



Prefeitura Municipal da Estância Climática de Cunha - SP

PLANO DIRETOR DE TURISMO DA ESTÂNCIA CLIMÁTICA DE CUNHA-SP



Volume IV

Manual de Logo Marca, Plano de Comunicação e Anexos



PREFEITURA MUNICIPAL DA ESTÂNCIA CLIMÁTICA DE CUNHA-SP

José de Araújo Monteiro

Prefeito

João Lisboa da Cruz

Vice-Prefeito

Coordenadoria Municipal de Turismo e Cultura

Amanda de Araújo Monteiro

Secretária



Escola de Comunicações e Artes
Universidade de São Paulo

Universidade de São Paulo

Escola de Comunicações e Artes

Departamento de Relações Públicas, Publicidade e
Turismo

8º Semestre do Curso de Turismo – Turma 2004

Disciplina de Planejamento e Organização do Turismo



Escola de Comunicações e Artes
Universidade de São Paulo

Elaboração

Professoras Coordenadoras: Profa. Dra. Doris Van de Meene Ruschmann

Dra. Caroline Valença Bordini

Equipe de Consultores:

Ana Luísa Guy de Medeiros
Anderson de Souza
Andréia Monteiro
Breno Mendes Longarço
Bruno Melnic Incao
Caio Cezar Rodriguez
Camila Aparecida
Carlos Renato Asakawa Novais
Carolina Amaral
Clarissa Bonzato de Souza
Cristina Sakamoto
Érica de Carvalho
Fernanda Naomi Kataoka
Nakamura
Gislene Akemi
Isabela Chu Fleischmann
Isabella de Lara Fagundes
Janaina Cunha (Aluna ouvinte)
Júlia Noronha Lopes
Juliana Helena Braga Carbonari
Laís Lemika Miyasava
Lara Baggi Rodrigues Gonzalez
Laura Caetano de Almeida
Luis Fernando Monteiro Carlos
Mariana Abbate
Mariana Moreira de Amorim
Mariana Prado Miranda
Nathalia de Oliveira L. Villar Royo
Pamella Christine Garcia
Patrícia Miyuki Usizima
Paulo Roberto Ferreira Pol
Priscila dos Santos Guerra
Rodrigo Campos Shiratsu
Suellen Dell'Antonio Alexandre
Thais Bento e Silva
Thiago de Miquelle Almeida
Thiago Valadão Praserii



Elaboração

Coordenação Geral:

Anderson de Souza
Andréia Monteiro
Luis Fernando Monteiro Carlos
Mariana Moreira de Amorim
Mariana Prado de Miranda
Nathalia de Oliveira L. Villar Royo
Pamella Christine Garcia
Thais Bento e Silva

Equipe Paula Souza:

Andréa Santos Carneiro de Paula
James Jacques Possap
Luciana Guedes Gaspar

Revisão Gramatical e Ortográfica:

Anderson de Souza

Estagiários:

Marcelli

Fotos:

Ricardo Zinner
Lucas Frasão Brandino

Plano de Comunicação

Denise Lana
Elaine Barbosa

Adaptação: Mariana Moreira de

Amorim

Logo Marca

Aline Maya Gramaglio

SUMÁRIO

Manual da Logo Marca	1
Plano de Comunicação da Estância Climática de Cunha – SP.....	13
Anexos	I

Apresentação

O presente volume é parte integrante do Plano Diretor de Turismo da Estância Climática de Cunha – SP, apresentado pelos alunos do 8º semestre do curso de Turismo da Universidade de São Paulo.

Esse volume contém a quarta parte do plano, e é constituído pelo Projeto de Comunicação do Município, pelo Manual da Logo Marca e pelos modelos utilizados para cartas, autorizações e questionários utilizados durante a formulação do plano.

Manual de Identidade Visual para a cidade Cunha



Designer responsável:

Aline Maya Gramaglio

alinemaya2003@yahoo.com.br



Cunha

Índice

Construção

Introdução	3
Conceito da criação	4
Padrão cromático	5
Tipologia usada	6

Versões da marca

Preferencial	7
Monocromática	8
Fundos	9
Redução máxima	10
Respiro	11



Introdução

Este manual, tem por finalidade, guiar e instruir sobre a maneira correta do uso, reprodução e aplicação do logotipo da cidade de Cunha.



Conceito

Conceito de criação

A fonte desenvolvida que escreve o nome da cidade, remete a arte da cerâmica e do artesanato. Cada letra possui uma dinâmica própria com um toque de rusticidade.

Os traços verdes de fundo aludem as montanhas que caracterizam a paisagem da cidade. Além disso também fazem referência aos dois parques da cidade - o Estadual e o Federal. Esses são importantes atrativos turísticos.

Já o traço azul no canto direito, é dinâmico e faz referência ao movimento das cachoeiras, outro elemento turístico muito destacado no município.



Construção

Padrão cromático



C: 67 R:73
M:14 G:153
Y:100 B:54
K: 0 pantone 361C



C: 28 R:163
M:1 G:207
Y:96 B:42
K: 0 pantone 382C



Degradê da letra
C: 53 R:112
M:98 G:41
Y:96 B:42
K: 11 pantone 506C



C: 40 R:117
M:0 G:197
Y:0 B:240
K: 0 pantone 2905C



C: 33 R:154
M:77 G:83
Y:100 B:41
K: 1 pantone 876C

Contorno da letra e “Estância Climática” m cor preta

Construção

Tipologia

Child's play

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

@#%&*()_+}]`~/^~{[>,:|\çç

A tipologia Child's play é o padrão usado para a confecção do logotipo de Cunha, e por ser uma letra fantasia, não existe alguns caracteres.



Versões da Marca

Preferencial



Versão vertical
(Preferencial)



Versão horizontal



Esta é a versão preferencial da marca, a versão vertical, Ela deve ser usada sempre que possível na divulgação da cidade, por sustentar a ideologia principal criada para a identificação da mesma, sendo vetada a modificação da sua composição de cores.

Versões da Marca

Monocromática



Versões da Marca

Fundos vetados e permitidos

Fundos vetados



Fundos permitidos

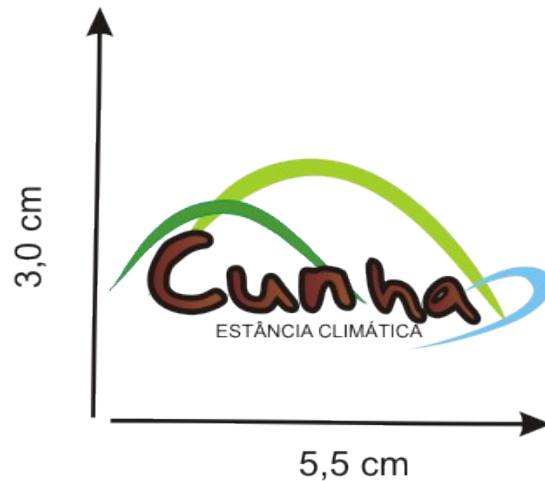


Devido ao verde utilizado nas montanhas, sua aplicação só deve ser feita em tons pastéis amarelos, laranjas ou cores quentes, para lembrar do sol e a paisagem da cidade. Sendo que, o fundo branco é o preferencial.

Cunha

Versões da Marca

Redução Máxima



Esta é a medida da redução máxima da marca, pois se reduzida a um tamanho menor que este, a legibilidade do logo ficará prejudicada. Não será visível a observação de todos os detalhes inerentes do logo.

Escala em centímetros

Cunha

10

Versões da Marca

Área de não-interferência



A área que o cerca, determinada pelo círculo branco, devine a margem que não pode ser invadida nem ignorada, garantido sempre a apresentação correta do logotipo.

Cunha

11



ESTÂNCIA CLIMÁTICA

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

PLANO DE COMUNICAÇÃO DA
ESTÂNCIA CLIMÁTICA DE CUNHA – SP

DEZEMBRO - 2007

APRESENTAÇÃO

O presente documento configura-se como Projeto de Relações Públicas, apresentado pelas alunas do 8º semestre do curso de Relações Públicas da Universidade de São Paulo, como contribuição da esfera de Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da USP ao Relatório Final desenvolvido pelos alunos do curso de Turismo para o Plano Diretor de Turismo da Estância Climática de Cunha-SP.

O planejamento de Relações Públicas aqui apresentado baseou-se no Inventário do Plano Diretor de Turismo da Estância Climática de Cunha – SP e no Diagnóstico e Análise Preliminar do Turismo da região inventariada.

O objetivo principal é a proposição de estratégias de comunicação que suportem o planejamento para o desenvolvimento da atividade turística. As ações de comunicação englobam ações táticas para maior exposição dos atrativos naturais e culturais da região e também ações estratégicas para solidificação da imagem de Cunha como Estância Climática e importante Pólo Turístico.

A metodologia de desenvolvimento do trabalho foi a realização de um diagnóstico de comunicação com mapeamento dos stakeholders, análise do ambiente e determinação das forças e fraquezas da localidade. A partir disso desenvolveu-se um prognóstico com estratégias e ações para atingir os objetivos e metas determinados.

O slogan do Projeto: **Você novo. Cunha.** Traduz a inspiração dos mesmos. Renovação da imagem da cidade e daqueles que com ela entraram em contato. O frescor de um novo destino turístico ao alcance de todos. A possibilidade de rejuvenescimento de moradores, trabalhadores, passantes e turísticos.

Mapeamento dos Públicos

Para que um bom plano de comunicação seja desenvolvido é necessário partir da análise dos públicos que são inspiração para a existência do trabalho. É preciso entender com que se fala, as expectativas existentes, a relação que eles têm com a cidade e durabilidade dessa relação (permanente, temporária, única-exclusiva).

Os públicos estratégicos de Cunha são:

Governo

População Rural

População Urbana

Comerciantes

Hoteleiros

Cunhatur - Associação dos Empresários de Turismo de Cunha - Promove a articulação de alguns dos empreendimentos do município.

Mídia Estadual

O Estado de São Paulo

Folha de São Paulo

Mídia Local

Rádio Serrana FM, 104,7 Mhz

Vanguarda Vale

Rádio Aparecida

Radio Parati FM, 89 Mhz

Jornal Mata Ciliar

Jornal Serracima – Associação de Cultura e Educação Ambiental

Jornal Vale Paraibano

Jornal Objetivo

Jornal Notícias

Jornal das Montanhas

ONGs e Associações

Fundação Florestal

Casa da Agricultura de Cunha (CATI/DIRA de São José dos Campos /Secretaria da Agricultura)

CESP (Centrais Elétricas de São Paulo)

Associação de Moradores e Amigos do Vale do Paraitinga (AMAVAPA) e Igreja local. Estas instituições estão desenvolvendo projeto piloto denominado "A Educação Ambiental e o Desenvolvimento Sustentável - Unidade Demonstrativa no Município de Cunha", ou "Projeto Cunha", com o apoio do IPEF/ESALQ - USP,

Coordenadoria de Educação Ambiental da SMA,

Delegacia de Ensino de Guaratinguetá,

Núcleo Cunha/Indaiá do PESM (IF-SMA) e

Associação de Recuperação Florestal do Vale do Paraíba e Litoral Norte - Flora Paraíba. Este projeto tem como objetivo estabelecer um procedimento metodológico de trabalho junto ao produtor rural, por meio de opções florestais econômicas e conservacionistas. A área experimental é uma microbacia hidrográfica no município de Cunha. A unidade demonstrativa localiza-se nas Terras de Santana, pertencentes à Igreja Católica, onde foram plantados 1 ha de essências nativas e 1 ha de exóticas de acordo com projeto elaborado pelo IPEF (ESALQ-USP), com mais 3 ha onde serão implementadas técnicas de

conservação do solo. As atividades são implantadas em conjunto com os produtores rurais interessados, por meio de uma metodologia participativa de implantação e educação ambiental.

Instituto Florestal - SMA

Núcleo Cunha/ Indaiá do Parque Estadual da Serra do Mar, mais conhecido na região como Reserva Florestal.

Agroalpi - Associação Agropecuária do Alto Paraíba Responsável pela produção e distribuição de mudas de essências nativas e incentivo à fruticultura, especialmente na introdução a castanha portuguesa junto aos seus associados (cerca de 6 000 mudas já plantadas).

(fonte: Inventário do Plano de Turismo da Estância Climática de Cunha-SP)

Turistas

Ecoturismo

Turismo cultural/histórico

Entretenimento e lazer

Agencias de Turismo

A tabela a seguir mostra o diagnóstico dos mesmos.

Público	Descrição	Expectativas	Natureza da relação com cunha	Durabilidade
Governo	Prefeitura da Cidade	Desenvolver o turismo sustentável e integrado	Gestão da cidade - compromisso com cidadão	Mandato de 4 anos
População Rural	Cidadãos que residem no campo	Melhoria da qualidade de vida.	Sobrevivência.	Variável. Alto índice de êxodo rural
População Urbana	Cidadãos que residem na cidade	Melhoria da qualidade de vida.	Sobrevivência.	Variável. Alta emigração
Comerciantes	Lojistas, prestadores de serviço. Responsável por 50% do PIB.	Ampliação das receitas.	Lucrativa	Variável. Em muitos casos permanente.
Hoteleiros	Hoteleiros locais.	Ampliação das receitas, desenvolvimento do turismo regional.	Lucrativa	Variável. Em muitos casos recente
Cunhatur	Associação dos Empresários de Turismo de Cunha -	Implantação do ecoturismo na região e a produção de material audio visual para educação ambiental, incentivo e orientação das atividades de ecoturismo.	Atuação no desenvolvimento local.	Permanente
Mídia Estadual	O Estado de São Paulo Folha de São Paulo	Divulgação de notícias	Obtenção e disseminação de informação.	Permanente
Mídia Local	Rádio Serrana FM, 104,7 Mhz Vanguarda Vale Rádio Aparecida Radio Parati FM, 89 Mhz Jornal Mata Ciliar Jornal Serracima - Associação de Cultura e Educação Ambiental Jornal Vale Paraíba Jornal Cbjetivo Jornal Notícias Jornal das Montanhas	Divulgação de notícias locais	Obtenção e disseminação de informação.	Permanente
ONGS	Fundação Florestal Casa da Agricultura de Cunha (CAT/DIRA de São José dos Campos /Secretaria da Agricultura) CESP (Centrais Elétricas de São Paulo) Associação de Moradores e Amigos do Vale do Paraitinga (AMAYAPA) e Igreja local. Coordenadoria de Educação Ambiental da SMA, Delegacia de Ensino de Guaratinguetá, Núcleo Cunha/Indaia do PESH (IF-SMA) e Associação de Recuperação Florestal do vale do Paraíba e Litoral Norte - Flora Paraíba. Instituto Florestal - SMA Núcleo Cunha/ Indaia do Parque Estadual da Serra do Mar, mais conhecido na região como Reserva Florestal. Agroalpi - Associação Agropecuária do Alto Paraíba	Melhoria da região.	Atuação no desenvolvimento local.	Permanente Enquanto existir a Organização.
Turistas	Ecoturismo Turismo cultural/histórico Entretenimento e lazer	Obtenção de divertimento	Lazer, relaxamento, entretenimento.	Temporária Enquanto durar a viagem.
Agências de Turismo	Agências de todo Brasil	Oferecimento de bons pacotes aos clientes.	Obtenção e disseminação de informações turísticas.	Intermitente

I. Análise SWOT

Cunha é uma cidade com muitos potenciais. Por um lado, possui forças e oportunidades vinculadas às áreas cultural e natural. E, por outro lado, com suas fraquezas vinculadas principalmente a falta de articulação entre os atores sociais, econômicos e políticos. O desenvolvimento das propostas dadas pelos projetos de Planejamento Turístico de Cunha e de Comunicação, se conduzidos de maneira adequada, serão grandes auxiliares do desenvolvimento da cidade. Maiores detalhes da análise SWOT podem ser encontrados na prognóstico de turístico de Cunha.

II. Diagnóstico de Comunicação

Cunha apresenta um contraste interessante entre o meio urbano e o ambiente bucólico da cidade. Com o clima interiorano preservado pela população local e pelo ambiente natural ainda em harmônica relação com a área construída, a cidade de Cunha tem a potencialidade de utilizar este contraste como apelo para sua comunicação.

O planejamento sistemático da comunicação do município, materializado por ações integradas, pode acelerar e melhorar qualitativamente o processo de fortalecimento turístico e desenvolvimento econômico da cidade e da região. Os efeitos dessas ações, se adequadamente conduzidas, resultarão em efeitos benéficos estendidos a população, setor privado, terceiro setor e órgãos oficiais.

A mobilização e sensibilização desses públicos para a causa do planejamento levará a ações de comunicação sinérgicas que serão capazes de definir a imagem da cidade e posicionar Cunha como um destino significativo dentro do mercado a que se propõe.

III.Estratégias

Para atrair os turistas e preparar a cidade para recebê-los, propomos uma série de ações voltadas para os públicos interno (comunidade) e externo (turistas e imprensa) sistematicamente orientadas. Num primeiro momento, deve-se incentivar nos moradores e comerciantes locais o espírito de anfitriões, fazendo de Cunha um destino diferenciado, exatamente pela hospitalidade dada aos turistas. Ainda nessa primeira fase, devem-se alertar as autoridades políticas para as possíveis adequações na infra-estrutura e políticas públicas capazes de atender melhor os visitantes.

Uma vez que a cidade esteja preparada para lidar com os diferentes públicos que pretende atrair, é necessário comunicar aos públicos visados sobre a cidade, motivando-os a visitá-la inclusive, e principalmente, nos períodos de baixa temporada, para minimizar os efeitos causados pela sazonalidade.

Nosso plano contempla a imprensa, por ser um importante formador de opinião e as operadoras e as agências de turismo, para que possam incluir Cunha entre os destinos trabalhados por elas.

O primeiro passo, dentro da estratégia de promoção da cidade, é fazer primeiro com que os formadores de opinião tenham contato com a cidade, estando esta já capacitada para receber os turistas, para que possam disseminar boas impressões sobre Cunha para o público potencial. Em seguida, as ações voltam-se para a comunicação dirigida para esse público, procurando cercá-lo de informações que possam ser facilmente verificadas, seja pela imprensa especializada, seja pelos comentários deixados em blogs ou em outros fóruns de discussão da internet.

Comunicação

A comunicação se dará por contato pessoal, como realização de palestras e workshops para a comunidade, bem como visitas monitoradas à Cunha, visitas a escolas e participação em feiras do setor. As apresentações da cidade serão amparadas por material de comunicação institucional especialmente preparado para tais fins destacando os atrativos naturais e culturais da cidade, a variedade e qualidade de sua infra-estrutura e todo o mais que torna Cunha uma cidade diferenciada.

É adequado haver o monitoramento sistemático das opiniões colhidas em pesquisas e expressadas na internet, permitindo, dessa maneira, visualizar as adequações necessárias no município e embasar as proposições de solução.

A cidade deve estar atenta às feiras de destinos turísticos, verificando a possibilidade da inclusão de Cunha, obtendo contato com públicos interessantes para o município, como jornalistas, associações, operadoras, entre outros.

IV. Ações Propostas:

As ações propostas a seguir visam difundir as informações sobre Cunha junto aos públicos estratégicos, com o objetivo de atrair o perfil desejado de turistas para a cidade. Como a cidade é pequena, uma divulgação em massa poderia comprometer a qualidade da estrutura urbana e rural do município, prejudicando a qualidade de vida da comunidade. Tendo em vista tal situação, optou-se pela comunicação dirigida, a fim de preservar as características que tornam Cunha uma cidade repleta de diferenciais.

As ações de comunicação e concepção da estrutura turística da cidade devem corresponder às expectativas da população em geral. A realização de ciclos de debates permitirá conhecer as expectativas e receios dos comerciantes, hoteleiros e da comunidade local.

A partir dessas informações colhidas, é elaborada uma grade de palestras voltadas para as necessidades de cada um desses atores sociais, demonstrando quais os benefícios possíveis do turismo para determinado grupo e em que medida suas preocupações são reais e passíveis de solução. Essas palestras devem se repetir de acordo com as necessidades do público, sendo sempre acompanhadas de um feedback (impressão dos participantes sobre o ocorrido) dessas reuniões.

Assim que as lideranças locais estiverem consentidas da idéia, recomenda-se criar workshops, oficina e cursos de capacitação para os habitantes de Cunha, como objetivo de qualificar os interessados e incluir uma parcela maior da população como beneficiada desse processo. Dessa forma, a prefeitura poderá diminuir a incidência da criminalidade vinculada à falta de oportunidades de obtenção de renda, bem como iniciar um projeto de alcance social, criando mais um diferencial para Cunha.

A1. Treinamento de comerciantes e hoteleiros

Essa ação tem como público principal comerciantes e hoteleiros. Os workshops podem ser realizados por consultores especializados e o formato utilizado deve permitir a participação do público a fim de capacitá-los para que estejam preparados para receber os turistas, administrar seus empreendimentos e gerar benefícios ampliados para a comunidade cunhense.

B1. Aproximação com o poder público.

Ainda nessa fase deve-se realizar uma pesquisa exploratória junto ao público visitante para detectar suas necessidades em relação à Cunha. Os resultados devem ser apresentados ao poder público para que as devidas providências sejam tomadas. Essa ação visa à aproximação do poder público com os públicos aos quais atende, possibilitando a execução de ações que tragam melhoras para a cidade em geral, incluindo os aspectos relacionados ao turismo.

Se houverem resultados que podem ser sanados pela própria comunidade, essas questões deverão ser levadas à pauta das palestras e workshops para orientação.

C1. Divulgação para agências de turismo

Com base no inventário e prognóstico apresentado neste Planejamento, há que se demonstrar que a cidade está preparada para receber turistas. Essas informações devem ser reunidas num material impresso que será enviado a algumas operadoras e agências de turismo em São Paulo e no Rio de Janeiro, que operem com os públicos que são interessantes para a cidade. O material deve ser ilustrativo, conter informações concisas, sendo um guia prático com uma programação visual desenvolvida para cada grupo.

Esse material deve ser acompanhado também de um convite para uma visita à Cunha, na qual os responsáveis pela inclusão da cidade entre os destinos da agência poderão verificar todas as informações do folheto.

Para tanto é imprescindível que o conteúdo do folheto seja real e de fácil verificação. A iniciativa deve contar com o apoio de hoteleiros e comerciantes locais.

D1. Envio de press kits à imprensa especializada

Partindo da base do material feito para a divulgação para as agências, deve-se montar o press kit (kit com diversas informações sobre a cidade, em mídias diversas, destinado a jornalistas) que deve conter esse folder, além de alguns releases (textos pré-elaborados com o intuito de divulgar a cidade),

Em qualquer uma das situações, os releases devem considerar a linguagem das publicações especializadas, dispor de fotos dos atrativos naturais e culturais de Cunha, bem como de fichas técnicas com mapas de acesso, informações sobre transporte, bancos, hotéis, comércio, condições climáticas e o que mais puder ser interessante e diferencial para imprensa.

O material pode contemplar também algum brinde que faça alusão à Cunha e um convite ao jornalista para visitar a cidade.

O press kit deve ser enviado às redações e uma assessoria deve fazer o acompanhamento do recebimento, disponibilizar-se por fornecer mais informações e reforçar o convite para a visita.

E1. Programa de visitas à Cunha

A partir das ações descritas nos tópicos 9.1.4 e 9.1.5, pode-se realizar um programa de visitas à Cunha, do qual participariam os jornalistas e agentes e

operadores de viagens. O contato entre esses públicos pode ser muito saudável para Cunha, pois reúne dois grupos de formadores de opinião na mesma visita.

Para que essa ação surta os efeitos desejados, é imprescindível que as primeiras ações com a comunidade já tenham sido executadas e que Cunha esteja de fato preparada para receber os turistas.

As visitas devem ser monitoradas por membros qualificados da localidade. É importante que os convidados recebam uma programação leve com duração de um dia apenas e que essa programação seja cumprida à risca. Há que se prever visitas que não sejam prejudicadas pelas condições do tempo na cidade.

F1. Divulgação na comunidade universitária

Por ser próxima de cidades como Guaratinguetá e Paraty e possuir diversos atrativos naturais, Cunha pode atrair o público universitário que visita as cidades vizinhas. No entanto, é preciso desenvolver um material específico para esse público, focando seus interesses.

Se houver maior interesse em receber esse público, o contato pode ser estreitado com a promoção de visitas às Universidades e montagens de quiosques para distribuir o material e fornecer mais informações sobre a cidade.

G1. Divulgação nas cidades próximas

As cidades próximas a Cunha como Paraty, São Luís do Paraitinga e Aparecida do Norte, já recebem um número considerável de turistas que podem coincidir com as pretensões de Cunha.

A fim de atrair esse público que já conhece a região e encontra atrativos nessas cidades, Cunha pode produzir outdoors, cartazes e mídias internas em bares e restaurantes ressaltando suas características. Por exemplo, sabe-se que o turismo em Aparecida do Norte é de cunho religioso. Assim, a mídia desenvolvida nessa cidade deve ressaltar as características religiosas de Cunha e assim por diante. Cunha também pode designar pessoas para panfletar nessas cidades

próximas. A divulgação não deve apresentar Cunha como uma concorrente turística desses municípios, mas como uma oferta complementar e diferenciada aos atrativos encontrados nesses destinos, sempre focando o perfil desejado de turista.

H1. Programas em escolas do ensino fundamental e médio

Tendo em vista as características interioranas e históricas de Cunha, é possível atrair os estudantes do ensino fundamental e médio para a cidade em excursões durante a semana. Para tanto, recomendamos que o trabalho seja iniciado nas cidades de São Paulo ou Rio de Janeiro, onde existe um número muito maior de escolas e onde os estudantes podem nunca ter tido contato com a vida no campo.

Antes de estabelecer esse contato, Cunha deve criar uma programação especialmente voltada para esse público, considerando as preocupações dos pais e professores que podem ser levantadas num primeiro contato.

O programa de divulgação deve incluir duas visitas de um membro da Secretaria de Turismo de Cunha a cada escola, sendo a primeira para divulgar a cidade e seus atrativos e a segunda para responder às dúvidas dos pais e professores, bem como agendar datas para as visitas. Podem-se promover programações distintas para grupos de alunos e famílias.

A iniciativa pode contar com uma agência de turismo parceira na sua operacionalização.

I1. Participação em Feiras especializadas

As feiras setoriais têm como característica reunir públicos específicos e com interesses muito semelhantes, ou seja, permitem a realização de contatos interessantes para a cidade. Por reunir no mesmo evento todos os públicos interessantes para o desenvolvimento do turismo em Cunha, a cidade pode

possuir um estande em feiras de turismo ou de artesanato na cidade de São Paulo e Rio de Janeiro, que são as cidades que mais concentram esse tipo de evento, atraindo visitantes de todo o Brasil.

A programação visual do espaço deve contar com fotos da cidade e informações sucintas de seus diferenciais. A equipe para atendimento deve estar preparada para fornecer informações mais detalhadas sobre Cunha. O ideal é que essa equipe seja formada pelos comerciantes, hoteleiros e pessoas da comunidade.

A iniciativa pode contar com o apoio desses interessados que terão pequenos espaços no estande para mostrar seus produtos e serviços, bem como de agências de turismo que operem com Cunha.

J1. Divulgação nas igrejas

Cunha também conta com atrativos religiosos e por isso pode atrair grupos de turistas interessados nessas características. O plano piloto deve contar com informações relacionadas a esse objetivo em cartazes e folders que podem ser distribuídos em igrejas próximas ou naquelas situadas em São Paulo e Rio de Janeiro

A programação voltada para esse grupo deve contemplar a religiosidade e deve contemplar também, mas com menor ênfase, as demais possibilidades de visitação de cidade, como as áreas naturais, eventos culturais e produtos artesanais. Essa ação pode promover o turismo no período da baixa temporada, se as atenções se voltarem para grupos de idosos.

K1. Promoção na Internet

Conforme descrevemos na estratégia, essa ação se faz necessária devido à disseminação de conteúdos via web, que se bem conduzidos podem gerar mídia espontânea e favorável para Cunha.

É necessário, porém que haja o monitoramento constante para evitar a disseminação de conteúdos desfavoráveis os quais podem ser contornados com a

adoção de medidas na cidade para sanar essas impressões, bem como dar respostas a esses grupos das razões da cidade para não se mobilizar em tal sentido.

Os investimentos necessários para implementação dessas ações podem ser rateados entre Prefeitura, comerciantes e associações de ceramistas.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

**LOGO MARCA DA ESTÂNCIA
CLIMÁTICA DE CUNHA – SP**



DEZEMBRO - 2007

São Paulo, 27 de abril de 2007

Prezados Senhores,

Prefeito Municipal
Vice-Prefeito Municipal
Secretários do Município
Membros da Câmara de Vereadores
Empresários do Setor de Turismo

Cumprimentando-os cordialmente, o corpo discente do Curso de Turismo (7^o. semestre) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e sua docente responsável, Profa. Dra. Doris Ruschmann, têm a honra de convidar V.Sas. para uma reunião específica a realizar-se no dia 03 de maio deste ano às 14:00 horas nas dependências da Câmara Municipal de Cunha.

Na ocasião, teremos a oportunidade de apresentar a V.Sas. o Projeto para a realização do Plano Diretor de Turismo para o Município de Cunha, realizado como atividade curricular na disciplina de Planejamento e Organização do Turismo da referida Universidade.

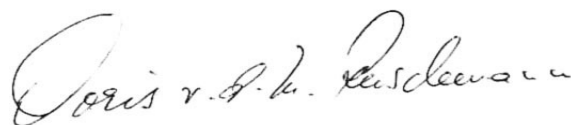
Trata-se de um projeto acadêmico, voltado para o aprendizado prático em localidade turística significativa, sob a nossa orientação e o apoio dos demais docentes do curso de turismo da ECA/USP. O Plano conduzirá à proposição das diretrizes, programas e projetos específicos, voltados para o desenvolvimento sustentável do turismo na localidade.

Se possível, pretendemos dar início aos estudos para a elaboração do Plano ainda no mês de maio e, seu término está previsto para dezembro deste ano. Este período torna-se necessário, uma vez que – como atividade acadêmica, será desenvolvida com os alunos no transcorrer do ano letivo de 2007, tanto em sala de aula como em estudos de campo.

Ressaltamos a importância da participação de V.Sas., não somente nesta reunião, mas também durante o transcorrer dos estudos, visando uma atividade pro - ativa e em conformidade com os interesses e necessidades turísticas de Cunha.

Desta forma, a localidade, além de proporcionar a oportunidade do aprendizado aos futuros profissionais do setor do turismo, terá um documento que poderá tornar-se referência para as decisões futuras para o turismo sustentável.

Atenciosamente,



Profa. Dra. Doris van de Menne Ruschmann
Docente Responsável

**PROPOSTA DE ELABORAÇÃO DO PLANO DIRETOR
DE TURISMO DA ESTÂNCIA CLIMÁTICA DE CUNHA –
SP**

Disciplina: Planejamento e Organização do
Turismo I e II

Docente: Prof^a Doris van de Meene Ruschmann

O PROJETO

A presente proposta visa à execução de um trabalho realizado pelos alunos do último ano do curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como parte das atividades didáticas da disciplina Planejamento e Organização do Turismo I e II, ministrada pela docente Doris van de Meene Ruschmann.

Este projeto tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento turístico do município de Cunha e ainda possibilitar aos alunos a vivência de elaboração do planejamento turístico desta localidade, sendo supervisionados diretamente pela docente responsável.

Como resultado de uma série de atividades didáticas desenvolvidas em dois semestres consecutivos durante o ano letivo de 2007, será elaborado o PDDT – Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Cunha, constituído pelas seguintes etapas:

Inventário Turístico – refere-se a atividades de levantamento de informações gerais sobre o município e de seus atrativos e recursos, a partir de pesquisa de gabinete e consulta em fontes secundárias, sendo esta tarefa complementada por uma minuciosa pesquisa de campo, buscando-se identificar recursos disponíveis, atrativos naturais, patrimônio histórico-cultural, eventos e equipamentos de apoio turístico, tais como meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, informação, entre outros. Além disso, nesta primeira etapa do projeto será realizada uma pesquisa amostral para identificar o perfil sócio-econômico da demanda turística real de Cunha, bem como uma pesquisa sobre a relação da comunidade local com a atividade turística.

Diagnóstico Turístico – após a organização e sistematização dos dados levantados no Inventário Turístico, será feita uma análise criteriosa da situação observada em Cunha, identificando-se os pontos fortes e fracos, as

oportunidades e as ameaças que envolvem o setor turístico no município. A partir desta análise, será elaborada uma série de estratégias para orientar o desenvolvimento turístico em Cunha, sugerindo-se ações para os diversos nichos que compõem o setor turístico, administrados tanto pelo setor público como pela iniciativa privada e terceiro setor.

Diretrizes, Programas e Projetos – a definição de estratégias permitirá a discussão e o estabelecimento de Diretrizes para nortear o desenvolvimento turístico em Cunha. Visando à viabilização de ações operacionais a serem colocadas em prática pelos diferentes segmentos da população local e agentes do turismo, serão sugeridos Programas compostos por diversos Projetos específicos de acordo com os nichos estruturais do turismo, acompanhados de detalhamento técnico.

OBJETIVOS

Objetivo Principal

- Elaborar o Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Cunha – SP

Objetivos Específicos

- subsidiar a discussão e o engajamento da população cunhense na atividade turística;
- identificar o potencial turístico da localidade e a gama de segmentos da atividade passíveis de comercialização;
- identificar e categorizar os produtos turísticos já existentes, como também aqueles em potencial ainda não formatados;

- identificar o perfil da demanda turística do município, a fim de direcionar a elaboração das ações de formatação de produtos, adequação da infra-estrutura e promoção de Cunha como destino turístico reconhecido;
- compreender a relação da comunidade com a atividade turística;
- apresentar caminhos para uma interação efetiva da comunidade no contexto do turismo, em prol da inclusão social e aumento da qualidade de vida da população local;
- apresentar propostas de melhoria e aperfeiçoamento dos serviços e empreendimentos turísticos;
- propor ações para minimizar os impactos negativos e potencializar os resultados positivos da atividade turística na localidade no que tange a questões ambientais, culturais e econômicas;
- orientar as ações a serem seguidas para promover o desenvolvimento sustentável do turismo no município;

JUSTIFICATIVA

Tendo em vista o imenso potencial turístico existente no território de Cunha, previamente observado na mídia especializada, além de se ter a breve noção da carência da população local com relação aos índices de desenvolvimento humano e acesso a serviços básicos, é de extrema importância que a atividade turística seja abordada como um dos principais fatores de fomento para o desenvolvimento socioeconômico do município.

Apesar da existência de projetos semelhantes ao que está sendo proposto neste documento, a própria Prefeitura Municipal admite que existem algumas falhas nos antigos projetos realizados, as quais comprometem a execução das ações e não suprem as necessidades do município a longo prazo. Por isso, é fundamental que um novo Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico seja elaborado, tendo como base todos os antigos estudos já

realizados para o aperfeiçoamento das estratégias e ações que envolvem o setor turístico.

A elaboração do Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico é a primeira etapa na realização do planejamento turístico para as localidades com vocação para esta atividade. Nele estão contempladas análises minuciosas do panorama da atividade turística no município e também diretrizes e estratégias para promover o desenvolvimento sustentável do turismo.

Como resultados da inexistência do planejamento turístico em determinada localidade, pode-se observar a ocorrência de um crescimento desordenado do fluxo turístico, capaz de atrair divisas para a população num primeiro momento, mas, em contrapartida, com forte tendência a acarretar impactos ambientais e socioculturais negativos a longo prazo, descaracterizando toda a oferta da localidade. Nesse sentido, com todo o seu meio natural e urbano, assim como seus elementos culturais descaracterizados, a localidade pode deixar de atrair turistas conscientes de seu papel na realidade turística e até mesmo deixar de se beneficiar economicamente com a atividade, sofrendo problemas – sendo alguns irremediáveis – em seus aspectos estruturais, ambientais, sociais e de imagem como destinação turística, já que seus visitantes poderão buscar outras localidades para apreciar com o transcorrer do tempo, as quais supram seus desejos e estejam de acordo com as experiências que anseiam usufruir.

O PDDT – Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico busca definir propostas de um desenvolvimento turístico que respeite e aproveite positivamente os aspectos naturais, econômicos, culturais e sociais das comunidades receptoras, levando-se em conta a fragilidade dos recursos, bem como aqueles que necessitam de rígida proteção. Da mesma forma, serão analisadas as características individuais da cultura local para elaboração de proposições que considerem suas fragilidades e potenciais de aproveitamento. Desta forma, o município de Cunha poderá valorizar e preservar seus recursos ao promover uma visita consciente e planejada, impulsionando a entrada de

divisas à comunidade e o aumento de perspectivas de melhoria da qualidade de vida de seus habitantes.

Além disso, o PDDT servirá como uma das justificativas para o município pleitear verbas para aplicação de seus projetos através dos órgãos públicos de investimento na atividade turística, uma vez que oferecerão subsídios para discussões e decisões da localidade quanto aos caminhos de seu desenvolvimento.

Este projeto também pretende contribuir para que Cunha adquira credibilidade junto aos organismos públicos do turismo, aumentando a probabilidade de obtenção de financiamentos, uma vez que a função primordial do Plano é servir de ferramenta para o planejamento turístico, através do qual se pode:

- identificar os segmentos de mercado mais apropriados para serem trabalhados em cada destinação;
- evidenciar o equipamento turístico que necessita ser construído, melhorado ou reaproveitado;
- quantificar a relação entre fluxos de visitantes e números de leitos, desde que exista uma série histórica da demanda;
- orientar mudanças na infra-estrutura e estrutura específica necessária para tentar atingir qualidade total na prestação de serviços turísticos;
- propor ações para diminuir os problemas decorrentes da sazonalidade;
- sugerir preços compatíveis com a demanda e com a concorrência;
- sugerir roteiros turísticos para o município e entorno;
- orientar os órgãos gestores locais para práticas que fomentem o crescimento da atividade turística de maneira responsável (workshops).

O Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico oferecerá subsídios para direcionar as ações e estratégias necessárias para promover o desenvolvimento do turismo no município de Cunha de maneira sustentável.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a elaboração do Inventário da Oferta Turística serão consultadas fontes secundárias e dados do IBGE, SEBRAE, SEADE, Associação Comercial, guias turísticos e sites especializados, entre outras fontes, além da própria Prefeitura Municipal de Cunha.

Os dados específicos sobre empresas, demanda real, comunidade e atrativos turísticos da cidade serão atualizados em pesquisa de campo e entrevistas. Para tanto, serão usados como instrumentos de coleta as fichas técnicas, formulários e roteiros de entrevista. Serão avaliadas a quantidade e qualidade da oferta turística, indicadores socioeconômicos e o perfil dos turistas, bem como a relação da comunidade para com o turismo.

Todas estas informações serão tratadas, sistematizadas e analisadas, compondo-se um panorama do turismo na localidade.

A análise deste conjunto de informações resultará no Diagnóstico Turístico, que permitirá visualizar os cenários possíveis para seu desenvolvimento. A identificação e análise de pontos fortes e fracos, dos riscos e das oportunidades permitirá a elaboração de diretrizes e programas que poderão subsidiar ações e projetos de desenvolvimento turístico.

Segue, abaixo, um quadro descritivo das etapas do projeto e o tempo de duração de cada fase apresentada:

ETAPAS DO PROJETO

1ª FASE*

INVENTÁRIO TURÍSTICO

CARACTERIZAÇÃO GERAL

1. Delimitação da Área
2. Aspectos Históricos e Administração Geral
3. Aspectos Sócio-Econômicos
4. Legislação
5. Infra-estrutura Básica

ASPECTOS TURÍSTICOS

1. Recursos Naturais
2. Recursos Culturais
3. Eventos e Festas

INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA

1. Meios de Hospedagem
2. Serviços de Alimentação
3. Entretenimento
4. Infra-estrutura de apoio
5. Outros Serviços

* Conclusão estimada para o final do primeiro semestre de 2007.

2ª FASE**

ANÁLISE E AVALIAÇÃO DO TURISMO

DIAGNÓSTICO E PROGNÓSTICO TURÍSTICO

ELABORAÇÃO DE ESTRATÉGIAS

DIRETRIZES, PROGRAMAS E PROJETOS

** Conclusão estimada para o final do segundo semestre de 2007.

Das Responsabilidades

Do curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

- Elaborar e apresentar o Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Cunha, ao final do ano letivo de 2007, para todos os agentes do turismo do município, envolvendo o poder público (executivo e legislativo), a iniciativa privada e o terceiro setor, além da comunidade em geral, para o esclarecimento dos resultados e propostas formuladas durante a confecção do Plano.

Da Prefeitura

- Fornecer condições necessárias para a realização do projeto, tais como hospedagem, alimentação, transporte da cidade de São Paulo até Cunha e dentro dos limites do município, além de materiais de apoio (mapas, cds, livros, documentos, estudos) conforme detalhamento exposto no orçamento anexo, e serviços de apoio (entrada em áreas de acesso restrito, autorização para empréstimos de materiais, entre outros serviços);
- Disponibilizar quaisquer dados que sejam necessários para a realização do projeto.

Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Cunha – São Paulo

Para a execução deste projeto, a equipe da Universidade de São Paulo necessitará da prestação de serviços de transporte, alimentação, hospedagem e dos materiais descritos a seguir:

Item	Discriminação	Unid.	Quant.	Unitário	Total
C.	Administração Geral				
C.1	Despesas de Viagens e Diárias de Campo				7.560,00
2	Transporte Solidário SAO/Cunha/SAO	viagens	42	140,00	5.880,00
3	Pedágios Via Dutra e Ayrton Senna	ud	42	40,00	1.680,00
C.2	Custos Materiais e Diversos				2.789,00
1	Papel Branco 75 g/m ² A4	mil	10	25,00	250,00
2	Impressão Gráfica Carga Cartuchos	unid	8	125,00	1.000,00
3	Reproduções Xerox	unid	3.100	0,10	310,00
4	Xerox Colorido	unid	20	1,20	24,00
5	Encadernação	unid	10	60,00	600,00
6	Telefone	unid	20	10,00	200,00
7	CDs	unid	20	1,00	20,00
8	Crachás	unid	35	2,00	70,00
9	Camisetas	unid	35	9,00	315,00

10.349,00

Obs. O orçamento proposto cobre as despesas para a realização do Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Cunha, não sendo revertido de nenhuma forma para a Universidade de São Paulo ou para os alunos e docentes participantes do projeto. A Prefeitura Municipal de Cunha será responsável pelo fornecimento dos suprimentos acima descritos e pela prestação de serviços necessários para a realização deste projeto.

São Paulo, 24 de Março de 2007

À Prefeitura Municipal de Cunha
Att.: Amanda de Araujo Monteiro

Ref.: Proposta de elaboração do Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Cunha – SP

Cumprimentando-a cordialmente, vimos agradecer o interesse do município de Cunha na proposta de elaboração do Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico apresentado pelos alunos do 7º semestre do curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Como é de vosso conhecimento, outros municípios demonstraram interesse pelo projeto, mas infelizmente, não temos condições de atender a todos. Para a seleção, consideramos como principal critério o comprometimento do município no custeio do projeto, o qual está detalhado no orçamento anexo. Salientamos que, em se tratando de um trabalho acadêmico, não existe nenhum tipo de remuneração dos alunos ou dos docentes envolvidos. Os custos descritos podem ser cobertos através da parceria da Prefeitura de Cunha com as associações interessadas, prestando os serviços necessários para a realização do projeto, como transporte, hospedagem e alimentação.

Estamos encaminhando a proposta de trabalho e de orçamento para análise e apreciação. A fim de dar início às atividades no tempo proposto, solicitamos que nos contatem com uma breve resposta até o dia 04 de abril de 2007.

Agradecemos o interesse e colocamo-nos à disposição para quaisquer esclarecimentos.

Cordialmente,

Doris van de Meene Ruschmann
Docente Responsável



ATRATIVOS TURÍSTICOS – PRÁTICAS AQUÁTICAS

Pesquisador: _____ Data: _____

Nome: _____

Localização: _____

Bairro: _____

Extensão: _____ Largura Média: _____

Volume D'água: _____

Acesso Principal: _____

Acesso Secundário: _____

Condições de Navegabilidade: Tipo de Embarcação: _____
Profundidade _____ metros

Condições de Atracabilidade: Tipo de Embarcação: _____
Profundidade _____ metros

Prática de Esportes Náuticos (especificar): _____

Ocupação no Entorno: _____

Uso: Intenso () Regular ()
Fraco () Inexistente ()

Avaliação: Muito Interessante () Interessante () Pouco Interesse ()

Observações: _____



ATRATIVOS TURÍSTICOS – ATRATIVOS NATURAIS
(Cachoeiras, Unidades de Conservação, Piscinas Naturais, Grutas, etc.)

Pesquisador: _____	Data: _____
Nome do Entrevistado: _____	
Função: _____	

Nome Fantasia: _____

Nome Jurídico: _____ **C.G.C.** _____

Endereço: _____

Bairro: _____ **Fone:** _____ **Fax:** _____

Distância da Sede: _____ Km

Acesso Principal: _____

- Asfalto: Sim () Não ()

Estado de Conservação:

Ótimo () Bom () Ruim () Péssimo ()

Propriedade: Pública () Privada ()

Aberto à Visitação: Não () Sim ()

Dias e Horários: _____

Condições: _____

Uso Atual

Descrição do Atrativo: _____

Restrições / Facilidades (visitação, legislação, etc.): _____

Infra-estrutura do Atrativo: _____



FORMULÁRIO DE CADASTRO DO ATRATIVO

Pesquisador: _____ Data: _____

QUADRO - A - CARACTERÍSTICAS GERAIS

- 1) Município: _____
- 2) Nome do Atrativo: _____
- 3) Localização: () Zona Urbana () Zona Rural
 - Endereço: _____
 - Referências: _____
 - GPS: Lat. _____ Long. _____ Alt.: _____
 - Distância do centro urbano do município: _____ Km
- 4) Propriedade:
 - () Pessoa física () Município _____
 - () Empresa privada () Estado
 - () União
 - () Ignorado
- 5) O Atrativo encontra-se inserido dentro de alguma Unidade de Conservação?
 - () Sim. Qual? _____
 - () Não
- 6) Existe alguma restrição para visitação ao atrativo? () Sim () Não
- 7) Que tipo de restrição?

- 8) É realizado algum tipo de registro quanto à visitação neste atrativo? () Sim () Não
- 9) Quem é o responsável pelo registro?

- 10) Descrição física do atrativo:

QUADRO - B - INFRA-ESTRUTURA DE APOIO TURÍSTICO - ACESSO

1. Cite as principais vias percorridas para acesso:



2. Qualificação das vias de acesso?

Fácil Regular Difícil OBS:

=====

3. Aberto à Visitação: Não Sim

Dias e Horários: _____

Condições: _____

4. O ingresso à esse Atrativo é: Pago Gratuito

5. Valor (es) Pago(s): Visitante local: R\$ _____ Visitante: Outras localidades:
R\$ _____

Agências R\$ _____ Outras modalidades: R\$ _____

QUADRO C - INFRA-ESTRUTURA DE APOIO TURÍSTICO

1. . Existe banheiro público no local? Sim Não

2. Qual o tipo de destinação de esgoto do local?

Fossa ou sumidouro Sistema de coleta pública

Fossa séptica

Destinação direta para o curso d'água Outro: _____
mais próximo sem tratamento _____

Lagoa de estabilização

3. Existem cestos de lixo disponíveis para os turistas no local?

Suficiente Insuficiente Não

4. Os cestos de lixo estão distribuídos adequadamente?

Sim Não

QUADRO - D - EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS

1. Quais são as atividades desenvolvidas na área do atrativo?

Rafting

Rapel

Caminhadas

Observação da fauna



Nenhum

Outros. _____

2. Existem guias e/ou condutores que trabalham no local? Sim Não

3. Considerações sobre o observado nos equipamentos e serviços do atrativo:

QUADRO - E – ESTADO DE CONSERVAÇÃO DO ATRATIVO

1. Estado de conservação

Ótimo () Bom () Ruim () Péssimo ()

2. Atualmente está sendo feito algum tipo de trabalho para sua conservação? Sim

Não

3. Que tipo de trabalho está sendo feito?

4. Foi identificado que existe excesso de visitação turística no atrativo? Sim

Não

5. Que tipo de impactos são registrados decorrentes desse excesso? (RM)

Lixo espalhado pelo local

Aterros para loteamentos clandestinos

Poluição de cursos d'água por esgoto e lixo

Pichações

Mau cheiro

Depredações

Compactação do solo/Erosão

Outros: _____

Poluição sonora

6. Considerações sobre o que foi observado com relação à conservação:





ATRATIVOS TURÍSTICOS - HIDROGRAFIA

Pesquisador: _____ Data: _____

1) Nome: nome popular e nome oficial do rio, nascente, córrego, ribeirão, lago, lagoa, etc

2) Localização: latitude, longitude, localização das nascentes

3) Bairro: _____

4) Extensão: _____ 5) Largura Média: _____

6) Volume D'água:

7) Acesso Principal: acessos mais fáceis, a partir do centro urbano do município

8) Acesso Secundário: ramificações da estrada e/ou cortes de caminho a partir de pontos estratégicos, municípios adjacentes e/ou bairros rurais

9) Condições de Navegabilidade:

10) Tipo de Embarcação: _____

11) Profundidade _____ metros

12) Condições de Atracabilidade:

13) Tipo de Embarcação: _____

14) Profundidade _____ metros

15) Descrição da água: cor, odor, nível de poluição, nível de pureza

16) Descrição da fauna aquática: espécies predominantes

17) Prática de Esportes Náuticos (especificar): verificar quais os esportes que estão sendo praticados atualmente e anotar, de acordo com o feeling do pesquisador, o potencial para outras práticas esportivas (esta última informação será usada no prognóstico, caso haja necessidade de se formatar novos atrativos)

18) Ocupação no Entorno: verificar a existência de vilarejos, bairros rurais, estabelecimentos turísticos e de apoio próximos ao recurso hídrico observado

19) Uso: avaliar de acordo com as informações dos autóctones e operadores turísticos da cidade

Intenso () Regular ()

Fraco () Inexistente ()

20) Avaliação: de acordo com o feeling do pesquisador, levando-se em conta o conhecimento turístico, conceitos de ecoturismo, sustentabilidade e segmentação

Muito Interessante () Interessante () Pouco Interesse ()

21) Observações:



ATRATIVOS TURÍSTICOS - ATRATIVOS CULTURAIS

(Arquitetura Histórica, Ruínas, Sítios Históricos, Museus, Hortos, Orquidários, Zoológicos, Jardins Botânicos, etc.)

Pesquisador: _____ Data: _____

DADOS GERAIS

Nome Fantasia: _____

Nome Jurídico: _____

Rua: _____ nº _____

Bairro: _____ Cidade: _____ CEP: _____

Tel: _____ Fax: _____ Email: _____

Distância da sede: _____ Km

Estado de Conservação:

Ótimo Bom Regular Ruim Péssimo

Propriedade:

Pública

Privada

Aberta à visitação:

Não

Sim Dias e horários: _____

Condições: _____

Uso Atual:

Descrição (época e/ou tempo de funcionamento, representação histórica, estilo, simbologia, acervo, etc.)

Se atrativo potencial, Identificar Condições de Funcionamento:

Avaliação:

Muito Interessante

Interessante

Pouco Interessante

OUTRAS OBSERVAÇÕES



ROTEIRO AVALIAÇÃO PROPRIEDADES HISTÓRICAS

Pesquisador: _____ Data: _____

DADOS GERAIS

Nome da Propriedade:
Localização:
Tel:..... Fax:..... Email:.....
Proprietário:
Empresa:.....CGC:
Endereço p/ correspondência:
Rua:nº
Bairro:.....Cidade:..... CEP:.....
Responsável pelo empreendimento:..... Cargo:.....
Área construída:m²
Área total da propriedade:..... m²
Produção anterior:
Produção atual:

LOCALIZAÇÃO E ACESSO

A partir de :
Rodovia Pista Dupla:.....km Nome:.....
Rodovia Pista Simples:km
Nome:
Estrada de Terra:.....km
Ferrovia:.....km
Nome:.....
Aeroporto mais próximo:.....km
Nome:.....
Local:

SEDE/CASA GRANDE

Ano de Construção:.....
Estilo arquitetônico:
Estado de conservação:
Restaurada Em fase de reformas

Manutenção da originalidade / autenticidade:

- Bom estado
 Necessitando de reformas intensas
 Necessita restauro
 Necessita algumas reformas

Em uso:

- contínuo pelos proprietários: ocasional pelos proprietários
 alugada/arrendada sem uso
 para visitas ocasionais para turismo

Uso Turístico

	Ótimo	Bom	Ruim	Péssimo	N/A	Capacidade
Cômodos						
Banheiros						
Dormitórios						



Cozinha						

Obs: _____

Quem atende aos turistas e qual sua qualificação?

POTENCIALIDADE PARA USO TURÍSTICO:

	Ótimo	Bom	Ruim	Péssimo	N/A
Cômodos					
Banheiros					
Dormitórios					
Cozinha					

Atividades atuais na propriedade:

Atividades potenciais na propriedade:

Necessidade e intensidade de adaptações:

Mercados, exigências, tipo de turistas:

Adaptações necessárias (Consertos e re-arranjos para o público atual):

OUTRAS OBSERVAÇÕES



TIPO DE QUARTO	QTD.DE UHS	QTD.DE LEITOS	DIÁRIA BAIXA TEMPORADA	DIÁRIA ALTA TEMPORADA

Serviços e Equipamentos:

TV. nos Aptos.	()	Sala da TV	()	Restaurante	()
Telefone nos Aptos.	()	Sala de Eve.	()	Lanchonete	()
Ar. Cond. nos Aptos.	()	Sala de Jogos	()	Bar	()
Frigobar nos Aptos.	()	Quadras Esp.	()	Estaciona.	()
Piscina	()	Cofre	()	Internet	()
Sauna	()	Lavanderia	()	Fax	()
Aquecedor	()				

Outros (especificar): _____

Tipo de Pensão: Pensão Completa () Meia Pensão () Café da Manhã ()

(ATENÇÃO: SE HOUVER ESPAÇO P/ EVENTOS E/OU BARES E RESTAURANTES,
APLICAR RESPECTIVOS QUESTIONÁRIOS)

Quais os Meses de Alta Ocupação? _____ Taxa Média de Ocupação: _____ %

Quais os Meses de Baixa Ocupação? _____ Taxa Média de Ocupação: _____ %

Taxa Média de Ocupação Anual: 2006 _____ % 2005 _____ % 2004 _____ %

Origem dos Hóspedes: 1º. _____ 2º. _____ 3º. _____

Qual o número de funcionários? _____ (permanentes) _____ (temporários)
_____ (locais) _____ (externos)

Há algum programa de qualificação para RH? () Não () Sim.

Qual

Época: _____

Periodicidade: _____

Ultimo? _____

Utiliza fornecedores da cidade? () Sim () Não

Se sim, quais?

Se não, de quais locais?





OFERTA TURÍSTICA - ENTRETENIMENTO E DIVERSÃO

Pesquisador: _____	Data: _____
Nome do Entrevistado: _____	
Função: _____	

Tipo:

Parque de Diversões () Cinema () Teatro ()
Casa de Shows () Boate () Boliche ()
Inst. Esportivas () Jockey Clube () Feiras ()
Exposições () Aluguel Equip. Esportivos (especificar): _____

Nome Fantasia: _____

Nome Jurídico: _____ **C.N.P.J** _____

Endereço: _____ **CEP** _____

Bairro: _____ **Fone:** _____ **Fax:** _____

Email: _____

Localização:

Frente à Rodovia () No Centro () Bairros () Zona Rural ()

Horários e Dias de Funcionamento: _____

Atividade (descrever / anexar folder): _____

Serviços Oferecidos (descrever / anexar folder):

Capacidade de Atendimento Simultâneo: _____ pessoas

Preço Médio: R\$ _____

Quais os Meses de Alta Procura? _____

Quais os Meses de Baixa Procura? _____

Funcionamento: Ininterrupto () Na temporada: Janeiro ()
Fevereiro ()
Março ()
Julho ()
Novembro ()
Dezembro ()
Feriados ()
Final de Semana ()



ATRATIVOS TURÍSTICOS - OUTROS ATRATIVOS

Pesquisador: _____ Data: _____
Nome do Entrevistado: _____
Função: _____
Contato: _____

Nome Fantasia: _____

Nome Jurídico: _____ CNPJ. _____

Endereço: _____

Bairro: _____ Fone: _____ Fax: _____

Descrição:

Condições para Visitação: verificar se o atrativo está apto a receber turistas.
Avaliar infra-estrutura, organização e informação.

Preços:	Especificação:
R\$ _____	_____
R\$ _____	_____
R\$ _____	_____

Avaliação: Observar para quem e para que este atrativo está sendo avaliado
Muito Interessante () Interessante () Pouco Interesse ()

Observações:



Pesquisa de Demanda Turística Real - Cunha

Pesquisador: _____ Data: ____/____/07
Local: _____ Hora: _____
Filtro - Não reside e não trabalha em Cunha: () Está na cidade há mais de três horas: () Sim () Não

01. Qual o local de sua residência permanente?

Cidade: _____

UF: _____ País: _____

02. Sexo:

1. Masculino 2. Feminino

03. Qual sua idade? _____

04. Viaja:

1. Sozinho 3. Casal c/ filhos 5. Amigos
2. Casal s/ filhos 4. Grupo familiar 6. Outros: _____

05. Utilizou agência de viagens?

1. Não 2. Sim. Qual? _____

2.1. Município: _____

2.2. UF: _____

06. Qual o principal motivo dessa viagem a Cunha?

1. Lazer 4. Compras
2. Visitar amigos / parentes 5. Outros: _____
3. Negócios _____

07. (Se lazer) Quais os principais tipos de atrativos procurados?

1. Esportivos: 1.1 Quais: _____
2. Naturais 4. Culturais 6. Outros. Quais? _____
3. Descanso 5. Festas / Eventos

08. Quanto tempo permanecerá em Cunha? (Tempo total) _____ noites

_____ horas (para excursionistas)

09. Qual o meio de hospedagem utilizado?

1. Não utilizou 5. Hotel. Qual? _____
2. Casa Própria 6. Pousada. Qual? _____
3. Casa Alugada 7. Outros. Qual? _____
4. Casa Amigos/Parentes

10. Como chegou a Cunha?

1. Veículo próprio 3. Ônibus fretado
2. Ônibus de linha 4. Outros. Qual? _____

11. Como tomou conhecimento de Cunha?

(resposta múltipla)

1. Sempre venho 6. Rádio/TV
2. Indicação de amigos e parentes 7. Folhetos
3. Jornais/Revistas 8. Internet
4. Guias impressos 9. Outros: _____
5. Agências de Viagens _____

12. É a primeira vez que visita Cunha?

1. Sim
2. Não. Quantas vezes já visitou antes? _____

13. Pretende retornar a Cunha?

1. Sim 2. Não
Por quê? _____

14. Quais as atividades praticadas em Cunha? (múltipla)

1. Esportes 4. Cultura 7. Vida Noturna
2. Descanso 5. Natureza 8. Eventos
3. Compras 6. Gastronomia 9. Outras: _____

15. Que atrativos de Cunha você visitou ou ouviu falar?*

1. Ateliês de Cerâmica () V () O () N/O
2. Igr. N. S. Imac. Conceição () V () O () N/O
3. Pedra da Macela () V () O () N/O
4. Trilha do Ouro () V () O () N/O
5. Cachoeira do Desterro () V () O () N/O
6. Cachoeira do Pimenta () V () O () N/O
7. Pq. Estadual Serra do Mar () V () O () N/O
8. Pq. Nac. Serra da Bocaina () V () O () N/O
9. Festival de Inverno () V () O () N/O
10. Festival de Verão () V () O () N/O
11. Carnaval () V () O () N/O

16. Você se preocupa com o meio ambiente?

1. Sim. 2. Não
Por quê? _____

17. O que você acha que pode melhorar no turismo em Cunha?

18. Qual a sua expectativa de gasto em Cunha com:

1. Hospedagem: R\$ _____ 4.
Transporte: R\$ _____
2. Alimentação: R\$ _____ 5.
Compras: R\$ _____
3. Entretenimento: R\$ _____ 6.
Outros: _____



_____ R\$

Quantas pessoas incluídas nestes gastos (incluindo você)? _____

19. Como você avalia a infra-estrutura urbana de Cunha?

	Ótima	Boa	Ruim	Péssima
Rodovias de acesso				
Limpeza pública				
Segurança				
Sinalização				
Iluminação pública				

20. Como você avalia os seguintes aspectos turísticos de Cunha?

	Ótimo	Bom	Ruim	Péssimo
1. Alojamento				
2. Alimentação				
3. Conservação atrativos naturais				
4. Conservação atrativos histórico-culturais				
5. Artesanato				
6. Guias de turismo				
7. Comércio				
8. Atend. Alojam.				
9. Atend. Comérc.				
10. Preços				
11. Hospitalidade*				

* De que forma a população de Cunha o recebeu?

21. Como você avalia a Festa do Pinhão?

Ótima	Boa	Ruim	Péssima
-------	-----	------	---------

22. Qual o seu grau de instrução?

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| 1. Sem instrução | 5. |
| Médio completo | |
| 2. Fundamental incompleto | 6. |
| Superior incompleto | |
| 3. Fundamental completo | 7. |
| Superior completo | |
| 4. Médio incompleto | 8. Pós-graduação completa |

23. Qual sua renda mensal familiar?

R\$ _____
Quantas pessoas, incluindo você?

24. Observações: _____



TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Eu, _____, portador da Cédula de Identidade RG nº _____, residente na cidade de _____

AUTORIZO o uso de minha imagem e voz assim como as imagens de obras artísticas de minha autoria e da fotografia de estabelecimentos de minha propriedade em todo e qualquer material para ser utilizada no Plano de Desenvolvimento de Turismo da Estância Climática de Cunha em São Paulo pelos alunos do 4º Ano de Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, com sede na Avenida Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 - São Paulo – SP sendo essas para uso interno dos alunos desta pesquisa sem nenhuma finalidade comercial ou promocional servindo exclusivamente para fins acadêmicos.

A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem própria ou de estabelecimentos e criações e voz acima mencionada exclusivamente neste projeto e nas modalidades a seguir e das seguintes formas: (I) Foto utilizada como anexo do projeto; (II) Imagem de representação de obra artística, estabelecimento comercial ou residencial no projeto final de propriedade do assinante; (III) transcrição do discurso gravado para o projeto.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 (duas) vias de igual teor e forma.

_____, _____ de _____ de 2007

Aluno
Nº USP:

Concedente



PLANO DIRETOR DE TURISMO DA ESTÂNCIA CLIMÁTICA DE CUNHA-SP			
Programa			
Sub-programa			
Projeto			
Objetivos <ul style="list-style-type: none">•••			
Ações Propostas <ul style="list-style-type: none">•••			
Justificativa			
Principais executores			
Parceiros prováveis			
Prioridade <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> B	Prazo de início <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> L	Prazo de execução <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> L	Projeto contínuo <input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> N
Requisitos <ul style="list-style-type: none">•••			



Dificuldades técnicas

-
-
-
-

Interdependência de Outros Projetos

Nº	Nome	Relação	
		Independente	Dependente
		<input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Potencializador	<input type="checkbox"/> Seqüencial <input type="checkbox"/> Prévio <input type="checkbox"/> Posterior <input type="checkbox"/> Concomitante



REUNIÃO TÉCNICA 01

Data: 11/09/2007

LISTA DE FREQUÊNCIA

nº	Nome	Entidade	Assinatura
01			
02			
03			
04			
05			
06			
07			
08			
09			
09			
10			