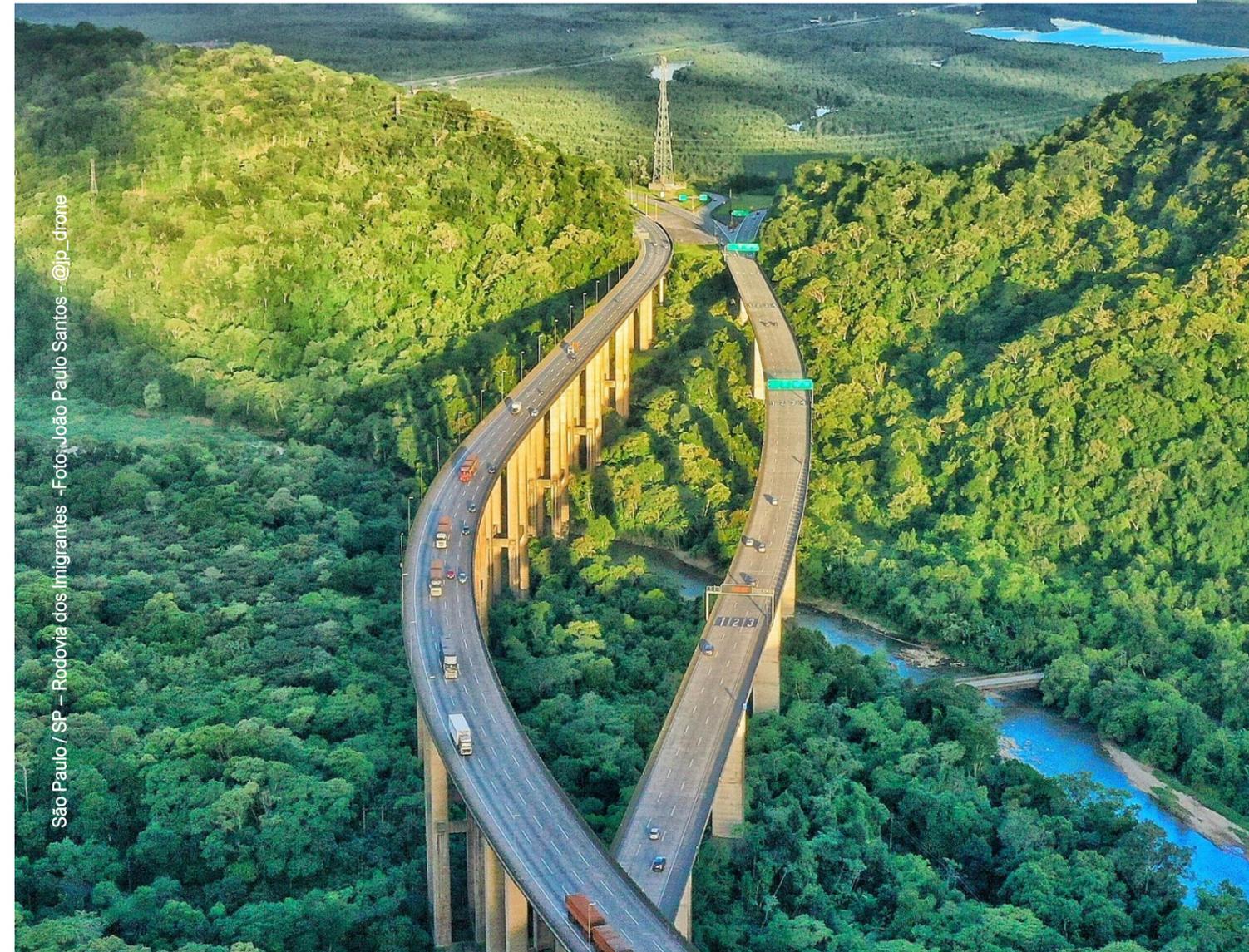


TURISMO SP 20-30

PLANO ESTRATÉGICO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO

RESUMO EXECUTIVO



São Paulo / SP – Rodovia dos Imigrantes - Foto: João Paulo Santos - @jp_drone

PLANO DE
TURISMO
2030



SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO
| Secretaria de Turismo

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo do Estado de São Paulo

RESUMO EXECUTIVO

João Doria

Governador do Estado de São Paulo

Rodrigo Garcia

Vice-governador do Estado de São Paulo

Vinicius Lummertz

Secretário de Estado de Turismo

Guilherme Miranda

Secretário Executivo

Wagner S. Hanashiro

Chefe de Gabinete

Rodrigo Ramos

Coordenador de Turismo

Membros do CONTURESP - Conselho Estadual de Turismo

Outubro de 2020

SUMÁRIO



Eldorado / SP - Foto: Ken Chu

6	Apresentação
8	Contexto
13	Elaboração do Plano Turismo SP 20-30
17	RADAR: Os destaques do turismo hoje
27	Os desafios para o turismo do Estado
31	Princípios e Visão Estratégica do Plano Turismo SP 20-30
35	Diretrizes do Plano Turismo SP 20-30
37	Objetivos Estratégicos
39	Estratégias do Plano Turismo SP 20-30
46	Monitoramento do Plano Turismo SP 20-30
49	Entidades Participantes das Oficinas
50	Referências Bibliográficas



O Plano Turismo SP 20-30 é uma elaboração coletiva liderada pela Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo - SETUR com atores do ecossistema de turismo do estado e a participação de agentes nacionais e internacionais. O seu principal objetivo é estabelecer diretrizes, objetivos, metas e mecanismos de controle que sejam capazes de transformar o estado de São Paulo em nova referência nacional e internacional para o turismo.

O Plano Turismo SP 20-30 está pautado por uma nova concepção das atividades e dos produtos do turismo, fundamentados na inovação, no empreendedorismo, na sustentabilidade, na inclusão e acessibilidade e na pluralidade e diversidade como promotores do lazer, dos negócios, dos esportes, da natureza, da saúde, da fé, da arquitetura, da gastronomia e da educação.

O Plano combina as principais vocações do estado, que, articuladas com o mercado, estabelecem condições políticas, econômicas e institucionais para que São Paulo seja o protagonista do turismo do futuro.



Até 2020, as ações da SETUR já revelavam a força do turismo no estado de São Paulo. Os resultados, tanto em termos de PIB, quanto de turistas e de arrecadação, eram crescentes e acima da média nacional. Contudo, com a pandemia da COVID-19, impactos severos aconteceram no setor, com redução dramática das atividades. Porém, com esforços conjuntos do Governo do Estado de São Paulo, por meio da SETUR, em parceria com os atores privados do turismo, no âmbito do Plano São Paulo, diversas ações mitigadoras, como a oferta de financiamentos, protocolos de abertura, entre outros, foram realizadas, ajudando no enfrentamento da crise.

A realidade é desafiadora. E o Plano Turismo SP 20-30 é do tamanho do desafio. Organizado e focado em planejamento e gestão, governança e colaboração, inteligência e inovação, fortalecimento regional e local e marketing e comunicação, não tem por propósito apenas retomar o turismo; mas de transformá-lo. Busca-se superar os entraves do passado e abrir caminho planejado para um novo futuro. Um novo turismo!



Pavimentação da Avenida Mãe Bernarda e construção de ponte

Os objetivos e as metas do Plano Turismo SP 20-30 estão relacionados ao incremento dos fluxos turísticos no estado, à modernização da sua gestão e a sua intensificação na articulação com privados, ao fortalecimento dos mecanismos de financiamento, assim como à criação de ecossistemas de inovação, tanto institucional quanto em produtos turísticos.

Exemplos já decorrentes das ações do Plano Turismo SP 20-30 podem ser observados por meio da proposição do Politurismo SP, um dos maiores hubs de inovação em turismo do mundo, em implantação em São Paulo, com diversos atores nacionais e internacionais; criação dos distritos turísticos, marco normativo para facilitar investimentos privados no estado e em seus equipamentos turísticos; criação de rotas

cênicas, que transformarão a própria infraestrutura de São Paulo em um produto turístico; transformação do centro de São Paulo, em parceria com a Prefeitura, para se tornar um dos principais ativos históricos e culturais da América Latina; proposição de novas linhas de financiamento, em conjunto com a Desenvolve SP e o Banco Interamericano para Desenvolvimento (BID); reestruturação do FUMTUR para agilizar investimentos em estâncias e municípios de interesse turísticos de São Paulo; criação do Centro de Inteligência da Economia do Turismo, para monitorar as atividades do setor e ajudar na proposição de políticas baseada em evidências; dentre outras.

O Plano Turismo SP 20-30 estabelece o caminho para o estado ser um destino turístico cada vez mais competitivo nacional e internacionalmente, diversificado, tecnológico e inovador, contribuindo decisivamente com a formação de uma nova imagem para o Brasil.

O turismo do futuro já começou em São Paulo.

O turismo é um dos setores econômicos mais pujantes, dinâmicos e relevantes do século XXI. Dados da Organização Mundial do Turismo – OMT, evidenciam que as atividades do turismo apresentam um dos campos de maiores índices de crescimento econômico no mundo, com impactos significativos no comércio, emprego, renda, promoção social, sustentabilidade e investimentos, tornando-se um dos principais motores do desenvolvimento econômico contemporâneo dos países.

Isso ocorre dada a transversalidade e as externalidades que as atividades da cadeia de valor do turismo possuem e promovem nas economias nacionais e internacionais. No comércio de mercadorias, por exemplo, as transações entre países de bens intermediários e finais demandados pela cadeia do turismo tornaram-se uma das principais categorias, assim como ocorre no comércio de serviços.

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

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



Implantação de Complexo Turístico Mirante de Camaroeiro



Construção e Reforma do Complexo Turístico do Pontal do Jacaré - Ibitinga

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

As políticas públicas para o turismo são desenhadas com o objetivo de articular stakeholders para constituir governança destinada a prover competitividade e sustentabilidade às atividades da cadeia de valor do turismo em âmbito subnacional. De acordo com a Organização Mundial do Turismo (2019, p.26), competitividade no turismo significa:

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

Nesse contexto, o estado de São Paulo se destaca. Não apenas por possuir rica variedade de destinos e de equipamentos turísticos, assim como relevante infraestrutura de transporte e comunicação, que o torna um dos principais destinos do Brasil, mas desta-

cadamente, pelo fato de que o Governo do Estado, por meio de sua Secretaria de Turismo, considera o turismo um vetor imprescindível ao desenvolvimento socioeconômico e sustentável do estado, sendo dimensão prioritária para ganhos de competitividade.

Os números paulistas descortinam a ascensão turística do Estado.

Em 2019, o PIB do turismo paulista atingiu mais de R\$ 222,3 bilhões (CIET / SeturSP, 2020), gerando mais de 50 mil empregos diretos (CIET / Setur / CAGED / Ministério do Trabalho, 2020).

Para efeitos comparativos, ao passo que o turismo do estado de São Paulo cresceu, em 2019, 5,3%, o do Brasil, para o mesmo período, registrou incremento de 2,3%. São Paulo cresceu mais do que o dobro do país.

A despeito das boas perspectivas e das atividades que vinham sendo desenvolvidas para o ano 2020, toda a trajetória de crescimento foi drasticamente afetada pela COVID-19. Os efeitos da pandemia do novo Corona vírus foram substantivos no mundo inteiro. O drama humanitário e de saúde, somadas às quedas econômicas, constituem cenário de incertezas e de perdas imediatas – as quais, pelas próprias características de contaminação do vírus, atingiram, brutalmente e em curto espaço de tempo, toda a cadeia e as atividades do turismo.

Dessa forma, a SETUR se mobilizou em duas frentes: i) apoiar o turismo em momento crítico diante da crise gerada pela COVID-19 e, também, de maneira imperativa, ii) refletir estrategicamente e planejar as suas atividades para um novo futuro. Ou seja, de pensar sobre formas e ações as quais, ao mesmo tempo em que resguardam o turismo durante a crise, reorganizem e promovam o alvorecer de sua pujança econômica, social, cultural e sustentável, com espaço para crescimento e competitividade de seus agentes econômicos, bem como atratividade e segurança aos turistas, preparando-o para um novo futuro.

PIB DO TURISMO 2019

BILHÕES – R\$
222,3
(CIET/SeturSP, 2020)

EMPREGOS DIRETOS - 2019

50.000
(CIET/SeturSP/CAGED/Ministério do Trabalho, 2020)

Nesses esforços, a SETUR elaborou o seu PLANO TURISMO SP 20-30. Um meticuloso trabalho, em parceria com diversos atores do poder público e da iniciativa privada, que identifica tendências e cenários que balizam a elaboração de diretrizes estratégicas, por meio da definição de objetivos e de iniciativas que recuperem e fortaleçam o turismo do estado de São Paulo para os próximos 10 anos e estejam alinhadas à Agenda 2030 e aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU).



Atibaia / SP - Foto: Elias Gomes

ELABORAÇÃO

O PLANO TURISMO SP 20-30

As técnicas de planejamento utilizadas pela SETUR para a formulação do Plano Turismo SP 20-30 ocorreram sob acompanhamento da Fundação Instituto de Administração - FIA. Para a sua realização foi utilizado o método do Planejamento Prospectivo (Godet, 1997; Heijden, 2005; e Schwartz, 2000). O seu objetivo é dar suporte à tomada de decisões estratégicas nas organizações por meio de um processo de observação e análise das tendências no ambiente, dos possíveis cenários futuros e da geração de estratégias de longo prazo.

O planejamento prospectivo é útil para qualquer organização pública que enxerga a necessidade de desenvolver estratégias para orientar suas linhas de ação no curto, médio e longo prazos. Adicionalmente, foi utilizado o método do Planejamento Estratégico Situacional – PES (Matus, 1997).

O PES é uma técnica de planejamento para o setor público baseada na seleção e explicação de problemas a partir da perspectiva situacional de um ator social, com o fim de desenhar estratégias de ação de curto e médio prazos; ou seja, para o período de governo.

Enquanto o Planejamento Prospectivo explora e analisa o futuro, a fim de entender as tendências de maior peso que estão ocorrendo no mundo e que estão transformando o campo de interesse que se deseja planejar a longo prazo, e assim compreender o leque de cenários futuros possíveis, o PES analisa os problemas atuais a partir da visão de um ator social específico. Os dois métodos se complementam e conciliam para assim construir as estratégias de ação necessárias para um planejamento de curto, médio e longo prazos.



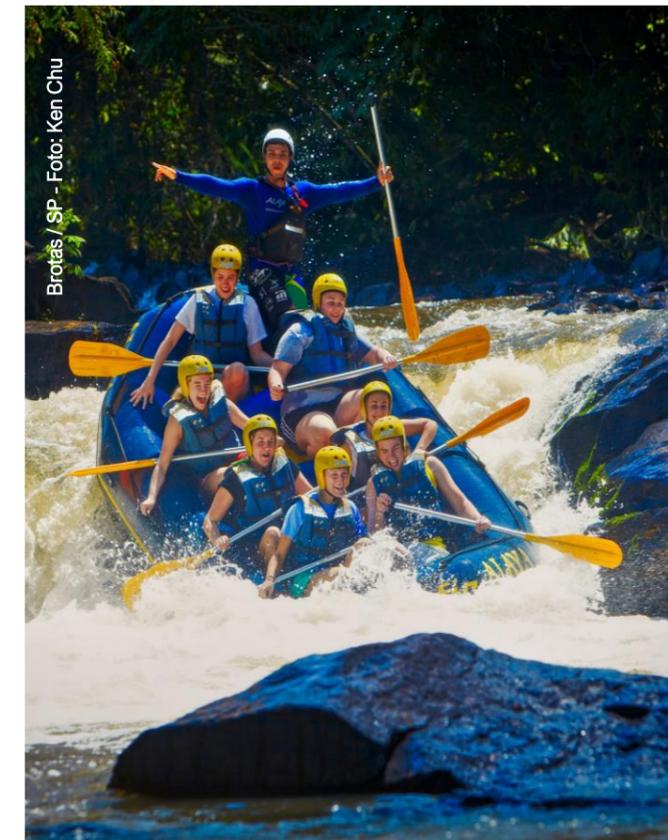
Aparecida / SP - Foto: Ken Chu

Para que a formulação do PLANO TURISMO SP 20-30 fosse dinâmica e inovadora, a SETUR, com acompanhamento da FIA, promoveu um processo de construção colaborativa com a participação ativa de servidores e colaboradores da SETUR e de diversos atores do turismo, do setor público e da iniciativa privada, gerando um amplo espaço de debate e construção de consensos.

Em primeiro lugar, foi criado o Grupo do Plano, constituído por servidores da SETUR e por representantes da AMITESP - Associação das Prefeituras dos Municípios de Interesse Turístico do Estado de São Paulo, da APRECESP - Associação das Prefeituras das Cidades Estância do Estado de São Paulo, e da cadeia de valor do turismo. O Grupo realizou reuniões sistemáticas a partir de março de 2020, visando discutir as tendências e os cenários impactantes do turismo no estado; analisar os problemas no turismo; desenhar as diretrizes e objetivos estratégicos; e elaborar as estratégias do Plano.

Em segundo lugar, a SETUR realizou pesquisa com os municípios turísticos do estado, com o objetivo de conhecer seus principais problemas, perspectivas futuras para o turismo e as ações que estão sendo implementadas.

Por último, visando promover a reflexão nos atores do setor sobre o futuro do turismo no estado, foram realizadas várias oficinas virtuais nos meses de maio e junho de 2020 com interlocutores das 49 Regiões Turísticas, da AMITESP, da APRECESP, da cadeia de valor do turismo, do Conselho de Gestão, dos órgãos estaduais, conselheiros do CONTURESP - Conselho Estadual de Turismo de São Paulo, e os servidores e colaboradores da SETUR – Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo. Os resultados de todas as oficinas foram processados e analisados pela FIA - Fundação Instituto de Administração, apresentados e discutidos com o Grupo do Plano para, finalmente, tornarem-se insumo fundamental para alimentar a elaboração do PLANO TURISMO SP 20-30.



Brotas / SP - Foto: Ken Chu



Olimpia / SP



Nazaré Paulista / SP - Foto: Elias Gomes

RADAR DO TURISMO HOJE

- 📍 Aumento da volatilidade no âmbito econômico impõe dificuldades para tomadas de decisões de investimento, consumo e alocação de recursos em geral.
- 📍 Reposicionamento da China na cadeia de valor global: impacto na demanda de turismo por parte da classe média chinesa e asiática, em geral.
- 📍 Incertezas quanto à capacidade de recuperação econômica brasileira: revisão das expectativas quanto à anteriormente esperada retomada cíclica.
- 📍 Incertezas quanto à resiliência da dimensão econômica do turismo.
- 📍 Queda abrupta da demanda internacional por turismo.

- 📍 Aumento das desigualdades regionais devem melhorar a posição relativa do estado de São Paulo.
- 📍 Estado de São Paulo é ainda o eixo dinâmico da economia nacional e tem posto em prática ações para mitigar os efeitos perversos da dimensão econômica da pandemia da COVID-19. Isso vale para a cidade de São Paulo, uma cidade global.
- 📍 Com um ambiente global mais competitivo e diversificado, os turistas estão mais atentos à relação custo-benefício dos destinos, assim como a elementos relacionados à infraestrutura e segurança, o que acirra a competitividade internacional.
- 📍 Escassez de recursos humanos com as habilidades necessárias para lidar com as demandas do setor turístico.



ECONOMIA



SEGURANÇA & SANITÁRIA

- 📍 A segurança será o novo valor ascendente do estágio pós-Corona vírus, condição *sine qua non* para a escolha dos destinos.
- 📍 Prevalece a definição de protocolos e padrões de qualidade para a oferta, pois um turismo inseguro é um risco tanto para os turistas quanto para a comunidade anfitriã.
- 📍 Forte impacto sobre os modelos turísticos que pressupõem aglomerações de viajantes.
- 📍 Prevaecem destinos sem aglomerações, com desfrute da natureza, acomodação rural e atividades em espaços abertos.
- 📍 Em aeroportos, são implementados distanciamento social e medidas para evitar multidões, desinfecção e controle de temperatura.
- 📍 Adaptação da oferta turística, adequando-se aos novos protocolos de segurança sanitária.
- 📍 Adoção, se necessário, de políticas de quarentena, por duas semanas, para pessoas de certas origens que adentrem suas fronteiras.
- 📍 Tendência de preferência pelo turismo local e de proximidade, visando destinos que ofereçam boas medidas de segurança.
- 📍 Turista mais rigoroso e prudente, sempre levando em consideração medidas de segurança e higiene.
- 📍 Integração e coordenação com órgãos de saúde.



- 📍 Destinos Turísticos Inteligentes, conectados, interativos, autênticos e sustentáveis, preparados para atender a todas as etapas da jornada do turista conectado. Aumento da inovação e inteligência competitiva: novos produtos e serviços.
- 📍 Intensificação da tendência de digitalização de oferta de serviços e produtos por meio do uso de TIC – Tecnologia de Informação e Comunicação: reservas, gestão, marketing, comunicação com o cliente.
- 📍 Economia de plataforma e compartilhada definitivamente impacta o turismo de negócios no médio e longo prazos.
- 📍 As novas tecnologias oferecem ao turista maior controle no planejamento da viagem. É um turista cada vez mais conectado, experienciando e desfrutando do turismo com o auxílio de um celular ou com dispositivos conectados.
- 📍 Aumento da preocupação de indivíduos e empresas com a gestão de dados dos usuários nas TIC.



- 📍 Mudanças climáticas e a poluição do solo, das águas e do ar são uma ameaça sobre o meio ambiente e impactam nas condições de oferta turística.
- 📍 A relevância da pauta ambiental segue crescente.
- 📍 A crise sanitária enfraquece o modelo de turismo de massa, o que alivia a pressão ambiental.
- 📍 O Brasil possui grandes potencialidades para se desenvolver com base na valorização e produção de conhecimento a partir de seus recursos naturais.
- 📍 Fortalecimento da economia e de populações locais pelo estímulo das atividades do turismo.



Revitalização do Mercado Municipal e Entorno - Praça da Bandeira

E CULTURA

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



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



Museu do Ipiranga - São Paulo - Foto: affoto-istock

OS DESAFIOS PARA O TURISMO DO ESTADO

A crise provocada pela pandemia da COVID-19 exige que a SETUR consiga ampliar a sua capacidade de planejamento e gestão estratégica, de maneira a enfrentar a alta complexidade dos problemas gerados para o turismo. Mas esse é um processo que deve ser articulado e coordenado com os atores da cadeia de valor do turismo, para direcionar e orientar a atuação dos municípios e segmentos do turismo rumo à superação da crise.

Saber atuar em um contexto tão complexo e desafiador é decisivo para que o turismo possa se constituir enquanto vetor de desenvolvimento local e regional, também após a pandemia. Isso exige a reestruturação de produtos e serviços turísticos, tendo a segurança sanitária como foco, assim como a reconstrução da confiança e sentimento de segurança dos turistas.

Para que seja possível superar os desafios não apenas oriundos desta crise sem precedentes, mas também de problemas estruturais que são enfrentados desde o passado, faz-se necessário tornar a governança do turismo no estado mais participativa e colaborativa.

Por se tratar de um contexto sem antecedentes, com fortes pressões e custos sociais e econômicos, as ações dos distintos atores do turismo devem ser coordenadas, integradas e com uma visão estratégica. Apenas assim será possível mitigar os efeitos da crise, possibilitando a retomada das atividades. O diálogo com os setores produtivos e empresariais é elemento fundamental nesse processo, para preparar a oferta em relação aos novos protocolos e práticas de segurança sanitária, adequando suas capacidades, práticas, equipamentos e calendários.

Realizar as alterações necessárias para possibilitar essa governança participativa e colaborativa é um desafio por si só. Para tanto, é imprescindível adequar e modificar diferentes sistemas que estruturam o turismo no estado de São Paulo, tais como os sistemas de financiamento, de cooperação, planejamento estratégico, monitoramento e avaliação, assim como aumentar a capacidade de resposta dos processos organizativos tanto nos entes do poder público, quanto nos da iniciativa privada.



Além de uma gestão mais participativa e colaborativa no processo de retomada do turismo, também são necessárias adequações nas regras macro organizativas que definem a missão e a estruturação organizativa da Secretaria, possibilitando um aumento de sua capacidade na promoção e desenvolvimento do turismo, enfrentando os desafios atuais e futuros trazidos pela crise.

Outro tema de grande pertinência é a articulação e integração do conhecimento com a inovação e o empreendedorismo gerados pelos diversos atores que atuam no cenário turístico do estado de São Paulo, de modo a fundamentar e estabelecer um sistema estratégico voltado ao desenvolvimento do turismo.

Assim, faz-se necessário estimular o desenvolvimento e a incorporação de novas tecnologias, fomentar o empreendedorismo e implementar estratégias que associem inteligência e inovação à qualificação da oferta turística, garantindo o desenvolvimento de destinos mais inteligentes, que estejam presentes nos meios digitais.

Muitas áreas no estado de São Paulo possuem vocação para atividades turísticas, mas encontram-se subaproveitadas, assim como diversas localidades que já são destinos turísticos, mas que demandam melhorias.

O fortalecimento regional e local é muito importante para a melhoria estrutural do turismo e para a recuperação econômica e social após os impactos provocados pela crise da COVID-19, sendo a articulação dos atores públicos e privados uma necessidade imperante neste processo.

Para transformar a realidade atual é imperioso desenvolver e melhorar os serviços públicos sanitários e de transporte, o acesso à internet e a proteção ambiental, assim como aperfeiçoar os produtos, serviços e equipamentos turísticos, incentivando a participação do setor privado.

Para superar os desafios relacionados às potencialidades regionais e locais, um olhar voltado às gestões municipais é fundamental.

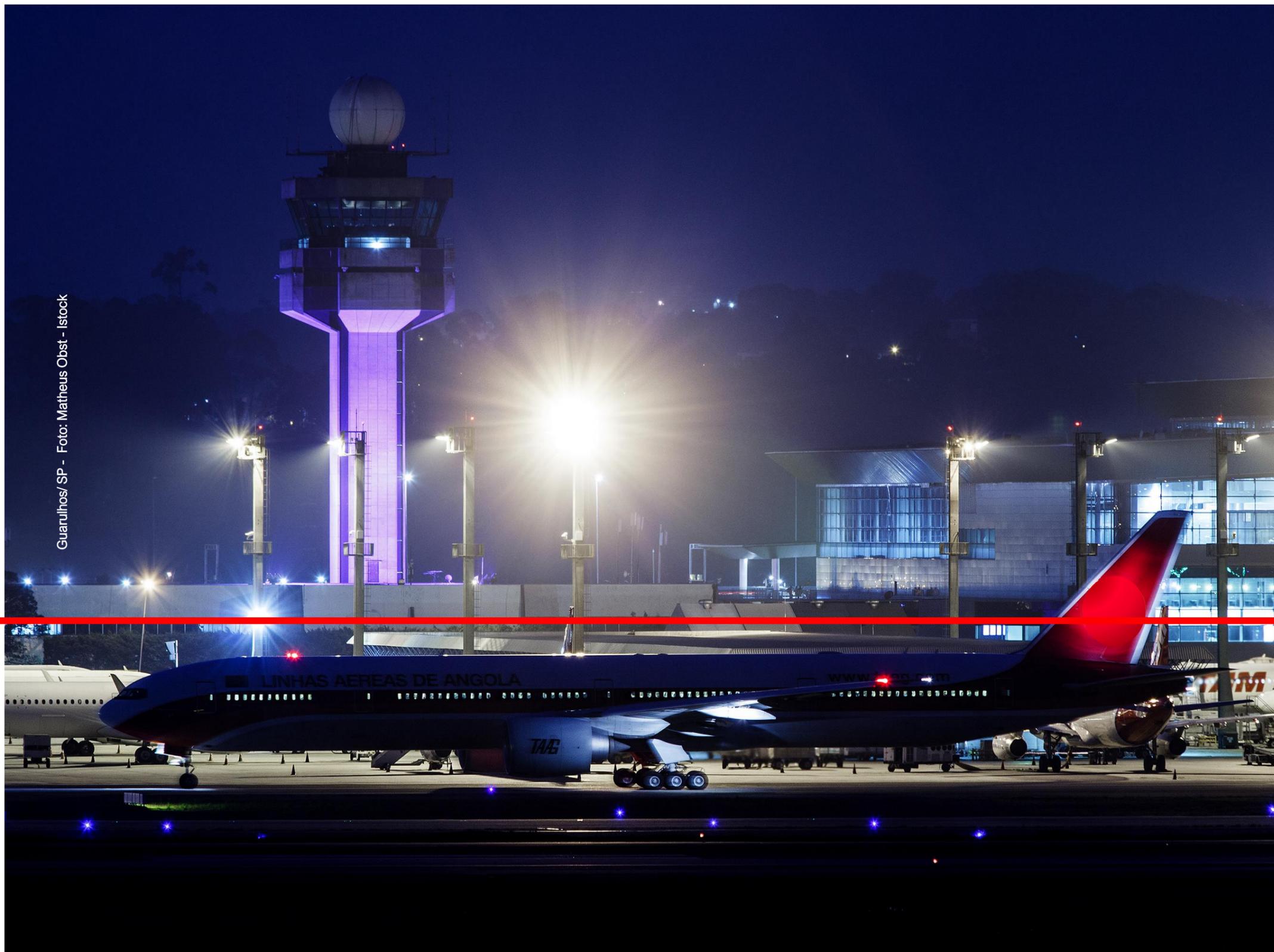
Estimular e investir no aumento das capacidades institucionais e financeiras dos municípios possibilita que esses tenham mais condições para enfrentar os desafios gerados pelos efeitos da pandemia, promovendo a retomada do turismo local e regional de forma planejada e articulada no médio e longo prazo.

Orientar e articular a promoção, posicionamento e comunicação dos destinos, produtos e serviços turísticos do estado de São Paulo possui grande relevância para a retomada das atividades turísticas após a paralisação imposta pela pandemia. Uma promoção com foco na segurança, utilizando estratégias de marketing inteligentes e inovadoras é fundamental, mas muito desafiadora. Faz-se necessária uma agenda positiva e propositiva, posicionando o estado de São Paulo e seus diversos destinos enquanto seguros, competitivos, inovadores e receptivos.

Por fim, o marketing turístico dos destinos deve se fundamentar em inteligência de mercado, otimizando o aproveitamento da oferta de acordo com as tendências e comportamento da demanda turística. O uso do marketing digital é um pré-requisito para a adequação do turismo no estado ao cenário competitivo atual.

Com o impacto da pandemia da COVID-19, o ambiente virtual recebeu ainda mais importância, de maneira que estar desconectado das redes digitais não é uma opção para os destinos que almejam um desempenho de destaque. Assim, a integração entre sites, redes sociais, plataformas digitais e canais midiáticos tradicionais é tão importante quanto a qualificação da oferta turística para a utilização das mídias digitais, sendo esses imprescindíveis.

Também se mostra proveitoso realizar uma promoção baseada em uma nova maneira de estruturar experiências, produtos e serviços turísticos, valorizando destinos regionais e municipais, com uma marca turística forte no estado de São Paulo.



PRINCÍPIOS E VISÃO ESTRATÉGICA

INOVAÇÃO

Incorporação da inovação por meio da disseminação de conhecimento, novas tecnologias e desenvolvimento de talentos na cadeia de valor do turismo, proporcionando experiências únicas advindas de produtos e serviços turísticos de qualidade que impulsionem a competitividade dos destinos no estado de São Paulo frente aos mercados regional, nacional e internacional.

COMPETITIVIDADE

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

SEGURANÇA

Turismo saudável, responsável, e seguro, promovendo medidas de prevenção, vigilância e controle, mantendo o respeito aos protocolos sanitários estabelecidos para cada setor específico, assim como a preservação não só da integridade física e do bem-estar dos visitantes como dos residentes e trabalhadores

SUSTENTABILIDADE

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



Brotas – Recanto das Cachoeiras

VISÃO

PARA O ESTADO DE SÃO PAULO

INCLUSÃO E ACESSIBILIDADE

Atividade turística livre de barreiras que garanta a inclusão e acessibilidade das pessoas em toda a oferta e demanda dos destinos turísticos do estado de São Paulo.

SER INSPIRADOR

Destinos turísticos do estado de São Paulo que proporcionem experiências inspiradoras, criativas e únicas que estimulem a visitação.

Ser um dos destinos turísticos mais desejados nacional e internacionalmente, diversificado, tecnológico, inovador e competitivo, contribuindo decisivamente com a formação de uma nova imagem para o Brasil.



Centro de São Paulo / SP

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS



- 01** Melhorar a capacidade de planejamento e gestão da SETUR na articulação e coordenação dos atores da cadeia de valor do turismo do Estado, considerando a estratégia de retomada pós-Covid.
- 02** Aprimorar a capacidade de gestão institucional, operacional e financeira da SETUR.
- 03** Institucionalizar, fortalecer e valorizar as instâncias de governança locais e regionais relacionadas com o planejamento, financiamento e gestão do turismo.
- 04** Fortalecer a capacidade de articulação e coordenação entre o poder público, a iniciativa privada e a sociedade civil para o desenvolvimento e a competitividade das atividades do turismo, considerando a inclusão e equidade de gênero, raça e diversidade sexual.
- 05** Fortalecer as políticas de investimento e de financiamento de programas, projetos e empreendimentos públicos e privados voltados ao desenvolvimento do turismo no Estado de São Paulo.
- 06** Promover a produção, incorporação e disseminação do conhecimento, da inovação e dos novos negócios na cadeia de valor do turismo do Estado de São Paulo.
- 07** Promover a atuação articulada de agentes públicos e privados na implantação de empreendimentos e produtos turísticos nacionais ou internacionais, que aproveitem as vocações e potencialidades dos municípios e regiões do Estado de São Paulo.
- 08** Modernizar e ampliar as estratégias de marketing e comunicação de destinos, produtos e serviços turísticos ofertados no Estado de São Paulo nos níveis municipal, regional, nacional e internacional.



Caraguatatuba / SP – Cocanha - Foto: Ken Chu

ESTRATÉGIAS

DIRETRIZ I – PLANEJAMENTO E GESTÃO DA RETOMADA

Objetivo Estratégico 1

Melhorar a capacidade de planejamento e gestão da SETUR na articulação e coordenação dos atores da cadeia de valor do turismo do Estado, considerando a estratégia de retomada pós-Covid.

Meta 2022

Cenário Arrojado

Aprimorar a capacidade de gestão institucional, operacional e financeira da SETUR.

Estratégias

1. Desenho e implantação de uma estratégia coordenada e monitorada de abertura e retomada do turismo no Estado de São Paulo, paralisado pela crise provocada pela pandemia do COVID-19.
2. Desenho e implantação de campanhas de comunicação motivacional voltadas a apresentar São Paulo como destino seguro, saudável e acolhedor para os turistas.
3. Desenho e implantação de uma estratégia articulada para o fortalecimento das medidas fiscais, de financiamento e demais suportes orientados à retomada e desenvolvimento do turismo.



Boat Show São Paulo 2020 - realizado na raia da USP

DIRETRIZ II – GOVERNANÇA PARTICIPATIVA E COLABORATIVA

Objetivo Estratégico 2

Aprimorar a capacidade de gestão institucional, operacional e financeira da SETUR.

Meta 2030

Cenário Arrojado

SETUR modernizada e flexível que responde às demandas do Turismo. Com as novas unidades implementadas e em pleno funcionamento, e quadro técnico estável.

Estratégias

4. Modernização institucional da SETUR em termos de sua missão, competências e estrutura organizacional.
5. Desenho e implantação do Centro Estratégico de Desenvolvimento do Turismo do Estado de São Paulo.
6. Modernização, adequação e eficiência dos processos organizativos da SETUR, com foco em estratégias digitais.

Objetivo Estratégico 3

Institucionalizar, fortalecer e valorizar as instâncias de governança locais e regionais relacionadas com o planejamento, financiamento e gestão do turismo.

Meta 2030

Cenário Arrojado

100% das Regiões Turísticas estruturadas e implementadas com autonomia de gestão. Turismo regional potencializado com a participação efetiva da iniciativa privada, com aumento do fluxo turístico e reconhecimento nacional dos destinos paulistas.

Estratégias

7. Construção da política estadual de regionalização do turismo com base nas diretrizes do programa nacional de regionalização do turismo.
8. Estímulo à elaboração, revisão e implementação dos planos diretores regionais de turismo (PDRTUR).
9. Estímulo à modernização institucional das administrações municipais para a promoção do desenvolvimento turístico nos municípios do estado.

DIRETRIZ II – GOVERNANÇA PARTICIPATIVA E COLABORATIVA

Objetivo Estratégico 4

Fortalecer a capacidade de articulação e coordenação entre o poder público, a iniciativa privada e a sociedade civil para o desenvolvimento e a competitividade das atividades do turismo, considerando a inclusão e equidade de gênero, raça e diversidade sexual.

Meta 2030

Cenário Arrojado

Ações e projetos estratégicos da SETUR com impacto no desenvolvimento do turismo implementados com a participação efetiva de atores públicos, privados e sociedade civil.

Estratégias

10. Fortalecimento de uma agenda interinstitucional visando consolidar o turismo como fator de desenvolvimento estratégico.
11. Fortalecimento e valorização do CONTURESP (Conselho Estadual do Turismo), Conselhos Regionais e Municipais de Turismo.
12. Incentivo a projetos de inclusão e acessibilidade em destinos turísticos do Estado.

Objetivo Estratégico 5

Fortalecer as políticas de investimento e de financiamento de programas, projetos e empreendimentos públicos e privados voltados ao desenvolvimento do turismo no Estado de São Paulo.

Meta 2030

Cenário Arrojado

Programas de crédito turístico com acesso ampliado e recursos multiplicados para projetos e empreendimentos turísticos. Até 2022, investimento de R\$ 3 bi em financiamento de projetos de investimento e capital de giro.

Estratégias

13. Modernização e fomento das estratégias de financiamento e investimento no turismo junto a organizações públicas e privadas, nacionais e internacionais.
14. Reestruturação da Lei Estadual nº 16.283 de 15/07/16 que dispõe sobre o Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos para o desenvolvimento de programas de melhoria e preservação ambiental, urbanização, serviços e equipamentos turísticos (FUMTUR).

DIRETRIZ III – INTELIGÊNCIA E INOVAÇÃO

Objetivo Estratégico 6

Promover a produção, incorporação e disseminação do conhecimento, da inovação e dos novos negócios na cadeia de valor do turismo do Estado de São Paulo.

Meta 2030

Cenário Arrojado

Politurismo, com 1,2 bi de investimento realizado, e o CIET são referência de inteligência turística no mundo. Redes de Inteligência e centros de promoção e fomento ao ensino, pesquisa e inovação do turismo disseminados e integrados atuando no estado em parceria com entes públicos e privados.

Estratégias

15. Apoio ao desenvolvimento sustentável e à implementação do Projeto Estratégico Politurismo.
16. Fortalecimento do CIET – Centro de Inteligência da Economia do Turismo.
17. Incentivo à modernização e fortalecimento dos programas de sensibilização, formação e qualificação profissional na área de turismo.
18. Implementação e manutenção de redes de inteligência e inovação voltados a destinos, empreendimentos e novos negócios da cadeia de valor do turismo.



Rotas Cênicas - Pedra do Bau - Mantiqueira Paulista

DIRETRIZ IV – FORTALECIMENTO REGIONAL E LOCAL

Objetivo Estratégico 7

Promover a atuação articulada de agentes públicos e privados na implantação de empreendimentos e produtos turísticos nacionais ou internacionais, que aproveitem as vocações e potencialidades dos municípios e regiões do Estado de São Paulo.

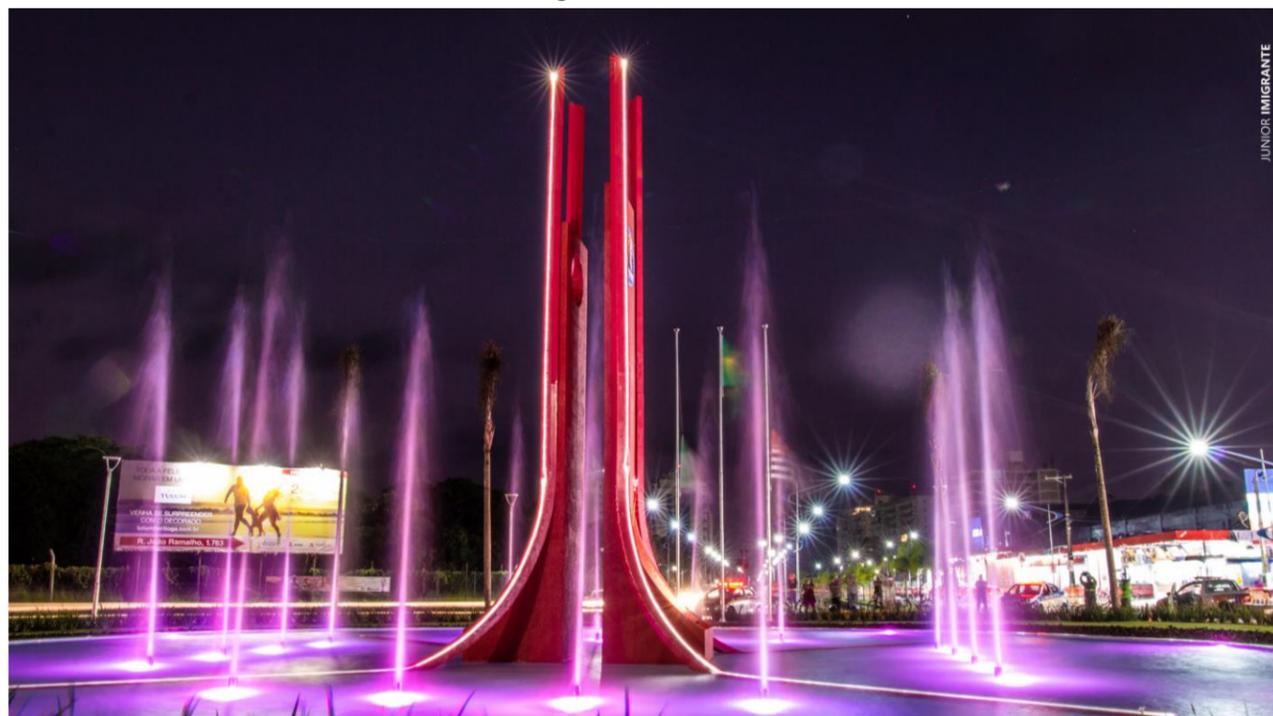
Meta 2030

Cenário Arrojado

Distritos Turísticos implementados no estado, com investimento de R\$ 15 bi. Projeto Centro, com investimento R\$ 15 bi, e valorização imobiliária de R\$ 80 bi. MT, MIT e Destinos Turísticos ampliados, integrados e atuando de forma regionalizada potencializando a sua atratividade. Crescimento do fluxo turístico doméstico e internacional.

Estratégias

20. Promoção e apoio à criação do Projeto Estratégico dos Distritos Turísticos em áreas territoriais do Estado com vocação para a atividade econômica de turismo.
21. Promoção e apoio para implantação do Projeto Estratégico para o Centro da cidade de São Paulo.
22. Estratégia 21 Incentivo a projetos de infraestrutura, de serviços e equipamentos turísticos para o desenvolvimento sustentável dos municípios e regiões turísticas do Estado.
23. Estratégia 22 Incremento e desenvolvimento de ações de mobilidade e conectividade nos diversos modais de transporte.
24. Estratégia 23 Incentivo e valorização das iniciativas que fortaleçam a identidade local e regional dos destinos turísticos.



Revitalização da Praça dos Emancipadores - Bertioga

DIRETRIZ V – MARKETING E COMUNICAÇÃO

Objetivo Estratégico 8

Modernizar e ampliar as estratégias de marketing e comunicação de destinos, produtos e serviços turísticos ofertados no Estado de São Paulo nos níveis municipal, regional, nacional e internacional.

Meta 2030

Cenário Arrojado

Ampliar o fluxo turístico de viagens de negócio e eventos. Crescimento de 50% fluxo turístico receptivo em viagens de lazer. Crescimento da 50% demanda turística internacional. Crescimento de número de viagens, roteiros e produtos turísticos em São Paulo. Presença consistente e estável do destino SP nos canais de comunicação digital. Consolidação da Marca e da Identidade Turística do Estado de São Paulo. Crescimento do PIB do Turismo em mais de 5% até 2022. Crescimento da Economia e Volume do Turismo. Crescimento do número de empregos nas ACT em 15% até 2030.

Estratégias

24. Fortalecimento, institucionalização e promoção da iniciativa SP PRA TODOS, fomentando a gestão da marca e sua disseminação em âmbito nacional e internacional.
25. Desenho e implementação de um programa de promoção do turismo do Estado de São Paulo no âmbito municipal e regional.
26. Desenho e implantação da rede de inteligência de mercado e marketing turístico.
27. Promoção e fomento ao marketing digital focado na experiência do viajante como forma de impulsionar o turismo paulista.
28. Incentivo e fomento à comercialização do turismo.
29. Apoio a promoção e realização de feiras e eventos em âmbito nacional e internacional.
30. Fortalecimento da estratégia de comunicação da SETUR.

O PLANO TURISMO SP 20-30 terá uma metodologia de monitoramento que permitirá realizar o acompanhamento e avaliação das estratégias e do grau de alcance dos objetivos estratégicos definidos, em termos de eficiência, eficácia e efetividade.

Dessa forma, o Plano será monitorado com base nos objetivos estratégicos definidos e nos compromissos assumidos pelos diferentes responsáveis pelas estratégias. O monitoramento do Plano será um processo sistemático que fornecerá informações valiosas sobre sua gestão e estado de avanço de sua execução, facilitando a tomada de decisões para a correção de desvios em relação aos objetivos a serem alcançados.

Um Centro Estratégico e uma Sala de Situações, alocados na SETUR, serão os responsáveis por organizar e dirigir a plataforma de acompanhamento do PLANO TURISMO SP 20-30. Para isso, o Grupo Técnico desenvolverá os indicadores de desempenho, pelos quais será medido o grau de avanço do Plano, e manterá um registro atualizado das informações obtidas e da realização das metas.

Os indicadores de desempenho para o monitoramento e avaliação do Plano deverão contemplar duas dimensões:

- Indicadores Estratégicos, que têm como finalidade acompanhar e avaliar os avanços atingidos nos objetivos estratégicos do Plano;
- Indicadores de Produto, que têm como finalidade acompanhar e avaliar o nível de execução e cumprimento nas ações das estratégias do Plano.

O Grupo Técnico de Planejamento e Monitoramento emitirá relatórios consolidados de periodicidade regular com informações estratégicas do Plano para subsidiar a tomada de decisões da Alta Direção da SETUR.



ENTIDADES PARTICIPANTES



- ABAV - Nacional
- ABAV - SP
- ABBTUR
- ABBTUR/SP
- ABCTur
- ABEAR
- ABEOC-SP
- ABETA
- ABIH Accor
- ABIN-SP
- ABLA
- ABRACE, ABNT e SINDIPROM - SP
- ABRACORP
- ABRAJET
- ABRASEL-SP
- ABRATUR
- ABRATURR-SP
- ABRESI
- ACSP
- Adriano Reis Viagens
- Agaxtur
- Agência Deusa Rodrigues
- AIRBNB
- AMITESP
- AMITUR
- ANPF
- ANR
- APC BRASIL
- APRECESP
- APTA SAA
- ARTESP
- AVIESP
- AVIRRP
- Blue Tree Hotels
- BRAZTOA
- Câmara de Comércio e Turismo LGBT do Brasil
- CLIA
- CNTUR
- Comissão Paulista de Folclore
- COMTUR Cruzeiro
- CTET
- Decolar
- EDUCAÇÃO
- Expedia
- Expo Center Norte
- FC&VB
- FECHSESP
- FECOMERCIO-SP
- FENACTUR
- FHORESP
- FOHB
- Fórum Náutico
- FRESP
- Fundação Florestal
- Fundação Fórmula Cultural e Coletivo AMAVAP
- GL Eventos
- GRU Airport
- Grupo NÁUTICA
- Grupo R1
- Guia Pindamonhangaba
- INVEST SP
- ITESP
- Leal Consultoria
- Magazine Luiza
- Maringá Turismo
- Matilha turismo
- NB Steak / Fogo de Chão
- Pontal Paulista
- PPGTUR EACH USP
- Prefeitura de Jacareí
- Raízes do Interior Paulista
- Reed Exhibitions Alcantara Machado
- REO das Bicas
- Rino Agência
- RT Águas do Oeste
- RT Águas e Flores Paulista
- RT Águas Sertanejas
- RT Águas, Cultura e Negócios
- RT Alta Mogiana
- RT Alto do Cafezal
- RT Altos de Paranapiacaba
- RT Altos de Paranapiacaba Piedade
- RT Angra Doce Paulista
- RT Bandeirantes
- RT Caminhos da Mata
- RT Caminhos de São Domingos
- RT Caminhos do Tietê
- RT Cânions Paulista
- RT Capital
- Rt Cavernas da Mata Atlântica
- RT Circuito das Frutas
- RT Circuito das Nascentes
- RT Coração do Tietê
- RT Costa da Mata Atlântica
- RT da Fé
- RT Entre Rios, Serras e Café
- RT Entre Serras e Águas
- RT História e Aventuras
- RT Histórias e Vales
- RT Lagamar
- RT Lagos do Rio Grande
- RT Litoral Norte
- RT Mananciais, Aventura e Arte / Embu da Artes
- RT Mantiqueira Paulista
- RT Maravilhas do Rio Grande
- RT Negócio e Cultura
- RT Negócio e Cultura Osasco
- RT Picos da Mantiqueira
- RT Pontal Paulista
- RT Portal Paulista
- RT Rios do Vale
- RT Roteiro dos Bandeirantes
- RT Serra de Itaqueri - São Pedro
- RT Tietê Vivo
- RT Trilhas da Baixa Mogiana
- São Paulo Convention & Visitors Bureau (SPCVB)
- São Paulo Expo
- SDR
- SEBRAE SP
- SECORP
- SECOVI
- Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo
- Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado
- Secretaria de Cultura e Turismo de Sertãozinho
- Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado
- Secretaria de Desenvolvimento Regional
- Secretaria de Desenvolvimento Social
- Secretaria de Esportes do Estado
- Secretaria de Gestão – Jujutiba
- Secretaria de Governo do Estado
- Secretaria de Infraestrutura e Meio Ambiente do Estado
- Secretaria de logística e Transporte
- Secretaria de Transportes Metropolitanos
- Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência
- Secretaria Executiva da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado
- SEDUC/COPED
- SEGURANÇA PÚBLICA
- SENAC
- SENAC SP
- SENAR-SP
- SETPESP
- SINDEGTURSP
- SINDEPAT
- SINDETUR
- SINDILOC-SP
- SINDIPROM-SP
- SinHoRes Osasco
- SPCVB
- SPTURIS
- SUTACO
- Sympla
- UBRAFE
- UNESP
- Wet'n Wild
- WTC Sheraton
- WTM Latin América

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANCO MUNDIAL. A Economia nos tempos de COVID-19. Relatório Semestral sobre a Região da América Latina e Caribe. Grupo Banco Mundial. 2020.

CIET/ SETUR. Fluxo turísticos – perspectivas de retomada no pós-pandemia. 2020. Disponível em: <https://www.turismo.sp.gov.br/publico/include/download.php?file=518>

HEIJDEN, K. Scenarios: The art of strategic conversation. 2005, 2nd Ed. England: John Wiley & Sons Ltd.

MATUS, C. Os Três Cintos de Governo: Gestão, organização e reforma. Caracas, Venezuela: Fondo Editorial Altadir, 1997.

HUERTAS, F. O Método PES; Entrevista com Matus. São Paulo: Fundap, 2014.

RAMÍREZ, G. G.; BURBANO, L. C. La Planeación Estratégica Pública: Una herramienta de gobierno en el diseño y gestión de políticas públicas, Bogotá, Colombia. Disponível em: https://www.academia.edu/8115313/LA_PLANEACION_ESTRATEGICA_PUBLICA_UNA_HERRAMIENTA_DE_GOBIERNO_EN_EL_DISENO_Y_GESTION_DE_POLITICAS_PUBLICAS

SCHWARTZ, P. (2000). A Arte da Visão de Longo Prazo: Planejando o futuro em um mundo de incertezas. São Paulo, Brasil: Editoria Best Seller.

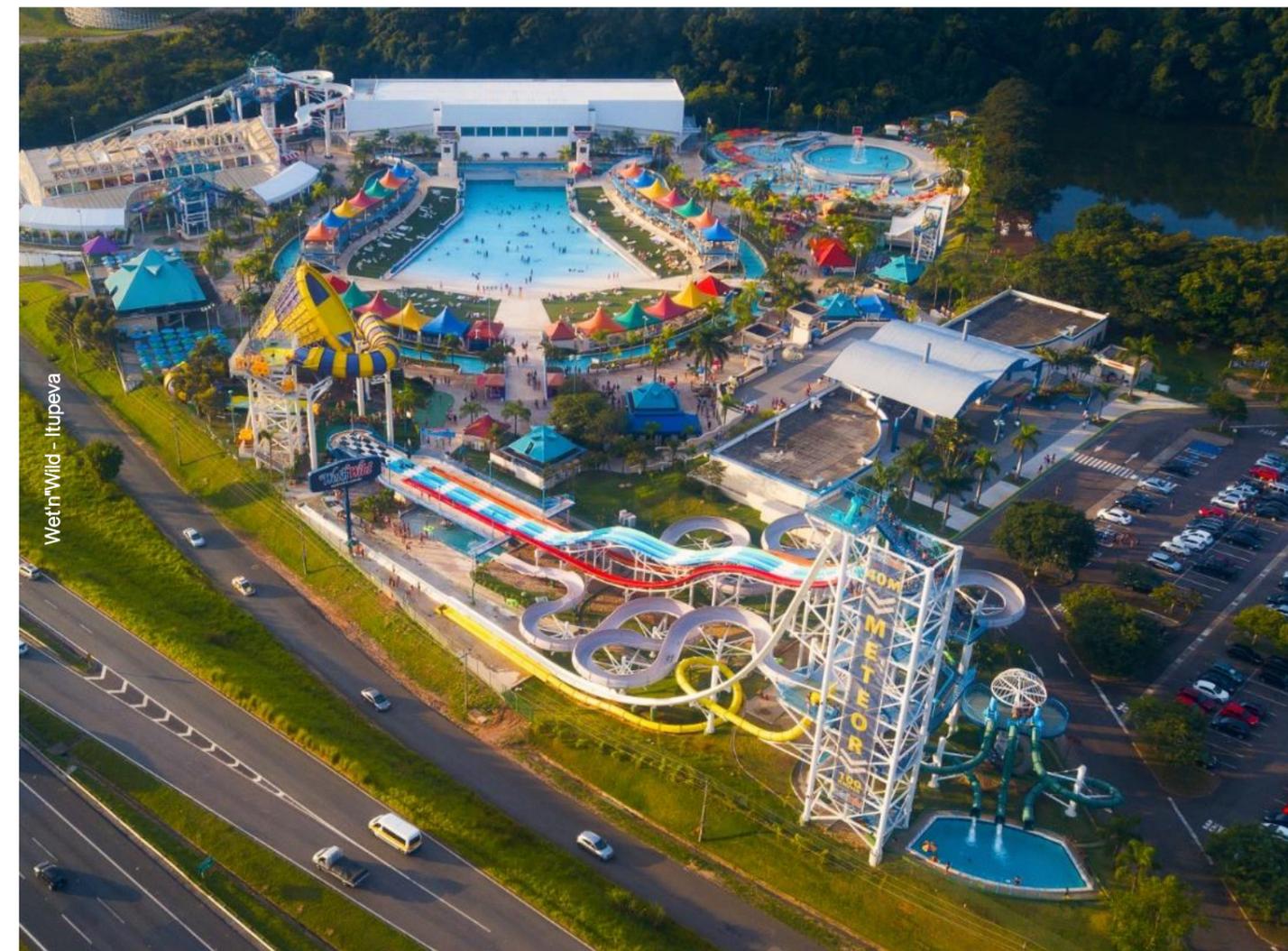
UNITED NATIONS WORLD TOURISM ORGANIZATION – UNWTO (Organização Mundial do Turismo – OMT). World Tourism Day 2019. 2019 Disponível em: < <https://www.unwto.org/world-tourism-day-2019#:~:text=Tourism%20and%20Jobs,-Tourism%20is%20a&text=Overall%20tourism%20accounts%20for%20one,over%20the%20next%20five%20years.>>

COVID-19: PUTTING PEOPLE FIRST. 2020. Disponível em: <<https://www.unwto.org/tourism-COVID-19>>.

UNITED NATIONS WORLD TOURISM ORGANIZATION – UNWTO (Organização Mundial do Turismo – OMT). UNWTO – Tourism definitions.2019. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858>

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL – WTTC. WTTC Members COVID-19 Hub. 2020. Disponível em: <<https://wtcc.org/en-gb/COVID-19/Member-Hub>>.

WORLD ECONOMIC FORUM - Travel & Tourism Competitiveness Report features the latest iteration of the Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI). 2019. Disponível em: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/files/2019/09/ABOUT.pdf>





Viaduto do Chá - São Paulo / SP - Foto: Alf Ribeiro - Istock



Requalificação e Urbanização da Orla da Praia da Enseada e Vias de Acesso - Guarujá

TURISMO SP 20-30

PLANO ESTRATÉGICO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO

RESUMO EXECUTIVO





PLANO DE
TURISMO
2030




SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

| Secretaria de Turismo