



XII Edição

Dados da prefeitura

CNPJ: 46.362.927/0001-72

UF: São Paulo

Nome do município: Brotas

Prefeitura: Prefeitura de Brotas

Endereço completo: Rua Benjamin Constant, 300

Bairro: Centro

CEP: 17380-000

Site: www.brotas.sp.gov.br

Prefeito

Nome: Leandro Corrêa

BROTAS Turismo Inteligente: Aventura o ano inteiro!

Categoria: Turismo & Identidade Territorial

1) Informe o período de implementação da iniciativa *

1/3/2015 mês/ano de início

1/3/2015 mês/ano de fim (se houver)

2) Equipe responsável - Indique o nome, cargo/função e instituição dos membros da equipe *

Nome completo	Cargo/Função	Instituição
Leandro Corrêa	Prefeito Municipal	Prefeitura Municipal da Estância Turística de Brotas
Fabio Pontes Ferreira	Secretário Municipal de Turismo	Prefeitura Municipal da Estância Turística de Brotas
Umberto Alexandre Silveira Battocchio	Diretor Geral de Fiscalização	Prefeitura Municipal da Estância Turística de Brotas
Luciana Pires de Jesus	Técnica em Turismo	Prefeitura Municipal da Estância Turística de Brotas
Vanessa Lomazini de Assis	Fiscal de Posturas	Prefeitura Municipal da Estância Turística de Brotas
Rafael Barbieri	Presidente	Associação das Empresas de Turismo de Brotas e Região - Abrotur
Rodrigo Camillo	Presidente - biênio 19/20 e 21/22	Conselho Municipal de Turismo

3) Quais desses valores melhor representam sua iniciativa? (escolha no máximo três) *

- Competitividade;
- Colaboração;
- Profissionalismo;
- Empreendedorismo;
- Igualdade de oportunidades;
- Diversidade & Equidade;
- Participação;
- Solidariedade;
- Prosperidade econômica;
- Inclusão;
- Resiliência;
- Sustentabilidade;
- Justiça Social;
- Coletividade;
- Inovação;
- Bem-estar comunitário;
- Responsabilidade;
- Transformação;
- Acessibilidade;
- Integração;

Eficiência;

Justifique, brevemente, a resposta acima (até 550 caracteres)

4) Descreva resumidamente sua iniciativa (até 550 caracteres) *

A iniciativa possui três vertentes, implantação de um Sistema Municipal de Controle da Visitação (SMCV-"voucher"), para estimular o empreendedorismo formal, minimizar o impacto ambiental nas práticas turísticas na natureza e aumento da arrecadação municipal, dos recursos para o Fundo Municipal do Turismo (FUMTUR) e do investimento no turismo; fortalecimento do calendário de eventos alavancadores de visitantes; construção de um plano de marketing visando o aumento da divulgação do Destino Brotas, o ano todo, reduzindo a sazonalidade.

5) Qual foi a situação-problema que sua iniciativa resolveu? (até 550 caracteres) *

Brotas desenvolve turismo desde 1993, porém a arrecadação era baixa, não havia controle de visitação, monitoramento de dados, e destinação de recursos pela dificuldade em investir no turismo, principalmente nas áreas de marketing, divulgação e na captação de eventos. Com isso, Brotas sofria os impactos da sazonalidade, com aumento da geração de emprego e da economia turística entre outubro e abril, e com demissões e queda na economia durante as estações frias. Era preciso fazer algo para termos uma estabilidade o ano inteiro.

6) Quais eram os objetivos e metas da iniciativa? (até 300 caracteres por objetivo)

Objetivo Geral (até 300 caracteres)*

Diminuir os impactos da sazonalidade, controlar as atividades turísticas

preservando o meio ambiente, criar o observatório do turismo, aumentar a arrecadação e o investimento em marketing e eventos, aumentar emprego e renda, atrair investidores da iniciativa privada, estabilizando assim a economia.

objetivo específico/ Meta 01 (até 300 caracteres) *

Controlar as atividades turísticas, minimizando os impactos ambientais e gerando dados para construção do observatório do turismo, estimulando a formalização e o empreendedorismo.

objetivo específico/ Meta 02 (até 300 caracteres) *

Aumentar a arrecadação municipal, com conseqüente aumento da geração de empregos, do fluxo de dinheiro na economia local e do investimento público no setor.

objetivo específico/ Meta 03 (até 300 caracteres) *

Elaborar um plano de marketing e fortalecer o calendário de eventos, aumentando o fluxo turístico através da divulgação e da realização de diversos eventos alavancadores de público, minimizando os impactos negativos da sazonalidade e atraindo mais investidores para a cidade.

7) Em que (ou em quem) essa iniciativa se inspirou? (até 550 caracteres) *

Foram diversos destinos inspiradores: a sustentabilidade, controle do turismo, estratégia de divulgação nacional e internacional e de recursos para o Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR), veio de Bonito, MS. O observatório do turismo de São Paulo, SP, com geração de dados assertivos para planejamento. O forte calendário de eventos de Gramado-RS, que vivia do turismo de inverno e acabou com a sazonalidade criando o Natal Luz e outros eventos ao longo do ano.

8) Você considera essa iniciativa inovadora? Em que aspectos? (até 550 caracteres) *

Sim. Com a criação do SMCV, sendo Brotas o primeiro município paulista, comprovou-se que o turismo local gera mínimo impacto na natureza, houve aumento da arrecadação, destinação de recursos ao FUMTUR através do voucher, o que deu uma certa independência para, em união do poder público e setor privado, investir no Plano de Marketing, na consolidação do calendário de eventos, diminuindo a curva sazonal no destino.

9) Indique, na lista abaixo, os principais públicos priorizados pela iniciativa? *

- Microempreendedores individuais (MEI);
- Microempresas (ME);
- Empresas de Pequeno Porte (EPP);
- Empreendimentos Econômicos Solidários;
- Empresas em processo de formalização;
- Trabalhadores informais;
- Agricultores Familiares;
- Produtores rurais;
- Artesãos;
- Professores/trabalhadores da educação;
- Gestores municipais;
- Juventude;
- Mulheres;
- Pessoas com deficiência (PCD);
- Pessoas negras;
- Pessoas em situação de vulnerabilidade ou risco socioeconômico/territorial;
- Povos originários;
- Cidadãos/Comunidade em geral;

Outro (especifique em até 100 caracteres)

10) Em termos quantitativos, informe a estimativa de público atendido/beneficiado: *

Público beneficiado	Nº estimado de pessoas atendidas
População – Educação	3.600,00
População - Saúde	19.820,00
Empregos do turismo	2.400,00
Empregos temporários	2.000,00
Projeto Turismo na Escola	46,00
Carteirinha do brotense	7.481,00
Cadastro de atletas amadores	418,00
Artesãos	21,00
Guias de turismo - Com Cadastur	9,00

11) Explique, brevemente, como a iniciativa beneficiou qualitativamente os grupos mencionados acima (até 1.000 caracteres) *

Os grupos foram beneficiados com a melhoria da qualidade ambiental, maior arrecadação de ISS e ICMS, destinando mais recursos ao FUMTUR, bem como para saúde e educação. Com mais divulgação e eventos, a sazonalidade teve impacto menor com maior estabilidade da ocupação hoteleira, venda de passeios e atrativos, diminuindo as demissões. Os empreendedores ficaram mais confiantes e investiram ainda mais em seus negócios. O Plano de Marketing apontou a necessidade de "endomarketing", com isso a Abrotur e seus associados criaram a carteirinha do brotense concedendo descontos e benefícios para a população local. A Secretaria de Turismo criou cadastro de atletas brotenses, com isenção de taxa nos eventos esportivos e criou o Programa Turismo na Escola, onde os alunos realizaram um tour cultural-histórico e um jogo relacionado à BNCC. E, com esta confiança mútua, novas empresas se instalaram e investiram em Brotas. Os guias e os artesãos foram incluídos no Guia Digital da cidade.

12) Relacione as fontes e recursos investidos no projeto, em R\$ (indique valores econômicos e valores financeiros, conforme caixa de ajuda) *

Fonte de recursos	Recursos financeiros (R\$)	Recursos econômicos (R\$)	Total	(%)
Fundo Municipal do Turismo - FUMTUR	R\$ 915.190,01		915.190,01	10,98
Tesouro Direto	R\$ 5.099.045,03		5.099.045,03	61,19
SEBRAE - São Carlos		R\$ 218.615,28	218.615,28	2,62
Associação das Empresas de Turismo de Brotas e Região - Abrotur		R\$ 2.100.000,00	2.100.000,00	25,20
Total	0,00	0,00	8.332.850,32	100,00

13) Relacione as principais despesas e aplicações realizadas no âmbito da iniciativa *

Natureza da despesa	Valor financeiro (Prefeitura), R\$	Valor econômico (Prefeitura), R\$	Valor financeiro (Parceiros), R\$	Valor econômico (Parceiros), R\$
Sistema Municipal de Controle de Visitação (Implantação)	R\$ 6.000,00			
Compra de Pulseiras	R\$ 391.673,13			
Plano de Marketing	R\$ 84.000,00			
Assessoria de Imprensa - Media Value	R\$ 304.780,00	R\$ 19.513.319,32		
Eventos	R\$ 3.053.823,25			R\$ 2.100.000,00
Guia Digital				R\$ 17.500,00
Turismo na Escola	R\$ 1.890,00			
SEBRAE - São Carlos				R\$ 218.615,28
Total	0,00	0,00	0,00	0,00

14) Quais foram as principais etapas de implementação da iniciativa? *

Nome da etapa	Tempo estimado de duração (meses)	Principais responsáveis	Breve descrição da etapa
Implantação SMCV	9,00	Secretaria de Turismo, COMTUR, Abrotur, Câmara Municipal e Diretoria de Fiscalização.	0,00
Controle, emissão e Fiscalização SMCV 2016-2023	96,00	Diretoria de Fiscalização, empreendimentos prestadores de serviços turísticos.	0,00
União do Poder Público x Iniciativa Privada	24,00	Prefeito, Secretaria de Turismo, Abrotur e COMTUR.	0,00
Revisão Plano de Turismo	36,00	Secretaria de Turismo, Abrotur e COMTUR, com curadoria do Senac-Jaú	0,00
Plano de marketing e ações	60,00	Gabinete do Prefeito, Secretaria de Turismo, Abrotur e COMTUR.	0,00
Fortalecimento calendário de eventos	60,00	Secretaria de Turismo, COMTUR, Abrotur.	0,00
Plano de Desenvolvimento Local (PDL – SEBRAE)	24,00	Prefeitura, ABROTUR, ACIB, Sindicato Rural e SEBRAE	0,00

15) Agora que você já apresentou cada etapa de implementação, resuma como/de que modo a situação-problema foi resolvida? (até 2.500 caracteres) *

A principal dificuldade era obter recursos para investir em turismo e a implementação do SMCV sanou essa problemática resultando em: mínimo impacto, controle de visitantes, incentivo a formalização dos empreendimentos, aumento da arrecadação municipal e dos recursos destinados ao FUMTUR. O Conselho Municipal de Turismo, através dos Planos Municipais de Turismo (2015, 2018, 2021) conseguiu traçar as metas com mais clareza e comprometimento de todos, onde com sintonia e o fim das divergências entre o Poder Público e a Iniciativa Privada, sempre com diálogo, cada um fez a sua parte. A Abrotur, seus associados e demais empresários do setor, diversificaram a oferta e aumentaram o investimento nos seus empreendimentos, ampliando as opções de segmentos turísticos além da aventura, incrementando com turismo de lazer, de eventos, rural, gastronômico e esportivo. Os números gerados pelo turismo local divulgados através das redes sociais e com ampla divulgação na imprensa regional e nacional, inspirou outros destinos que procuram a Secretaria de Turismo para disseminar a iniciativa a fim de aplicar em seus municípios e, com isso novas

empresas se instalaram aqui, investindo economicamente no setor. Com o plano de marketing houve mais investimento em divulgação (contratação de novo site, assessoria de imprensa, agência de publicidade incrementando as mídias sociais oficiais do destino, guia digital com mapa geolocalizado, participações em feiras turísticas e endomarketing) e na captação de eventos. O calendário que contava com aproximadamente 6 eventos alavancadores de visitantes em 2016, conta atualmente (2023) com uma média anual de 50 eventos. Os artesãos ganharam um Centro de Artesanatos e foram incentivados a participar dos eventos do calendário, vendendo seus artigos e sua arte, bem como a divulgação gratuita no Guia Digital de Brotas. Diante da estrutura criada a sazonalidade diminuiu, dobrou o fluxo turístico, e a parceria com o Sebrae (capacitações e consultorias) foi fundamental para manter a qualidade dos serviços, que mesmo com o aumento significativo de turistas, se manteve. E, com isso, guias e condutores de turismo voltaram sua atenção ao meio ambiente, lutando contra os impactos no rio, estimulando o poder público a criar um Comitê Gestor do rio Jacaré Pepira. O turismo agora consolidado e voltado a importância da preservação, equilibra o aumento de fluxo com a proteção dos recursos naturais.

16) Apresente de 2 (dois) a 5 (cinco) resultados alcançados pela iniciativa até o dia 30 de novembro de 2023:

Resultado 01 (até 1.000 caracteres) *

Aumento na geração de empregos formais em 22% de acordo com dados obtidos do Novo Caged (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados) de 2020 até setembro de 2023, foram criadas 568 novas vagas totalizando 3128 empregos em serviços.

Resultado 02 (até 1.000 caracteres) *

Aumento na arrecadação do ISS Turístico em 273%, conforme informações disponibilizadas pela Fiscalização Tributária Municipal de 2017 a 2022 foi aumentado a arrecadação em R\$ 2.540.408,47, totalizando no ano calendário de 2022 uma arrecadação total de R\$ 3.468.643,00. E aumento na destinação de

recursos para o FUMTUR entre 2016 e 2022 de 74,6%, totalizando em 2022 R\$ 312.865,20.

Resultado 03 (até 1.000 caracteres)

Aumento da instalação de empresas turísticas em 606% entre os anos de 2016 e 2023. Sendo 200% de aumento em atrativos, totalizando 48; 155% em meios de hospedagem, totalizando 62; 235% nos meios de alimentação, totalizando 87; 210% em artesãos, totalizando 21; 206% em agências e guias cadastrados no Ministério do Turismo (Cadastur) totalizando 33. Além disso, houve aumento na venda das atividades e hospedagem, comparando 2016 a 2022, tivemos um aumento de 134,5% de emissões de voucher, que totalizaram no ano de 2022 em 231.752 hospedes, comprovando que um município de pouco mais de 24000 habitantes recebe anualmente um fluxo de pessoas de aproximadamente 10x a própria população.

Resultado 04 (até 1.000 caracteres)

Aumento da realização de eventos alavancadores em 566%, onde em 2016 eram realizados apenas 6 eventos e no ano de 2023, já foram realizados 34 eventos até dezembro deste ano.

Resultado 05 (até 1.000 caracteres)

Aumento da divulgação do destino na imprensa em 382% entre os anos de 2018 e 2022, com aproximadamente 500 Inserções em veículos de comunicação (impresso, TV, rádio, online) e em redes sociais no relacionamento com influenciadores digitais, somente no ano de 2022. Todo este volume de mídia representa um retorno monetário – indicador que mensura o valor do espaço conquistado de maneira proativa pela assessoria de imprensa - que no ano de 2022 gerou R\$ 9.404.149,32 de “media value”.

17) De que forma a iniciativa contribui para o desenvolvimento dos pequenos negócios ou para o desenvolvimento do seu município/território? (até 1.000 caracteres) *

Com a promoção do destino em diversos meios de comunicação e a redução da sazonalidade, Brotas se tornou atrativa para novas empresas, impulsionada por investimentos conjuntos do Poder Público e Iniciativa Privada. A cidade investiu na capacitação da mão de obra, favorecendo pequenos negócios e microempreendedores individuais. O Poder Público incentivou com regulamentações, atualizando a Lei da Feira de Artes e Artesanato, criando a Lei da Feira do Produtor Rural e a Rota Cervejeira. A Secretaria de Turismo estabeleceu a Rota de Compras, integrando artesãos, o Centro de Artes e Artesanato e a Feira do Produtor Rural, promovendo o consumo desses produtos pelos visitantes. Após se adequar às medidas sanitárias pós Pandemia do Coronavírus, Brotas emergiu como um dos principais destinos turísticos brasileiros, resultado dos investimentos e esforços dedicados.

18) Faça uma breve análise custo-benefício da iniciativa! Como os recursos foram utilizados para o alcance dos objetivos? (até 2.500 caracteres) *

Quando falamos em custo-benefício, a iniciativa sanou a problemática sofrida de estagnação no crescimento do setor do Turismo por ausência de meios de investimento e desde então só demonstra resultados positivos, onde podemos medir, quando cruzamos os dados gerados pelo Sistema Municipal de Controle de Visitação em arrecadação e os dados retirados do Portal de Transparência do sítio eletrônico da Prefeitura Municipal da Estância Turística de Brotas, que em relação ao investimento, obtemos média entre os anos de 2017 e 2022, de cada R\$ 1 investido, R\$ 1,75 retornou para os cofres públicos., ou seja, o retorno é de 75% do valor investido. Podemos destacar que mesmo com a Pandemia, Brotas não sofreu grandes Prejuízos financeiros tendo o seu ápice de retorno no ano de 2020, onde obteve a proporção de cada R\$ 1 investido no turismo, para R\$ 2,36 de retorno, ou seja, 136%. Além dos dados sobre valores diretos, é importante citar o aumento no número de empresas de turismo instaladas no município, segundo dados extraídos do DashBoard Geral do Painel de Gestão Destinos Inteligentes houve aumento de 60% na abertura de atrativos, quase 9% no aumento de meios de hospedagem e quase 29% de meios de alimentação. E o resultado é aumento de cerca de 274% da arrecadação do ISS Turístico, comparando o ano de 2016 e o ano de 2022. Com isso houve aumento do

investimento público no setor, de 2017 para 2022, de 364%, graças à iniciativa.

19) Houve engajamento da comunidade? Se sim, como se deu o diálogo? (até 1.000 caracteres) *

Sim, todas as ações são planejadas dentro do COMTUR com maioria de representantes da iniciativa privada. Em parceria com o Sebrae, foi promovido o Workshop de Turismo em 2023 com grande participação dos empresários e interessados e além disso, houve outros cursos de capacitação gratuitos. Existem ações de inclusão da comunidade local no turismo, tais como a carteirinha do brotense, criada pela a Abrotur onde os munícipes têm descontos de até 50% nos empreendimentos associados. A Secretaria de Turismo, em parceria com o trade local, realiza anualmente o Dia do Turismo (Lei Municipal nº 2400/2010) com distribuição de ingressos gratuitos para a população conhecer os atrativos. Também foi criado o Programa Turismo na Escola para alunos da rede municipal de ensino. E por fim, a Secretaria de Turismo criou um cadastro de atletas amadores que possuem isenção na inscrição de eventos promovidos pela Prefeitura.

20) Quanto aos resultados da iniciativa: foram comunicados à população? Se sim, como? (até 1.000 caracteres) *

Além do Secretário de Turismo divulgar mensalmente em suas redes sociais os resultados econômicos e sociais positivos que o setor gera, também foi comemorado no ano de 2023, os 30 Anos de Turismo em Brotas, com ações diretamente ligadas à população que trabalha na área, além da realização de um evento aberto a toda população para reforçar a comunicação dos benefícios do turismo. Além disso, o Secretário sempre dá entrevistas nas rádios e TV's regionais, apresentando os números dessa economia. Não podemos deixar de

citar o importante papel que a figura pública, conhecida nacional e internacionalmente, o Cantor DANIEL tem, pois faz questão de divulgar sua terra natal e suas belezas naturais, sendo um grande apoiador e incentivador do turismo, inclusive demonstrando em seus videoclipes, além de realizar shows comemorativos que atraem número significativo de público.

21) Você considera essa prática sustentável? Justifique (até 1.000 caracteres) *

O turismo em Brotas está intrinsecamente ligado à sustentabilidade, impactando positivamente os âmbitos social, ambiental e econômico. No aspecto social, proporciona oportunidades de emprego local, diversificando as opções de trabalho e contribuindo para a renda das famílias e ampliando as opções de lazer. Quanto ao meio ambiente, visando a proteção dos recursos naturais há o monitoramento por meio do SMCV e ações de educação ambiental. No final do ano de 2022, foi criado um Comitê de Gestão do rio Jacaré Pepira e seus afluentes a fim de fortalecer as ações e políticas públicas para preservação do ecossistema e da bacia hidrográfica, que conta com membros que atuam diretamente no turismo. No cenário econômico, o turismo impulsiona o crescimento e desenvolvimento do município, com significativa arrecadação sendo a principal geradora de empregos. O que demonstra que a prática turística é sustentável, evidenciando uma abordagem equilibrada e benéfica para a comunidade local.

22) Indique na tabela abaixo os principais parceiros da iniciativa (instituições, órgãos, associações, movimentos sociais, empresas, pessoas físicas etc.) e suas respectivas funções:

Nome ou instituição parceira	Função do parceiro na iniciativa
Associação das Empresas de Turismo de Brotas e Região - Abrotur	Ofertar produtos turístico para comunidade e participar do planejamento das ações focadas em resultados turísticos.
Associação Comercial e Industrial de Brotas - ACIB	Interlocutor com comércio local.
SEBRAE-São Carlos	Capacitação qualificada, gestor de território e assessoria ao destino.
Destinos Inteligentes-TI	Termo de Acordo de Cooperação - Guia Digital e Painel de Gestão Inteligente.
SENAC Jahu	Elaboração dos Planos de Turismo (2015, 2018).
Sindicato Rural de Brotas	Cursos de Monitoria Pedagógica de Turismo.
Lettera Comunicação	Assessoria de Imprensa.
Criah Comunicação	Elaboração do Plano de Marketing e Novo Site.

23) Os resultados foram medidos, registrados e/ou avaliados? Se sim, como? (até 1.000 caracteres) *

Os dados compõem o Observatório do Turismo que é formado por: monitoramento realizado pela Prefeitura, através da Diretoria de Fiscalização no SMCV, Dashboard Geral do Painel de Gestão Inteligente de Brotas, dados compilados do Portal da Transparência pela Secretaria de Turismo, Media Value da Assessoria de Imprensa e dados do Novo CAGED. A Diretoria de Fiscalização controla o Sistema Municipal de Controle de Visitação que dá os dados da emissão de voucher utilizados pelos empreendimentos, além dos dados de ICMS e ISS turístico. A Secretaria de Turismo possui os dados da oferta turística, mapa de calor e análise da economia turística dentro do Painel de Gestão da Destinos Inteligentes, realiza com frequência pesquisa sobre a ocupação hoteleira e pesquisa de demanda, além de buscar dados sobre emprego no CAGED e do Portal da Transparência no Site Eletrônico da Prefeitura Municipal da Estância Turística de Brotas que dá os dados precisos do investimento feito pelo turismo.

24) Quais foram os principais desafios enfrentados para a implementação da iniciativa? (até 1.000 caracteres) *

O primeiro grande desafio foi a ausência de investimento, que foi sanado com a criação do Sistema Municipal de Controle de Visitação, que converte os valores arrecadados ao Fundo Municipal de Turismo, o qual é destinado a alavancar o Turismo no Município. E sem dúvida a pandemia do Coronavírus (Março de 2020) foi um desafio gigantesco, pois estávamos no meio da execução do plano de marketing, que foi elaborado em 2018. Nesse sentido, após 3 meses de isolamento, o poder executivo tomou a frente das regras sanitárias criando um protocolo que entrou em vigor em 1 de junho de 2020, com fiscalização e controle por parte da Prefeitura (Guarda Municipal, Vigilância Sanitária, Fiscalização de Posturas e Secretaria de Turismo), onde a iniciativa privada seguiu com maestria. Conseguimos então, com união, organização e planejamento, reabrir com segurança, sem aumentar os riscos à população e aos turistas, batendo recordes de ocupação hoteleira e arrecadação, o que não parou mais, desde então.

25) A que você atribui o sucesso da iniciativa? (até 550 caracteres) *

A prosperidade de Brotas resulta da colaboração entre Prefeitura, iniciativa privada e população. A Governança Participativa envolve algumas entidades do sistema "S" para gerar negócios. O turismo sustentável impulsiona a economia, criando empregos e fortalecendo a comunidade. A preservação ambiental e geração de renda convergem nessa parceria, enraizando o sucesso na cooperação público-privada e no comprometimento da população. O objetivo é desenvolver continuamente o turismo local, preservando o meio ambiente para as futuras gerações.

26) Você considera que essa iniciativa tem o potencial de inspirar outras práticas ou de ser replicada? Justifique. (até 1.000 caracteres) *

Sim, atualmente diversos grupos de empresários e gestores públicos de outros destinos do Brasil, buscam a Prefeitura local para conhecer a iniciativa adotada e a evolução dos 30 anos do turismo. As ações realizadas dentro dessa iniciativa que consolida o calendário de eventos e divulga Brotas intensamente, despertou interesse de muitos destinos turísticos que buscam Brotas como exemplo, incluindo a imprensa turística. O Secretário Municipal de Turismo é convidado com frequência a ministrar palestras, disseminando a iniciativa que resultou no sucesso do turismo de Brotas, a tornando referência de desenvolvimento do turismo sustentável para todas as regiões do Brasil. Como exemplo, citamos que em novembro de 2023, uma comitiva de empresários do município de Garça-SP, realizou visita a cidade numa ação de "Benchmark" que contou com o apoio do SEBRAE de Marília.

27) Por que essa iniciativa merece vencer o Prêmio Sebrae Prefeitura Empreendedora? (até 1.000 caracteres) *

A iniciativa merece vencer o Prêmio Sebrae Prefeitura empreendedora, pois de 2017 até 2022 aumentou sua arrecadação em 146% dos valores destinados ao FUMTUR, e de 274% de ISS, ou seja, através de seus números comprova que embora esteja há 30 anos operando o Turismo, havia uma lacuna de preocupação geral que limitava o crescimento do Turismo local. Após a iniciativa, essas preocupações que assombravam a todos os envolvidos, desde o setor público, iniciativa Privada, bem como os cidadãos, foi resolvido, inclusive no período da Pandemia do Coronavírus. Neste sentido podemos notar que Brotas hoje se tornou referência em turismo, sendo a pioneira no Estado de São Paulo a implementar um Sistema de Controle de Visitação, que por sua vez além de preservar o meio ambiente, ainda traz investimentos para o setor, que em conjunto com outras legislações municipais, é reinvestido, convergindo num "círculo virtuoso".

28) Você tem algo mais a dizer? (até 1.000 caracteres)

O Observatório do Turismo de Brotas é alimentado por fontes variadas, portanto, os dados apresentados neste Projeto contam com períodos variados. No ano de 2012 Brotas foi indicada para "Capital do Turismo de Aventura", no Estado de São Paulo e em 2017 indicada para o título de Capital Nacional da Aventura. No ano de 2022, a iniciativa foi reconhecida pelo "Prêmio Passaporte Internacional", pela Organização Mundial de Jornalismo Turístico, onde Brotas ganhou como "Trabalho em Equipe", destacando a cidade brasileira por seus cases de sucesso na organização entre setores público e privado na condução do turismo durante a pandemia e a organização de eventos e investimentos. que refletiram no crescimento a uma margem histórica da atividade no município.

29) Evidências e/ou documentos comprobatórios *

Arquivo:

Documentos comprobatórios- Brotas Turismo Inteligente, aventura o ano inteiro.pdf

O arquivo deve possuir formato igual a PDF, DOC, DOCX, XLS, XLSX, PNG ou JPG e tamanho máximo de 100MB.

Nome do Arquivo:

Documentos Comprobatórios Brotas Turismo Inteligente: Aventura o ano inteiro

Descrição:

Arquivo em PDF contendo os gráficos do Observatório do Turismo, Documentos do Plano de Marketing e da Assessoria de Imprensa, Conjunto de Links para acesso a Legislações Turísticas que integram o Projeto, Conjunto de Links de Publicações na Imprensa.

Arquivo:

plano diretor de turismo 2022-Brotas.pdf

O arquivo deve possuir formato igual a PDF, DOC, DOCX, XLS, XLSX, PNG ou JPG e tamanho máximo de 100MB.

Nome do Arquivo:

Plano Diretor de Turismo

Descrição:

Arquivo em PDF contendo o Plano Diretor de Turismo do ano de 2022 que se encontra em vigência até a presente data.

Arquivo:

BROTAS_Plano_de_Marketing_FINAL.pdf

O arquivo deve possuir formato igual a PDF, DOC, DOCX, XLS, XLSX, PNG ou JPG e tamanho máximo de 100MB.

Nome do Arquivo:

BROTAS Plano de Marketing FINAL

Descrição:

Arquivo PDF contendo o Plano de Marketing elaborado para a promoção do destino, que se encontra em aplicação até a presente data.

30) Compartilhe até 5 links para arquivos de áudio/vídeo:

Link	Breve descrição do conteúdo
https://g1.globo.com/sp/sao-carlos-regiao/noticia/com-uso-de-pulseirinha-brotas-registra-crescimento-de-12-no-turismo-em-2017.ghtml	Matéria divulgada sobre o Sistema Municipal de Controle de Visitação (“Voucher”).
https://youtu.be/UCc5Q4GnJsM?si=Lyoch6dRjLHfq_X3	Vídeo da Comemoração dos 30 anos de Turismo de Brotas-SP.
https://youtu.be/fth2d5A4tCM?si=URVj6cVw6aVtyCe	Vídeo Oficial – Brotas sempre uma nova Emoção (Plano de Marketing)

31) Apresente a iniciativa em imagens! (apenas um arquivo PDF)

Arquivo:

apresentação, Brotas Turismo Inteligente, aventura o ano inteiro.pdf

O arquivo deve possuir formato igual a PDF, DOC, DOCX, XLS, XLSX, PNG ou JPG e tamanho máximo de 100MB.

Nome do Arquivo:

Apresentação, Brotas Turismo Inteligente, Aventura o ano inteiro.

Descrição:

Arquivo em PDF contendo a ordem cronológica dos principais acontecimentos para o resultado da iniciativa.

32) Se desejar, compartilhe relatos de pessoas beneficiadas pela iniciativa:

Nome da pessoa beneficiada	Perfil	Síntese do relato
Rafael Barbieri	Empresário e Presidente da Abrotur	<p>mo de “Frequento Brotas desde 1993 trabalhando com turismo aventura, o que acontece que em Brotas sempre foi muito sazonal. A gente sempre teve uma sazonalidade grande e desde quando a gente começou a ter uma receita para trabalhar, que veio do Fundo de Turismo, do Voucher, a gente conseguiu quebrar bastante essa sazonalidade através de eventos e de investimentos na baixa temporada. Como empresário, você quebrar a sazonalidade é bem difícil, quem tem que trabalhar na quebra da sazonalidade é o destino e através desse recurso e da articulação, da parceria público-privada que a gente tem, a gente conseguiu diminuir esses efeitos e fazer com que o empresário tenha uma linha de faturamento mais homogênea durante o ano.”</p>
Vivian da Cunha	Empresária	<p>"Antes de 2016 a indústria do Turismo não era reconhecida como uma indústria consolidada, e importante para o Município. À Partir de 2016 aconteceram dois fenômenos importantes, o primeiro deles foi a criação do Observatório do Turismo com dados importantes que permitiram gestores e empresários entenderem qual era o movimento turístico, quantas pessoas vinham para a cidade e quanto isso movimentava de dinheiro. O Segundo fenômeno foi que a partir da implantação do Voucher foi possível recolher mais impostos. O recolhimento foi importante para o reconhecimento do Turismo como indústria, e o dinheiro da pulseira, que o turista paga pelo voucher turístico, ele alimentou o Fundo Municipal de Turismo, e com esse dinheiro, o Conselho Municipal de Turismo direcionou para um plano de Marketing para aumentar a divulgação e diminuir os efeitos devastadores da sazonalidade, e tem sido utilizado para a manutenção de um calendário de eventos turísticos, principalmente na baixa temporada. Tudo isso é essencial para a manutenção da saúde financeira dos empresários."</p>

33) Compartilhe o link para o Pitch do Prefeito ou Pitch da Prefeita (máx. 3 minutos): *

<https://youtu.be/5b6l6K-9kkk>

HISTÓRICO DE MOVIMENTAÇÃO

Data e hora	Autor	Finalidade	Protocolo de envio
13/12/2023 - 11:36:17	Filipe Rubim de Castro Souza	Habilitado	30F62CA0
11/12/2023 - 02:54:40	Umberto Alexandre Silveira Battocchio	Enviado	87CC5955
11/12/2023 - 11:30:55	Umberto Alexandre Silveira Battocchio	Em andamento	EE10CD11

Para validar acesse: <https://www.pspe.sebrae.com.br/#!/ProjectHistory>