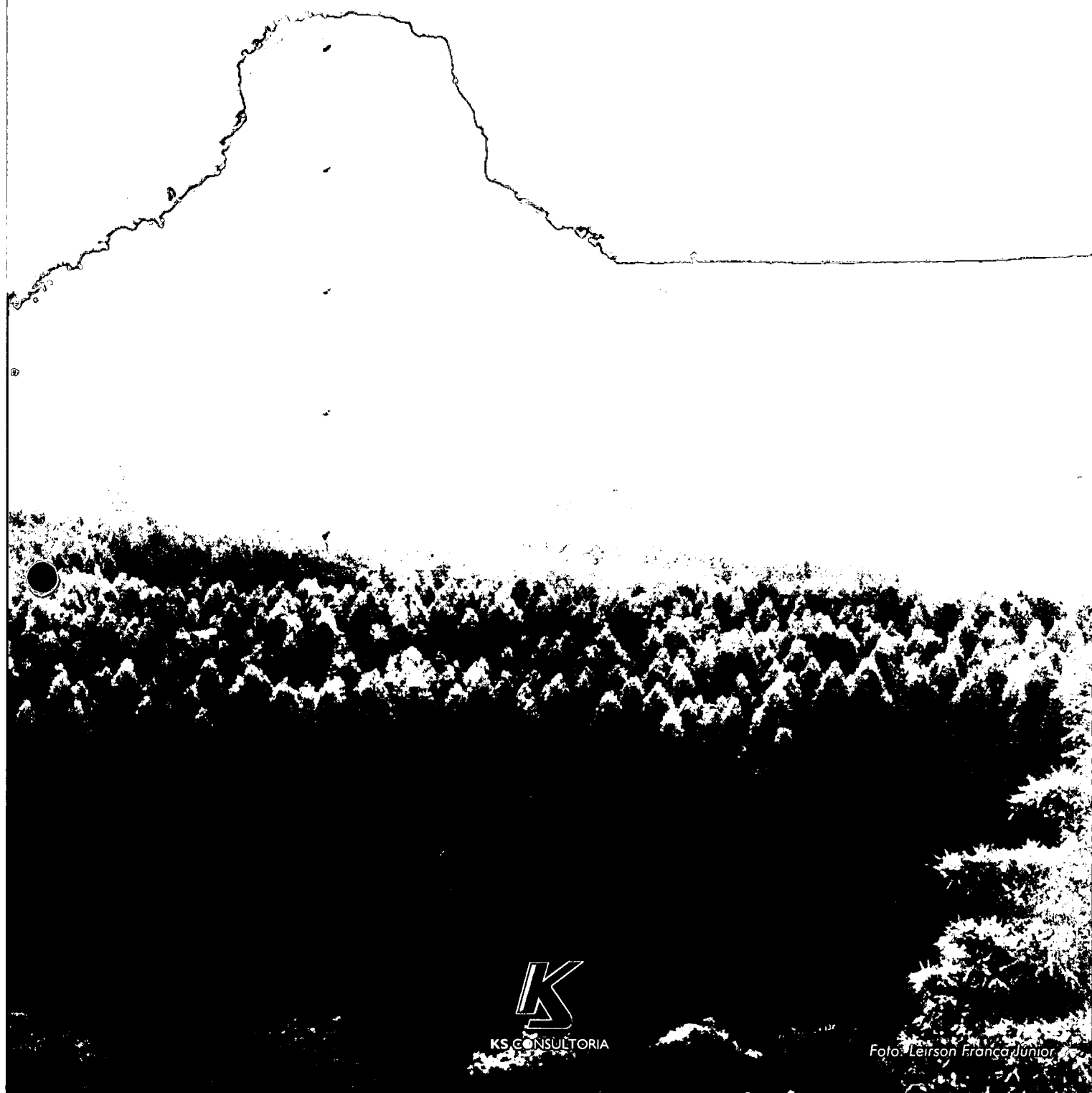
Prefeitura Municipal da Estância Climática de Analândia, 15 de dezembro de 2016.


Rogério Luiz Barbosa Ulson
Prefeito Municipal

Publicada na Secretaria da Prefeitura Municipal da Estância Climática de Analândia, 15 de dezembro de 2016.


Rogério Luiz Barbosa Ulson
Prefeito Municipal

PLANO DIRETOR DE TURISMO DE ANALÂNDIA-SP



KS CONSULTORIA

Foto: Leirson França Junior

Plano Municipal de Analândia-SP 2015 – 2018

Prefeito: Rogerio Luiz Barbosa Ulson

KS CONSULTORIA

Coordenação; Kleyber Jorge da Silveira

Consultores; Vinicius Amantea Campos

Projeto gráfico, diagramação e fotografia; Leirson Franca Júnior

Realização;



Prefeitura Municipal
da Estância Climática
de Analândia-SP

Execução;



KS CONSULTORIA

Colaboradores Locais;

Nome / Entidade ou Empresa

Vinicius Amantéa campos - Ks Consultoria
Ricardo Luis Correa - Quinto Elemento
Victoria Rosner - Pizzas di Maria
Maria do Carmo Mendes - Pizzaria Di Maria
José Olímpio Romeiro - ONG Amasa
Milton da Silva - ONG Amasa
Déusdeddit Silva JR - D.Pastel
Sefora Garcia Cassiano - Beill Dogs
Noemi Cristina Vicente - Tropical Sorvetes
Milena Emereck - Armazém da Arte
Admilson S. Marques - Orquidário Tico e Teco
Alcides Jodeiro Jr. - Orquidário Tico e Teco
Welinson Junior Oliveira - Visite Analândia
Milton Lima - Macaúva

João Sodelli - Imobiliária
Evanice R. Pace - Hotel Alto da Boa Vista
Pedro Ramela - Loteamento Estancia Cavalinno
Rivian Ramela - Pousada e Empório Cavalinno
Claudiney Pavilha - Restaurante Seu Stan
Sonia Maria Vitor - Buonno Caffé
Furio Gardini - Buonno Caffé
Oldair José Calch - Pedra Viva
Camila Assoni - Representante do COMTUR
Rachel Soares - Pousada Sopro do Vento
Marcelo M. Cavalcante - Secretaria de turismo
Luiz Fernando G Ometto - Secretaria de turismo
Ana Carolina Wenzel Janei - Secretaria de turismo
Talita C. da Silva - Operadora Cuzco, Roteiros Turísticos

Índice

1. Diagnostico: O turismo em São Paulo Hoje	pág 06	7. Posicionamento de mercado	pág 60
2. Visão de Futuro do turismo em São Paulo	pág 10	7.1 Segmentos de mercado de Analândia	pág 60
3. Dados Sócio-Economicos de Analândia (SP)	pág 12	7.2 Análise de demanda real	pág 62
4. O Ambiente do Turismo	pág 14	7.3 Análise da demanda potencial	pág 65
5. Oferta turística	pág 20	7.4 Análise dos parceiros	pág 70
6. Diagnostico	pág 26	7.5 Análise da concorrência	pág 70
6.1 Estrutura da Secretaria municipal de turismo	pág 26	7.6 Análise das estratégias de marketing	pág 72
6.2 Politicas publicas de turismo municipal	pág 27	7.6.1 Veículos de divulgação utilizados	pág 72
6.3 Leis de incentivo aplicadas ao turismo	pág 27	7.6.2 Estrategias de veda utilizadas	pág 74
6.4 Analise da sub estrutura de Analândia	pág 27	8. Análise da demanda	pág 76
6.5 Rede de esgoto	pág 28	9. Prognóstico ou visão de futuro	pág 80
6.6 Sistema de abastecimento de água	pág 28	9.1 Prognóstico da estrutura básica do município	pág 80
6.7 Energia elétrica	pág 29	9.2 Prognóstico da sinalização turística	pág 80
6.8 Estrutura de saúde	pág 29	9.3 Prognóstico do receptivo público	pág 80
6.9 Segurança Publica	pág 30	9.4 Prognóstico do envolvimento social	pág 80
6.10 Serviços de receptivo publico	pág 30	9.5 Prognostico dos sérvios de turismo local	pág 80
6.10.1 Portal turístico	pág 30	9.6 Prognostico dos produtos turísticos	pág 80
6.10.2 Sinalização turística	pág 32	9.7 Prognostico do marketing local	pág 81
6.10.3 Canais de comunicação com o turista	pág 35	10. Planejamento estratégico situacional	pág 83
6.11 Envolvimento social	pág 36	10.1 Da metodologia do planejamento estratégico	pág 83
6.11.1 Aceitação dos municípes pela atividade turística	pág 36	10.2 Dos resultados do planejamento estratégico	pág 83
6.11.2 Capacidade de repasse de informações turísticas da comunidade	pág 37	10.3 Análise de Ambientes do setor hoteleiro	pág 83
6.12 Análise dos serviços locais	pág 41	10.4 Análise de ambiente do setor publico	pág 84
6.12.1 Qualidade dos serviços prestados	pág 41	10.5 Análise de ambiente do setor de alimentos e bebidas e detentores de destinos turísticos	pág 85
6.12.2 Equipamentos de hospedagem	pág 41	10.6 Análise de ambiente do setor comercial	pág 86
6.12.3 Equipamentos de alimentos e bebidas	pág 42	10.7 Resultados obtidos	pág 87
6.12.4 Comércio local	pág 43	10.8 Plano, programas e ações propostas	pág 87
6.12.5 Receptivo turístico	pág 43	10.8.1 Resultados obtidos dos programas e projetos do planejamento situacional comunitários	pág 87
6.12.6 Trabalho em rede	pág 43	11. Análise de ambiente da equipe técnica	pág 89
6.13 Analise dos produtos turisticos	pág 44	11.1 Ações programas sugeridos pela equipe técnica	pág 90
6.13.1 De caráter publico	pág 44	12. Metodologia de trabalho	pág 93
6.13.2 De caráter privado	pág 49	12.1 Metodologia do plano diretor	pág 93
		12.2 Metodologia da fase de levantamento de dados	pág 93
		12.3 metodologia do diagnostico	pág 94

PALAVRA DO PREFEITO

Rogério Luiz Barbosa Ulson

Turismo é a vocação natural que alavanca o desenvolvimento de nossa Analândia.

Analândia se prepara para dar mais um importante passo na área do turismo. Com o objetivo de orientar ações para aprimorar e diversificar a oferta turística, e aumentar a visibilidade da cidade atraindo novos turistas, estamos concluindo o Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico.

A oferta de atrativos naturais e o histórico de grandes eventos em Analândia caracterizam-na com um elevado potencial turístico. No entanto, para que a atividade seja desenvolvida de um modo ordenado e sustentável, identificou-se a necessidade de elaborar um plano diretor para o desenvolvimento da atividade turística nos próximos anos.

Nossa estância tem os morros do Cuscuzeiro e do Camelo, cachoeiras, cená-

rio paisagístico natural, clima ameno e gastronomia saborosa e típica caipira. Temos muitos atrativos naturais belíssimos e também grandes eventos. Nos últimos anos resgatamos o Carnaval, trouxemos a Mitsubishi Cup e mais recentemente o Festival de Inverno. Por outro lado, temos poucos equipamentos turísticos para atender os turistas.

O Plano Diretor é uma importante ferramenta de planejamento. Foi elaborado em parceria com o poder público, empresários e sociedade para dar o norte de quais ações e obras deveremos fazer.

O turismo é a principal vocação econômica de Analândia. É o setor que mais tem potencial para gerar empregos, riquezas e desenvolver com sustentabilidade nossa estância. Planejado e com diretrizes, agora é hora de execução.

Turismo

O Município de Analândia possui características propícias para o sucesso de qualquer política voltada para seu planejamento turístico. Em nossa cidade dispomos de vários atrativos naturais, vias de acesso com qualidade, posto de atendimento ao turista, infraestrutura hoteleira e gastronômica. Ademais, não podemos esquecer que

O município conta com uma integração com outros centros turísticos, onde esta união certamente colabora para um desenvolvimento coletivo do setor.

Em síntese, a soma dos fatores acima citados resultam na expansão da indústria do turismo, realidade esta que já podemos observar em nossa cidade.

O turismo, sem sombra de dúvidas, vem se consolidando como o caminho que o município encontrou para fortalecer sua economia e atrair cada vez mais investimentos. A estrutura turística e a conservação ambiental vêm ganhando importância, e desse modo, estaremos sempre trabalhando para desenvolver todos estes setores de forma sustentável.



Plano Estratégico de Turismo do Estado de São Paulo 2012-2017

Adaptação KS Consultoria



Bolsa do Café - Santos/SP

Construída em 1922

Foto: Miguel Schincariol

Ao ter como objetivo a definição de diretrizes e a proposição de programas estratégicos para estruturação do turismo no estado de São Paulo, o seu Plano enfrenta um imenso desafio mediante a diversidade das atividades turísticas no estado.

A diversidade cultural de São Paulo está presente desde seus primeiros dias. Imigrantes europeus convivendo com indígenas e afrodescendentes já dariam uma prévia da mistura de culturas que formariam o povo brasileiro e, particularmente, o do estado de São Paulo. Por outro lado, a rica diversidade do ambiente natural do estado pautou seu desenvolvimento econômico. E o turismo, intrinsecamente ligado aos ambientes culturais e naturais segue, inexoravelmente, esse mesmo caminho da diversidade.

Contudo, a diversidade que na maioria das ocasiões é associada a conceitos positivos, traz para o turismo de São Paulo um efeito não tão desejado: a falta de uma identidade turística. Talvez esse seja o grande paradigma a ser vencido na construção do Plano Estratégico de Turismo. Logo São Paulo que é referência do país em tantos números e indicadores, não possui uma referência forte quando o assunto é turismo. Uma constatação que pode soar com tristeza para alguns entusiastas, mas que, a bem da verdade, não diminui em nada a importância do turismo para o estado. Apenas demanda um novo enfoque na busca dos objetivos a serem alcançados através do desenvolvimento da atividade turística.

Diante dessa realidade, é necessário que se resgate o conceito relacionado à estratégia que foi utilizado ao longo da elaboração do plano estadual. Entre a retidão dos conceitos ligados à estratégia militar e a incansável busca por vantagem competitiva da estratégia empresarial, temos que tratar a estratégia como um conjunto de políticas e ações que visem atingir, da melhor maneira possível, objetivos de longo prazo.

Considerando que o turismo é uma atividade de grande importância social e econômica, o plano estratégico visa prover

as bases para a organização e o desenvolvimento do turismo estadual, desde a perspectiva de atuação do poder público estadual.

Para isso, entre os meses de dezembro de 2010 e setembro de 2011, foram conduzidas diferentes etapas de trabalho, que permitiram traçar um diagnóstico da atividade turística no estado. Essas etapas executadas abarcaram entrevistas qualitativas com atores-chave do setor turístico, pesquisa de demanda turística, análise da oferta turística, pesquisa junto a operado-

estado. O nível de estruturação existente apresenta-se muito aquém das necessidades de um estado do porte de São Paulo. Nesse sentido, espera-se que seis anos sejam necessários para uma consistente consolidação da estrutura de gestão do turismo do estado, incluindo aí a constituição de um corpo técnico qualificado e atuante, com capacidade de articulação nas diversas instâncias que compõe o turismo, tanto horizontal como verticalmente.

Em suma, o Plano Estratégico de Turismo de São Paulo (2012-2017) é documento

Monumento às Bandeiras – São Paulo/SP

Victor Brecheret



Foto: Rubens Chiri

res turísticos, entre outras. No total, foram consultados 66 atores-chave individualmente, visitados 59 destinos paulistas, entrevistados 32 operadores turísticos e 7.700 turistas em visita ao estado de São Paulo. Partindo desses resultados, chegou-se ao resultado último, exposto ao longo do presente documento.

A abrangência do plano estadual considera um período de execução de seis anos (2012 a 2017). A adoção de um horizonte relativamente curto de tempo é justificada pelos propósitos imaginados, dentro do cenário atual do turismo no

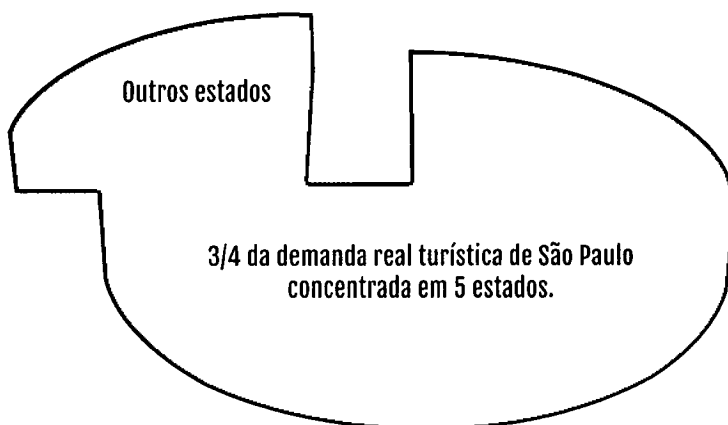
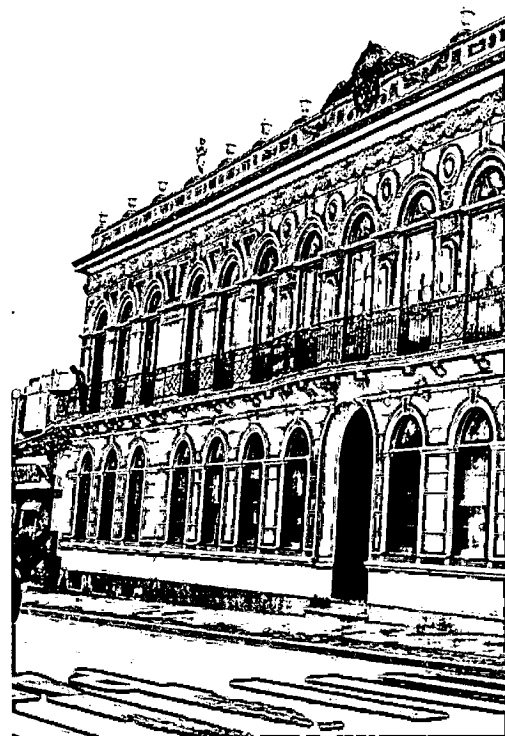
base, pedra fundamental que deverá apoiar a futura estruturação do turismo estadual, baseado numa gestão pública articulada e consistente.

1. DIAGNÓSTICO: O TURISMO EM SÃO PAULO HOJE

O turismo em São Paulo é marcado por uma rica diversidade, com inúmeras possibilidades de segmentação. As várias opções de desenvolvimento atual e potencial do turismo disponíveis, espalhados por todo o território estadual, se por um lado permitem o aproveitamento de inúmeros segmentos, por outro, não contribuem para a formação de uma imagem consolidada do destino São Paulo em nível nacional. Nesse sentido, os segmentos do turismo paulista parecem ser trabalhados com um enfoque mais classificatório do que mercadológico. Evidentemente, é de grande importância que se associe cada atrativo a um segmento específico.

Mas é igualmente desejável que este agrupamento não cerceie as imensas possibilidades de combinações entre segmentos. Mais do que isso, o enfoque classificatório é abrangente, ou seja, abarca todos sem distinção, o que é condizente com a noção comum de justiça. Contudo, um dos conceitos mais usados, associados à estratégia, diz respeito à realização de escolhas, dentre as várias possibilidades para se alcançar o objetivo almejado. Seguindo essa linha, a construção de uma imagem ligada ao turismo passa, quase que obrigatoriamente, pela priorização de alguns segmentos estratégicos de turismo. Interessante salientar que, num contexto mais geral, São Paulo foi lembrado por distintos atores e até mesmo turistas consultados ao longo dos levantamentos que compuseram o projeto como a "terra do trabalho", um estado industrial e de negócios, visão antagônica à que comumente se associa às atividades de lazer e turismo.

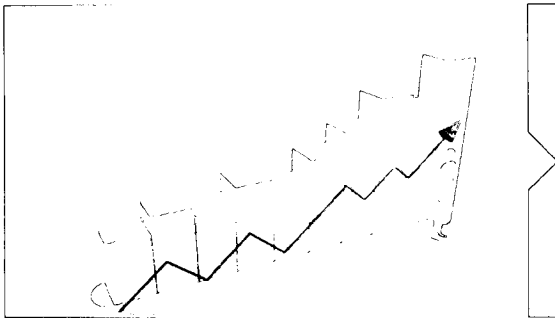
As pesquisas de demanda real, associadas às visitas técnicas em alguns dos municípios de interesse turístico pau-



Todos os 4 estados que recebem a demanda turística são limítrofes ao estado de São Paulo (Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná e Mato Grosso do Sul).

listas, mostram um estado em que o turismo é majoritariamente interno e regional. São Paulo é inegavelmente um grande destino turístico, feito por paulistas, para aproveitamento dos próprios paulistas, o que pode ser comprovado pelo alto percentual de turistas originários do próprio estado, entrevistados em duas etapas de pesquisa de demanda turística. Ainda com base em dados desta pesquisa, pode-se inferir que cerca de três quartos da demanda turística real de São Paulo estão concentrados em cinco das 26 unidades federativas da nação, todas elas limítrofes ao estado de São Paulo (Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná e Mato Grosso do Sul).

A dinâmica de turismo no estado, além de marcada pelos fluxos intrarregionais, também é bastante influenciada pela capital paulista. A cidade de São Paulo e sua região metropolitana concentram grande contingente populacional e a maior parcela



Turismo de negócios em SP tem crescimento estimado entre 5 e 7% para 2013 e apesar da chegada de grandes eventos a São Paulo, como a Copa das Confederações e a Copa do Mundo, Toni Sando afirma que isto não influencia diretamente nas atividades da empresa de fomento turístico da cidade e nas expectativas deste ano.

Palacete Visconde da Palmeira – Pindamonhangaba/SP

Construído em taipa de pilão entre 1850-1854

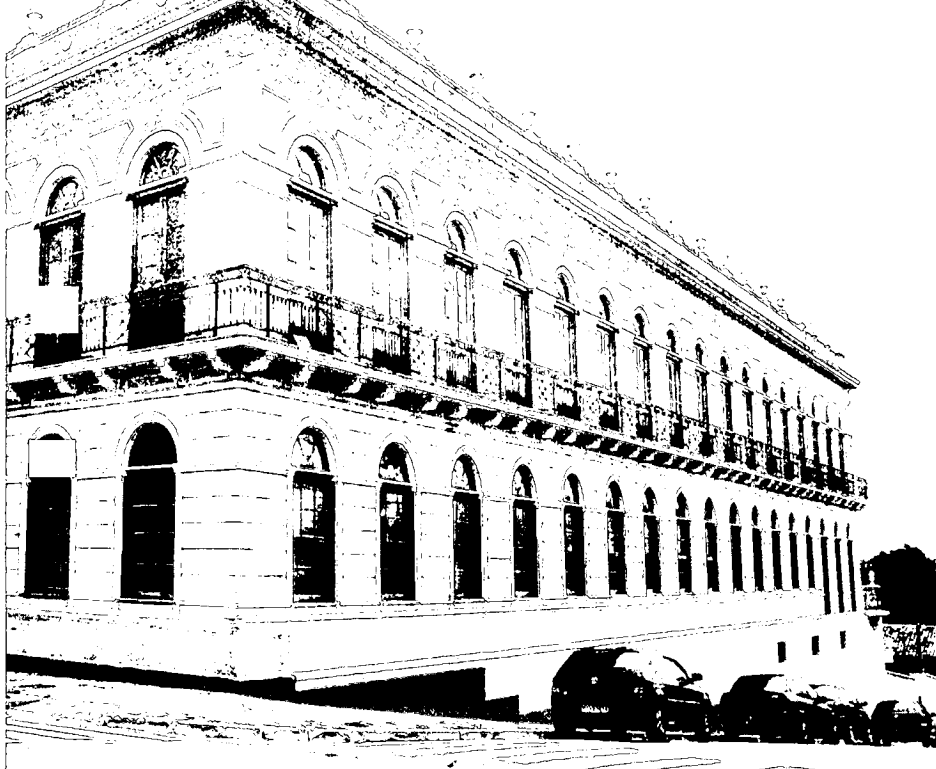


Foto: Miguel Schifano

prazo, numa esfera mais ampla. A ausência de metas claras e compartilhadas dá margem à descontinuidade na implantação de ações, a desentendimentos e ao retrabalho. Ao não contarem com o apoio e comunicação desejados por parte do governo estadual, muitas lideranças locais se sentem desmotivadas de participarem de ações que, baseadas em sua experiência, tendem a ser descontinuadas ou surtirem apenas efeitos efêmeros. Preferem destinar seu tempo a ações práticas e, seu ponto de vista mais urgente, seja em seu município ou em seu estabelecimento comercial. Essa reação leva a um cenário em que se observa de forma ainda mais acentuada a disparidade entre as ações realizadas pelos atores locais e regionais, não relacionadas a um mesmo elo condutor e muitas vezes demasiadamente na realização de eventos sociais e culturais. Diante desse panorama, constata-se que um dos principais entraves que São Paulo enfrenta para seu pleno desenvolvimento turístico é a articulação entre os distintos atores que formam a cadeia produtiva do turismo, sejam eles do setor público ou privado, de âmbito local ou estadual.

A economia de São Paulo tem destaque em âmbito nacional, mas a atividade turística não ocupa uma posição de destaque dentro da economia paulista e nem dentro de grande parte de seus municípios, com raras exceções. O fato de não ser economicamente destacada no âmbito estadual e municipal faz com que a atenção atribuída por governantes ao setor diminua. Essa percepção foi compartilhada por muitos dos atores consultados em etapas distintas desse projeto. Deve-se reconhecer que não é plausível que o turismo seja a questão prioritária em todos os municípios. Entretanto, as características da atividade geram dividendos em vários sentidos, principalmente, financeiros, que poderiam ser potencializados nas variadas localidades paulistas. E essa potencialização está estreitamente relacionada a um reconhecimento dos pontos positivos do turismo por parte de gestores públicos.

Ida demanda estadual por viagens. Dessa forma, os paulistanos são fatia relevante do fluxo turístico estadual e, como consequência, aqueles destinos bem conectados à capital ou mais próximos da mesma acabam sendo, em geral, os que recebem maiores fluxos de visitantes e, por conseguinte, concentram as ações direcionadas ao desenvolvimento turístico estadual.

Além de grande polo emissor, a capital paulista também é um dos principais polos receptores de turistas do estado, com destaque incontestável para o turismo de negócios, eventos ligados a negócios e compras. Contudo, é perceptível que o esforço municipal em promover outros segmentos tem gerado resultados positivos. O estabelecimento de um calendário de eventos, bem como a promoção da cidade, a estruturação de uma empresa de turismo, dentre muitos outros fatores têm contribuído para que a cidade de São Paulo venha se firmando cada vez mais como uma referência nacional em shows, entretenimento,

lazer e gastronomia.

Outro aspecto que marca a realidade do turismo paulista é a falta de um direcionamento nas ações de estruturação da atividade. As ações de desenvolvimento são concebidas e executadas em nível local, através de empreendedores e alguns governantes mais atuantes na área, via de regra, sem um direcionamento mais abrangente. Contudo, de maneira positiva, percebe-se em alguns destinos uma tendência de se seguir os preceitos da regionalização com o fortalecimento de regiões turísticas, em detrimento de cidades isoladas, norteadas pelo Programa de Regionalização do Ministério do Turismo.

Nesse cenário, as lideranças locais e regionais adotam certo tom de cobrança em relação ao estado, demandando a definição de políticas estruturantes do turismo em nível estadual. Há um consenso de que cabe ao estado o planejamento, direcionamento e a execução de ações que fomentem o desenvolvimento do turismo em longo

Plano Estratégico de Turismo do Estado de São Paulo 2012-2017

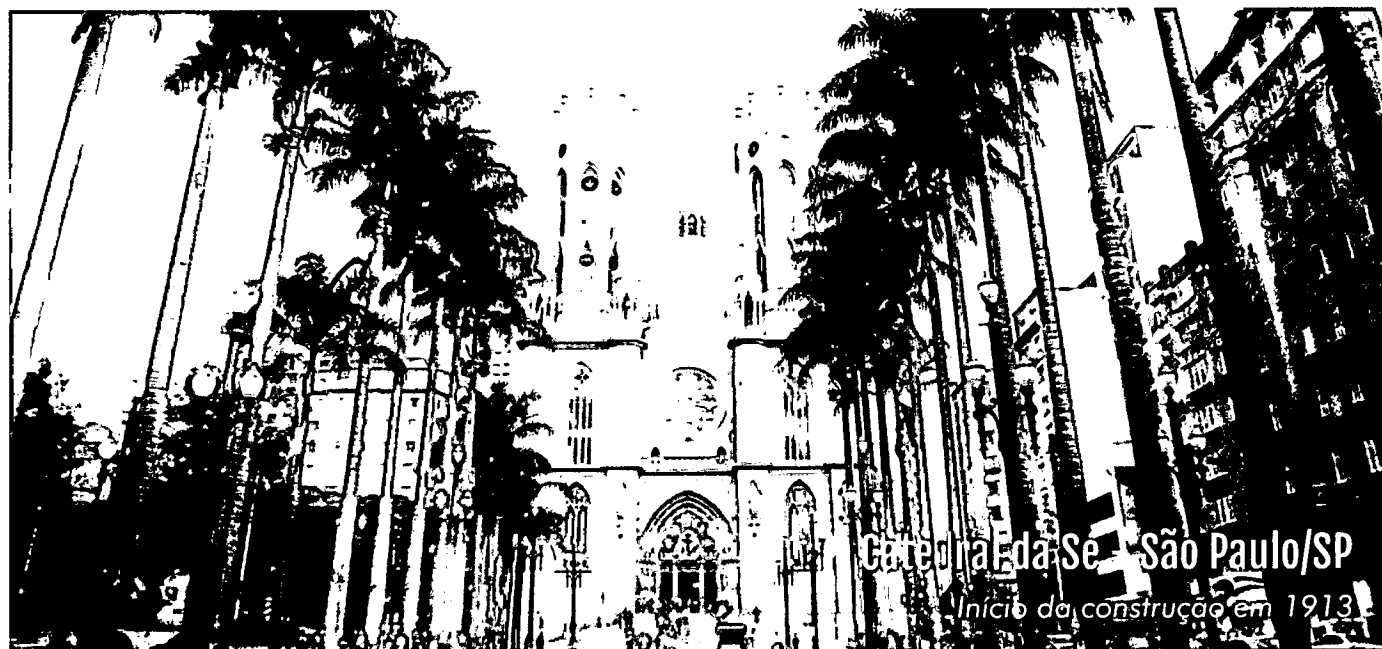
No que diz respeito à administração pública do turismo, um dos pilares mais importantes num contexto de estruturação estratégica, a situação atual mostra uma falta de direcionamento em todos os níveis de organização. As instâncias locais são a linha de frente, composta por pessoas que vivem o dia a dia do turismo na prática em seus municípios. Em geral, o que se observa é que realizam ações pontuais, com pouco ou nenhum grau de integração com destinos turísticos vizinhos. Frequentemente sofrem a influência de interesses político-partidários, regionalismos e rivalidades. O gestor da área de turismo normalmente tem pouca disponibilidade para se dedicar à pasta, uma vez que, ou acumula atribuições (como a gestão das pastas de esporte e cultura, por exemplo), ou conta com estrutura de apoio reduzida ou inexistente.

Por sua vez, a maioria das instâncias regionais ainda tem pouco tempo de atuação e ainda não consolidou seu papel de articuladora do turismo em âmbito regional. Muitos circuitos turísticos foram constituídos pelo estado, com temáticas bastante interessantes. Contudo, poucos podem ser considerados efetivamente em operação. Apesar de relativamente recentes, a ânsia por resultados por parte dos atores que formam essas instâncias, é constante nas consultas aos atores locais.

Na esfera estadual, cabe indicar a necessidade de reflexão acerca do trabalho junto às macrorregiões turísticas. Se por um lado existe a preocupação com a continuidade das reuniões e o desenvolvimento das ações, por outro, é consenso que uma grande parte dos municípios abrangidos participe apenas de forma protocolar das discussões. E em muitos casos, não se trata de cidades sem atrativos turísticos, mas sim de diferentes estágios de desenvolvimento em relação ao turismo, causando uma não adequação das propostas de trabalho da região à realidade do município participante.

De modo geral, pode-se concluir que a atividade turística no estado de São Paulo vem se desenvolvendo de forma rápida, isolada e discreta. Rápida porque acompanha, em alguma medida, o desenvolvimento econômico do estado. Isolada porque suas ações são, na maioria dos casos, realizadas com baixo nível de articulação, seja entre municípios de uma mesma região, atrativos de um mesmo segmento ou eventos de um mesmo tema. E finalmente, discreta, porque apesar de ser uma atividade econômica de grande importância, presente em praticamente todas as regiões do estado, possui pouco reconhecimento, tanto do público quanto de seus governantes. Ainda sobre esta última

constatação, a grande diversidade de atrativos, dispersos em vários segmentos de turismo, e trabalhados de forma difusa, não contribui para a fixação da imagem do turismo paulista, reforçando a ideia popular de que "um pouco de tudo" pode aproximar-se de "um monte de nada". Por outro lado, o cenário apresentado é extremamente positivo quanto às potencialidades de desenvolvimento turístico. Questões estruturais básicas, como infraestrutura de transporte e indicadores socioeconômicos em geral, são consideradas de boa qualidade em São Paulo. O mesmo ocorre com os serviços e equipamentos turísticos. Quanto aos atrativos turísticos do estado, se por um lado não são grandes vitrines nacionais, por outro possuem um bom apelo regional, com demanda de qualidade distribuída em vários centros regionais do estado. Por fim, o perfil trabalhador e empreendedor, característico do povo paulista, parece completar uma valiosa lista de ingredientes. Diante desse cenário, não é coincidência que grande parte dos programas e suas respectivas ações que compõem este Plano Estratégico destinam-se prioritariamente à articulação e integração destes componentes, condição para o desenvolvimento turístico ordenado de São Paulo.



Cacchoeria do Saltão - Itirapira/SP
São 75m de queda d' água

Foto: Rubens Chir...

Plano Estratégico de Turismo do Estado de São Paulo 2012-2017

2. VISÃO DE FUTURO

O turismo em São Paulo amanhã

Os destinos mais próximos da capital paulista continuarão sendo os mais visitados do estado, contudo, suas capacidades de atendimento estarão mais condizentes com os fluxos turísticos de alta e baixa temporada. A articulação de empresários, poder público e terceiro setor criarão condições para que sejam delineadas e implantadas ações que possibilitem os fluxos turísticos de alta e baixa temporada. Tornando gradativamente menos massificados, especialmente nas regiões litorâneas. Ao mesmo tempo, que ações coordenadas estimulem a visita do turista mesmo em épocas de baixa temporada, minimizando assim alguns dos efeitos da sazonalidade sobre os destinos. De maneira análoga, o fluxo turístico nas cidades do interior estará mais qualificado e descentralizado em vários polos de visitação. A conjugação de atrativos de cidades próximas numa mesma região motivará viagens com maior deslocamento e justificará pernoites em destinos até então pouco visitados pelos residentes da região metropolitana de São Paulo.

As ações governamentais serão executadas através de programas estratégicos de longo prazo, com acompanhamento contínuo e metas claras. O estado estará presente em todas as regiões turísticas e atuará em plena sintonia com conselhos regionais, atualizando e sendo atualizado sobre o andamento das atividades. O alinhamento de ações entre municípios, que terão nos Conselhos Regionais seu ponto de apoio, contribuirá para a formação de inúmeros polos turísticos dentro do estado, reconhecidos em âmbito regional por oferecer qualidade e variedade de serviços aliados à oferta turística segmentada, compondo um produto de grande valor agregado. Os produtos serão conformados não apenas por municípios territorialmente próximos, mas sim por aquelas localidades cuja oferta está estruturada em torno de um mesmo elo condutor e qualificada para atender ao público.

Nesse sentido, os segmentos de turismo terão papel fundamental no posicionamento da oferta turística do estado. A diversidade que

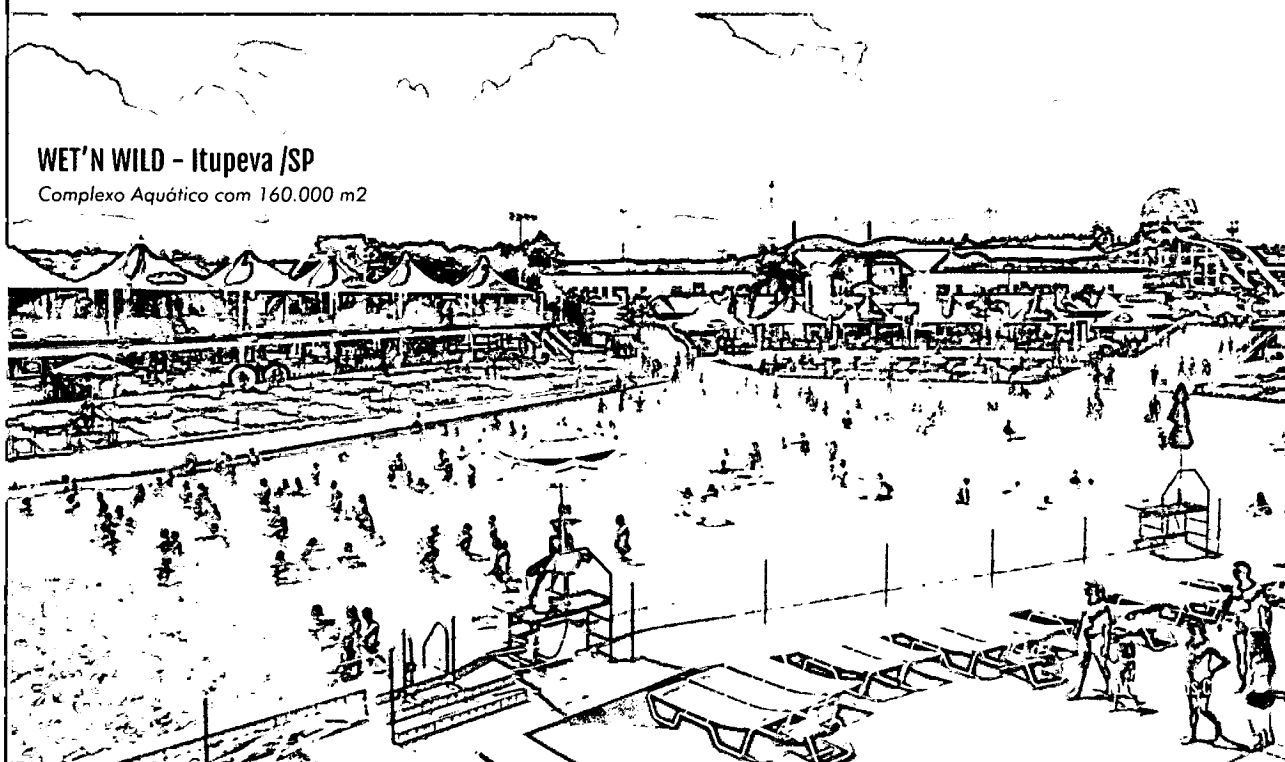
outrora dava ao turismo de São Paulo um aspecto abstrato e impreciso, passa nessa nova fase a atuar de forma diferente, alcançada através da consolidação dos principais segmentos turísticos trabalhados no estado.

O processo iniciado de construção de uma imagem para cada segmento trabalhado no estado deixará mais claro aos olhos do consumidor os atributos essenciais de cada produto turístico paulista, possibilitando que identifique qual é aquele que reúne as características por ele mais valorizadas. A consolidação desse nível de conhecimento exigirá trabalho contínuo e coordenado e se dará num longo prazo, mas uma vez alcançada, atrairá fluxos de visitantes mais constantes originários não só da capital, como também dos diversos polos econômicos do estado e do país.

Os órgãos estaduais responsáveis pela gestão do turismo em São Paulo terão um orçamento compatível com suas atribuições, mantendo um corpo técnico permanente e especializado. Zelarão pela execução e acompanhamento das políticas estratégicas de turismo, fornecendo os subsídios necessários ao desenvolvimento do setor, planejando, orientando e provido informações.

WET'N WILD - Itupeva /SP

Complexo Aquático com 160.000 m²



Dados Sócio-Econômicos de Analândia/SP



Morro do Cuscutzeiro
Foto: Leilson Franco Júnior

3. Dados Sócio-Econômicos de Analândia/SP

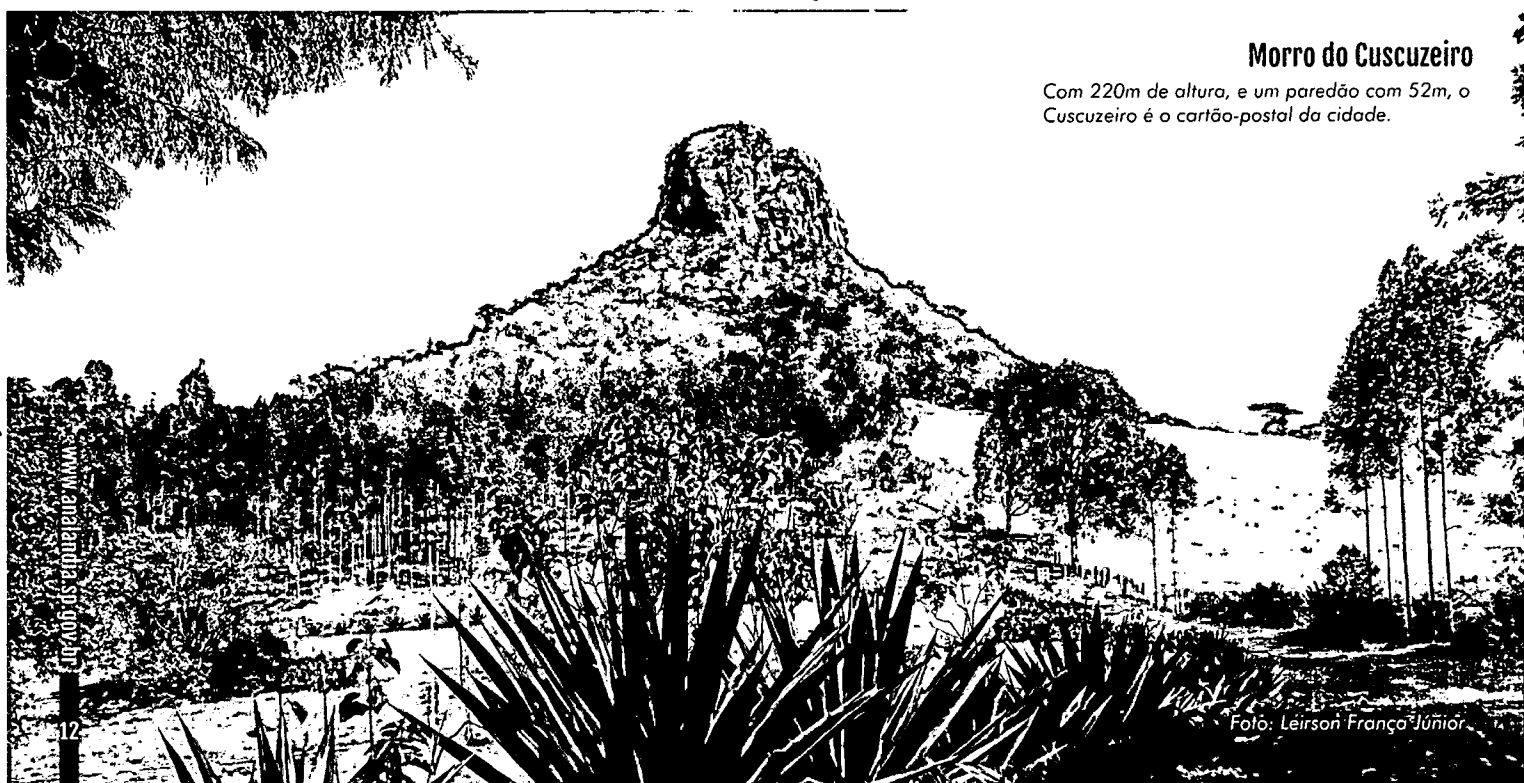
O município de Analândia está localizado na região centro-leste do Estado de São Paulo, entre as coordenadas geográficas: Latitude: 22°08' S ; Longitude: 47°40' W. O município possui em seus limites territoriais, Descalvado ao Norte, Corumbataí e Itirapina ao Sul, Pirassununga e Santa Cruz da Conceição à Leste e São Carlos à Oeste.

Analândia possui, segundo IBGE (2013), uma área de 326,630 km², com população de 4.289 habitantes e densidade demográfica de 12,2 hab./km². A área estudada apresenta clima tropical de altitude. As temperaturas médias anuais

segundo TORIZAN (1994, p. 45) ficam entre 18 °C e 23 °C com verões quentes e chuvosos e invernos secos com temperaturas abaixo dos 18 °C em média.

O município encontra-se no limite entre a Depressão Periférica Paulista e as Cuestas Basálticas, constituindo um relevo de transição onde se observa a presença de escarpas festonadas. A altitude média da área é de 680m com desníveis de 200m a 300m em relação aos alinhamentos das escarpas arenítico-basálticas que compõem seus limites ao norte, noroeste e oeste (Serra do Atalaia, Morro Grande, Serra do Cusuzeiro, Serra de Sant'ana, Serra de Ita-

queri e Serra de São Pedro). Uma análise em escala macro espacial da área de estudo indica uma vegetação configurada por mosaicos de resquício de cerrado e suas variantes em solos com baixo teor nutricional e de fertilidade, enclaves de Florestas Ciliares ao longo dos cursos d'água e descontínuas áreas com Florestas Mesófilas Semi-decíduas sustentadas por solos mais férteis. Essa vegetação fragmentada divide espaço e sofre pressão das áreas destinadas a fins agropecuários e com vegetação antropizada.



Morro do Cusuzeiro

Com 220m de altura, e um paredão com 52m, o Cusuzeiro é o cartão-postal da cidade.

Foto: Leirson Franco Júnior



Bandeira de Analândia



Brasão de Analândia

Fundação	21 de junho de 1897
Gentílico	Analandense
Unidade Federativa	São Paulo
Mesorregião	Araraquara
Microrregião	São Carlos
Distância até a capital	221 km
Área	326.630 km²
População	4.289 hab
Densidade	13,13 hab/ km²
Altitude	680
Clima	Tropical de altitude
IDH	0,804

Analândia é um dos 12 municípios paulistas considerados estâncias climáticas pelo Estado de São Paulo, por cumprirem determinados pré-requisitos definidos por Lei Estadual e está incluso na micro região turística – Serra do Itaqueri que pertence as 70 cidades estâncias do Estado de São Paulo. Tal status garante a esses municípios uma verba maior por parte do Estado para a promoção do turismo regional. Também, o município adquire o direito de agregar junto a seu nome o título de Estância Climática, termo pelo qual passa a ser designado tanto pelo expediente municipal oficial quanto pelas referências estaduais.

Foto: Leirson França Júnior

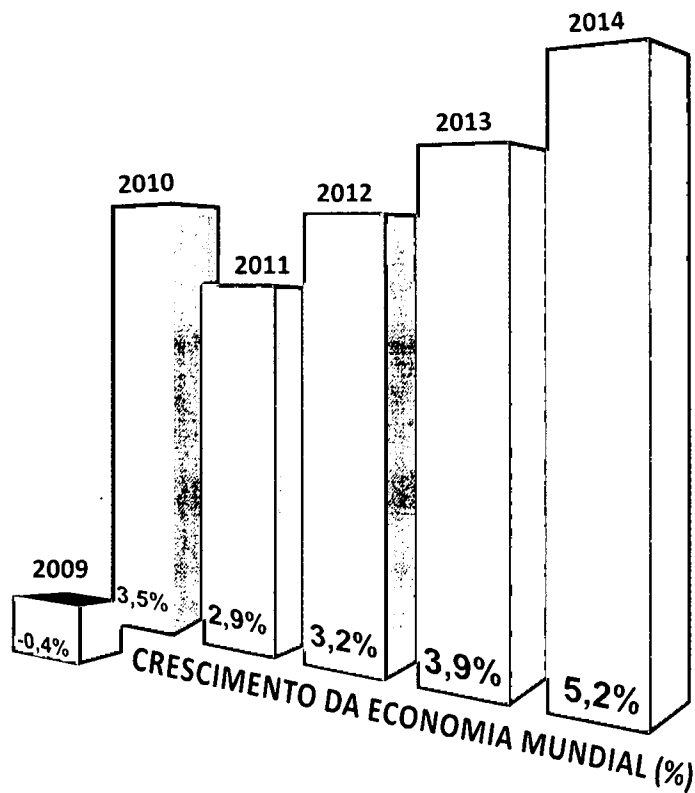


4. O AMBIENTE DO TURISMO

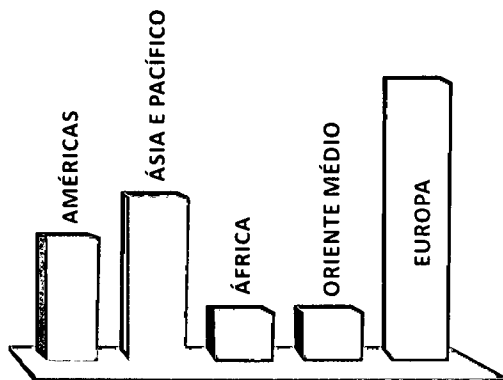
Em 2013, o crescimento da economia mundial desacelerou para 2,9%. Hoje há uma expectativa de que, neste ano, a economia global cresça um pouco mais (3,5%) e que nos próximos anos pode entrar em uma velocidade de cruzeiro de cerca de 4% ao ano. Antes da crise, o mundo chegou a crescer 5% por vários anos, criando uma sensação de prosperidade global que não deve se repetir no futuro próximo. Como toda projeção, entretanto, esta depende dos acontecimentos.

Segundo dados da WTTC – World Travel & Tourism Council, em 2013, a contribuição do setor de Turismo para o PIB mundial foi de 7 trilhões de dólares, montante que em número de empregos totais gerados correspondeu a 266 milhões, um em cada 11 do total de vagas geradas no mundo.

Apesar das instabilidades da economia global, segundo a UNWTO, as chegadas internacionais cresceram 5% em 2013, alcançando uma marca recorde de 1.087 bilhões de visitantes.



Participação regional das chegadas internacionais (milhões) (2013)

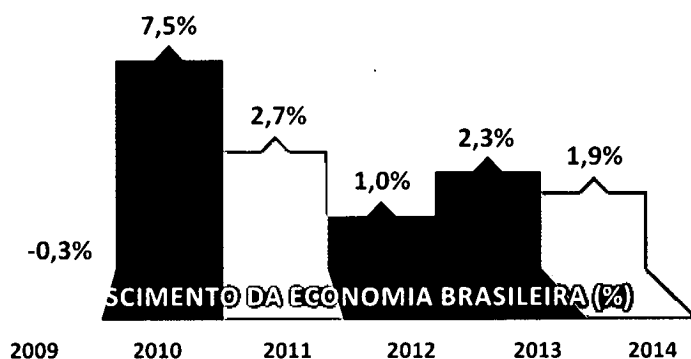


Fonte: UNWTO, World Tourism Barometer, Janeiro 2014

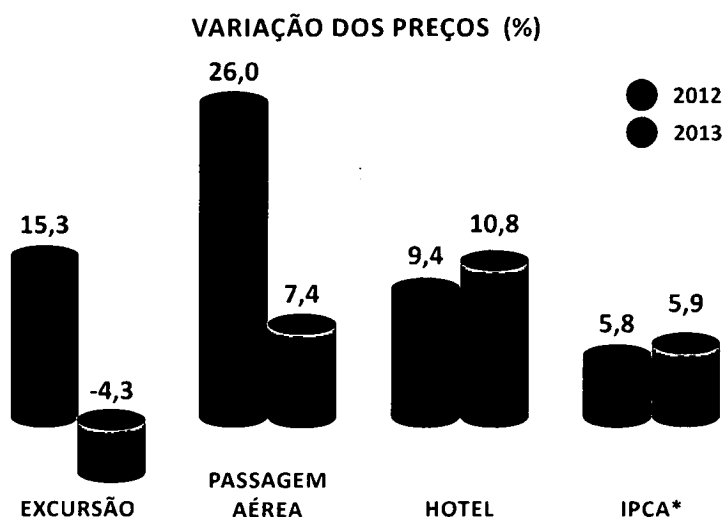
Para 2014, a UNWTO estima que as chegadas internacionais apresentem uma taxa de crescimento entre 4% e 4,5%. Em termos regionais, a projeção é de 5% a 6% para a Ásia e o Pacífico; de 4% a 6% para a África; de 3% a 4% para a Europa e as Américas; e de 0% a 5% para o Oriente Médio.

A economia brasileira e o turismo

O crescimento da economia brasileira acelerou, em 2013, para 2,3%. Até a crise, o Brasil vinha acompanhando de perto as taxas de crescimento da economia mundial. No período mais recente, o crescimento brasileiro ficou abaixo da média mundial, sendo que o item de consumo das famílias, relevante para a aquisição de produtos turísticos, vem desacelerando.

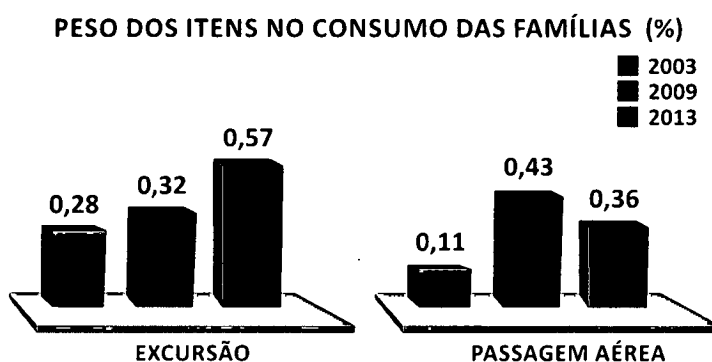


A desaceleração da economia teve o aumento dos preços no setor de turismo. Enquanto em 2012 a evolução dos preços das excursões, passagens aéreas e hotéis foi sensivelmente superior à inflação, em 2013 os preços de excursões apresentaram queda e as passagens aéreas subiram menos que no ano anterior. Somente as diárias de hotel tiveram aumento de preços superior a 2012, refletindo os eventos realizados no país já no ano passado. A tabela mostra a evolução desses itens do IPCA*, em 2012 e 2013. Para 2014, a projeção é para o crescimento de 1,9%.

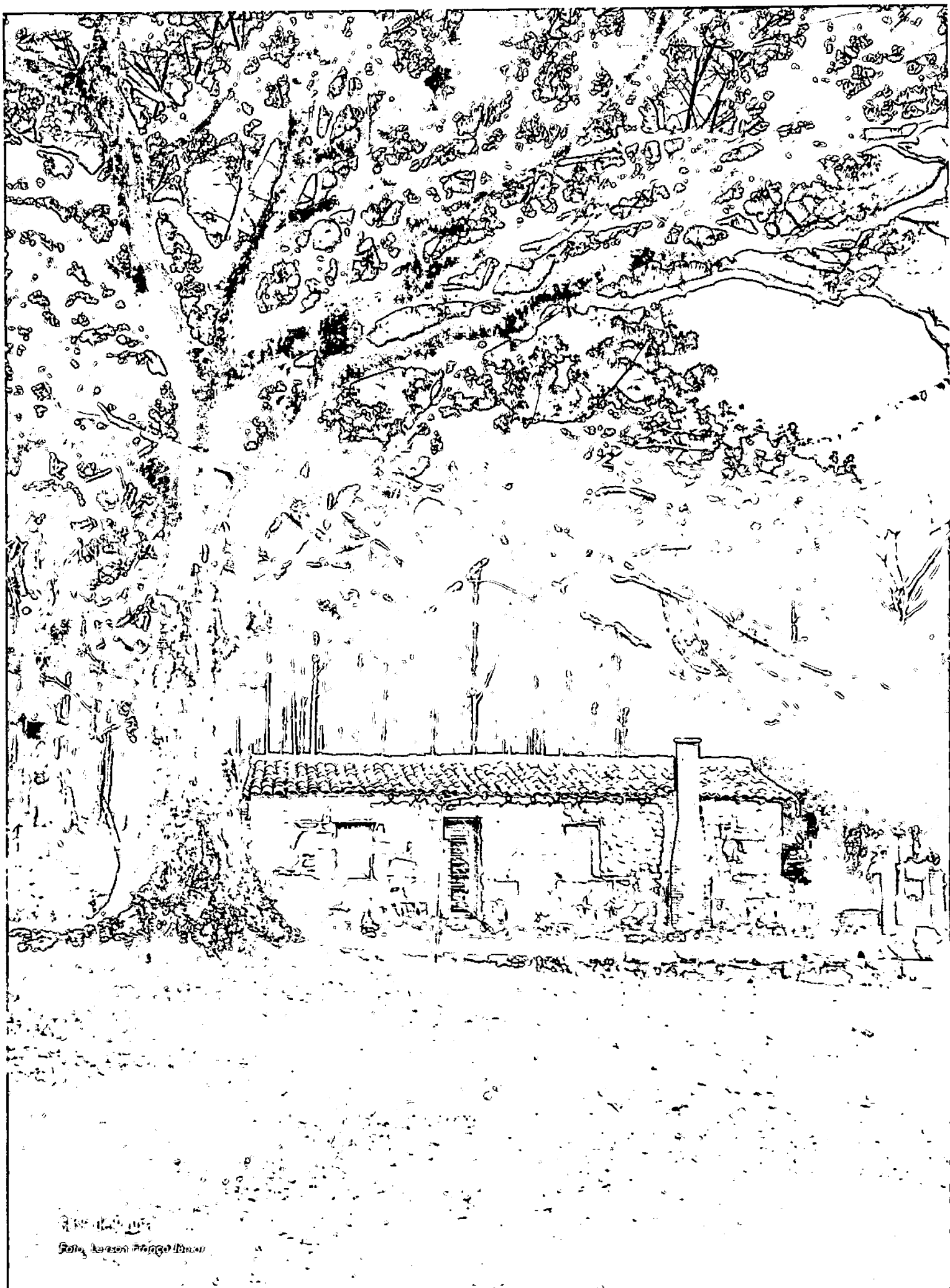


Por outro lado, apesar da desaceleração do consumo agregado das famílias no Brasil, o aumento da importância dos itens de turismo pode ajudar a contrabalançar esse movimento, dando sustentação ao setor, mesmo em uma conjuntura menos favorável.

Dois itens são principalmente relevantes neste aspecto, o transporte aéreo e as excursões. Tendo em vista que, no consumo de produtos turísticos, muitas famílias alternam entre a compra de passagens e de pacotes montados, a importância do transporte aéreo no IPCA* dobrou entre 2003 e 2013, passando de 0,28% para 0,57%. Já o item excursões, mais que triplicou sua importância entre 2003 e 2013, ainda que recentemente tenha perdido participação na despesa familiar. Em 2013, este item teve peso de 0,36% contra 0,11%, em 2003. A projeção é para o crescimento de 1,9%.



A desoneração da folha de pagamentos do setor hoteleiro realizada ainda em 2012, que substituiu a contribuição patronal ao INSS – Instituto Nacional de Seguro Social, por uma alíquota de 2% sobre o faturamento das empresas, contribuiu para a competitividade do setor, com uma economia anual estimada pelo Ministério do Turismo em R\$ 240 milhões. Adicionalmente, a redução do custo da energia beneficiou o segmento. Os aparelhos de ar-condicionado vêm se tornando um importante alvo das ações de redução do consumo de energia elétrica, assim como são um importante elemento de custo da rede hoteleira e, portanto, um insumo relevante na indústria turística.



Estes elementos de competitividade são relevantes tendo em vista que, em 2013, o relatório de competitividade global do setor de viagens e turismo, do Fórum Econômico Mundial, situou o Brasil em 72º lugar, entre 140 países, em termos de pre-

ços de hotéis. O ano foi ainda marcado pela Copa das Confederações. De acordo com o 5º Balanço das Ações do Governo Brasileiro para a Copa 2014, a Copa das Confederações, realizada entre 15 e 30 de junho de 2013, com sede nas cidades de

Belo Horizonte, Fortaleza, Brasília, Recife e Rio de Janeiro, movimentou R\$ 704 milhões, sendo que os tíquetes médios dos turistas estrangeiros e brasileiros foram de R\$ 4.854,00 e R\$ 1.042,00, respectivamente.

A economia brasileira e o turismo

O turismo emissor internacional brasileiro teve, em 2013, mais um momento de forte expansão. A despesa brasileira com viagens internacionais, sem computar os gastos com cartão de crédito internacional, representou US\$ 13,0 bilhões em 2013, mantendo a trajetória de crescimento do emissor internacional brasileiro nesta década.

Há outras despesas realizadas pelos brasileiros no exterior. A principal se refere a gastos com cartão de crédito internacional. Em 2013, os brasileiros realizaram dispêndios de US\$ 12,4 bilhões, sendo que uma parte desse valor se refere a brasileiros em viagem e outra a aquisições feitas no país via comércio eletrônico (o Banco

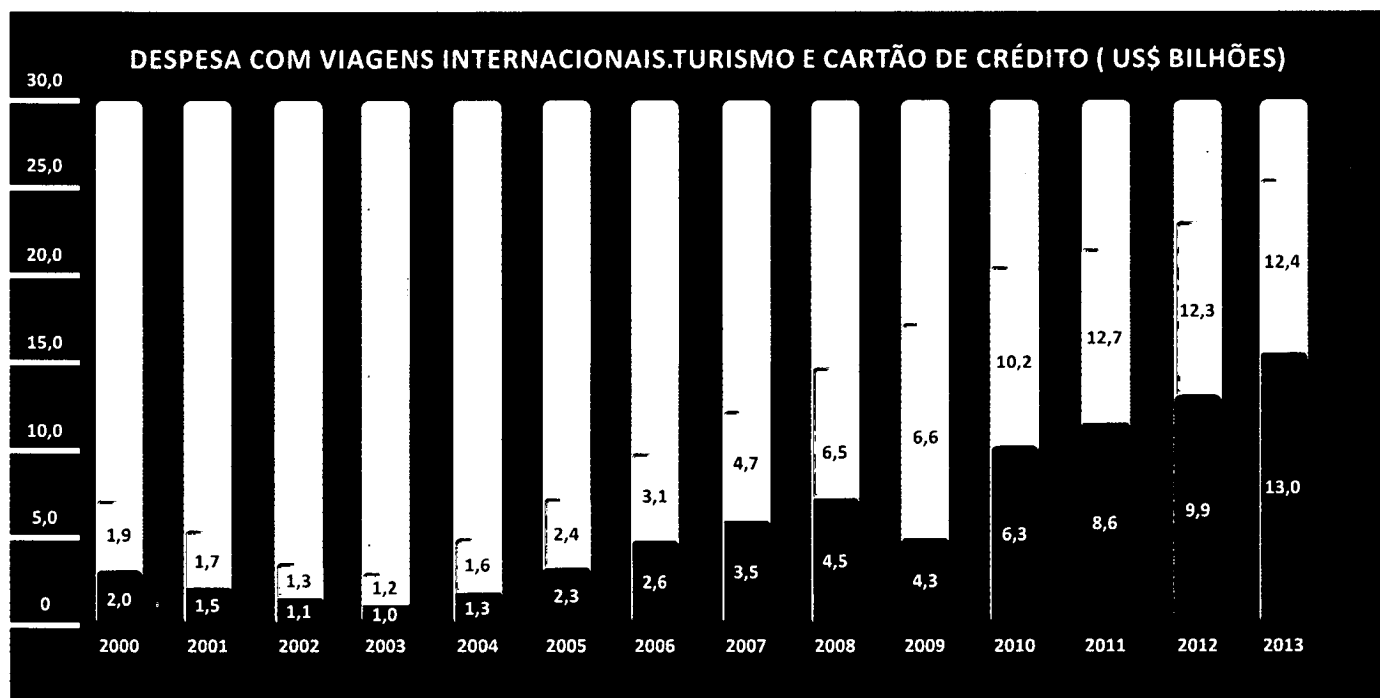
Central do Brasil não divulga as proporções dos gastos realizados no país e no exterior).

Há também despesas turísticas que os brasileiros realizam no exterior com a utilização de câmbio manual, em espécie, que são de difícil estimativa. E, finalmente, as passagens internacionais que são emitidas junto a empresas brasileiras, as quais, por serem transações internas ao país, não são contabilizadas no balanço de pagamentos (cerca de 22,2% das receitas de passageiros internacionais, ponderadas pela distância voada, foram obtidos por empresas brasileiras e o restante por empresas estrangeiras). Os números do balanço de pagamentos, portanto, subestimam a real importância do dispêndio

turístico dos brasileiros nos destinos internacionais.

O gráfico mostra o volume das despesas turísticas de brasileiros no exterior e também o montante de despesas com cartão de crédito internacional.

No gráfico, a parte mais escura (inferior) se refere às despesas turísticas dos brasileiros no exterior, incluindo também as viagens de negócios, de funcionários de governo, por motivos de saúde e para fins educacionais ou esportivos. A parte superior, mais clara, mostra as despesas com cartão de crédito internacional, as quais incluem despesas turísticas no exterior.



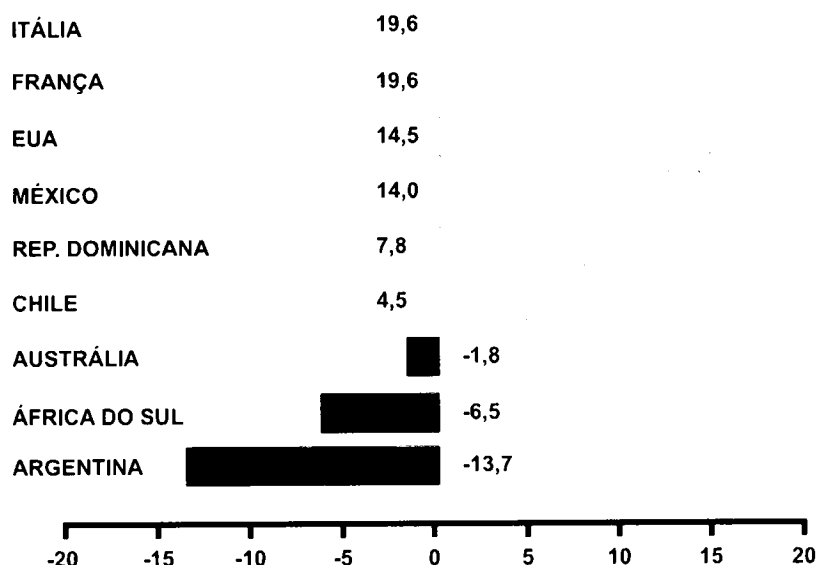
As taxas de câmbio dos principais destinos internacionais

A variação cambial nos principais destinos turísticos identificados no DATATUR favoreceu, em 2013, apenas os destinos argentinos (principalmente, Buenos Aires e Bariloche), sul-africanos (Johanesburgo) e australianos (Sidney). Por outro lado, os destinos principais nos EUA, Europa e outros destinos latino-americanos, com exceção da Argentina, foram desfavorecidos pela variação das suas respectivas moedas frente ao Real.

O gráfico mostra, do lado direito, as moedas que se desvalorizaram frente ao real brasileiro. Para esses países, o turismo dos brasileiros ficou mais caro, pois cada R\$ 1,00 passou a comprar uma quantidade menor da moeda desse país no ano passado. Do lado esquerdo, ao contrário, são visualizados os países cuja moeda se valorizou frente ao Real, ou seja, os turistas brasileiros passaram a encontrar preços mais atrativos nesses destinos.

A análise foi feita ponta a ponta, ou seja, no ano fechado de 2013, desconsiderando a flutuação das moedas ao longo do ano.

VARIAÇÃO DA COTAÇÃO DA MOEDA FRENTE AO REAL EM 2013 (%)



O que é o DATATUR?

O DATATUR é uma iniciativa da BRAZTOA (Associação Brasileira das Operadoras de Turismo) que visa à produção de dados primários sobre o setor de turismo.

Foto: Leirson França Júnior

Oferta Turística



5. Oferta Turística



De acordo com o Ministério do Turismo, o Inventário da Oferta Turística consiste no levantamento, identificação e registro dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo como instrumento base de informações para fins de planejamento, gestão e promoção da atividade turística, possibilitando assim a definição de prioridades para os recursos disponíveis e o incentivo ao turismo sustentável.

Seus principais objetivos são:

- Disponibilizar aos visitantes, plane-

jadores e gestores dados confiáveis sobre a oferta turística brasileira;

- Permitir a análise do significado econômico do turismo e seu efeito multiplicador no desenvolvimento municipal;

- Permitir a identificação e a classificação de municípios turísticos e com potencial turístico;

- Permitir o diagnóstico de deficiências, pontos críticos e estrangulamentos e os desajustes existentes entre a oferta e a demanda;

- Coletar informações que subsidiem a elaboração de roteiros turísticos.

realização, no ano de 2010, um Inventário Básico no qual o mesmo vem sendo atualizado no decorrer dos anos. Porém foi necessário um levantamento minucioso nas metodologias para que elas dessem sustentabilidade no respectivo Plano.

Este trabalho então contou com uma ampla pesquisa de campo realizada nos meses de agosto, setembro e outubro de 2014, em que os profissionais da KS Consultoria visitaram cada um dos equipamentos e atrativos do município que são relevantes a atividade turística.

No total foram aplicados 71 formulários divididos em três módulos conforme iremos apresentar a seguir:

No município de Analândia-SP, foi

MÓDULO	TIPO DE FORMULÁRIO	QUANTIDADE
A	Informações básicas e infra estrutura	23
B	Equipamentos turísticos	25
C	Atrativos	23

Cada módulo acima apresentam diversos tipos e subtipos de categorias. Observando os resultados de todos dados coletados a campos, conseguimos identificar que o município de Analândia-SP possui X empregados permanentes e X empregados temporários atuando no setor turístico conforme mostra tabela ao lado:

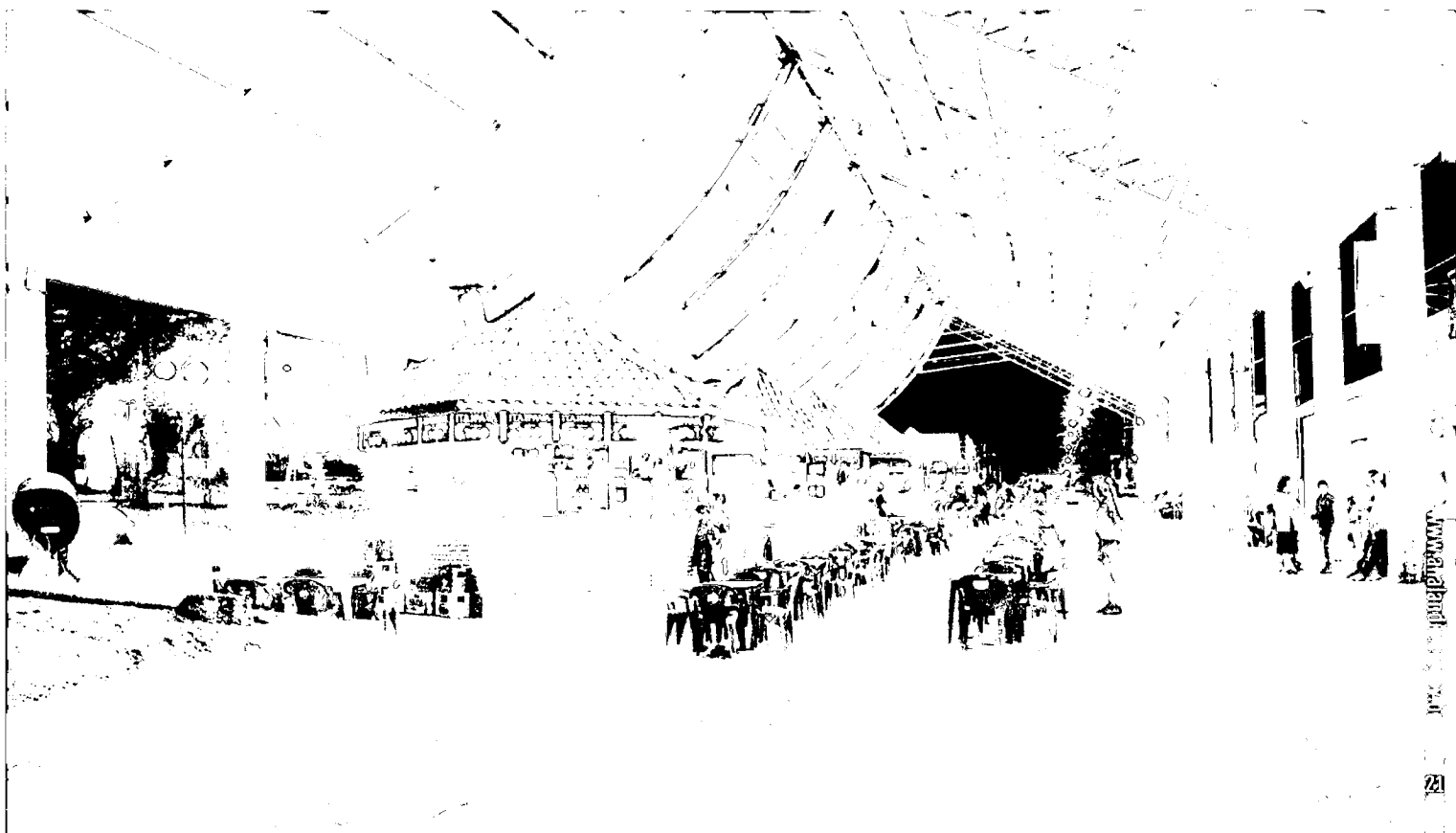
Empregados Permanentes	Empregados Temporários	Empregados com Deficiência
112	74	00

É muito importante ressaltar que, a maioria dos lugares onde as pesquisas foram realizadas pôde-se obter um número maior de empregados temporários de acordo com a demanda, principalmente na questão de eventos, a qual poderá haver variações neste sentido.

Informações Básicas e Infraestrutura (Módulo A)

Foram aplicados os seguintes formulários neste módulo:

Tipo de Formulário	Quantidade
Informações Básicas e Infra Estrutura	01
Meios de Acesso	01
Sistema de Comunicação	01
Sistema de Segurança	01
Sistema Médico Hospitalar	06
Sistema Educacional	03
Outros Equipamentos	10
Total	23



Equipamentos Turísticos (Módulo B)

Foram aplicados os seguintes formulários neste módulo:

Tipo de Formulário	Quantidade
Serviços e Equipamentos de Hospedagem	09
Serviços e Equipamentos de Gastronomia	11
Serviços e Equipamentos de Agenciamento	01
Serviços e Equipamentos para Transporte	01
Serviços e Equipamentos para Eventos	01
Serviços e Equipamentos de Lazer e Entretenimento	02
Outros Serviços e Equipamentos Turísticos	01
Total	25

Foto: Leirson França Júnior



Neste módulo é importante destacar algumas informações que irão colaborar diretamente para o planejamento do turismo de Analândia-SP. Podemos observar e apresentar no quadro abaixo, por exemplo, o detalhamento das informações sobre Serviços e Equipamentos de Hospedagens, nos quais são relevantes para a atividade turística local.

Informações	Quantidade
Numero total de hotéis/pousadas	09
Numero total de Unidades Habitacionais	76
Numero total de Leitos	242
Numero total de UHs para portadores de deficiência	0
Valor médio das diárias	R\$80,00
Mês de maior ocupação	Janeiro
Mês de menor ocupação	Junho
Numero de Empreendimentos formalizados (CNPJ)	07

No mesmo sentido, podemos observar também abaixo as informações mais importantes relativas aos empreendimentos de Serviços e Equipamentos para Gastronomia localizados em Analândia-SP.

Informações	Quantidade
Numero total de Empreendimentos	11
Numero total de pessoas sentadas	615
Numero total de mesas	131
Numero total de Adaptados para portadores de deficiência	11
Numero total que trabalham com cartão de crédito	10
Mês de maior ocupação	Janeiro
Mês de menor ocupação	Junho
Numero de Empreendimentos formalizados (CNPJ)	09

Em se tratando de Serviços e Equipamentos de Agenciamento, apenas uma agência de receptivo foi detectada em Analândia-SP: Este empreendimento emprega duas pessoas e possui mais dois funcionários temporários. Abaixo algumas informações da agência:

- **Período de funcionamento:** Sábados, domingos e feriados, sendo que o cliente agenda com antecedência. A agência também opera dias de semana.

- **Faixa etária dos clientes:** 26 a 52 anos

- **Principais Roteiros:**
Rota City Tour

Rota Três Cachoeiras
Rota Gruta do Índio
Rota Haras Vila Colonial Melhor Idade
Rota Aventuras Rota Rural
Banho de Cachoeira

A categoria denominada "Serviços e Equipamentos de Transportes" possui apenas serviços de táxi, que não realizam visitação a atrativos. Portanto concluímos que, na cidade, não existe o serviço de traslado e nem meios de transportes específicos que realizem passeios pelos pontos turísticos. A não ser quando o turista adquira o pacote na agência receptiva local que, esta sim, possui transporte específico

para realização dos serviços.

No item "Serviços e Equipamentos de Lazer e Entretenimento" foram levantados em Analândia dois estabelecimentos sendo um deles um centro de lazer que possui um ginásio, um campo de futebol gramado profissional, uma pista de bocha, uma academia de musculação que funciona de segunda a sexta, das 07 às 21 horas.

Outros Serviços e Equipamentos Turísticos foram levantados, todos os dados relativos ao PAT – Posto de Atendimento ao Turista, que tem como principal atividade o fornecimento de informações turísticas.

Atrativos Turísticos (Módulo C)

Neste módulo, foram levantados 23 atrativos, classificados como naturais, culturais, de caráter técnico, científico ou artístico e eventos permanentes. A tabela abaixo nos apresenta todos eles destacando suas variedades.

TIPO DE FORMULÁRIO	QUANTIDADE	NOMES
Atrativos Naturais	08	Recanto da Cascata Cachoeira do Escorrega Cachoeira do Salto Cachoeira da Ponte Amarela Morro do Camelo Morro do Cuscuzeiro Gruta do índio Gruta N.S de Lurdes
Atrativos Culturais	03	Ruínas da Chaminé Antiga Estação Igreja de Sant'Ana
Atividades Econômicas	05	Vinalco Aliança H7 Globoaves Igui
Atividades Econômicas	01	Orquidário
Eventos	06	Festa de Santana Festejos Natalinos Carnaval Aniversario da Cidade Romaria Desfile de Cavaleiros Show de Aleluia
TOTAL	23	

Conclusão da análise da oferta turística de Analândia-SP

Concluimos que a oferta turística do município de Analândia simplesmente atende às necessidades básicas do turista considerado como demanda real. Porém, ainda falta algum trabalho para que esse conjunto de estruturas e serviços possa atender, mais precisamente, as expecta-

tivas dos turistas que visitam a cidade.

Percebemos a real necessidade em se trabalhar um projeto voltado para o lazer contemplando a gastronomia local, recreação e outras atividades, para que atenda também o público infantil e da melhor idade. Ao observarmos um cenário de crescimento

da atividade turística, vindoura de um fluxo de turistas oriundos de uma demanda potencial, com um poder aquisitivo melhor e de exigência superior, é notório que o município deverá urgentemente qualificar sua oferta para se adequar a este cenário.

Diagnóstico Turístico do Município de Analândia/SP

6. O Diagnóstico

O diagnóstico pode ser entendido como a investigação, a reflexão, a compreensão e o juízo dos dados procedentes de realidade empírica (com base no inventário turístico), com fins de operacionalização. Trata-se de uma fase considerada demorada, pois prevê um estudo exploratório sobre a localidade pesquisada.

No planejamento territorial de qualquer destino, o diagnóstico turístico representa a etapa voltada para analisar as vantagens comparativas (atributos de um determinado espaço) e as vantagens competitivas de uma região de modo a propor a produção ordenada do espaço turístico.

O diagnóstico representa a análise da situação turística da região ou atividade de aplicação do processo de planejamento. Podemos dizer que ele é uma síntese da situação atual muito importante para a comunicação sobre o processo de planejamento. O mesmo podemos dizer que é concebido como um sumário da situação analisada, disponibilizando informações sobre a situação de uma determinada área, suas potencialidades e ameaças, seus pontos fortes e fracos.

Na análise do espaço turístico do município de Analândia (SP), esta pesquisa tem por objetivo central estabelecer o diag-

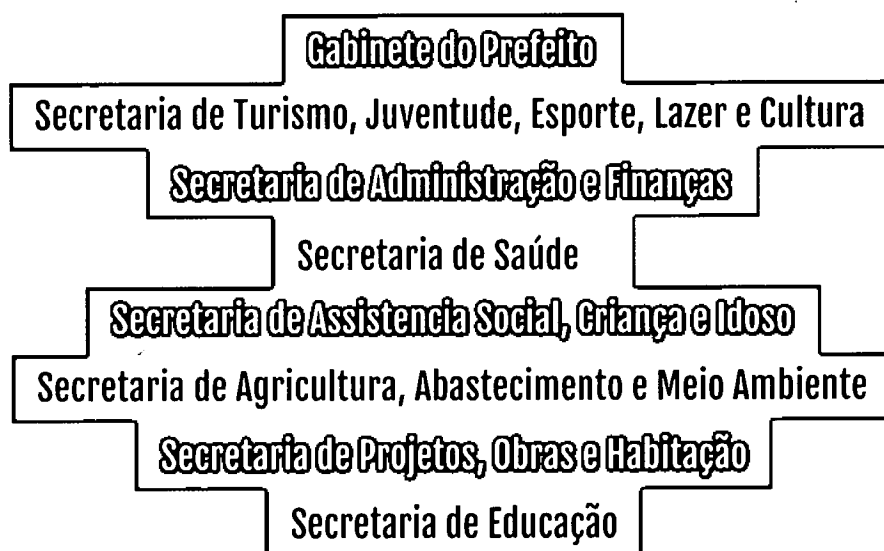
nóstico dos atrativos com ênfase nos empreendimentos e equipamentos turísticos e na acessibilidade deste destino.

O desenvolvimento da atividade turística altera as relações sócioespaciais dotando o espaço de uma nova função e, consequentemente, de uma nova estrutura que permita a inserção competitiva do território.

No atual momento do modo de produção capitalista, e nesta nova geografia econômica, a produção do território turístico de Analândia (SP) exige planejar o desenvolvimento da atividade dentro da Nova Era do Turismo.

Equipamentos Turísticos (Módulo B)

A Prefeitura Municipal de Analândia possui uma sede localizada na região central do município, e para seus trabalhos rotineiros se divide entre as seguintes pastas:



6.1. A Estrutura da Secretaria Municipal de Turismo, Juventude, Esporte Lazer e Cultura

Criada pela Lei Complementar nº 01/2010, a Secretaria Municipal de Turismo, Juventude, Esporte Lazer e Cultura, conta com seis funcionários, alocados em sua sede administrativa e junto ao Posto de Atendimento ao Turista.

O setor conta com dois assessores, um Diretor de Secretaria, um encarregado de eventos, um encarregado de esportes e um encarregado de turismo. Em sua rotina e de forma resumida conforme a Lei nº01/2010 compete a Secretaria assistir e assessorar o Prefeito Municipal na estipulação de políticas, planos, projetos, diretrizes e metas quanto aos aspectos turísticos, da Juventude, dos Esportes, do Lazer e culturais do município. Executa também o atendimento aos turistas, manutenção dos materiais de divulgação, informações para banco de dados e imagens ao Estado, participação nas feiras de turismo, apoio em eventos de festividades e esporte, apoio aos munícipes, coleta de dados de demanda, participação de governança regional de turismo, participação em cursos ligados ao setor de turismo, preparo de ofícios e requerimento para o setor.

6.2. Políticas Públicas de turismo

As políticas públicas de turismo se resumem em leis, programas e ações que regem e norteiam o município em suas atividades turísticas, são vitais para o bom andamento do setor, já que normatizam, dão prioridades, legalidades e ferramentas para o executivo local implementar suas ações de desenvolvimento do turismo.

Em Analândia não foi diagnosticado nenhuma política pública de turismo nem existem, portanto, leis que regem a atividade dentro da cidade, exceto a lei que cria o conselho Municipal de Turismo.

Não há nenhum programa público ou político na atual gestão da cidade, tampouco ações de caráter intergeracional que poderia ter sido trago de governabilidades anteriores.

Nenhuma ação estrutural de continuidade foi identificada para fomentar o turismo local, como programas de capacitação, formação de redes de negócios, ações promocionais conjuntas, programas de fidelização de turistas, dentre outras que poderiam se caracterizar uma política pública.

A atual administração direciona seus esforços junto à manutenção do seu posto de atendimento ao turista e organização de eventos que aumentem o fluxo de visitantes dentro do município como o aniversário da cidade, carnaval, etc.

Grandes e valiosos projetos de governo são almejados pelo líder do executivo local, como estruturação de espaços naturais, projetos de sinalização turística, expansão do tratamento do esgoto.



Foto: Leirson França Júnior

6.3. Leis de incentivo aplicadas ao turismo

Verificar se existem leis:

- de incentivo fiscal para empresas;
- de cessão de espaço público para empresas;
- identificar como estão as licitações de concessão de espaço público para exploração econômica;
- verificar se existem lei de doação de

área para investidores.

6.4. Análise da subestrutura de Analândia e o turismo

Um dos fatores preponderantes para que o encaminhamento da atividade turística ocorra de maneira sustentável, principalmente em seu âmbito ecológico, tange

a capacidade da cidade de absorver as impurezas que a mesma ocasiona junto ao meio ambiente através da utilização de seus serviços.

Os dejetos produzidos pelos visitantes, a utilização dos recursos hídricos e os demais impactos ambientais gerados pela atividade turística caso não sejam minimizados, ou até mesmo neutralizados, a

localidade corre o risco de perder o seu principal legado para o turismo: seu ambiente preservado.

Surge então a importância da subestrutura, que se trata de toda estrutura urbana que um município oferece para o seu saneamento, tais como rede de esgoto, redes pluviais de captação de água, capacidade de geração de energia elétrica, dentre outros. Também analisaremos alguns aspectos sobre os serviços de saúde e a segurança pública de Analândia.

6.5. Rede de Esgoto

A rede de tratamento de esgoto do município de Analândia oferece boas condições para a prática da atividade turística, pois, 95% do esgoto da cidade é tratado. E quando o cenário se altera para rede dos meios de hospedagem, o percentual do esgotamento tratado sobe para 100% dos empreendimentos, sendo fossa séptica ou rede de esgoto bombeada.

Esses 5% de esgoto não tratado, infelizmente, desagüam em um dos principais atrativos do município. Uma de suas cachoeiras é altamente afetadas pelo despejo de esgoto sem tratamento, situação de enorme preocupação.

Todo o esgoto tratado da cidade é bombeado para estação de tratamento de esgoto (ETE) (ver foto 01), que utiliza um tratamento anaeróbico e aeróbico que garante 85% de eficiência, índice referência em sua região, segundo as autoridades municipais.

No entanto, essas lagoas que formam a estação de tratamento anaeróbica e aeróbica causam, ocasionalmente, um odor desagradável que pode prejudicar um pouco a atividade turística, algo de origem natural e de difícil prevenção.

O escoamento das águas pluviais ocorre de maneira eficiente, porém, em algumas partes do município, existe um subdimensionamento da estrutura de a-
Onilhas, o que acaba sobrecarregando todo o sistema podendo ocasionar alguns alaga

mentos em período de alto índice pluviométrico.

Em relação a rede de esgoto, a atividade turística não encontrará problemas para seu desenvolvimento, nem para seu crescimento, já que a cidade permite a expansão e conexões para aberturas de novas redes de tratamento de esgoto e de escoamento da água pluvial. (ver quadro 01).

Há um atenuante na rede de esgoto e na coletora de água pluvial do centro da cidade, que por serem antigas, não permitem mais expansão. Mas é possível a abertura de novas redes de esgotamento e coletoras nas zonas periféricas à rede de esgotamento central.

Por fim, as autoridades municipais responsáveis por este setor são muito organizadas e competentes, obtendo a planta baixa do município que contém todo o mapeamento das redes em estudo, demonstrando grande saber e domínio de todo o conteúdo em questão.

6.6. Sistema de abastecimento de Água

O sistema de abastecimento de água municipal ocorre através de um reservatório que permite com que a atividade turística ocorra de maneira eficiente, garantindo uma vazão de água de 68 m³ de água por dia.

Ocasionalmente ocorrem problemas de abastecimento de água dentro do município por defeitos técnicos corriqueiros na bomba que impulsiona a água do reservatório, fator que deve ser encarado como um problema potencial.

Para futuros projetos turísticos, há uma dificuldade do reservatório de água municipal para abastecer novas redes de consumo, por isso os novos empreendimentos municipais contam com seus próprios reservatórios de água.

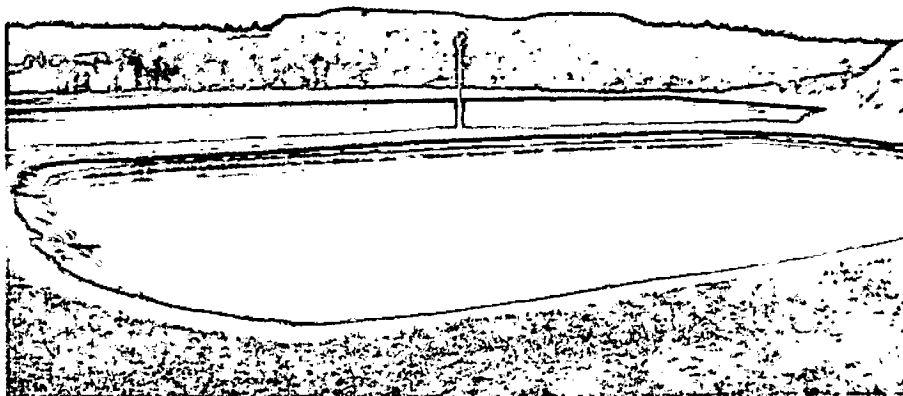


Imagem 01: Ete: Estação de tratamento de esgoto de Analândia
Fonte: Imprensa oficial de Rio Claro (SP)

	Avaliação da rede de esgoto				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Atende as necessidades atuais					
Permite expansão para a atividade turística em seu estágio atual					
Permite expansão da rede de esgoto					

Quadro 01: Avaliação da rede de esgoto e pluvial
Fonte: Imprensa oficial de Rio Claro (SP)

	Avaliação do sistema de abastecimento de água				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Atende as necessidades atuais					
Permite expansão para a atividade turística em seu estágio atual					
Permite expansão da rede abastecimento de água					

6.7. Energia Elétrica

A produção de energia elétrica que alimenta o consumo do município de Analândia é produzida no município de Descalvado, um município vizinho localizado a 22 km de distância.

Aí surgem os principais problemas de alimentação ao sistema de energia elétrica

em Analândia, pois a rede elétrica que viabiliza esse transporte de energia é velha e ultrapassada, tornando-se frágil às interferências climáticas como chuvas e ventos, o que facilmente prejudica o transporte da energia elétrica e consequentemente a alimentação da energia elétrica no município.

Essa situação é impactante para o

desenvolvimento e expansão da atividade turística, pois vários dos confortos e necessidades básicas utilizados pelos visitantes é totalmente dependente da energia elétrica, principalmente junto aos meios de hospedagem, como banho, refrigeração de alimentos, ar condicionado dentre outros.

	Avaliação do sistema de abastecimento de água				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Atende as necessidades atuais					
Permite expansão para a atividade turística em seu estágio atual					

6.8. Estrutura de Saúde

A rede pública de saúde local resume-se na Unidade Básica de Saúde (UBS), que por sua vez é o único espaço com esta finalidade dentro do município. O Local passou por uma recente reforma, fazendo com que hoje, atenda pacientes com necessidades de acessibilidade.

O município conta com uma ambulância com desfibrilador, o que é muito útil em dia de grandes eventos, porém, o sistema de saúde local não detém um plano emergencial para atendimento em massa.

Os serviços prestados na unidade básica de saúde atendem as exigências para o desenvolvimento da atividade turística, oferecendo diversos atendimentos hospitalares como saturação de ferimentos, raio x, imobilização de membros fraturados, remédios populares. Porém, atendimentos de casos mais graves não são realizados dentro do município, por falta de especialistas em setores médicos específicos.

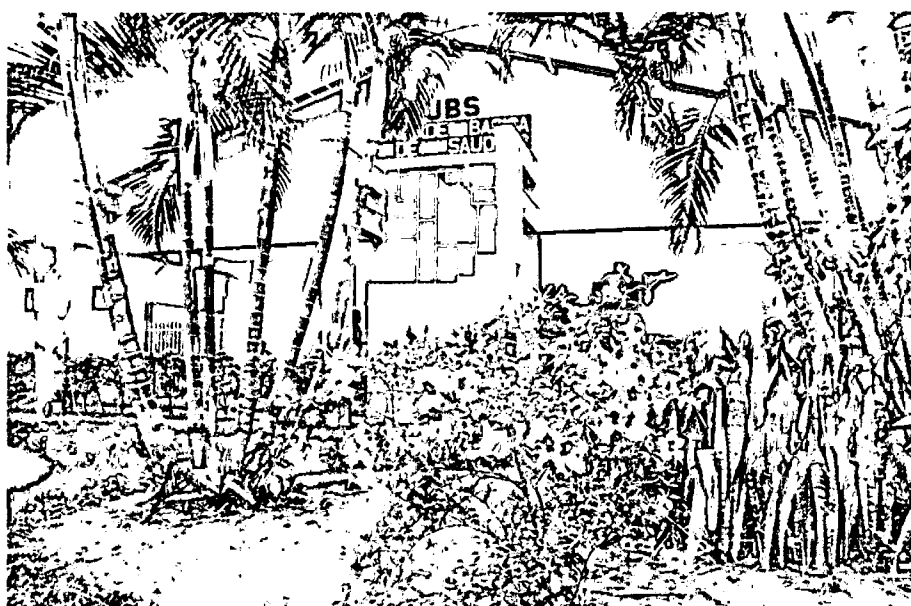


Imagem 01: Unidade básica de saúde de Analândia.
Fonte: Prefeitura Municipal de Analândia

	Avaliação do sistema de saúde para o turista de Analândia				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expetativas	Supera as expectativas
Atende as necessidades atuais					
Permite expansão para a atividade turística em seu estagio atual					
Permite expansão da rede de saúde					

6.9. Segurança Pública

A segurança pública do município de Analândia é bem estruturada para o seu porte. Por ser um município interiorano, o mesmo não apresenta situações de criminalidade que comprometa a atividade turística. Mesmo assim a cidade conta em

sua rotina de trabalho sempre com dois efetivos militares em escala de plantão.

Em eventos afamados na cidade, em que há um grande fluxo de turistas, não há um número de ocorrências significativas, mas identificou-se a falta de aparelhamento para melhor policiamento, como o caso do decibel metro.

Como não há corpo de bombeiro no município, em caso de acidentes com turistas em áreas naturais, a própria ambulância realiza a busca do acidentado. Em casos mais graves, os bombeiros das localidades vizinhas são acionados para uma situação de busca e salvamento.

Enfim, o turismo em Analândia não sofre influência de ações criminais e neste aspecto se vê resguardada pela segurança pública existente.

	Avaliação do sistema de abastecimento de água				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expetativas	Supera as expectativas
Atende as necessidades atuais					
Permite expansão para a atividade turística em seu estagio atual					

6.10. Serviços e Estrutura do Receptivo Público

Todo destino turístico deve se preocupar com a maneira com a qual ele se prepara para receber os seus visitantes, situação de enorme importância, pois a hospitalidade e receptividade aliada ao repasse de informações são o alicerce para se tornar uma cidade tida como um produto turístico.

Esta gama de serviços e estruturas é de tamanha importância para a atividade turística que muitos visitantes definem seus destinos turísticos de acordo com

o conforto e facilidade que uma cidade é capaz de lhe oferecer.

Através de visitas e avaliações técnicas, identificamos aspectos referentes à estrutura e serviços correspondentes à hospitalidade e à receptividade que o poder público municipal pode oferecer ao visitante, o que chamaremos de conjunto de serviços e estruturas de receptivo público.

Foram analisadas três estruturas de serviços públicos de receptivo turístico junto ao Município: o Portal Turístico, os canais de comunicação com o turista e a sinalização indicativa turística existente na

cidade.

6.10.1. Portal turístico

O portal turístico presencial, chamado de PAT (Posto de Atendimento ao Turista) (ver imagem 01), possui uma ótima localização, estando na principal avenida da cidade próximo a entrada do município (ver imagem 02), algo que ajuda a condução do turista logo em seus primeiros momentos de contato com a cidade.



Imagem 01: PAT (posto de atendimento ao turista)
Fonte: Equipe técnica



Imagem 02: Localização do PAT (Posto de informações turísticas)
Fonte: Equipe técnica

O local conta com um bom atendimento e eficiente serviço de informações turísticas, tanto em âmbito de equipamentos turísticos públicos como privados. Os funcionários são bem treinados e dominam todas as informações de turismo existente dentro da cidade, conciliando informação sobre todos os setores, como meios de hospedagem, alimentos e bebidas, lazer e passeios, dominando conteúdos como local do atrativo, preço, horário, número limite de pessoas em atividades.

Uma grande diversidade de materiais promocionais de divulgação institucional de Analândia mesclado a materiais promocionais de diversos equipamentos turísticos particulares fundamentam com eficiência o contexto da informação gerada para o turista. Ainda se destaca a observância de um turismólogo que atua no setor de atendimento.

O ponto fraco do atendimento fica sobre seu horário de funcionamento em dias de semana que, em horário de almoço, permanece fechado. A ausência de uniforme padronizado também é algo a ser enaltecido.

O PAT ainda tem alguns ajustes para serem realizados, principalmente sob um ponto de vista estrutural. O local não detém espaço reservado para estacionamento de Vans e Ônibus, o que pode fazer falta e até mesmo prejudicar o trânsito da cidade em alguns momentos.

O local ainda se porta com um quiosque comum, facilmente confundido com os demais no local. Um turista leve-

mente distraído pode passar pelo quiosque sem perceber que nele existe estrutura e serviço de informação para ajudar em sua visita. Por isso, torna-se necessária uma sinalização de orientação para seu acesso e identificação.

A identidade visual do PAT é insuficiente. A sua placa de identificação não possui uma logomarca ou imagem representativa que possa atrair a atenção do visitante para utilizar de seus serviços e visitar a sua estrutura. Além da placa de identificação do local se encontrar em mau estado de conservação. (ver imagem 03).

Concluindo, o PAT atende às necessidades básicas para a atividade turística dentro do município em seu atual nível de desenvolvimento, como se pode ver no quadro de resumo qualitativo (ver quadro 03), mas em termos de competitividade ainda está a alguma distância do ideal se comparado com as cidades concorrentes. (ver mais no capítulo 4: Posicionamento de mercado).

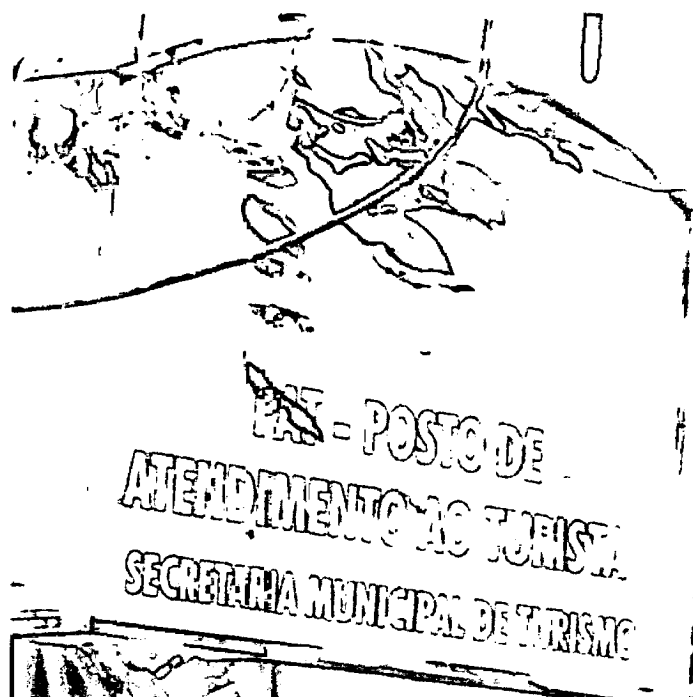


Imagem 03: Sinalização do PAT (Posto de Atendimento ao Turístico)
Fonte: Equipe técnica

Como resumo da análise do PAT, veja o quadro a seguir: (ver quadro 01)

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Atendimento					
Serviços					
Estrutura					
Possibilidade de melhoria futuras					
Atende as necessidades atuais					

Quadro 01: Resumo da análise do PAT
Fonte: Equipe técnica

6.10.2. Sinalizações turísticas

Oferecer todo o conforto e segurança para o visitante em sua experiência turística e colaborar para o bom fluxo e organização da cidade são objetivos de uma sinalização turística bem implantada e organizada.

Contudo, no caso de Analândia essa realidade é um pouco diferente. Ao analisarmos e diagnosticarmos a sinalização turística existente em seu perímetro urbano e rural obtivemos os seguintes resultados:

- Existe um teor positivo do município em oferecer as placas de sinalização turística em seu estado atual, já que o turista consegue se deslocar parcialmente por alguns de seus atrativos.

QUALIDADES	FRAQUEZAS
Localização	Identidade visual
Qualidade de atendimento	Designer externo
Diversidade de materiais promocionais	Sinalização
Existência de profissional especializado	Estacionamento
	Uniformização dos funcionários
	Horário de funcionamento durante a semana
	Conforto

Quadro 02: Resumo de resumo qualitativo PAT
Fonte: Equipe técnica

- Toda indicação em placas encontrada dentro do município é de teor empírico e amador (ver imagem 04), o que pode gerar

uma desconfiança e um desconforto no ato da orientação das mesmas, por parte dos turistas que visitam a cidade.

- A falta de um padrão visual das placas indicativas e a ausência de uma sinalização oficial gera um conflito de imagens e informações, aliado ao fator da falta de manutenção das mesmas, incidem numa sensação de desordem e desapego com o bem estar do visitante dentro do território municipal.

Continuando uma análise urbanística, vários tipos e formas de sinalização são encontrados, diversas placas indicativas, sem nenhum padrão de cor, tamanho, indicação, formatação de fontes, pictogramas e setas, além de tudo estão em sua maioria mal instalada em locais de baixa ou quase nenhuma visibilidade. (ver imagem 05).



Imagem 04: Modelo de sinalização turística amadora
Fonte: Equipe técnica





Imagem 04: Falta de padronização das placas de sinalização
Fonte: Equipe técnica

O mais alarmante é o fato das mesmas serem inseridas e colocadas sem consonância com as regras de trânsito, tampouco seguindo uma sintonia com a sinalização de trânsito horizontal e vertical oficial do município.

Fica claro, que não há uma normatização nem regulamentação das instalações das placas por parte do órgão oficial de trânsito municipal.

A sinalização turística encontrada dentro da cidade, muitas vezes se encontra em mau estado de conservação e manutenção (apagadas, quebradas e deterioradas) o que dificulta e inviabiliza a leitura e compreensão das informações nelas contidas.

Falta também no município um conjunto de sinalização mais complexa, trabalhando os demais segmentos de turismo existente dentro da cidade, além do turismo de lazer, (ver imagem 06) como sinalizar restaurantes, quiosques, áreas públicas de recreação, logradouros públicos, meios de hospedagem, informações turísticas, dentre outras a serem diagnosticadas através de um projeto específico podendo até mesmo serem criadas rotas e circuitos internos.



Imagem 05: Mais um padrão visual de sinalização, orientando apenas atrativos turísticos de lazer.
Fonte: Equipe técnica

Por fim, apesar de todos os fatores, podemos afirmar que a sinalização turística existente dentro do município orienta e ajuda parcialmente os visitantes, e vem sendo útil de maneira paliativa, não atendendo as condições ideais para o bom andamento da atividade turística.

Como resumo, apresentamos este quadro, que tem por objetivo analisar as estruturas positivas e deficientes referentes à sinalização turística do município de Analândia. (ver quadro 03)

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Qualidade da sinalização					
Nível de informação					
Estrutura					
Padrão visual					
Conformidade com legislação vigente					
Possibilidade de melhorias futuras					
Atende as necessidades atuais do turismo municipal					

Quadro 03: Resumo da análise do PAT
Fonte: Equipe técnica

Como resumo, apresentamos este quadro, que tem por objetivo analisar as estruturas positivas e deficientes referentes a sinalização turística do município de Analândia.(ver quadro 4).

QUALIDADES	FRAQUEZAS
Sinalização parcial dos destinos turísticos de lazer	Falta de padronização visual
	Sinalização clandestina
	Não acompanhamento do órgão de trânsito oficial junto as placas instaladas.
	Estado de conservação das placas deteriorados
	Informações das placas não segue as regras da legislação vigente referente ao trânsito.
	Visual deteriorado
	Falta de informação
	Ausência de sinalização especializada, como postos de gasolina, hotéis, restaurantes, etc...
	Manutenção das placas

Quadro 04: Quadro de resumo qualitativo da sinalização turística de Analândia.
Fonte: Equipe técnica

6.10.3. Canais de comunicação com o turista

Os canais de informações diretas e indiretas para o turismo são todos os meios de comunicação que possibilitam interação e repasse de informações, como linhas telefônicas exclusivas para este fim, call center, web portal, chat online, web site dentre outros.

Não foram diagnosticados nenhum canal de comunicação com o turista no município de Analândia, algo que prejudica a atividade turística perante o mercado, já que um concorrente que consiga passar informações a distância certamente terá maiores chances de superar o município de Analândia no ato da escolha do destino turístico.

É natural que um município que consiga se comunicar com um turista potencial e repassar uma quantidade de elementos que agregam valor a sua cidade terá maior capacidade de persuasão e convencimento da qualidade seu de seu produto turístico perante seus concorrentes que não obtiverem esses serviços.

Logo, a não utilização de ferramentas de comunicação que repassem informações turísticas prejudica o município junto ao desenvolvimento da atividade turística.

Como resumo da análise dos canais de comunicação que cercam o município de Analândia, segue o quadro abaixo: (ver quadro 05)

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Qualidade da sinalização					
Nível de informação					
Estrutura					
Padrão visual					
Conformidade com legislação vigente					
Possibilidade de melhorias futuras					

Quadro 05: Resumo da análise do PAT
Fonte: Equipe técnica

6.11. Envolvimento social e o turismo

O turismo é um fenômeno social, logo, o mesmo deve contar com interação e contribuição da comunidade local. As pessoas do lugar que são atores que colaboram para o bom desenvolvimento da atividade turística, recebendo com hospitalidade os visitantes, repassando informações com eficiência e auxiliando no processo de visitação.

Logo, medimos qual o grau de relacionamento da comunidade com o visitante, se

Todas as pesquisas foram realizadas dentro das datas de 03.11.2014 ao dia 28.11.2014, no qual os entrevistados foram selecionados através de uma amostragem aleatória e simples dentro do município de Analândia (SP).

6.11.1. Aceitações dos munícipes pela atividade do turismo.

O primeiro passo para haver essa consonância entre cidadão/turista tange na aceitação do mesmo pela atividade

dade turística se bem desenvolvida dentro da cidade, estando estes representados por 82,2%. (ver gráfico 02).

Perceba que na primeira análise da aceitação da comunidade pelo turismo (77,8%), obtivemos um número positivo com percentuais diferentes desta segunda análise (82,2%), referente à credibilidade e ao entendimento do turismo.

Esta margem de diferença de 4,4% pode ser explicada pelo fato que estes entrevistados, mesmo acreditando que o turismo possa gerar benefícios para a

ACEITAÇÃO TURÍSTICA DENTRO DO MUNICÍPIO DE ANALÂNDIA

○ Positivo

○ Negativo

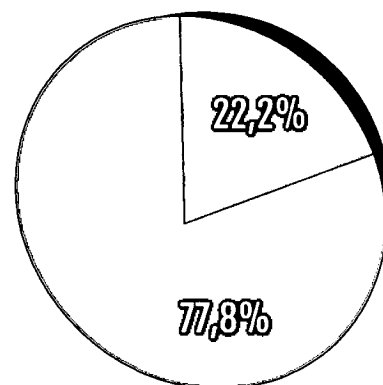


Gráfico 01: Aceitação da atividade turística dentro do município de Analândia
Fonte: Equipe técnica

há ou não uma aceitação dos habitantes locais pelo turismo no local.

Analisamos o preparo da comunidade para atuar como agente de desenvolvimento do turismo através de pesquisas que demonstraram qual a parcela da contribuição social a favor da atividade turística.

turística dentro da cidade. No caso de Analândia, números positivos foram levantados, gerando 77,8% de aprovação do turismo pela comunidade. (ver gráfico 01).

Continuando uma análise da população, percebemos que a população local acredita nos retornos econômicos da atividade

comunidade, ainda preferem o seu espaço sem a interferência de pessoas de fora, garantindo assim o seu sossego e tranquilidade.

CREDIBILIDADE NOS BENEFÍCIOS DA ATIVIDADE TURÍSTICA PARA O MUNICÍPIO DE ANALÂNDIA

○ Positivo

○ Negativo

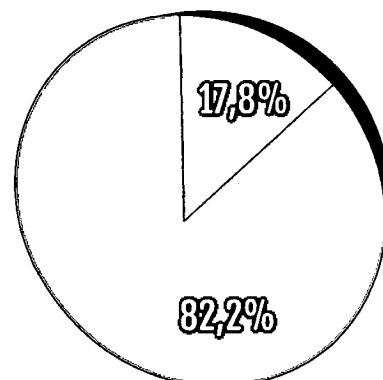


Gráfico 02: Credibilidade nos benefícios da atividade turística para o município de Analândia
Fonte: Equipe técnica

Constatamos que a população local ainda espera melhorias quanto ao desenvolvimento do turismo local, sendo que a maioria dos moradores avaliou o bom andamento da atividade turística dentro da cidade, sendo representados por 82%. (ver gráfico 03)

AVALIAÇÃO DO ATUAL ESTÁGIO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DENTRO DO MUNICÍPIO DE ANALÂNDIA

○ Positivo

○ Negativo

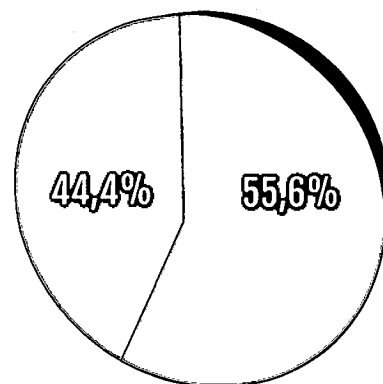


Gráfico 02: Avaliação do atual estágio de desenvolvimento da atividade turística para o município de Analândia
Fonte: Equipe técnica

Concluimos que a comunidade local aceita a atividade turística com bons números e que a maioria dos cidadãos está ciente do que o turismo representa de positividade para a cidade, além de exigir uma cobrança para sua melhoria.

observaremos cinco níveis de repasse de informação, que são eles: não souberam responder / Informações insuficientes / informações eficientes / informações que atendam as expectativas do turistas / informação que supera as expectativas do

as expectativas do turismo (legenda amarela nos gráficos), pois este nível garante um atendimento de qualidade que um turista pode esperar em sua experiência pelo município, satisfazendo o visitante e fazendo com que o mesmo se fidelize ao seu

CRITÉRIO PARA A CLASSIFICAÇÃO DAS RESPOSTAS		
Resposta	Profundidade	Informações repassadas
Não souberam responder	Nenhuma	Nenhuma
Informações insuficientes	Superficial	Sabem da existência e local da atividade
Informações eficientes	Básica	Sabem da existência e local da atividade + detalhes e qualidade sobre os serviços
Informações que atendam as expectativas do turista	Embasadas	Sabem da existência e local da atividade + detalhes e qualidade sobre os serviços + dia + hora + quem realiza + como proceder
Informação que supera as expectativas do turista	Complexas	Sabem da existência e local da atividade + detalhes e qualidade sobre os serviços + dia + hora + quem realiza + como proceder + tempo da atividade + preços + pontos fortes e pontos fracos das atividades, estruturas e serviços

Quadro 04: Quadro explicativo de critério de respostas
Fonte: Equipe técnica

6.11.2. Capacidade de repasse de informação turística da comunidade

A melhor receptividade que um município pode deter é a sua própria voz, ou seja, a própria população gerando informação e atuando como agente de divulgação do turismo local.

Para isto, a população local deve estar altamente conscientizada e capacitada para exercer tal função. No gráfico abaixo

turistas. (ver quadro 04: critérios e classificação de respostas)

Quatro grupos de informações foram escolhidos e avaliados: o Sistema de Hospedagem, o Sistema de Alimentos e Bebidas, as Agências de Receptivo que oferecem passeios e os Atrativos e produtos turísticos locais.

Para fins de nivelamento, o ideal sugerido pela equipe técnica formatadora do Plano Diretor de Turismo é que a maioria das informações fornecidas pelos moradores locais sejam informações que atendam

destino turístico.

Observando o nível de informações que a comunidade gerou dentro da pesquisa no setor de meios de hospedagem, identificamos que dentro da classificação ideal, apenas um grupo de 6,7% dos moradores foram capazes de repassar informação com clareza ao entrevistador. A grande maioria passou informações a um nível eficiente, com 53,3% da população. Se somarmos os grupos "não souberam responder" e "informações insuficientes" chegaremos a um número preocupante de 37,7%.



Morro do Camelo

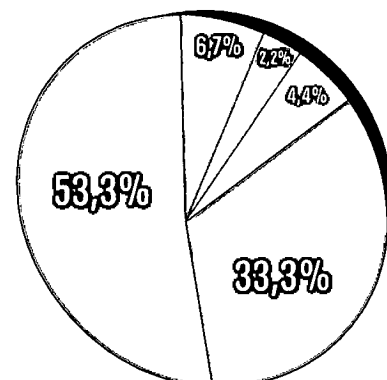
Foto: Leirson França Júnior



QUALIDADE DE REPASSE DE INFORMAÇÃO DA POPULAÇÃO LOCAL SOBRE O SETOR DE HOSPEDAGEM

☐ Informações eficientes
 ☐ Infor. atendem as expectativas
 ☐ Infor. superam as expectativas
 ☐ Não souberam responder
 ☐ Informações insuficientes

Gráfico 04: Qualidade de repasse de inf. Da população relativo ao setor de meios de hospedagem
Fonte: Equipe técnica

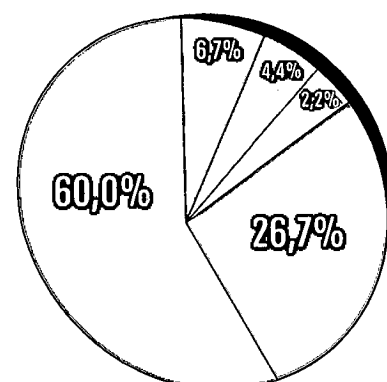


Sobre os restaurantes, bares e afins, os números positivos aumentaram consideravelmente, sendo que as informações eficientes, que atendem as expectativas e que superam as expectativas margearam um percentual de 68,8% dos entrevistados (ver quadro 05).

QUALIDADE DE REPASSE DE INFORMAÇÃO DA POPULAÇÃO LOCAL SOBRE O SETOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS

☐ Informações eficientes
 ☐ Infor. atendem as expectativas
 ☐ Infor. superam as expectativas
 ☐ Não souberam responder
 ☐ Informações insuficientes

Gráfico 05: Qualidade de repasse de inf. Da população relativo ao setor de Alimentos e Bebidas
Fonte: Equipe técnica

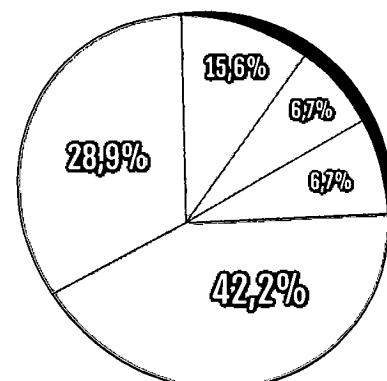


Há um equilíbrio maior, quando o assunto da entrevista foi direcionado aos passeios e as agências de receptivo local neste quesito, a amplitude, ou seja, a distância do pior índice para o melhor índice está mais próxima, o que mostra uma insegurança muito grande por parte da população e uma não consolidação quanto ao repasse desse tipo de informação. Perceba a pouca diferença entre informações insuficientes 28,9 e informações que atende as expectativas 15,6%. (Ver gráfico 06)

QUALIDADE DE REPASSE DE INFORMAÇÃO DA POPULAÇÃO LOCAL SOBRE O SETOR DE RECEPTIVO TURÍSTICO

☐ Informações eficientes
 ☐ Infor. atendem as expectativas
 ☐ Infor. superam as expectativas
 ☐ Não souberam responder
 ☐ Informações insuficientes

Gráfico 06: Qualidade de repasse de inf. da população relativo ao setor de receptivo turístico
Fonte: Equipe técnica



Este item é o mais importante nesta avaliação, pois analisamos o nível de informação que o munícipe é capaz de repassar sobre os pontos de visitação que a cidade oferece, este que é o grande alvo que o turista em sua maioria busca ao se deslocar para uma cidade como Analândia.

Ainda destacamos que pode ocorrer que o turista venha ao município em busca de um atrativo que ele tenha sido informa-

6.12.1. Qualidade dos serviços prestados

Neste tópico, abordaremos a qualidade dos serviços prestados pelos equipamentos de turismo aos seus visitantes. É justo ressaltar que cada empreendimento foi avaliado de acordo com seu público alvo, respeitando as exigências de seu segmento de mercado.

Nesse primeiro momento, avaliamos

qualquer empresa do ramo, como uniformização dos funcionários, utilização de crachás de identificação, sinalização interna e em algumas vezes até mesmos a tabela de tarifário exposto para os hóspedes.

A gestão familiar, porém, traz benefícios ao atendimento, que é realizado de maneira quase informal, deixando o seu visitante à vontade oportunizando um descanso e despreocupação com meio ao

QUALIDADE DE REPASSE DE INFORMAÇÃO DA POPULAÇÃO LOCAL SOBRE OS DESTINOS E PASSEIOS TURÍSTICOS

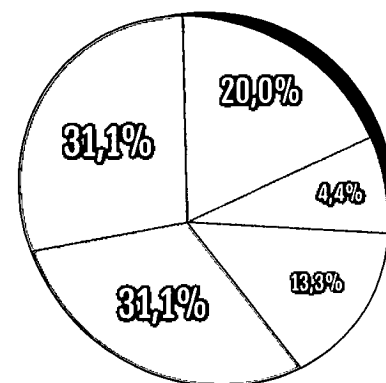
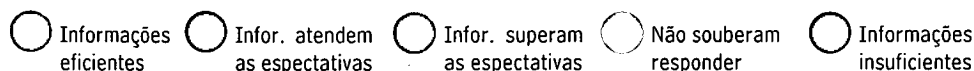


Gráfico 07: Qualidade de repasse de inf. da população sobre os destinos e passeios turísticos.
Fonte: Equipe técnica

do e, no ato da visitação, por uma deficiência de informação ou por alguma dificuldade, ele não consiga chegar ao seu objetivo. Fato esse que poderia ser corrigido pelas informações do munícipe.

Sobre os resultados das informações sobre os passeios turísticos, os números demonstram novamente uma insegurança da população local em lidar com tais assuntos, onde 33,3% foram bem avaliados, ou seja, as informações atenderam ou superaram as expectativas, 35,5% foram mal avaliados, ou seja, não souberam ou repassaram informações insuficientes e 33,1% foram eficientes no repasse de suas informações. (ver quadro 07).

Concluindo, é notório que a qualidade da informação turística repassada ao visitante não é a ideal. Porém, como muitas das informações em todas as categorias de pesquisas foram classificadas como eficientes, concluímos que o atual nível de interação da comunidade com seu visitante não compromete a atividade turística, mas ainda não detém a qualidade necessária para que o município como um todo consiga encantar e fidelizar seus turistas, algo fundamental para a identificação da cidade como polo turístico.

6.12. Análise dos serviços locais

alguns aspectos gerais, como no caso, a ausência de mão de obra qualificada é uma crítica e preocupação geral dos empreendedores do município, que muitas vezes por não encontrar uma mão de obra de funcionários de qualidade dentro da cidade, optam por trazer pessoal das cidades vizinhas, o que aumenta seu custo, e, consequentemente diminui sua margem de ganho.

Em um segundo momento, destacamos aspectos específicos de cada grupo de prestadores de serviço, analisando então o sistema de hospedagem, sistema de alimentos e bebidas e comerciantes em geral do município de Analândia.

6.12.2. Equipamentos de hospedagem

Ao analisarmos os meios de hospedagens que compõem a oferta turística de Analândia, identificamos uma estrutura de gestão totalmente familiar, fazendo com que muitas vezes, alguns detalhes sejam esquecidos no ato da sua prestação de serviço.

Detalhes estes, que podem muitas vezes fazer falta, independentemente da característica psíquica ou econômica de um visitante, tais como, a ausência de itens que remetem profissionalismo e seriedade a

qual ele está inserido, o que pode ser considerado algo procurado pela demanda real que frequenta a cidade. Todavia, esse atendimento informal por muitas vezes se extrapola, fazendo com que sejam encontradas recepções vazias, sem qualquer instrumento de identificação sonoro de pessoas, gerando um ambiente que remete a um total abandono do local. Em alguns casos até mesmo moradores fixos da pousada acabam fazendo o papel de recepção do hospede involuntariamente, o que passa uma situação complicada ao hospede, lhe causando uma sensação de invasão de privacidade.

Os serviços gerais das pousadas são eficientes como: higiene, qualidade do leito ofertado, atividades de lazer, serviço de reservas, check in, check out são bem desenvolvidos pelo local.

Aspectos profissionalizantes de serviços eficientes e bem desenvolvidos são enaltecidos, como algumas pousadas que ofertam aos hóspedes brindes, geralmente artesanatos locais em dias especiais, tais como: aniversários, lua de mel, dentre outros, situação que torna o momento de um visitante tão especial que o fideliza junto ao município.

As estruturas apresentadas nos meios de hospedagem garantem certo conforto para todos os públicos, que podem

ser diversos graças à grande variedade de preço oferecidos dentro do município. A grande preocupação pauta-se no fato de

que muitas pousadas se encontram fechadas durante a semana e até mesmo na sexta feira, o que pode prejudicar um

processo de repasse de informação institucional da comunidade e até mesmo um processo promocional da cidade.

Item	Avaliação dos serviços de Meios de Hospedagem				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Atendimento					
Serviços					
Estrutura dos estabelecimentos					
Preço praticado					

Quadro 03: Avaliação dos serviços de Meios de Hospedagem
Fonte: Equipe técnica

PRINCIPAIS QUALIDADES	PRINCIPAIS FRAQUEZAS
Atendimento informal geral ambiente harmônico nas pousadas	Ausência de mão de obra qualificada
Variedade de preços praticados	Pousadas fechadas meios de semana
Estrutura adequados para todos os segmentos e públicos.	Atendimento informal muitas vezes prejudica na visitação
Serviços de fidelidade ao cliente	

6.12.3. Equipamentos de Alimentos e Bebidas

Os restaurantes, lanchonetes e pizzarias que a cidade oferece assim como no sistema de hospedagem são baseados em uma administração familiar, porém, podemos dar destaque ao atendimento bem mais formalizado e atencioso.

A qualidade dos serviços e das refeições oferecidas, sejam eles "self service", por quilo ou "à la carte" atendem às

expectativas, são refeições fartas, bem elaboradas, exceto pela cautela na produção final do prato.

O curioso se deve ao fato de não termos conseguido identificar uma gastronomia típica local. Não existe um prato intrínseco da região produzido pela cidade.

Em dias de semana não conseguimos identificar um local para jantar, pois os restaurantes simplesmente não abrem no meio de semana em seu período noturno, algo que pode prejudicar planos para

combate a períodos sazonais.

Recentemente, no município, muitos detentores de equipamentos de serviços em alimentos e bebidas acabaram sendo fechados por não conseguirem atender às exigências da vigilância sanitária, alegando certo exagero do referido órgão em seu procedimento de fiscalização. Situação que deve ser estudada e discutida com urgência pelas autoridades municipais.

Item	Avaliação dos serviços dos serviços de alimentos e bebidas				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Atendimento					
Serviços					
Estrutura dos estabelecimentos					
Preço praticado					

Quadro 03: Avaliação dos serviços de Alimentos e bebidas
Fonte: Equipe técnica

PRINCIPAIS QUALIDADES	PRINCIPAIS FRAQUEZAS
Atendimento de qualidade	Não oferece jantar no município em dias comuns
Estabelecimento em sua maioria bem	Não identificação de m prato típico local

6.12.4. Comércio local

O comércio local se adequa ao turismo em seus horários de abertura, em feriados prolongados. Os comerciantes conseguem passar um bom atendimento e ofertam serviços relevantes de acordo com a realidade do município.

apresentou de maneira muito profissional, com um excelente padrão visual. Os empreendedores comercializam diversos roteiros turísticos dentro do município de Analândia, oferecendo transportes turísticos, roteiros guiados e transporte adequado para tais atividades.

O fortalecimento da agência em seu histórico no município é notável, principalmente depois de criar e comercializar roteiros de diversos valores, possibilitando o visitante de diversas categorias econômicas a desfrutarem de atividades de lazer

dentro da cidade.

Os funcionários da agência conhecem bem a região, os atrativos turísticos e demonstram todo seu conhecimento em seu atendimento, além de possuir exclusividade de acessos em pontos turísticos particulares.

O ponto fraco da agência é a não consolidação junto a outra agência que possibilite a emissão de um grande emissor de grupos turísticos para Analândia, o que poderia ajudar o crescimento do município.

6.12.5. Receptivo turístico

A agência de receptivo local, se apre-

Item	Avaliação dos serviços da agência de turismo receptivo				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Atendimento					
Serviços					
Estrutura dos estabelecimentos					
Preço praticado					

Quadro 03: Avaliação dos serviços de agência de receptivo
Fonte: Equipe técnica

PRINCIPAIS QUALIDADES	PRINCIPAIS FRAQUEZAS
Organização de rotas e roteiros	Não possuir parceiros emissivos que encaminham grupos para eles.
Divisão de público específicos	
Variedade de produtos	
Já aplicam parcerias em outros municípios	

6.12.6. Trabalho em rede

O trabalho em rede bem desenvolvido nada mais é do que uma colaboração mútua para que todos os empreendimentos se divulguem e possibilitem uma troca de clientes e informações entre si, aumentando as opções ofertantes para o turista, dentro de uma localidade.

Como exemplo, um hóspede de um

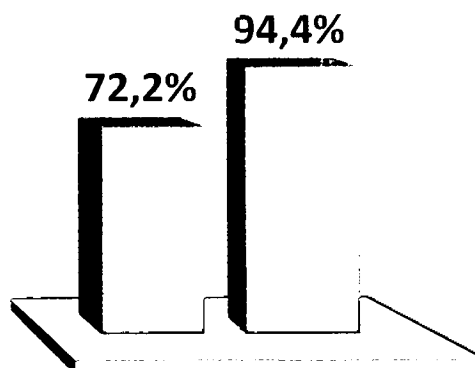
hotel que se descolou ao município para conhecer uma determinada cachoeira, ao ser informado pelo recepcionista do mesmo hotel sobre um passeio nas montanhas, este turista irá certamente se satisfazer por ver o leque de opções aumentar. Consequentemente, ele ficará alguns dias a mais na localidade ou até mesmo voltar com maior periodicidade anual à cidade, deixando mais recursos e dividias dentro do

município. Logo, todos os entes da rede e do comércio local sairão ganhando. No caso de Analândia, essa troca de informações já acontece, no gráfico abaixo 94,2% dos empreendimentos locais já se divulgam dentro do mesmo setor comercial, ainda, 72,2% dos empreendimentos da cidade se divulgam entre setores comerciais diferentes. (ver gráfico y)

ANÁLISE DO TRABALHO EM REDE DENTRO DO MESMO DO MUNICÍPIO DE ANALÂNDIA

Divulga parceiros em setores diferentes

Divulga parceiros dentro do mesmo setor



Quadro 03: Gráfico Y: Análise do trabalho em rede dentro do município de Analândia
Fonte: Equipe técnica

Porém, esses números não significam a eficiência aliada ao bom funcionamento que uma rede de turismo exige, por ter sido formatada de maneira involuntária e informal. Sem o treinamento, organização e padronização destas informações repassadas, essa rede pode estar sendo comprometida pelo nível do detalhamento e da qualidade da informações prestadas, podendo gerar indicações de serviços de baixa qualidade, o que compromete a imagem do turismo dentro da cidade.

Mas isso não aconteceria se esta rede estivesse formalizada e gerida através de

lei municipal. E também se estivesse subordinada a um crivo profissional por parte do poder executivo.

Essa rede não só detém o papel de informar e trocar clientes, assim como de criar estratégias promocionais em conjunto com o objetivo de fidelizar os turistas, oferecer descontos e pontuação entre os participantes.

Além de informação, uma rede de serviços bem sucedida se caracteriza através de parcerias, seja ela comercial, de repasse de descontos entre parceiro ou até mesmo de troca de serviços e benefícios

gratuitos entre clientes em comum.

Outra possibilidade de rede é sua intermunicipalização, ou seja, a efetivação de parcerias com empresas de municípios diferentes. Neste caso avaliamos algumas parcerias entre os empreendedores municipais e, apenas 16,7% das empresas entrevistadas possuem algum tipo de parceria comercial. O número decepciona ainda mais quando comparado às parcerias intermunicipais, caindo para 5,6%. (ver gráfico Y)

ANÁLISE DE PARCEIRIAS ENTRE EMPRESAS MUNICIPAIS COM OUTRAS LOCALIDADES

Parcerias comerciais com empresas de outros municípios

Parcerias comerciais com empresas dentro do município

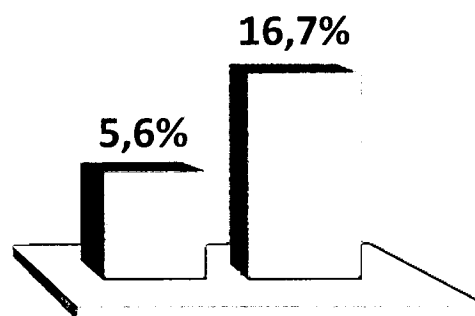


Gráfico Y: Análise de parcerias entre empresas municipais com outras localidades
Fonte: Equipe técnica

6.13. Análise dos produtos turísticos

Encerrando este ciclo de análises sobre a estrutura e produtos turísticos do município de Analândia, faremos a principal análise neste momento referente aos produtos e pontos turísticos municipais, que foram divididos em dois grupos: produtos turísticos públicos e produtos turísticos privados.

6.13.1. De caráter público

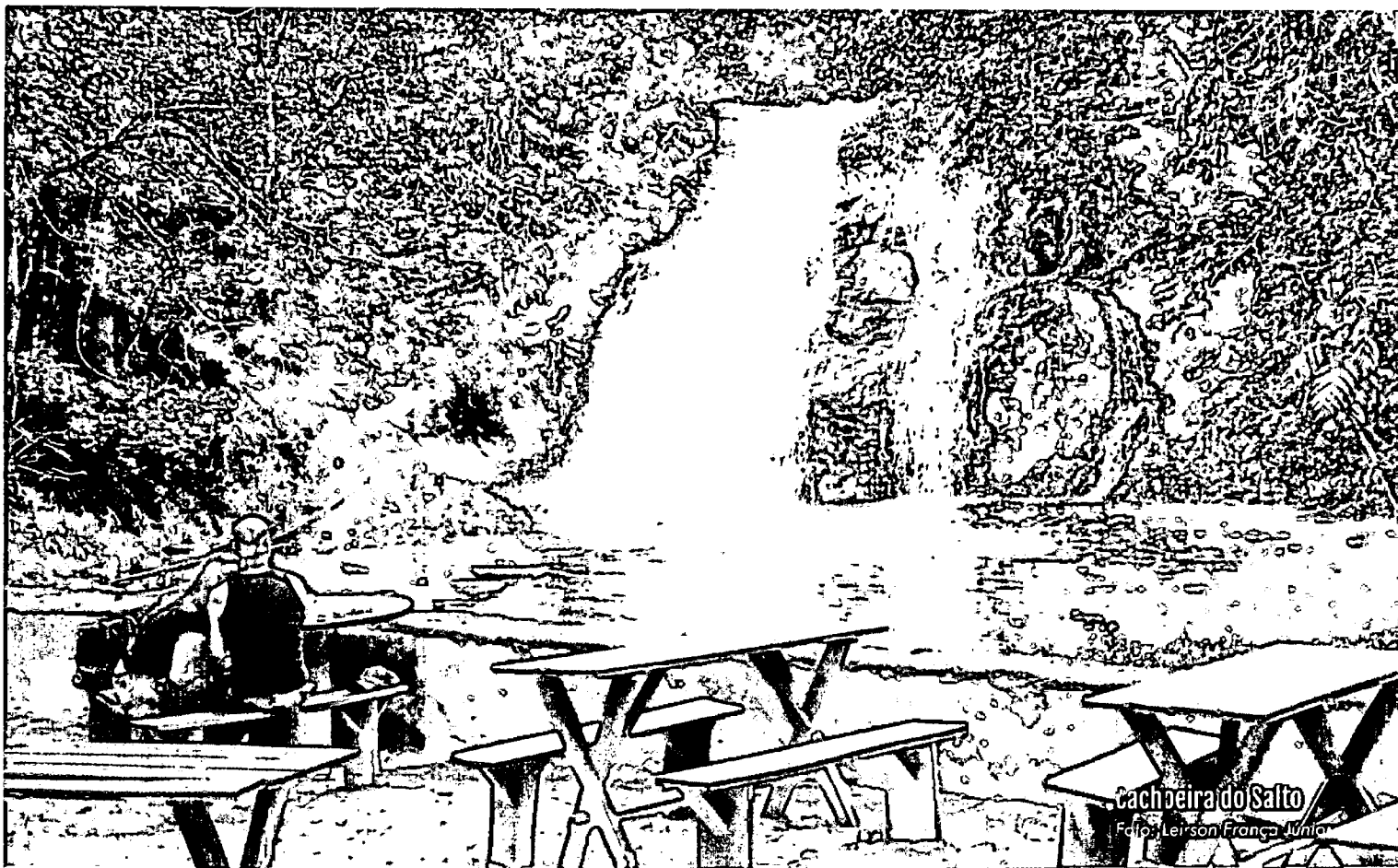
Caixa D'Água: Local com potencial para ser transformado em um clube de lazer destinado a população, conta com piscinas de água natural, churrasqueiras e espaço de lazer.

Porém, neste momento o local se encontra fechado para passar por reformas e, só assim, se tornar um ponto de lazer municipal.

Pelo fato do local estar fechado, o mesmo não passará por nossa avaliação.

Cachoeira do Salto

Cachoeira localizada logo na entrada do município, de forte e volumosa queda d'água, conta com uma prainha pequena composta de areia. O seu acesso se dá através de uma escada de concreto de bastante impacto visual, sem nenhuma condição para acesso para deficientes físicos.



O estado de manutenção da cachoeira é extremamente precário, visualiza-se um grande percentual de vegetação alta, o que dificulta o acesso à cachoeira, além de serem encontrados diversos tipos de lixo doméstico no espaço de visitação.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Repasse de informação					
Atendimento					
Serviços					
Estrutura					
Atividades oferecidas					
Uniformização					
Padrão Visual					
Sinalização Interna					
Preço					
Acesso interno					
Estacionamento					
Equipamentos					
Higienização					
Segurança					
Acessibilidade					
Manutenção					
Acesso					

Atividade

A Lagoa, cercada por uma pista de caminhada, conta com uma beleza atraente e pode compor com qualidade um circuito de turismo interno, city tour, mesmo com a escassez de atividades que o turista pode

interagir.

Ela ainda conta com espaço para uma trilha ecológica e uma suposta colocação de um espaço de alimentos e bebidas. A manutenção do local é eficiente, o que torna

a localidade agradável para passar alguns momentos de contato com o meio ambiente.



Foto: Laís de Almeida Junior

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Repasse de informação					
Atendimento					
Serviços					
Estrutura					
Atividades oferecidas					
Uniformização					
Padrão Visual					
Sinalização Interna					
Preço					
Acesso interno					
Estacionamento					
Equipamentos					
Higienização					
Segurança					
Acessibilidade					
Manutenção					
Acesso					

Ponte Amarela

Local onde os munícipes locais se encontram em seus momentos vagos para fazerem encontros e piqueniques. Pela frequência de pessoas que já utilizam o local aliado a falta de beleza cênica,

estrutura e serviços turísticos, acreditamos que o local deva ser utilizado como ponto de lazer para a comunidade e não com finalidade turística.

Para complicar ainda mais a situação,

o acesso ao local é difícil, desestruturado, além de ter uma manutenção precária, para não dizer inexistente. Em nossa visita ao local, até resto de alimento orgânico foi encontrado.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Repasse de informação					
Atendimento					
Serviços					
Estrutura					
Atividades oferecidas					
Uniformização					
Padrão Visual					
Sinalização Interna					
Preço					
Acesso interno					
Estacionamento					
Equipamentos					
Higienização					
Segurança					
Acessibilidade					
Manutenção					
Acesso					



Igreja Matriz de Sant'Anna

A Igreja Matriz de Sant'Anna, fundada em 23 de outubro de 1887, é de estilo Barroco e resguarda esta estrutura trazida de Portugal. Também nela estão

presentes muitas imagens de Santos no estilo Barroco, vindas de Portugal.

É um atrativo utilizado por quase toda população de Analândia, que acompanha

seu calendário anual com as diversas celebrações e manifestações religiosas.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Repasse de informação					
Atendimento					
Serviços					
Estrutura					
Atividades oferecidas					
Uniformização					
Padrão Visual					
Sinalização Interna					
Preço					
Acesso interno					
Estacionamento					
Equipamentos					
Higienização					
Segurança					
Acessibilidade					
Manutenção					
Acesso					

Foto: Leirson França Júnior



6.13.2. De caráter privado

Cuscuzeiro:

Local repleto de atividades de lazer, oferece arco e flecha, churrasqueira, dardo, piscina, trilha ecológica, passeio a cavalo e mesmo um passeio de veículo motorizado (bondinho) até o pé do cuscuzeiro. O visitante pode contemplar o cuscuzeiro de diversos ângulos e apreciações.

O ponto fraco do local se dá pela falta de padrão visual e qualidade paisagística do espaço, que poderia conter cenários mais bem produzidos em suas atividades turísticas. Essa ausência gera certo aspecto de desleixo em alguns trechos, o que facilmente seria resolvido com um capricho paisagístico e um trabalho de padronização visual, com sinalização interna, logomarcas, e placas indicativas.

Quanto aos serviços, sentimos a ausência de um setor de recepção. O

restaurante é bem estruturado, mas deixa a desejar na estrutura dos sanitários, por outro lado, a vista do restaurante é privilegiada, avistando o cuscuzeiro por completo.

Sem dúvidas se trata de um local importantíssimo para Analândia como destino turístico, já que oferece uma estrutura aceitável para que o turista se aproxime um pouco mais de um de seus principais símbolos: o cuscuzeiro.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Repasse de informação					
Atendimento					
Serviços					
Estrutura					
Atividades oferecidas					
Uniformização					
Padrão Visual					
Sinalização Interna					
Preço					
Acesso interno					
Estacionamento					
Equipamentos					
Higienização					
Segurança					
Acessibilidade					
Manutenção					
Acesso					

Morro do Camelo

Um dos principais complexos paisagísticos, de beleza cênica única. Em sua base, onde as pessoas deixam seus carros já se pode ter uma bela vista de toda a região, local espetacular, perfeito para con-

templação cênica e panorâmica da região.

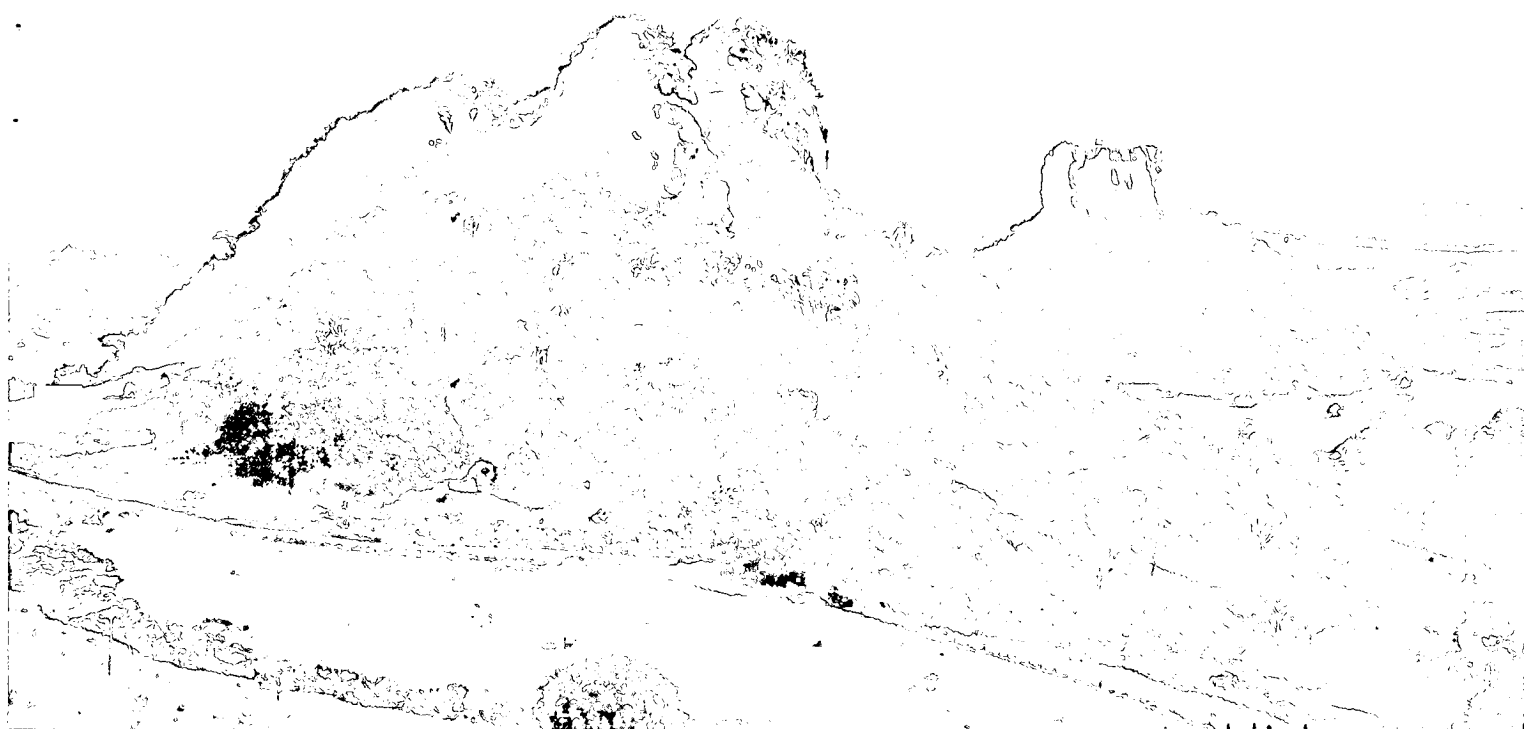
Porém totalmente sem estrutura. Não há nenhum investimento público ou privado para receber os turistas de uma maneira concreta e profissional. Se por um lado o lo-

cal tem potencial para ser um ícone nacional e já atrai visitantes de todo o estado, por outro lado, a estrutura que a localidade merece ainda não foi nem mesmo planejada.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Repasse de informação					
Atendimento					
Serviços					
Estrutura					
Atividades oferecidas					

Uniformização					
Padrão Visual					
Sinalização Interna					
Preço					
Acesso interno					
Estacionamento					
Equipamentos					
Higienização					
Segurança					
Acessibilidade					
Manutenção					
Acesso					

Foto: Leirson França Júnior



www.analandia.org.br

Haras

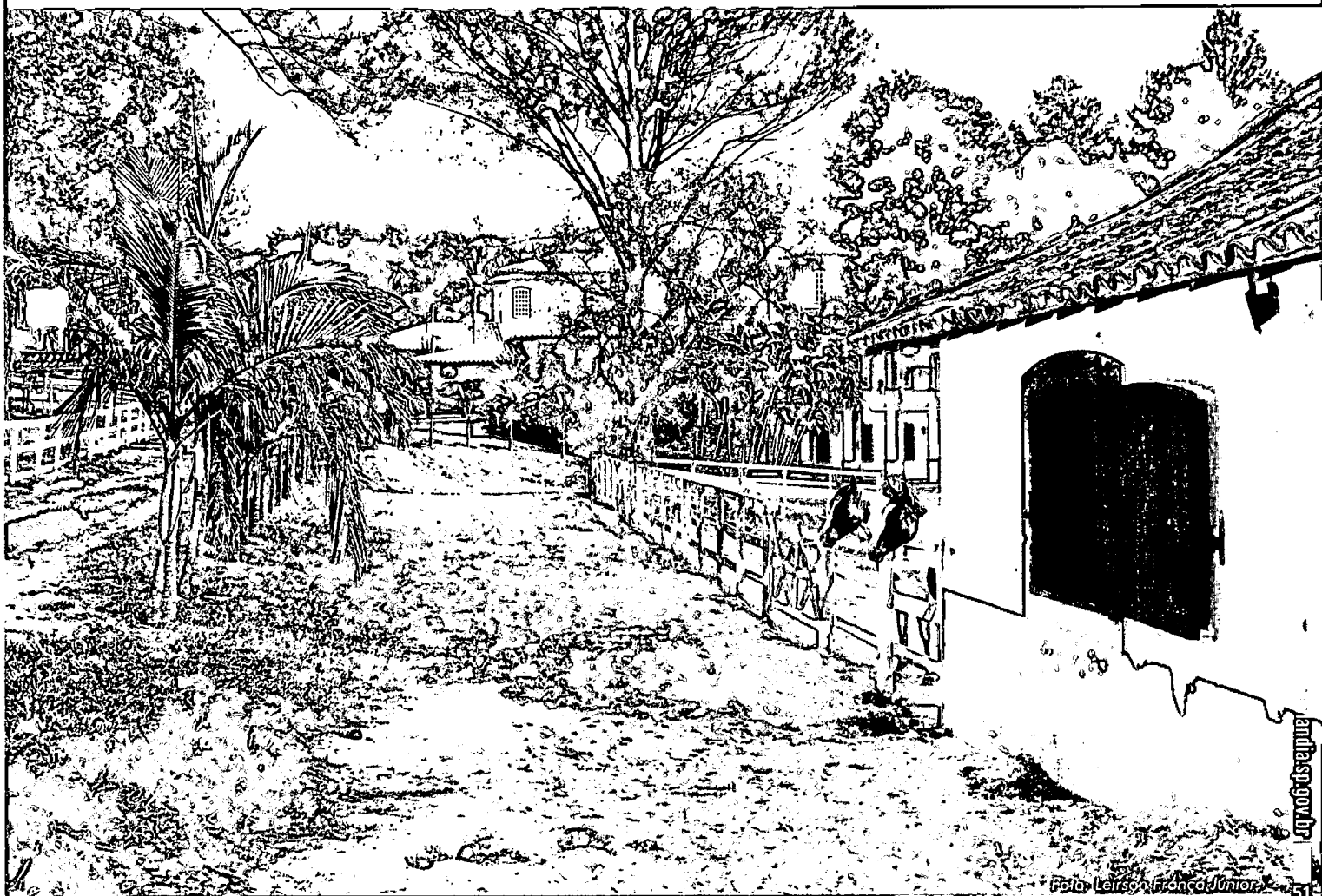
Local especial. Com três cachoeiras para visitação, uma trilha que passa por rios de águas cristalinas, encontrando diversas piscinas naturais. Na sede do haras, encontra-se uma casa colonial com características históricas únicas, encontra-

se também a igrejinha local. E, com grande destaque, é claro, a visitação de cavalos Paint Horse, cavalos especiais que, no Brasil, só podem ser apreciados em Analândia.

A manutenção, equipamentos e limpeza são impecáveis.

O proprietário conta com uma equipe exclusiva para garantir a melhor manutenção dos animais, do local e de aspectos paisagísticos impecáveis. O ponto fraco fica por conta do acesso que em dias chuvosos pode dificultar um visitante walk in.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Repasse de informação					
Atendimento					
Serviços					
Estrutura					
Atividades oferecidas					
Uniformização					
Padrão Visual					
Sinalização Interna					
Preço					
Acesso interno					
Estacionamento					
Equipamentos					
Higienização					
Segurança					
Acessibilidade					
Manutenção					
Acesso					



Cachoeira do Escorrega

O local oferece diversas atividades, como passeios em veículo 4 x 4, trekking, visita a três cachoeiras, boia maneira (uma espécie de boia cross). As cachoeiras não oferecem quedas d'água acentuadas, apenas belas corredeiras que se forma junto a piscinas e poços naturais de águas bem translúcidas.

A estrutura do local é interessante, oferecendo placas internas, lixeiras e bancos de madeira. Contudo, esta estrutura ainda precisa de alguns detalhes, pequenos caprichos estruturais, principalmente nos espaços da churrasqueira, estacionamento e recepção.

A pouca variedade do cardápio do res-

taurante pode comprometer, além de alguns detalhes, como a exposição da cozinha, que deixa transparecer cozinheiras sem devido equipamento de proteção individual e de higienização, como toucas de cabelos. Pode acontecer de turistas mais exigentes perceberem e reclamarem.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Repasse de informação					
Atendimento					
Serviços					
Estrutura					
Atividades oferecidas					
Uniformização					
Padrão Visual					
Sinalização Interna					
Preço					
Acesso interno					
Estacionamento					
Equipamentos					
Higienização					
Segurança					
Acessibilidade					
Manutenção					
Acesso					



Foto: Lerson França Júnior

Cachoeira da Bocaina

Cachoeira não oferece a mínima estrutura para um local turístico pago, sanitários em péssimo estado de conservação, locais perigosos, seus serviços de receptividade não atendem bem o turista e, por fim, a água da queda secou.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Repasse de informação					
Atendimento					
Serviços					
Estrutura					
Atividades oferecidas					
Uniformização					
Padrão Visual					
Sinalização Interna					
Preço					
Acesso interno					
Estacionamento					
Equipamentos					
Higienização					
Segurança					
Acessibilidade					
Manutenção					
Acesso					



Gruta do Índio

O atrativo está localizado em propriedade particular, onde seu acesso é feito apenas pelo receptivo local. A gruta fica em um topo de uma montanha que para chegar até lá, exige de qualquer pessoa grande esforço, pois são alguns metros

de caminhada muito íngreme. Nela o que mais se pratica é o rapel e também a contemplação do local. Não existe sinalização externa para chegar até a Gruta, porém na trilha em mata fechada há algumas placas sinalizando e também cor-

rimãos que ajudam na subida proporcionando certa segurança. No trajeto pelas vias rurais o turista se depara com várias "porteirolas" exigindo que o mesmo abra e feche, gerando um pequeno desconforto em seu passeio.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Repasse de informação					
Atendimento					
Serviços					
Estrutura					
Atividades oferecidas					
Uniformização					
Padrão Visual					
Sinalização Interna					
Preço					
Acesso interno					
Estacionamento					
Equipamentos					
Higienização					
Segurança					
Acessibilidade					
Manutenção					
Acesso					



Ruínas da Chaminé

Ruínas da Chaminé é da época do café, quando Analândia era um dos principais pontos de entroncamento para a travessia deste produto pela Ferrovia. A

Chaminé representa indícios dessa época majestosa para a cidade. Localizada dentro das propriedades da Fazenda Chapultepec, não é, infelizmente, aberta ao público para

visitação sem autorização prévia do proprietário, depois também de adquirida a autorização, o turista terá acesso ao atrativo.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Repasse de informação					
Atendimento					
Serviços					
Estrutura					
Atividades oferecidas					
Uniformização					
Padrão Visual					
Sinalização Interna					
Preço					
Acesso interno					
Estacionamento					
Equipamentos					
Higienização					
Segurança					
Acessibilidade					
Manutenção					
Acesso					

Foto: Leirson França Júnior



Gruta Nossa Senhora de Lurdes

Um atrativo que se esconde em mata fechada, seu acesso exige uma caminhada com certo nível de dificuldade. O local apresenta modificações feitas pelo homem, alterando a imagem do atrativo descarac-

terizando o ambiente.

Seu acesso é pago quando o turista compra um pacote do receptivo e o leva até o atrativo. Mas o local, mesmo sendo em propriedade particular, visitado por pes-

soas sem pagar taxa alguma e que, às vezes, desfruta de forma imprópria.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Repasse de informação					
Atendimento					
Serviços					
Estrutura					
Atividades oferecidas					
Uniformização					
Padrão Visual					
Sinalização Interna					
Preço					
Acesso interno					
Estacionamento					
Equipamentos					
Higienização					
Segurança					
Acessibilidade					
Manutenção					
Acesso					



Orquidário

Empreendimento em atual desenvolvimento estrutural. Sua localização de fácil acesso também é um dos pontos positivos para quem deseja conhecer o local e adquirir seus produtos.

No local, proprietários e funcionários dominam de forma profissional todas as informações que passam a seus clientes explicando detalhadamente cada produto ali oferecido.

Um local diferenciado, onde precisa também de algumas melhorias na sinalização e em seu visual interno.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Repasse de informação					
Atendimento					
Serviços					
Estrutura					
Atividades oferecidas					
Uniformização					
Padrão Visual					
Sinalização Interna					
Preço					
Acesso interno					
Estacionamento					
Equipamentos					
Higienização					
Segurança					
Acessibilidade					
Manutenção					
Acesso					



Antiga Estação

A estação foi inaugurada pela Cia. Rio Clareense em 1884, que depois de sua desativação em 01/09/1966, o prédio foi vendido para uma família que decidiu conservá-lo, mesmo usando-o como moradia. No jardim, ainda está a antiga

casa do chefe da estação e, a seu lado, trilhos com um vagão que foi utilizado no ramal.

Um atrativo que guarda memórias e histórias do município e que tentou conservar ao máximo o que restou do

prédio. Em território particular também, é preciso obter autorização para acessar seu espaço, onde turisticamente percebemos que é muito pouco explorado.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Repasse de informação					
Atendimento					
Serviços					
Estrutura					
Atividades oferecidas					
Uniformização					
Padrão Visual					
Sinalização Interna					
Preço					
Acesso interno					
Estacionamento					
Equipamentos					
Higienização					
Segurança					
Acessibilidade					
Manutenção					
Acesso					



Posicionamento de Mercado



7. Posicionamento de mercado

O Posicionamento de Mercado é a posição relativa que ocupam marcas, produtos e serviços nas mentes dos seus respectivos consumidores. No turismo, essa realidade é ainda mais presente quando um visitante inicia um projeto de viagem, neste momento, ele se direcionará para a cidade ou destino no qual ele se identifica através da imagem turística que ela possui.

Saber se posicionar perante seu público é vital para o bom desenvolvimento de uma cidade turística, assim como a garantia de frequência de visitantes, algo que abordaremos neste capítulo.

Iniciaremos a análise observando quais atividades Analândia oferece hoje para o seu turista, descobrindo assim qual segmento de turismo é mais forte e mais vendável em seu território.

Em seguida, entendermos quais turistas que frequentam o município, demanda real, e quais podem vir a frequentá-lo, demanda potencial.

E por último faremos um estudo de quais são os concorrentes e quais são os potenciais parceiros como destinos turísticos comparando Analândia, para assim, concluirmos, e decidirmos qual o real posicionamento de mercado o produto turístico municipal deve adotar.

7.1. Segmentos turístico local

O município de Analândia busca sua consolidação no mercado do turismo, se destaca pelos segmentos direcionados a suas belezas naturais e atividades de aventura. Muitas vezes o posicionamento de mercado utilizado pelo município pode ser equivocado, muitas prefeituras se divulgam num espaço mercadológico saturado ou apresentando suas potencialidades menos desenvolvidas, ocasionando perdas econômicas imensuráveis, algo que será observado neste capítulo.

Ocasionalmente, o mercado turístico

possibilita algumas lacunas mercadológicas que ainda não são exploradas ou preenchidas por algum destino e até mesmo por um segmento de turismo que, se diagnosticada, pode ser utilizada e explorada pelo município de Analândia. Portanto, o primeiro passo a se discutir é qual o posicionamento de mercado ideal para Analândia, observar de qual ou quais vocações turísticas já estão desenvolvidas e consolidadas dentro do território municipal. Para isso, apresentaremos um quadro que esclarecerá essas análises relatando todas as atividades turísticas realizadas dentro da cidade, seja ela serviços, passeios ou produtos comercializados. Estes dados que serão confrontados com as suas respectivas frequências de visitação e a faixa etária que estes produtos turísticos podem servir. (ver quadro 99).

Logo, utilizando os relatórios contidos no capítulo 3 (diagnóstico), em confluência a estes dados, analisaremos aspectos

Atrativo:	Segmentação Psíquica / Motivacional						
	Frequência	Qualidade	Aventura	Histórico	Ecoturismo	Religioso	Eventos
Cachoeira do Salto	A	AT			1		
Cachoeira do Escorrega	A	AT			2		
Caixa D'água	B	I					
Lago da Bruxa	B	AT			3		
Cachoeira da Ponte Amarela	B	I			4		
Morro do Camelo	M	AT	1		5		
Morro do Guscuzelro	A	AT	2		6		
Gruta do Índio	M	AT	3				
Gruta N.S de Lurdes	M	I	4			1	
Haras Vila Colonial	M	AT					
Ruínas da Chaminé	B	I					
Antiga Estação	M	AT					
Igreja Matriz	M	AT				2	
Cavalgada	M	AT			7		
Trilhas e Caminhadas	M	AT			8		
Arco e Flecha	B	AT					
Arborismo	M	AT	5				
Bondinho	M	AT					
Rapel Escalada	A	AT	6				

Sendo que: A= Frequência Alta, M = Frequência Média, B = Frequência Baixa /

imprescindíveis para posicionar o município dentro do mercado turístico, como a qualidade desses destinos turísticos, frequência anual de visitantes, tipologia motivacional, faixa etária indicada referente aos destinos turísticos em análise e psíquica do público que já visitam os destinos turísticos locais, situações indispensáveis para o posicionamento de mercado.

Assim, separaremos quais os destinos turísticos que detêm a melhor qualidade para se expor no mercado e que apresentem uma frequência desejável para iniciarmos a identificação do posicionamento de mercado que Analândia deve apresentar.

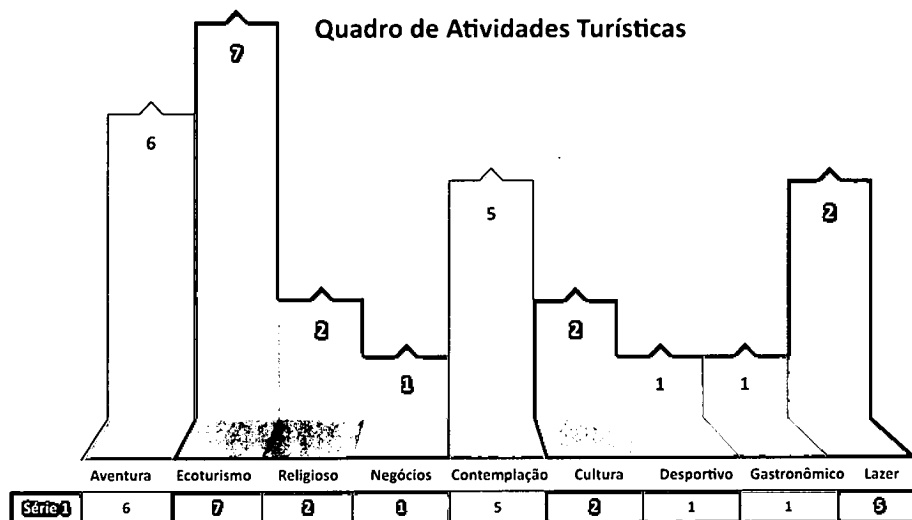
Concluimos que as atividades de lazer possui a qualidade de seus serviços classificadas como baixa ou média. Algo que inviabiliza um destaque da cidade perante o mercado, fazendo com que essa segmentação seja excluída do posicionamento de mercado a princípio. Oportunizando,

que o foco do município se direciona, em uma primeira análise para turismo de aventura, ecoturismo e contemplação.

Esses segmentos de turismo mencionados, ecoturismo e contemplação, proporcionam um amplo trabalho perante seu

público alvo, sendo que suas atividades correspondentes oferecem serviços de qualidade que atendem e superam as expectativas dos visitantes.

Quadro de Atividades Turísticas



						Segmentação Etária			
Negócios	Contemplação	Cultura	Desportivo	Gastronômico	Lazer	Criança	Adolescente	Adulto	Idoso
	1								
	2								
					1				
					2				
					3				
	3			1					
	4								
1	5								
		1							
	6								
					4				
			1						
					5				
I = Insuficiente , AT = Atende as Expectativas, E = Eficiente, S= Supera as Expectativas									

Outro fator importantíssimo a citar, é a possibilidade do município oferecer atividades para visitantes de todas as idades e, conseqüentemente, se posicionarem junto ao mercado para atrair estes públicos, já que os mesmos estão em evidência junto a uma demanda potencial e demanda real, análise melhor detalhada no tópico 3.3 e 3.4.

Os demais itens pontuados acima, como o turismo religioso, de negócios, desportivo e de lazer devem ser apontados como potencial turístico e não serem utili-

zados para vender a imagem da cidade.

Entre os posicionamentos de mercado remanescentes a serem trabalhados, o Ecoturismo, o turismo de Aventura e o turismo de Contemplação, podemos descartar o segmento de Aventura do posicionamento de mercado de Analândia, já que o município de Brotas está totalmente consolidado no mercado dentro do segmento de Aventura, já incorporada à imagem de cidade de Aventura.

Por isso competir com Brotas seria um caminho não harmoniosos para a

regionalização e um combate desigual com uma cidade tão consolidada dentro deste segmento, já possuindo equipamentos e serviços de qualidade muito acima de Analândia.

Entendemos então que Brotas deve ser encarada como mais uma parceira do que uma concorrente. Ver mais no capítulo 3.4 e 3.5.

Após todas as análises, resumidas no quadro abaixo, Analândia deve se posicionar perante o mercado como uma cidade de ecoturismo e contemplação.

Quadro de resumo de segmentação para posicionamento de mercado

Segmentos selecionados	Selecionado	Não selecionado	Motivo do descarte	Motivo da Seleção
Aventura			Concorrência com Brotas	
Serviços			Falta de qualidade dos serviços oferecidos	
Estrutura dos estabelecimentos				Atende aos critérios de posicionamento de mercado
Preço praticado				Atende aos critérios de posicionamento de mercado

7.2. Análise de Demanda Real

A demanda real é aquela que já frequenta um destino turístico. No caso de Analândia, essa demanda é de característica regional. Analândia hoje é frequentada por turistas vindos de regiões em tor-

torno do município, com destaque para as mesorregiões de Campinas, Ribeirão Preto, Araraquara, Piracicaba e região metropolitana de São Paulo. Para entendermos melhor essas regiões, analisaremos diversos dados e informações, uma a uma. Esses dados nos darão base para melhor posi-

cionarmos o turismo municipal perante o mercado já frequentador.

Quadro de resumo de informações da demanda real de Analândia (SP)

Mesorregião	Microrregião	Cidades	Distancia	Habitantes	Faixa Etária					Poder Aquisitivo
					Criança	Adolescente	Jovem	Adulto	Idoso	
Ribeirão Preto	Barretos	Barretos	237 km	2.376.360	6,8%	12,8%	29,9%	31,8%	13,3%	R\$1.487,50
		Colina								
		Colômbia								
	Batatais	Altinópolis	134 km							
		Batatais								
		Cajuru								
		Cássia dos Coqueiros								
		Santa Cruz da Esperança								
		Santo Antônio da Alegria								
	Jaboticabal	Bébedouro	155 km							
		Cândido Rodrigues								
		Fernando Prestes								
		Guariba								
		Jaboticabal								
		Monte Alto								
		Monte Azul								
		Paulista								
		Pirangi								
		Pitangueiras								
		Santa Ernestina								
		Taiacu								
		Taiúva								
		Taquaral								
		Taquaritinga								

Ribeirão Preto	Jaboticabal	Terra Roxa Viradouro Vista Alegre do Alto	237 km	2.376.360	6,8%	12,8%	29,9%	31,8%	13,3%	R\$1.487,50		
	Franca	Franca Cristais Paulista Itirapua Jeriçuará Patrocínio Paulista Pedregulho Restinga Ribeirão Corrente Rifaina São José da Bela Vista	222 km									
		Ituverava	Aramina Buritizal Guará Igarapava Ituverava Barrinha								235 km	
			Ribeirão Preto								Brodowski Cravinhos Dumont Guataporã Jardinópolis Luiz Antônio Pontal Pradópolis Ribeirão Preto Santa Rita do Passa Quatro Santa Rosa de Viterbo São Simão Serra Azul Serrana Sertãozinho	136 km
											São Joaquim da Barra	Guaira Ipuã Jaborandi Miguelópolis Morro Agudo Nuporanga Orlândia Sales Oliveira São Joaquim da Barra

Mesorregião	Microrregião	Cidades	Distancia	Habitantes	Faixa Etária					Poder Aquisitivo
				Criança	Adolescente	Jovem	Adulto	Idoso		

Araraquara	Microrregião de Araraquara	Américo Brasiliense Araraquara Boa Esperança do Sul Borborema Dobrada Gavião Peixoto Ibitinga Itápolis Matão Motuca Nova Europa Rincão Santa Lúcia Tabatinga Trabiju	90 km	810.926	6,9%	12,2%	29,8%	32,7%	19,4%	R\$1.419,29	
		Microrregião de São Carlos	Decalvado Dourado Ibaté Ribeirão Bonito São Carlos								43 km

Mesorregião	Microrregião	Cidades	Distancia	Habitantes	Faixa Etária					Poder Aquisitivo
				Criança	Adolescente	Jovem	Adulto	Idoso		

Piracicaba	Microrregião de Limeira	Araras Conchal Boa Esperança do Sul Cordeirópolis Iracemópolis Leme Limeira Santa Cruz da Conceição Santa Gertrudes	80 km	1.577.257	6,5%	12,6%	29,9%	32,3%	18,7%	R\$1.488,63	
		Microrregião de Piracicaba	Águas de São Pedro Capivari								87 km

Campinas	Microrregião de Campinas	Pedreira	132 km	3.785.620	6,5%	12,4%	30,1%	33,1%	18,3%	R\$1.653,22
		Santa Bárbara d'Oeste								
		Sumaré								
		Valinhos								
	Microrregião de Mogi Mirim	Vinhedo	118 km							
		Artur Nogueira								
		Engenheiro Coelho								
		Estiva Gerbi								
		Itapira								
		Mogi Guaçu								
	Microrregião de Pirassununga	Mogi Mirim	83 km							
		Santo Antônio da Posse								
		Aguaí								
		Pirassununga								
	Microrregião de São João da Boa Vista	Porto Ferreira	101 km							
		Santa Cruz das Palmeiras								
Microrregião de São João da Boa Vista	Mococa	101 km								

Dados retirados do IBGE 2010: Sendo Crianças = 5 a 9 anos, Adolescente = 10 a 15 anos, Jovem 18 a 35 anos, Adulto 36 a 59 anos, Idoso acima de 60 anos, tabela 1381, 1378

Dados retirados do IBGE 2010: Sendo Crianças = 5 a 9 anos, Adolescente = 10 a 15 anos, Jovem 18 a 35 anos, Adulto 36 a 59 anos, Idoso acima de 60 anos, tabela 1381, 1378

Analizamos que Analândia ainda não se consolidou perante sua demanda real, prova disto, condiz com o número de habitantes que esta região somada detém. Um número espantoso de quase trinta milhões de habitantes. Este número seria suficientemente para preencher todos os leitos municipais, todos os dias do ano tranquilamente, sendo inadmissível o fato de que a cidade sofria em períodos de baixa temporada.

Concluímos que a região que frequenta o município de Analândia se encaixa dentro do perfil de posicionamento de mercado da cidade, o ecoturismo e a contemplação, elencado nos capítulos anteriores, já que a maioria da população se caracteriza jovem e adulto estando em idade propícia para a prática de tais atividades.

Esta demanda real possui uma condição de renda média a elevada, observando os índices que ultrapassam R\$1.000,00

mês por pessoa, renda esta, que viabiliza que grande parte de uma mesorregião tenha condições financeiras de consumir um produto turístico voltado ao ecoturismo e turismo de Aventura.

A maioria das regiões elencadas está localizada a um raio de 250 km ao entorno de Analândia, distância ideal para que o visitante possa utilizar de equipamentos e estruturas para ecoturismo e contemplação, sendo que os pacotes turísticos que a cidade oferece levam de 1 a 5 dias para serem desfrutados.

Por fim, esse conjunto de municípios analisados junto ao quadro acima soma uma população de mais de trinta milhões de habitantes, número que mostra que o turismo de Analândia ainda tem muito potencial de crescimento. Algo que deverá ser fruto de bastante trabalho a ser realizado, com o intuito de captar estes turistas e se consolidar de vez dentro do seu entorno

regional.

A mais importante percepção desta análise situa-se quanto ao entendimento que as regiões em destaque estão inseridas em áreas de paisagens compostas por conglomerados urbanizados e cinzentos e, muitas vezes, situados em grandes polos detentores de ambientes ruidosos e abafados.

Esta situação faz com que os habitantes destes espaços busquem qualidade de vida, o que muitas vezes implica no desejo de apreciar áreas verdes, interagir e contemplar espaços naturais. Portanto, a decisão por um mercado direcionado para o Ecoturismo e Contemplação é inevitável. Ver mapa de ilustração.

7.3. Análise da demanda potencial

A demanda potencial é toda aquela que possa vir a frequentar o município por qualquer que seja a motivação que impulse o seu deslocamento. Logo, analisaremos todos os municípios que ainda não são frequentadores de Analândia de acordo com a pesquisa de demanda realizada. Enfatizamos que, inicialmente, deve-se trabalhar a demanda real, para posteriormente pensar em uma ampliação da abrangência de seus turistas para uma demanda potencial. Então, algumas regiões foram elencadas para serem classificadas como demanda potencial, sendo algumas das regiões de São Paulo e de estados vizinhos como a região do sul de Minas, Triângulo Mineiro e norte do Paraná. Abaixo segue um quadro de resumo dessas re-



giões que foram separadas através da regionalização geopolítica, conhecidas co-

Quadro de resumo de informações da demanda Potencial de Analândia (SP)

Mesorregião	Microrregião	Cidades	Distancia	Habitantes	Faixa Etária					Poder Aquisitivo
					Criança	Adolescente	Jovem	Adulto	Idoso	
Araçatuba	Microrregião de Andradina	Andradina	358 km	695.801	6,07%	12,3%	35,1%	36,07%	21,41%	R\$1.289,98
		Castilha								
		Guaraçai								
		Ilha Solteira								
		Itapura								
		Mirandópolis								
		Murutinga do Sul								
		Nova Independência								
		Pereira Barreto								
		Sud Mennucci								
	Microrregião de Araçatuba	Suzanópolis	358 km							
		Araçatuba								
		Bento de Abreu								
		Guararapes								
		Lavinia								
	Microrregião de Birigui	Rubiácia	358 km							
		Santo Antônio do Aracanguá								
		Valparaíso								
		Alto Alegre								
		Avanhandava								
		Barbosa								
		Bilac								
		Birigui								
		Braúna								
		Brejo Alegre								
		Buritama								
		Clementina								
		Coroados								
		Gabriel Monteiro								
		Glicério								
		Lourdes								
		Luziânia								
		Penápolis								
		Piçatu								
		Santópolis do Aguapeí								
		Turiúba								
Mesorregião	Microrregião	Cidades	Distancia	Habitantes	Faixa Etária					Poder Aquisitivo
					Criança	Adolescente	Jovem	Adulto	Idoso	
Presidente Prudente	Microrregião de Adamantina	Adamantina	450 km	848.124	6,45%	12,5%	35,08%	25,74%	22%	R\$1.262,08
		Flora Rica								
		Flórida Paulista								
		Inúbia Paulista								
		Irapuru								
		Lucélia								
		Mariápolis								
		Oswaldo Cruz								
		Pacaembu								
		Parapuã								
		Pracinha								
		Rinópolis								
		Sagres								
		Saumurão								
	Microrregião de Dracena	Dracena	450 km							
		Juqueirópolis								
		Monte Castelo								
		Nova Guataporanga								
		Ouro Verde								
		Panorama								
		Paulicéia								
		Santa Mercedes								
		São João do Pau-d'Alho								
		Tupi Paulista								
	Microrregião de Presidente Prudente	Alfredo Marcondes	450 km							
		Alvares Machado								
		Anhumas								
		Caiaçu								
		Caiaú								
		Emilianópolis								
		Estrela do Norte								
		Euclides da Cunha Paulista								
		Indiana								
		João Ramalho								
		Marabá Paulista								
		Martinópolis								

Pres. Prudente	Microrregião de Presidente Prudente	Mirante de Paranapanema	450 km	848.124	6,45%	12,5%	35,08%	25,74%	22%	R\$1.262,08
		Narandiba								
		Piquerobi								
		Pirapozinho								
		Presidente Bernardes								
		Presidente Epitácio								
		Presidente Prudente								
		Presidente Venceslau								
		Rancharia								
		Regente Feijó								
		Ribeirão dos Índios								
		Rosana								
		Sandovalina								
		Santo Anastácio								
		Santo Expedito								
		Taciba								
		Tarabai								
Teodoro Sampaio										
Mesorregião	Microrregião	Cidades	Distancia	Habitantes	Faixa Etária					Poder Aquisitivo
Itapetininga	Microrregião de Capão Bonito	Apiáí	205 km	824.453	7,84%	14,68%	35,86%	23,11%	17,95%	R\$1.075,54
		Barra do Chapéu								
		Capão Bonito								
		Guapiara								
		Iporanga								
		Itaóca								
		Itapirapuá Paulista								
		Ribeira								
		Ribeirão Branco								
	Ribeirão Grande									
	Microrregião de Itapetininga	Alambari	205 km							
		Angatuba								
		Capina do Monte Alegre								
		Guareí								
	Microrregião de Itapeva	Itapetininga	205 km							
		Barão de Antonina								
		Bom Sucesso de Itararé								
		Buri								
		Coronel Macedo								
		Itaberá								
		Itapeva								
		Nova Campina								
		Riversul								
		Taquarítuba								
	Microrregião de Tatuí	Taquarivaí	205 km							
		Boituva								
		Cerquilho								
		Cesário Lange								
		Laranjal Paulista								
		Pereiras								
		Porangaba								
		Quadrô								
		Tatuí								
	Torre de Pedra									
Mesorregião	Microrregião	Cidades	Distancia	Habitantes	Faixa Etária					Poder Aquisitivo
Assis	Microrregião de Assis	Assis	341 km	553.778	6,83%	13,03%	34,74%	25,18%	21,21%	R\$1.216,23
		Paraguacu Paulista								
		Cândido Mota								
		Palmital								
		Tarumã								
		Maracaj								
		Quatá								
		Iepê								
		Ibirarema								
		Campos Novos Paulista								
		Platina								
		Pedrinhas Paulista								
		Nantes								
		Florínea								
		Lutécia								
		Cruzália								
		Borá								
	Microrregião de Ourinhos	Bernardino de Campos	205 km							
		Canitar								
		Chavantes								
		Espírito Santo do Turvo								
		Fartura								

Assis	Microrregião de Ourinhos	Ipauçu	341 km	553.778	6,83%	13,03%	34,74%	25,18%	21,21%	R\$1.216,23
		Manduri								
		Óleo								
		Ourinhos								
		Piraju								
		Ribeirão do Sul								
		Salto Grande								
		Santa Cruz do Rio Pardo								
		São Pedro do Turvo								
		Sarutaiá								
		Taguaí								
		Tejupá								
		Timburi								
Mesorregião	Microrregião	Cidades	Distancia	Habitantes	Faixa Etária					Poder Aquisitivo
Marília	Microrregião de Marília	Alvaro de Carvalho	274 km	440.058	6,36%	12,45%	35,34%	25,49%	22,03%	R\$1.329,53
		Alvinândia								
		Echaporã								
		Fernão								
		Gália								
		Garça								
		Quatã								
		Lupércio								
		Marília								
		Ocaucu								
		Oriente								
		Oscar Bressane								
		Pompéia								
		Vera Cruz								
	Microrregião de Tupã	Alvaro de Carvalho	274 km							
		Alvinândia								
		Echaporã								
		Fernão								
		Gália								
		Garça								
		Lupércio								
		Marília								
		Ocaucu								
		Oriente								
		Oscar Bressane								
		Pompéia								
		Vera Cruz								
Mesorregião	Microrregião	Cidades	Distancia	Habitantes	Faixa Etária					Poder Aquisitivo
Litoral Sul	Microrregião de Itanhaém	Itanhaém	334 km	462.390	8,32%	15,42%	32,29%	23,05%	21,12%	R\$1.013,75
		Itariri								
		Mongaguá								
		Pedro de Toledo								
	Microrregião de Registro	Peruíbe	334 km							
		Barra do Turvo								
		Cajati								
		Cananeia								
		Eldorado								
		Iguape								
		Oriente								
		Ilha Comprida								
		Jacupiranga								
		Juquiá								
		Miracatu								
		Parquera-Açu								
		Registro								
		Sete Barras								
Mesorregião	Microrregião	Cidades	Distancia	Habitantes	Faixa Etária					Poder Aquisitivo
V. do P. Paulista	Microrregião de Bananal	Arapéj	363 km	459.251	7,13%	13,38%	37,24%	24,7%	17,2%	R\$1.504,07
		Areias								
		Bananal								
		São José do Barreiro								
	Microrregião de Campos do Jordão	Silveiras	363 km							
		Campos do Jordão								
		Monteiro Lobato								
	Microrregião de Caraguatatuba	Santo Antônio do Pinhal	363 km							
		São Bento do Sapucaí								
		Caraguatatuba								
		Ilhabela								
		São Sebastião								
		Ubatuba								
		Aparecida								

Vale do Paraíba Paulista	Microrregião de Guaratinguetá	Aparecida	363 km	459.251	7,13%	13,38%	37,24%	24,7%	17,2%	R\$1.504,07
		Cachoeira Paulista								
		Canas								
		Cruzeiro								
		Guaratinguetá								
		Lavrinhas								
		Lorena								
		Piquete								
		Potim								
		Queluz								
	Microrregião de Paraibuna / Paraitiba	Roseira	363 km							
		Cunha								
		Jambeiro								
		Lagoinha								
		Natividade da Serra								
		Paraibuna								
	Microrregião de São José dos Campos	Redenção da Serra	363 km							
		São Luiz do Paraitinga								
		Caçapava								
		Igaratá								
		Jacareí								
		Pindamonhangaba								
		Santa Branca								
		São José dos Campos								
		Taubaté								
		Tremembé								
Mesorregião	Microrregião	Cidades	Distancia	Habitantes	Faixa Etária					Poder Aquisitivo
					Criança	Adolescente	Jovem	Adulto	Idoso	
Bauru	Microrregião de Avaré	Águas de Santa Bárbara	161 km	1.454.111	6,81%	12,78%	36,51%	24,71%	19,68%	R\$1.386,55
		Arandu								
		Avaré								
		Cerqueira César								
		Iaras								
		Itai								
		Itatinga								
		Paranapanema								
	Microrregião de Bauru	Arealva	161 km							
		Arcêópolis								
		Avaú								
		Baubinos								
		Bauru								
		Borebi								
		Guarabara								
		Duratiina								
		Itanga								
		Lençóis Paulistas								
		Lucianópolis								
		Pirapitinga								
	Microrregião de Botucatu	Anhembi	161 km							
		Bofete								
		Botucatu								
		Conchas								
		Pardinho								
		Pratânia								
	Microrregião de Jaú	São Manoel	161 km							
		Cafelândia								
		Getulina								
		Guaiçara								
		Guaimbé								
		Julio Mesquita								
		Lins								
		Promissão								
	Sabino									
Todos os dados apresentados no quadro acima são retirados do IBGE Estatística. Onde se ler rendimento, entenda: População economicamente ativa com renda mensal.										

Demanda potencial fora do estado de São Paulo:

Mesorregião	Microrregião	Distancia	Habitantes	Faixa Etária					Poder Aquisitivo
				Criança	Adolescente	Jovem	Adulto	Idoso	
Sul de Minas Gerais	Alfenas	142 km	2.438.611	6,93%	16,8%	38,96%	25,4%	12,71%	R\$1.303,98
	Andrelândia								
	Itajubá								
	Passos								
	Poços de Caldas								
	Pouso Alegre								

Mesorregião	Microrregião	Distância	Habitantes	Faixa Etária					Poder Aquisitivo
				Criança	Adolescente	Jovem	Adulto	Idoso	
Uberaba	Araxá	305 km	2.144.482	6,8%	16,19%	33,84%	25,08%	11,45%	R\$1.345,47
	Araguari								
	Ituiutaba								
	Patos de Minas								
	Uberaba								
	Uberlândia								
Londrina	Apucarana	441 km	2.037.183	6,67%	16,47%	32,37%	25,49%	12,47%	R\$1.380,89
	Astorga								
	Faxinal								
	Floraí								
	Ivaiporã								
	Londrina								
	Maringá								
	Porecatu								

Analândia não terá dificuldade de fidelizar esse novo grupo de turistas potenciais já que as características destes são bem semelhantes a dos frequentadores atuais de seu território, sendo pessoas jovens e adultas de poder aquisitivo desejável e que se encontram em polos e conglomerados urbanos e, certamente, procurarão áreas que possibilitem melhor qualidade de vida.

Ressaltando que o público de terceira idade também chama a atenção, sendo um percentual altíssimo perto da média nacional, o que comprova que o município deva fazer investimentos em infraestrutura para atender esse público.

7.4. Análise dos parceiros

Citar os nomes das cidades que fazem parte do circuito de Analândia e citar em qual segmento as cidades vizinhas podem estabelecer tal parceria.

Brotas seria o parceiro ideal, pois o turismo de aventura se completa ao turismo de ecoturismo e contemplação.

7.5. Análise da concorrência

É importante que o município, como qualquer outro destino turístico, conheça seus concorrentes para que assim, formule suas estratégias, analise e compare seus produtos e serviços antes mesmo de colocá-los no mercado.

Faremos exatamente isso neste plano diretor de turismo: analisaremos todos os municípios que se posicionam perante o mercado da mesma maneira de Analândia, ou seja, voltado ao turismo de ecoturismo e contemplação.

Logo, concorrentes serão entendidos como todos os municípios que detêm pro-

produtos turísticos semelhantes ao de Analândia e que, por este motivo, aliado a proximidade geográfica, pode eventualmente disputar a atração de turistas dentro da demanda real e potencial acima apresentada. Assim, listaremos alguns municípios que detêm a característica acima citada, são eles:

Alto Caparaó (MG)

A cidade tem a principal entrada para o Parque Nacional do Caparaó, que fica na divisa entre o estado de Minas Gerais e do Espírito Santo. Possui como principal atrativo o Pico da Bandeira, terceira montanha mais alta do país.

Conceição do Ibitipoca (MG)

O Parque Estadual do Ibitipoca é o principal atrativo da região. Suas trilhas de diferentes níveis de dificuldade atraem famílias e aventureiros.

Gonçalves (MG)

A zona rural da cidade atrai turistas em busca de suas cachoeiras e mirantes.

Ilhabela (SP)

A ilha encanta não só pelas suas praias, mas também pelas trilhas, cachoeiras e mirantes. Os mergulhadores também se esbaldam com os navios naufragados nos fins do século 19 e início do século 20.

Iporanga (SP)

A cidade abriga três dos quatro núcleos de visitação do Petar (Parque Estadual Turístico do Alto Ribeira). Passeios nas cavernas e cachoeiras são as atividades mais procuradas.

Itatiaia (RJ)

A cidade hospeda o Parque Nacional do Itatiaia, o primeiro parque nacional brasileiro. A região tem uma extensão da Serra da Mantiqueira, o que atrai montanhistas de todo o país.

Monte Verde (MG)

O romantismo da cidade não deixa suas atrações menos radicais. Tiroleas, trekking e passeio de quadriciclo fazem parte da rotina diária de passeios turísticos locais.

Paraty (RJ)

Para alcançar as praias mais lindas de Paraty é preciso encarar trilhas no meio do mato ou passeios de barco pela baía, contornando ilhas e ilhotas. Como recompensa, você terá a seus pés as areias do Sono, que ainda dá acesso às isoladas enseadas de Antigos e Antiguinho.

Pedra Azul (ES)

O Parque Estadual engloba parte do município de Domingos Martins e o trecho mais belo da serra capixaba. O relevo montanhoso é responsável pelas belezas e atrações locais.

Santa Bárbara (MG)

Patrimônio natural e histórico, o Santuário do Caraça possui trilhas e cachoeiras além de lobos-guarás que podem ser vistos ao anoitecer.

São José do Barreiro (SP)

A Trilha do Ouro é o mais famoso atrativo do Parque Nacional da Serra da Bocaina, com trechos de piso pé-de-moleque, cachoeiras e contato direto com a Mata Atlântica. Para os menos aventureiros, há trilhas menores e boas pousadas para descansar.

São Sebastião (SP)

É o trecho mais badalado do litoral paulista. Os cem quilômetros da orla são rodeados pela Mata Atlântica e fomentados por bons hotéis e boa gastronomia.

Serra da Canastra (MG)

A paisagem do Parque Nacional da Serra da Canastra é feita de Campos de Altitude e Cerrado. Muitas atrações têm o acesso complicado. Algumas têm a contratação de um guia como requisito obrigatório.

Serra do Cipó (MG)

Importante santuário da flora brasi-

leira, o Parque Nacional Serra do Cipó (MG) alia longas trilhas com numerosas nascentes, riachos e cachoeiras das bacias do Rio São Francisco e Rio Doce.

Socorro (SP)

Todos podem se aventurar nas atrações de Socorro. A cidade é pioneira em acessibilidade para turismo de aventura. As corredeiras do Rio do Peixe são ideais para os iniciantes no rafting.

Teresópolis (RJ)

O Parque Nacional da Serra dos Órgãos, em Teresópolis (RJ), é a principal atração para os amantes da natureza. Entre trilhas e piscinas naturais, abriga o Pico Dedo de Deus (foto), ícone da região.

Visconde de Mauá (RJ)

Em Visconde de Mauá durante o dia o principal programa são as caminhadas para curtir a natureza local. À noite é hora de desfrutar a boa gastronomia e relaxar em um dos confortáveis hotéis da região.

Foz do Iguaçu (PR)

A cidade tem o segundo cartão postal brasileiro mais reconhecido mundo afora, graças à beleza sem fim das Cataratas do Parque Nacional do Iguaçu.

Bonito (MS)

Em Bonito, ninguém põe o pé sem antes fazer reserva, pagar taxa de visita e contratar um guia. Mesmo com toda a estrutura disponível aos turistas, muitos atrativos parecem intocados. É o caso do Rio Sucuri, na foto.

Chapada dos Guimarães (MT)

Com suas enormes formações rochosas, mirantes e cachoeiras, o Parque Nacional da Chapada dos Guimarães, criado em 1989, é uma das principais atrações do Cerrado brasileiro.

Chapada dos Veadeiros (GO)

A Chapada dos Veadeiros abriga rios cristalinos, cachoeiras de mais de 100 metros, trilhas e paredões de pedra. O Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros foi declarado Patrimônio Mundial pela UNESCO em 2001.

Extrema (MG)

Cidade com diversas atividades de lazer e ecoturismo, com grande potencial graças ao seu comprometimento, organização e empenho do poder público local.

Segue abaixo um quadro de resumo dos principais concorrentes do município de Analândia.

Mesorregião	Estado							Supera Analândia em serviços e produtos?		
	MG	SP	MT	GO	RJ	PR	ES	Criança	Adolescente	Jovem
Extrema										
Cipó										
Canastra										
Santa Bárbara										
Monte Verde										
Gonçalves										
Ibitipoca										
Caparaó										
Visconde de Mauá										
Teresópolis										
Itatiaia										
Pedra Azul										
Chapada dos Veadeiros										
Chapada dos Guimarães										
Bonito										
Foz do Iguaçu										
Socorro										
São Sebastião										
São José do Barreiro										
Ilha Bela										
Iporanga										

Entendemos que os principais concorrentes nacionais de Analândia estão um passo a frente, oferecendo serviços e produtos de maior qualidade. Contudo, ao confrontarmos a imensidão habitacional de sua demanda real e potencial, ainda há um vasto espaço para ser explorado pelo município.

Um sinal vermelho deve ser ligado, pois sua estrutura de serviços e a quantidade de equipamentos para o turismo deve urgentemente passar por melhorias para garantir uma melhor competitividade no mercado.

Nas atuais condições de desenvolvimento em que o município detém e estando em um patamar inferior de seus concorrentes, em termos de produtos, Analândia ainda tem um diferencial paisagístico intrínseco, formado pelo cuscuzeiro e morro do camelo, que devem ser explora-

dos positivamente para garantir vantagem perante a concorrência e assim ganhar a atenção dos turistas.

7.6. Análise das estratégias de marketing, promoção e comunicação utilizadas

Após entendermos sobre o posicionamento mercadológico de Analândia e entendermos as características do público alvo e potencial que frequentam, faremos uma avaliação relativa à maneira com a qual o município se divulga perante seus turistas. Para tal avaliação, diagnosticamos os seis veículos de informação que o município utiliza para fim de promoção e divulgação, são eles: utilização de eventos de turismo, web site, o programa roda São Paulo, folder institucional, mapa institucional e um guia da APRACESP.

Abaixo faremos a análise individual de cada um:

7.6.1 Veículos de divulgação utilizados

a) Eventos

O município de Analândia utiliza de alguns eventos para efetivar a promoção de seus destinos turísticos, como as feiras da APRACESP e da ABAV. As feiras temáticas são bastante interessantes, pois elas conseguem unir os públicos diretos, os potenciais turistas e o público indireto, as agências de viagens que podem ocasionalmente fazer o papel de indutores de turistas.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Designer Gráfico	Não se aplica				
Qualidade da Informação					
Quantidade de Informação					
Ilustração	Não se aplica				
Abrangência					
Atende os anseios do turista					

b) Web Site

No site oficial do município consta um espaço exclusivo para a divulgação dos produtos turísticos da cidade, porém, o mesmo deixa a desejar em termo de

informação, tanto quantitativos, já que muitos empreendimentos não são encontrados neste espaço, quanto qualitativo, pois as informações lá presentes são insuficientes e incompletas.

O designer e elementos gráficos não

condizem com o que se espera ao visitar uma web portal turístico, em elementos gráficos, visuais e principalmente a logística e transparência das informações prestadas.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Designer Gráfico					
Qualidade da Informação					
Quantidade de Informação					
Ilustração					
Abrangência					
Atende os anseios do turista					

c) Roda São Paulo

Roda SP é um programa itinerante que percorre diversas regiões do estado ao longo do ano, acompanhando os grandes fluxos de turistas em festas, eventos e férias escolares. A frota que conta com ônibus double-deckers realizou suas primeiras rotas na região de Campos de Jordão, no inverno das férias de julho de 2011.

A partir de roteiros desenhados para

se aperfeiçoar a visitação aos atrativos das cidades é possível embarcar e desembarcar quantas vezes quiser, permanecendo nos pontos turísticos pelo tempo que desejar.

Assim, por R\$ 10,00 reais, o usuário compra uma passagem em forma de cartão eletrônico que pode ser usada por 24 horas para subir e descer nos ônibus quantas vezes ele precisar. Por exemplo: Na edição da Baixada Santista, o turista pôde acordar em

Santos, pegar um ônibus para o Guarujá, passar a manhã por lá e depois jantar em São Vicente. É uma iniciativa inédita no país que ajuda a redistribuir as grandes concentrações de turistas pelas cidades vizinhas a grandes eventos com um produto turístico de alta qualidade e baixo custo.

O programa roda São Paulo é extremamente interessante, pois estimula o turismo interno, tornando-se uma ótima ferramenta de disseminação do turismo local.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Designer Gráfico					
Qualidade da Informação					
Quantidade de Informação					
Ilustração					
Abrangência					
Atende os anseios do turista					

d) Folder municipal

O folder oferecido pelo município atende às expectativas do turista, sua arte gráfica e ilustração são bem elaboradas e nele há um mapa turístico ilustrativo.

Todavia, em nível dos empreendimen-

tos particulares, as informações referentes aos produtos turísticos estão ausentes, como nível de dificuldade dos atrativos, qualidade do receptivo.

Além disso, a abrangência e o alcance deste material são muito restritos, sendo distribuído apenas dentro do posto de

informações turísticas municipal, mesmo que o ideal seria a distribuição deste material em cidades alvo, com o objetivo de aumentar a demanda real existente.

Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Designer Gráfico					
Qualidade da Informação					
Quantidade de Informação					
Ilustração					
Abrangência					
Atende os anseios do turista					

e) Guia de turismo da Aprecesp

A APRECESP - Associação das Prefeituras das Cidades Estâncias do Estado de São Paulo é uma entidade sem fins lucrativos, criada em 1985 e seu principal objetivo é a luta pelos interesses, pelo

desenvolvimento e representatividade das 67 Estâncias do estado de São Paulo.

Esta instituição cria um guia envolvendo os municípios participantes, este que detém um ótimo trabalho fotográfico e gráfico. Quanto ao nível de informação, o mesmo se caracteriza eficiente para tal tipo

de guia regional. Novamente a distribuição desse material é o ponto fraco, pois o mesmo poderia ser melhor distribuído e utilizado para atrair turistas localizados e não somente em feiras e eventos.

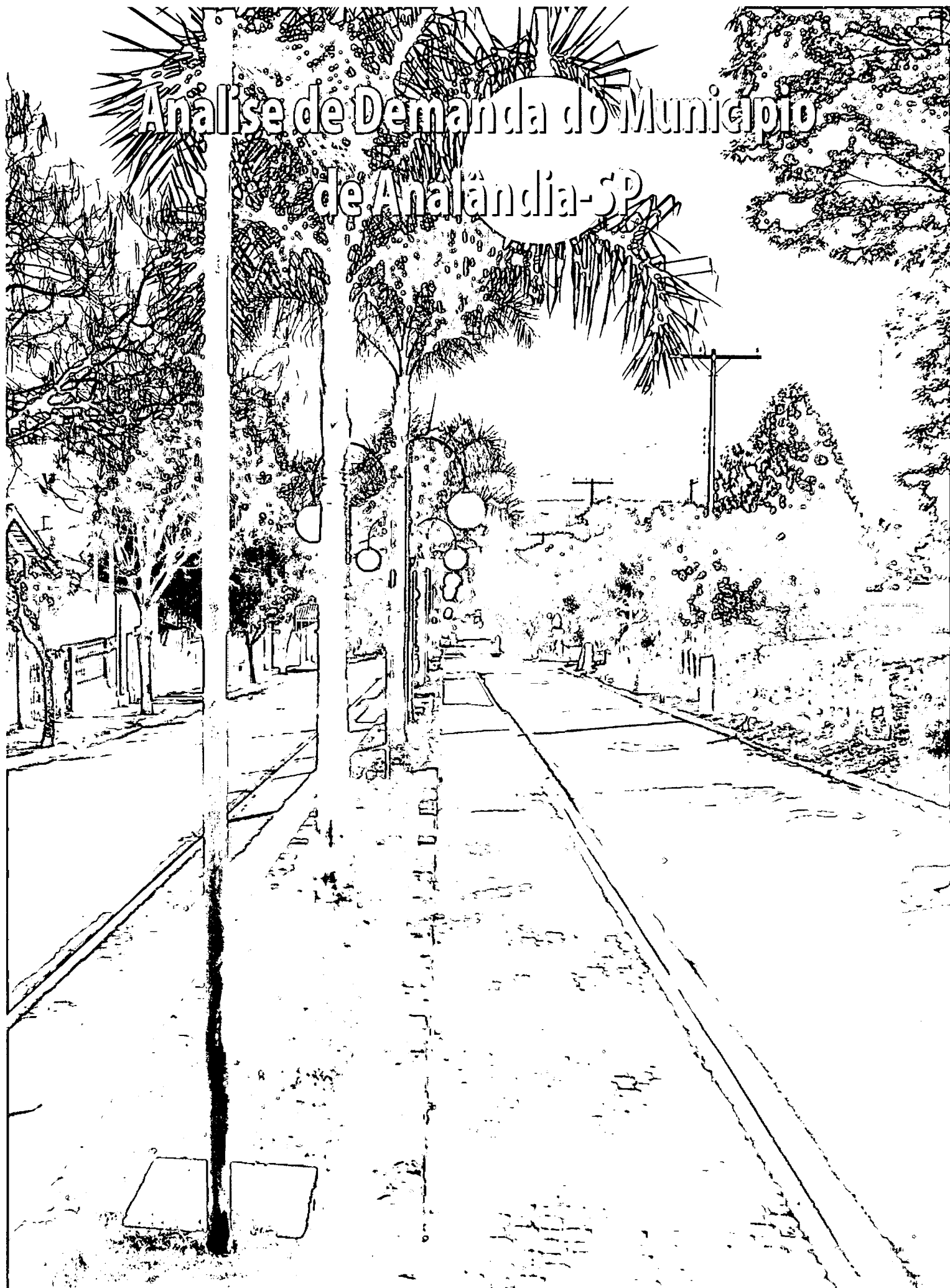
Item	Avaliação				
	Não oferece	Insuficiente	Eficiente	Atende as expectativas	Supera as expectativas
Designer Gráfico					
Qualidade da Informação					
Quantidade de Informação					
Ilustração					
Abrangência					
Atende os anseios do turista					

7.6.2. Estratégias de vendas utilizadas

Nenhuma estratégia institucional de venda foi identificada no município de Analândia, logo, iremos sugerir algumas no momento certo. Ver item 9.0 Proposta de Ação.



Análise de Demanda do Município de Analândia-SP



8. Análise de Demanda

Demanda Turística é tão complexo quanto definir a própria atividade turística e, da mesma forma que acontece com o turismo, as definições de Demanda também irão variar de acordo com os interesses do pesquisador ou com o enfoque que se quiser dar.

No caso de Analândia-SP, trabalhamos a Demanda real composta pelas pessoas que efetivamente participam da atividade turística, ou seja, as que realmente

viajam. Esse é o grupo que se analisa com maior facilidade em pesquisas e estatísticas do ramo turístico, uma vez que se refere às pessoas que estão presentes nos Núcleos Receptores.

A pesquisa realizada pela KS Consultoria, em parceria com o receptivo local, seguiu uma metodologia eficaz para se obter uma imagem do Turismo da cidade. Nesta incluiu a aplicação de questionários aos turistas que visitaram o município no

mês de janeiro de 2015.

Os resultados apresentados no diagrama a seguir demonstram um forte reconhecimento pelas belezas naturais, atividades de lazer em geral e aventura. Todos estes segmentos e outros que irão ser estudados poderão também ser mais bem posicionados e trabalhados dentro do município.

Principais conclusões da análise da Demanda Turística de Analândia-SP

- O principal mercado emissor é o Estado de São Paulo.

- O perfil de idade do público que visita o destino atualmente é de 21 a 30 anos que obteve 40% e 31 a 40 anos com 30% dos entrevistados.

- A maioria dos turistas possui renda mensal entre 2 a 4 salários mínimos.

- Quanto à permanência no destino, 55% permanecem apenas um dia no destino. Situação alarmante que merece atenção e precisa ser trabalhada dentro do plano diretor de turismo.

- O retorno do turista ao destino também é importante e na pesquisa, se mostrou muito dividido, conforme mostra o gráfico. Infelizmente, 30% diz que será apenas uma visita.

- O principal motivo que atraiu o turista ao destino foi as belezas naturais, seguidas de atividades de lazer e aventura.

- Principal ponto positivo encontrado: Belezas Naturais.

- Principal ponto negativo encontrado: Informações Turísticas.

- A indicação de amigos, o tradicional "boca a boca" foi como 80% dos entrevistados

ficaram sabendo de Analândia-SP e vieram visitar o destino.

- Todos que participaram da entrevista pretendem voltar ao destino e também o indicaria a outras pessoas, fato importante para se trabalhar os pontos negativos que foram detectados e que num eventual retorno, o turista se depare com um novo cenário, e uma visão diferenciada, mais positiva do município.

- A classificação pelo turista do destino também ficou muito dividida inserindo este como Atração Estadual e Nacional.

Pesquisa de Demanda para o município de Analândia-SP

SP cidades: 80% / MG cidades: 10% / DF cidades: 5% / PR cidades: 5%

Qual a sua Idade?



10 a 15 anos



16 a 20 anos



41 a 60 anos



21 a 30 anos



31 a 40 anos

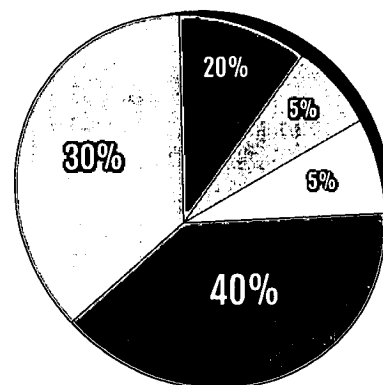


Gráfico 01: Pesquisa de Demanda para o município de Analândia
Fonte: Equipe técnica

Qual sua renda media mensal?

- ☐ 1 salário ☐ 5 a 7 salários ☐ 10 a 12 salários
☐ 2 a 4 salários ☐ 8 a 10 salários ☐ acima de 13 salários

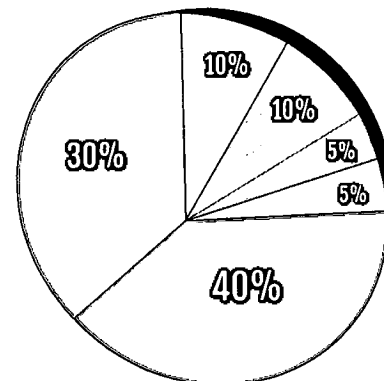


Gráfico 02: Pesquisa de Demanda para o município de Analândia
Fonte: Equipe técnica

Quantos dias permanece no município?

- ☐ 1 dia ☐ 3 dias ☐ 5 dias
☐ 2 dias ☐ 4 dias ☐ mais de 5 dias

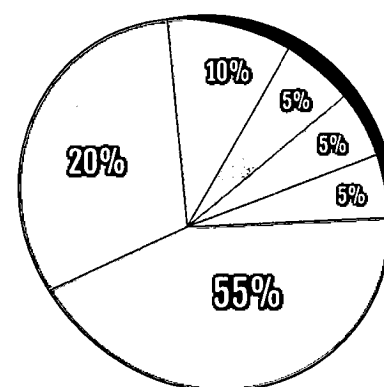


Gráfico 03: Pesquisa de Demanda para o município de Analândia
Fonte: Equipe técnica

Retorna ao município quantas vezes ao ano?

- ☐ apenas uma visita ☐ 2 vezes ao ano ☐ 4 vezes ao ano
☐ 1 vez ao ano ☐ 3 vezes ao ano ☐ 5 vezes ao ano

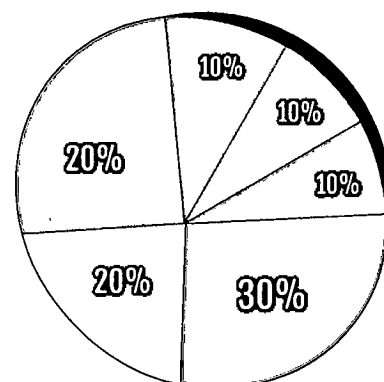
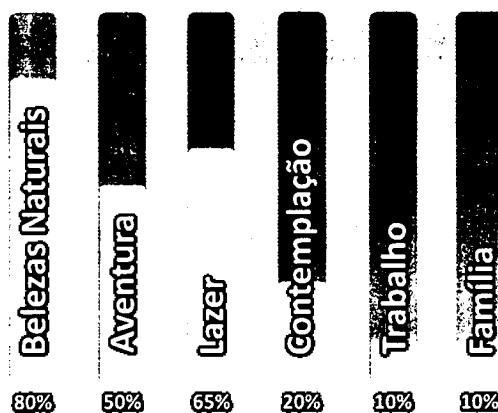
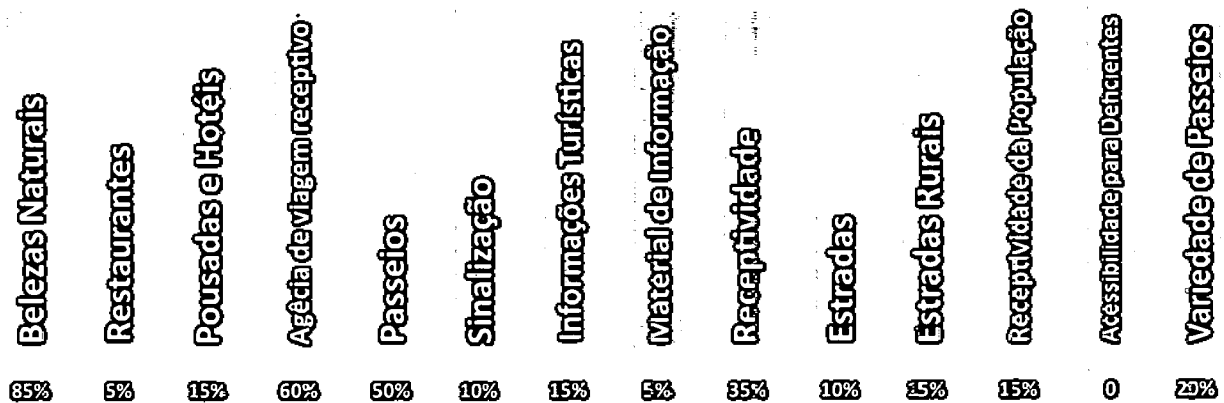


Gráfico 04: Pesquisa de Demanda para o município de Analândia
Fonte: Equipe técnica

QUAL A MOTIVAÇÃO DE VISITAR ANALÂNDIA?



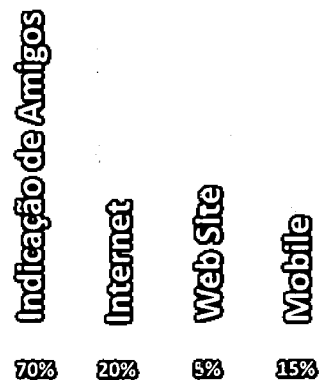
QUAIS FORAM OS PONTOS FORTES IDENTIFICADOS?



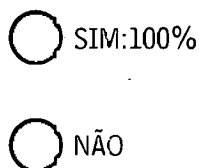
QUAIS FORAM OS PONTOS FRACOS IDENTIFICADOS?



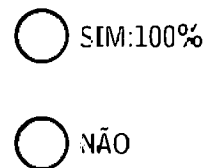
COMO FICOU SABENDO DO MUNICÍPIO?



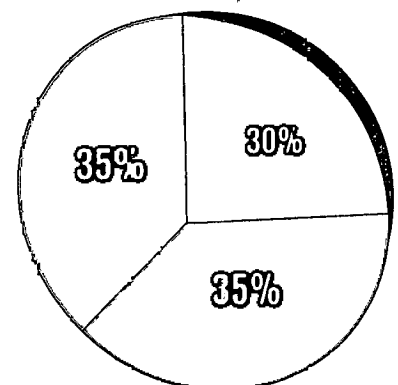
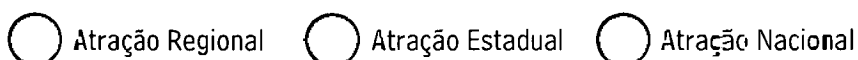
PRETENDE VOLTAR AO MUNICÍPIO?



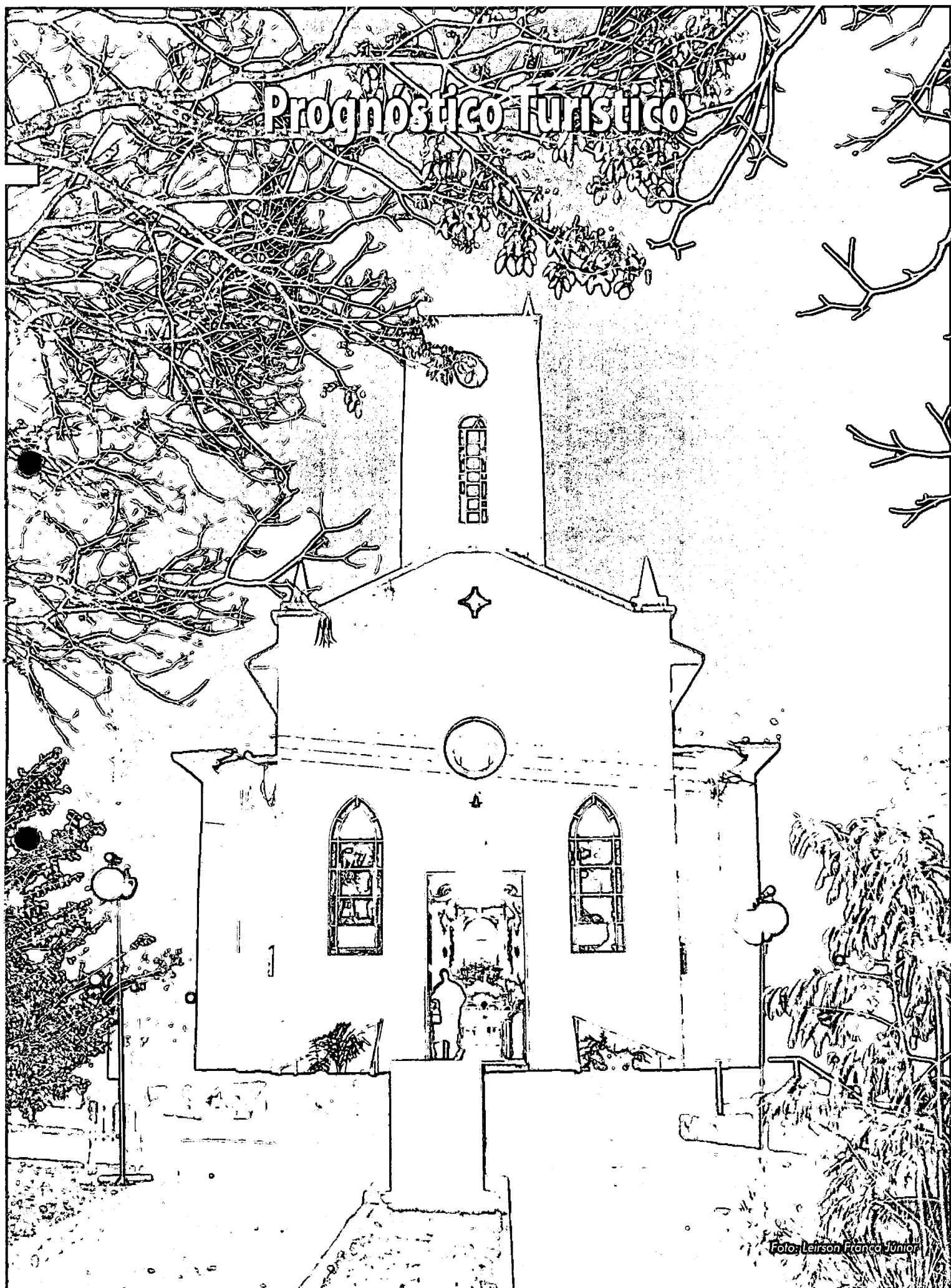
INDICARIA ANALÂNDIA PARA UM AMIGO?



Como classifica Analândia?



Prognóstico Turístico



9. Prognóstico Turístico

O Prognóstico é a visão de futuro que queremos para o município, projeções e cenários futuros que bem implantados e desenvolvidos consolidará a atividade turística local. É a principal ferramenta para a formulação de alternativas na qual se deve criar caminhos para atingir objetivos.

Tendo em vista a análise do diagnóstico do capítulo anterior, elaboramos o prognóstico ideal, ou seja, a visão futura de como o município deverá ficar em todos os setores, caso as ações sugeridas neste plano diretor forem corretamente implementadas. Sendo assim obtemos o seguinte prognóstico:

9.1. Prognóstico da estrutura básica do município

- A Secretaria de Turismo, Juventude, Esporte, Lazer e Cultura se tornou Secretaria de turismo e conta com uma pasta própria, obtendo sua sede e um quadro de funcionários adequados;

- As políticas públicas de turismo, incluindo o plano diretor de turismo, se tornarão leis e serão acompanhadas e desenvolvidas pelos gestores públicos que assumirem tal responsabilidade;

- O Município conta com leis de incentivo ao turismo que são extremamente eficazes e vem atraindo a atenção de diversos investidores;

- A rede de esgoto hoje é totalmente tratada, evitando o despejo de material residual em pontos turísticos, como no caso da Cachoeira do Salto;

- Os problemas de manutenção preventiva na aparelhagem técnica da distribuição de água na cidade não ocorrem mais, assim, não mais falta água em Analândia;

- Especialista foram contratados e as ambulâncias estão em bom estado de manutenção, dando total cobertura às necessidades básicas do visitante em atendimentos de urgência;

- A Segurança Pública recebeu reforços e hoje está mais bem equipada e

preparada para lidar com contingentes em grandes eventos;

- Os serviços de receptividade pública do município melhoraram e aperfeiçoaram. Hoje um call center foi instalado para atender ligações de turistas que querem se deslocar para Analândia.

9.2. Prognóstico da sinalização turística

- O PAT está mais bem sinalizado, com ótima comunicação visual e seu horário de funcionamento adequado, conta com estagiários e não fecha em dias e horários importantes para o turismo;

- Toda a oferta turística, sendo privada ou particular, está devidamente sinalizada;

- Existe um processo de manutenção das placas de sinalização local.

9.3. Prognóstico do receptivo público

- A Sinalização turística interna de Analândia se encontra padronizada, de forma legal e visual proporcionando ao visitante seu deslocamento preciso até os devidos pontos turísticos;

- O PAT está em ótimas condições para receber os visitantes, conta com sala de espera, estacionamento, terminais de consulta digitais e todos as peculiaridades de atendimento que um local como este possa oferecer a um turista;

- O município conta com todos os canais de comunicação com o turista em funcionamento, tanto a nível presencial, indicativo e a distância.

9.4. Prognóstico do envolvimento social

- As sinalizações clandestinas foram retiradas do município;

- A sociedade entende bem a importância da atividade turística e passa informações superando às expectativas dos visitantes, sendo um elo perfeito entre comu-

nidade e turista;

- Os comerciantes locais estão treinados e capacitados para repassar informações aos turistas, além disso, se adequaram em sistema de plantão para atender os turistas em dias importantes para visitação, como finais de semana, e domingos de feriados.

9.5. Prognóstico dos serviços de turismo local

- As pousadas conseguiram um contingente necessário de hóspedes e todas estão abertas durante a semana;

- A mão de obra das pousadas e dos restaurantes está devidamente treinada e agora permanece no quadro fixo de seus respectivos empreendimentos;

- As pousadas capacitaram seus funcionários e agora oferecem serviços de excelência aos seus clientes;

- Os restaurantes detêm contingente esperado de comensais e agora oferecem jantar para os turistas;

- O trade oferece o prato típico local da região;

- O receptivo local continua com suas atividades criando novos produtos e conquistando a fidelização de seus clientes;

- O trabalho em rede foi implementado e todos os equipamentos e serviços turísticos se interagem junto à cadeia produtiva local, trocando clientes e informações.

- A rede de turismo local evoluiu e, assim, fazem trabalhos de compras e marketing de maneira cooperativa.

9.6. Prognóstico dos produtos turísticos

- Os produtos turísticos particulares, todos estão reformados e agora estão próximos do padrão de excelência em atendimento, graças a uma linha de crédito criada pelo município;

- Graças às reformas e mudanças de padrão estrutural dos produtos locais, os mesmos estão com funcionários treinados e qualificados, atraindo turistas de todo

território nacional;

- Os produtos turísticos públicos receberam recursos estaduais e federais, e hoje estão sob cessão de uso público de exploração de direitos econômicos;

- O padrão de excelência dos produtos turísticos públicos é classificado de ótima qualidade tanto em estrutura quanto em atendimento, servindo de exemplo como "case" para outros municípios;

- A manutenção dos produtos turís-

ticos públicos está em ótimo padrão de execução, graças a sua terceirização. Com isso, hoje, pontos como o Lago das Bruxas, Cachoeira do Salto e Caixa D'água recebem turistas de alto padrão.

9.7. Prognóstico de marketing local

- O Município instituiu um programa de marketing institucional e, hoje detém um

lugar entre os mais visitados no estado de São Paulo;

- Todos os canais de comunicação estão em pleno funcionamento, como o site, web portal, redes sociais, obtendo resultados satisfatórios;

- Programas de fidelidade estão em execução aumentando a frequência e periodicidade de visitas anuais dos turistas.



Planejamento Estratégico Situacional



10. Planejamento Estratégico Situacional

Planejamento Estratégico e Situacional, sistematizado originalmente pelo Economista chileno Carlos Matus, diz respeito à gestão de governo, à arte de governar. Quando nos perguntamos se estamos caminhando para onde queremos, se fazemos o necessário para atingir nossos objetivos, estamos começando a debater o problema do planejamento. A grande questão consiste em saber se somos arrastados pelo ritmo dos acontecimentos do dia-a-dia, como a força da correnteza de um rio, ou se sabemos onde queremos chegar e concentramos nossas forças em uma direção definida. O planejamento visto estrategicamente não é outra coisa senão a ciência e a arte de construir maior governabilidade aos nossos destinos, enquanto pessoas, organizações ou países.

O processo de planejamento, portanto, diz respeito a um conjunto de princípios teóricos, procedimentos metodológicos e técnicas de grupo que podem ser aplicados a qualquer tipo de organização social que demanda um objetivo, que persegue uma mudança situacional futura. O planejamento não trata apenas das decisões sobre o futuro, mas questiona principalmente qual é o futuro de nossas decisões.

Se tentarmos submeter o ritmo do desenvolvimento dos acontecimentos à vontade humana, devemos imediatamente pensar que governar em situações complexas exige exercer a prática do planejamento estratégico até seu último grau. Para

atingir este objetivo será necessário entender e ultrapassar muitos pré-conceitos em relação à atividade de planejamento no setor público.

10.1. Da metodologia do planejamento estratégico

Para a execução do plano estratégico municipal, o município de Analândia foi dividido em 4 grupos, para melhor entendermos as necessidades mercadológicas e rotineiras de cada setor.

Os quatro grupos gerados foram:

- Grupo 01: Setor de Hotelaria
- Grupo 02: Setor Público
- Grupo 03: Setor de alimentos e bebidas e Setor de Destinos turísticos
- Grupo 04: Setor de comercial

Ao analisarmos o ambiente por setor, colaboramos com a inteiração do trade, que se comunica nas oficinas de grupo. Outro fator de enorme importância ocorre na fase das proposições das ações.

Nesta fase, os grupos apontam diversos projetos que intuirão potencializar os aspectos positivos encontrados e corrigir os aspectos negativos enaltecidos. Neste momento, a metodologia do planejamento situacional também é válida, pois no ato do planejamento das ações, elas discorrem de maneira mais pontual, observando as necessidades de cada grupo representado.

Sendo assim, as ações são inseridas no plano atendendo todos os pontos de vistas do trade, aumentando as chances da sua eficiência e eficácia em um desenvolvimento do turismo de uma maneira homogeneia.

Nesta fase da leitura de cenários, a SWOT Análise, no Município de Analândia, objetiva aproximar mais de uma leitura de cada setor pertencente da cadeia produtiva do turismo.

Por último, haverá uma leitura de ambiente, SWOT análise e proposição de ações pensando no município como um todo, que será elaborada pela equipe técnica da KS Consultoria, que por final irá unir as duas propostas de ações em uma só, finalizando a fase de planejamento estratégico contida neste plano.

10.1. Dos resultados do planejamento estratégico situacional

Contudo, todos os grupos efetuaram a swot análise correspondente ao seu setor, formando assim, um quadro de pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e riscos que influencia a atividade turística dentro do seu respectivo segmento de atividade.

10.3. Análise de ambiente do setor hoteleiro

SWOT Análise do Grupo 01: Setor Hoteleiro	
Ambiente Interno	
Ponto Forte	Ponto Fraco
Pontos turísticos	Problemas de localização com o uso de gps automotivo
Clima	
Vias de Acesso	Mão de obra
Localização geográfica	Preservação

Tranquilidade da cidade	Controle de pragas
Simpatia da população, receptividade	
Festa do Carneiro	Posto de informação turística
	Falta de eventos
	Ausência de um calendário de eventos
	Participação efetiva do poder publico no processo de desenvolvimento do turismo
	Limpeza da cidade
	Falta de infra estrutura ao turista
Ambiente Externo	
Oportunidade	Riscos
Investimento na atração de publico especializado, como os praticantes de Paint Ball, Bike, Motocrsoo, moto-queiros, colecionadores de carros antigos e confrarias	Publicitário errada no Carnaval
	Falta de controle na atividade turística
Eventos em dias temáticos, como dia dos namorados, primavera	Limpeza da cidade

10.4. Análise de ambiente do setor do poder público

SWOT Análise do Grupo 01: Setor Público	
Ambiente Interno	
Ponto Forte	Ponto Fraco
Diversidade de atrativos e passeios e atividades	Inexistência de um veiculo para o setor de turismo
Localização geográfica da cidade	Inexistência de um plano com estagiários para atendimento ao publico
Capacidade técnica de Atendimento	
A existência de um ponto de informação	Faltas de leis para o turismo
Mapa turístico completo e gratuito	Meios de comunicação interno, entre o posto de atendimento e o trade local
Existência de eventos tradicionais	Sinalização turística
	Alta taxa de mortalidade empresarial
	Perda de visitantes
	Atrativos turísticos interditados
	Acessibilidade
	Site de turismo

	Infra estrutura insuficiente
	Mobilização e sinalização da sociedade
	Horários de funcionamento dos atrativos e do comercio
	Falta de qualidade no trade turístico
Ambiente Externo	
Oportunidade	Riscos
Regionalização do turismo	Crescimento do turismo de massa na cidade
Ser reconhecido no estado como um destino turístico	Mídia negativa
Programas públicos estaduais de desenvolvimento do turismo	Concorrência
	Perda de recursos
Recursos públicos financeiros estaduais e federais	A possibilidade de perda da habilitação em ser uma estancias
Participação do Roda São Paulo	
Eventos regionais oportunizam atrair turistas	

10.5. Análise de ambiente do setor de alimentos, bebidas e detentores de destinos turísticos

SWOT Análise do Grupo 01: Setor de A&B e Destinos turísticos	
Ambiente Interno	
Ponto Forte	Ponto Fraco
Carnaval	Propaganda
Cachoeiras	Sinalização
Paisagem	Localização do PAT
Clima	Ineficiência da Secretaria de turismo
Morros	Ausência de lixeira
	Falta de eventos
	Problemas com a vigilância sanitária
	Problemas sociais, como alcoólatras em praça publica
	Problemas com cachorros e pombos e logradouros públicos
	Horário de abertura do setor comercial
	Custo local
	Oferta gastronômica
	Inoperância do Parque Frei Galvão

	Pontos turísticos fechados
	Pontos turísticos sem acesso
Ambiente Externo	
Oportunidade	Riscos
Possibilidade da melhoria de Internet	Turistas de baixo poder aquisitivo
Facilidade para meios de divulgação	Segurança pública
Possibilidade de melhorias para acessibilidade	Falta de fiscalização
Possibilidade da criação de um sistema de transporte turístico	Problemas de saneamento

10.6. Análise de ambiente do setor comercial

SWOT Análise do Grupo 01: Setor Comercial	
Ambiente Interno	
Ponto Forte	Ponto Fraco
Aspectos naturais, cachoeiras, morros, grutas	Liderança
	Acesso mobilidade
Atividades temáticas	Sinalização
Bucolismo	Qualificação da mão de obra local
Festas tradicionais	Ausência de planejamento
Atrativos turísticos em meio a atividades Aquáticas	Eventos esquecidos
	Limpeza pública
Historia da cidade	Calendário turístico
Áreas verdes	Divulgação
Existência de parques turísticos públicos e privados	Incentivo a artesanato
	Envolvimento da População e do poder público
Estação antiga	Despreparo para emergência
Esportes de aventura	Preservação do PAT
Pousadas	Falta de legislação arquitetônica
Localização	
Acesso	
Ambiente Externo	
Oportunidade	Riscos
Variedade turística da região	Qualificação do fluxo de turistas
Aproveitar ventos regionais AFA BROA	Envolvimento
	Opções de acesso de transportes
	Interação com agências turísticas de outras localidades
	Ausência de Divulgação nas estradas da região

Programa: Recebe bem: Melhoria do receptivo turístico

Projeto	Responsável	Prazo	Estimativa para execução	Custo estimado
Manutenção das vias de acesso ao município	Parceria iniciativa pública e privada	Curto	Anual	R\$32.000,00
Projeto de sinalização turística	Prefeitura	Curto	8 meses	R\$140.000,00
Inserção da matéria "turismo" dentro das escolas	Prefeitura	Médio	Anual	R\$15.000,00
Pontos de informações turísticas itinerante	Prefeitura	Médio	Quando necessário	R\$13.000,00

Programa: Analândia na fita: Programa de Marketing e divulgação

Projeto	Responsável	Prazo	Estimativa para execução	Custo estimado
Criação de uma identidade visual do município	Prefeitura/Comunidade	Curto	6 meses	R\$12.000,00
Calendário de eventos municipal	Prefeitura / iniciativa privada	Curto	3 meses	R\$0,00
Atendimento online	Prefeitura	Curto	6 meses	R\$ 10.000,00
Sistema de comunicação interna	Prefeitura / iniciativa privada	Curto	3 meses	R\$0,00
Plano de marketing	Prefeitura	Curto	6 meses	R\$40.000,00

Programa: Estrutura tur : Programa de Estruturação dos produtos turísticos

Projeto	Responsável	Prazo	Estimativa para execução	Custo estimado
Conservação da cidade Panorama visual	Iniciativa pública e privada	Curto	Anual	R\$24.000,00
Adequação estrutural dos produtos turísticos	Iniciativa pública e privada	Longo	Anual	R\$300.000,00
Implementação do Parque Frei Galvão	Iniciativa pública e privada	Médio	18 meses	R\$200.000,00
Lixeiras padronizadas	Iniciativa privada	Curto	8 meses	R\$9.000,00
Sinalização turística externa	Poder público estadual	Médio	24 meses	R\$28.000,00
Criação de linhas de credito	Trade local organizado	Curto	6 meses	R\$0,00
Revitalização das praças	Prefeitura	Médio	24 meses	R\$300.000,00
Revitalização da caixa d'água	Prefeitura	Médio	12 meses	R\$300.000,00

10.7. Resultados obtidos, ações propostas

Aqui mencionaremos todos os resultados obtidos nas reuniões do planejamento estratégico situacional, após a realização da swot análise demonstrada anteriormente, cada segmento de turismo do trade local participante do processo de planejamento apontaram suas tomadas de decisões para maximizar os aspectos positivos da cidade e para corrigir os aspectos negativos enxergados.

10.8. Planos, programas e ações

Todas essas tomadas de decisões apontadas nas oficinas foram separadas em plano, programas e ações.

Aqui explicaremos melhor a diferença entre esses processos:

O PLANO delinea as decisões de caráter geral, as suas grandes linhas políticas, suas estratégias e suas diretrizes.

Os PROGRAMAS são basicamente um aprofundamento do plano: os objetivos setoriais do plano irão constituir os objetivos gerais do programa. "É o documento que detalha por setor, a política, as diretrizes, as metas e as medidas instrumentais. É a setorização do plano".

PROJETO é o documento que sistematiza e estabelece o traçado prévio da operação de uma unidade de ação. É, portanto, a unidade elementar do processo sistemático da racionalização de decisões. A elaboração de projetos, em geral, acompanha um roteiro predeterminado, o qual, via de regra, é definido de acordo com

as necessidades e exigências próprias do órgão de execução e/ou financiador.

No caso deste plano diretor os projetos deverão constar com nome, responsável, período, estimativa de execução e valor estimado. Abaixo segue os quadros que remetem as oficinas de planejamento estratégico situacional e tomada de decisões acima mencionada.

10.8.1. Resultados obtidos dos programas e projetos do planejamento situacional comunitários

Programa: Turismo é coisa séria : Melhoria da estrutura pública de gestão ao turismo				
Projeto	Responsável	Prazo	Estimativa para execução	Custo estimado
Fiscalização e acompanhamento do plano diretor	Comunidade	Curto	Sequencial	R\$0,00
Preparação dos funcionários do PAT para repasse de informações	Prefeitura	Curto	8 meses	R\$12.000,00
Preparação dos funcionários do PAT para repasse de informações	Câmara / Prefeitura	Curto	6 meses	R\$0,00
Adequação de recursos para o turismo	Câmara / Prefeitura	Curto	4 meses	R\$0,00
Leis de incentivo a proteção ambiental	Câmara / Prefeitura	Curto	6 meses	R\$0,00
Contratação de estagiários na secretaria de turismo	Câmara / Prefeitura	Curto	Anual	R\$10.400,00
Criação do fundo municipal de turismo	Câmara / Prefeitura	Curto	6 meses	R\$0,00
Carro para a secretaria de turismo	Câmara / poder público de qualquer esfera	Curto	6 meses	R\$20.000,00
Mão de obra qualificada para a Secretaria	Prefeitura	Curto	8 meses	R\$35.000,00
Assessoria de imprensa junto a Secretaria de Turismo	Prefeitura	Curto	Anual	R\$12.000,00
Banco de projetos	Prefeitura	Médio	8 meses	R\$90.000,00

Aberturas de novas oportunidades turísticas	Iniciativa pública e privada	Médio	Anual	R\$30.000,00
Revitalização do viveiro	Iniciativa pública e privada	Médio	9 meses	R\$24.000,00
Programa de capacidade de carga	Prefeitura	Médio	12 meses	R\$80.000,00

Programa: ServiçoLândia: Programa de melhoria de serviços turísticos

Projeto	Responsável	Prazo	Estimativa para execução	Custo estimado
Transparência nos valores de serviços	Prefeitura / Ministério publico	Curto	6 meses	R\$12.000,00
Plano emergencial contra acidentes gerados por causa turísticas	Prefeitura / iniciativa privada	Curto	3 meses	R\$0,00
Plano de treinamento e capacitação do trade	Prefeitura / iniciativa privada	Curto	6 meses	R\$ 10.000,00
Implantação da guarda municipal para auxilio ao turismo	Prefeitura	Curto	3 meses	R\$0,00
Selo de qualidade ao turismo	Prefeitura / iniciativa privada	Curto	6 meses	R\$40.000,00
Revitalização da Cachoeira do Salto	Prefeitura	Médio	9 meses	R\$150.000,00
Revitalização do viveiro	Prefeitura	Médio	12 meses	R\$160.000,00
Programa de capacidade de carga	Prefeitura	Médio	24 meses	R\$460.000,00

11. Análise de ambiente da equipe técnica

A Equipe técnica da KS Consultoria, elaborou sua análise de ambiente interno e externo a respeito do cenário atual do turismo de Analândia:

SWOT Análise do Grupo 01: Setor Comercial	
Ambiente Interno	
Ponto Forte	Ponto Fraco
Destino turístico regional em fase de consolidação	Dificuldade de acesso e usufruto dos principais destinos turísticos, o Morro do Camelo e o Cuscuzero
Diversidade de destinos turísticos	
Belezas naturais	Ausência de um plano de marketing
Atrativos intrínsecos dentro da cidade, cuscuzero e morro do camelo	Receptivo publico deficitário, ainda há uma falha no repasse de informação oferecido pela população, muito se deve, a ausência do turismo interno, muitos moradores não conhecem os pontos turístico da cidade
Bom preço praticado perante o mercado e seus concorrentes	
Localidade geográfica, o município se encontra perto de vários polos econômicos que possuem boa renda e elevado número de habitantes que podem se deslocar para Analândia.	Falta de qualidade nos serviços prestados na região pelo trade do turismo

Regiões vizinhas possuem um público que necessita de espaço verdes e áreas naturais para seus momentos de lazer	Falta de mobilização e união dos prestadores de serviços locais
	Inexistência de um trabalho em rede
	Problemas com a vigilância sanitária
	Sinalização turística mal organizada e ineficiente
	Estrutura de saúde precária
	Problemas com estrutura básica da cidade, como abastecimento de água e energia elétrica
	Estrutura da secretaria de turismo deficitária e mal organizada para organizar e fomentar o turismo
	Ausência de uma identidade mercadológica
Ambiente Externo	
Oportunidade	Riscos
Aumento da qualidade de vida dos grandes centros	Crise econômica que se alastra
Está inserida nas proximidades de Brotas	Escassez de repasses de recursos públicos
	Não há um projeto de sustentabilidade para o crescimento do turismo local
Boa utilização dos recursos do Dade	Ausências de leis e programas municipais para incentivo ao turismo
	Forte concorrência de destinos turísticos que atuam no mesmo segmento de turismo de natureza

11.1. Ações propostas pela equipe técnica

Tendo em vista as análises acima apresentada dos ambientes aos quais o turismo se desenvolve dentro da cidade, aliado ao objetivo de atingir o exposto na fase de prognóstico, ainda utilizando uma abordagem de conhecimento técnico e conhecimento produzido em todo o plano diretor de turismo de Analândia, apontamos os seguintes programas e ações:

Programa: PDTur : Programa de Desenvolvimento do turismo de Analândia, (Produtos e Marketing)				
Projeto	Responsável	Prazo	Estimativa para execução	Custo estimado
Lei de incentivo ao turismo I (repasse de 5% do recurso do DADE para estruturação de produtos turísticos locais privados) (este processo se dará através de aprovação de projeto junto a um comitê criado para classificação e aprovação dos recursos aos projetos inscritos).	Poder Público / câmara municipal	Curto	6 meses	R\$0,00

Lei de incentivo ao turismo II (emitir cartas de captação de recursos sobre 6% do IPTU ou ISS, para projetos aprovados pelo comitê local, assim os pretendentes após terem seus projetos aprovados, irão captar os recursos junto as empresas locais)	Poder Público / câmara municipal	Curto	4 meses	R\$0,00
Estruturação do lago da Bruxa	Poder Público	Médio	1 ano	R\$0,00
Adequações da cachoeira seca	Poder Público	Médio	1 ano	R\$0,00
Transformação da Caixa D'Água em um clube de lazer	Poder Público	Médio	2 anos	R\$0,00
Criação de um plano de marketing	Poder Público	Médio	4 meses	R\$45.000,00
Execução de um plano de marketing	Poder Público	Médio	6 meses	R\$300.000,00
Criação de um parque de lazer que possa unir o morro do camelo e o cuscuzeiro, aproximando o turista desses atrativos com atividades comum a todos	Poder Público	Médio	2 anos	R\$9.800.000,00
Implementação do teleférico	Poder Público	Médio	3 anos	R\$48.000.000,00
Finalização do tratamento de esgoto da cidade	Poder Público	Médio	2 anos	R\$0,00
Melhoria das estruturas de luz e agua	Poder Público	Médio	2 anos	R\$0,00
Ativação da estação de trem	Poder Público	Médio	1 ano	R\$0,00
Incentivo ao turismo temático e eventos como (lua de mel).	Poder Público	Médio	1 ano	R\$0,00
Elaboração de projetos de estruturação do município para recepção de portadores de necessidades especiais e terceira idade	Poder Público	Médio	2 anos	R\$90.000.000,00
Parceria com agencias emissoras através de famtour	Trade e SETUR	Curto	3 meses	R\$0,00
Elaboração de leis de incentivo para atração de novos investimentos	Trade e SETUR	Médio	24 meses	R\$12.000,00
Elaboração de leis de incentivo para criação de novos produtos turísticos	Trade e SETUR	Médio	24 meses	R\$12.000,00

Programa: Recebe bem: Melhoria do receptivo turístico

Projeto	Responsável	Prazo	Estimativa para execução	Custo estimado
Programa: Nova Setur: Estruturação do poder publico do turismo municipal	Poder publico e câmara municipal	Curto	2 meses	R\$20.000,00

Conquista uma sede administrativa	Poder público	Curto	1 mês	R\$0,00
Alocação dos profissionais em setores técnicos	Poder público	Curto	1 mês	R\$0,00
Criação do fundo municipal de turismo	Poder público e câmara municipal	Curto	2 meses	R\$0,00
Criação de taxas e tarifas de arrecadação para o futuro	Poder público e câmara municipal	Curto	12 meses	R\$0,00
Criações de lei de incentivo para o turismo	Poder público e câmara municipal	Curto	8 meses	R\$0,00
Melhoria de ferramentas e veículos para a nova setor	Poder público	Curto / Médio		R\$0,00
Contratação ou terceirização de serviços técnicos especializados como engenheiros, publicitários e demais assessorias	Poder público	Curto / Médio	Ação contínua	R\$120.000,00
Aumento da doação orçamentária destinada a secretaria	Poder público e câmara municipal	Curto	Ação contínua	R\$0,00

Programa: Bem Vindo a Analândia : Programa de Estruturação dos serviços públicos e privados, e envolvimento social

Projeto	Responsável	Prazo	Estimativa para execução	Custo estimado
Adequações do Posto de Atendimento ao turista e criação de uma padronização visual	Poder público	Curto	6 meses	R\$12.000,00
Criação de um call center de repasse e informações	Poder público	Curto	3 meses	R\$13.000,00
Projeto de sinalização turística padronizado	Poder público	Curto	8 meses	R\$120.000,00
Criação de um web portal	Poder público	Curto	4 meses	R\$28.000,00
Criação de um aplicativo para dispositivo móvel	Poder público	Médio	6 meses	R\$98.000,00
Elaboração de uma rede de turismo local	Poder público / trade	Curto	Ação contínua	R\$40.000,00
Oficinas de capacitação para melhoria da qualidade de serviços turísticos locais	Poder público	Curto	Ação contínua	R\$20.000,00
Elaboração de Campanhas de conscientização turísticas	Poder público	Curto	Ação contínua	R\$38.000,00
Criação do Selo Municipal de turismo	Poder público	Curto	Ação contínua	R\$29.000,00

12. Metodologia do Trabalho

Aqui descreveremos a metodologia científica, técnica e de pesquisa utilizada para realização de cada etapa que compõe o Plano Diretor de Turismo do município de Analândia.

12.1. Metodologia do plano diretor de turismo

O plano se iniciou na etapa de levantamento de dados, que seguindo a metodologia do INVTUR, criada pelo Ministério do Turismo, as pesquisas de campo e inventário da oferta turística serão efetuadas. Em seguida, será elaborado o diagnóstico, ou seja, a análise e tratamento das informações levantadas. Em sequência, far-se-á o prognóstico que se resume

na criação de cenários para o turismo como um fator consolidado dentro da localidade. E, por fim, a confecção do plano estratégico, que irá descrever sobre os programas, projetos e ações responsáveis para desenvolvimento da atividade turística local. Norteando o trabalho, temos a produção de aspectos importantes como a visão, missão e metas que se pretende alcançar. O plano diretor de turismo se classifica como participativo, pois em meio a produção de conteúdo, na fase do planejamento estratégico, iremos adotar as câmeras técnicas, que irão unir toda a comunidade e trade turístico local. Com o conhecimento técnico, só consultores e do poder executivo responsável pelo turismo municipal.

Nas câmeras temáticas, usaremos a metodologia de trabalhos de criação direcionada, utilizando oficinas de capacitação e apresentação de material produzido, utilizando cartolinas, material áudio visual e técnicas de trabalho em grupo.

12.2. Metodologia da fase de levantamento de dados

Abaixo descreveremos sobre a metodologia de pesquisa para realização do inventário da oferta turística, descritas de acordo com o quadro 03:

Informações	Fonte de pesquisa	Informações	Fonte de pesquisa
Característica geral da destinação	Pesquisas em fontes secundárias e utilização de outras pesquisas realizadas	Características, soci-culturais e ambientais	Pesquisas qualitativas com envolvidos no setor
Caracterização do ambiente jurídico	Pesquisa qualitativa com procuradores municipais pesquisa em fontes secundárias	Característica do envolvimento social	Pesquisa qualitativa na comunidade
Características de dimensionamento da infra estrutura	Pesquisa qualitativa com órgãos federais, estaduais e municipais	Características de relacionamento da políticas de turismo	Pesquisa qualitativa com órgãos federais, estaduais e municipais
Característica da oferta turística	Busca por cnpj no departamento de fazenda, pesquisa quali-quantitativa junto a empresários de turismo, associações setoriais afins e junto aos canais de distribuição externos. Pesquisas em fontes secundárias	Características de dimensionamento da demanda turística	Pesquisa quantitativa com visitantes anuais, limitantes, fontes secundárias pesquisa em taxa de ocupação hoteleira e livros atas de visitação.
Pesquisa de concorrência	Análise de produtos e serviços regionais, pesquisa em fontes secundárias		

12.3. Metodologia do diagnóstico e prognósticos

Utilizamos a técnica de cruzamentos de informações conhecidas como SWOT análise que faz uma leitura do micro ambiente e macro ambiente, que por sua vez, se subdividem em pontos fracos, pontos fortes, oportunidades e riscos.

Foi implementada a ferramenta do Planejamento estratégico situacional: na qual foram criados ações e projetos analisando o município por setores. Ou seja, os projetos foram sugeridos de acordo com as necessidades de cada segmento de serviços, como os meios de hospedagem, sistema de alimentos e bebidas, esferas públicas, lazer e entretenimento.

Em âmbito técnico, a equipe da KS Consultoria se uniu e também efetuou a SWOT Análise e elaborou seu planejamento estratégico, mas dessa vez pensando na cidade como um todo, utilizando a ferramenta de análise e orientação de desenvolvimento municipal criada pela própria equipe.

A ferramenta dos seis eixos do desenvolvimento da atividade turística é uma metodologia, que orienta o profissional a enxergar a cidade como produto turístico único e integrado. Desta maneira, os seis eixos de análise servem de base para encontrar ferramentas que se transformam em projetos e ações. Os eixos são:

Eixo 1: Envolvimento social: Desenvolvimento de ações que possibilitem o preparo da comunidade para receber a atividade turística, explorando-a de maneira sustentável, gerando benefícios para comunidade local.

Eixo 2: Receptivo Público: Capacidade que o município tem em receber turistas que se dividem em três momentos: recepção presencial, geralmente focada em centros de informações turísticas; recepção a distância, capacidade que o município detém em repassar informações a longa distância, normalmente funciona através

de site, e call center telefônicos; e a recepção indicativa, que se baseia na sinalização turística do município.

Eixo 3: Capacitação: Ações e ferramentas com o objetivo de capacitar a cadeia produtiva da atividade turística.

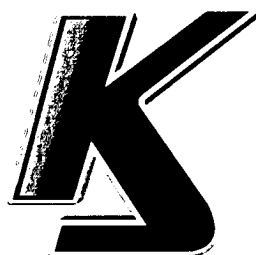
Eixo 4: Melhoria do Arranjo Produtivo: transformar as potencialidades do município em produtos tangíveis e intangíveis, fazendo com que adquiram condições estruturais de serem inseridos no mercado.

Eixo 5: Marketing: Elaboração de um plano de marketing e promoção do município.

Eixo 6: Venda do município: Garantir a transação econômica gerada pela atividade turística dentro da cidade. Normalmente envolve um trabalho junto às agências e operadoras de turismo, tangente a montagem e comercialização de roteiros e pacotes turísticos.



**Prefeitura Municipal
da Estância Climática
de Analândia-SP**



KS CONSULTORIA