



2020

PLANO
MUNICIPAL
DE TURISMO

JUIZ DE FORA
SÍNTESE EXECUTIVA

1. INTRODUÇÃO

O Plano Municipal de Turismo tem como finalidade definir ações para o turismo local por meio de ações estratégicas no curto, médio e longo prazos, em sintonia com os planos e as políticas do setor no âmbito estadual e federal, considerando a identidade e vocação de Juiz de Fora/MG. O processo de elaboração do plano contou com a mobilização da sociedade por meio de reuniões periódicas que visaram propiciar uma construção coletiva e participativa. O Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico de Juiz de Fora, para além de um documento de intenções, pretende servir de subsídio para a tomada de decisões públicas, privadas e público-privadas, embasadas em dados e análises que compõem o diagnóstico do setor, e também apresentar propostas de programas e ações que possam contribuir para a resolução de problemas, individuais e coletivos, para o avanço estratégico do turismo local e para o benefício da população juiz-forana.

2. DIAGNÓSTICO

O intuito da etapa de diagnóstico foi conhecer a realidade do turismo no município de modo a tornar disponíveis informações relevantes ao setor que pudessem subsidiar a proposição de medidas para seu desenvolvimento. Para isso, foram analisados os seguintes aspectos:

2.1 Aspectos Econômicos

No que tange à área turística, variáveis como o número de empregados formais, o número de estabelecimentos e a renda média nominal mensal dos trabalhadores formais registram variação positiva ao longo dos anos. Destaca-se um aumento da oferta de serviços em setores como

alimentação, hospedagem, entretenimento e agenciamento (MINAS GERAIS, 2011). Por outro lado, Juiz de Fora não dispõe de projetos ou programas de estímulo ao setor, como isenção ou redução de impostos para atividades estratégicas, como também oferece baixos salários para o trabalhador deste setor, principalmente para os mais qualificados.

2.2 Aspectos Sociais

A gestão municipal do turismo prevê a participação pública nas discussões de temas relacionados ao turismo, lazer, esporte e cultura, por meio de seus Conselhos Municipais. Paralelamente, é incentivado o uso dos atrativos turísticos locais pelos residentes de Juiz de Fora, uma vez que o acesso a estes espaços é gratuito e há oferta de transporte público em quase sua totalidade. Entretanto, é importante reconhecer que a sensibilização dos cidadãos quanto à importância e potencial da atividade turística no município ainda merece atenção, a fim de que a população perceba a presença e a relevância da atividade para a cidade, de modo que, então, possa se inserir e beneficiar de sua dinâmica, além de atuar como ente de divulgação e valorização do patrimônio com potencial turístico.

2.3 Aspectos Culturais

A cidade conta com patrimônios materiais e imateriais de relevância integrados à rotina dos moradores, e aqui entendidos como produtos turísticos potenciais. Destacam-se como mecanismos de apoio e incentivo à cultura a atuação da Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage (Funalfa), além da existência de legislação municipal como a “Lei de Incentivo à Cultura Murilo Mendes” e o Fundo Municipal de Cultura. Contudo, a cidade ainda não desenvolveu um artesanato típico, não explora turisticamente uma culinária tradicional e enfrenta dificuldades quanto ao

acesso, social e econômico, de parte da população à oferta cultural, mesmo quando se trata de programação gratuita.

2.4 Aspectos Ambientais

No município não há atividades especialmente poluidoras, além de contar, em partes da cidade, com serviço de coleta seletiva residencial e com a destinação de resíduos sólidos residenciais e comerciais para o aterro sanitário. Todas essas ações minimizam possíveis prejuízos ambientais, seja pela ausência de agentes poluidores com ação direta sobre o solo ou recursos hídricos ou pelo tratamento dado ao lixo. A manutenção da qualidade ambiental é impactada também por meio da realização de campanhas periódicas para o uso racional da água junto à população local. Destaca-se, ainda, a presença de Unidades de Conservação em área urbana, como o Jardim Botânico da Universidade Federal de Juiz de Fora e o Parque Natural Municipal da Lajinha, bem como o aproveitamento dessas áreas naturais para a prática de educação ambiental associada à atividade turística.

2.5 Infraestrutura de Apoio

A infraestrutura de apoio ao turismo é formada pela estrutura básica do município e necessária ao desenvolvimento da atividade turística, como os meios de acesso, o sistema educacional e os serviços bancários, de saúde e de segurança. De forma geral, destacam-se como aspectos positivos: a capacidade de atendimento médico ao turista; fornecimento de energia e serviço de proteção ao turista e estrutura urbana nas áreas turísticas. A mobilidade no destino, atualmente, é facilitada por aplicativos e informações disponibilizadas na internet. Há, também, a disponibilidade de vagas públicas e privadas para estacionamento em áreas turísticas, além da existência de transporte urbano disponível às principais áreas

turísticas. Por outro lado, constatou-se que: há muitos pontos e horários de lentidão e retenção de veículos nas vias urbanas; a acessibilidade aérea é restrita a dois voos diários à Campinas e um voo à São Paulo (Congonhas).

2.6 Infraestrutura Turística

Por infraestrutura turística compreende-se todos os elementos que constituem equipamentos e serviços que são desenvolvidos com o intuito de servir diretamente às necessidades e desejos dos turistas. No que tange aos aspectos positivos identificados, destacam-se a sinalização turística viária dos atrativos na região central, em padrão internacional; a oferta de espaços para realização de eventos de pequeno, médio e grande portes; o atendimento a quesitos de acessibilidade e acesso à internet na maior parte dos meios de hospedagem; a oferta de cursos de qualificação profissional em turismo; a oferta de hospedagem diversificada; a oferta ampla e diversificada de bares, lanchonetes e restaurantes; a oferta diversificada de casas noturnas, com opções ao público LGBTQI+. Entretanto, observaram-se os seguintes pontos negativos: portal do turismo com informações e funcionalidades limitadas; ausência de sinalização turística descritiva ou interpretativa na grande maioria dos atrativos; ausência de informações turísticas, especialmente nos locais como aeroporto, rodoviária, centro da cidade e *shopping centers*. Baixa oferta de produtos de turismo receptivo, mas crescente.

2.7 Governança

Por governança entendem-se os processos e mecanismos estratégicos e de controle postos em prática por instituições públicas, privadas e da sociedade civil, articuladamente ou em parceria, para dirigir, executar e monitorar a gestão do turismo no município. Em Juiz de Fora a

governança é realizada por instituições públicas, privadas e instituições mistas (público, privado e sociedade civil) que, porém, atuam muitas vezes desarticuladamente. Tal postura tem desfavorecido ações de estruturação, promoção e comercialização do destino, já que as entidades operam apenas no seu setor principal de atuação, e poucas ações e investimentos são realizados no âmbito do destino. Destaque para o baixo investimento interno e/ou externo para o desenvolvimento e/ou qualificação de produtos, promoção e comercialização do setor.

2.8 Atrativos

A oferta de atrativos de Juiz de Fora se destaca pelo expressivo apelo cultural, indicando significativa diversidade de equipamentos, como museus e edificações associados à história da cidade, de Minas Gerais e do Brasil, além de eventos regulares e o comércio que movimentam a cadeia do turismo local ao longo do ano. Os atrativos de maior destaque na cidade são o Museu Mariano Procópio, seguido pelo Morro do Imperador (Monumento ao Cristo), o comércio local e o entretenimento noturno. Portanto, configuram-se como aspectos positivos: diversidade de atrativos e opções culturais; conservação urbanística no centro do município; existência de alguns atrativos que geram fluxo turístico – comércio, entretenimento diurno e noturno, além de eventos; atrativos em bom estado de conservação, de modo geral. Um dos principais gargalos é a legislação restritiva ao aproveitamento de espaços públicos para realização de eventos com finalidade turística, como praças e parques.

2.9 Comercialização da Cidade e de Produtos

De modo geral, o trabalho de comercialização do destino é realizado pelo Juiz de Fora *Convention & Visitors Bureau*, que focaliza principalmente o segmento de negócios e eventos. Menciona-se a participação de Juiz de

Fora em roteiros regionais, comercializados por agências locais e por meio da internet, mas essa oferta é, ainda, limitada. A produção ou coprodução de materiais promocionais relacionados ao Circuito Turístico Caminho Novo, ao qual o município se vincula, também, foi escassa. Com relação à comercialização dos produtos turísticos da cidade podem-se mencionar ações individuais, como de gestores de museus, de casas de espetáculos e organizadores de eventos. Ainda, nota-se o trabalho de algumas poucas empresas de receptivo, tanto na comercialização no destino para visitantes que já estão na cidade, quanto na captação de turistas. Hoje são comercializados produtos formatados como *city-tours*, *tours-noturnos*, *walking-tours*, passeios nas proximidades, etc. O esforço de captação é recente, mas vem crescendo.

2.10 Demanda

De acordo com as pesquisas de demanda consultadas, as principais motivações das viagens a Juiz de Fora são visitas a amigos e parentes (40,6%), negócios (19,8%), seguidos por motivo de saúde: tratamento/consulta médica (14,6%). O visitante tem intenção de permanecer entre uma e quatro noites, viajante em veículo próprio ou ônibus, originário das principais cidades da região Sudeste, com gastos em torno de 400 reais por viagem (incluindo hospedagem), e com intenção de retornar. São queixas dos visitantes: a falta de informações sobre os pontos turísticos e restaurantes; a ausência de restaurante típico regional; postos de informação; transporte público (falta de ônibus no período noturno, precariedade do serviço ofertado, inexistência de mototáxi); fluidez do trânsito de Juiz de Fora. Dos entrevistados, 85,1% informaram que a cidade atende plenamente suas expectativas e 94,8% dos turistas informaram que pretendem retornar nos próximos dois anos. De acordo com os pesquisados, o principal atrativo/produto turístico de

Juiz de Fora é o Museu Mariano Procópio (11,68%), seguido do Morro do Cristo (10,22%) e do comércio (8,76%).

2.11 Promoção

Há esforço para manutenção diária e ampliação da página institucional do Turismo na internet (Portal do Turismo). Materiais impressos, como guia turístico e guia de bares e restaurantes são produzidos, principalmente por entidades privadas, para a promoção interna do destino. Por meio do *website* "Visite Juiz de Fora", o JFC&VB auxilia na promoção da cidade e atua na captação de novos eventos. A agenda de eventos é disponibilizada para consulta de forma gratuita em página *online*. Porém, não se tem um plano de *marketing* e pouco se utiliza de tecnologia para promoção.

3. PROGNÓSTICO

O prognóstico pretende apoiar seus pilares em dois conceitos, o de "identidade territorial" e o de "turismo de experiência". Por identidade territorial entendem-se as características materiais e simbólicas que distinguem lugares e regiões. Por turismo de experiência compreendem-se as experiências turísticas marcantes, memoráveis, possibilitadas por ofertas turísticas inovadoras. Foram definidas como características identitárias de Juiz de Fora:

3.1 Cidade Imperial: origem no Caminho Novo; produção cafeeira; imigração; industrialização; transportes; pioneirismo; família real em Juiz de Fora.

3.2 Raízes Étnicas: portugueses, africanos, alemães, italianos, sírios e libaneses.

3.3 Centro Comercial: vocação comercial, desde o Império; galerias e *shoppings*.

3.4 Vanguarda: saúde, educação, diversidade, cultura, entretenimento.

SEGMENTOS TURÍSTICOS PRIORITÁRIOS	SEGMENTOS TURÍSTICOS SECUNDÁRIOS
Negócios e Eventos	Esportes e aventura
Compras	Zona Rural
Cultural e Gastronômico	Turismo Associado a Serviços de Saúde

4. OBJETIVO GERAL

Fomentar o turismo local a partir de suas características identitárias, de modo a possibilitar o turismo de experiência, tornando o município um destino turístico de referência e atratividade regional, de alto valor comercial e simbólico.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

5.1 Criar e manter uma estrutura de captação de recursos externos para investimento em turismo.

5.2 Criar e qualificar produtos turísticos.

5.3 Desenvolver estratégias de estímulo e apoio à promoção e à comercialização.

5.4 Levantar e sistematizar informações que orientem a tomada de decisões do setor de turismo.

5.5 Implantar um sistema de governança local.

5.6 Aumentar a captação e o período de permanência do turista dos segmentos prioritários, além de captar turistas para segmentos secundários.

