

ANEXO I.9 – ANÁLISE ECONÔMICA DO PECJ

1. Análise comercial do PECJ

1.1. Análise de mercado

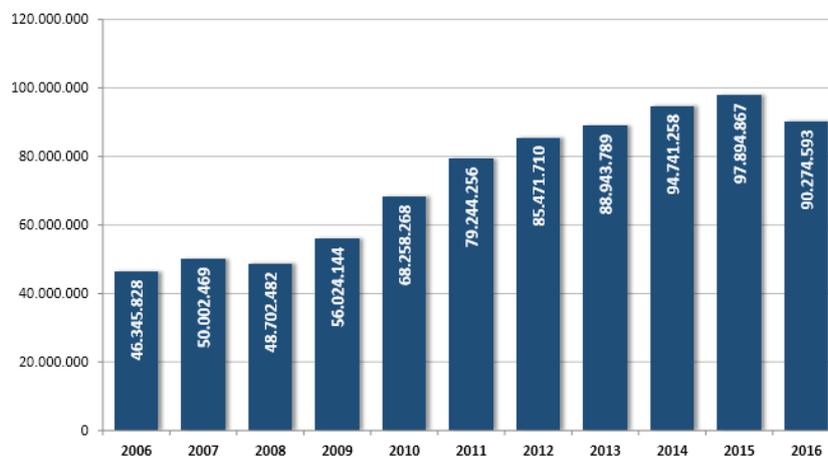
O mercado atual e potencial do PECJ está intrinsecamente ligado à cidade de Campos do Jordão, destino turístico e de segunda residência consolidada. Portanto, será analisado nesta seção do estudo a situação da demanda turística doméstica e regional com especial importância para os principais mercados emissores: Região metropolitana da cidade de São Paulo e mercado do interior de São Paulo, bem como dos estados do Rio de Janeiro e Minas Gerais.

1.1.1. Mercado de Turismo Doméstico

A economia brasileira passa por um momento de recuperação da crise econômica, situação que reflete nos gastos das famílias, nas escolhas de lazer e no turismo. Por ter demanda fortemente ligada a alteração da renda das famílias, o turismo está diretamente ligado ao cenário macroeconômico nacional.

Dados de 2016 mostram que o desembarque de passageiros em voos nacionais no Brasil foi de 90 milhões de pessoas, 7,8% menor se comparado ao ano anterior (Gráfico 1).

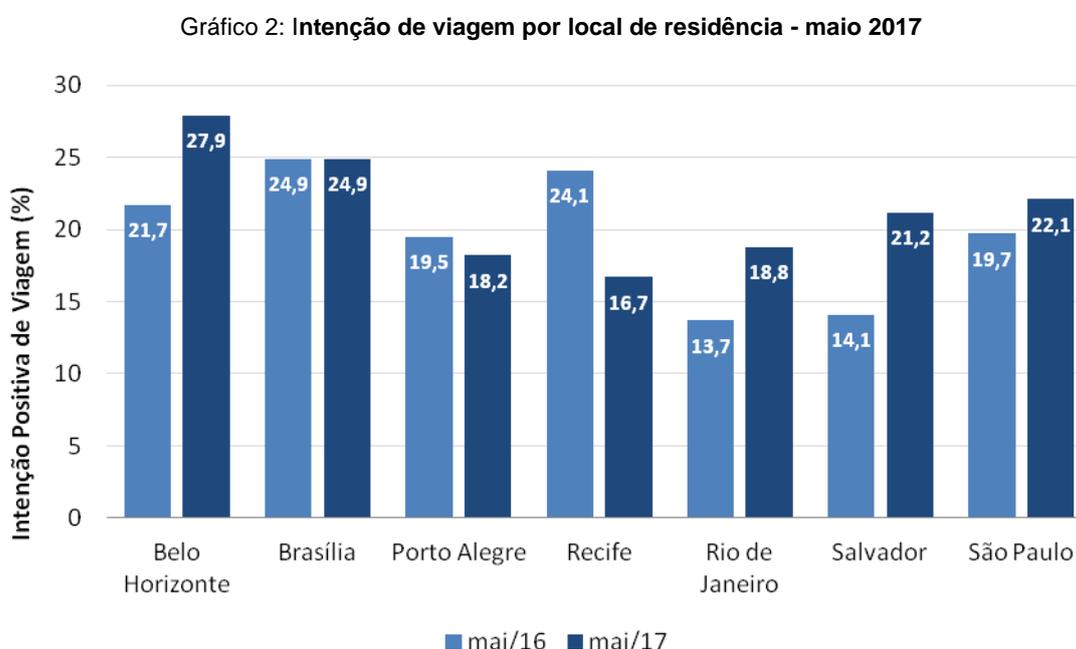
Gráfico 1: Desembarques nacionais de passageiros em aeroportos do Brasil - 2006-2016



Fonte: www.dadosefatos.turismo.gov.br – Anuário Estatístico de Turismo 2017, ano base 2016

A queda no crescimento para o sudeste foi de 6%, região que representa 50% do fluxo nacional e o estado de São Paulo, com 30% do mercado, apresentou a menor queda da região com aproximadamente 3%¹. No que diz respeito à demanda turística internacional (MTur, 2011), São Paulo é um dos principais portões de entrada e é o quarto destino nacional de lazer (9,9%).

Segundo a última pesquisa Sondagem do consumidor sobre a intenção de viajar dos brasileiros nos próximos 6 meses, realizada em maio de 2017², houve aumento na intenção de viagem em quatro das sete capitais pesquisadas. Belo Horizonte foi a capital com maior crescimento, seguida por Salvador, Rio de Janeiro e São Paulo, conforme gráfico abaixo.



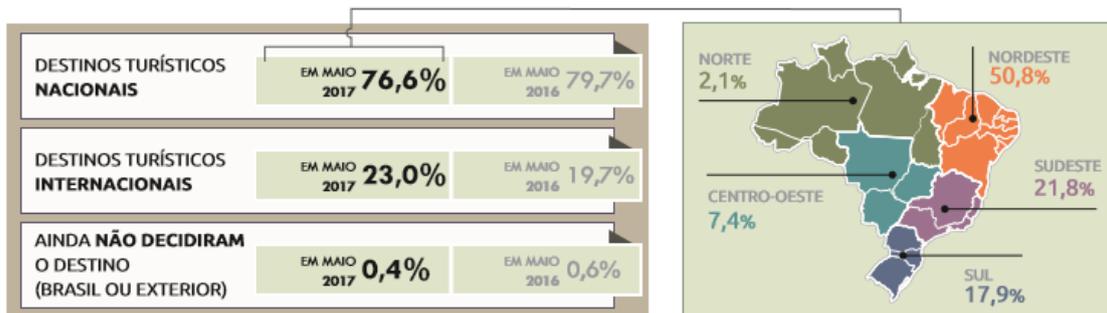
Fonte: www.dadosefatos.turismo.gov.br

Para 76,63% dos futuros viajantes, a ideia é desbravar os destinos nacionais e desfrutar de belos cenários naturais, rica gastronomia e manifestações culturais. O Nordeste, com 50,8% das intenções, lidera como região de maior interesse dos turistas, seguido pelo Sudeste (21,8%) e Sul (17,9%).

Figura 1: **Intenção dos brasileiros em viajar nos próximos 6 meses - maio 2017**

¹ Anuário Estatístico Turístico 2017, ano base 2016

² Pesquisa: Sondagem do Consumidor - Intenção de Viagem - Maio 2017, Mtur e FGV

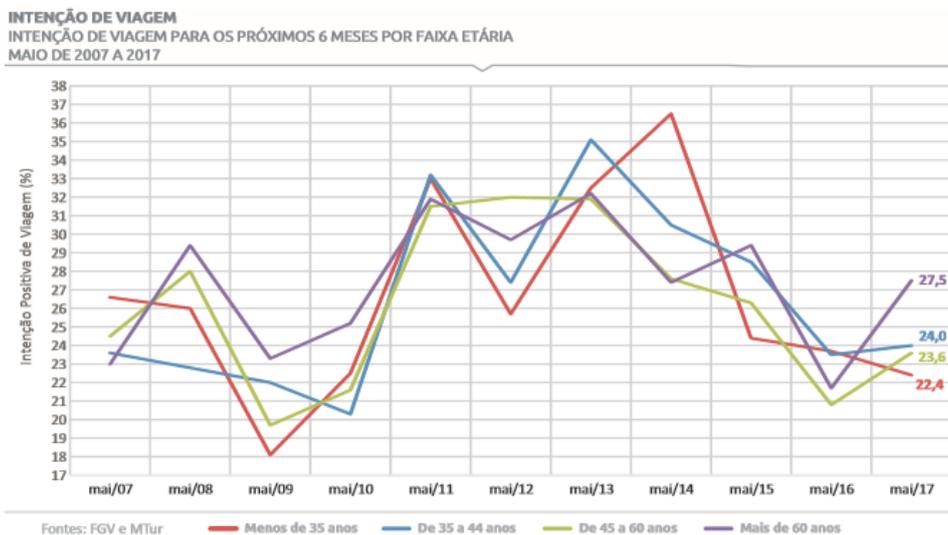


Fonte: www.dadosefatos.turismo.gov.br

A expectativa é que destinos bem localizados, próximos a grandes centros ou polos urbanos, podem se beneficiar com o aumento do fluxo de visitantes, principalmente aqueles que oferecerem atrativos e infraestrutura a preços competitivos.

A intenção de viajar também cresceu em três dos quatro intervalos de idade pesquisados, com exceção daqueles com menos de 35 anos, e foi maior na faixa da melhor idade, com mais de 60 anos.

Gráfico 3: **Intenção dos brasileiros em viajar nos próximos 6 meses - maio 2017**



Fonte: www.dadosefatos.turismo.gov.br

No cenário atual, o dólar alto pode contribuir para difundir e consolidar destinos nacionais que, no futuro, com a melhora na economia, tendem a ter os fluxos de visitantes maiores.

Campos do Jordão pode se beneficiar do fluxo nacional por estar localizado próximo aos mais movimentados aeroportos do país, Congonhas e Guarulhos, que movimentaram em 2016 respectivamente 10 e 11 milhões de pessoas,

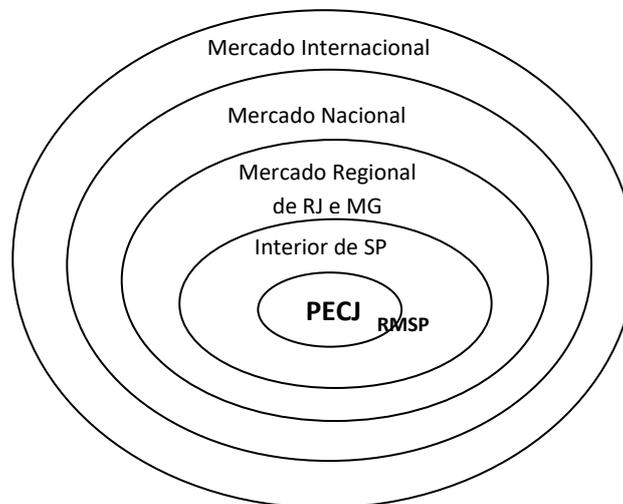
entre viagens a lazer e negócios, embora hoje as pesquisas indiquem que o maior fluxo de visitação ao destino Campos do Jordão esteja associada ao mercado emissor de São Paulo e região metropolitana e ao mercado regional de Rio de Janeiro e Minas Gerais.

1.1.2. Mercado Regional

Apesar dos grandes números do mercado doméstico, segundo Petrocchi (2008), a distância é a variável que exerce a maior influência na formação do fluxo turístico. O Parque Estadual de Campos do Jordão (PECJ), foco deste estudo, situa-se no município de Campos do Jordão e está a 175 km da cidade de São Paulo, polo mais rico e mais populoso do país.

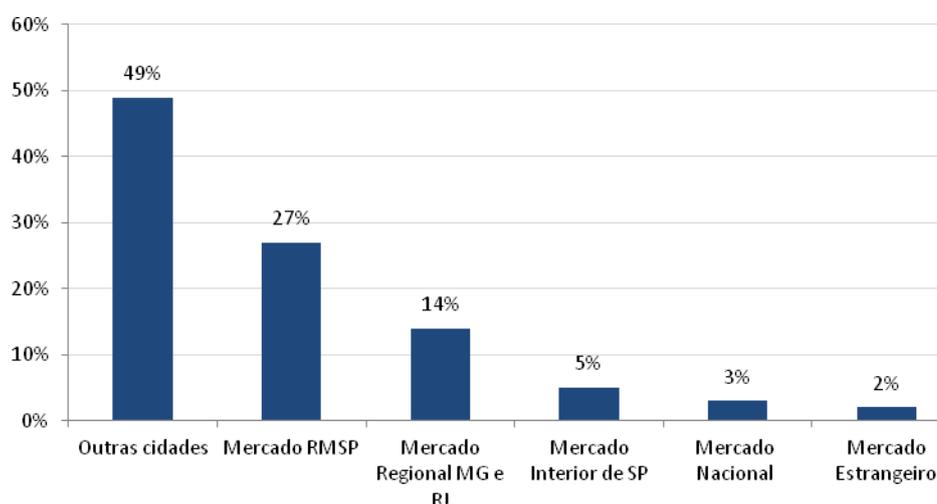
A região metropolitana da cidade de São Paulo e o interior de São Paulo, o mercado emissor nacional, especificamente dos estados do Rio de Janeiro e Minas Gerais formam os 4 principais mercados emissores para o destino, em ordem de importância, conforme Figura abaixo.

Figura 2: **Potencial de mercado**



O mercado internacional representa 2% do total e o nacional 3,5% apenas, conforme dados da pesquisa realizada pelo Observatório de Turismo de Campos do Jordão (2016). Conforme Gráfico 4, não desconsideramos que a origem “outras cidade” (49%) possa influenciar nos resultados, mas diante da melhor informação disponível, entendemos que os resultados apontam que o principal mercado emissor para o PECJ é o mercado regional que compreende os estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais.

Gráfico 4: Distribuição do mercado



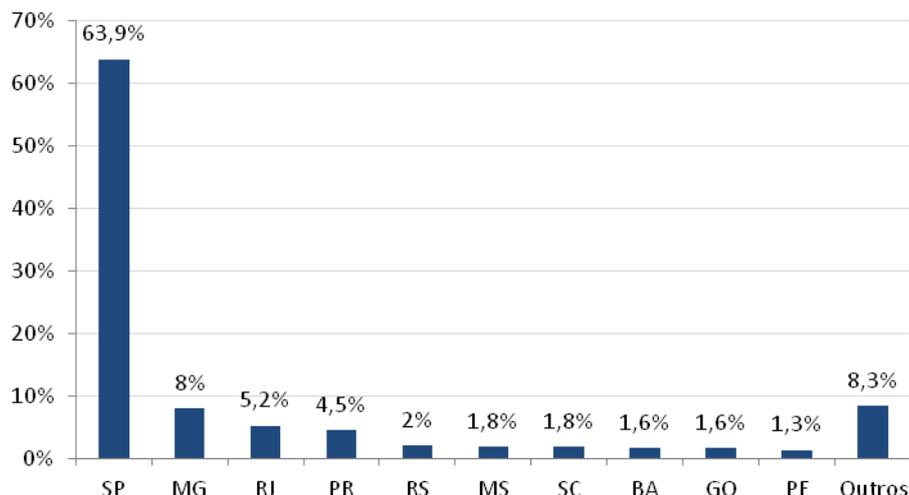
Fonte: Pesquisa Observatório de Turismo CJ 2016

1.1.3. Mercado Regional - Rio de Janeiro e Minas Gerais

Dois importantes mercados emissores para o destino Campos do Jordão e PECJ são Rio de Janeiro e Minas Gerais, com representação de 14%, devido à proximidade e por se configurarem entre os principais mercados para o estado de São Paulo.

De acordo com pesquisa FIPE, 2012, os maiores emissores de turistas para o destino São Paulo vem do próprio estado, com 64%, seguido pelo estado de Minas Gerais (8%) e Rio de Janeiro com (5,2%), confirmando os mercados que mais visitam a região Campos do Jordão.

Gráfico 5: Principais emissores para São Paulo



Fonte: www.dadosefatos.turismo.gov.br

1.1.4. Mercado Regional - Interior de São Paulo

Dentre as principais cidades que visitam o PECJ estão principalmente os municípios do interior de São Paulo: Taubaté (68km), São José dos Campos (91km), Jundiaí (237km) Campinas (241km) e Ribeirão Preto (418km), que representam 5% de participação na emissão de turistas para o destino Campos do Jordão.

O populoso interior de São Paulo possui cidades que se destacam pela geração de riqueza e se integram a diferentes regiões do estado: Região Metropolitana de Campinas que integrada por 20 municípios, considerada a segunda maior do Estado de São Paulo em população, com mais de 3,1 milhões de habitantes (IBGE, 2016) e 8,5% do Produto Interno Bruto (PIB) estadual.

A Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte com 39 municípios, divididos em cinco sub-regiões, 2,5 milhões de habitantes, 5,2% do Produto Interno Bruto (PIB) paulista. A Região Metropolitana da Baixada Santista também integrada por nove municípios, responsável por, aproximadamente, 2,8% do Produto Interno Bruto (PIB) paulista e 4% da população estadual e RM de Sorocaba, composta por 27 municípios, 2 milhões de habitantes, que representam 4,6% da população estadual e 4,25% do PIB paulista.

A Aglomeração Urbana de Jundiaí (AUJ) e de Piracicaba (AUP) abrigam respectivamente 781 mil habitantes e 1,45 milhão de habitantes e geram 3,1% e 3,2% do Produto Interno Bruto (PIB) estadual e a Região Metropolitana

de Ribeirão Preto (RMRP) com 34 municípios, 1,6 milhão de habitantes e 2,8% do Produto Interno Bruto (PIB) paulista.

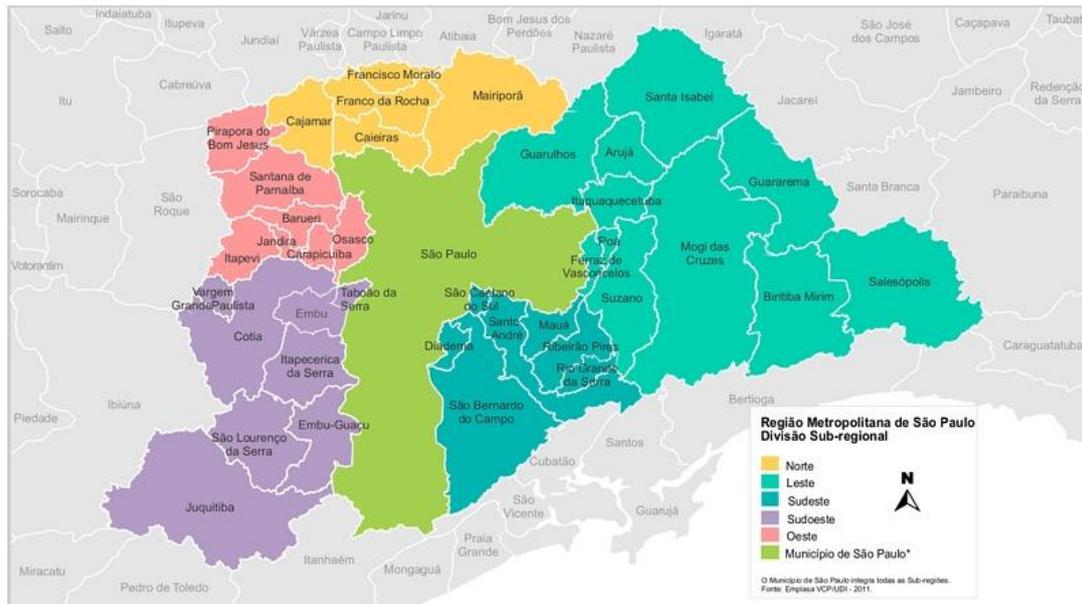
Juntas as regiões do interior de São Paulo somam mais de 11,5 milhões de habitantes que representam um enorme mercado de consumo e riqueza do país.

1.1.5. São Paulo e região metropolitana

Com mais de 21 milhões de habitantes a grande São Paulo concentra 10% de toda a população brasileira e 50% da população estadual. Seu Produto Interno Bruto (PIB) corresponde a aproximadamente 18% do total brasileiro e a mais da metade do PIB paulista (55%). Só a cidade de São Paulo, a mais populosa do Brasil, tem 12.038.175 habitantes (IBGE, 2016). Trata-se da maior concentração populacional e o maior mercado nacional.

A RMSP representa 27% do fluxo de visitantes de Campos do Jordão.

Figura 3: Região metropolitana de São Paulo - RMSP



Fonte: <https://www.emplasa.sp.gov.br/RMSP>

O PIB do estado e do município de São Paulo são os maiores do país. A capital tem PIB de R\$ 628.064.882,00 (IBGE, 2014) com destaque para a área de prestação de serviços (65%). O PIB per capita é de R\$ 52.796,78, e ao

considerar a região metropolitana o valor é de R\$ 47.156,64. (SEAD, 2013). Ou seja, muito superior à média nacional de R\$ 28.498,00.

De acordo com o IBGE, no estado de São Paulo o rendimento nominal mensal domiciliar per capita da população em 2016 era de R\$ 1.723,00, enquanto a média nacional foi de R\$ 1.226,00. Na cidade de São Paulo, em 2015, o salário médio mensal dos trabalhadores formais foi de 4,4 salários mínimos, superior a outros estados e cidades paulistas como Campinas e São José dos Campos (4 salários mínimos). Números que reforçam a relevância econômica do estado e da cidade de São Paulo no contexto nacional.

Segundo o Relatório FIPE, 2012, o estado de São Paulo recebe visitantes oriundos, principalmente, do próprio estado (64%), seguido pelo estado de Minas Gerais (8%) e Rio de Janeiro com (5,2%). Dados que indicam a forte tendência dos paulistas em viajar dentro do próprio estado, reforçada pela pesquisa do Observatório de Turismo de Campos do Jordão, 2016³, onde 25,5% dos turistas que visitaram o município foram oriundos da cidade de São Paulo, seguidos pelo Rio de Janeiro (9%) e Belo Horizonte (3,8%).

Em pesquisa realizada pela SPTuris na cidade de São Paulo em 2013 foi verificado que 17,2% dos turistas paulistas que visitam a capital têm o entretenimento como motivação, enquanto, entre o turista em geral, o índice é de 10,5%. Já no que diz respeito à demanda turística internacional (MTur, 2011), São Paulo é um dos principais portões de entrada e é o quarto destino nacional de lazer (9,9%).

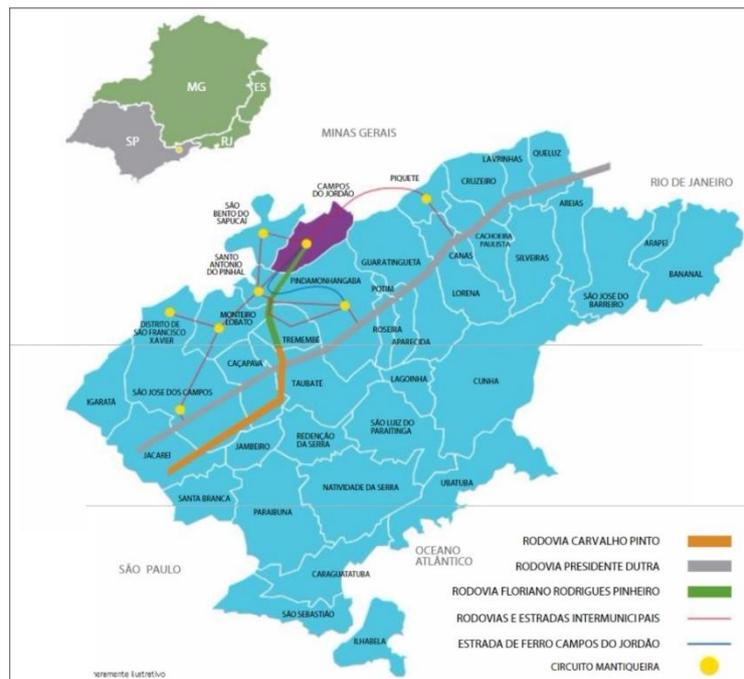
Portanto, é imenso o mercado de consumo próximo ao destino de Campos do Jordão a ao PECJ, com destaque para São Paulo e Região Metropolitana e os mercados de Minas Gerais e Rio de Janeiro, somados a um fluxo turístico nacional e internacional no território.

1.1.6. Campos do Jordão

Campos do Jordão, com cerca de 51 mil habitantes (IBGE 2016), está localizado a 1.628 metros de altitude, na Serra da Mantiqueira, em uma das maiores cadeias montanhosas do sudeste brasileiro (ICMBio). O município fica próximo aos três maiores centros emissores de turistas do País: São Paulo (175km), Rio de Janeiro (350km) e Belo Horizonte (493km), e também a importantes municípios paulistas: Taubaté (68km), São José dos Campos (91km) e Campinas (230km) e, do lado mineiro, Poços de Caldas (223km), Volta Redonda (232km) e Juiz de Fora (375km).

³ Levantamento em parceria da prefeitura com associações de turismo, hotéis e Polícia Militar.

Figura 4: Localização geográfica e acessos - Campos do Jordão



Fonte: Publicação Meeting Planner - CVB Campos do Jordão

Conforme visto no mapa, a região é bem servida de acessos por duas das principais rodovias paulistas: Presidente Dutra que liga São Paulo ao Rio de Janeiro e Carvalho Pinto. Saindo das duas metrópoles há opções de ônibus interurbanos para Campos do Jordão.

O aeroporto mais próximo é Guarulhos, que fica a 150 km de distância. Os automóveis são o meio de transporte mais utilizados (94%) para o descolamento até a região, segundo pesquisa do observatório de turismo de Campos do Jordão, de 2016.

A economia de Campos do Jordão baseia-se no turismo, na indústria de confecção de malhas e chocolate, no artesanato e na exploração de água mineral, com PIB per capita de R\$ 20.894,95.

A atividade turística é a base da economia, sendo o destino reconhecido como a “Suíça Brasileira”, termo devido a arquitetura da cidade ser semelhante as construções europeias, em uma região de clima frio em comparação à média nacional. Os municípios vizinhos são: Gonçalves (MG), São Bento do Sapucaí, Santo Antônio do Pinhal, Monte Verde (MG), dentre outros, além de Aparecida, importante destino de religioso, conforme mapa abaixo.

Figura 5: Mapa Campos do Jordão – Serra da Mantiqueira



Fonte: viagemeturismo.abril.com.br

Apresenta importante infraestrutura turística, com 239 empreendimentos hoteleiros, 14.318 leitos, e se destaca por oferecer desde empreendimentos luxuosos, distantes da cidade, em meio a Mata Atlântica, com restaurantes, chefs e cartas de vinho exclusivas, até um conjunto de pousadas e hotéis com arquitetura temática europeia nos bairros Capivari e Alto do Capivari.

É polo gastronômico, com 116 restaurantes, 11 pizzarias, fábricas de chocolate e possui um conjunto estruturado de atrativos, dentre parques, museus, jardins, mirantes, obras arquitetônicas e espaços que oferecem atividades de natureza, cultura e gastronomia.

1.1.7. Atrativos Turísticos em Campos do Jordão

Campos do Jordão possui ampla oferta de atrativos, 35 segundo o observatório do turismo da cidade, que atendem a diferentes interesses e são reconhecidos nacionalmente, como o teleférico de Capivari e o PECJ (Horto).

A arquitetura europeia, com construções inspiradas no estilo arquitetônico enxaimel, típico da Alemanha, também está entre seus principais atrativos.

Considerada a cidade mais alta do Brasil, segundo o IBGE, com altitude máxima de 1628 metros, afirmou-se pelo clima frio, devido a temperaturas mais baixas que a média nacional, o que motivou a criação do Festival de Inverno de Campos do Jordão em 1970, que acontece até hoje na alta temporada de inverno da cidade.

De estruturas históricas da cidade, como a estação ferroviária, no bairro Capivari, foi construído o teleférico que leva ao Morro do Elefante, considerado como o sistema de teleférico mais antigo do Brasil, inaugurado em 1972. O Parque Capivari, local onde se insere o teleférico, encontra-se em fase de reestruturação com atração de novos investimentos, conforme anunciado na audiência pública do Projeto de Concessão do Parque Capivari realizada no dia 14 de dezembro de 2017. Diante disso, fica evidente que a cidade está em processo de modernização e demonstra enorme potencial para exploração turística.

Outro importante conjunto de atrativos, mais recente, é formado por propriedades particulares que ofertam atividades de lazer e ecoturismo, como exemplo o espaço Aventura no Rancho, localizado a 3km da cidade, que oferece arvorismo, passeio a cavalo e tirolesa, o espaço ZOOM Bike Park, que oferece circuito de trilhas de bicicleta e o Tarandu, um centro de lazer com mais de 30 atividades, localizados próximo ao centro de Campos do Jordão.

Atrativos gratuitos e culturais também compõe a oferta de atividades de lazer como a visita ao Palácio Boa Vista, sede de inverno do governo do estado e que abriga obras de arte, bem como o Museu Felícia Leirner, com obras da escultora ao ar livre.

Lugares de beleza natural também fazem parte da visitação, os jardins temáticos do parque Amantikir e o Parque Estadual de Campos do Jordão, reconhecido como Horto Florestal, foco deste estudo.

Por fim, vale ressaltar que Campos do Jordão é considerado um dos principais destinos de inverno do Brasil, sobretudo por causa do Festival Internacional de Inverno⁴. Este evento, sediado no Auditório Cláudio Santoro, é considerado um dos maiores festivais de música erudita da América Latina e atrai milhares de

⁴ Disponível em <http://www.movimento.com/2016/05/bolsas-para-o-festival-de-campos-do-jordao/> Acesso em 23/08/2016.

turistas anualmente, criando uma forte demanda na cidade por serviços de alimentação, hospedagem e outras fontes de lazer.

1.1.8. Fluxo de visitantes

Segundo a pesquisa realizada pelo Observatório de Turismo de Campos do Jordão, levantamento feito em parceria da Prefeitura com associações de turismo, hotéis e Polícia Militar, revisado pelos autores, houve crescimento de 6,9% e 13,1% no número de visitantes nos últimos dois anos respectivamente, conforme Tabela 6.

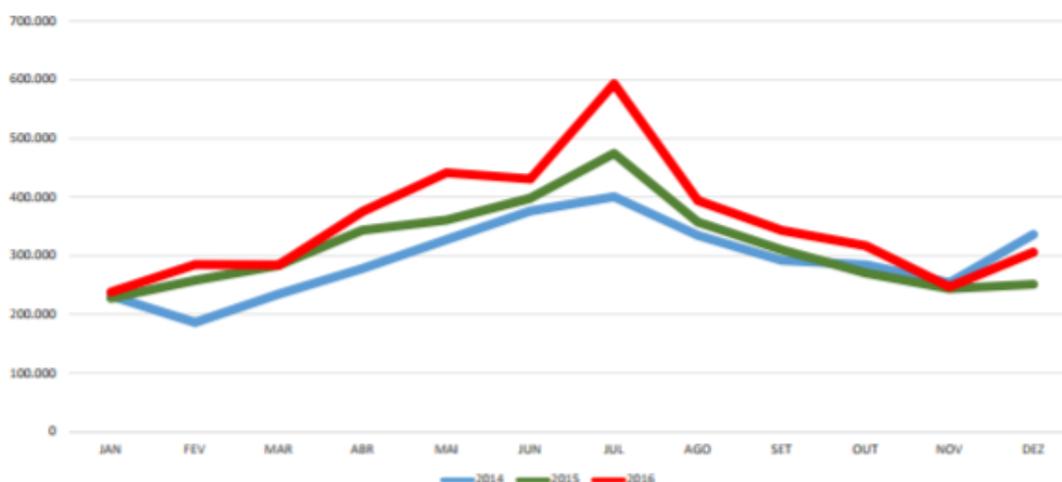
Tabela 1: Fluxo de visitantes e crescimento - Campos do Jordão

| 2014 | 2015 | 2016 |
|-----------|-----------|-----------|
| 3.533.223 | 3.777.321 | 4.273.987 |
| | 6,9% | 13,1% |

Fonte: Polícia Rodoviária do Estado de SP - VDM SP123 – KM 33,5

No inverno, entre maio a agosto, concentra-se o maior fluxo de visitação (43,5%) (Gráfico 6), sendo o lazer o principal motivo da viagem para 98% dos turistas. Em média 60% do público utiliza a internet como meio para fazer as reservas nos hotéis, hábito consolidado.

Gráfico 6: Fluxo de visitantes mensal entre os anos de 2014 a 2016 em Campos do Jordão



Fonte: Polícia Rodoviária do Estado de SP - VDM SP123 – KM 33,5

Em 2016 o veículo de passeio foi o principal meio utilizado para o deslocamento e representa mais de 94% do fluxo, 5,5% utilizam o ônibus e 0,5% moto para acessar o destino. Abaixo o detalhamento do fluxo turístico de 2016 que, apesar da concentração na alta temporada mostra boa distribuição no restante dos meses do ano. (Tabela 7).

Tabela 2: Cálculo de visitantes 2016

| Meses | Veículos de Passeio | Visitantes Veículos | Motos | Ônibus de Turismo | Visitantes/Ônibus | Total de Visitantes | Participação Mensal na visitação |
|--------------|---------------------|---------------------|---------------|-------------------|-------------------|---------------------|----------------------------------|
| JAN | 74.504 | 223.512 | 1258 | 325 | 13.000 | 237.770 | 5,6% |
| FEV | 91.518 | 274.554 | 1386 | 214 | 8.560 | 284.500 | 6,7% |
| MAR | 91.797 | 275.391 | 1341 | 162 | 7.290 | 284.022 | 6,6% |
| ABR | 113.850 | 359.673 | 1555 | 311 | 13.995 | 375.223 | 8,8% |
| MAI | 140.007 | 420.021 | 1536 | 440 | 19.800 | 441.357 | 10,3% |
| JUN | 133.014 | 399.042 | 1575 | 681 | 29.964 | 430.581 | 10,1% |
| JUL | 178.184 | 534.552 | 2422 | 1281 | 56.364 | 593.338 | 13,9% |
| AGO | 120.155 | 360.365 | 1466 | 725 | 31.900 | 393.731 | 9,2% |
| SET | 108.054 | 324.162 | 1460 | 394 | 17.336 | 342.958 | 8,0% |
| OUT | 105.205 | 315.615 | 1204 | 483 | 21.252 | 338.071 | 7,9% |
| NOV | 80.407 | 241.221 | 1251 | 98 | 4.312 | 246.784 | 5,8% |
| DEZ | 95.169 | 285.507 | 4833 | 348 | 15.312 | 305.652 | 7,2% |
| TOTAL | 1.331.864 | 4.013.615 | 21.287 | 5.462 | 239.085 | 4.273.987 | 100% |

Fonte: Polícia Rodoviária do Estado de SP - VDM SP123 – KM 33,5 – Revisado pelos autores

Campos do Jordão tem um fluxo turístico consistente e consolidado que mostrou resultados de crescimento diante de um cenário macroeconômico adverso. Ponto positivo para o destino que sinaliza boas oportunidades de negócio para o desenvolvimento de parcerias público privadas para o PECJ.

1.1.9. Perfil dos visitantes

Como já mencionado, segundo pesquisa do Observatório de Turismo de Campos do Jordão, de 2016⁵, dos 4,2 milhões de visitantes, 27% são oriundos da Região Metropolitana de São Paulo, 14% dos estados de Rio de Janeiro e Minas Gerais, 5% de cidades do interior de SP, 3,5% do mercado nacional e 2% do internacional.

Dentre as principais cidades emissoras São Paulo representa 25,5% do fluxo, seguido pelo Rio de Janeiro (9%) e Belo Horizonte (3,8%). Dezenas de outras cidades brasileiras aparecem na pesquisa, mas sem apresentar quantitativo individual, somando juntas 48,7%.

Em 2016, em média, 26% do fluxo turístico não chegou a pernoitar na cidade, apenas passou o dia. Do total de visitantes 34% permaneceu 2 dias na região e apenas 9% mais de 2 dias. Essas médias podem apresentar variação na análise mês a mês.

A taxa de ocupação média dos hotéis de Campos do Jordão apresentou queda de 7% em 2016, em relação ao mesmo período de 2015, alcançando o índice de 34,82% em 2016⁶.

A mesma pesquisa não apontou o gasto médio do turista.

1.1.10. Atrativos e Concorrência

Como já mencionado Campos do Jordão possui inúmeros produtos e serviços, desde atrações públicas, gratuitas e privadas a preços variados, para atender todos os interesses (Tabela 8)⁷.

Tabela 3: Atrativos Campos do Jordão

| ATRATIVO | CAPACIDADE | TIPO DE PROPRIEDADE | PREÇO |
|-------------------------------|------------|------------------------|--------------------------|
| Amantikir – Jardins que falam | 1000 | Propriedade particular | 30,00 inteira 15,00 meia |
| Auditório Claudio Santoro | 814 | | Gratuito |
| <u>Aventura no Rancho</u> | | | Entrada Gratuita |
| Arvorismo 1 | | | 25,00 a 60,00 1 hora |
| Arvorismo 2 | 600 | Propriedade particular | 65,00 a 90,00 2 horas |
| Cavalgada | | | 70,00 a 100,00 |
| Tirolesa | | | 45,00 a 100,00 |

⁵ Levantamento em parceria da prefeitura com associações de turismo, hotéis e Polícia Militar.

⁶ Fonte ASSTUR- Campos do Jordão Associação da Hotelaria e Gastronomia

⁷ Prefeitura de Campos do Jordão – Observatório de turismo

| | | | |
|------------------------------------|------|------------------------|--------------------------|
| Paintball | | | 55,00 |
| ZOOM Bike Park | | | 70,00 |
| Borboletário flores que voam | 400 | Propriedade particular | 30,00 inteira 15,00 meia |
| <u>Bosque do Silêncio</u> | | | Entrada gratuito |
| Trilhas | | | Gratuitas |
| Tirolesa | | | - |
| Arvorismo | | | - |
| Paintball | 200 | Propriedade particular | - |
| Minigolf | | | - |
| Mountain Bike | | | - |
| Boia Cross | | | - |
| Trekking | | | - |
| Casa da Xilogravura | 100 | Propriedade particular | 4,00 inteira 2,00 meia |
| Casa do Artesão | 100 | | Gratuito |
| <u>Tarandu – Atividades Indoor</u> | | | 12,00 |
| Play Ground 10 e 15 minutos | | | 15,00 e 30,00 |
| Animal Kids | | | 15,00 |
| Air Games | | | 20,00 |
| Escorrega Bóia | 1500 | Propriedade particular | 20,00 |
| Trikke, Ski Patinete | | | 15,00 |
| Patinação Gelo 30 min e 1 hora | | | 50,00 e 75,00 |
| Trenó Gelo | | | 20,00 |
| Arco e Flecha | | | 25,00 |
| <u>Tarandu Atividades Outdoor</u> | | | - |
| Bóia Cross | | | 65,00 |
| Voo Cativo | | | 65,00 |
| Minibuggy | | | 65,00 |
| Cama elástica | 1500 | Propriedade particular | 10,00 |
| Bungee Trampolim | | | 25,00 |
| Water Ball | | | 20,00 |
| Mini Golf | | | 25,00 |
| Brinquedão | | | 30,00 |

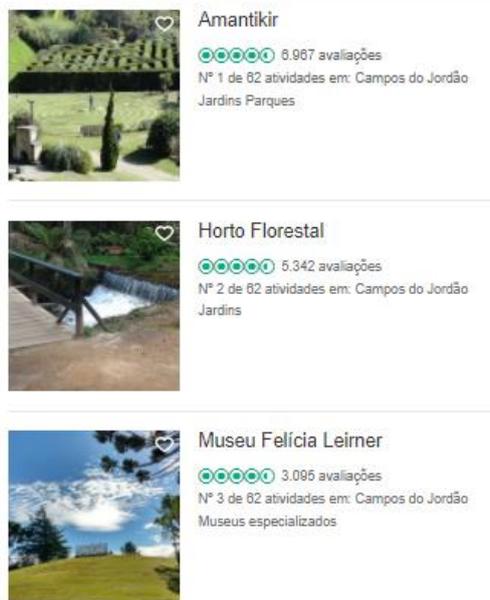
| | | | |
|------------------------------------|------|-----------------------------------|-----------------------------|
| Orbit Ball | | | 50,00 |
| Escalada | | | 15,00 |
| Arvorismo | | | 40,00 |
| Mini arvorismo | | | 35,00 |
| Tirolesa baixa | | | 15,00 |
| High Fly | | | 50,00 |
| Thunder Off Hoad (tirolesa) | | | 50,00 |
| Tirolesa Double | | | 90,00 |
| Tower Hills | | | 10,00 |
| Thunder horse/tirolesa+cavalo | | | 90,00 |
| Passeio a cavalo | | | 50,00 |
| Passeio de pônei | | | 30,00 |
| Charrete | | | 20,00 |
| Aula de equitação | | | 120,00 |
| Passeio Cross Country | | | 65,00 |
| Paint Ball 50 e 100 bolinhas | | | 35,00 e 65,00 |
| Tiro esportivo 10 e 12 tiros | | | 35,00 e 65,00 |
| Ducha de Prata | 2000 | Propriedade particular | Gratuito |
| Estrada de Ferro C Jordão | | | 58,00 Trem |
| Bondinho urbano | 700 | Serviço público do estado | 14,00 Bondinho |
| Cervejaria Baden | 500 | Propriedade particular | 30,00 inteira 15,00 meia |
| Fábrica de chocolates Araucária | 700 | Propriedade particular | Gratuito |
| Jardineira trezinho da alegria | 70 | Local público com adm. privada | - |
| Mini Golf | 60 | Propriedade particular | - |
| Morro do Elefante | 6000 | Local público com adm. privada | Gratuito |
| Mosteiro São João | | | Gratuito |
| Museu Felícia Leirner | 400 | Local público com adm. privada | Gratuito |
| Palácio Boa Vista | | Local público com adm. privada | Gratuito |
| Parque da Floresta Encantada | 100 | Propriedade particular | 10,00 inteira |

| | | | |
|-------------------------------------|------|---|----------------------------|
| | | | 5,00 meia |
| Parque das Cerejeiras | | | Gratuito |
| Parque Estadual de Campos do Jordão | 2000 | Público do estado e adm. Fundação Florestal | 14,00 inteira 7,00 meia |
| Passeios de Charrete | 220 | Local do estado e adm. associação | |
| Quad Mania | 500 | Propriedade particular | |
| Quadriciclos Pass da Natureza | 300 | Propriedade particular | |
| <u>Rancho SB</u> | | | |
| Cavalgada 30 min. | | | 30,00 |
| Cavalgada 1h | | Propriedade particular | 50,00 |
| Cavalgada 2h | | | 90,00 |
| Teleférico | 2500 | Propriedade particular | 16,00 |
| Território Trilha | 100 | Propriedade particular | |
| Toriba Kids | 100 | Propriedade particular | |
| Trucicultura Cachoeirinha | 150 | Propriedade particular | |
| Vila do Artesanato | 1500 | Local do estado e adm. associação | Gratuito |
| Vista Chinesa | | Local público | |
| Cervejaria Caras de Malte | 120 | Propriedade particular | |

Fonte: Pesquisa Observatório de Turismo de CJ, 2016 e autores

Frente ao conjunto de atrativos, o PECJ aparece como opção lazer bem posicionado no ranking do tripadvisor.com.br, plataforma que serve de referência de qualidade para viajantes de todo o mundo, ficando em 2º lugar entre todas as atividades do destino (Tabela 9) e também em 2º lugar entre as atividades de Natureza e Parques, conforme Figura 6.

Figura 6: Atividades Campos do Jordão - Ranking TripAdvisor



Fonte: https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g303607-Activities-Campos_Do_Jordao_State_of_Sao_Paulo.html

Tabela 4: **Natureza e Parques Campos do Jordão – Ranking TripAdvisor**

| | Atrativo | Classificação TripAdvisor |
|----------|---|------------------------------------|
| 1 | Amantikir – Jardins que falam | Jardins Parques |
| 2 | Parque Estadual Campos do Jordão | Jardins |
| 3 | Bosque do Silêncio | Centros de entretenimento e jogos |
| 4 | Borboletário | Áreas com vida selvagem e natureza |
| 5 | Ducha da Prata | Cachoeiras |
| 6 | Pico do Imbiri | Montanhas |
| 7 | Cachoeira Véu da Noiva | Cachoeiras |
| 8 | Ciclovía de Campos do Jordão | Trilhas para ciclismo |
| 9 | Parque dos Elefantes | Parques Pontos de interesse |
| 10 | Pedal Montanha | Trilhas para ciclismo |
| 11 | Cachoeiras do Fojo | Cachoeiras |

https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g303607-Activities-c57-Campos_Do_Jordao_State_of_Sao_Paulo.html

Um indicador de posicionamento está na comparação do tipo e preço das atividades oferecidas em municípios concorrentes do entorno, como Monte Verde, São Bento do Sapucaí, São Antônio do Pinhal, Cunha, dentre outros, na Serra da Mantiqueira. Na tabela abaixo novamente buscamos o ranking “do que fazer na Serra da Mantiqueira”, segundo tripadvisor.com.br.

Tabela 5: Atrativos – Serra da Mantiqueira – Ranking TripAdvisor

| | ATRATIVO | LOCAL | PREÇO |
|----|--|------------------------------|--|
| 1 | Pedra Redonda | Monte Verde (MG) | Gratuito |
| 2 | Amantikir | Campos do Jordão (SP) | 30,00 inteira 15,00 meia |
| 3 | Pedra do Baú | São Bento do Sapucaí (SP) | |
| 4 | Pico Agudo | Santo Antônio do Pinhal (SP) | Gratuito |
| 5 | Parque Estadual Campos do Jordão | Campos do Jordão (SP) | 14,00 inteira 7,00 meia |
| 6 | Parque Nacional do Itatiaia | Itatiaia (RJ) | 32,00 inteira Isento menores e maiores 60 |
| 7 | Museu Felícia Leirner | Campos do Jordão (SP) | Gratuito |
| 8 | Vila Capivari | Campos do Jordão (SP) | Gratuito |
| 9 | Pico Selado | Monte Verde (MG) | Gratuito |
| 10 | Santuário Mae Rainha - Fonte de Vida Nova | Poços de Caldas (MG) | Gratuito |
| 11 | Jardim dos Pinhais Ecco Parque | Santo Antônio do Pinhal (SP) | 26,00 inteira 13,00 meia 18,00 + 60 |
| 12 | Auditório Claudio Santoro | Campos do Jordão (SP) | Gratuito |
| 13 | Parque Estadual da Serra do Mar - Núcleo Cunha | Cunha (SP) | Gratuito |
| 14 | Alto da Serra | Serra Negra (SP) | Gratuito |
| 15 | Palácio Boa Vista | Campos do Jordão (SP) | Gratuito |
| 16 | Mosteiro São João | Campos do Jordão (SP) | Gratuito |

Fonte: https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g2628645-Activities-Serra_da_Mantiqueira.html

Ao analisar o ranking, verifica-se que Campos do Jordão tem 7 atrativos entre os 16 avaliados. Há destaque para conhecidas trilhas que levam a mirantes importantes da região da Mantiqueira, como a Pedra Redonda, Pedra do Baú e Pico Agudo. O PECJ aparece em 5º lugar entre todos atrativos avaliados e está em segunda posição em relação aos atrativos de Campos do Jordão, atrás apenas dos jardins de Amantikir, ambos cobrados. A maioria dos atrativos é de acesso gratuito.

1.1.11. Unidades de conservação e parcerias público privadas

No Brasil, as unidades de conservação são regidas pela Lei 9.985/2000, que criou o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC), composto pelo conjunto das unidades de conservação federais, estaduais e municipais. Essa lei estabelece os grupos e categorias das unidades de conservação.

Para Young (2011)⁸ “o papel das unidades de conservação não é facilmente entendido pela economia nacional. Essa questão decorre, ao menos em parte, da falta de informações sistematizadas que esclareçam a sociedade sobre seu papel no provimento de bens e serviços que contribuem para o desenvolvimento econômico e social do país”. Tal distanciamento também é explicado pela falta de serviços de qualidade capazes de induzir a visitação e assim aproximar a sociedade às unidades de conservação e consequentemente a compressão de sua importância.

Induzir à visitação demanda investimentos para a melhoria das condições de gestão dos serviços, atividades e infraestrutura, dentro de uma situação de carência não só de recursos disponíveis do poder público, quanto da atividade fim, que está mais próxima da conservação do espaço e mais distante da gestão e operação de serviços e atividades turísticas. A oportunidade de desenvolver parcerias com a iniciativa privada, realizadas de forma adequada e bem construídas, gera a oportunidade de promover ações concretas para o desenvolvimento de novos serviços e atividades, da manutenção das estruturas de uso público dos parques e a promoção de uma experiência de qualidade aos visitantes.

Investimentos e gestão adequados permitem oferecer serviços competitivos, estimulando que a sociedade faça uso contínuo das unidades de conservação como opção de lazer, aproximando o visitante ao entendimento da importância da preservação e proteção dos ambientes naturais.

⁸ Contribuição das unidades de conservação brasileiras para a economia nacional, UNEP WCMC, 2011

1.1.12. Mercado de Visitação em Unidades de Conservação

Dados do ICMBio⁹ mostram que a visitação nas unidades de conservação obteve leve alta em relação a 2015, passando de 8,07 milhões para 8,29 milhões. A unidade mais visitada continua sendo o Parque Nacional da Tijuca, no Rio de Janeiro, que recebeu 2.720.517 de pessoas em 2016. Em seguida, vêm os parques nacionais do Iguaçu, no Paraná (1.560.792), de Jericoacoara, no Ceará (780 mil), e de Fernando de Noronha, em Pernambuco (389 mil).

Figura 7: Unidades de Conservação mais visitadas



Fonte: www.icmbio.gov.br

Segundo Young (2011)¹⁰ o aumento na procura por atividades recreativas em ambientes naturais e a estruturação dos Parques Nacionais possibilitam prever um incremento dos benefícios decorrentes do turismo, tanto para as economias locais quanto para atender as necessidades financeiras de manutenção destas áreas.

Esse mesmo estudo buscou identificar o impacto econômico da visitação para aquelas unidades de conservação com informações disponíveis. Para ilustrar são apresentados na Tabela 11 os resultados para a estimativa do impacto econômico de cinco parques nacionais nos dois cenários analisados.

⁹ www.icmbio.gov.br

¹⁰ Contribuição das unidades de conservação brasileiras para a economia nacional, UNEP WCMC, 2011

Tabela 6: Estimativa do impacto econômico da visitação em 5 parques nacionais

| Nome da UC | Número de visitantes (2009) | Gasto médio de visitantes (R\$) | Valor do Multiplicador no Cenário Conservador | Valor do Multiplicador no Cenário Otimista | Impacto econômico cenário conservador (R\$) | Impacto econômico cenário otimista (R\$) |
|-------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------|---|--|---|--|
| Parque Nacional da Tijuca | 1.686.106 | 107,40 | 1,6 | 1,8 | 289.740.455,04 | 325.958.011,92 |
| Parque Nacional do Iguaçu | 1.070.072 | 50,00 | 1,6 | 1,8 | 74.905.040,00 | 85.605.760,00 |
| Parque Nacional de Brasília | 305.988 | 107,40 | 1,6 | 1,8 | 52.580.977,92 | 59.153.600,16 |
| Parque Nacional Aparados da Serra | 103.492 | 40,00 | 1,3 | 1,5 | 5.381.584,00 | 6.209.520,00 |
| Parque Nacional da Serra dos Órgãos | 101.936 | 50,00 | 1,4 | 1,6 | 7.135.520,00 | 8.154.880,00 |

Fonte: Contribuição das unidades de conservação brasileiras para a economia nacional, UNEP WCMC, 2011.

A estimativa apresentada indica o potencial de incremento de renda no território, considerando o efeito multiplicador dos gastos realizados pelos visitantes. E reforça a necessidade de atentar para essas áreas como oportunidades de geração de negócios já que os parques podem proporcionar benefícios não apenas ambientais ou sociais, mas também econômicos importantes para a região em que estão inseridos.

A média de crescimento anual da visitação nas unidades de conservação federais nos últimos anos foi de consistentes 10% e nos Parques Nacionais (PN) de 11%, conforme indicado na Tabela 12, representando, portanto, maior impacto econômico nos territórios.

Tabela 7: Dados de visitação das unidades de conservação - 2007 a 2016

| | Parques Nacionais | Florestas Nacionais | Área de Proteção Ambiental | Reservas Extrativistas | Outras categorias | TOTAL Unidades de Conservação Federais | % Cresc UC | % Cresc PN | % Cresc FN |
|------|-------------------|---------------------|----------------------------|------------------------|-------------------|--|------------|------------|---------------|
| 2007 | 2.997.450 | 184.367 | ... | * | * | 3.181.817 | ... | ... | ... |
| 2008 | 3.383.794 | 207.826 | ... | * | * | 3.591.620 | 12,88% | 12,89% | 12,72% |
| 2009 | 3.914.709 | 236.132 | ... | * | * | 4.150.841 | 15,57% | 15,69% | 13,62% |
| 2010 | 3.990.658 | 195.715 | ... | * | 1.078 | 4.187.451 | 0,88% | 1,94% | (-) 17,12% |

| | | | | | | | | | |
|--------------|-------------------|------------------|------------------|----------------|---------------|-------------------|--------|--------|--------------|
| 2011 | 4.781.139 | 183.661 | ... | * | 864 | 4.965.664 | 18,58% | 19,81% | (-) 6,16% |
| 2012 | 5.431.319 | 270.989 | ... | * | 1.398 | 5.703.706 | 14,86% | 13,60% | 47,55% |
| 2013 | 5.951.642 | 324.051 | 134.965 | * | 1.212 | 6.411.870 | 12,42% | 9,58% | 19,58% |
| 2014 | 6.594.870 | 364.294 | 193.865 | 150.000 | 2.149 | 7.305.178 | 13,93% | 10,81% | 12,42% |
| 2015 | 7.149.112 | 371.339 | 394.744 | 150.000 | 5.823 | 8.071.018 | 10,48% | 8,40% | 1,93% |
| 2016 | 7.031.211 | 372.805 | 358.368 | 532.647 | 1.453 | 8.296.484 | 2,79% | 1,65% | (-) 0,39% |
| TOTAL | 51.225.904 | 2.711.179 | 1.081.942 | 832.647 | 13.977 | 55.865.649 | | | |

Fonte: www.icmbio.gov.br

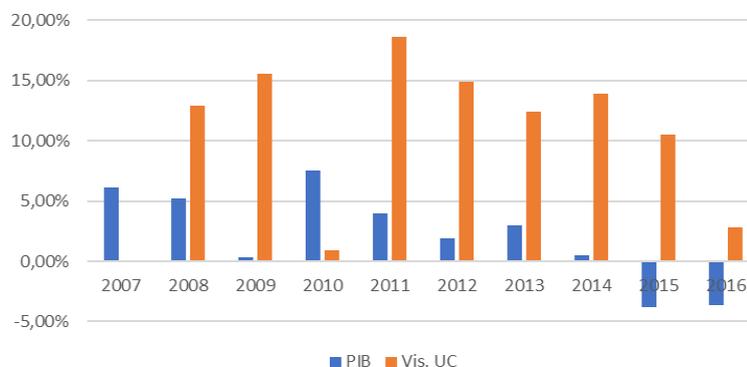
Em 2016, reflexo da crise econômica que afeta os gastos das famílias, houve significativa queda em relação a série histórica, para crescimento de 2,79% nas UC e queda de 1,65% para os PN.

Apesar de não haver estudo sobre o aumento no número de visitantes em unidades de conservação nos últimos dez anos, ressalta-se o relevante impacto deste crescimento para as UC's e a oportunidade de planejamento e desenvolvimento das instalações para uso público, com estruturas, serviços e produtos que primem pela qualidade da experiência do turista na natureza, como forma de estimular, acolher e sensibilizar este novo público para a conservação da biodiversidade e a cultura de visitação de Parques Nacionais.

Também é importante destacar sob a perspectiva do contexto macroeconômico do país que nos últimos 10 anos, enquanto houve crescimento médio de 11% da visitação às UC's, a média de crescimento do PIB brasileiro foi de 2,11%.

Maior destaque ainda para os números comparativos dos últimos 5 anos (Gráfico 7), momento em que o país passa por uma das mais graves crises econômicas da sua história, quando a média do PIB brasileiro foi de - 0,4% e a visitação em parques apresentou crescimento médio de 10%, indicando um crescente interesse da sociedade nestes espaços como opção de lazer com capacidade de atração e competitividade superior e um potencial de oportunidades de negócios para as parcerias privadas ainda pouco explorado no Brasil.

Gráfico 7: PIB X Visitação UC's Federais



Fonte: IBGE e ICMBIO

1.1.13. Posicionamento do Parque Estadual Campos do Jordão

Atualmente o PECJ é reconhecido pela grande maioria dos visitantes como o Horto de Campos do Jordão e não como Parque Estadual. O Parque é um dos principais atrativos de Campos do Jordão e conta com muitos aspectos positivos: tem boa estrutura, trilhas, ambiente natural, oferece uma gama de serviços de apoio à visitação em parceria com a iniciativa privada, como: alimentação, transporte interno, loja de artesanato e souvenir, atividades de ecoturismo e turismo de aventura.

Como oportunidade de melhoria, existe a necessidade de um melhor posicionamento de imagem, marca e projeto de interpretação ambiental, considerando os diferentes valores paisagísticos de flora e fauna, pouco explorados para a conscientização dos visitantes e valorização do parque. Neste contexto, o planejamento da visitação precisa prever um novo Centro de Visitantes, que possa ser um marco de interpretação, recepção e orientação dos visitantes para o conjunto de atrativos e atividades que o parque oferece.

É muito importante repensar a dinâmica de circulação de carros nas vias e estacionamento dentro da unidade de conservação, assim como redefinir o uso das diversas edificações existentes. O Parque tem potencial para oferecer produtos e serviços diferenciados na natureza, com valor agregado, por estarem dentro de um Parque Estadual, que possui paisagens conservadas com boas possibilidades para a interpretação ambiental e histórica, para os diversos perfis de visitantes: crianças, jovens, adultos e idosos. O PECJ conta com um conjunto de atrativos e estruturas de apoio à visitação, aptas a receber

os visitantes. A área é bem mantida, assim como as trilhas apresentam boas condições de deslocamento por toda a área prevista para o uso público.

O Plano de Manejo do PECJ prevê o desenvolvimento de outras atividades e serviços de apoio a visitação que podem ser desenvolvidos por meio de concessão a iniciativa privada. Sob a perspectiva do desenvolvimento de parcerias privadas, o PECJ apresenta inúmeras oportunidades de negócios que tendem a melhorar e ampliar os serviços e as opções de lazer e diversão e, conseqüentemente, fortalecer a imagem institucional do Parque.