

Estância Turística de Ibitinga



PLANO DIRETOR DE TURISMO - 2017 - 2025

Outubro

2017

Prefeitura Municipal da Estância Turística de Ibitinga

Florisvaldo A. Fiorentino

Prefeito Municipal

Gestão 2013 – 2016

Cristina Maria Kalil Arantes

Prefeita Municipal

Gestão 2017 – 2020

Rua Miguel Landim , 333 - Centro – Ibitinga-SP - CEP: 14940-000 CP: 51

Telefone 016 3352 7000 - CNPJ 45.321.460/0001-50- site: www.ibitinga.sp.gov.br/

Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio

Eléa Lorenzetti Bocca

Secretária de Turismo e Desenvolvimento
do Comércio e Indústria

Gestão 2013 - 26016

Érica Banuth

Secretária de Turismo, Indústria e
Comércio

Gestão 2017 – 2020

E-mail: turismo@ibitinga.sp.gov.br / Rua Nunila Fernandes Arantes, 33

Telefone: (16) 3342 8434

Funcionários da Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio: Leandro da Costa Moreira (Escriturário); Caroline Vitro Chagas (Auxiliar de Escritório); Marcus Delfino do Amaral (Assessor de Projetos Especiais); Francisco Antônio Quidíquimo (Diretor de Desenvolvimento Comercial e Industrial)

Equipe de Elaboração do Plano Diretor de Turismo Faculdade de Ibitinga (FAIBI) - Curso de Turismo

Coordenação Geral da Elaboração do Plano:

Prof. Ms. Fernando de Figueiredo

Contribuições:

Prof. Ms. Érica Banuth - FAIBI (Coordenadora do curso de Turismo 2016)

Profa. Ana Lia Souza - FAIBI (Curso de Turismo)

Prof. Dr. Sandro S. Campos (Curso de Administração)

Prof. Ms. Randal A. Matteucci (Curso de Administração)

Prof. Ms. Sérgio Roberto Deri (Curso de Turismo e Administração)

Prof. Sandra R. C. Silva(Coordenadora do Curso de Administração)

Prof. Carmen F. Novoa (Coordenadora do Curso de Pedagogia)

Estagiários: Valdecir da Silva, Moacir Fávero, Isabel Botter Santos, Nathalia Reger, Maria Goreth Campos Lima, Raquel Ducca, Leandro Moreira, Ariane Carolina Mas Urtado, Larissa Longuini Alves, Janaina Aparecida dos Santos

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO DO PLANO	6
1.1 Apresentações do Plano.....	6
1.2 O município: características turísticas da cidade	6
1.3 Objetivos e Visão de Futuro	8
1.4 Breve histórico político de Ibitinga e caracterização do território	9
1.5 Aspectos históricos e culturais da cidade.....	10
1.6 Índices e dados do município	12
1.6.1 Índices gerais.....	12
1.6.2 Finanças Públicas.....	13
1.6.3 População	17
1.6.4 Educação	22
1.6.5 Saúde.....	26
1.6.6 Economia	27
1.6.7 Aspectos Naturais.....	32
1.6.8 APA (Área de Proteção Ambiental) de IBITINGA-SP	38
1.7 Inserções regional e acessibilidade.....	40
1.8 Legislação Municipal de Turismo.....	41
1.9 Mapa do município	42
1.9.1 Delimitação da Área	42
1.9.2 Localização e Limites	43
1.9.3 Cidades Limítrofes.....	43
1.9.4 Mapa da zona rural Ibitinga.....	44
1.9.5 Mapa Zona urbana de Ibitinga.....	45
1.10 Comtur	46
2. CONSOLIDAÇÃO DO TURISMO NA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE IBITINGA	47
2.1 Destino Consolidado.....	47
2.2 Atrativos Expressivos e Permanentes	48
2.3 Equipamentos e Serviços Turísticos	50
2.3.1 Meios de hospedagem.....	50
2.3.2 Serviços de Alimentação	51
2.3.3 Informações turísticas	52
2.4 Infraestrutura de Apoio Turístico.....	52

2.4.1	Empresas de transporte rodoviário que atuam em Ibitinga	52
2.4.2	Serviço de Comunicação.....	52
2.4.3	Sistema de Segurança.....	53
2.4.4	Atendimento médico emergencial.....	54
2.5	Infraestrutura Básica.....	55
2.5.1	Sistema de Abastecimento de Água Potável	55
2.5.2	Gestão de Resíduos Sólidos.....	55
2.5.3	Coleta e tratamento de Esgoto	55
3.	DIAGNÓSTICO TÉCNICO E PARTICIPATIVO	58
3.1	Oferta Turística do município.	58
3.1.1	Atrativos comerciais	58
3.1.2	Atrativos Naturais.....	59
3.1.3	Atrativos Culturais.....	62
3.1.4	Eventos.....	62
3.1.5	Hierarquização de Atrativos Turísticos de Ibitinga	64
3.1.6	Meios de Hospedagem	68
3.1.7	Alimentos e Bebidas.....	81
3.1.8	Outras estruturas turísticas	88
4	PROGNÓSTICO – ANÁLISE E PROPOSTAS.....	89
4.1	Metodologia de Análise e Propostas Participativas: ZOPP	89
4.2	Fóruns e audiências públicas	91
4.3	Pontos Fortes e Pontos Fracos do Turismo em Ibitinga	95
4.4	Árvore Do Problema – Cenário Negativo	97
4.5	Árvore do Objetivo – Cenário Positivo	102
4.6	Objetivos Superiores.....	107
5	PLANOS DE AÇÃO.....	110
5.1	Diretrizes Estratégicas.....	110
5.2	Programas	111
5.3	Projetos	113
	Projeto 1: Criar lei municipal para regulamentar e fiscalizar o comércio local.....	113
	Projeto 2: Governança do Turismo	117
	Projeto 3: Sinalização Turística	121
	Projeto 4: Reurbanização do centro: parklets e boulevard	126
	Projeto 5: Implantação de marina e atracadouro no Rio Jacaré-Guaçú	134

Projeto 6: Obras de infraestrutura básica e turística	139
Projeto 7: Gastronomia	143
Projeto 8: Roteiros turísticos	146
Projeto 9: Criação do Observatório de Turismo e Sistema de Informação	149
Projeto 10: Fomento na elaboração do Plano de Marketing	159
Projeto 11 – Educação em Turismo.....	165
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	170
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	172

1 APRESENTAÇÃO DO PLANO

1.1 Apresentações do Plano

O Plano Diretor de Turismo é um instrumento de planejamento capaz de orientar o desenvolvimento sustentável do turismo, por meio de um conjunto de diretrizes, medidas, tarefas e atividades, aliando a conservação do patrimônio natural e cultural ao desenvolvimento socioeconômico do Município.

1.2 O município: características turísticas da cidade

Pertencente a mesorregião de Araraquara, no centro do Estado, com fácil acesso às principais rodovias de São Paulo, a Estância Turística de Ibitinga é reconhecida nacionalmente como a Capital Nacional do Bordado.

Ao longo dos anos, a produção do bordado consolidou uma cadeia produtiva que engloba cerca de 2.100 estabelecimentos comerciais e industriais, além de uma série de serviços relacionados. Juntos, estes setores são responsáveis por aproximadamente 40.000 mil empregos, o que representa cerca de 90% da população economicamente ativa do município.

Com seus 58.715 habitantes, segundo estimativa do IBGE-2017, a cidade de Ibitinga possui no turismo de compras, a base para a existência e desenvolvimento da cadeia produtiva do bordado. Dessa forma, o desenvolvimento do turismo é, destacadamente, elemento fundamental para o desenvolvimento socioeconômico do município.

Por ser conhecida como a Capital Nacional do Bordado, a cidade atrai, anualmente, milhares de visitantes com sua grande opção de compras de enxovais de cama, mesa e banho. O turismo comercial é uma das principais fontes de renda do município, juntamente com as exportações do seu principal produto e a agropecuária, onde se destacam as culturas de laranja e cana-de-açúcar.

A **Feira do Bordado de Ibitinga (FEBI)** é o mais importante evento para a economia ibitinguense. O evento é realizado sempre na primeira quinzena de

julho e faz parte do calendário turístico do Estado de São Paulo, sendo um dos seus maiores eventos.

Durante os dez dias do evento, os visitantes encontram novidades de bordados no segmento de cama, mesa, banho, cozinha, decoração, bebê e moda noiva. A FEBI proporciona uma movimentação financeira que gira em torno de 10 milhões de reais, com mais de 170 expositores distribuídos em 25 mil metros quadrados, com 12 shows principais, mais de 15 shows de abertura e um público visitante de 200 mil pessoas, oriundas de todas as regiões do país. São 14 mil metros quadrados de área coberta e climatizada, divididos em três pavilhões, sendo um apenas para o bordados, o outro para produtos variados e o terceiro, abriga a 'Praça de Alimentação' e os shows.

A **Feira do Artesanato**, situada na Praça da Matriz há 25 anos, durante os sábados, das 4:00 às 13:00 horas, é uma ótima opção de compras de miudezas, tais como: almofadas, panos de prato, fronhas, tapetes, entre outros artesanatos. São 626 bancas com os mais diversos artigos em bordados artesanais, concentrados em três ruas ao redor da Igreja Matriz, localizada na rua D. Pedro II, no centro da cidade e outra rua ao redor da Estação Rodoviária.

A Feira é gratuita, mas os artesãos precisam estar cadastrados na prefeitura e devem produzir seu material artesanalmente. Muitos deles já são microempreendedores individuais (MEI), fazendo assim parte do mercado formal de trabalho. Os preços são bastante atrativos e alguns deles possuem máquinas de cartão de crédito. O decreto nº 3516-A de 20 de dezembro de 2012 regulamenta as atividades da Feirinha de Artesanato, delimitando, inclusive, os produtos que podem ser comercializados.

O **Corpus Christi** é uma comemoração da Igreja Católica Apostólica Romana, que celebra a presença real e substancial de Cristo na Eucaristia. A expressão latina "Corpus Christi" significa Corpo de Cristo. A data é usualmente comemorada pelos católicos com procissão realizada na quinta-feira seguinte ao domingo da Santíssima Trindade, que, por sua vez, acontece no domingo seguinte ao de 'Pentecostes'. A Estância Turística de Ibitinga comemora a data há 35 anos, ornamentando suas ruas para a passagem do Senhor. Manifestada como uma tradição histórica no município, inúmeras empresas inspiram-se em

suas crenças religiosas e embelezam cada quarteirão com decorações exuberantes.

Em 2017, a **Via Sacra ao Vivo** completou 36 anos de encenação em Ibitinga. O espetáculo de arte, fé e amor emociona um público de centenas de pessoas. A tradicional apresentação é realizada na Semana Santa, representando as 15 estações da paixão, morte e ressurreição de Jesus Cristo e propondo uma reflexão sobre a fé.

Com o apoio da TV TEM, o evento envolve mais de 300 participantes, direta e indiretamente, entre artistas, organizadores e moradores da comunidade que trabalham juntos na preparação da apresentação.

A **Igreja Matriz do Senhor Bom Jesus**, na Rua José Custódio, é uma imponente construção datada do começo do século XX, que domina toda a praça “Rui Barbosa”. Nela encontramos três obras de grande importância histórico-religiosa e cultural: A imagem do “Senhor Bom Jesus”, a “Via sacra”, do pintor Duilio Galli, e os restos mortais do Servo de Deus “Nelsinho Santana”. Além de dar o nome à Igreja Matriz, o “Senhor Bom Jesus” é o padroeiro da cidade de Ibitinga, cuja festa é comemorada todo dia 06 de agosto, feriado no município.

1.3 Objetivos e Visão de Futuro

O principal objetivo do Plano Diretor de Turismo da Estância Turística de Ibitinga é:

Fomentar o **desenvolvimento turístico** na Estância Turística de Ibitinga, por meio de **diretrizes, projetos e ações** capazes de **diversificar e ampliar o fluxo de visitação**.

Ibitinga busca criar o seu próprio futuro por meio das diretrizes e projetos apresentados em seu Plano de Turismo:

Ibitinga em 2025 será um município para o turista passar momentos **alegres e agradáveis** em seu **Lazer, Compras** e visitaçã **Religiosa, Ecológica, Náutico e Rural**.

1.4 Breve histórico político de Ibitinga e caracterização do território

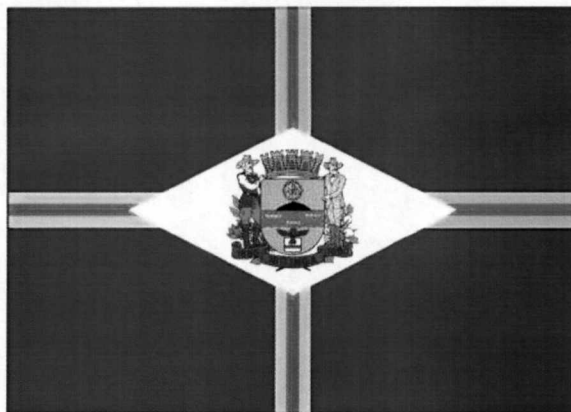


Distrito criado com a denominação de Ibitinga, pela Lei Provincial n.º 105, de 1885, subordinado ao município de Araraquara.

Elevado à categoria de vila, com a denominação de Ibitinga, pelo Decreto n.º 66, de 1890, sendo desmembrado de Araraquara. Sede na antiga povoação de Ibitinga. Constituído do distrito sede.

Instalado em 06 de agosto de 1890. Pela Lei Estadual n.º 1.267 é criado o distrito de Tabatinga e anexado ao município de Ibitinga.

Em divisão administrativa referente ao ano de 1911, o município foi constituído por 2 distritos: Ibitinga e Tabatinga. Pela Lei Estadual n.º 1.409, de 1913, é criado o distrito de Nova Europa e anexado ao município de Ibitinga. Nos quadros de apuração do Recenseamento Geral de 1920, o município é constituído de 3 distritos: Ibitinga, Nova Europa e Tabatinga.



A Lei Estadual n.º 2.085, de 1925, desmembra do município de Ibitinga os distritos de Tabatinga e Nova Europa, para constituírem o novo município de Tabatinga.

Em divisão administrativa referente ao ano de 1933, o município é constituído do distrito sede. Pelo Decreto n.º 6.510, de 1934, é criado o distrito de Cambará e anexado ao município de Ibitinga.

Em divisões territoriais datadas de 1936 e 1937 o município é constituído de 2 distritos: Ibitinga e Cambará. Pelo Decreto-lei Estadual n.º 14.334, de 1944, o distrito de Cambará tomou a denominação de Cambaratiba.

Em divisão territorial datada de 1960, o município é constituído de 2 distritos: Ibitinga e Cambaratiba, assim permanecendo em divisão territorial datada de 2014.

1.5 Aspectos históricos e culturais da cidade



Em meados do ano de 1842 uma caravana mineira deixava o pequeno vilarejo de Santo Antônio do Machado rumo ao estado de São Paulo. As famílias dos jovens Miguel Francisco Landim e Pedro Alves de Oliveira abandonaram suas casas e se lançaram a conquista do desconhecido. Homens, mulheres e crianças caminharam durante dias, enfrentando o frio, o calor e os perigos que as matas ofereciam.

A caminhada seguiu de Machado até São Simão, um lugarejo que acabara de ser elevado a vila, onde adquiriram as ideias mais concretas para continuarem a caminhada. Neste mesmo local ouviram boatos a respeito da existência de extensas terras à espera de desbravadores, uma região conhecida como Campos de Araraquara.

Lentamente foram avançando e alcançaram a vila de São Bento de Araraquara, precisamente entre 1842 e 1846, pois no dia 13 de abril de 1846 nascera a primeira criança filho da família Landim em Araraquara.

As famílias Landim e Pedro Alves de Oliveira permaneceram por um bom tempo em São Bento de Araraquara, onde arrendaram terras, mas pouco depois rumaram em direção ao norte, adentrando aos Campos de Araraquara.

A caravana foi se deslocando até o Ribeirão dos Porcos, onde estava a sede do Latifúndio Boa Vista, ali os Landim e Oliveira chegaram e se estabilizaram, desenvolvendo plantações, construindo casas, dando início a um povoado. Anos se passaram em perfeita harmonia, a pequena vila já tinha se desenvolvido satisfatoriamente, mas aconteceu que Pedro Alves de Oliveira comprou as terras que tinha arrendado juntamente com os Landim.

A sorte mudou para as duas famílias com a compra das terras pelos Oliveira, houve então a separação dos Landim, o que deu origem a fundação de duas cidades uma sendo Ibitinga e a outra Itápolis.

Os Landim rumaram para o sul, alcançando o Rio Tietê, poucos quilômetros abaixo do Ribeirão dos Porcos na chamada grande curva do rio, onde se localizava a conhecida cachoeira do Wamicanga, um belíssimo lugar, mas Landim ordenou o abandono da região por ficar muito próximo ao rio e suas adversidades.

Rumaram em definitivo para o Nordeste da área encontrando dois riachos que deram os nomes de Saltinho e São Joaquim. Miguel Landim ficou na região do São Joaquim em um outro córrego quase ao lado: o Água Quente, nome pelo qual ficou conhecida a região onde mais tarde seria fundada a povoação da Capela da Água Quente, ou seja, Ibitinga.



Igreja Matriz do Senhor Bom Jesus - Ibitinga-SP

FONTE: www.cidadaoibitinguense.com.br

Ibitinga foi elevada à categoria de município em 4 de julho de 1890.

1.6 Índices e dados do município

1.6.1 Índices gerais

Área: 689,249 km²

Densidade demográfica (hab/Km²) 77,12

População 2010: 53.158

POPULAÇÃO URBANA: 96%

PIB: R\$ 806.277.746,00

PIB PER CAPITA: R\$ 15.167,57

IDH : 0,747

Distância até Capital: 360 km.

Terreno levemente inclinado.

Está localizada a 455 metros acima do nível do mar

Bioma Cerrado e Mata Atlântica. Clima quente com inverno seco.

Temperaturas Médias: Máxima 32°C - Mínima 05°C

Fonte: IBGE

Síntese das Informações		
Área da unidade territorial	689,391	km ²
Estabelecimentos de Saúde SUS	15	estabelecimentos
Matrícula - Ensino fundamental - 2012	6.529	matrículas
Matrícula - Ensino médio - 2012	1.865	matrículas
Número de unidades locais	2.925	unidades
Pessoal ocupado total	18.527	pessoas
PIB per capita a preços correntes - 2013	18.598,40	reais
Valor do rendimento nominal médio mensal dos domicílios Rural	2.075,84	reais
Valor do rendimento nominal médio mensal dos domicílios Urbana	2.520,54	reais
Valor do rendimento nominal mediano mensal per capita dos domicílios Rural	510	reais
Valor do rendimento nominal mediano mensal per capita dos domicílios Urbana	600	reais
Índice de Desenvolvimento Humano Municipal - 2010 (IDHM 2010)	0,747	

Fonte: IBGE Cidades 2010

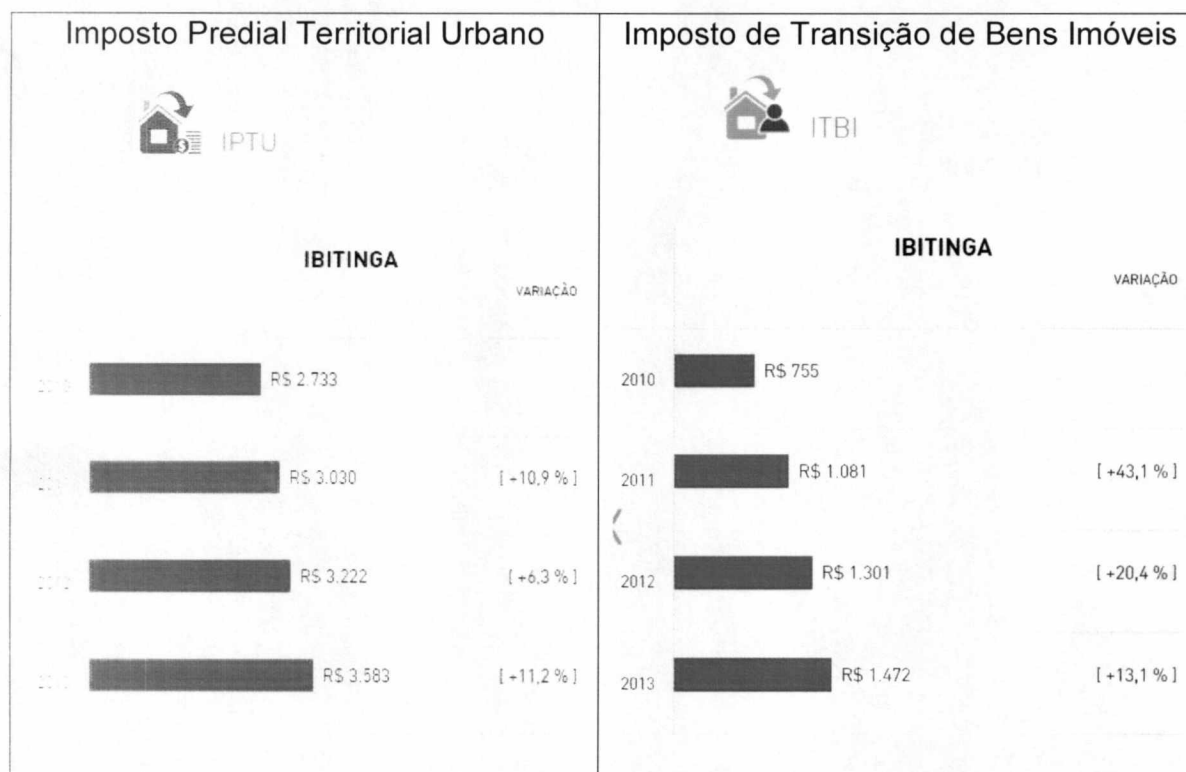
1.6.2 Finanças Públicas

1.6.2.1 Despesas Públicas Municipais: Panorama Geral

Como mostra a figura abaixo, a receita da cidade de Ibitinga no ano de 2015 foi de R\$ 110.577,00, divididos em receita corrente 105,78%, receita de capital 5,38%, receita corrente intra-orçamentária 0%, receita de capital intra-orçamentária 0% e total de deduções de -11,16%. Enquanto a despesa na cidade de Ibitinga ficou em R\$ 106.254,00, divididos em despesas correntes 98,2%, despesas de capital 1,8% e reserva de RPPS e reserva de contingência 0%.

1.6.2.2 Receitas Públicas Municipais

Como mostra a figura abaixo, o imposto Predial Territorial Urbano entre os anos de 2010 a 2013 teve uma variação respectiva de 10,9%, 6,3% e 11,2%, já o imposto de Transição de Bens Imóveis no mesmo período teve uma variação respectiva de 43,1%, 20,4% e 13,1%. Enquanto o Imposto sobre Serviços entre os anos de 2010 a 2013 teve uma variação respectiva de 17,2%, 18,9% e 1,6%, já o Imposto Sobre Circulação de mercadoria de Serviços de Qualquer natureza teve uma variação respectiva de 11,8%, 6,3% e 12,7%.



Imposto Sobre Serviço



ISS

IBITINGA

VARIAÇÃO



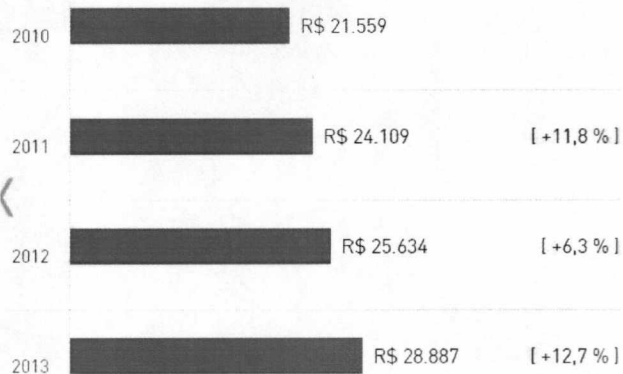
Imposto Sobre Circulação de mercadoria de Serviços de Qualquer natureza



























































ICMS

IBITINGA

VARIAÇÃO



Gastos Públicos Municipais em 2013

R\$ (mil reais)		%	
 EDUCAÇÃO *	 R\$ 28.947	 EDUCAÇÃO *	 31.81%
 SAÚDE *	 R\$ 15.216	 SAÚDE *	 16.72%
 ADMINISTRAÇÃO	 R\$ 13.944	 ADMINISTRAÇÃO	 15.33%
 URBANISMO	 R\$ 10.228	 URBANISMO	 11.24%
 SANEAMENTO	 R\$ 8.948	 SANEAMENTO	 9.84%
 OUTRAS FUNÇÕES	 R\$ 4.721	 OUTRAS FUNÇÕES	 5.19%
 ASSISTÊNCIA SOCIAL	 R\$ 3.844	 ASSISTÊNCIA SOCIAL	 4.23%
 LEGISLATIVA	 R\$ 2.172	 LEGISLATIVA	 2.39%
 CULTURA	 R\$ 1.000	 CULTURA	 1.1%
 TRANSPORTE	 R\$ 824	 TRANSPORTE	 0.91%
 ENCARGOS ESPECIAIS	 R\$ 784	 ENCARGOS ESPECIAIS	 0.87%
 HABITAÇÃO	 R\$ 391	 HABITAÇÃO	 0.43%
 GESTÃO AMBIENTAL	 R\$ 0	 GESTÃO AMBIENTAL	 0.0%
 PREVIDÊNCIA SOCIAL	 R\$ 0	 PREVIDÊNCIA SOCIAL	 0.0%

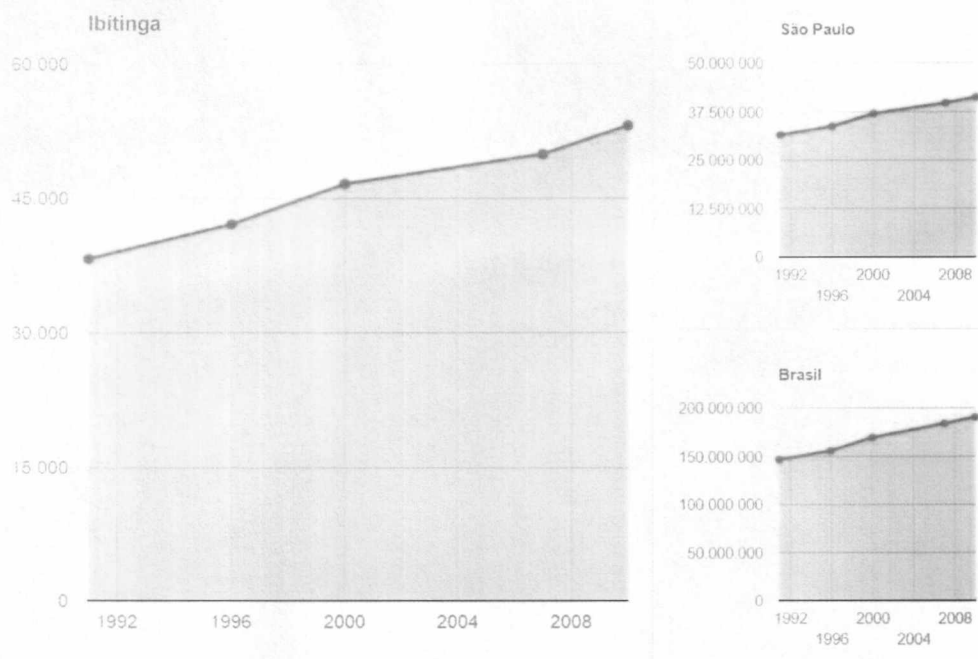
1.6.3 População

Na tabela abaixo podemos observar informações referentes à população da cidade de Ibitinga, quanto ao número total de habitantes, divisão por sexo, população alfabetizada, divisão de religiões e escolar.

Índices Populacionais	Pessoas
População residente	53.158
População residente - Homens	26.212
População residente - Mulheres	26.946
População residente alfabetizada	46.781
População residente que frequentava creche ou escola	12.549
População residente, religião católica	36.022
População residente, religião espírita	1.111
População residente, religião evangélicas	12.488

1.6.3.1 Evolução Populacional comparação Município, Estado e Federação

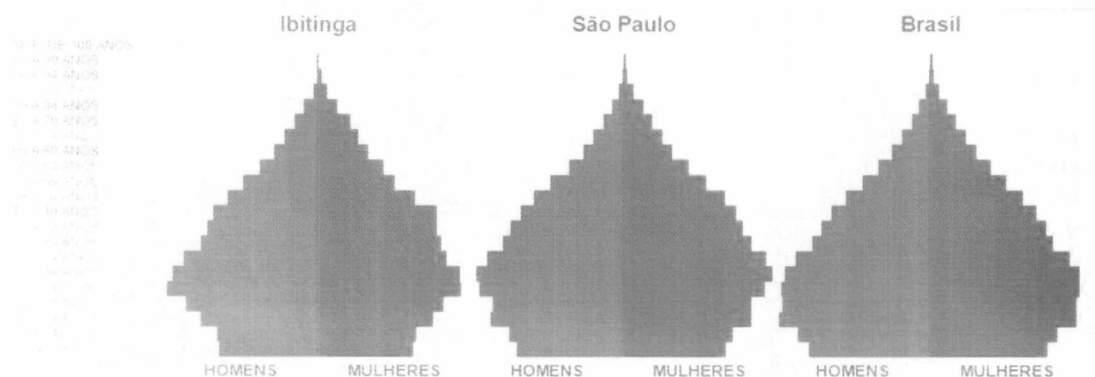
Na figura abaixo mostra um comparativo do crescimento populacional da cidade de Ibitinga em relação à cidade de São Paulo e o Brasil, entre os anos de 1992 e 2008, para tanto foram usados dados do censo demográfico de 1991, contagem populacional de 1996, censo demográfico de 2000, contagem populacional de 2007 e censo demográfico de 2010.



Fonte: IBGE: Censo Demográfico 1991, Contagem Populacional 1996, Censo Demográfico 2000, Contagem Populacional 2007 e Censo Demográfico 2010.

1.6.3.2 Pirâmide Etária: comparação Município, Estado e Federação

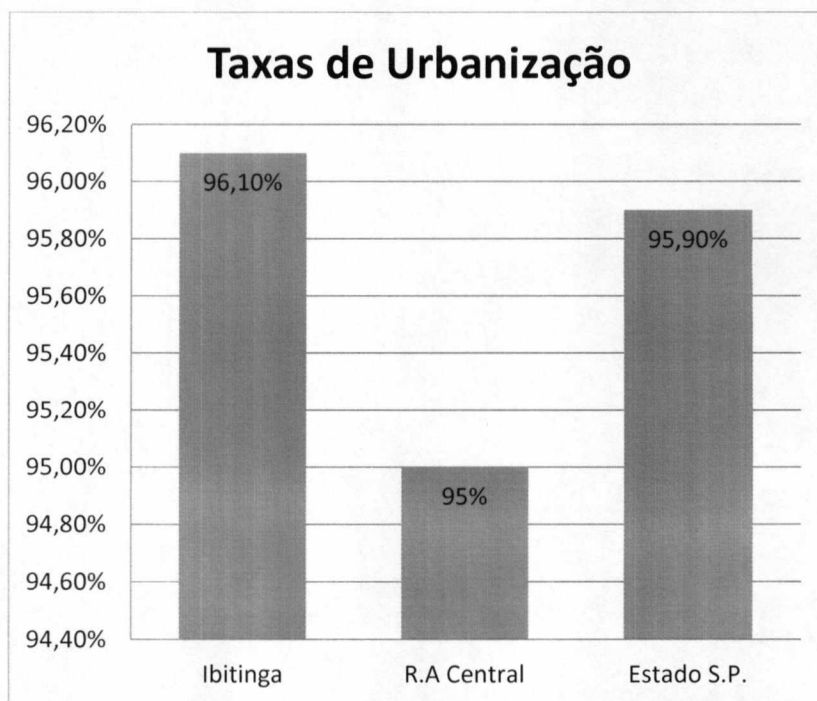
Na figura abaixo está demonstrada uma comparação da faixa etária da população de Ibitinga em relação ao estado de São Paulo e o Brasil, divididos entre homens e mulheres, classificando-os por idade.



Fonte: IBGE: Censo Demográfico 2010

1.6.3.3 Grau de urbanização

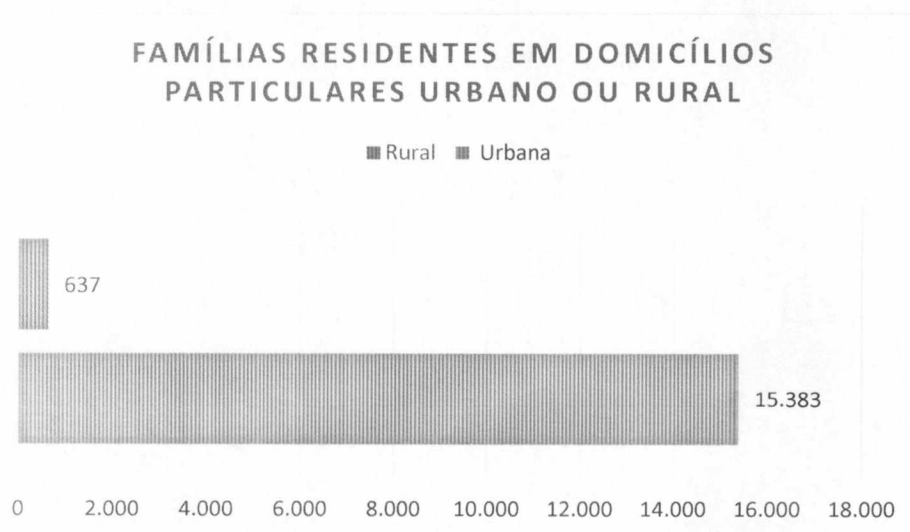
No gráfico abaixo indica a taxa de urbanização de Ibitinga em comparação com a região administrativa à qual pertence, bem como o Estado de São Paulo.



Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2010

1.6.3.4 Estrutura familiar/social

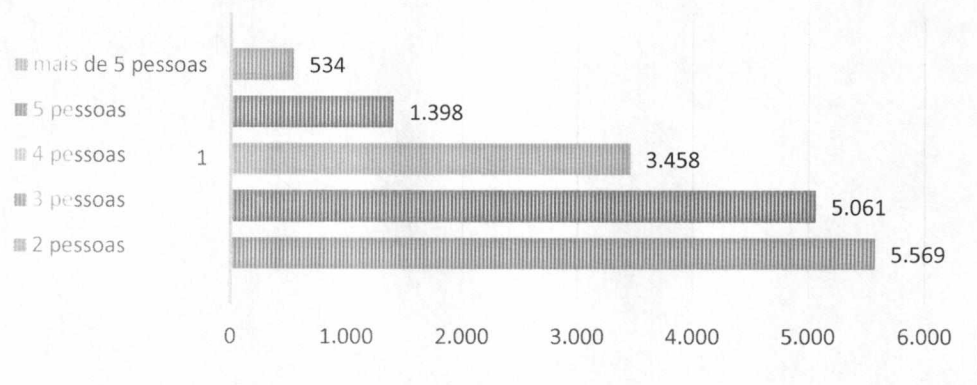
No gráfico abaixo se pode observar que o número de domicílios urbanos particulares soma mais de 15 mil unidades, enquanto os domicílios rurais somam somente 637 unidades.



Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2010

No gráfico abaixo, segundo o Censo Demográfico de 2010, Ibitinga possui a maior parte dos domicílios particulares com dois moradores somando cerca de 5.569 domicílios, seguida por 5.061 domicílios com três moradores.

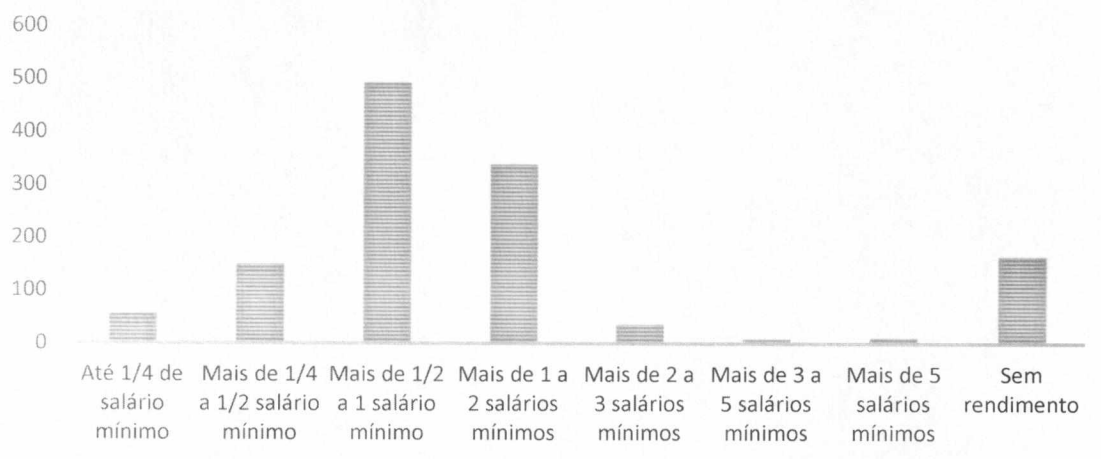
NÚMERO DE RESIDENTES POR DOMICÍLIOS PARTICULARES EM 2010



Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2010

No gráfico abaixo, pode-se observar que a renda familiar mensal per capita no município está entre meio a um salário mínimo.

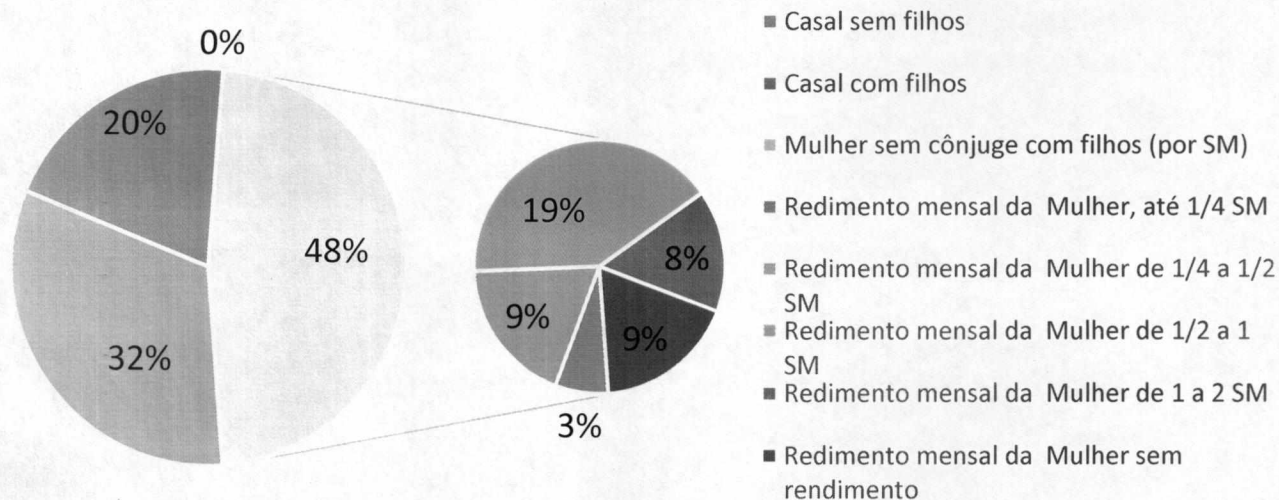
RENDA FAMILIAR MENSAL PER CAPITA POR SALÁRIOS MÍNIMOS



Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2010

No gráfico abaixo, pode-se observar o rendimento mensal familiar per capita por tipo de composição familiar. Segundo o Censo Demográfico de 2010, no município fica evidente que 48% são mulheres sem cônjuge com filhos, 32% casais sem filhos e 20% casais com filhos.

RENDIMENTO MENSAL FAMILIAR PER CAPITA POR TIPO DE COMPOSIÇÃO FAMILIAR



Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2010

1.6.4 Educação

Lista das Escolas Municipais e Estaduais do Município de Ibitinga-SP

Escolas públicas estaduais

EE "Victor Maida"
EE "Prof. Angelo Martino"
EE "Profª Josepha Maria de Oliveira Bersano"
EE "Profª Lucy Salina Fernandes Gaion"
EE "Profª Iracema de Oliveira Carlos"
EE "Dª Cacilda Caldas Cruz"
EE "Profª Maria Aparecida dos Santos Oliveira"
EE "Prof. Dr. Arioaldo da Fonseca"
Centro Paula Souza – ETEC

Escolas públicas municipais

EMEFEM Professor Benedito Teixeira De Macedo
EMEF "Profª Maria Lúcia Geretto Caldas"
EMEI Nadir Simões Pinheiro, anexa à EMEF Profª Maria Lucia G. Caldas
EMEF "Henrique Martinelli"
EMEI Profº Dimas de Camargo, anexa à EMEF "Henrique Martinelli"
EMEF Profª Sandra Regina Siviero
EMEIEF Profº Archangelo Martinelli
EMEF Profª Francisca Simões
EMEIEF Delfina Gomes da Fonseca
EMEIEF Dª Leonor Mendes de Barros
EMEI Profª Nadir Monari - anexa à Creche Imaculada Conceição
EMEI Semiramis Anita Tucci
EMEI Joana Jeorgette Branco
EMEI Rosa Monteforte Camargo
EMEI Profª Teresa Rodrigues Freire
EMEI Profº. Roberto Aparecido Massola
EMEI Profº. Armando Tramontina
Centro Integrado Educacional de Ibitinga – CIEI

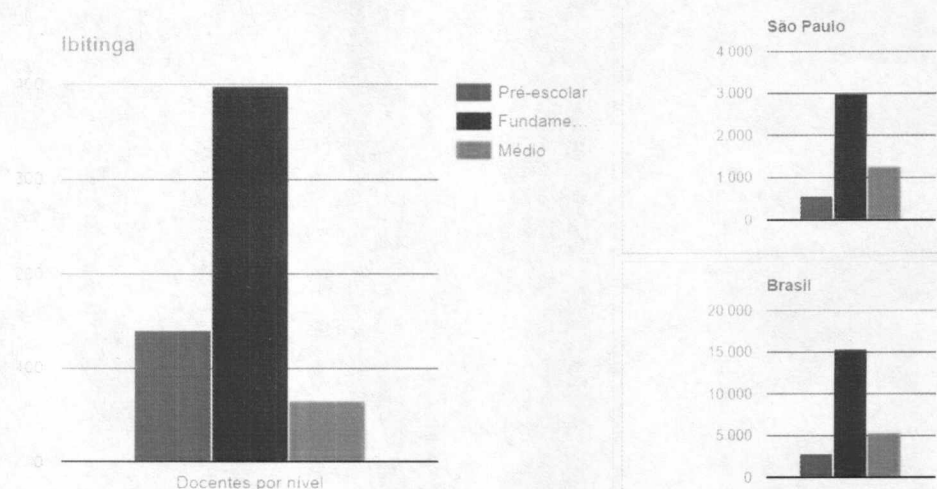
Projeto Crescer

EMEI Prof^a Abigail Camargo Juliani

CECRIBI – Centro de Capacitação e Requalificação das Indústrias de Bordado de Ibitinga

Docentes por nível

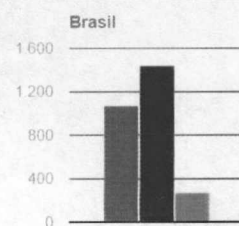
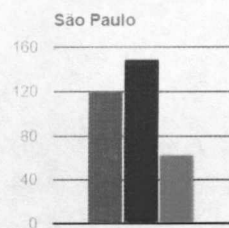
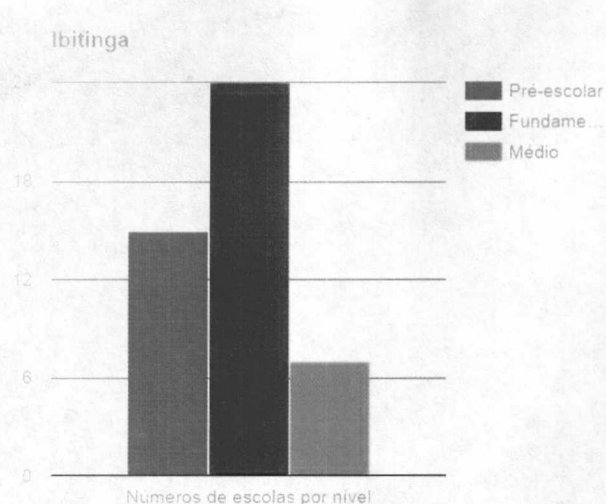
O gráfico abaixo à esquerda mostra o número de docentes por nível (pré-escola, ensino fundamental e ensino médio), comparando com os demais níveis federativos.



Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2010

Números de escolas por nível

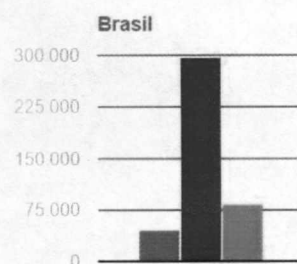
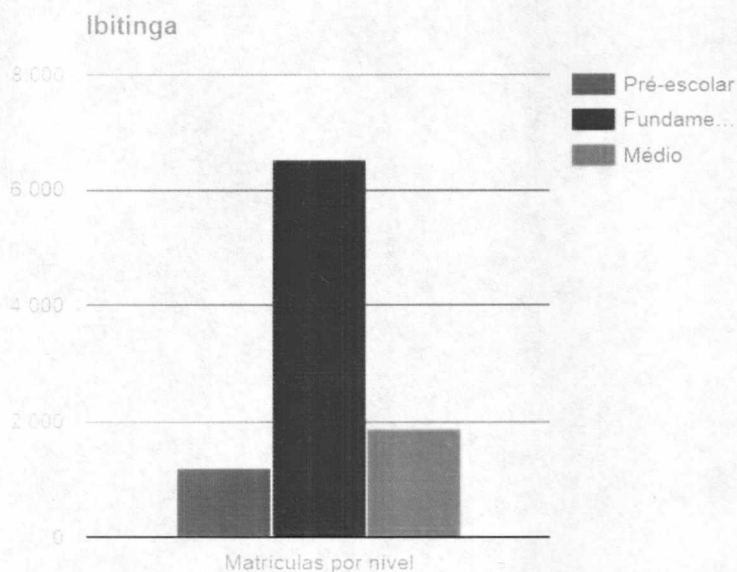
O gráfico abaixo à esquerda mostra o número de escolas por nível de docentes (pré-escola, ensino fundamental e ensino médio), comparando com os demais níveis federativos.



Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2010

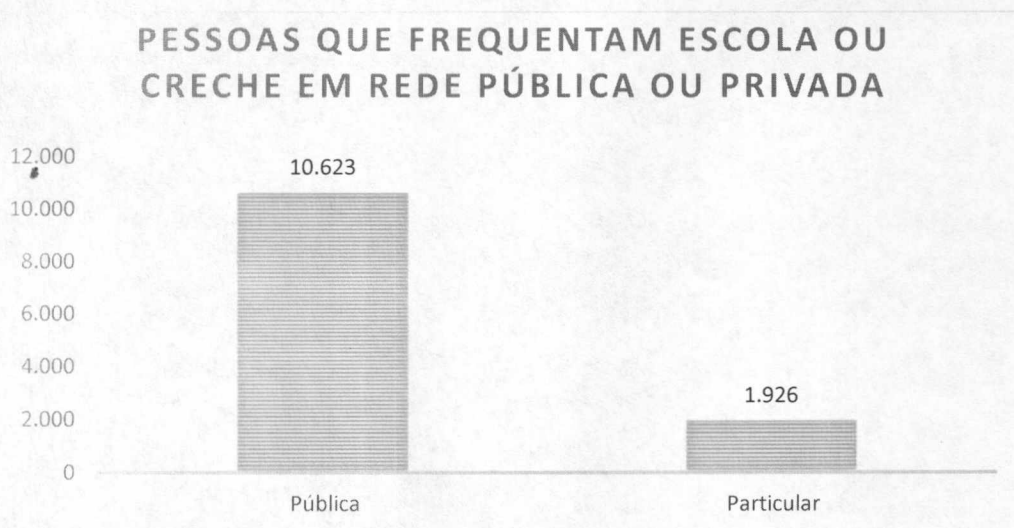
Matriculas por nível

O gráfico abaixo à esquerda mostra o número matrículas por nível (pré-escola, ensino fundamental e ensino médio), comparando com os demais níveis federativos.



Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2010

Segundo o Censo Demográfico de 2010, o gráfico abaixo mostra que o número de pessoas que frequentam escola ou creche na rede pública são 10.623 e particular 1.926.



Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2010

Como podemos observar, o gráfico abaixo mostra o grau de escolarização dos docentes desde a Creche até o Doutorado.



Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2010

Ensino Superior

Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Ibitinga-FAIBI

Curso de graduação em Turismo

Curso de graduação em Pedagogia

Curso de Graduação em Administração

1.6.5 Saúde

Pronto-Socorro

UPA – Unidade de Pronto Atendimento

Localização, Av. D. Pedro II 1779- Centro

Nº de leitos: 16

Pronto Socorro Municipal Vila Maria

Localização: Av: Albino de Batista, nº 713, Vila Maria

Nº de leitos: 02 leitos

Hospital

Santa Casa de Caridade e Misericórdia

Localização: Rua Domingos Robert, nº 1090. Centro

Nº de leitos: 86 (SUS) / 04 (UTI)

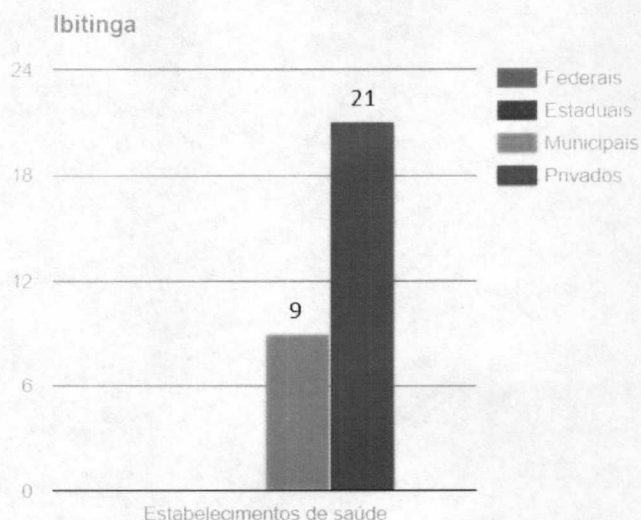
Hospital Ibitinga

Localização: Rua Pereira Landim, 514. Centro

Nº de leitos: 12

Médico plantonista: 01 (07h00 às 19h00); 01 (19h00 às 23h00)

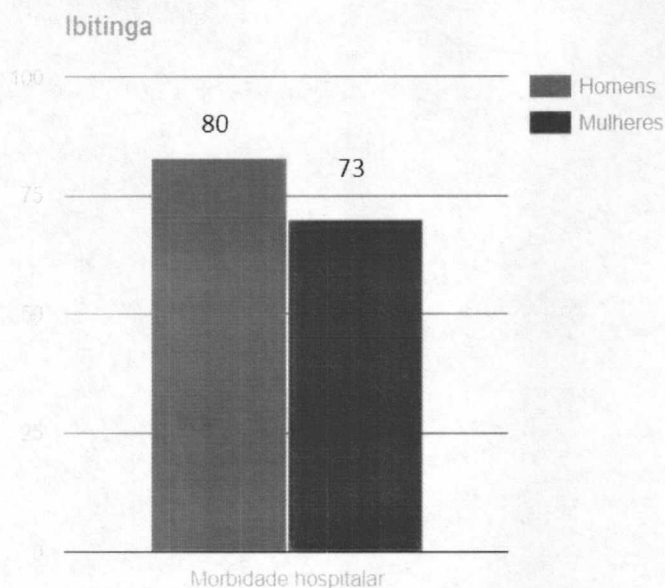
O gráfico abaixo mostra que o número de estabelecimentos de saúde privados são 21, enquanto os municipais que são 9, segundo o IBGE 2010.



Fonte: IBGE, Assistência Médica Sanitária 2009. Rio de Janeiro: IBGE, 2010.

Morbidade hospitalar

O gráfico abaixo mostra que a morbidade dos homens superou em 7% em relação a das mulheres, segundo o Ministério da Saúde (2014).

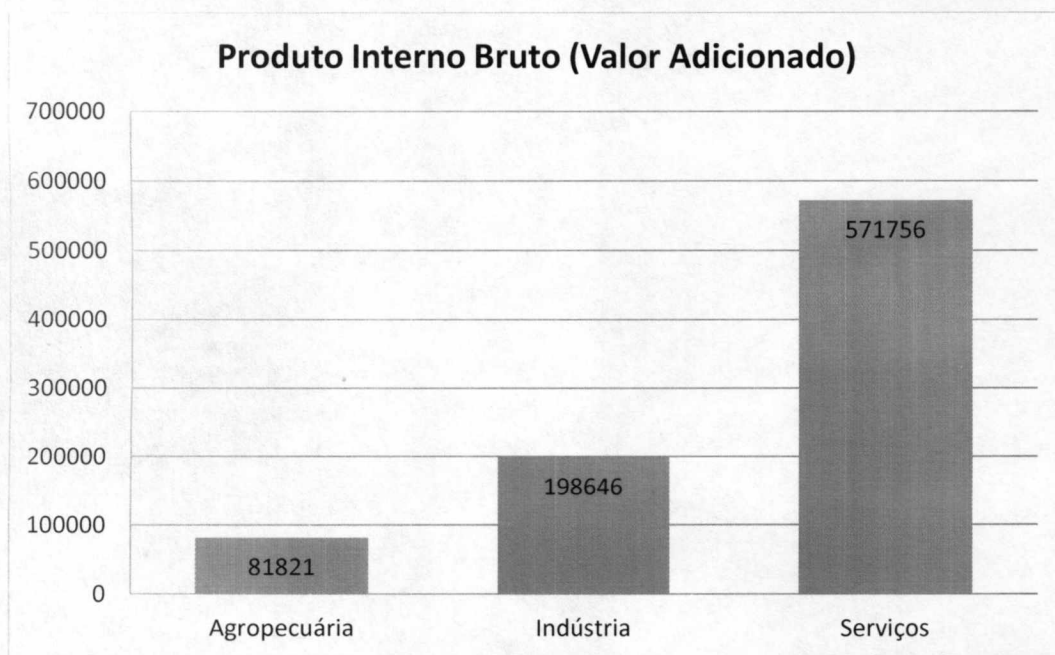


Fonte: Ministério da Saúde, Departamento de Informática do Sistema Único de Saúde - DATASUS 2014.

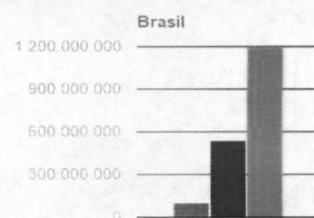
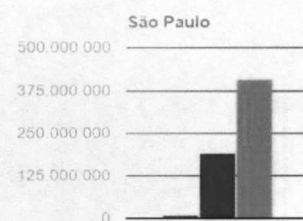
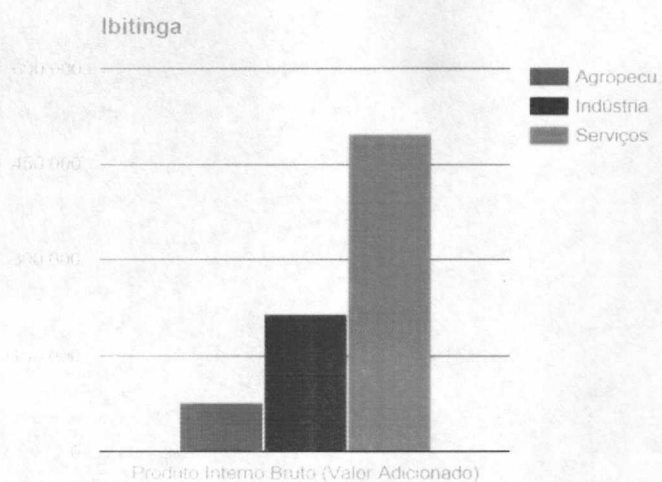
1.6.6 Economia

1.6.6.1 PIB por setor econômico

Os gráficos abaixo mostram como ficou dividido o PIB entre os seguintes setores: agropecuária, indústria e serviços, segundo o IBGE 2010.



Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2010



Fonte: IBGE, em parceria com os Órgãos Estaduais de Estatística, Secretarias Estaduais de Governo e Superintendência da Zona Franca de Manaus - SUFRAMA.

1.6.6.2 Salários/taxa de desemprego

A Tabela abaixo mostra os valores salariais e a taxa de desemprego de pessoas, segundo o IBGE.

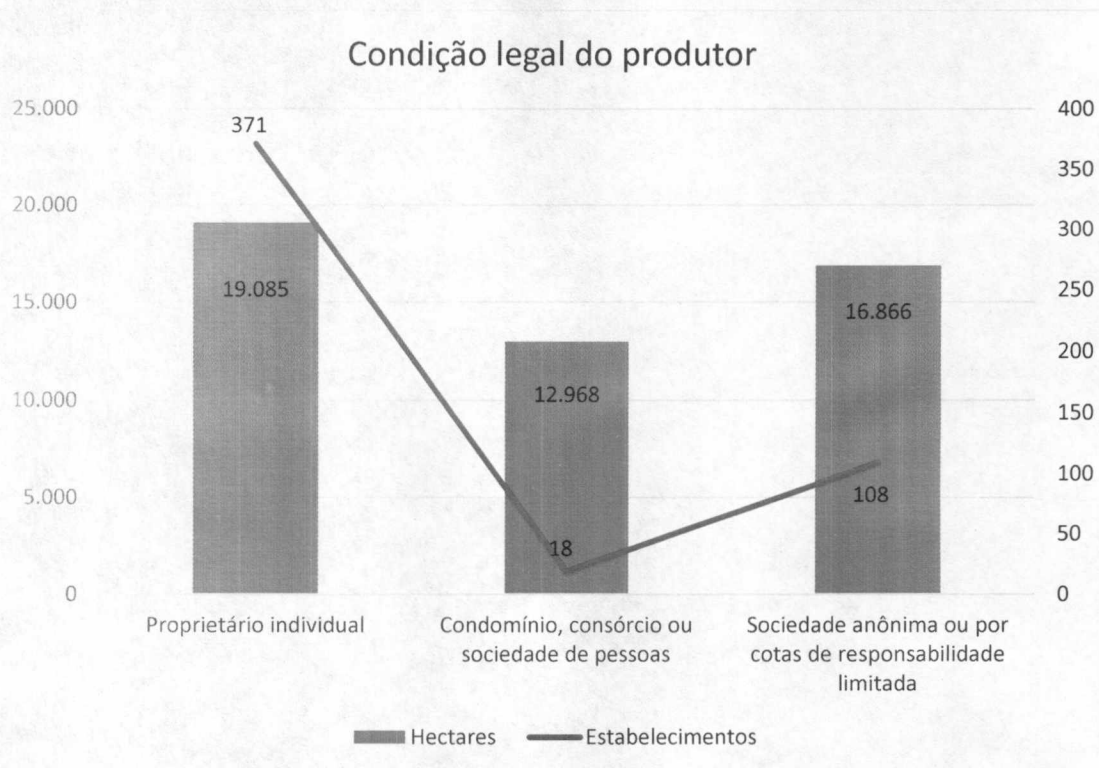
Estatísticas do Cadastro Central de Empresas de Ibitinga em 2013		
Pessoal ocupado total	18.527	Pessoas
Pessoal ocupado assalariado	15.303	Pessoas
Salários e outras remunerações	230.100	Mil Reais
Salário médio mensal	1,6	Salários mínimos
Número de empresas atuantes	2.626	Unidades

Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas 2013. Rio de Janeiro: IBGE.

1.6.6.3 Setores da produção

1.6.6.3.1 Agricultura

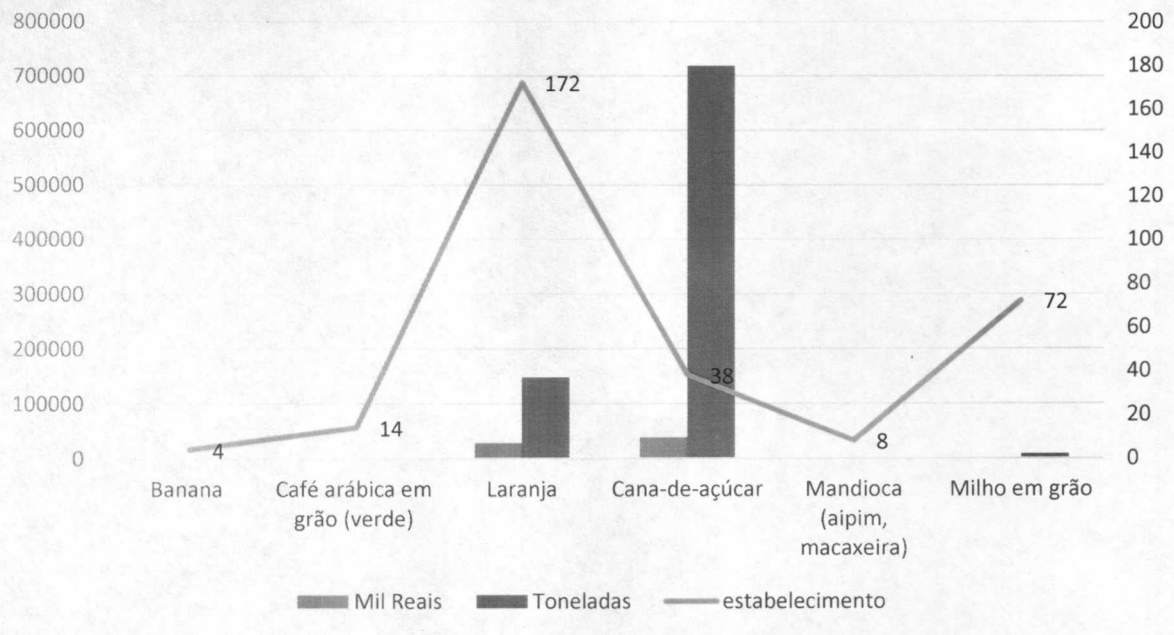
O gráfico abaixo mostra em números a condição legal do produtor, por hectares e estabelecimentos, segundo o Censo Agropecuário 2006.



Fonte: Censo Agropecuário 2006

Como podemos analisar, o gráfico abaixo mostra a Produção Agrícola em mil reais, Tonelada e Estabelecimentos entre os diversos tipos de plantações agrícolas, segundo Censo Agropecuário 2006.

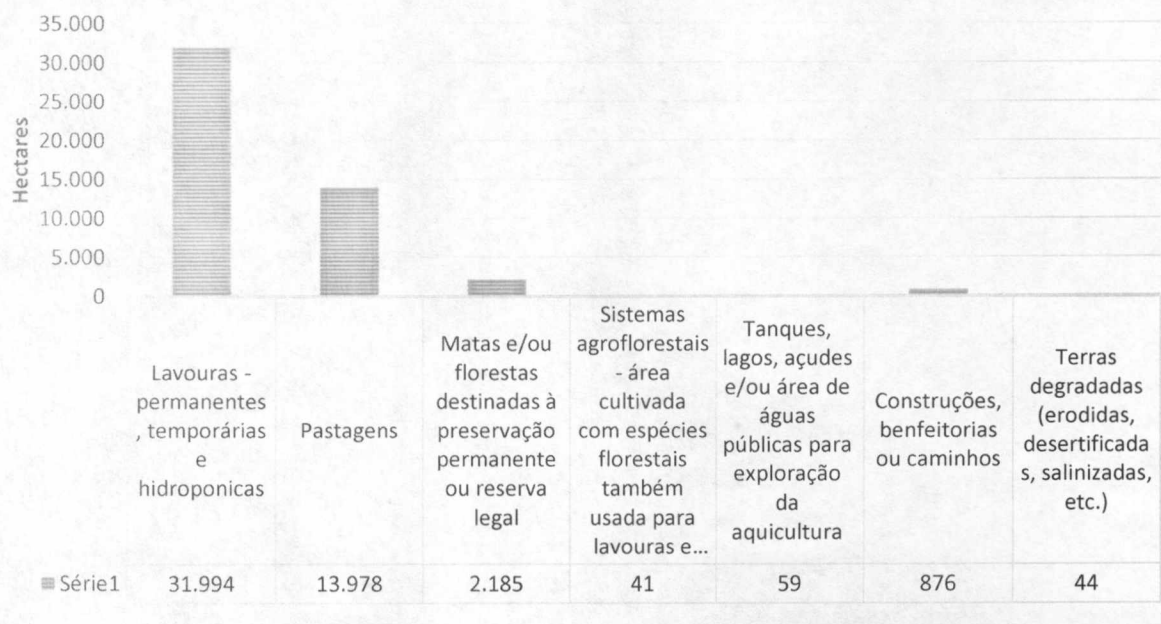
Produção Agrícola em mil reais, Tonelada e Estabelecimentos



Fonte: Censo Agropecuário 2006

O gráfico abaixo mostra como está a utilização das terras em hectares no setor agropecuário, segundo Censo Agropecuário 2006.

UTILIZAÇÃO DAS TERRAS EM HECTARES



Fonte: Censo Agropecuário 2006

1.6.6.3.2 Indústria, Comércio e serviços

A indústria do município de Ibitinga é quase totalmente voltada para a área têxtil. O turismo comercial é a principal fonte de renda do município, juntamente com as exportações do seu principal produto e a agropecuária, destacando-se as culturas de laranja e cana de açúcar.

Nos anos 1940, o bordado se propagou através das mãos mágicas de senhoras como dona Dioguina Martins Sampaio Pires, dona Maria Gonçalves Amorim Grilo, dona Marieta Macari Pires e dona Maria Braga. Elas ensinavam a arte do bordado em máquinas de costurar, conhecida como “maquininha”, para as moças e jovens senhoras ibitinguenses.

No início dos anos 1970, Ibitinga buscava um novo caminho para a industrialização. Sua agricultura, vitimada por duas secas consecutivas, enfrentava grande crise e não atendia mais às necessidades de crescimento da cidade. O município já fora também um dos maiores produtores de ovo do estado. Iniciaram-se as primeiras tentativas de industrialização. A evolução na forma de produção e nas matérias-primas utilizadas foi rápida e as máquinas elétricas chegaram especialmente para atender o mercado de Ibitinga. Neste momento, o bordado passava a se tornar fonte principal de renda.

A tecnologia aprimorou as máquinas e os produtos utilizados na fabricação das confecções bordadas, mas o grande segredo do sucesso é a mão-de-obra, com acabamentos e processos artesanais, que se especializa a cada dia.

Na Capital Nacional do Bordado grandes empresas empregam milhares de funcionários e ultrapassam as fronteiras do país, fazendo negócios com o MERCOSUL, mercado europeu, asiático, americano e africano.

A produção da linha de bordados em cama, mesa, banho, decoração e confecções de Ibitinga contribui para fazer com que o Brasil ocupe lugar de destaque no ranking dos maiores produtores têxteis do mundo.

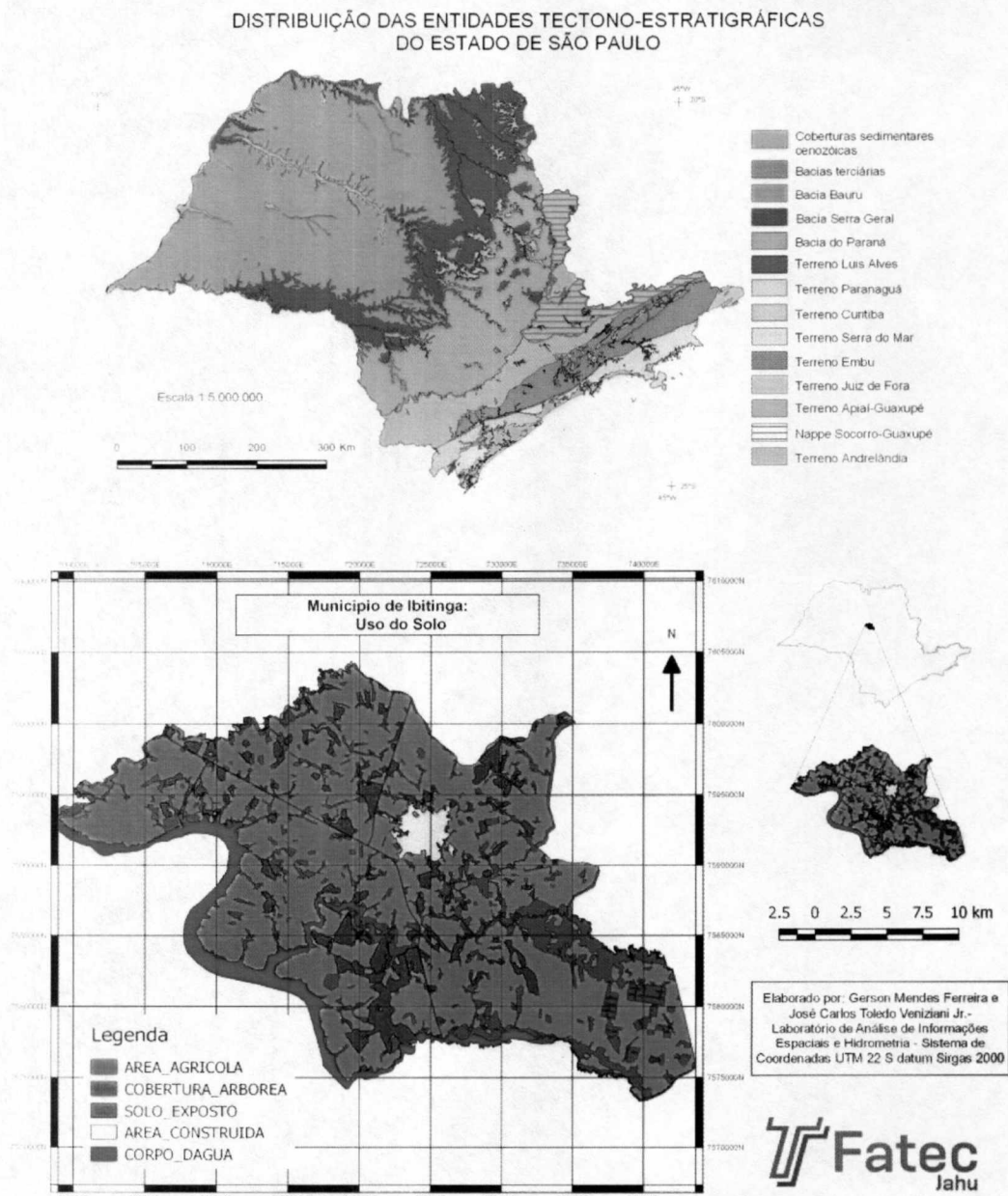
Ao longo dos anos, a produção do bordado na Estância Turística de Ibitinga consolidou uma cadeia produtiva que engloba cerca de 2.200 estabelecimentos comerciais, industriais e de serviços, responsáveis por aproximadamente 40 mil empregos diretos e indiretos

Ibitinga é um shopping a céu aberto, pois em suas ruas centrais encontra-se o Centro Comercial, composto por mais de 1.200 lojas que comercializam produtos bordados. As fábricas de bordados e afins chegam a 2.800 estabelecimentos e nesse patamar está a grandeza da Capital Nacional do Bordado.

1.6.7 Aspectos Naturais

1.6.7.1 Uso e ocupação do solo de Ibitinga

O mapa abaixo nos mostra com o solo de Ibitinga está sendo utilizado em seus vários aspectos como área construída, vegetação e solo exposto.



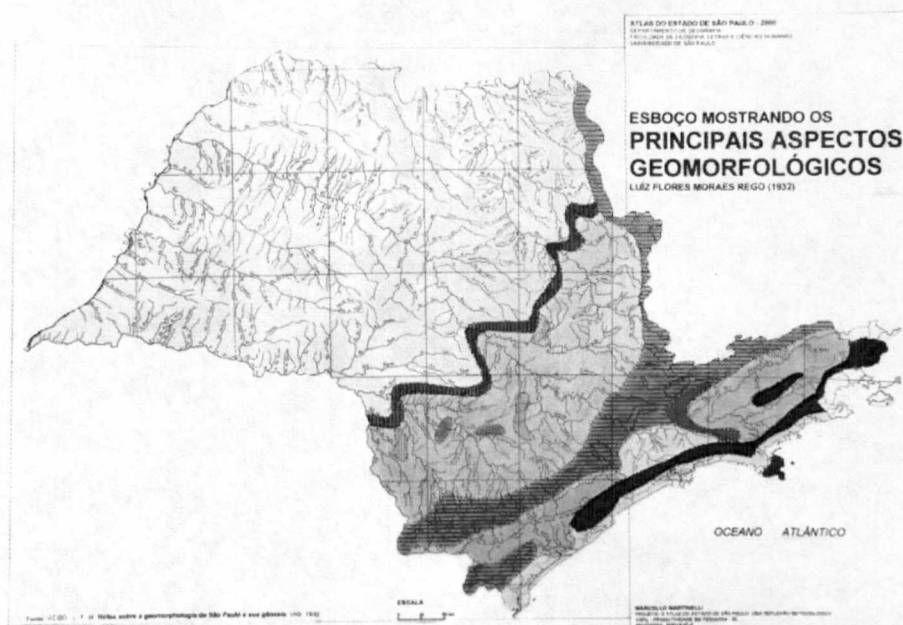
1.6.7.2 Geologia

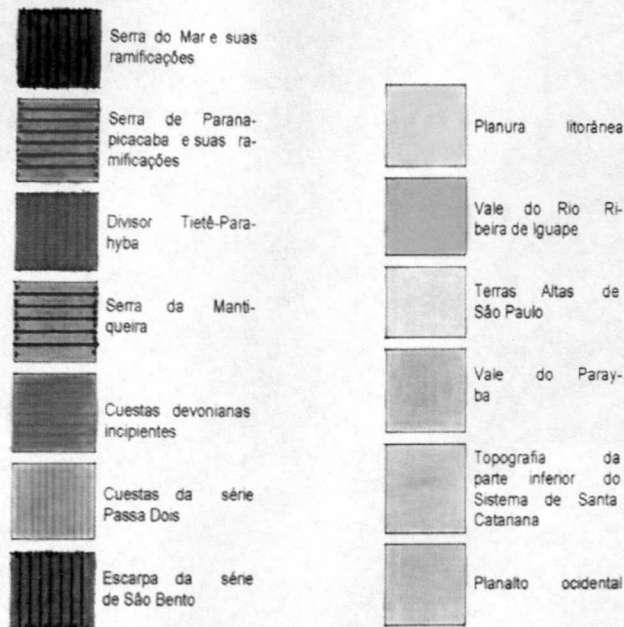
Ibitinga está inserida na porção centro leste da Bacia Sedimentar do Paraná, uma região formada nas eras Paleozóica e Mesozóica. Esta vasta unidade geológica, que ocupa grande parte do Estado de São Paulo, estabeleceu-se sob a plataforma sul-americana (antigo embasamento cristalino) durante as eras Paleozóica e Mesozóica, períodos em que se acumularam espessos pacotes de sedimentos de diversas naturezas, lavas basálticas e “sills” de diabásio, como resultado de um processo de subsidência oscilatória que se deu ao longo do tempo geológico. (SILVA, 2006, p.23).

Fonte: www.cprm.gov.br/- Acesso em 01/05/16.

1.6.7.3 Geomorfologia

Segundo Silva (2006, p. 24), “De acordo com o mapa de Divisão geomorfológica do Estado de São Paulo, o município de Ibitinga situa-se na porção centro oriental do Planalto Ocidental, o qual se limita nessa região com a província Cuestas Basálticas, já no alto curso dos rios Jacaré-Pepira e Jacaré-Guaçu. (IPT, 1961)”.





Fonte: www.confins.revues.org- Acesso em 03/04/16.

1.6.7.4 Solos

O solo de Ibitinga tem a uma distribuição bastante comum e isso está relacionado à geologia e a geomorfologia regional. Abaixo estão relacionados os tipos de solo do município.

Latossolo Vermelho – É um solo comum de fertilidade baixa, mas com algumas ocorrências de locais com boas reservas de nutrientes. Este solo possui estrutura granular ultrapequena.

Latossolo Roxo – É um solo com ocorrência de boa fertilidade, pois contam com uma textura argilosa, constituído por elementos granulares ultrapequenos e fortemente desenvolvidos apresentando aspecto de maciça porosa.

Terra Roxa estruturada – É um tipo de solo que apresenta boa fertilidade, pois são derivados de rochas básicas e ultrabásicas, de textura argilosa e muito argilosa.

1.6.7.5 Clima

Para o clima no Estado de São Paulo, segundo o CEPAGRI (Centro de Pesquisas Meteorológicas e Climáticas Aplicadas a Agricultura) (cpa.unicamp.br), “[...] a classificação climática de Koeppen, baseada em dados

mensais pluviométricos e termométricos, o estado de São Paulo abrange sete tipos climáticos distintos, a maioria correspondente a clima úmido. O tipo dominante na maior área é o **Cwa**, que abrange toda a parte central do Estado e é caracterizado pelo clima tropical de altitude, com chuvas no verão e seca no inverno, com a temperatura média do mês mais quente superior a 22°C”.



Fonte: www.cpa.unicamp.br – Acesso em 02/04/2016

1.6.7.6 Índices pluviométricos e temperatura

Ibitinga tem um clima tropical, chove muito mais no verão do que no inverno e a temperatura média é de 21.6°C, sendo janeiro o mês mais quente do ano, com média de 24.2°C e junho, com 18.0°C, tem a temperatura média mais baixa. A pluviosidade média anual é de 1238 mm, sendo agosto o mês mais seco, com precipitação média de 20 mm. Com uma média de 240 mm, o mês de Janeiro é o de maior precipitação. A diferença entre o mês mais seco e o mês mais chuvoso é de 220 mm. Outro dado importante é que as temperaturas médias variam 6.2 °C durante o ano.

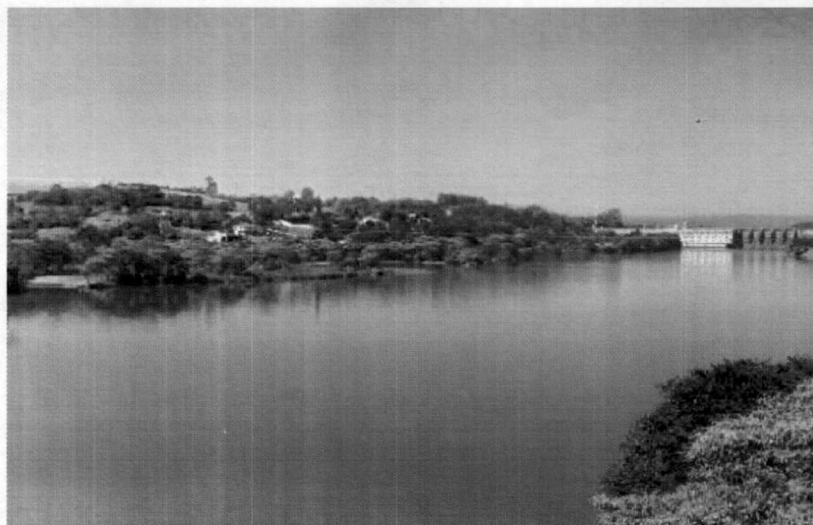
1.6.7.7 Recursos Hidricos

Ibitinga possui dentro de seus limites 78 cursos d'água, sendo os Rios Tietê, Jacaré-Pepira, Jacaré-Guaçú, Ribeirão dos Porcos e São Lourenço os principais.

Esses quatro e importantes rios (Jacaré-Pepira, Jacaré-Guaçú, Ribeirão dos Porcos e São Lourenço) são tributários do rio Tietê, pertencendo,

portanto, a Bacia do Rio Paraná, a qual forma conjuntamente com os Rios Paraguai e Uruguai, a Bacia Hidrográfica do Rio da Prata.

O Rio Tietê recebe todas as águas que passam pela APA Ibitinga. Com cerca de 1136 km de extensão, quase um terço da área total do Estado de São Paulo, o Rio Tietê tem sua nascente junto ao Município de Salesópolis, na Serra do Mar. É um rio que corre em direção contrária do Oceano, lançando suas águas no Rio Paraná, em Itapura, perto ao Mato Grosso do Sul.



Fonte: www.portalternurafm.com.br

O Rio Jacaré-Pepira tem suas nascentes no município de Brotas e São Pedro na APA Corumbataí. É um dos principais rios limpos do estado de São Paulo e ainda possui uma mata ciliar exuberante em vários trechos. Sua foz está localizada na divisa entre o município de Ibitinga e Itaju onde forma o famoso “Pantaninho”.



Fonte: www.panoramio.com

O Jacaré-Guaçú tem sua nascente localizada no município de Itirapina, São Carlos e Analândia na APA Corumbataí e percorre na APA Ibitinga formando uma importante área alagada conhecida pela população local como Varjão do Guaçú e sua foz se localiza em Ibitinga, próxima à Balsa Municipal.



Fonte: www.ferias.tur.br

O Ribeirão dos Porcos é formado por vários ribeirões, mas tem como principal afluente o Rio São Lourenço, ele está localizado no extremo oeste da APA Ibitinga fazendo divisas com os municípios de Borborema e Tabatinga. Tem sua foz no Rio Tietê abaixo da Usina Hidroelétrica de Ibitinga.



Fonte: www.panoramio.com

O Rio São Lourenço tem sua nascente localizada no município de Matão e deságua no Rio Tietê no município de Borborema.



Fonte: www.panoramio.com

1.6.8 APA (Área de Proteção Ambiental) de IBITINGA-SP

A Área de Proteção Ambiental Ibitinga é uma Unidade de Conservação de Uso Sustentável que abrange o município de mesmo nome. Foi criada pela Lei Estadual nº 5.536, de 20 de janeiro de 1987, com o objetivo de proteger as várzeas formadas pelos rios Jacaré-Pepira e Jacaré-Guaçu, abrangendo uma área de 64.900 ha.

Nessas áreas alagadas, denominadas popularmente pela população local como “Pantaninho” (várzea do rio Jacaré-Pepira) e “Varjão” (várzea do rio Jacaré-Guaçu), ocorrem importantes remanescentes de vegetação em estágio avançado de regeneração e a fauna a ela associada, como: tamanduá-mirim, veado campeiro, lobo guará, onça parda, além de diversas espécies de aves e peixes, algumas delas ameaçadas de extinção.

Segundo a APA, a vegetação que predominava antes da intensa exploração na APA Ibitinga era a Floresta Mesófila Semidecídua. Ela se situava nos vales dos Rios da APA com a influência de solos mais férteis, seguidas por manchas de cerrado que se situam nas cabeceiras dos rios onde estão localizados os solos menos férteis.

Hoje os poucos fragmentos florestais que restaram são de Floresta Mesófilas Semidecíduas, que ocupam 3.000 ha e representam 4% dos 64.900 ha (total da área da APA Ibitinga). Localizam-se nas áreas de depressão do Vale da Bacia em áreas de relevo acidentados, os quais são poucos agricultáveis.

PEIXES: Os dados do levantamento de peixes foram disponibilizados pela empresa AES Tietê S. A. da cidade de Promissão, dados esses obtidos através do Programa de manejo e conservação de Bacias Hidrográficas e Reservatórios no período de janeiro de 2007 a dezembro de 2008, que tem como objetivo a manutenção da biodiversidade ictíica e exploração racional dos reservatórios com vocação pesqueira e também pela associação Nossa Senhora dos Navegantes de Ibitinga.

Foram registrados 49 espécies de peixes na APA de Ibitinga, sendo desse total 42 espécies nativas e 7 espécies introduzida. Das espécies introduzidas o Apaiari, o Pescada, a Sardinha, a Tilápia-do-Nilo e o Trairão, são provenientes de peixamentos realizados pela Companhia Energética de São Paulo – CESP, já a espécie porquinho e o Tucunaré são originários, provavelmente, de escapes involuntários dos empreendedores particulares. A Espada Azul e o Mandi Serrote são espécies encontradas apenas no reservatório de Ibitinga. Juntamente com Nova Avanhandava, o reservatório de Ibitinga é segundo colocado em reservatório de espécies.

MASTOFAUNA: Na área da APA de Ibitinga, são encontradas muitas espécies nativas da fauna. Mamíferos de médio e grande porte como o Lobo Guará, o Gato do Mato o Veado Mateiro, a Onça Parda, o Tamanduá Mirim e Bandeira, o Macaco Preggo, a Mão Pelada, Ema entre outros, São encontrados na região. Não podemos esquecer das Sucuris que são verdadeiras “Rainhas” dos Rios da APA, das espécies de abelhas que polinizam muitas culturas agrícolas como por exemplos laranjais e também das inúmeras espécies de aves como os Biguás, Tuiuiús, Cabeças Secas, Colhereiros, Martim Pescador e Patos Selvagens que encantam com seus cantos e voôs. Muitos desses animais estão na lista de espécies ameaçadas de extinção ou quase ameaçadas de extinção no estado de São Paulo.

AVEFAUNA: As aves fazem parte de um grupo de animais que sempre despertaram interesses nas pessoas, seja pelo seus belos cantos, porte, cores ou plumagens.

Elas são encontradas praticamente em todos os ambientes terrestres do planeta, somando atualmente aproximadamente 9.500 espécies conhecidas pela ciência, do qual 1.650 ocorrem no Brasil.

Em toda a Área de Proteção Ambiental (APA) Ibitinga não temos ao certo a quantidade de espécies ocorrentes, mas em estudos realizados na região, estima-se a diversidade em aproximadamente 130 espécies.

1.7 Inserções regional e acessibilidade

Ibitinga está inserida no Sudeste do Brasil, centro do Estado de São Paulo, na bacia hidrográfica do Médio Tietê, na foz do rio Jacaré-Pepira, próxima as cidades de Araraquara e Bauru. As principais Rodovias que dão acesso ao município:

1. Rodovia Dr. Victor Maida-SP 331 – acesso à Rodovia Washington Luís;
2. Rodovia Washington Luís – SP 310 – acesso à Rodovia Anhanguera;
3. Washington Luís – SP 310 – acesso à Rodovia Bandeirantes – SP 348;
4. Rodovia Deputado Leônidas Pacheco Ferreira – SP 304 – acesso à Rodovia Marechal Rondon – SP 300;
5. Rodovia Marechal Rondon – SP 300 – acesso à Rodovia Castelo Branco – SP 280.

Distâncias:

- São Paulo – 360 Km;
- Araraquara – 76 Km;
- Ribeirão Preto – 145 Km;
- Bauru – 89 Km;
- Campinas – 260 Km;
- Jaú – 59 Km

O acesso Aeroviário de grande porte mais próximo é Aeroporto Leite Lopes (Ribeirão Preto-SP) à 130 km e Aeroporto regional entre Bauru-Arealva, à menos de 60 km. Ibitinga ainda possui uma pista de pouso para aeronaves de pequeno porte com as seguintes características: Pista: Comprimento = 1200 metros; largura = 18 metros A pista se encontra nas coordenadas: 21° 44' 50"S / 48° 51' 21"W, e permite aeronaves de pequeno e médio porte, motores a pistão,

turbo-hélice e turbo-jato. O balizamento noturno está em fase de aprovação pela Anac. Atualmente, operam as empresas Imaer Ibitinga Manutenção de Aeronaves, com os serviços de manutenção em diversos tipos de aeronaves a pistão, Mono e Multi-motor, com ênfase em aeronaves agrícolas. Também funciona no local uma escola para pilotos agrícolas.



1.8 Legislação Municipal de Turismo

As legislações que dizem respeito aos principais temas relacionados as turismo são:

Conforme o artigo 1º da Lei nº 2.259 (Ibitinga, 1997) – Fica instituído o Conselho Municipal de Turismo, instância municipal deliberativa do sistema descentralizado e participativo de assistência, fomento, implantação e desenvolvimento turístico entre o governo municipal e a sociedade civil.

Conforme a Lei nº 2.530 (Ibitinga, 2002) – Fica o Prefeito Municipal autorizado a celebrar convênio com a Secretaria de Estado de Turismo, para receber recursos financeiros destinados à realização de obras e eventos.

Desacordo com a Lei nº 2.576 (Ibitinga, 2002) – Fica o Poder Executivo autorizado a celebrar convênio com a Secretaria da Ciência, Tecnologia,

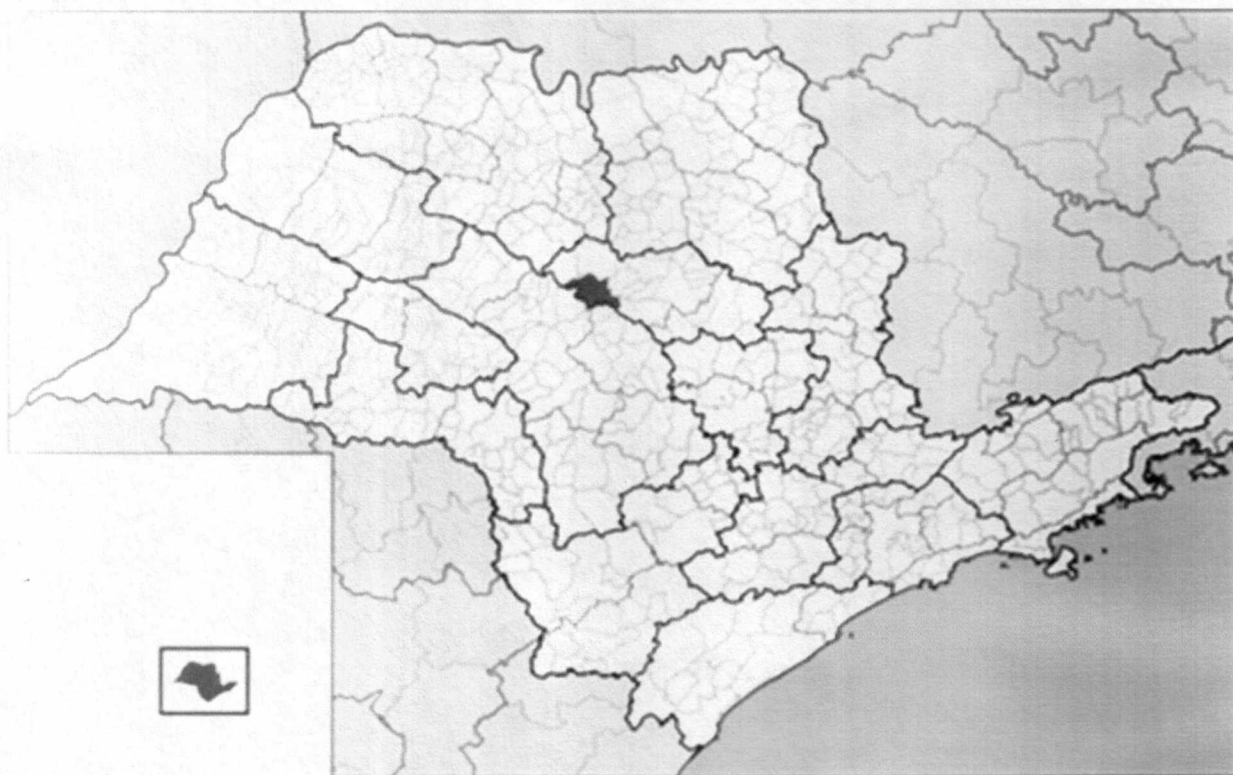
Desenvolvimento Econômico e Turismo, visando à execução de obras, projetos ou realização de eventos de natureza turística ou esportiva.

Conforme a Lei nº 2.577 (Ibitinga, 2002) – Fica instituído o Programa de Divulgação, de caráter informativo do Município, visando a incrementar o afluxo de turistas e de investidores ao município.

A Lei N° 4.391 de 2017, altera a Lei Municipal nº 3.336, de 17 de dezembro de 2009, que estabelece nova redação em seu artigo 2, tornando o COMTUR DELIBERATIVO, e ainda altera os números de membros tornando o conselho, com dois terços de representantes da iniciativa privada e comunidade e um terço de representantes do poder público, sendo estes das secretarias de Turismo, Cultura, Meio Ambiente e Educação.

1.9 Mapa do município

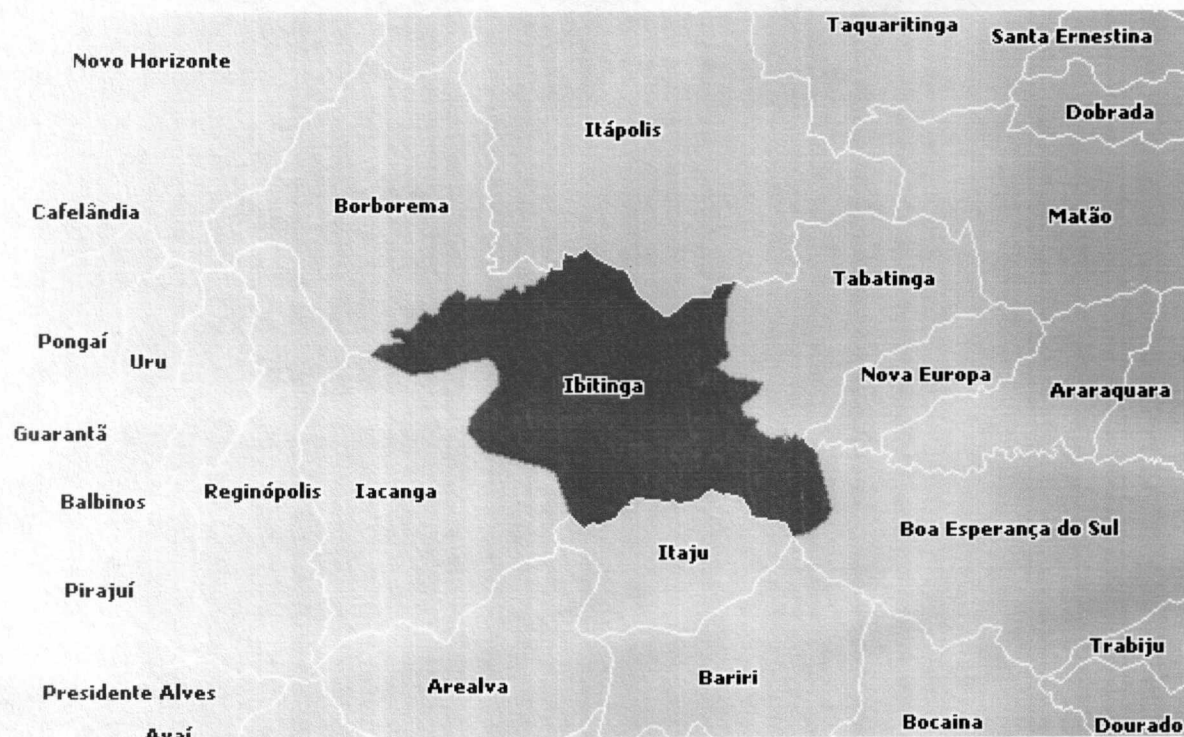
1.9.1 Delimitação da Área



Município de Ibitinga no Mapa de São Paulo

1.9.2 Localização e Limites

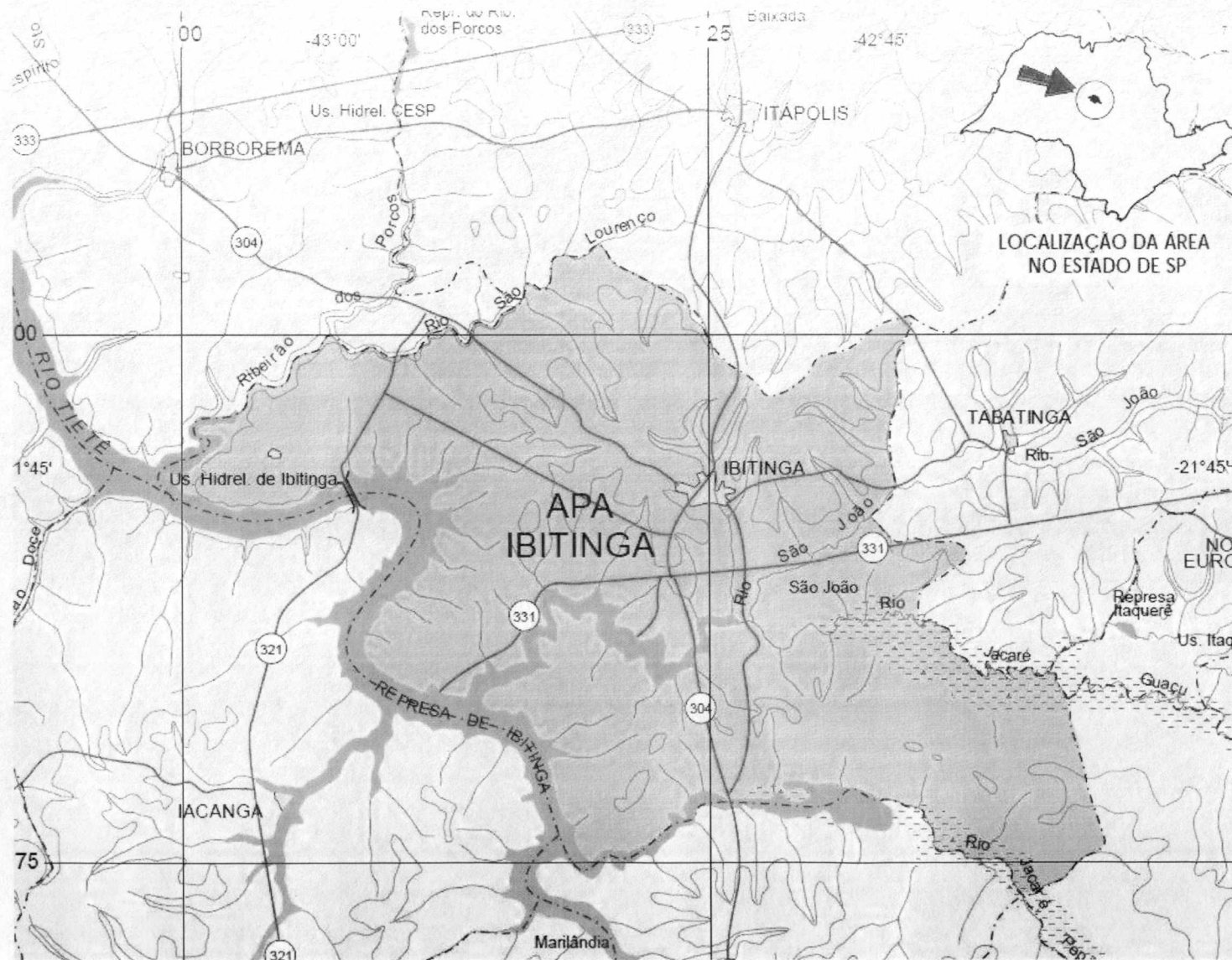
O município localiza-se entre a Latitude 21°45'23" e a Longitude 48°49'08", no centro geográfico do Estado de São Paulo, na região denominada Vale do médio Tietê, à sua margem direita.



1.9.3 Cidades Limítrofes

- Ao Norte - Itápolis
- Ao Noroeste - Borborema
- Ao Sul - Itaju
- Ao Sudeste – Boa Esperança do Sul
- Ao Leste – Tabatinga/ Nova Europa
- Ao Oeste - Iacanga

1.9.4 Mapa da zona rural Ibitinga



1.9.5 Mapa Zona urbana de Ibitinga



1.10 Comtur

O Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) é um órgão consultivo e DELIBERATIVO do Poder Executivo municipal, que tem por objetivo opinar, sugerir, indicar e propor medidas que tenham por finalidade o desenvolvimento da atividade turística no Município, segundo a Lei N° 4.391 de 2017.

Art. 2º. O Conselho Municipal de Turismo - COMTUR, vinculado à Secretaria de Turismo e Desenvolvimento do Comércio e Indústria, é órgão de caráter deliberativo e consultivo, com a finalidade de conjugar esforços entre o Poder Público e a sociedade civil, em questões referentes ao desenvolvimento do turismo e à implementação da política municipal de turismo, elegendo a atividade como fator de desenvolvimento sustentável social, econômico, cultural e ambiental da Estância Turística de Ibitinga (a Lei N° 4.391 de 2017).

A missão do Comtur é coordenar, incentivar e promover o turismo no município. Promover a articulação de toda a sociedade por meio de campanhas que propiciem a transformação de cada cidadão em agente da indústria turística e defensor do patrimônio cultural e ambiental.

A Lei N° 4.391 de 2017, altera os números de membros tornando o conselho representado por dois terços de representantes da iniciativa privada e comunidade e um terço de representantes do poder público, sendo estes das secretarias de Turismo, Planejamento, Agricultura e Meio Ambiente, Obras Públicas, Cultura e Educação.

2. CONSOLIDAÇÃO DO TURISMO NA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE IBITINGA

2.1 Destino Consolidado

Segundo o livro *Retalhos*, do jornalista Roque de Rosa, diversos acontecimentos contribuíram para a vinda de turistas para Ibitinga. O primeiro datado da década de 1970, cita o bordado como precursor, tendo a emissora de rádio local, um grande contribuição na divulgação do comércio de Ibitinga, principalmente a partir de 1974 com a realização da 1ª Feira do Bordado de Ibitinga. Após o evento, a emissora, juntamente com a Loja Singer faziam propaganda de Ibitinga, com os dizeres “Visite Ibitinga – Capital Nacional do Bordado”. A partir daí, surgiram inúmeras lojas de bordado no centro da cidade e o número de turistas só aumentava.

“Ibitinga a partir de 74, iniciou a fase decisiva de sua vida. A cidade, mais que centenária, acordou e partiu para um progresso incrível que nunca mais parou. A vida do povo mudou completamente. O turista comercial passou a fazer parte da cidade. Ibitinga se habituava a ver na sua paisagem coletivos procedentes de todos os quadrantes do Brasil, para comprar seu bordado”.

(ROSA, 2000, p.218)

O crescimento do número de turistas fez surgirem novas oportunidades de empreendimentos. Emergiram na cidade vários equipamentos de serviços turísticos, como bares, restaurantes, lanchonetes e hotéis, porém insuficientes ainda para atender uma demanda de 300 a 600 ônibus num único final de semana.

Outros fatores também contribuíram para alavancar o desenvolvimento do turismo em Ibitinga, como, por exemplo, as novenas de cura e libertação que eram realizadas pelo padre Lourival de Moraes, realizadas às quartas-feiras, atraindo visitantes de diversas cidades. Além disso, os eventos Via Sacra ao Vivo, Corpus Christi e Feira do Bordado contribuem significativamente para atrair turistas à cidade.

2.2 Atrativos Expressivos e Permanentes

Comércio de Bordado

Na Capital Nacional do Bordado, grandes empresas empregam milhares de funcionários, pois, o produto é a principal atividade econômica da cidade. Ibitinga é um shopping a céu aberto, pois em suas ruas centrais encontra-se o Centro Comercial, composto por mais de 1.200 lojas que comercializam produtos bordados. As fábricas de bordados e afins chegam a 2.800 estabelecimentos, e nesse patamar está a grandeza da Capital Nacional do Bordado.

A visitação ao comércio de Bordado da cidade acontece durante o ano todo, com fluxos de turista durante a semana, com um perfil de compra no atacado e aos finais de semana um excursionista à lazer, com um perfil varejista. As ruas do centro da cidade, onde se concentram o maior número dos estabelecimentos comerciais, são tomadas por turistas buscando levar os bordados de Ibitinga

Para mais informações ver capítulo 3.1.1 atrativos comerciais deste documento.

Feira do Bordado

A força motriz da economia ibitinguense tem o seu ápice anualmente, por ocasião da realização da Feira do Bordado de Ibitinga. Segundo Roque de Rosa, "A Feira do Bordado passou a ser um marco divisório no ano comercial da cidade", pois a cidade tomava um novo impulso comercial após a Feira.

A idealizadora da Feira do Bordado foi a Senhora Juliana Zapata Camas, Presidente de Honra da 'Primeira Feira do Bordado de Ibitinga', que ocorreu no ano de 1974. A partir da segunda edição da 'Feira do Bordado de Ibitinga', o evento passou a ter uma semana e com shows diários, para entretenimento do público local. Em 2003, foi construído, um espaço próprio para a realização da feira, o 'Pavilhão Permanente de Exposições Dr. Licínio Hilmar de Oliveira Arantes'.

A 'Feira do Bordado de Ibitinga' acontece sempre na primeira quinzena de julho, e faz parte do calendário turístico da cidade, e do Estado de São Paulo através da Lei Estadual nº 14.439 de 04/05/2011, sendo um dos maiores eventos

do Estado. Atualmente, o evento recebe em torno de 200 mil visitantes, provenientes de diversas cidades do Brasil.

Para mais informações ver capítulo 3.1.4 Eventos deste documento.

Corpus Christi

O Corpus Christi é um evento religioso organizado pela Paróquia do Senhor Bom Jesus, com apoio da Prefeitura Municipal, que consiste em enfeitar com bordado algumas ruas do centro da cidade, formando um corredor para a procissão. São 10 quarteirões enfeitados com bordados produzidos em Ibitinga. Após a procissão, os bordados são vendidos e a renda é revertida para a Associação do Senhor Bom Jesus. O evento atrai um público estimado em 30 mil pessoas. Organização: Paróquia do Senhor Bom Jesus e demais paróquias do municípios

Para mais informações ver capítulo 3.1.4 Eventos deste documento.

Via Sacra

A Via Sacra é um evento cultural encenado pelo “Grupo de Teatro Bom Jesus”, formado por uma equipe com mais de 200 atores. A encenação relata os últimos momentos de Jesus Cristo na Terra, dividido em 15 estações, do julgamento à morte e por fim a ressurreição. O evento tem como público principal os moradores da cidade, além de atrair visitantes das cidades vizinhas, totalizando em torno de 4000 pessoas por apresentação. Organização: Grupo de Teatro Bom Jesus

Para mais informações ver capítulo 3.1.4 Eventos deste documento.

Feira do Artesanato

Há mais de 25 anos Ibitinga oferece aos seus visitantes uma “Feira de Artesanato” que acontece todos os sábados das 04h00 às 13h00 horas. São 536 bancas com os mais diversos artigos em bordados artesanais. Esta feira está concentrada em três ruas ao redor da Igreja Matriz, localizada na rua D. Pedro II no centro da cidade, e outra rua ao redor da Estação Rodoviária. Os principais produtos são almofadas, panos de prato, fronhas, tapetes, entre outros. Pelo decreto nº 3516-A, de 20 de dezembro de 2012, os expositores da feirinha de

artesanato não podem comercializar alguns produtos que são exclusivos das lojas.

Para mais informações ver capítulo 3.1.1 atrativos comerciais deste documento.

Fazenda Voltinha

A Fazenda Voltinha está localizada no interior do Estado de São Paulo e possui atrativos naturais de muita beleza, além de preservar instalações da época do café. Atualmente, a fazenda cultiva cana-de-açúcar, dedica-se a pecuária, recebe turistas e escolas. A Fazenda Voltinha possui uma rica oferta de atrativos naturais, destacando: reserva de mata natural, córrego, rio, paisagem e animais silvestres.

Dentre as atividades de visitação, sugere-se a Trilha dos Macacos, visita ao mini-museu, visita nas instalações da tulha e terreiro, passeio de trole e cavalgada, contato com animais, galinhas, bezerros, carneiros, observação da natureza, trilha do rio, entre outros.

Para mais informações ver capítulo 3.1.2 Atrativos Naturais deste documento.

2.3 Equipamentos e Serviços Turísticos

2.3.1 Meios de hospedagem

Nome do Hotel	Endereço	Fone
Victória Park Hotel	Rua Prudente de Moraes, 493	(16) 3342-4199
Hotel São Francisco	Rua Horizontino Negrão, 687	(16) 3341 5700/ 3341 5699
Hotel Pousada Vivenda do Portal	Estrada Municipal Jose B. Borsetto, nº113	(16) 3341-5131 / 3341-2183 /
Ibiti Palace Hotel	Rua Dr. Teixeira, nº303	(16) 3342 3433 / 3341-3817
Bem Estar Hotel	Rua Domingos Robert, nº572	(16) 3342-9734
Hotel Pousada dos Ipês	Avenida das Bordadeiras, nº181	(16) 3342-4233

Hotel Vista Alegre	José Custódio, nº 270	(16) 3342-5652
--------------------	-----------------------	----------------

Para mais informações ver capítulo 3.1.6 Meios de Hospedagem neste documento e inventários turístico

2.3.2 Serviços de Alimentação

Nome do Hotel	End.	Fone
Don Canaã Restaurante	Rua Flamboyant, nº30	
Restaurante Dotti	Avenida Guido Isidoro Dall'Acqua, 238	(16) 3341- 2782
Restaurante Cumadi & Cumpadi	Rua José Custódio 262	(16) 3342- 2551
O Portal Restaurante	Rua Treze de Maio 1119	(16) 3342 7091 / 3342-2577
Restaurante Castelo	Rua Treze de Maio, nº 930	(16) 3342 6706
Rotisserie e Panificadora Rowalu	Avenida Sete de Setembro, nº 680	(16) 3342- 3643
Tempero Manero Restaurante	Rua Prudente de Moraes 1064	16) 3341 8639
Restaurante Paladar	Rua Bom Jesus, nº 348- A	(16) 3342- 5324
Restaurante O Bacharel	Rua Adail de Oliveira, nº 712	(16) 9-9707- 8448
Let's Eat	Avenida Sete de Setembro, nº 542	(16) 3342- 8605

Para mais informações ver capítulo 3.1.7 Serviços de Alimentação neste documento e inventários turístico

2.3.3 Informações turísticas

Portal de entrada da cidade

Endereço: Acesso vereador Manoel Alves Lopes

Horário de funcionamento: Terça-feira a sexta-feira das 07h00 às 11h00 e das 13h00 às 17h00; sábado das 07h00 às 13h00.

Telefone: (16) 3341-1828

Para mais informações inventários turístico

2.4 Infraestrutura de Apoio Turístico

2.4.1 Empresas de transporte rodoviário que atuam em Ibitinga

Empresa Cruz, Viação Ril, Viação Santa Cruz, Viação Luwasa

Para mais informações, verificar inventário turístico.

2.4.2 Serviço de Comunicação

Agência postal

Rua Prudente de Moraes, 470 – Centro
Telefone: (16) 3342-4240

Rua Adail de Oliveira, 745 - Centro
Telefone: (16) 3341-5680

Emissora de rádio

Ternura FM - 99,3Mhz;

Rádio Meteorologia Paulista OT 62ZYG - 845Mhz

Rádio Ibitinga AM – Zyk592 - 1110Khtz AM;

Rádio Máxima FM – 90,3Mhz

Emissora de TV

TV Educativa Cidade de Ibitinga
Sintonia: canal 19 UHF

Jornal

Folha de Ibitinga

Telefone: (16) 3341-5862

Ibitinga News

Telefone: 9-9789-892

Impacto

Telefone: (16) 3341-1997 / 9-8125-9717

Ibitinga Diário

Telefone(16) 9-8140-1236

Revista

Revista Multivisão

Revista Like Is

Telefone: (16) 3342-3089	Telefone: (16) 3341-7282 / 9-9606-2061
Revista Foco Rua Cecília Casimiro de Amorim, nº748 –	

Operadoras de celular			
Vivo	Claro	Tim	Oi

Para mais informações, verificar inventário turístico.

2.4.3 Sistema de Segurança

Segurança		
<u>Delegacia de Polícia</u>	<u>Polícia Civil</u>	<u>Polícia Militar</u>
Quantidade: 1	Servidores: 15	Servidores: 44
Rua Bom Jesus, nº986 – Centro	Rua Bom Jesus, nº 986 – Centro	Pelotão da Polícia Militar Rua Domingos Robert, nº 671 – Centro
Telefone: (16) 3342-2223	Telefone: (16) 3342-2223	Telefone: (16) 3341-6194
<u>Corpo de Bombeiros</u>	<u>Guarda Municipal</u>	<u>Polícia Ambiental</u>
Servidores: 32	Servidores: 31	Servidores: 10
Avenida Dom Pedro II, nº 1788 – Centro	Avenida Anchieta, nº 190 Bairro: Centro	Área de atuação: Ibitinga, Tabatinga, Itápolis e Borborema
Telefone (16) 3341-5392 / 193	Telefone: (16) 3342-4101	Localização: Rua José de Paula Souza, nº 400 Bairro: Jardim Eldorado Telefone: (16) 3342-4221

Para mais informações, verificar inventário turístico.

2.4.4 Atendimento médico emergencial

UPA-24 horas

Unidade de Pronto Atendimento Socorro

Localização: Avenida Dom Pedro II, nº 1.779

Bairro: Centro

Telefone: (16) 3341-8359 / 3341-8238 / 3341-5951 / 9-9783-3658

Nº de leitos: 14

Nº de leitos de emergência: 04

Pronto Socorro Municipal Vila Maria

Localização: Av.: Albino de Batista, nº 713

Bairro: Vila Maria

Telefone: (16) 3342-7300/ 3342-2221

Nº de leitos: 02

Hospital

Santa Casa de Caridade e Misericórdia

Localização: Rua Domingos Robert, nº 1090

Bairro: Centro

Nº de leitos: 86 (SUS) / 04 (UTI)

Telefone: (16) 3352-7711 /192

Hospital Ibitinga

Localização: Rua Pereira Landim, 514

Bairro: Centro

Telefone: (16) 3341-4070 / 3341-7777

Nº de leitos: 12

Médico plantonista: 01 (07h00 às 19h00); 01 (19h00 às 23h00)

Para mais informações, verificar inventário turístico.

2.5 Infraestrutura Básica

2.5.1 Sistema de Abastecimento de Água Potável

O sistema de abastecimento de água da cidade de Ibitinga (SP) é composto de uma captação superficial no córrego Água Quente dentro da mancha urbana, bem como da exploração de 10 poços tubulares profundos, distribuídos em diversos pontos da malha urbana. Quanto à captação, a mesma encontra-se às margens do córrego Água Quente, nas coordenadas N 7594,000 W 724,990, cuja elevatória de água bruta é composta de 2 conjuntos de bombeamento, sendo um de 50 cv e o outro de 100 cv. A água bruta é bombeada até a ETA (Estação de Tratamento de Água), localizada no centro da cidade, na Rua Dom Pedro II, produzindo em média 100 m³/h (cem metros cúbicos por hora) de água tratada. A estação de tratamento de água (ETA) tem uma jornada de funcionamento de 18 horas por dia. Os poços em produção atualmente foram perfurados em épocas distintas, com diversos diâmetros que produzem vazões conforme suas profundidades perfuradas e idade de perfuração.

2.5.2 Gestão de Resíduos Sólidos

A Prefeitura Municipal de Ibitinga, atualmente, adota uma solução de transbordo de seu resíduo sólido produzido no município para um aterro sanitário particular, fora do município. Desta forma, os serviços de coleta e transporte do resíduo sólido, bem como o transbordo para fora do município de Ibitinga são realizados por empresas terceirizadas, contratadas através de concorrência pública. Existe uma empresa contratada (Sanepav - Saneamento Ambiental Ltda.) que executa a coleta e transporte até uma Estação de Transbordo. Uma outra empresa contratada (Centro de Gerenciamento de Resíduos Ltda. - CRG de Catanduva) executa o transporte e destinação dos resíduos sólidos para um aterro sanitário no município de Catanduva (SP).

2.5.3 Coleta e tratamento de Esgoto

A cidade de Ibitinga dispõe apenas de um sistema de coleta, afastamento e lançamento de efluente de esgoto. A sua topografia favorece o transporte por gravidade do efluente de esgoto, e não dispõe até o momento de

um sistema de tratamento de esgoto, efetuando seu lançamento in natura nos córregos que circundam a cidade, principalmente o córrego São Joaquim.

Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), Ibitinga: Apresenta 98% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 95.8% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 5.1% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio). Quando comparado com os outros municípios do estado, fica na posição 60 de 645, 290 de 645 e 593 de 645, respectivamente.

Fonte: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/ibitinga/panorama> Acessado em 21/09/2017.

O sistema de coleta, afastamento e lançamento da cidade de Ibitinga é composta por redes coletoras, os coletores tronco, uma linha de recalque, uma estação elevatória de esgoto (EEE) com capacidade de 10 l/s, com período de funcionamento de 10 horas diárias. Sua função principal é bombear os efluentes que se acumulam na região oeste da cidade (Distrito Industrial e adjacências) e encaminhá-los ao coletor paralelo ao córrego Saltinho. Para tanto, dispõe de um conjunto moto bomba de 20 CV. Entretanto, foi declarado que a mesma não é dotada de automação local, telemetria ou mesmo telecomando. O estado de conservação é adequado, existindo um bom programa de manutenção. Todo o sistema tem 142.100 metros de tubulação com materiais variando entre PVC, manilha cerâmica, concreto e outros materiais. O maior diâmetro é de 600 mm e o menor de 150 mm interligando toda essa malha existe 1421 poços de visita.

A cidade de Ibitinga não executa o tratamento de seu efluente produzido. Assim, através do Programa “Água Limpa” o SAAE obteve um projeto para implantação de um sistema de tratamento de efluentes do município. O projeto foi concebido para um horizonte de 20 anos (até 2031), sendo adotada uma taxa de crescimento de 2% ao ano. As vazões avaliadas para o projeto foram baseadas no consumo de 200 litros/hab.dia, com uma contribuição domiciliar de 19,20 m³/economia.mês, para uma taxa de 3,2 habitantes/economia. As vazões adotadas foram: para início do projeto (2011), a máxima diária de 141,44 l/s e máxima horária de 212,16 l/s; para o final do projeto, a máxima diária de 210,18 l/s e máxima horária de 315,26 l/s. A contribuição orgânica per capita foi adotada em 54g/hab.dia e a concentração de coliformes termotolerantes no esgoto bruto de 107 org./100 ml. O projeto em tela foi concebido e detalhado, tendo como melhor opção o direcionamento de todos os efluentes produzidos nas 8 (oito)

bacias da cidade para a Estação Elevatória de Esgoto 1 (EEE-1), utilizando-se de 7 (sete) coletores tronco a ser construído e um coletor tronco já existente (CT-Saltinho). A EEE-1 será localizada na confluência do córrego São Joaquim com o córrego Taquara do Reino. Terá uma capacidade de bombeamento de 310 l/s para uma altura manométrica $H_{man} = 16,44$ mca. A partir da EEE-1, o efluente será recalcado através da linha de recalque 01 (LR-1) com extensão de 150 metros e diâmetro de 500 mm até o emissário de Esgoto Bruto-07 (BEM-7) cujo diâmetro é de 800 mm e que, por gravidade, leva o esgoto bruto até a Estação Elevatória de Esgoto 2 (EEE-2) de vazão igual a 380 l/s e 25,50 mca de altura manométrica. A partir da EEE-2, o esgoto é recalcado através de uma linha de recalque LR-02 até a Estação de Tratamento de Esgoto (ETE). Para a disposição final do esgoto tratado, será executado o lançamento por gravidade no ribeirão Jacaré- Guaçu através de um emissário cujo diâmetro deverá ser de 800 mm.

Esse projeto foi desenvolvido pela empresa Engecorps – Corpo de Engenheiros Consultores Ltda., que passa a fazer parte integrante do Plano Municipal de Saneamento de Ibitinga (SP). O custo estimado para a execução do projeto em tela é de R\$ 15.916.831,81, com preços base de dezembro/2009.

3. DIAGNÓSTICO TÉCNICO E PARTICIPATIVO

3.1 Oferta Turística do município.

3.1.1 Atrativos comerciais

Comércio de Bordado

Na 'Capital Nacional do Bordado' grandes empresas empregam milhares de funcionários, pois, o produto é a principal atividade econômica da cidade, ultrapassando as fronteiras do país, fazendo negócios com o MERCOSUL, mercado europeu, asiático, americano e africano.

A produção da linha de bordados em cama, mesa, banho, decoração e confecções de Ibitinga contribui para fazer com que o Brasil ocupe lugar de destaque, no ranking dos maiores produtores têxteis do mundo.

Localizada na região central do Estado de São Paulo, Ibitinga possui fácil acesso às principais rodovias de São Paulo. Ao longo dos anos, a produção do bordado na Estância Turística de Ibitinga consolidou uma cadeia produtiva que engloba cerca de 2.200 estabelecimentos comerciais, industriais e de serviços, responsáveis por aproximadamente 40 mil empregos diretos e indiretos. Ibitinga é um shopping a céu aberto, pois em suas ruas centrais encontra-se o 'Centro Comercial', composto por mais de 1.200 lojas que comercializam produtos bordados. As fábricas de bordados e afins chegam a 2.800 estabelecimentos, e nesse patamar está a grandeza da 'Capital Nacional do Bordado'.

Feira do Artesanato

Há 25 anos Ibitinga oferece aos seus visitantes uma "Feira de Artesanato" que acontece todos os sábados das 04h00 às 13h00 horas. São 626 bancas com os mais diversos artigos em bordados artesanais. Esta feira está concentrada em três ruas ao redor da Igreja Matriz localizada na rua D. Pedro II no centro da cidade, e outra ao redor da Estação Rodoviária.

É uma ótima opção de compras de miudezas tais como: almofadas, panos de prato, fronhas, tapetes etc. É uma feira gratuita, mas os artesãos precisam estar cadastrados na prefeitura e devem produzir seu material artesanalmente. Muitos deles já são micro empreendedores individuais (MEI)

fazendo assim parte do mercado formal de trabalho. Os preços são bastante atrativos e alguns deles possuem até maquinas de cartão de credito. Pelo decreto nº 3516-A de 20 de dezembro de 2012 os expositores da feirinha de artesanato, não podem comercializar alguns produtos que são exclusivos das lojas.

No seu entorno há ótimos restaurantes, lanchonetes, sorveterias, agências bancárias, ponto de táxi e funciona ao seu lado também uma feira de produtos do campo, tais como: frutas, legumes, verduras, vassouras, flores, e até barracas de pastéis como uma ótima opção para o lanche.

Durante a realização da Feira do Bordado, a feirinha funciona inclusive aos domingos, e no feriado de Corpus Christi é transferida para as ruas próximas.

3.1.2 Atrativos Naturais

APA Ibitinga

APA – Ibitinga A Área de Proteção Ambiental – APA Ibitinga abrange o município de mesmo nome e foi criada pela Lei Estadual nº 5.536, de 20 de janeiro de 1987, com o objetivo de proteger as várzeas formadas pelos rios Jacaré – Pepira e Jacaré-Guaçu, abrange uma área de 64.900 ha.

A APA Ibitinga é uma Unidade de Conservação de Uso Sustentável (área protegida que permite o uso conforme as orientações do Plano de Manejo e conta com um Conselho Gestor da APA que é formada por instituições do poder público e da sociedade civil.)

Nessas áreas alagadas, denominadas popularmente pela população local como “Pantaninho” (várzea do rio Jacaré- Pepira) e “Varjão” (várzea do rio Jacaré- Guaçu), ocorrem importantes remanescentes de vegetação em estágio avançado de regeneração e a fauna a ela associada, como: tamanduá mirim, veado campeiro, lobo guará, onça parda, além de diversas espécies de aves e peixes, algumas delas ameaçadas de extinção. Podemos chamar estas duas áreas alagadas e cheios de rios caudalosos de o verdadeiro “Pantanal Paulista”, pois são verdadeiros Paraíso das Águas e da Biodiversidade. Na APA Ibitinga também ocorrem várias formações florestais como a Floresta Estacional

Semidecidual (é a floresta que fica parcialmente desfolhada na época seca do ano), floresta de brejo ou paludosa (floresta que fica permanentemente inundada, abrigando as nascentes dos rios), Floresta ou Mata Ciliar (floresta que ocorre ao longo das margens dos rios e que protege as águas) e manchas de cerrado (áreas com vegetação de porte médio com troncos grossos e tortuosos como o Barbatimão, Ipê Amarelo do Cerrado ou o Angico do Cerrado). A APA Ibitinga está localizada na porção centro oeste do Estado de São Paulo, fazendo parte dos Comitês de Bacias Hidrográficas Tietê – Batalha e Tietê – Jacaré. Seu território abrange o município de Ibitinga, possuindo uma área de aproximadamente 689 km² ou 68.900 ha, situada entre os paralelos 21° 39'10" S e 21° 55'39" S e os meridianos 48° 38' 25 " W e 49° 04' 59" W. As rodovias de acesso da APA Ibitinga, conforme DER-SP são: 1) SP 321- Cezário José de Castilho que liga Jacanga a Ibitinga; 2) SP 304 – Deputado Leônidas Pacheco Ferreira que liga Jaú – Ibitinga – Novo Horizonte ; 3) SP 317 – Doutos Maurício Antunes Ferraz que liga Ibitinga a Itápolis; 4) SP 331 – Deputado Victor Maida que liga Ibitinga a Tabatinga. Além da Hidrovia Tietê Paraná que liga Anhembi – SP ao Rio Paraná em Itapura – SP (divisa com o Mato Grosso do Sul). (Fonte: Revista APA Ibitinga 2013 – 1ª ed.)

Pantanal Paulista

O Pantanal Paulista é formado por todas as áreas alagada presentes na APA Ibitinga que formam um ambiente parecido com o Pantanal Matogrossense com seus ciclos de águas bem particulares, formando grandes lagos naturais na época das chuvas abrigando uma enorme diversidade de aves, peixes, mamíferos, insetos e répteis. O pantanal Paulista tem duas importantes áreas conhecidas pela população local que são o Pantaninho no rio Jacaré-Pepira e Varjão do Guaçu no rio Jacaré-Guaçu.

O rio Jacaré-Guaçu oferece para quem gosta de natureza, o Varjão do Jacaré, uma extensão de área pantanosa de fácil acesso e beleza ímpar. O município se destaca em seu sistema fluvial, pois localizado numa região plana, o rio não possui grandes corredeiras ou quedas d'água, sendo calmo e limpo, tornando-se um bom local para navegação, pesca e esportes náuticos.

O Rio Jacaré-Pepira nasce na divisa entre as cidades de Brotas e São Pedro, na Serra de Itaqueri a uma altitude de 960 metros, com um percurso de 174 km, desembocando no Rio Tietê, no município de Ibitinga, com uma altitude aproximada de 400 metros. O Jacaré-Pepira detém o título do rio mais limpo e preservado do nosso Estado e nele está localizado o Pantaninho – a única reserva pantanosa com similaridade ímpar, tanto na fauna quanto na flora ao Pantanal Mato-grossense numa área de Proteção Ambiental (APA – Lei Estadual Nº 5.536, de 20 de Janeiro de 1987 – São Paulo). O Rio Jacaré-Pepira se mantém preservado pelo “Consórcio Intermunicipal, pela conservação da natureza da bacia do Rio-Jacaré-Pepira, entidade que congrega os 13 municípios ao longo do curso, culminado com Ibitinga na região do “Pantaninho” e confluência com o Rio Tietê.

Fazenda Voltinha

A Fazenda Voltinha está localizada no interior do Estado de São Paulo, possui atrativos naturais de muita beleza, além de preservar instalações da época do café. Adquirida por volta de 1900, iniciando suas atividades com criação de porcos, cavalos e milho. Em 1927, foi inaugurada a casa da sede, construída sobre alicerce de pedras, e tijolos fabricados na própria olarias da fazenda. A sede possui um porão com várias salas, que atualmente está destinada para expor objetos do início do século, formando um mini museu. Ao redor da sede há uma serraria, engenho de tração animal, máquina de beneficiamento de café, capelinha, tulha e um enorme terreiro. A partir de 1930, iniciou-se a cultura do algodão por imigrantes japoneses, sendo necessária a construção de casas para abrigá-los, transformando-se em uma grande colônia. Por volta de 1940, começa o ciclo do café nesta propriedade, desde o plantio até seu beneficiamento, contando com o trabalho de imigrantes italianos. Atualmente a fazenda cultiva cana-de-açúcar, dedica-se a pecuária, recebe turistas e escolas. A Fazenda Voltinha possui uma rica oferta de atrativos naturais, destacando: reserva de mata natural, córrego, rio, paisagem e animais silvestres. Dentre as atividades de visitação, sugere-se a Trilha dos Macacos, visita ao mini-museu, visita nas instalações da tulha e terreiro, passeio de trole e

cavalgada, contato com animais, galinhas, bezerros, carneiros, observação da natureza, trilha do rio, entre outros.

3.1.3 Atrativos Culturais

Biblioteca Municipal

O prédio da Biblioteca Municipal, de estilo Renascentista, foi criado pelo arquiteto Rosalbino Tucci e inaugurado em 9 de Fevereiro de 1930. Nele funcionou o primeiro Banco de Ibitinga, o Banco Melhoramentos de Ibitinga. Em 11 de Junho de 1941, o Banco Melhoramentos de Ibitinga foi vendido ao Banco Mercantil de São Paulo, que manteve suas operações até a data de 16 de Maio de 2003, quando foi adquirido pelo Banco Bradesco S/A. O Prédio ficou vazio até o ano de 2006, quando foi instalado nele a Biblioteca Municipal Professora Iracema Casemiro Amorim. O prédio foi tombado como Patrimônio Histórico pelo CONDEPHAAT.

Museu Duílio Galli

Ibitinga possui o Museu Duílio Galli com cerca de 130 obras como pinturas à óleo, desenhos, serigrafias, esculturas acadêmicas, gravuras de artistas de renome, como Tarsila do Amaral, Alfredo Volpe, Aldemir Martins, entre outros.

3.1.4 Eventos

Feira do Bordado

A força motriz da economia ibitinguense tem o seu ápice anualmente, por ocasião da realização da 'Feira do Bordado de Ibitinga'. A idealizadora da Feira do Bordado foi a Senhora Juliana Zapata Camas, Presidente de Honra da 'Primeira Feira do Bordado de Ibitinga', que ocorreu no ano de 1974, na gestão do prefeito da época, Senhor Nicola Lucínio Sobrinho, que nomeou para assumir a organização desta primeira feira, a Dra Imaculada De Masi Tonini. Este evento aconteceu por dois dias, em um sábado e um domingo, mas o sucesso foi

instantâneo: um grande público lotou as dependências do Colégio onde hoje, funciona a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ibitinga – FAIBL.

A partir da segunda edição da 'Feira do Bordado de Ibitinga', o evento passou a ter uma semana e com shows diários para entretenimento do público local. A cidade começou, então, a se transformar e as lojas foram se multiplicando, embora o bordado continuasse totalmente artesanal. A importância das Feiras era inegável e o evento passou a ser prioridade da prefeitura.

Em 1977, os shows mudaram para o 'Ginásio Municipal de Esportes – Nicolão', pois o prédio da escola não mais comportava tal público e logo a seguir a própria feira precisou de mais espaço. Em 2003, foi construído, pelo então Prefeito Florisvaldo Antônio Fiorentino, um espaço próprio para a realização da feira, o 'Pavilhão Permanente de Exposições Dr. Licínio Hilmar de Oliveira Arantes'.

Segundo Roque de Rosa “A Feira do Bordado passou a ser um marco divisório no ano comercial da cidade”, pois a cidade tomava um novo impulso comercial após a feira. A 'Feira do Bordado de Ibitinga' acontece sempre na primeira quinzena de julho, com uma história de sucesso e crescimento. Já faz parte do calendário turístico da cidade e do Estado de São Paulo, sendo um dos maiores eventos do Estado.

A 'Feira do Bordado de Ibitinga' está em sua 44ª edição, sendo realizada pela Prefeitura da Estância Turística de Ibitinga. Durante os dez dias do evento, a movimentação financeira gira em torno de 10 milhões de reais, com mais de 170 expositores distribuídos em 25 mil metros quadrados, com 12 shows principais, mais de 15 shows de abertura e um público visitante de 200 mil pessoas, oriundas de todas as regiões do país. São 14 mil metros quadrados de área coberta e climatizada, divididos em três pavilhões, sendo um apenas para o bordado, o outro para produtos variados e o terceiro, abriga a 'Praça de Alimentação' e os shows.

A 'Feira do Bordado de Ibitinga' é um evento onde os empresários do setor apresentam aos consumidores em geral, as novidades bordadas no segmento de cama, mesa, banho, cozinha, decoração, bebê e moda noiva.

Corpus Christi

O **Corpus Christi** é um evento religioso organizado pela Paróquia do Senhor Bom Jesus, com apoio da Prefeitura Municipal que consiste em enfeitar com bordado algumas ruas do centro da cidade, formando um corredor por onde o padre caminha segurando o ostensório, formando uma procissão de fiéis que caminha e reza. São 10 quarteirões enfeitados, com bordados produzidos em Ibitinga. Após a procissão, os bordados são vendidos e renda é revertida para a Associação do Senhor Bom Jesus.

Via Sacra

A Via Sacra é um evento cultural encenado pelo “Grupo de Teatro Bom Jesus”, formado por uma equipe com mais de 200 atores. A encenação relata os últimos momentos de Jesus Cristo na Terra, dividido em 15 estações, do julgamento à morte e, por fim, a ressurreição. O evento tem como público principal os moradores da cidade, além de atrair visitantes das cidades vizinhas.

3.1.5 Hierarquização de Atrativos Turísticos de Ibitinga

A metodologia utilizada é uma adaptação daquela utilizada pela Organização Mundial do Turismo (OMT). A aplicação dessa metodologia teve como objetivo auxiliar na avaliação da importância dos atrativos identificados para inclusão no roteiro turístico. Com este instrumento são estabelecidas prioridades para determinar a escolha e as decisões dos governantes, administradores, gestores e empreendedores.

Seguindo orientações e sugestões da Organização Mundial do Turismo (OMT) e do Ministério do Turismo Brasileiro, em primeiro lugar, deve-se avaliar o potencial de atratividade do elemento conforme as características e peculiaridades e o interesse que pode despertar nos turistas.

Foi estabelecida uma ordem quantitativa para o desenvolvimento do potencial para o turismo e atribui um valor quantitativo às suas características, utilizando as pontuações de níveis 3 (três), 2 (dois), 1 (um) e 0 (zero), sendo o nível 3 o mais alto e o zero o atrativo sem potencial nenhum.

Em segundo lugar, avaliam-se aspectos que auxiliarão na definição dessa hierarquia (Figura 2 - Quadro de critérios para hierarquização de atrativos).

Esse critério permite classificar cada atrativo de acordo com uma escala preestabelecida. Deste modo, ele fornece subsídios para a diferenciação objetiva das características e dos graus de importância de cada atrativo.

- Grau de uso atual: permite analisar o atual volume de fluxo turístico efetivo e sua importância para o município. Difere do grau de interesse por representar a situação atual, em vez da potencial. Um alto grau de uso indica que o atrativo apresenta uma utilização turística efetiva.

- Representatividade: fundamenta-se na singularidade ou raridade do atrativo. Quanto mais se assemelhar a outros atrativos, menos interessante ou prioritário.

- Apoio local e comunitário: a partir da opinião dos líderes comunitários, deve se analisar o grau de interesse da comunidade local para o desenvolvimento e disponibilidade ao público.

- Estado de conservação da paisagem circundante: verificar, por observação in loco, o estado de conservação da paisagem que circunda o atrativo. Neste item é analisada a ambiência do atrativo.

- Infraestrutura: verificar, in loco, se existe infraestrutura disponível no atrativo e o seu estado.

- Acesso: verificar as vias de acesso existentes e suas condições de uso.

Critérios		Valores			
		0	1	2	3
Potencial de atratividade (a)		Nenhum	Baixo	Médio	Alto
Hierarquia	Grau de uso atual (b)	Fluxo turístico insignificante	Pequeno fluxo	Média intensidade e fluxo	Grande fluxo
	Representatividade (c)	Nenhuma	Elemento bastante comum	Pequeno grupo de elementos similares	Elemento singular, raro
Hierarquia	Apoio local e comunitário (d)	Nenhum	Apoiado por uma pequena parte da comunidade	Apoio razoável	Apoiado por grande parte da comunidade
	Estado de conservação da paisagem circundante (e)	Estado de conservação péssimo	Estado de conservação regular	Bom estado de conservação	Ótimo estado de conservação
	Infra-estrutura (f)	Inexistente	Existente, porém em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções/melhorias	Existente e em ótimas condições
	Acesso (g)	Inexistente	Em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções/melhorias	Em ótimas condições

Figura 2 - Quadro de critérios para hierarquização de atrativos

Na Avaliação dos Atrativos de Ibitinga foi elaborada a tabela a seguir para ilustrar a hierarquização. Foram agrupados os atrativos turísticos de Ibitinga pelo segmento turístico a que se enquadra por categoria. Turismo de compras, turismo religioso, turismo cultural, turismo rural e turismo ecológico, conforme Tabela 1.

Hierarquização dos Atrativos Turístico de Ibitinga										
	Atrativo	Segmento Turístico	Potencial da atratividade (x 2)	Grau de uso atual	Representatividade de raridade (x 2)	Apoio local	Estado de conservação da paisagem	Infra estrutura	Acesso	total
1º	Feira do Bordado	Evento/Compras	6	3	6	3	2	2	3	25
2º	Comercio do Bordado	Compras	6	3	4	3	1	2	1	20
3º	Feira da Praça	Evento/Compras	4	3	4	2	2	1	1	17
4º	Corpus Cristhi	Evento Religioso	4	2	4	3	2	1	1	17
5º	Via Sacra	Evento Religioso	2	2	4	2	1	2	2	15
6º	Igreja Matriz	Historico/Religioso	2	1	2	2	2	2	2	13
7º	Fazenda Voltinha	Rural	2	1	2	1	2	2	2	12
8º	Pantaninho / Jacaré Pepeira	Ecologico	2	0	4	0	3	0	0	9
9º	Procissão Nossa Sra dos Navegantes	Evento Religioso	0	1	2	2	1	1	1	8
10º	Marcha para Jesus	Evento Religioso	0	1	2	1	1	1	2	8
11º	Festa São Benedito	Evento Religioso	0	0	2	2	1	1	2	8
12º	Biblioteca Municipal	Histórico	0	0	0	1	2	2	2	7
13º	Encontro de Moto Club	Evento/Cultural	0	1	0	1	1	2	2	7
14º	Jacaré Guaçu	Ecologico	2	0	0	0	2	0	2	6
15º	Carnaval da Saudade	Evento/Cultural	0	0	0	1	1	1	2	5
16º	Festa Sr. Bom Jesus	Evento Religioso	0	0	0	1	1	2	1	5
17º	Rio Tiete e Eclusa	Ecologico	2	0	0	0	2	0	0	4
18º	procissão Luminosa	Evento Religioso	0	0	2	1	0	0	1	4
19º	Museu Duilio Galli	Cultural	0	0	0	0	0	1	2	3
20º	Cruz do Cigano	Evento Religioso	0	0	0	0	0	0	1	1

TABELA 1: Hierarquização dos atrativos turísticos de Ibitinga

O levantamento realizado, para relacionar os atrativos da Estância Turística de Ibitinga, apontou os eventos e locais da Tabela 1 como atrativos: nos primeiros lugares estão três atrativos comerciais e um evento religioso: a Feira do Bordado, Comércio do Bordado, Feira da Praça e Corpus Christi. Na sequência evidenciou atrativos religiosos como a Via Sacra, Igreja Matriz do Sr. Bom Jesus. Os atrativos Rurais e ecológicos são compostos pela Fazenda Voltinha, Pantaninho / Rio Jacaré Pepira. Não menos importantes, mas possíveis de serem ampliados e requalificados para o turismo estão outros atrativos como Procissão de N^a Senhora dos Navegantes, Marcha para Jesus, Festa de São Benedito, Biblioteca Municipal, Encontro de Moto Clubes, Rio Jacaré Guaçú, Carnaval da Saudade, Festa do Sr. Bom Jesus, Rio Tietê e Eclusa, Procissão Luminosa, Museu Duilio Galli e Cruz do Cigano. Com base nas orientações do Ministério do Turismo foi possível analisar e qualificar o grau de potencialidade da atratividade de cada um deles, atribuindo as notas e relacioná-los na ordem de atrativo com maior potencialidade até o menos atrativo.

3.1.6 Meios de Hospedagem

Victória Park Hotel

Encontra-se situado na região central da cidade, com fácil acesso a bancos e a região comercial. O hotel possui 96 unidades de acomodação em seis andares, dispõe de suíte presidencial e apartamentos com várias configurações. Conta também com área de lazer, salão de convenções, restaurante e café da manhã aberto ao público.



Fonte: www.panoramio.com

Hotel São Francisco

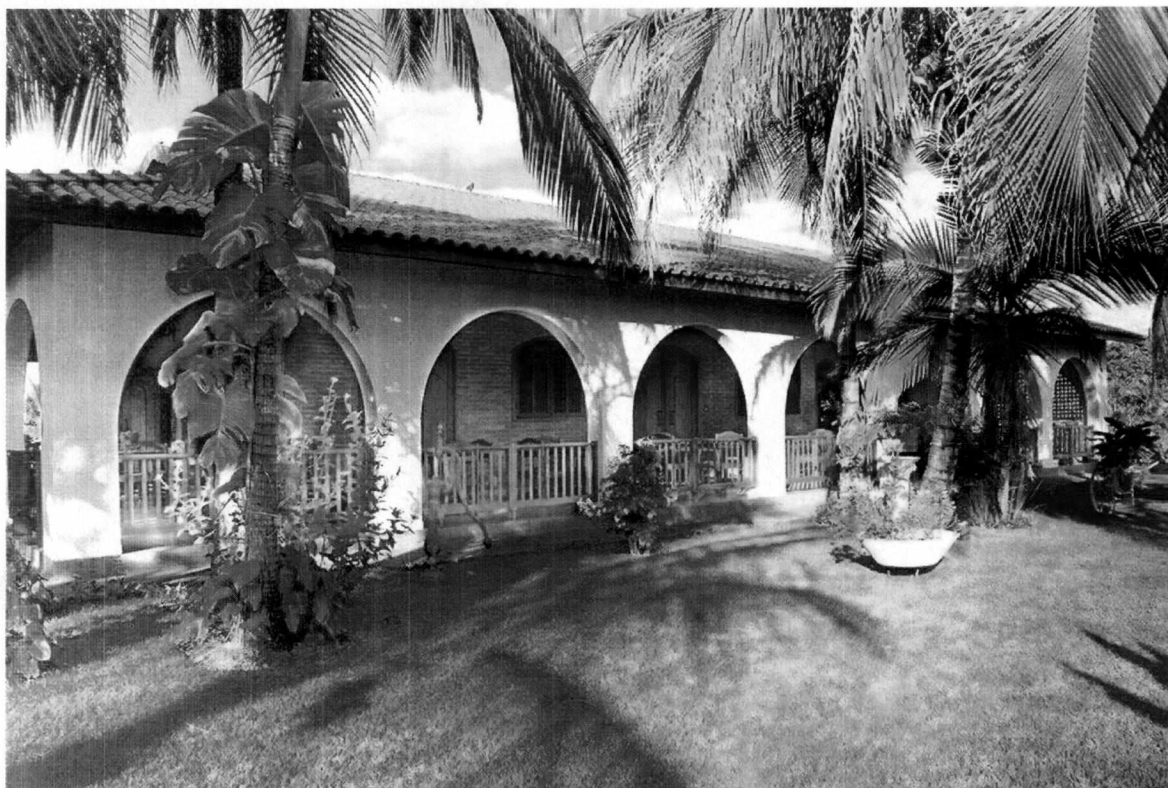
Encontra-se na região central, próximo ao Terminal rodoviário, em seu entorno encontra-se várias lojas de bordados. O prédio possui dois andares com 35 apartamentos para atender aos viajantes e excursionistas, abaixo existem lojas que também atendem aos turistas.



Fonte: www.ferias.tur.br

Hotel Pousada Vivenda do Portal

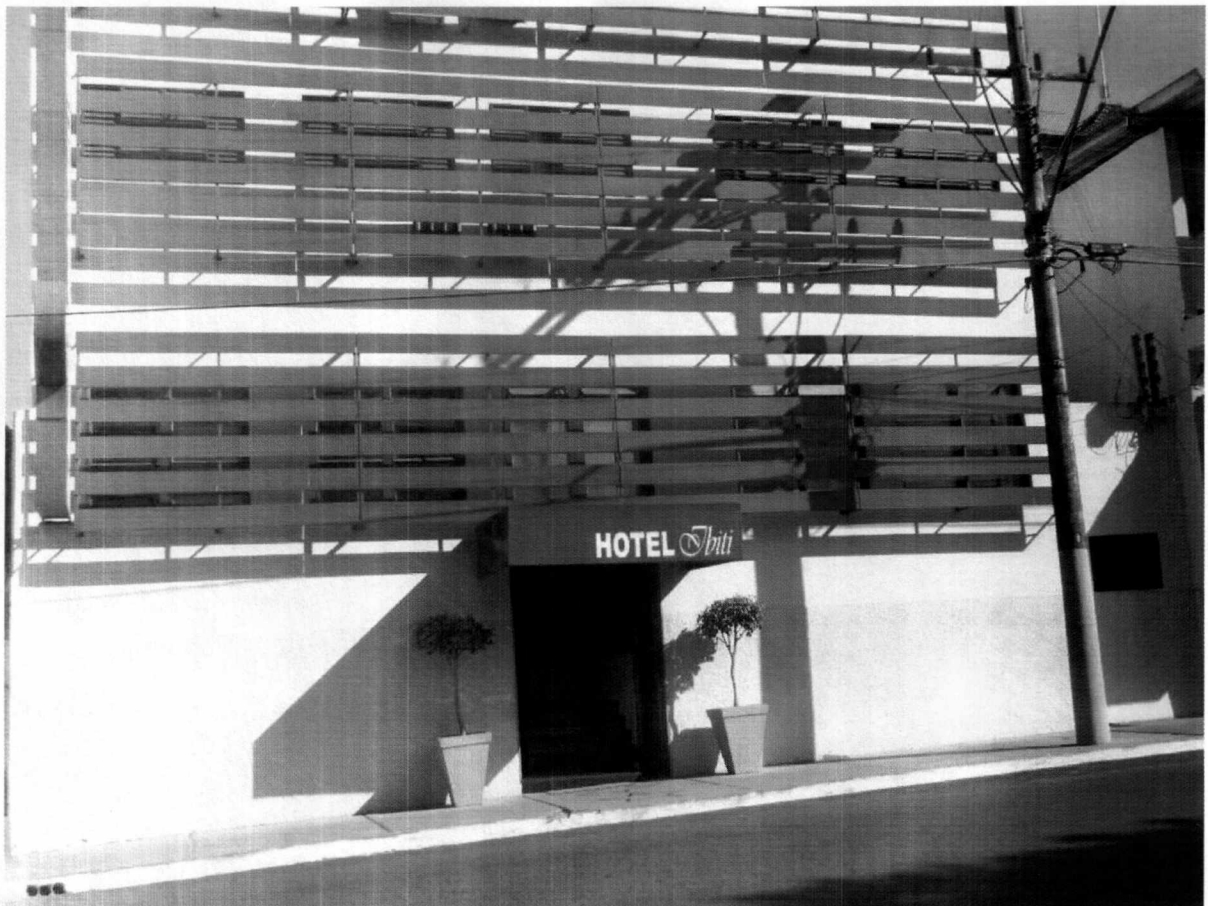
Localizado em uma chácara muito próxima a cidade, é o lugar ideal para quem procura tranquilidade sem abrir mão do conforto, construído em meio ao verde, trazendo toda a vitalidade do campo com árvores e pequenos animais. Possui 10 apartamentos.



Fonte: www.vivendadoportal.com.br

Ibiti Palace Hotel

Situado na região central, é um dos mais antigos hotéis da cidade com 64 apartamentos. Em seu entorno encontra-se posto de combustível, banco e lojas do comércio.



Fonte: www.panoramio.com

Hotel Bem Estar

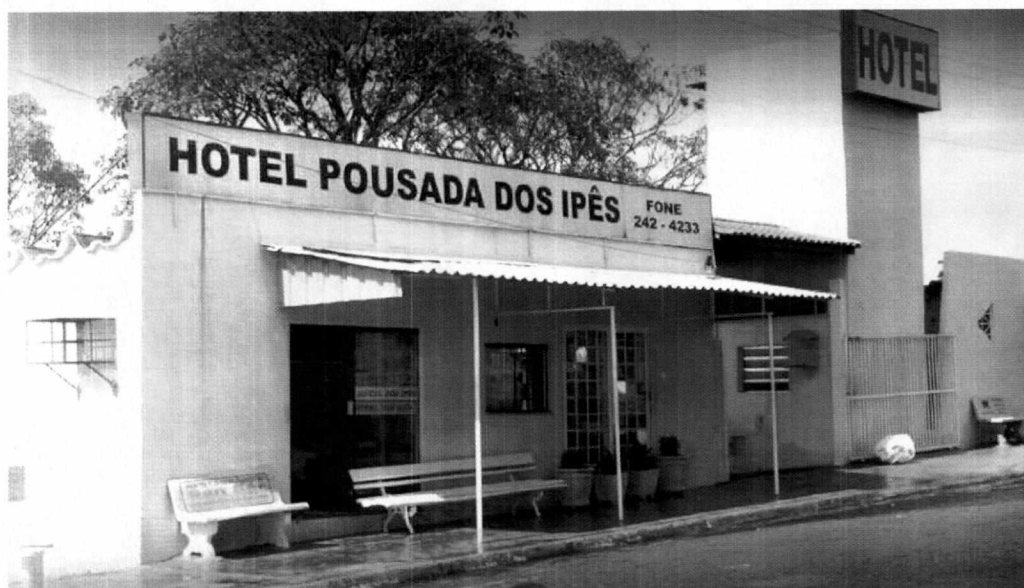
O Hotel Bem Estar, inaugurado em 2014, está localizado na região central da cidade de Ibitinga. Em seu entorno podem ser encontrados vários tipos de estabelecimentos como: Agências bancárias, Posto de Saúde Central, Posto de Gasolina, Igreja Matriz, Restaurantes, Ponto de táxi, Farmácia, Lojas de Bordados entre outros comércios. No local onde está construído o Hotel Bem Estar, já foi ocupado pelo antigo Hotel Henrique. Possui 34 apartamentos.



Fonte: www.bemestarhotel.com.br

Hotel Pousada dos Ipês

Com 20 apartamentos, está localizado na entrada da cidade, conta com fácil acesso e em seu entorno encontram-se igrejas, fábricas de bordados, restaurante e posto de combustível. Dispõe de vinte apartamentos para acomodar seus clientes.



Fonte: www.google.com.br

Hotel Center

Localizado bem no centro da cidade, facilitando aos seus clientes o rápido acesso ao centro comercial, bancos, igrejas e restaurantes. É um hotel que fica situado em cima de algumas lojas de bordado e conta com apenas dez apartamentos para acomodação dos clientes.



Fonte: www.panoramio.com

Hotel Vista Alegre

Localizado no centro da cidade, conta com 24 apartamentos para acomodação dos clientes. Em seu entorno encontram-se restaurante, lanchonete, posto combustível e rápido acesso ao centro comercial da cidade.

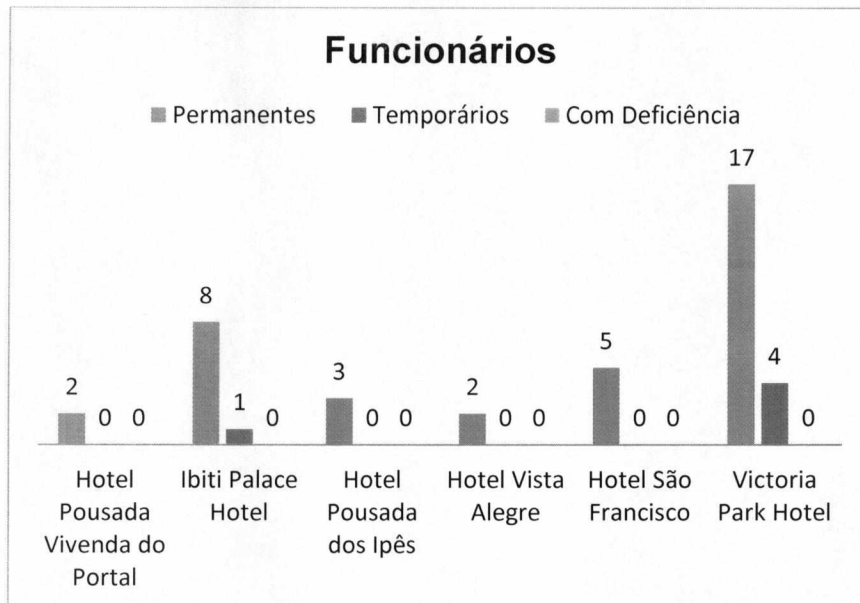


Fonte: www.panoramio.com

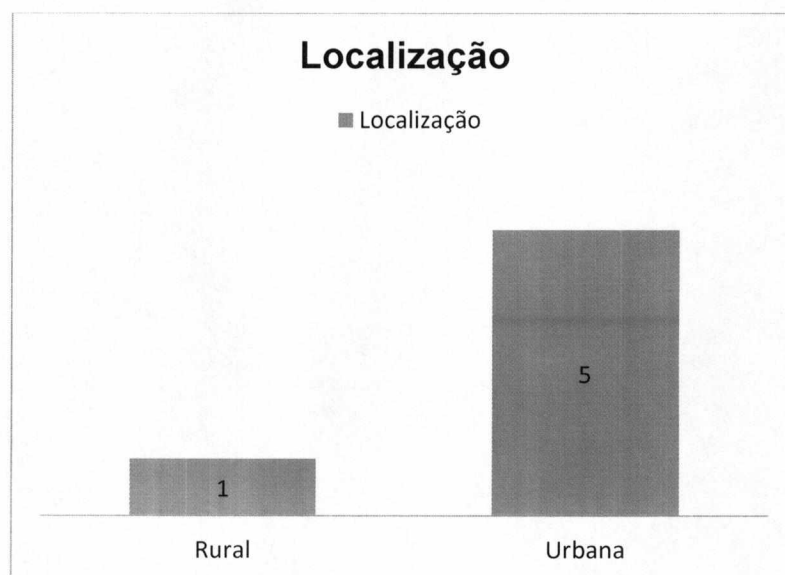
Dimensão do setor de hospedagem no Município

Os gráficos a seguir representam os resultados de uma pesquisa realizada em alguns hotéis na cidade de Ibitinga, na qual foram abordadas questões relacionadas à hotelaria. Abaixo são apresentadas cada categoria.

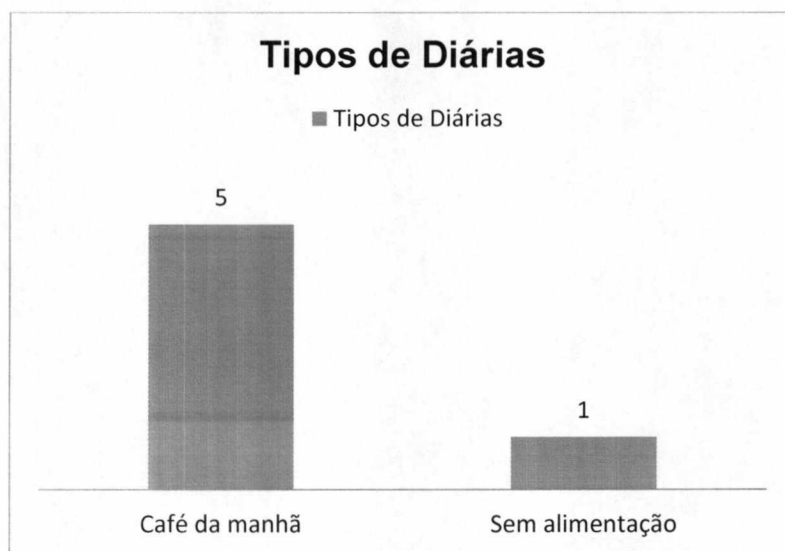
O gráfico abaixo apresenta os números de funcionários, classificando-os por categorias, sendo elas: funcionários permanentes, temporários e com deficiências.



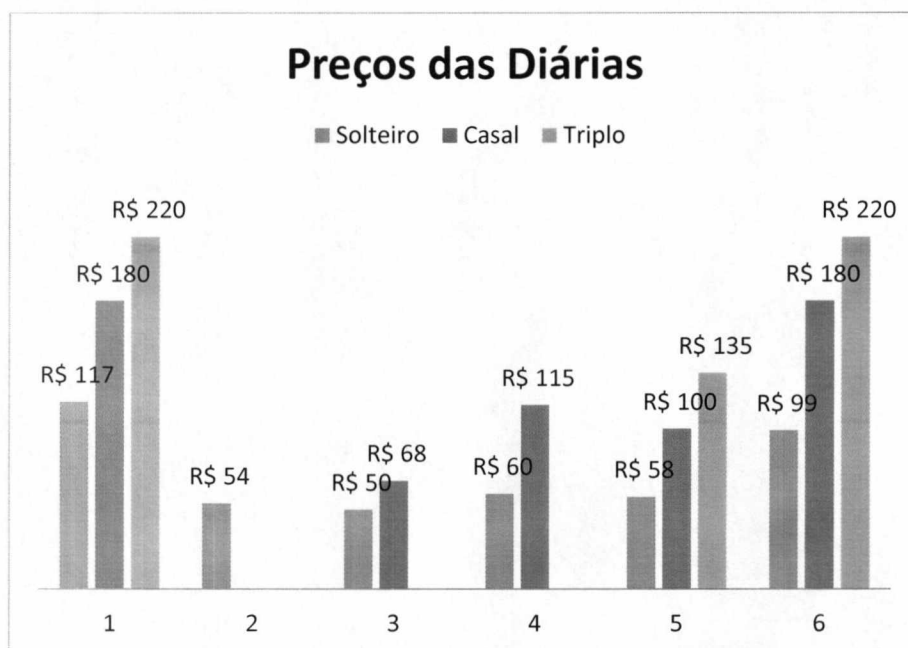
O gráfico abaixo apresenta como estão distribuídos os hotéis na cidade de Ibitinga em relação a área urbana e rural.



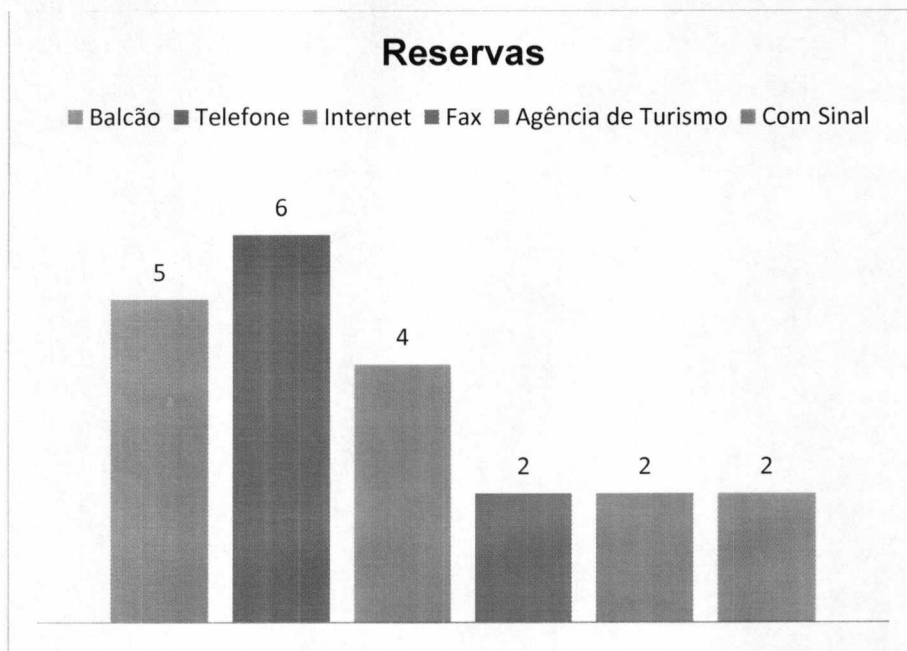
Para representar os tipos de diárias praticadas nos hotéis da cidade de Ibitinga, o gráfico abaixo traz categorizados os mais ofertados.



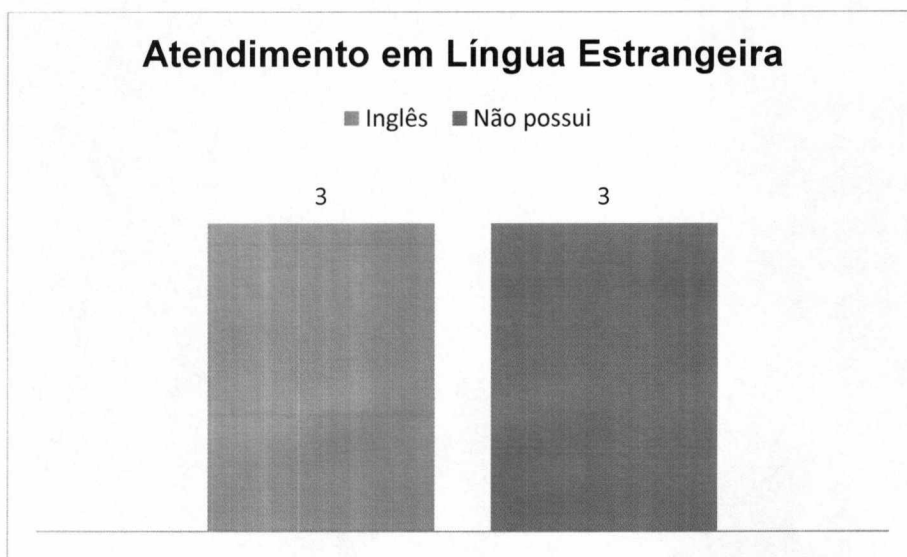
Abaixo no gráfico estão representados os preços e formas de pagamentos praticados atualmente nos hotéis, divididos quanto a sua categoria: solteiro, casal e triplo.



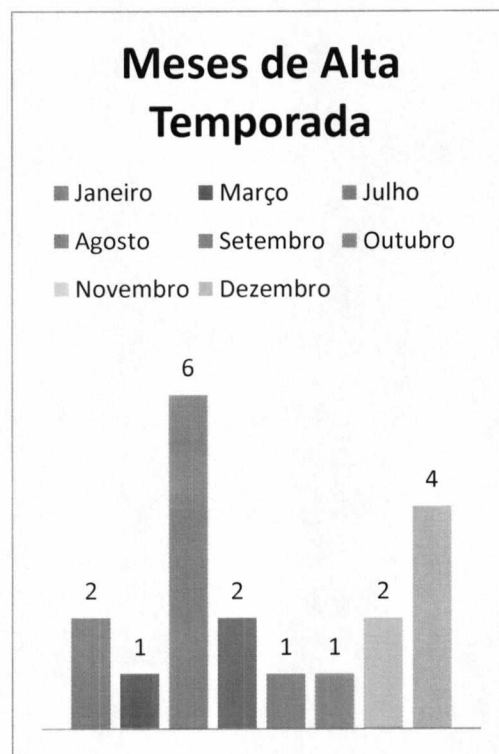
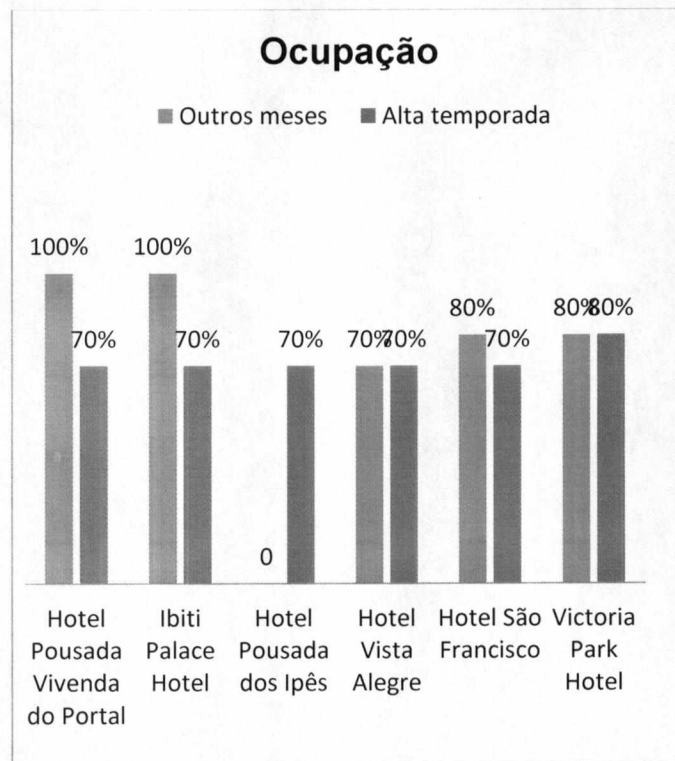
Abaixo no gráfico estão representados como os clientes dos hotéis realizam suas reservas (internet, telefone, fax, agências de turismo e/ou diretamente no balcão com recepcionista).



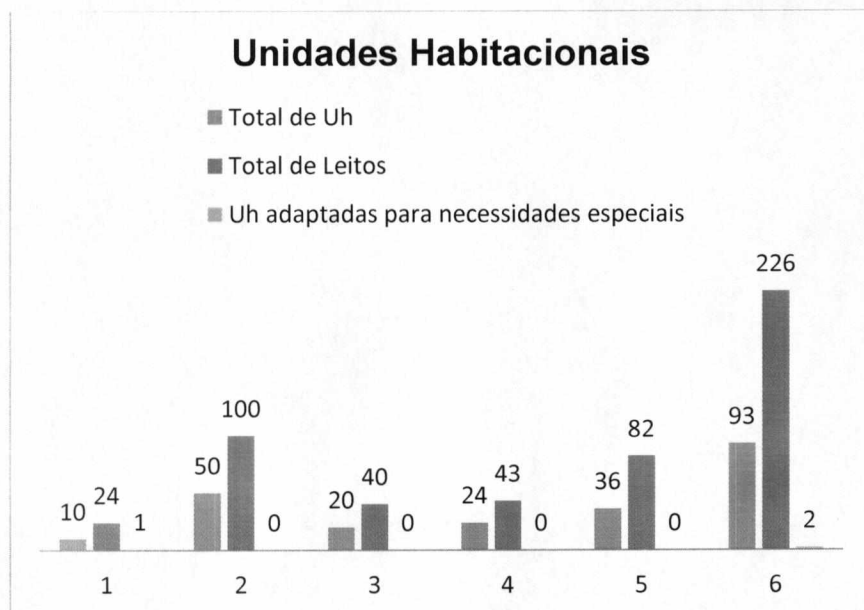
No gráfico a seguir está representado o número de hotéis que dispõe de atendimento ao cliente em língua estrangeira.



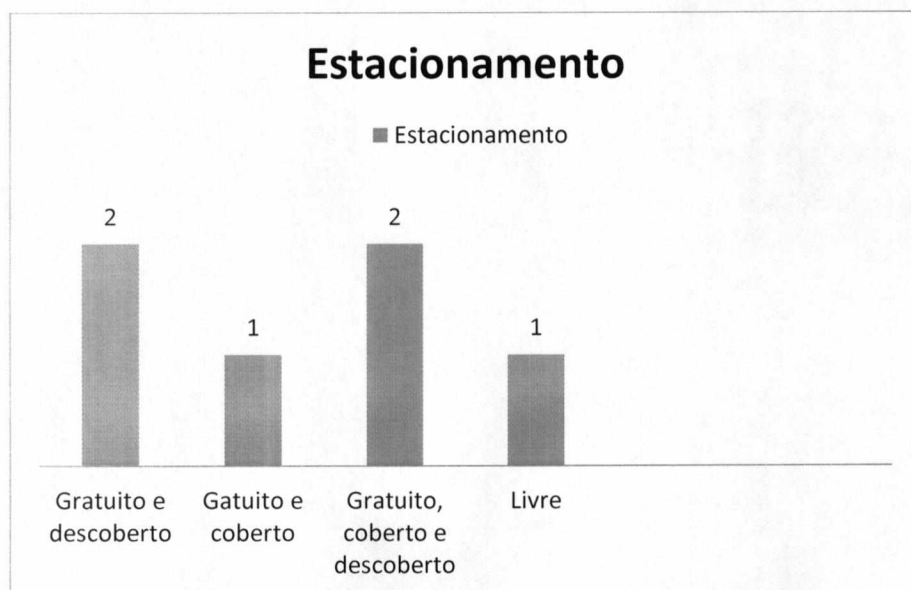
Nos gráficos a seguir estão representados os números referentes à taxa de ocupação dos hotéis e também à taxa de ocupação em meses de alta temporada.



No gráfico a seguir temos representados a quantidade de unidades habitacionais disponíveis nos hotéis pesquisados, com quantidades de leitos e apartamentos adaptados para pessoas com necessidades especiais.



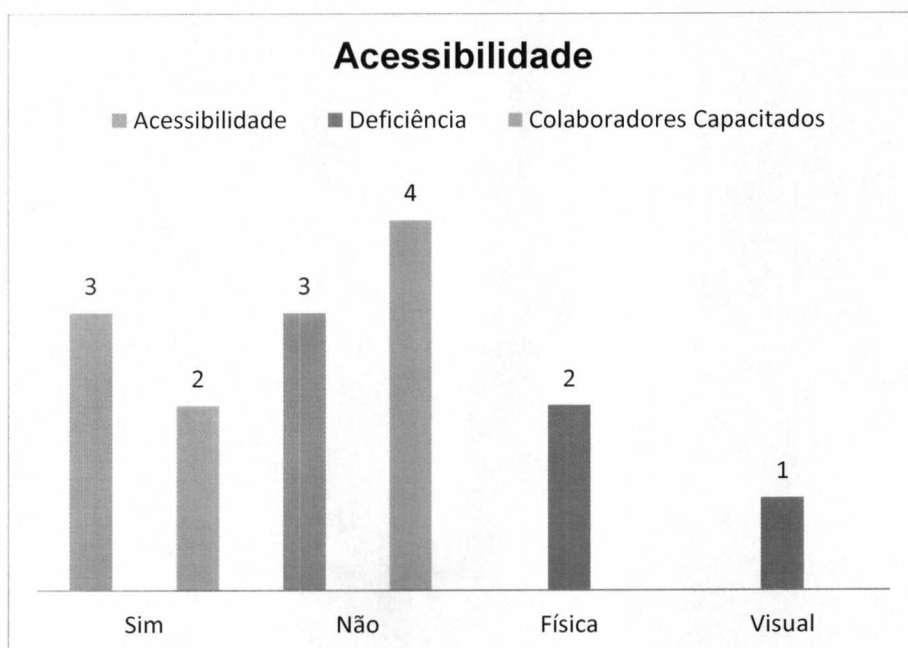
No gráfico a seguir estão dispostos dados referentes às instalações dos hotéis pesquisados, quanto a sua estrutura de estacionamento.



No gráfico a seguir estão dispostos dados referentes aos serviços oferecidos pelos hotéis quanto à interação social dos hóspedes e também da comunidade, se utilizando de serviços como: realização de eventos, aluguel de espaço para terceiros, alimentação, entre outros.



No gráfico a seguir estão dispostos dados referentes a acessibilidade de pessoas especiais nos hotéis pesquisados, especificando os tipos de deficiências e colaboradores capacitados para o atendimento.



3.1.7 Alimentos e Bebidas

Restaurante Don Canaã

Está localizado no Bairro Cidade Jardim Canaã, com funcionamento de terça-feira a domingo, oferece almoço executivo todas as terças-feiras a sextas-feiras, sugestões do chef, happy hour, menu executivo e a la carte.

Conta com rampa de acesso a pessoas com necessidades especiais, aceita cartões de crédito e débito.



Restaurante Dotti

Está localizado no Bairro Vitoria II, com funcionamento todos os dias, exceto feriados, oferece serviço self service, especializado em comidas caseiras.

Conta com rampa de acesso a pessoas com necessidades especiais e aceita cartões de crédito e débito.



Fonte: www.panoramio.com

Restaurante Cumadi & Cumpadi

Está localizado no centro de Ibitinga, com funcionamento de terça-feira a sexta-feira (11:00 às 14:00), sábado e domingo (11:00 às 15:00). Oferece serviço self-service, à la carte, prato feito, marmitex, com especialidade em comida caseira.

Conta com rampa de acesso a pessoas com necessidades especiais e não aceita cartões de crédito e débito.



Fonte: www.panoramio.com

Restaurante Castelo

Está localizado no centro de Ibitinga, com funcionamento todos os dias (11:00 às 15:00). Oferece serviço self-service, a quilo e marmitex, com especialidade em comida caseira e churrasco.

Conta com rampa de acesso a pessoas com necessidades especiais, e aceita cartões de crédito e débito.

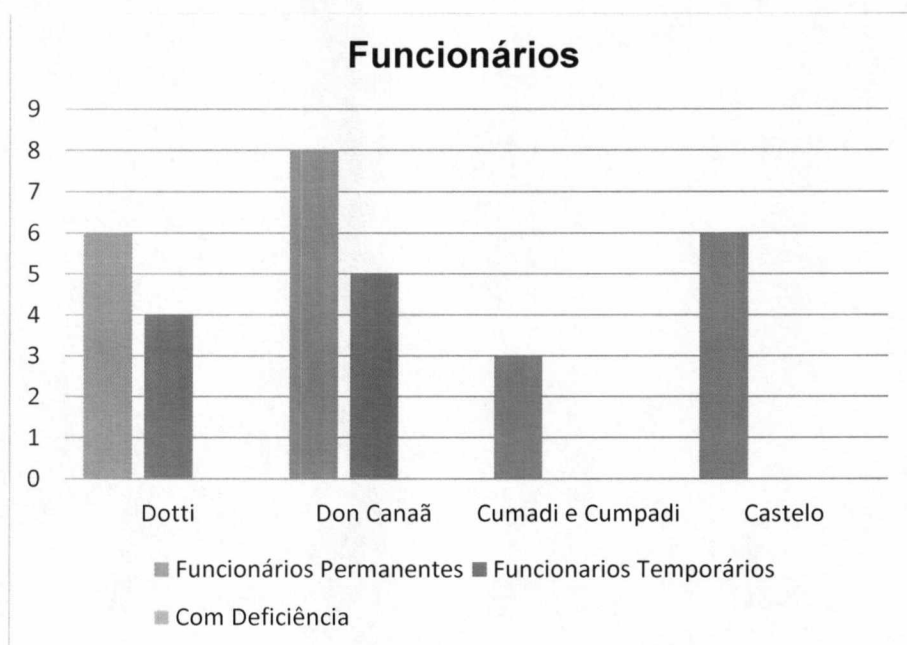


Fonte: www.panoramio.com

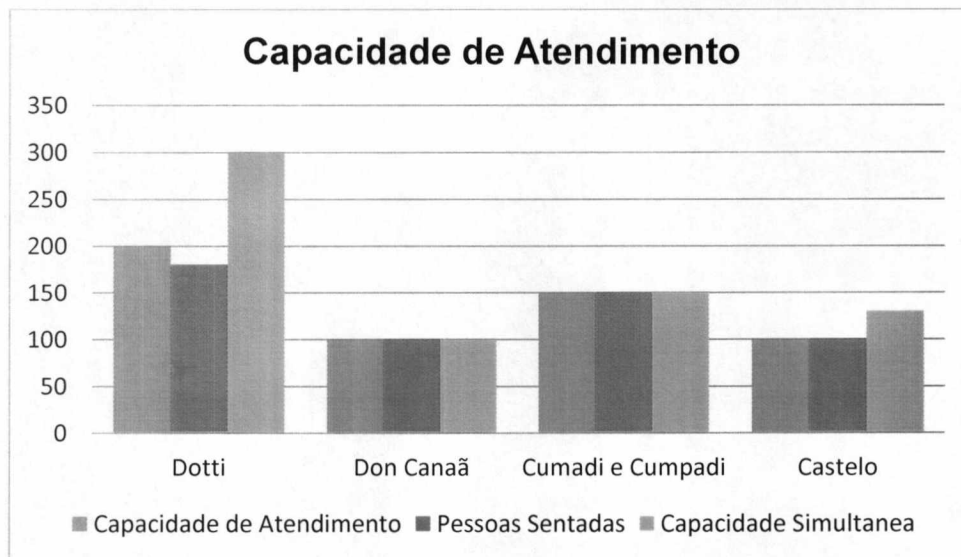
Dimensão do setor de alimentação no Município

Os gráficos a seguir representam os resultados de uma pesquisa realizada em alguns estabelecimentos do setor de alimentos e bebidas da cidade de Ibitinga.

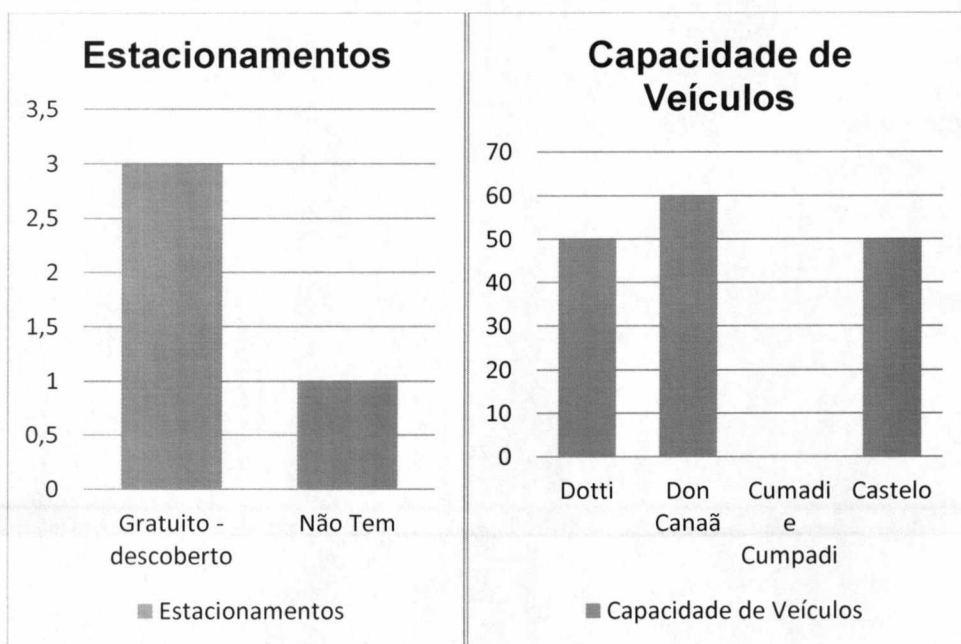
O gráfico abaixo apresenta os números de funcionários classificando-os por categorias, sendo elas: funcionários permanentes, temporários e com deficiências.



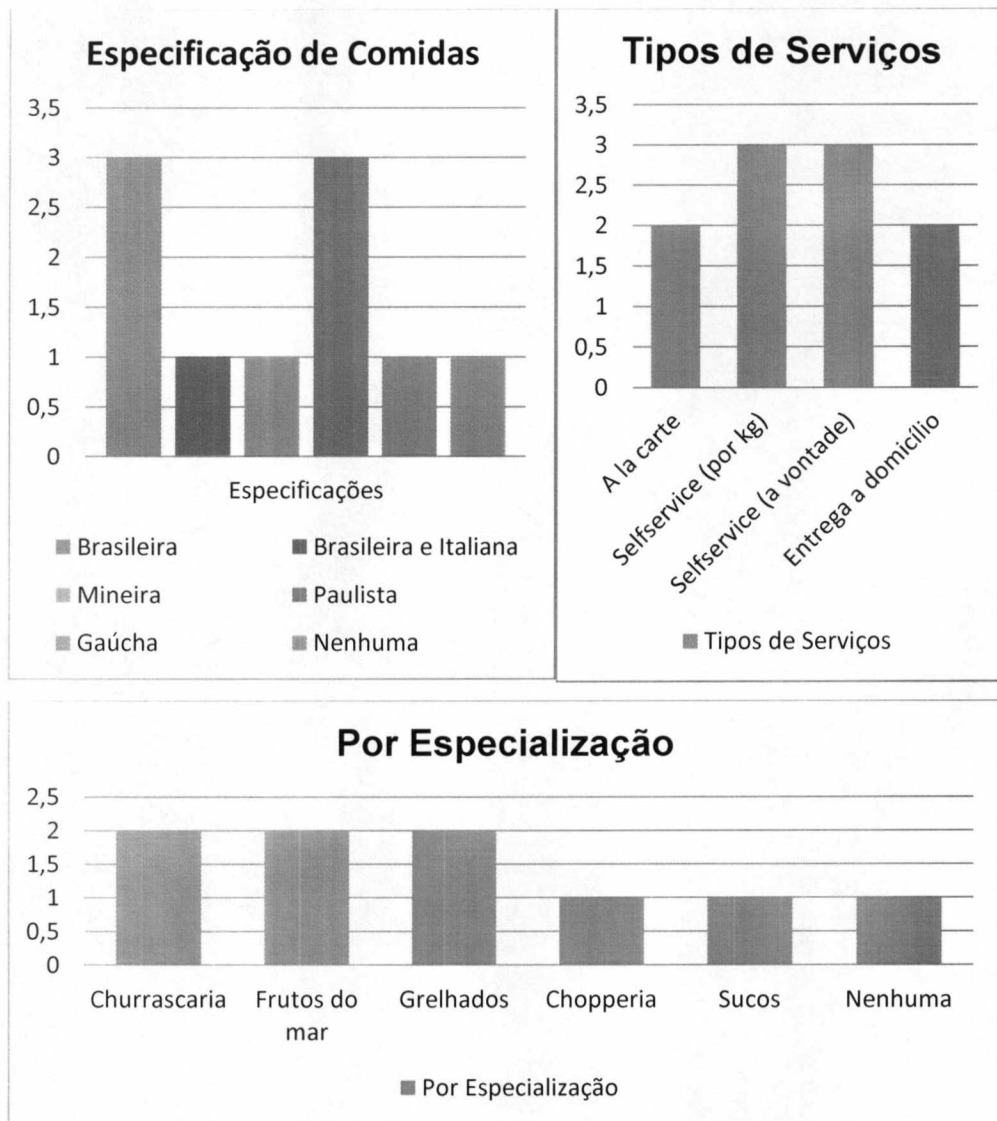
O gráfico abaixo representa a capacidade que cada estabelecimento tem para o atendimento ao cliente, estes números estão dispostos em capacidade total de atendimento, atendimento a clientes sentados e a capacidade simultânea.



Para representar a capacidade dos estacionamentos referentes aos restaurantes citados nos gráficos abaixo, trazemos números referentes quanto a: estacionamentos gratuito-descobertos, não existentes, capacidade e tipos de veículos recebidos nestes empreendimentos.



Abaixo nos gráficos estão representados os tipos de gastronomia que a cidade de Ibitinga tem a oferecer para os seus visitantes. Estão divididos quanto: a especificação de comidas por regiões brasileiras, por especialização e tipos de serviços.



3.1.8 Outras estruturas turísticas

Agências de viagens

CVC e Blue world

Transportadoras

Zapata viagens

Posto de informações Turísticas

Portal de entrada

Espaço para eventos

Juma Fest, Andreza, Pavilhão de Exposições Licinio Hilmar de Oliveira Arantes, Toca da Onça, Planalto Clube de Campo,

Centro de Convenções

Victoria Park Hotel, Salão de Festas La Torre, La Torre Fest, Diver Park, Mactub, A Esquina.

4 PROGNÓSTICO – ANÁLISE E PROPOSTAS

4.1 Metodologia de Análise e Propostas Participativas: ZOPP

O presente trabalho foi desenvolvido com base em uma estrutura que possibilite explicar e interpretar os procedimentos metodológicos organizados, a partir dos objetivos traçados, que ajudaram na investigação dos elementos necessários para elencar os problemas no turismo de Ibitinga e traçar objetivos a serem atingidos, através de ações concretas que levem a resultados positivos.

Como metodologia de Diagnóstico Participativo foi utilizada a metodologia ZOPP¹ de planejamento por objetivos para a elaboração do Plano de Desenvolvimento de Ibitinga, que se baseia-se no Marco Lógico (Logical Framework Approach), um instrumento de planejamento participativo, implementação e gerenciamento de projetos. O Marco Lógico corresponde à Matriz de Planejamento do Projeto, do Método ZOPP. Para que a participação seja ativa no planejamento do projeto é necessário que todos aqueles que estarão diretamente envolvidos no mesmo (em alguns casos os beneficiários), estejam contribuindo com a análise da problemática e das soluções propostas.

4.1.1 Análise do envolvimento

A análise do envolvimento foi o passo inicial onde se levantou todos os grupos, pessoas, e instituições ligados de alguma forma à área problemática a ser discutida no caso: o Plano de Desenvolvimento do Turismo de Ibitinga.

4.1.2 Análise de Problemas

Nesta fase o grupo determina o Problema Central, problema-chave ou problema focal. O problema central é um ponto de partida para “desfiar o novelo”. Não é, nem deve ser confundido com aquele problema a ser resolvido pelo projeto. Pedir a cada participante uma curta reflexão sobre a análise de envolvimento e formular então um problema que ele julga como central. Os problemas devem ser escritos em cartões em sentença simples de no máximo 3 linhas. Os cartões deverão ser reescritos e o processo reiniciado, tantas vezes

¹ Método ZOPP - incorpora o “Logical Framework”, desenvolvido pela USAID nos anos 60, foi revisto pela Metaplan, empresa de assessoria alemã e GTZ, instituição vinculada ao governo alemão, que utiliza o método em todos os projetos que financia.

quantas forem necessárias, até que o grupo chegue ao consenso sobre o Problema Central. Nesse processo, algumas das formulações podem ser aproveitadas como causas ou efeitos do problema-central: Completar a Árvore do Problema, estabelecendo uma hierarquia de causa-efeito para a situação problemática analisada.

4.1.3 Árvore do objetivo

A análise de envolvimento, a definição do problema central e a montagem da árvore de problemas constituem os três passos para a elaboração do diagnóstico da situação problemática. A etapa seguinte é a do prognóstico, estabelecendo-se uma hierarquia de relações meio – fim. A Árvore de Problemas será transformada em Árvore de Objetivos (a cada problema deve corresponder um objetivo). Com a situação existente (problemas) e a situação utópica (objetivos) diante de si, o grupo terá maior clareza para definir como passar de uma situação a outra, ou seja, definir o projeto que possibilitará esta transição. Neste passo ainda não se deve pensar no “projeto”. A situação futura é formulada como já alcançada, trata-se de uma “fotografia tirada no futuro”. O grupo deve ser levado a se colocar na situação resolvida, olhar para trás e identificar as ações que foram desenvolvidas para o enfrentamento dos problemas, ou seja, identificar o projeto.

4.1.4 Análise das alternativas e Matriz de projeto

As alternativas estão representadas pelas diferentes relações de meios-fins. Se a árvore não oferecer alternativas excludentes entre si, deve-se analisar os diferentes encadeamentos meios-fins sob o enfoque de virem a ser componentes do mesmo projeto. Pela composição do grupo, com pessoas experientes e realistas, pressupõe-se que a decisão tomada em grupo corresponda à melhor relação custo/benefício, para os recursos que serão mobilizados para alcançar os Objetivos. Os cartões da(s) alternativa(s) escolhida(s) vão para outro painel, com o esquema da coluna previamente preparado, observando-se. Começar de cima para baixo, com o Objetivo Superior(OS); o objetivo abaixo deste na árvore torna-se Objetivo do Projeto (OP), e assim por diante. Os objetivos, tal qual estavam formulados na árvore,

devem ser reescritos, precisados e delimitados o quanto possível. OS, OP e Resultados são formulados como situações positivas alcançadas

4.2 Fóruns e audiências públicas

As reuniões realizadas e pesquisas desenvolvidas para a conclusão desse trabalho são apresentadas aqui, tendo em conta o método, a abordagem, os instrumentos de coleta de dados, de interpretação dos resultados, considerando o objetivo inicial desse trabalho, que tem como base estudar e identificar o problema central e demais obstáculos que impedem o desenvolvimento da atividade turística.

O instrumento utilizado para a coleta de dados foi a realização do Fórum de Turismo, como instrumentos de realização de audiências públicas com a Coordenação da Faibi – Faculdade de Filosofia, Ciência e Letras de Ibitinga e Secretaria de Turismo. Foram realizadas cinco plenárias do Fórum de Turismo.

A participação dos integrantes no Fórum se deu de forma escrita, onde cada um pode encaminhar suas argumentações quanto aos problemas para o desenvolvimento do turismo de Ibitinga, bem como suas sugestões para resolver os problemas citados.

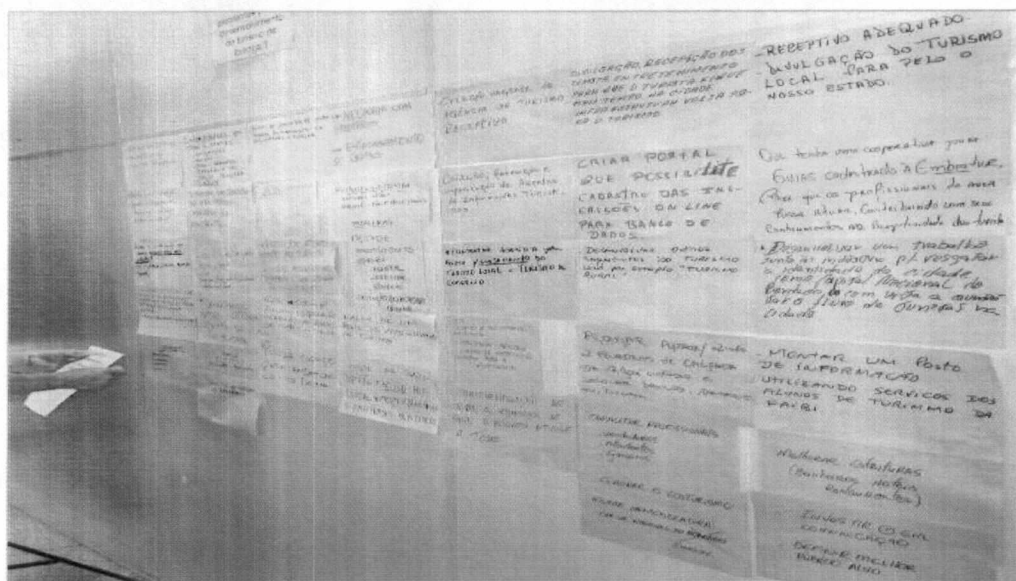
1º encontro: Fórum de desenvolvimento do Turismo de Ibitinga: Sensibilização do PDT

Fórum que foi realizado durante o ano de 2015 e contou com a participação de vários membros da sociedade organizada, representantes do poder público, da iniciativa privada, das organizações não governamentais, alunos da FAIBI e membros da população em geral.

Na primeira reunião, o Professor Fernando de Figueiredo da FAIBI, relatou as necessidades da elaboração do Plano de Desenvolvimento do Turismo para que a cidade de Ibitinga permaneça com o Título de Estância Turística e continue a receber os recursos provenientes do Departamento de Apoio ao Desenvolvimento das Estâncias Turísticas do Governo do Estado de São Paulo.

Foi discutido e elaborado o cronograma de atividades para a elaboração do Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico de Ibitinga, que foi aprovado, tendo como fase inicial um diagnóstico participativo, onde todos os participantes

do Fórum puderam trazer suas reclamações e dar sugestões de ações para o desenvolvimento do plano.



2º encontro: Fórum de Visão de Futuro.

Nesta etapa foi levantando junto aos participantes a Visão de Futuro para o turismo de Ibitinga. Nesta etapa buscou projetor um futuro desejável e viável para Ibitinga, levando em consideração as várias expectativas dos participantes.

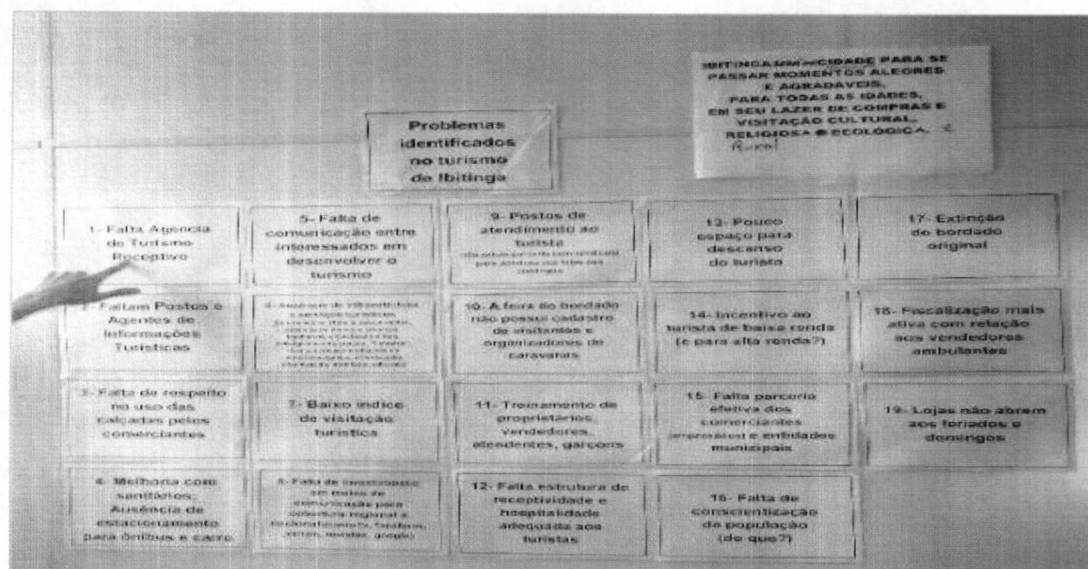


3º encontro: Pontos fortes e Pontos fracos

Fórum de levantamentos dos pontos fracos de Fortes: o Muro das Lamentações.

Foi montado um painel com diversas reclamações dos participantes, onde foram relatadas todas as dificuldades e problemas enfrentados pela população e visitantes, ao qual foi dado o nome de “Muro das Lamentações”.

Realizou-se o processo de hierarquização dos atrativos turísticos de Ibitinga, com base nas orientações e sugestões do Ministério do Turismo, para elencar e classificar os atrativos dentro dos segmentos turísticos, como Cultural, Religioso, Histórico, Ecológico, Rural e de Compras.



4º encontro: Fórum de construção da Árvore do Problema

Diante dos trabalhos foi criada a “árvore do problema” que retrata o cenário negativo do turismo na cidade e em seguida foi também criada a “árvore dos objetivos”, transformando o cenário negativo em cenário positivo.

4.3 Pontos Fortes e Pontos Fracos do Turismo em Ibitinga

A elaboração do diagnóstico participativo teve como base a efetiva colaboração dos cidadãos que estiveram presentes nas reuniões do Fórum de Turismo. Representantes dos órgãos governamentais, iniciativa privada, membros da sociedade civil, estudantes de turismo e cidadãos que compareceram e contribuíram para a formação do plano.

Os participantes puderam opinar sobre os pontos positivos ou forças e negativos ou fraquezas na área do turismo da cidade, entregaram suas anotações onde relatavam os problemas que emperram o desenvolvimento do turismo em Ibitinga. Essas informações foram recolhidas pelos alunos da Faibi que montaram um painel na parede ao lado do telão. Em seguida também foram recolhidas as folhas que continham sugestões para melhorar o desenvolvimento do turismo na cidade de Ibitinga e formou-se um painel ao lado de onde estavam expostos os problemas.

Como forma de integrar a metodologia ZOPP e a matriz SWOT, todas as fraquezas e pontos fracos forma tratados como pontos fracos e todas as forças e oportunidades forma tratadas como pontos fortes

4.3.1 Principais entraves do desenvolvimento turístico (pontos Negativos/Ameaças)

- a) Falta Agência de Turismo Receptivo;
- b) Faltam Postos e Agentes de Informações Turísticas;
- c) Falta de respeito no uso das calçadas pelos comerciantes;
- d) Melhoria com sanitários, Ausência de estacionamento para ônibus e carros;
- e) Falta de comunicação entre interessados em desenvolver o turismo;
- f) Ausência de Infraestrutura e serviços turísticos (Informações, Hotéis, restaurantes, áreas para idosos e crianças, banheiros, estacionamentos, paisagismo das praças, "limpeza", locais para acomodações de motoristas/guias, arborização, urbanização, atrativos culturais);
- g) Baixo índice de visitação turística;
- h) Falta de investimento em meios de comunicação para cobertura regional e nacional (como tv, facebook, jornais, revistas, google);

- i) Postos de atendimento ao turista. Não existe parceria com sindicato para abertura das lojas aos domingos;
- j) A Feira do Bordado não possui cadastro de visitantes;
- k) Treinamento de proprietários, vendedores, atendentes, garçons;
- l) Falta estrutura de receptividade e hospitalidade adequada aos turistas;
- m) Pouco espaço para descanso do turista;
- n) Incentivo ao turista de baixa renda;
- o) Falta parceria efetiva dos comerciantes (empresários) e entidades municipais;
- p) Falta de conscientização da população;
- q) Extinção do bordado original;
- r) Fiscalização mais ativa com relação aos vendedores ambulantes;
- s) Lojas não abrem aos feriados e domingos.

4.3.2 Sugestões para o desenvolvimento turístico (pontos Positivos/Oportunidades)

- a) Criação de Posto de Informação Turística e Grupo de Agentes de Informações Turísticas;
- b) Criação de Agência de Turismo Receptivo;
- c) Divulgação de Ibatinga no âmbito nacional e estadual, com diversificação da oferta turística, para que o turista fique mais tempo na cidade;
- d) Criar portal que possibilite cadastro das inscrições on-line para banco de dados como o da Feira do Bordado;
- e) Fazer feiras itinerantes (será que é viável não trazer o turista aqui?);
- f) Desenvolver junto à indústria, a marca Capital Nacional do Bordado, para atrair visitantes;
- g) Desenvolver outros segmentos do turismo (como por exemplo turismo rural, ecoturismo);
- h) Conscientização de todos sobre a importância do desenvolvimento do turismo;
- i) Alongar aproximadamente 2 metros de calçada, em duas quadras da Rua José Custódio (colocar bancos, paisagismo e lixeiras);
- j) Melhorar estruturas (banheiros, hotéis, restaurantes, limpeza, arborização, urbanização e atrativos culturais);

- k) Formação de um grupo de trabalho comprometido com a cidade e com o turismo;
- l) Mudar a marca da cidade para “Capital Nacional do Enxoval”;
- m) Capacitar profissionais: vendedores, atendentes, garçons e outros;
- n) Investir mais em comunicação e definir melhor o público alvo;
- o) Contratar agência para fazer planejamento do turismo local e do turismo comercial;
- p) Implantar sistema de sinalização turística;
- q) Ampliar o estacionamento, com local para o motorista descansar;
- r) Aumentar número de sanitários (banheiros);
- s) Feira do Bordado Informatizada - Canal eficiente de divulgação em massa;
- t) Terminal rodoviário atual, transformado em Terminal Turístico;
- u) Rodoviária fora do centro - Construção de um novo terminal.

4.4 Árvore Do Problema – Cenário Negativo

A construção da árvore do problema, que reflete o cenário negativo no contexto turístico da cidade, é necessária para ilustrar os eixos a serem trabalhados objetivando reverter o quadro apresentado.

4.4.1 Problema Central

O diagnóstico participativo apontou um problema central no turismo do município de Ibitinga e sobre ele serão desenvolvidas ações para saná-lo. O maior problema então está no sentido de conseguir manter o turista que vem a Ibitinga, com a finalidade de realizar compras no comércio do bordado, para que ele permaneça e consuma outros produtos turísticos locais.

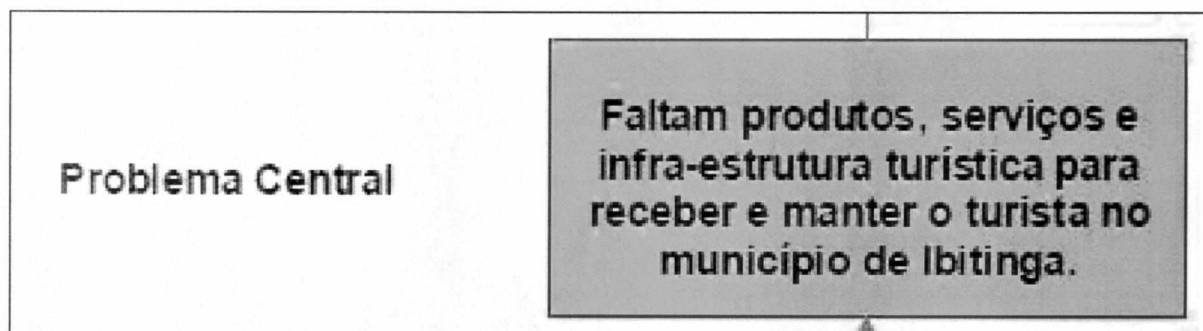


Figura 3 – Ilustração do problema central na árvore do problema

4.4.2 Causas do Problema Central

O diagnóstico possibilitou identificar as causas e efeitos desse problema central. Fatos e ações que levaram, ao longo do tempo, a cidade para o status atual. Foram construídos dois eixos de causas: o primeiro relativo à falta de formação de governança local e outro com base na ausência de infraestrutura turística.

FALTA FORMAÇÃO DE GOVERNANÇA LOCAL PARA O TURISMO

Fatores, de acordo com o diagnóstico participativo que influenciaram diretamente para que chegasse a falta de uma governança local:

-) Falta desenvolvimento de pessoas;
-) Falta de Qualificação e Treinamento de proprietários, vendedores e atendentes;
-) Falta de educação e conscientização da população sobre o turismo e o desenvolvimento local;
-) Falta empresários entenderem a possibilidades do turismo;
-) Falta de comunicação entre interessados em desenvolver o turismo;
Não existe parceria com sindicato para abertura das lojas aos domingos;
-) Falta parceria efetiva dos comerciantes (empresários) e entidades municipais;
-) Falta formar uma Governança Local para o Turismo (Empresários + Poder Público + comunidade)

AUSÊNCIA DE INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS TURÍSTICOS

Fatores ao longo dos anos, de acordo com o diagnóstico participativo, que influenciaram diretamente para que chegasse a ausência de infraestrutura e serviços turísticos locais:

-) Falta limpeza eventual e pontual na zona turística;
-) Falta sinalização turística;
-) Baixa arborização urbana na zona turística;
-) Ausência de banheiros e fraldários;
-) Ausência de estacionamento para ônibus e carros;
- Ausência de Infraestrutura e serviços turísticos;**

4.4.3 Efeitos do Problema Central

Os efeitos surtidos ao longo dos anos no turismo local estão relacionados abaixo, em três eixos importantes para construção do plano de desenvolvimento do turismo em Ibitinga.

MAIORIA DOS CLIENTES É TURISTA DE BAIXA RENDA

-) A maioria dos clientes que vem a Ibitinga para as compras são turistas de uma classe econômica considerada de baixa renda;
-) Falta incentivo à diversidade de produtos turísticos;
-) Falta estrutura de receptividade e hospitalidade adequada aos turistas;
-) Falta padronização da feirinha;
-) Falta Agência de Turismo Receptivo;
Falta o resgate do bordado artesanal e de alta qualidade;
-) Falta Posto e Agentes de Informações Turísticas;
-) Lojas não abrem nos feriados e aos domingos;
Falta de produtos turísticos locais (Ecológicos, Rurais e Religiosos) e Regionais

FOCO EXCESSIVO NO TURISTA DE COMPRAS

-) As ações atuais são focadas exclusiva e excessivamente no turista de compras;
-) Falta fiscalização ativa com ambulantes;
-) Falta de utilização comercial do sistema de informação turística e do cadastro de visitantes da Feira do Bordado;
-) Falta mapa informativo dos pontos turísticos e de utilidades da cidade: Pronto Socorro, Postos de Saúde, Farmácias, Banheiros, Bancos, Restaurantes, etc.;
-) Falta de investimento em meios de comunicação para cobertura regional e nacional (como jornais, tv, revistas, facebook, e google);
Falta uma identidade visual para turismo de bordados;
-) Ausência de Plano de Marketing que represente o turismo de Ibitinga.

POUCO ESPAÇO DE LAZER E DESCANSO NA ZONA TURÍSTICA

-) Há poucos espaços de lazer e descanso para os visitantes na zona turística;**
-) Ausência de áreas para idosos e crianças;**
-) Ocupação das calçadas;**
-) Faltam locais para acomodações de motoristas e guias;**
-) Excesso de bordados expostos nas vitrines;**
- Poucas atratividade no centro (bancos, paisagismo e lixeiras).**

Árvore do Problema

Plano de Desenvolvimento de Turismo IBITINGA 2015

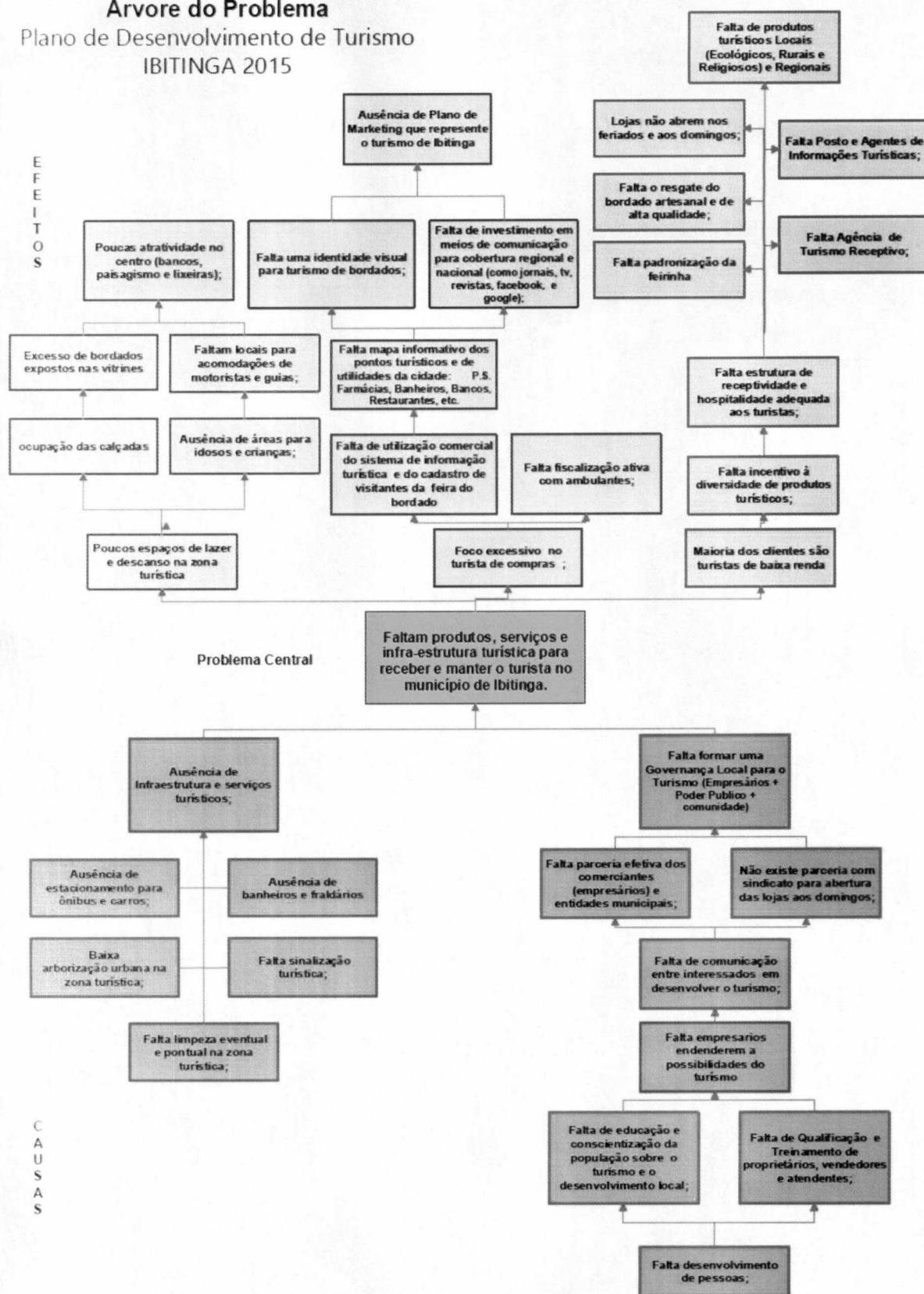


Figura 4 – Árvore do Problema – Eixos de causas e efeitos.

4.5 Árvore do Objetivo – Cenário Positivo

A construção da árvore dos objetivos, que projeta o cenário positivo no contexto turístico da cidade, foi elaborada para ilustrar os eixos a serem trabalhados objetivando solucionar os problemas apontados pelo diagnóstico participativo.

4.5.1 Objetivo Central

O Fórum de Turismo do município de Ibitinga elaborou a árvore dos objetivos com base na árvore do problema. Sendo assim, a proposta é virar o jogo. Transformar toda ação negativa em ação concreta para o desenvolvimento positivo do turismo na cidade. Portanto, o problema central passou a ser o objetivo central.

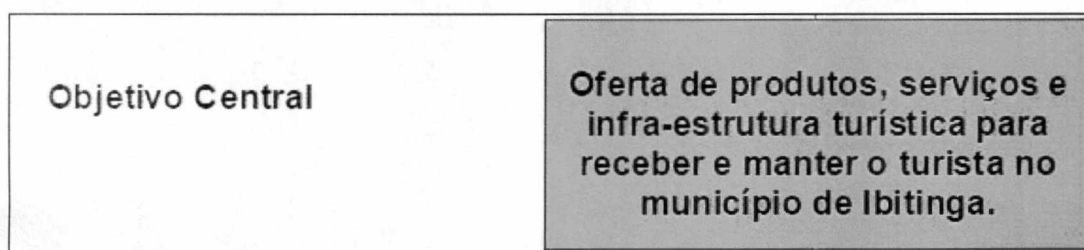


Figura 5 – Ilustração do objetivo central na árvore do objetivo

4.5.2 Causas do Objetivo Central

Com base no objetivo central foram construídos dois eixos de ações positivas para a melhoria do cenário turístico de Ibitinga: o primeiro promovendo a formação de governança local e outro com base na implantação de infraestrutura turística.

FORMAÇÃO DA GOVERNANÇA LOCAL PARA O TURISMO

Objetivos traçados para a transformação dos problemas em ações concretas positivas:

-) Formar uma Governança Local para o Turismo (Empresários + Poder Público + comunidade)**
-) Criada parceria efetiva dos comerciantes (empresários) e entidades municipais;**
-) Existência de parceria entre os sindicatos para abertura das lojas aos domingos;**
-) Existe comunicação entre os interessados em desenvolver o turismo;**
-) Empresários entenderam a possibilidades do turismo;**
- Educação e conscientização da população sobre o turismo e o desenvolvimento local;**
-) Proprietários, vendedores e atendentes qualificados e treinados;**
-) Existe o desenvolvimento de pessoas.**

PRESENÇA DE INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS TURÍSTICOS

-) Presença de Infraestrutura e serviços turísticos;**
-) Existência de estacionamento para ônibus e carros;**
-) Abertura de banheiros e fraldários;**
-) Alta arborização urbana na zona turística;**
-) Presença de sinalização turística;**
- Limpeza permanente e pontual na zona turística.**

Ainda no campo dos objetivos, de acordo com o diagnóstico participativo, os fatores a seguir contribuirão para a manutenção da infraestrutura e dos serviços turísticos locais.

4.5.3 Efeitos do Objetivo Central

Os efeitos positivos, como resultado de ações concretas para o desenvolvimento do turismo local estão relacionados abaixo, em três eixos importantes para o sucesso da atividade turística em Ibitinga.

DIVERSIFICAÇÃO DOS CLIENTES

-) Diversificação de Clientes, buscando atrair pessoas de todos os níveis da sociedade (de alta e baixa renda);
-) Incentivo à diversidade de produtos turísticos;
-) Estrutura de receptividade e hospitalidade adequada aos turistas;
-) Padronização da infraestrutura da feirinha;
-) Criada Agência de Turismo Receptivo;
Promovido o resgate do Bordado Artesanal e de alta qualidade;
-) Existência de Posto e Agentes de Informações Turísticas;
-) Lojas abrem nos feriados e aos domingos (roteiros de finais de semana a lazer);
Oferta de produtos turísticos Locais (Ecológicos, Rurais e Religiosos) e Regionais.

FOCO NA DIVERSIDADE DE TURISTAS

-) Foco na diversificação de turistas (para Roteiros de Compras, Ecológicos, Rurais e Religiosos);
-) Fiscalização ativa com ambulantes;
-) Utilização comercial do sistema de informação turística e do cadastro de visitantes da Feira do Bordado;
-) Mapa informativo dos pontos turísticos e de utilidades da cidade: Pronto Socorro, Farmácias, Banheiros, Bancos, Restaurantes, etc.;
-) Confeccionada a identidade visual para turismo de bordados;
Construção e execução de Plano de Marketing que represente o turismo de Ibitinga;
-) Investimento em meios de comunicação para cobertura regional e nacional (como jornais, tv, revistas, *facebook*, e *google*);
-) Construção e execução de Plano de Marketing que represente o turismo de Ibitinga.

ESPAÇOS DE LAZER E DESCANSO NA ZONA TURÍSTICA

-) Espaços de lazer e descanso na zona turística;
-) Desocupação das calçadas;

-) Presença de áreas para idosos e crianças;**
 -) Harmonia nos bordados expostos nas vitrines;**
 -) Existência de locais para acomodações de motoristas e guias;**
- Alta atratividade no centro (bancos, paisagismo e lixeiras).**

Árvore do Objetivo

Plano de Desenvolvimento de Turismo

IBITINGA 2015

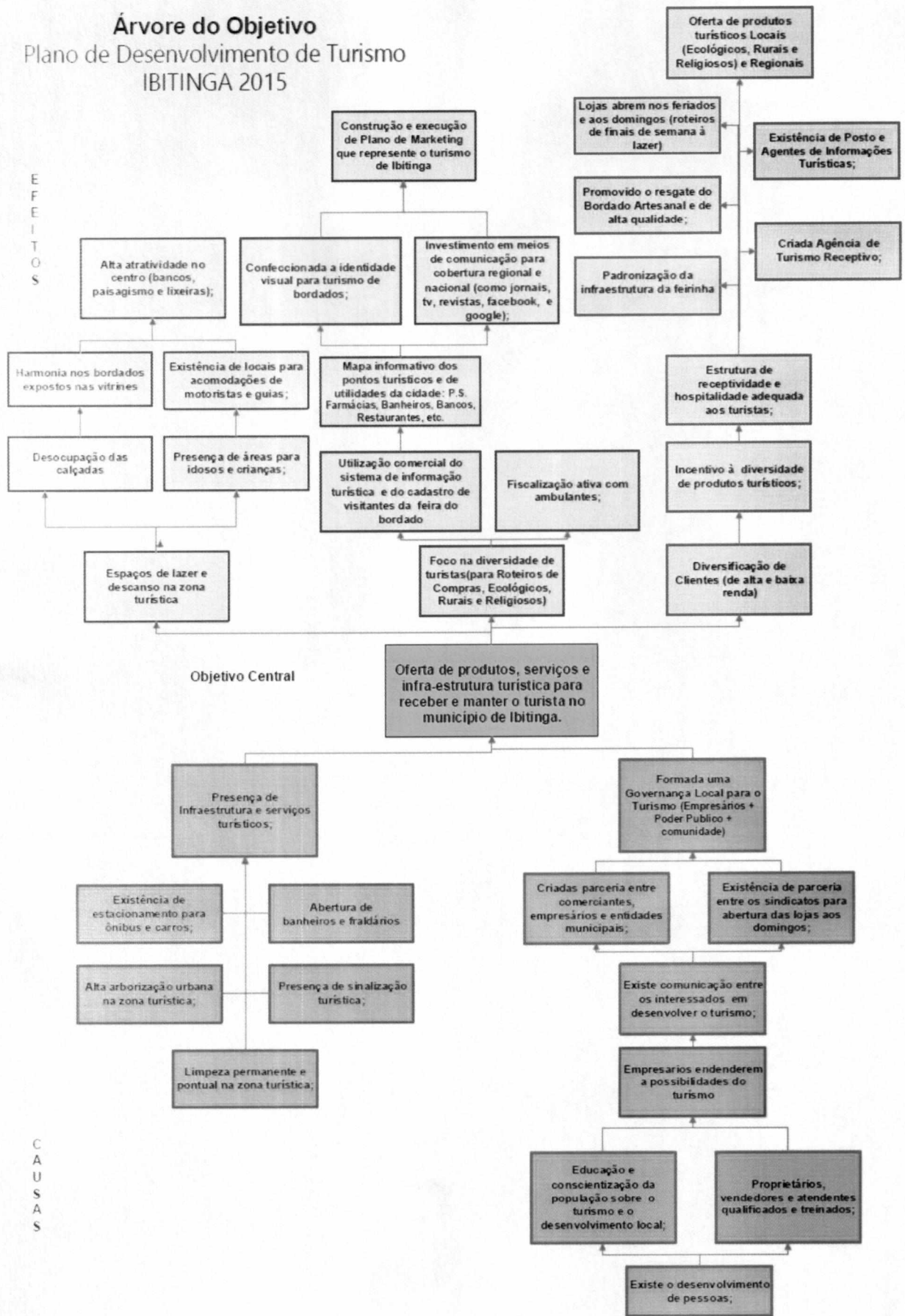


Figura 5 – Árvore dos Objetivos – Eixos de causas e efeitos.

4.6 Objetivos Superiores

Os objetivos superiores são prioritários para o desenvolvimento do turismo em Ibitinga, assim representam ações que devem ser levada em consideração pelo poder público, empresários e comunidades para o Turismo de Ibitinga.

OBJETIVO SUPERIOR 1

Oferta de produtos
turísticos Locais
(Ecológicos, Rurais e
Religiosos) e Regionais



OBJETIVO SUPERIOR 2

Construção e execução
de Plano de Marketing
que represente o turismo
de Ibitinga



OBJETIVO SUPERIOR 3

Alta atratividade no
centro (bancos,
paisagismo e lixeiras);



4.6.1 Resultados esperados para os Objetivos Superior

Assim como os objetivos foram traçados é necessário estabelecer os resultados esperados em cada eixo da árvore dos objetivos.

RESULTADO 1: Oferta de produtos locais (Ecológicos, Rurais Religiosos) e Regionais

Criação da Agência de Turismo Receptivo;
Postos e Agentes de informações turísticas;
Infraestrutura da feirinha;
Resgate do bordado artesanal de alta qualidade;
Lojas abertas aos feriados e domingos.

RESULTADO 2 Construção e execução de Plano de Marketing que represente o turismo de Ibatinga

Mapa informativo dos pontos turísticos e de utilidades públicas;
Meios de comunicação regional e nacional;
Identidade visual;
Formação da governança local;
Educação, qualificação e conscientização da população local.

RESULTADO 3: Alta atratividade no centros (bancos, paisagismo e lixeiras)

Harmonia de vitrines;
Acomodações para motoristas e guias;
Desocupação de calçadas;
Áreas para idosos e crianças;
Estacionamentos para ônibus e automóveis;
Arborização urbana;
Sinalização turística;
Limpeza permanente.

5 PLANOS DE AÇÃO

5.1 Diretrizes Estratégicas

São cinco diretrizes estratégicas para o desenvolvimento do Turismo de Ibitinga:

- I - Fomentar a Gestão Participativa
- II - Investir em Infraestrutura e serviços turísticos
- III - Promover a Diversificação da Oferta Turística
- IV - Instituir canais de Informação, Comunicação e Marketing
- V - Capacitar e Educar para o Turismo



5.2 Programas

Plano Turístico de Ibitinga é composto por cinco programas prioritários e seus respectivos projetos.

I Programa de Gestão

I PROGRAMA DE GESTÃO
Projeto 1 REGULAMENTAR E FISCALIZAR
FASE 1 – Proibir e fiscalizar exposição de produtos na calçada
FASE 2 – Abertura das lojas de bordado aos domingos e feriados
FASE 3 – Criação de locais específicos, para carga e descarga de mercadorias
Projeto 2 GOVERNANÇA DO TURISMO
FASE 1 Implantar Convention & Visitors Bureau
FASE 2 – Calendário de Eventos
FASE 3 – Caravana Legal (divulgação e organização de viagens para Ibitinga em feriados municipais das cidades da região)

II Programa de Infraestrutura e Apoio Turístico

II PROGRAMA DE INFRAESTRUTURA E APOIO TURÍSTICO
PROJETO 3 SINALIZAÇÃO TURÍSTICA
PROJETO 4 REURBANIZAÇÃO DO CENTRO
FASE: 1 Parklets
FASE: 2 Boulevard
PROJETO 5 CRIAÇÃO DE LAGO ARTIFICIAL
PROJETO 6 IMPLANTAÇÃO DE MARINA
PROJETO 7 OBRAS DE INFRAESTRUTURA

III Programa de Diversificação da Oferta Turística

III PROGRAMA DE DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA
PROJETO 8 GASTRONOMIA
FASE 1 Fomento de Centro Gastronômico
FASE 2 Realizar Festival Gastronômico
PROJETO 9 ROTEIROS TURÍSTICOS
FASE 1 Desenvolvimento de Roteiro Histórico, Religioso E de Compras
FASE 2 Desenvolvimento de Roteiro Rural
FASE 3 Desenvolvimento de Roteiro Regional

IV Programa de Informação, Comunicação e Marketing

IV PROGRAMA DE INFORMAÇÃO, COMUNICAÇÃO E MARKETING

PROJETO 10: PIT e CRIAÇÃO DO OBSERVATÓRIO DE TURISMO

FASE1: PIT

FASE2: Agentes de Informação turístico

FASE3: OBSERVATÓRIO DE TURISMO

Projeto 11 FOMENTO NA ELABORAÇÃO DO PLANO DE MARKETING

V Programa de Capacitação e Educação em Turismo

V Programa de Capacitação e Educação em Turismo

Projeto 12 EDUCAÇÃO EM TURISMO

FASE 1 Manter curso superior em turismo, de graduação e pós-graduação, para a formação de profissionais e gestores público e privados para o setor de turismo;

FASE 2 Fomentar cursos técnicos e livres para a qualificação e profissionalização de mão de obra do turismo;

FASE 3 Elaborar e executar programa de formação, capacitação e de sensibilização em empreendedorismo e turismo nas escolas da rede pública municipal (Fundamental ciclo 1).

5.3 Projetos

Projeto 1: Criar lei municipal para regulamentar e fiscalizar o comércio local

PROJETO 1:

CRIAR LEI MUNICIPAL PARA REGULAMENTAR E FISCALIZAR O COMÉRCIO LOCAL

SUMÁRIO EXECUTIVO

Em uma cidade turística é de suma importância a união de todos os envolvidos que buscam o progresso da mesma, sejam empresários ou a população. Poder público e o poder privado precisam ter os mesmos objetivos e trabalharem em conjunto buscando o desenvolvimento turístico do município. Assim sendo, faz-se necessário analisar a abertura das lojas para atendimento aos turistas, verificando os dias de maior fluxo de visitantes e a possibilidade de serem mais flexíveis quanto à sua abertura aos domingos e feriados. Deve-se criar uma lei que fiscalize a exposição de produtos em vias públicas, uma vez que essa exposição irregular acaba dificultando a circulação de pedestres, colocando-os em risco de acidentes e desrespeitando a Lei Complementar Municipal nº 127, de 06 de abril de 2016, além de causar poluição visual e obstruindo a entrada do turista nas lojas.

JUSTIFICATIVA

O projeto será implantado na região central de Ibitinga onde concentra-se o maior número de comércios variados, principalmente o bordado. A dificuldade de se implantar um projeto como este, está no processo de conscientização dos lojistas, fazendo-os buscar a compreensão de que não há necessidade de expor seus produtos nas calçadas a fim de obter maior lucro.

Se aprovado esse projeto, a região central da cidade ficaria mais organizada, facilitando a circulação de turistas, mantendo as calçadas mais desimpedidas e as lojas mais visitadas. Também seria questionada a possibilidade dos lojistas abrirem aos domingos e feriados, e fecharem às segundas-feiras, dia em que o fluxo de visitantes é menor.

OBJETIVO GERAL

Organizar as calçadas e ruas do centro da cidade, tornando-as mais acessível ao morador e aos visitantes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1 - Criar e regulamentar leis específicas para a abertura do comércio na cidade de Ibitinga em dias especiais como domingos e feriados.
- 2 - Realizar mapeamento das áreas que possam ser utilizadas para carga e descarga de mercadorias em toda área comercial e estabelecer horários para uso.
- 3 - Regulamentar locais específicos para carga e descarga de mercadorias.
- 4 - Proibição e fiscalização de exposição de produtos nas calçadas que atrapalham a movimentação dos turistas e moradores de Ibitinga, descumprindo leis de acessibilidade e mobilidade urbana.

RESPONSÁVEIS PELO PROJETO

Poder público e privado do município, dentre eles as microempresas e empresas de grande porte e as Secretarias de Obras Públicas, de Turismo e de Planejamento e Coordenação de Ibitinga.

LOCALIZAÇÃO

O projeto será desenvolvido em toda a parte comercial da cidade, priorizando a região central onde ocorre o maior fluxo de turistas.

DURAÇÃO DO PROJETO

O projeto deverá ter duas etapas, sendo um ano para que possa ser aprovada a Lei e um ano para que se possa colocar em prática, totalizando dois anos no total.

METODOLOGIA

Fase 1: Criar e regulamentar lei que proíba a exposição de produtos nas calçadas que colocam em risco os transeuntes e provocam poluição visual na cidade.

Fase 2: Estabelecimento da Lei Municipal regulamentando a abertura do comércio aos fins de semanas e feriados.

Realização de consulta pública:

Consulta Pública é uma chance da população participar desse momento importante opinando diretamente na decisão e rumo do projeto apresentado;

Elaboração da lei municipal pelos órgãos competentes:

Após a elaboração desse projeto, que deverá ser apresentado e devidamente aprovado pelo grupo de munícipes responsáveis pela aprovação será então encaminhado para a Câmara dos Vereadores;

Votação e encaminhamento da lei ao Sr. Prefeito Municipal para aprovação final.

Publicação da lei:

Após a aprovação da lei, o resultado deverá ser publicado na mídia, veículos de comunicação e no Diário Oficial Municipal.

Aplicação da lei e fiscalização.

Os comerciantes locais deverão ser informados a respeito das decisões e de todo o conteúdo da lei homologada, sendo assim compromissados a cumpri-las, onde o não cumprimento dessa lei acarretará multas.

Fase 3: Mapeamento da área comercial de Ibitinga e levantamento de demanda de área de carga e descarga.

Implantação de área de carga e descarga em toda parte comercial do município.

Realizar mapeamento de toda área comercial de Ibitinga, localizando todas as áreas de carga e descargas presentes nestes trechos e levantamento do fluxo de mercadorias em cada região.

Planejamento das áreas a serem aplicadas como carga e descarga.

Indicar onde é necessário serem implantadas mais áreas de carga e descarga na região, segundo levantamento do fluxo de mercadoria realizado.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADE

ATIVIDADE	curto	médio	longo	
Elaboração da lei municipal	■			
Votação e publicação da lei		■		
Aplicação e fiscalização da lei			■	■

Levantamento da área
comercial da cidade

Planejamento das
regiões a receberem as
áreas de Carga e
Descarga

Confecções e aplicação
das áreas

Sinalização das áreas

Fiscalização das áreas

Projeto 2: Governança do Turismo

PROJETO 2: GOVERNANÇA DO TURISMO

SUMÁRIO EXECUTIVO

Em uma cidade turística como Ibitinga faz-se necessário a criação de uma governança local em parceria com o poder público e privado e população local, para que se elaborem planos de forma conjunta para o desenvolvimento turístico da cidade, além de assumir e executar planos de marketing.

JUSTIFICATIVA

Em todo processo que envolve o planejamento, o desenvolvimento e a implementação de Planos Estratégicos de Desenvolvimento do Turismo é necessário que exista uma organização que deve se encarregar da coordenação, acompanhamento e gestão do mesmo.

Para que isso seja possível, é necessário reconhecer, institucionalizar ou fortalecer uma organização representativa dos poderes público, privado, do terceiro setor e da sociedade civil organizada do município, para assumir o papel de executora do plano de marketing elaborado, para promover e valorizar a imagem do município como importante destino de turismo de negócios, cultura, gastronomia, esportes, lazer e muitos outros.

É uma associação de empresários e profissionais do setor turístico que tem como papel fomentar e gerar negócios, sendo o principal articulador da parceria entre o setor público e privado, estruturando a atividade turística, qualificando, promovendo e divulgando o destino e consequentemente aumentando o fluxo de turistas no município.

OBJETIVO GERAL

Criar uma governança com empresários locais, por meio de ações que mobilizem pessoas e empreendimentos para a gestão, o planejamento e a execução de projetos que desenvolvam o turismo de Ibitinga.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover uma articulação entre empresários para atrair turistas em feriados municipais das cidades da região, por meio da divulgação de Ibitinga e da organização de viagens em caravanas (Caravana Legal);

- Dinamizar o COMTUR possibilitando uma articulação e intermediação entre o setor público e privado por meio de cooperação, deliberações compartilhadas, e consensos coletivos sobre o turismo;

- Fundar um Convention & Visitors Bureau que represente os empresários nas ações de desenvolvimento e fomento do turismo dentro e fora de Ibitinga.

RESPONSÁVEIS PELO PROJETO

Poder público e privado do município, dentre eles microempresas e empresas de pequeno, médio e grande porte.

LOCALIZAÇÃO

O projeto será desenvolvido no município de Ibitinga.

DURAÇÃO DO PROJETO

O projeto de governança tem duração prevista de dois anos, onde no primeiro ano será a implantação da Caravana Legal e dinamização do Comtur e o segundo ano será destinado à criação do Convention & Visitors Bureau.

METODOLOGIA

O projeto será dividido em três partes distintas:

- i) promover a cidade nos feriados municipais da região;
- ii) dinamizar o COMTUR;
- iii) fundar o Convention & Visitors Bureau de Ibitinga.

1. Caravana legal - promover a cidade nos feriados municipais da região

1.1 Articulação entre empresários e turistas para ação

1.2 Divulgações através de marketing.

Os meios de divulgação do município deverão ser realizados conforme verbas disponíveis segundo a elaboração do Plano de Marketing.

1.3 Estabelecer um comitê com representantes do poder privado que realizarão uma sensibilização com empresários através de palestras e apresentação de dados de outros projetos relacionados ao assunto de outras cidades.

1.4 Estabelecimento do Projeto Caravana Legal

O Projeto Caravana Legal fará a divulgação do comércio e do turismo de Ibitinga nas cidades da região nos feriados municipais delas, em parceria com as agências de turismo organizando excursões para nossa cidade. Será

constituído por uma comissão de empresários do setor do comércio de bordados, restaurantes e marketing.

2. Dinamizar o COMTUR

Uma vez atualizada a legislação referente ao COMTUR (Lei 4.391/2017), tornando-o órgão deliberativo, o Conselho deve manter reuniões regulares com os representantes dos diversos setores a fim de discutir e aprovar permanentemente as medidas relativas ao turismo em Ibitinga.

3. Fundar em Ibitinga o Convention & Visitors Bureau

A entidade tem o objetivo de desempenhar um papel estratégico no desenvolvimento socioeconômico da Estância Turística de Ibitinga, sendo o principal articulador da parceria entre o público e o privado, estruturando a atividade turística, qualificando, promovendo e divulgando o destino, e consequentemente aumentando o fluxo de turistas no município.

3.1 Reunião

As pessoas interessadas devem decidir qual será o objetivo. Depois disso, decidirão quais atividades desenvolver para alcançar esse objetivo e estabelecer uma comissão para tratar das providências necessárias à criação da associação, com a indicação do coordenador dos trabalhos.

Contato inicial: Nessa etapa é importante que as pessoas envolvidas tenham o maior número possível de informações sobre o tema, legislação, funcionamento, direitos e deveres dos associados, limites e possibilidades das associações etc. Esse é o momento de aprofundar a discussão sobre associação, explorando principalmente aspectos relativos à responsabilidade de cada pessoa no processo e a necessidade de se imprimir um caráter empresarial e transparente na gestão da associação.

3.2 Elaboração do Estatuto Social

* Objetivos da Associação

*Regras para escolha dos dirigentes

*Tempo estipulado para o mandato, as formas de julgamento, entre outras diretrizes essenciais ao bom funcionamento da associação.

*Elaboração do Regimento Interno.

3.3 Primeira Assembleia Geral

* Ler e aprovar a proposta do Estatuto Social

*Ler e aprovar proposta do Regimento Interno

*Eleger a Diretoria, o Conselho de Administração e o Conselho Fiscal

3.4 Registrar o Estatuto

3.5 Legalizar a Associação

CRONOGRAMA DE ATIVIDADE

ATIVIDADE	curto	médio	longo
Caravana legal			
COMTUR			
CVB			

Projeto 3: Sinalização Turística

Projeto 3: SINALIZAÇÃO TURÍSTICA

SUMÁRIO EXECUTIVO

O projeto se define pela visão holística que possivelmente o turista deva enxergar priorizando o bem-estar dos moradores e do público em geral e também facilitando a funcionalidade de cada atrativo que o município dispõe. Essa parceria tende a disponibilizar recursos que possam capacitar, preparar e instruir o receptivo de modo que tudo ocorra de forma organizada, objetiva e sustentável. Deve-se analisar os locais estratégicos para instalação de sinalização turística da cidade de Ibitinga.

Cada etapa consiste em maximizar as possibilidades de atrair turistas aumentando significativamente o fluxo que envolve oferta e demanda. Estima-se que a partir destes projetos em vigor, gradativamente as características econômicas, sociais e políticas sejam transformadas.

JUSTIFICATIVA

Esse projeto tem como justificativa solucionar as causas da árvore do problema em cenário negativo, tais como os pontos de “Falta de sinalização turística” que causam efeitos de “Faltar mapa informativo dos pontos turísticos e de utilidade da cidade: Pronto Socorro, Farmácias, Bombeiros, Bancos, Restaurantes, etc.”.

Embora todo este processo tenha pontos eficientes e de grande valia, existe ausência na conscientização do poder privado que dificulta parte dos trâmites na elaboração dos mesmos.

Deve partir também da comunidade uma visão de futuro em relação dos benefícios que o turismo traz para cidade, dando devido valor a cada mudança ocorrida.

OBJETIVO GERAL

Implantar placas rodoviárias e para pedestres de sinalização turística na cidade de Ibitinga de modo que facilite a acessibilidade aos pontos turísticos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

O objetivo deste tipo de sinalização é propiciar a acessibilidade aos pontos e atrativos de caráter turístico, direcionar os interessados até o local do atrativo propriamente dito, utilizando em diversos casos vias locais de forma

complementar ao deslocamento. Visa garantir uma sinalização adequada e articulada em toda área, de modo a possibilitar e compatibilizar o acesso aos diferentes destinos de interesse. Consolidar um Sistema Viário de Acesso como suporte da sinalização turística. Padronizar o sistema de orientação, com a definição de normas e critérios de compreensão de mensagens, legibilidade e execução das placas, implantá-las no Sistema Viário de Acesso, valorizando e consagrando os elementos referenciais da população de uma localidade, além de promover a sustentabilidade no local a ser sinalizado.

RESPONSÁVEIS PELO PROJETO

Os responsáveis por esse projeto seriam a Prefeitura Municipal da Estância Turística de Ibitinga para implantar essas sinalizações nos pontos estratégicos da cidade que causem maior impacto aos turistas e população.

LOCALIZAÇÃO

Zona urbana e zona rural do município de Ibitinga.

DURAÇÃO DO PROJETO

O Projeto terá duração de dois anos após a licitação.

METODOLOGIA

A sinalização de orientação turística deve ser compatibilizada com os estudos de sinalização de orientação global de trânsito, das cidades ou das vias rurais, quer rodovias ou estradas, mesmo que seja implantada em épocas distintas, nas cidades históricas tombadas, ela deve ser compatível com as leis de preservação e respeitar a valorização do bem cultural. É necessário estabelecer um processo de desenvolvimento dos estudos que envolvam a elaboração da sinalização de orientação turística, configurado por etapas.

DIAGNÓSTICO MACRO E MICRO

Diagnóstico envolvendo macroanálise e microanálise: Levantamento e análise das informações regionais, municipais e locais; Diagnóstico da rede viária para veículos e pedestres, e dos atrativos turísticos existentes. Critérios para seleção do Sistema Viário de Acesso para veículos e pedestres; Critérios para seleção do Sistema Referencial Turístico.

A elaboração do diagnóstico exige o levantamento de dados e informações sobre os diferentes níveis de política de atuação, inclusive de esferas que não

estão estritamente relacionadas ao turismo. É condição básica desse levantamento a preocupação com uma visão ampla, além da área a ser sinalizada. Tal levantamento deve buscar informações que permitam sua macroanálise, identificando a dinâmica existente, as relações, os problemas e as diretrizes definidas em planos e projetos que tenham, direta ou indiretamente, interfaces com a questão do turismo. Seu conhecimento permite a elaboração do plano ou do projeto de sinalização turística, em consonância com as diretrizes de desenvolvimento formuladas para o local.

PLANO FUNCIONAL

O Plano Funcional corresponde a uma representação, por meio de um esquema geral, da aplicação sintetizada dos critérios básicos definidos na estratégia de Sinalização de Orientação Turística. Tem como objetivo subsidiar o desenvolvimento do projeto de sinalização. Sua formulação é essencial, pois contém as informações estruturadas de toda área de estudo, garantindo a articulação e a continuidade das mensagens até o destino pretendido.

É importante que no desenvolvimento do Plano Funcional também sejam articuladas as informações referentes à sinalização para usuários de veículos motorizados com a de pedestres, que é constituída por placas interpretativas e de direção. Para tanto, torna-se necessária à compatibilização das respectivas mensagens, de forma a não haver descontinuidade ou conflitos.

Mensagem: Deve ser usada toponímia já definida, conforme consta da “Tabela dos Atrativos Turísticos a Sinalizar”. As mensagens devem ser grafadas sem abreviação.

Número de informações: São utilizadas no máximo três mensagens por placa. Em casos excepcionais poderão ser quatro mensagens.

Nas áreas urbanas ou rurais desprovidas de Sistema de Orientação de Destino para os deslocamentos como um todo, há necessidade de serem previstas algumas informações mínimas, de forma a possibilitar que outros trajetos de interesse sejam efetuados na área de estudo. Enquadram-se, nesses casos,

as informações referentes às saídas dos pontos turísticos, ao acesso às áreas com infraestrutura de serviços e comércio, estacionamentos e sistemas de transporte. São basicamente constituídas pelas mensagens relativas a nome de municípios, rodovias, centro da cidade, aeroporto, terminais rodoviário e ferroviário, ou outra mensagem específica do local.

Convém destacar que quando utilizadas, tais informações, que fazem parte do Sistema de Orientação de Destino, devem seguir as especificações de cor, forma e dimensões mínimas definidas no Código de Trânsito Brasileiro. A escolha de determinada mensagem também deve ser compatibilizada com as instituições executivas de trânsito envolvidas, de forma a constituir, nas vias urbanas ou rurais, um sistema integrado de orientação de destino.

IMPLANTAR AS PLACAS

Quando tudo estiver definido será a hora de implantar as placas que facilitarão o acesso ao comércio e pontos turísticos da cidade de Ibitinga.

As placas que constituem a Sinalização de Orientação Turística devem obedecer a um conjunto de critérios que objetivem garantir sua imediata identificação e a correta assimilação das mensagens que veiculam. A padronização de cores e formas, o cumprimento dos parâmetros de dimensionamento e de composição dos elementos gráficos e a obediência aos princípios de aplicação das placas garantem a eficácia da sinalização e devem ser criteriosamente observados.

Placa de identificação do atrativo turístico: Caso o atrativo não tenha identificação própria, sendo eficiente e visível ao usuário do sistema, essa placa tem a finalidade de identificar o atrativo, devendo ser preferencialmente duplas independentemente do sentido da circulação do trânsito para atender também os pedestres. Deve apresentar também o nome do atrativo e a respectiva tradução em inglês e espanhol.

Placa indicativa de sentido: Indica e orienta os percursos para que os motoristas acessem com mais facilidade o destino pretendido.

Placa de identificação do atrativo e serviços prestados: Identifica o atrativo e direciona o motorista para os vários serviços prestados.

Placa indicativa de rota de pedestres: Indica e orienta percursos para que os pedestres acessem com facilidade o destino pretendido. As placas são colocadas em locais exclusivos para pedestres, para atrativos inacessíveis de acesso com carro e terá início no final da rota de veículos.

A utilização de um sistema de sinalização, principalmente em áreas externas – de grande trânsito de público – pode ser considerada a forma mais democrática, e muitas vezes a mais eficiente, para transmitir as informações interpretadas. Entre os tipos de placas de sinalização determinados pela legislação de trânsito, a categoria das placas indicativas orienta a circulação para veículos e para pedestres, no que diz respeito à identificação das vias, dos destinos e dos locais de interesse, bem como à indicação de direções, distâncias e serviços auxiliares, podendo também ter função educativa. Ao contrário da sinalização vertical de regulamentação e advertência, a sinalização de orientação de atrativos turísticos não perde a eficácia quando colocada em maior quantidade. Entretanto, devem ser tomados cuidados especiais para preservar o local a ser sinalizado, evitando-se a poluição visual ou interferência com o patrimônio, causado pelo seu uso demasiado

CRONOGRAMA DE ATIVIDADE

Ações	Curto prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
Diagnóstico macro e micro			
Plano Funcional			
Implantar Placas			

Projeto 4: Reurbanização do centro: parklets e boulevard

PROJETO 4: REURBANIZAÇÃO DO CENTRO: PARKLETS E BOULEVARD

SUMÁRIO EXECUTIVO

O presente projeto visa reurbanizar e requalificar o centro de Ibatinga, através de extensão do passeio público, sem o bloqueio da via, nas ruas demarcadas “Zona do Boulevard Turístico” e em “Zona de Parklets”. A intenção é criar mais conforto aos turistas de compras que frequente intensamente o centro comerciais da estância turística de Ibatinga. O Boulevard Turístico é de iniciativa do poder público e os Parklets são de iniciativa privado com normatização e autorização do poder público municipal.

JUSTIFICATIVA

Para um maior conhecimento e aproveitamento da estadia na cidade, os turistas necessitam ter em mãos informações referentes ao município e suas atrações, tanto turísticas como comerciais. A desinformação do turista que visita o município de Ibatinga pode causar não somente uma diminuição de sua estada, mas também uma retenção de gastos no município, podendo inclusive contribuir para a formação de uma imagem, de maneira errônea ou incompleta daquilo que o destino Ibatinga representa e oferece.

Fatores ao longo dos anos, de acordo com o diagnóstico participativo, influenciaram diretamente a deficiência de infraestrutura turística no centro de Ibatinga, como a falta limpeza eventual e pontual na zona turística, baixa arborização urbana na zona central, ausência de estacionamento para carga e descarga. Desta forma, não oferecendo espaços para descanso, para turista de compras, especialmente para idosos e crianças. O espaço central é tomado por lojas com excesso de bordados expostos nas vitrines, propiciando no centro de Ibatinga um lugar árido, com pouca arborização, bancos, lixeiras e paisagismo.

Boulevard é uma forma de pavimentação de praças ou ruas pedonais, ou seja, destinadas somente a pedestres, contendo mobiliário urbano, equipamentos, árvores e vegetação em geral utilizadas em espaços públicos, geralmente localizado em áreas centrais das cidades. O primeiro calçadão público do Brasil foi o da chamada Rua das Flores, na cidade de

Curitiba, nome do trecho pedonal da Rua XV de Novembro. Sua função seria orientada principalmente à circulação pública de pedestres, além de conter espaços de estar, conjugando assim espaços tanto para a movimentação quanto para a permanência. Os Boulevard são de iniciativa pública.

Os Parklets são ampliações temporárias do passeio público, realizadas por meio da implantação de plataformas sobre as áreas de estacionamento nas vias públicas. Podem ser equipados com bancos, floreiras, mesas e cadeiras, guarda-sóis, aparelhos de exercícios físicos, ou outros elementos de mobiliário, com função de recreação ou de manifestações artísticas. Os Parklets são de iniciativa Privada.

OBJETIVO GERAL

Reurbanizar e requalificar o centro de Ibitinga, através de extensão do passeio público, sem o bloqueio da via, nas ruas demarcadas “Zona do Boulevard Turístico” e em “Zona de Parklets”, para proporcionar aos turistas que visitam a cidade, espaço para descanso e bem estar nas calçadas, com instalação de bancos, mesas, pérgolas, arborização e paisagismo e vagas de carga e descarga.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

FASE 1: Implantar as Zona 1, Zona 2 e Zona 3 na Rua José Custódio o Boulevard Turístico conforme anexo do Projeto logo abaixo, por meio de iniciativa pública.

FASE 2: Incentivar a iniciativa privada a criar Parklets, ou extensões do passeio público, com bancos, paisagismo e sombreamento, para o descanso e o lazer dos visitantes, por meio de iniciativa privada, com aprovação da Prefeitura Municipal.

RESPONSÁVEIS PELO PROJETO

FASE 1 Parklets: Poder privado do município, dentre eles microempresas, empresas de grande porte e comércio do Centro da Cidade.

FASE 2 Boulevard: Poder Público Municipal, por meio de anuências através de audiência com os comerciantes da Rua José Custódio.

LOCALIZAÇÃO

Os Parklets os está estarão localizo no centro de Ibitinga, em frente aos estabelecimentos comerciais e de serviços com finalidades turísticas e de compras no centro da cidade.

O Boulevard será instalado no centro de Ibitinga na Rua José Custódio, entre as ruas Sete de Setembro e Domingos Robert. (Ver mapa).



DURAÇÃO DO PROJETO

O projeto de Parklets e Boulevard tem tempo previsto de três anos para a sua implantação.

METODOLOGIA

FASE 1: Parklets

Aprovar Normas através de decreto que discipline a implantação de Parklets, de iniciativa privada, com aprovação da Prefeitura de Ibitinga para sua instalação, apenas na zona central de Ibitinga. Ver sugestões de Normas no Anexo ao Projeto;

Apresentar projetos individualizados de Parklets, de proposição da iniciativa privada, como comércio local e serviços e infraestrutura turística, para a aprovação da Prefeitura da Estância Turística de Ibitinga;

Publicar parecer em diário oficial do município da aprovação dos Parklets;

Construir Parklets por meio de recursos da iniciativa privada;

Fiscalizar e avaliar a utilização e conservação dos Parklets, através de iniciativa pública, com a possibilidade de manutenção ou extinção do Parklet já implantado.

FASE 2: Boulevard

Proceder mapeamento e identificação de locais para implantação do Boulevard na Rua José Custódio (conforme mapa abaixo);

Desenvolver o anteprojeto urbanístico pela Prefeitura Municipal de Ibitinga. O Boulevard será a extensão do passeio público, contemplando o alargamento da calçada e permitindo o trânsito de veículos;

Apresentar e validar em Audiência Pública com empresários/lojistas e sindicatos o anteprojeto do Boulevard;

Elaborar projetos executivo para captação do recurso junto aos órgãos governamentais estaduais e federais;

Executar projetos através de convênios e verbas públicas;

Acompanhar e prestar contas do projeto.

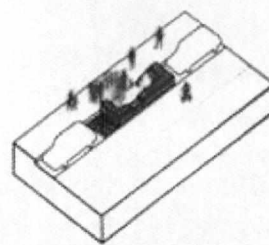
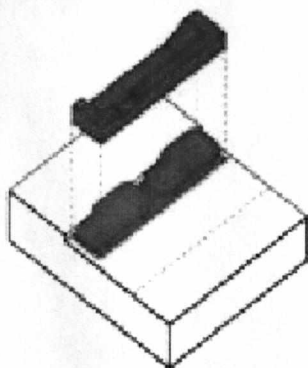
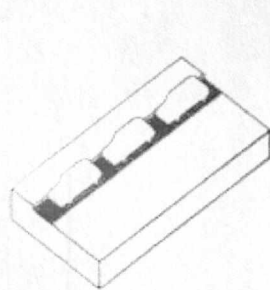
CRONOGRAMA DE ATIVIDADE

ATIVIDADES	Curto Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo	
Fase 1: Parklets				
Aprovar Normas através de decreto	x			
Apresentar projetos individualizados de Parklets		x	x	
Publicar parecer em diário oficial do município da aprovação dos Parklets		x	x	
Construir Parklets por meio de recursos da iniciativa privada		x	x	

Fiscalizar e avaliar a utilização e conservação dos Parklets			X	
FASE 2: Boulevard				
Proceder mapeamento do boulevard na Rua José Custódio	X			
Desenvolver o anteprojeto urbanístico pela Prefeitura Municipal de Ibitinga.	X	X		
Apresentar e validar em Audiência		X		
Elaborar projetos executivo para captação do recurso		X	X	
Executar projetos através de convênios e verbas públicas			X	
Acompanhar e prestar conta do projeto				

Anexo: Parklets

Croqui de Implantação de Parklets de 10m



Espaço
destinados a
automóveis

2 vagas de
carro
=
1 Parklets

Mais espaço para
vegetação

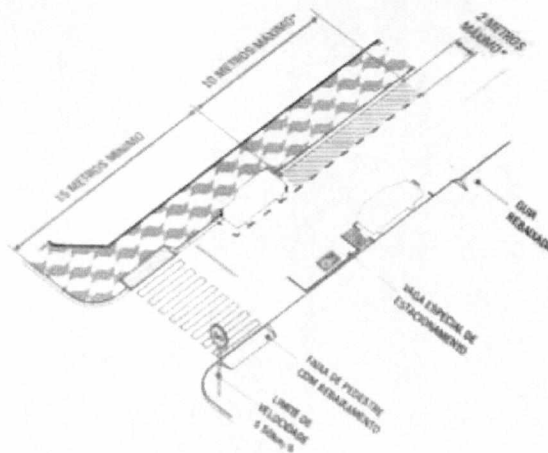
Mais mobiliários e
equipamentos

Mais pessoas

DIRETRIZES GERAIS DE IMPLANTAÇÃO DOS PARKLETS:

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Após escolher o local da implantação é importante observar atentamente todos os itens que serão detalhados a seguir; como o número de vagas que podem ser ocupadas, a distância da esquina, as limitações, acessibilidade, drenagem, a inclinação da rua, entre outros, para que o local ofereça conforto e segurança aos usuários e para que a instalação seja aprovada.



tipologias de vagas

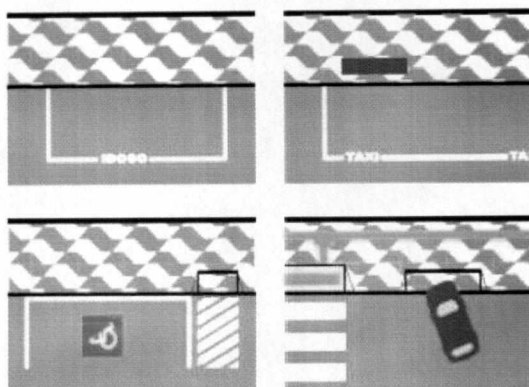
A instalação não poderá ocupar espaço superior a 2,0m de largura, contados a partir do alinhamento das guias, por 10m de comprimento em vagas paralelas ao alinhamento da calçada,

Distância à Esquina:

O parklet não poderá ser instalado em esquinas e a menos de 15 metros do bordo de alinhamento da via transversal, conforme figura.

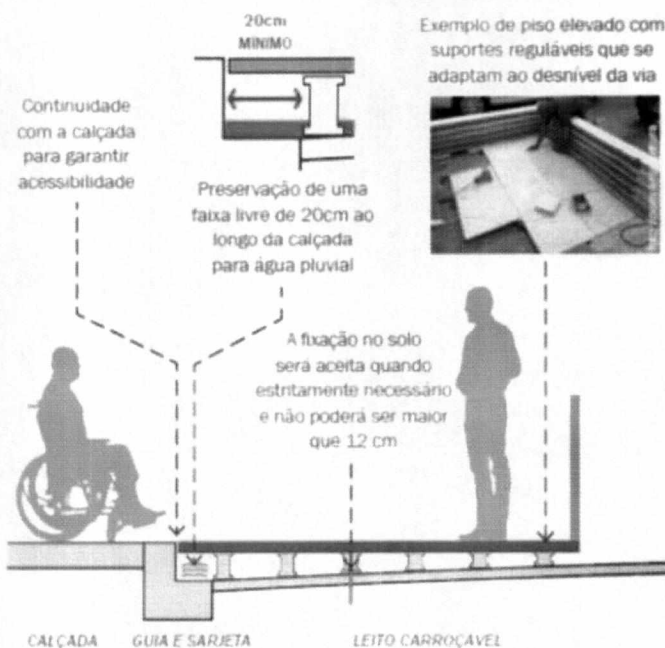
Limitações

O parklet não poderá *obstruir guias rebaixadas, equipamentos de combate a incêndios, rebaixamentos para acesso de pessoa com deficiência, pontos de parada de ônibus, pontos de táxi, faixas de travessia de pedestres, nem poderá acarretar a supressão de vagas especiais de estacionamento.*



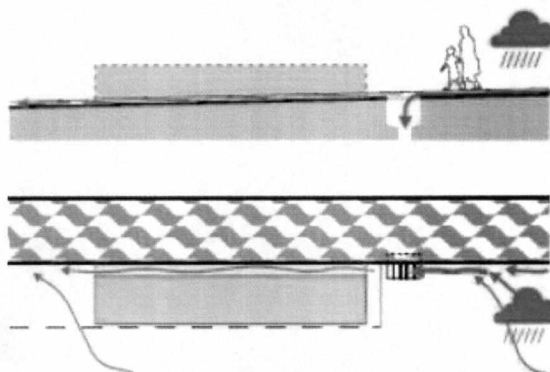
Acessibilidade

O projeto de instalação deverá atender às normas técnicas de Acessibilidade



Drenagem

As condições de drenagem e de segurança do local de instalação deverão ser preservadas. Como figura ao lado



Projeto 5: Implantação de marina e atracadouro no Rio Jacaré-Guaçu

PROJETO nº 5 – IMPLANTAÇÃO DE MARINA E ATRACADOURO NO RIO JACARÉ-GUAÇÚ

SUMÁRIO EXECUTIVO

Ibitinga possui diversos rios, sendo o mais importante chamado Tietê. Além deste famoso rio, o município é banhado pelos rios Jacaré-Guaçu e Jacaré-Pepira, com grande potencial náutico. Com isso, a implantação de uma marina e atracadouro visa explorar o Turismo Náutico, um novo segmento de turismo capaz de diversificar a demanda turística da cidade. Atualmente, a cidade atende majoritariamente o turista de baixa renda, classificado como visitante, que não pernoita, mas chega na cidade, realiza suas compras, e logo em seguida vai embora. Com a diversificação da oferta turística e especificamente o Turismo Náutico, abre-se caminho para atender uma nova demanda turística, formada por pessoas que possuem tempo e dinheiro para passear, além de comprar nosso principal produto, o bordado. Além disso, este público que pernoitará, movimentando a economia do setor hoteleiro e atraindo investimentos. A implantação da marina e o atracadouro tem por objetivo explorar de forma sustentável as belezas naturais do município, através de passeios de barco, contando com toda a infraestrutura de apoio necessária. Este projeto será desenvolvido entre o setor público e o privado.

JUSTIFICATIVA

O projeto de implantação da marina e atracadouro visa desenvolver um produto turístico inexistente no município. Diversos fatores indicam a necessidade e a oportunidade de sua implantação que serão descritas aqui. O turismo de Ibitinga possui atualmente um único segmento, chamado Turismo de Compras, cujo principal produto é a confecção de bordados. Devido a existência de um único segmento de turismo, há uma sazonalidade no fluxo de turistas, resultando em um período de alta e baixa concentração de visitantes, fazendo com que a economia do município tenha alta oscilação. Outro fato é que essa oscilação faz com que a comunidade não tenha interesse em desenvolver outros segmentos de turismo, pois não há estímulo dos empresários em investir em novos empreendimentos do setor de turismo. Há uma descrença da comunidade

com relação a diversificação da oferta turística. Com isso, o município permanece num ciclo vicioso, em que a comunidade não se sente encorajada em desenvolver outros segmentos de turismo, deixando de atrair investimentos na área de informações turísticas, no turismo receptivo. A falta de diversificação da oferta faz com que Ibitinga receba sempre o mesmo perfil de turistas, o qual podemos dizer que em sua maioria são turistas de baixa renda.

A implantação da marina e do atracadouro no município de Ibitinga trará uma grande contribuição para o aumento de fluxo de turistas, movimentando toda a cadeia produtiva do turismo, formada por proprietários de bares, restaurantes, hotéis, empresas do ramo de bordado, fornecedores de insumos, além da população economicamente ativa que trabalha no comércio de Ibitinga. Além disso, a marina e o atracadouro abre caminho para novas oportunidades, como por exemplo, o aumento do fluxo de pessoas que poderão participar da Festa de Nossa Senhora dos Navegantes, realizada às margens do rio Jacaré-Guaçú, evento realizado anualmente no mês de fevereiro, em homenagem à Padroeira dos Navegantes. Além de contribuir com o turismo de compras, o turismo **náutico** abre caminho para novas ofertas turísticas como por exemplo o turismo rural e o turismo de pesca, pois ao redor do município há uma grande área de propriedades rurais e também rios onde é possível praticar atividades de pesca. Porém, toda essa diversificação da oferta só será possível através de conscientização da comunidade para desenvolver uma estrutura de receptividade na zona urbana e rural.

OBJETIVO GERAL

Implantar uma Marina e um atracadouro no município de Ibitinga, às margens do Rio Jacaré-Guaçú, para ofertar um novo segmento de Turismo Náutico para os visitantes, turistas e comunidade local.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Desenvolver o Turismo Náutico em Ibitinga-SP, nos rios Jacaré-Guaçu e Tietê, proporcionando:

- experiência única ao turista/visitante de conhecer e contemplar as belezas naturais da região, tendo como meio de transporte embarcações com capacidade em torno de 300 passageiros. Durante o passeio, o passageiro terá a

oportunidade de conhecer o sistema de eclusagem existente na Usina Hidrelétrica de Ibitinga;

- Fomentar o Turismo de Compras, especificamente o bordado, através de um serviço de receptivo, conduzindo o turista/visitante ao centro da cidade;

- Realizar um roteiro turístico envolvendo as cidades de Barra Bonita, Jaú e Ibitinga;

- Redução da sazonalidade do turismo, através da diversificação da oferta turística.

RESPONSÁVEIS PELO PROJETO

Prefeitura municipal de Ibitinga

LOCALIZAÇÃO

O projeto de Marina e atracadouro será implantado na cidade de Ibitinga, Estado de São Paulo, às margens do Rio Jacaré-Guaçú, no Sítio Água Quente. Estrategicamente, Ibitinga pertence a Região Turística Caminhos do Tietê, formada pelas cidades de Ibitinga, Iacanga, Arealva, Bariri, Barra Bonita, Dois Córregos, Mineiros do Tietê, Bocaina, Jaú e Itapuí.

DURAÇÃO DO PROJETO

4 anos

METODOLOGIA

Escolha do local: O local escolhido para implantação da marina e do atracadouro fica próximo a Balsa Municipal. O local foi escolhido levando em consideração os critérios estabelecidos pelos órgãos ambientais, no que diz respeito as autorizações de uso e exploração das margens do Rio Jacaré-Guaçú, bem como das licenças ambientais necessárias.

Licenças Ambientais: Licença provisória da AES Tietê – concedida no dia 20/01/2015 o direito de exploração de área pertencente a AES Tietê, especificamente a margem do rio Jacaré Guaçú para a construção de atracadouro de embarcações.

Licença da Marinha – despacho concedido no dia 06/04/2016 pela Marinha do Brasil Capitania Fluvial do Tietê-Paraná, autorizando o uso da margem direita do Rio Jacaré-Guaçú para construção de uma Marina e de um atracadouro de embarcações.

Licença da CETESB – licença concedida no dia 03/05/2016 pela Companhia Ambiental do Estado de São Paulo, autorizando a Prefeitura a intervir em uma Área de Preservação Permanente para implantação da Marina e do atracadouro de embarcações no Rio Jacaré Guaçú.

Licença definitiva da AES Tietê – Após a aprovação das licenças provisórias, será dado início as licenças definitivas de instalação

Elaboração do Projeto de construção: Será licitada empresa para a elaboração de projeto executivo de construção da Marina e do Atracadouro. Devido à dimensão do projeto de engenharia, as licenças e os recursos disponíveis para a execução da obra, o projeto de construção poderá ser implementado em etapas, se iniciado com um atracadouro, e na sequência a construção da Marina.

Captação de recurso para o projeto: Os recursos financeiros para construção da Marina e do Atracadouro será obtido através de convênio celebrado entre a Prefeitura Municipal de Ibitinga com o governo estadual em etapas. Por ser considerada Estância Turística, Ibitinga recebe recursos financeiros do DADETUR (Departamento de Apoio ao Desenvolvimento das Estâncias), o qual pode ser utilizada em obras e infraestrutura turística. O convênio será elaborado pela Secretaria de Planejamento.

Licitação do projeto: Após a celebração do convênio e demais trâmites administrativos, inicia-se a fase de licitação do projeto, podendo ser na modalidade Pregão Presencial ou Concorrência Pública, dependendo do valor da obra. A licitação será realizada pela Prefeitura Municipal através do Departamento de Licitações.

Execução da Obra: Após o processo licitatório inicia-se a execução da obra. A empresa vencedora da licitação dará início a construção da Marina e do atracadouro. Através de contrato de prestação de serviço, a empresa deverá construir a marina e o atracadouro nas condições contratuais celebradas entre ambas as partes.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADE

Atividade	Curto Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
Escolha do local			

Licenças Ambientais			
Projeto de construção			
Captação de recursos			
Licitação do projeto			
Execução da obra			

Projeto 6: Obras de infraestrutura básica e turística

Projeto 6: OBRAS DE INFRAESTRUTURA BÁSICA E TURÍSTICA

SUMÁRIO EXECUTIVO

Ibitinga conta com uma diversidade de segmentos turísticos como Turismo Náutico, Ecoturismo, Turismo Histórico-Cultural, Turismo Religioso, Turismo Negócio e Eventos. A intenção deste projeto é ampliar a infraestrutura básica e turística visando à permanência do turista na cidade, incentivando a diversificação da oferta turística e o desenvolvimento de novos segmentos turísticos. Para tanto, é necessário ampliar a infraestrutura básica e turística visando condição básica para a melhoria dos produtos turísticos e dos serviços prestados aos turistas

JUSTIFICATIVA

O desenvolvimento do turismo nas estâncias turísticas com fluxos consolidados de demanda, como também com oferta turística diversificadas nos vários segmentos turísticos, pressupõe prover em Ibitinga infraestrutura adequada para a expansão da atividade e melhoria dos produtos e serviços ofertados.

Os investimentos públicos em infraestrutura são condição básica para a melhoria dos produtos turísticos e dos serviços prestados aos turistas nos segmentos de Turismo Náutico, Ecoturismo, Turismo Rural, Turismo Histórico-Cultural, Turismo Religioso e Turismo Negócio e Eventos.

A Implementação de projetos com importância e valor para a melhoria dos vários segmentos de turísticos de Ibitinga só serão viabilizadas com investimentos em infraestrutura de apoio ao turismo e infraestrutura turística propriamente dita.

Implantar na Estância Turística de Ibitinga infraestrutura básica e turística é dar condições necessárias para a expansão turística de maneira ordenada e sustentável, por meio da criação da implantação de equipamentos, para o acesso de turistas, para a melhoria da qualidade do produto turístico e o fortalecimento local, nos seguimentos de maior atenção do município Turismo Náutico, Ecoturismo, Turismo Rural, Turismo Histórico-Cultural, Turismo Religioso e Turismo Negócio e Eventos.

Vale ressaltar que, de acordo com o artigo 8º da Lei Estadual nº 16.283/16, as Estâncias que não dispõem de infraestrutura básica capaz de atender às populações fixas e flutuantes deverão aplicar parte dos recursos do FUMTUR em obras e serviços que promovam as melhorias necessárias para o abastecimento de água potável, sistema de coleta e tratamento de esgotos sanitários e gestão de resíduos sólidos.

OBJETIVO GERAL

Ampliar a infraestrutura básica e turística visando à permanência do turista na cidade, incentivando a diversificação da oferta turística e o desenvolvimento de novos segmentos turísticos, tais como Turismo Náutico, Fluvial e o de Pesca, Ecoturismo, Turismo Histórico-Cultural, Turismo Religioso e Turismo Negócio e Evento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Ampliar a infraestrutura básica e turística para o segmento de Turismo Náutico, Fluvial e o de Pesca, considerando a diversidade de rios que o município possui;

Implantar a infraestrutura básica e turística para o segmento de Ecoturismo com a criação de equipamentos para a melhorar a vivência e observação da fauna e flora de Ibatinga e a ecologia local;

Executar obras de infraestrutura básica e turística para o segmento de Turismo Rural no distrito de Cambaratiba incentivando a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo os costumes da comunidade;

Promover obras de infraestrutura básica e turística para o segmento de Turismo Histórico-Cultural visando a valorização e promovendo os bens materiais e imateriais do patrimônio histórico-cultural, assim como dos eventos culturais de forma sustentável;

Investir em infraestrutura básica e turística para do Turismo Religioso incentivando a visitação a espaços e edificações religiosas, bem como a valorização de eventos religiosos.

Executar obras de infraestrutura básica e turística para do Turismo Negócio e Eventos ampliando a visitação de espaços de compras, eventos e feiras do município.

RESPONSÁVEIS PELO PROJETO

Poder público do município, dentre eles microempresas e empresas de pequeno, médio e grande porte.

LOCALIZAÇÃO

O projeto será desenvolvido no município de Ibitinga.

DURAÇÃO DO PROJETO

Devido à variedade dos projetos de infraestrutura a duração do projeto é será determinada nos projetos executivos.

METODOLOGIA

1. Prospecção e Proposta

1.1 Identificações de necessidade

Levantamento de necessidades de infraestrutura básica e turísticas de acordo com o segmento turístico de grande incidência no município como Turismo Náutico, Ecoturismo, Turismo Histórico-Cultural, Turismo Religioso, Turismo Negócio e Eventos.

1.2 Elaboraões de Pleitos

Após a identificações de necessidades serão definidos os pleitos a serem autorizados pelo COMTUR e COC, pelo poder público municipal.

2. Aprovação do Pleito e Convênio

2.1 Manifestação do Pleito pelo COMTUR

Os pleitos deverão ter manifestação do Conselho Municipal de Turismo, conforme regulamento de acordo com o artigo 6º a Lei Nº 16.283/16, e com o parecer favorável, poderão ser encaminhados ao Conselho de Orientação e Controle do Fundo de Melhoria das Estâncias

2.2 Submissões do pleito ao Conselho de Orientação e Controle do Fundo de Melhoria das Estâncias. Os pleitos aprovados pelo COMTUR, deverão ser submetidos à aprovação do COC de acordo com o artigo 6º a Lei Nº 16.283/16.

2.3 Convênios Estado-Município

Após as devidas manifestações do COMTUR e das aprovações pelo COC dos pleitos, serão formalizadas as transferências dos recursos, mediante convênios específicos, celebrados entre o Estado e os Municípios Turísticos.

3. Aprovação de Projeto Básico

3.1 Elaborações de Projetos Executivos

Planta do Município, definindo a localização das obras por meio de trajetos, coordenadas (GPS), legendas e com a localização dos pontos turísticos do município.

Memorial Descritivo, assinado pelo Responsável Técnico, contendo as normas, etapas construtivas e especificações dos materiais que orientarão a execução dos serviços e obras.

Projeto Básico, assinado pelo Responsável Técnico, contendo peças gráficas (desenhos) e especificações dos serviços, obras e acabamentos que permitam o entendimento da concepção do projeto e a quantificação do mesmo para fins de orçamento.

Orçamento em papel timbrado, constituindo-se de uma planilha detalhada dos serviços e obras, suas quantidades e valores unitários.

Cronograma Físico-Financeiro, deve ser baseado no cronograma de execução e Decreto 62.032 de 17/06/2017.

3.2 Análises DADETUR (Manual de Convênios - Abri/17)

3.3 Aprovações DADETUR

3.4 Emissões da autorização para licitação por parte do Município

4. Execução de Projeto

5. Acompanhar e Controlar

5.1 Prestação de Contas ANUAL

5.2 Prestação de Contas de Parcelas

CRONOGRAMA DE ATIVIDADE

ATIVIDADE	Curto Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
1. Prospecção e Proposta			
2. Aprovação do Pleito e Convênio			
3. Aprovação de Projeto Básico			
4. Execução de Projeto			
5. Acompanhar e Controlar			

Projeto 7: Gastronomia

PROJETO 7: GASTRONOMIA

SUMÁRIO EXECUTIVO

O Presente projeto tem como objetivo incentivar a gastronomia no município que atenda nos períodos diurnos e noturnos, e nos finais de semana por meio do incentivo à gastronomia, oferecendo uma variedade de locais de alimentação para o turista. Para tanto, ele é dividido em duas fases sendo:

FASE 1 – CENTRO GASTRONÔMICO

FASE 2 – FESTIVAL GASTRONÔMICO

JUSTIFICATIVA

Ibitinga recebe muitos turistas anualmente e ainda não possui um prato típico para apresentar como mais um atrativo para o visitante que aqui aporta. A criação de festival gastronômico serviria como atrativo municipal e regional e a eleição de prato típico do município serviria como um chamariz para que mais visitantes aqui venham apreciá-lo.

A criação de um centro gastronômico como novo atrativo regional, além de nova atividade econômica, divulgará a cultura local e a gastronomia, etc.

Esse festival vem com o intuito de atrair turistas da região e moradores da cidade de Ibitinga que gostam desse tipo de atrativo turístico.

OBJETIVO GERAL

Incentivar a gastronomia no município que atenda nos períodos diurnos e noturnos, e nos finais de semana por meio do incentivo à gastronomia, oferecendo uma variedade de locais de alimentação para o turista.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1-Criação de um festival gastronômico: Eleger um prato típico de nossa cidade capaz de atrair turistas e moradores.

2-Criação de um centro gastronômico: Transformar a Avenida Engenheiro Ivanil Franceschini no trecho compreendido entre o trevo da Avenida Alberto Casemiro até o trevo para o CBI em um polo gastronômico.

RESPONSÁVEIS PELO PROJETO

Microempresas e empresas de pequeno porte e médio porte, agentes de viagens, guias de turismo, restaurantes, pessoas interessadas em desenvolver projetos turísticos, poder público e privado, alunos da faculdade de turismo.

LOCALIZAÇÃO

O projeto será desenvolvido no “Passeiódromo” localizado na cidade de Ibitinga. Em sua fase 1: CENTRO GASTRONÔMICO

DURAÇÃO DO PROJETO

O projeto tem duração prevista de um mês para o Festival e para o centro gastronômico duração prevista de três anos.

METODOLOGIA

Criação de um festival gastronômico

Elaborar a proposta de Festival (Montar exatamente o que se vai fazer nesse evento, elaborar cada mínimo detalhe, detalhar cada passo que será feito no festival);

Sensibilizar os empresários (Mostrar aos empresários os benefícios financeiros, aumentando os atrativos para os visitantes);

Fazer estudo de viabilidade do Festival junto com empresários (através do estudo da viabilidade. Os envolvidos terão uma visão ampla dos benefícios que o Festival trará para a cidade e para as empresas);

Montar um concurso para o prato típico de Ibitinga (definir alguns tipos de pratos (variados) para que as pessoas possam provar e votar no melhor prato para que este se torne um prato típico da cidade de Ibitinga);

Reelaborar a proposta do Festival (fazer um feedback estudando seus pontos fortes e melhorando seus pontos fracos para que se consiga ter melhores resultados futuros).

Criar o Centro Gastronômico

Estudar os estabelecimentos (Verificar e estudar cada estabelecimento para detalhar seu cardápio e seu funcionamento);

Mobilizar os empresários para o Centro Gastronômico mostrando seus benefícios financeiros.

Classificar os estabelecimentos do Centro Gastronômico de acordo com seus cardápios e apresentação de pratos e higiene.

Obter cursos de gastronomia para desenvolvimento de pratos (diversificação de cardápio);

Divulgar os estabelecimentos (Colocar cartazes, distribuir folders e divulgar na rádio os estabelecimentos);

Sinalizar a zona gastronômica (Colocar placas sinalizando o centro gastronômico);

CRONOGRAMA DE ATIVIDADE

Festival Gastronômico

Atividade	Curto Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
Elaborar a proposta do festival			
Sensibilizar os empresários.			
Fazer estudo de viabilidade do festival junto com os empresários.			
Criar um projeto piloto do festival, concurso prato típico de Ibitinga.			
Feedback			

Centro Gastronômico

Atividade	Curto Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
Estudar os estabelecimentos			
Mobilizar os empresários do Centro Gastronômico			
Classificar os estabelecimentos do centro gastronômico			
Obter curso de gastronomia para desenvolvimento de pratos			
Divulgar os estabelecimentos			
Sinalizar a zona gastronômica			

Projeto 8: Roteiros turísticos

PROJETO 8: ROTEIROS TURÍSTICOS

SUMÁRIO EXECUTIVO

FASE 1 – DESENVOLVIMENTO DE ROTEIRO HISTÓRICO, RELIGIOSO E DE COMPRAS

FASE 2 – DESENVOLVIMENTO DE ROTEIRO RURAL

FASE 3 – DESENVOLVIMENTO DE ROTEIRO REGIONAL (COMPRAS E NÁUTICO)

JUSTIFICATIVA

Para que os turistas permaneçam na cidade é preciso que se criem novos atrativos e uma nova atividade econômica que englobe e promova a cultura e as tradições.

Porém, para que isso aconteça é necessário promover a imagem do município exaltando as atividades relacionadas com o roteiro de compras, religioso-cultural e rural-ecológico

OBJETIVO GERAL

Elaborar e desenvolver roteiros turísticos, para aumentar e diversificar os atrativos turísticos no município proporcionando o aumento do fluxo turístico, e a permanência do turista na cidade e na região.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Elaborar e desenvolver roteiros de compras e náuticos regionais;

Elaborar e desenvolver roteiros histórico-cultural e religioso;

Elaborar e desenvolver roteiros rural-ecológico;

RESPONSÁVEIS PELO PROJETO

Faculdade de Turismo e Secretaria de Turismo, Associações Comerciais, sindicatos, proprietários de áreas rurais e agência de turismo.

LOCALIZAÇÃO

O projeto será desenvolvido em âmbito municipal e na Região turística Caminhos do Tietê.

DURAÇÃO DO PROJETO

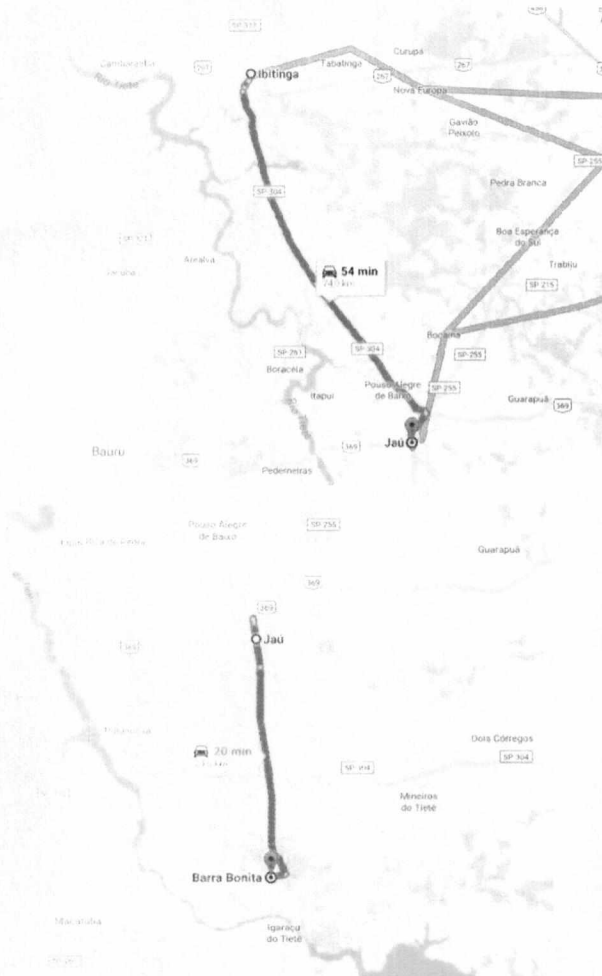
Duração prevista para um ano e meio, onde os dois primeiros trimestres seriam destinados para mobilização das partes interessadas, três trimestres seriam para a execução do projeto e um trimestre para avaliação.

METODOLOGIA

ESTRUTURA DO ROTЕIRO REGIONAL DE COMPRAS E NÁUTICO

Elaboração do roteiro de compras e náutico regional, o roteiro será composto por três cidades da Região Turística Caminhos do Tietê, sendo Ibitinga, Jaú e Barra Bonita.

A primeira proposta é a criação de um roteiro de compras e náutico, que englobe as três cidades, podendo o turista comprar enxovais nas lojas, artesanatos locais na feira de artesanato aos sábados em Ibitinga, aproveitar e fazer compras no Território do Calçado em Jaú, e finalizando com um passeio turístico nas águas do Rio Tietê na Estância Turística de Barra Bonita. O roteiro poderá ser ofertado pela via náutica, com um cruzeiro fluvial entre Barra Bonita e Ibitinga, passando por Jaú.



ESTRUTURA DO ROTEIRO HISTÓRICO-CULTURAL E RELIGIOSO

Elaboração do roteiro histórico-cultural e religioso, começa no centro de Ibitinga com a visita a Matriz do Senhor Bom Jesus e observar a cripta do Menino Nelsinho e a Via Sacra do pintor Duilio Galli; construções antigas do centro da cidade, e visita à fábrica de vestimentas religiosas: A Boa Semente.

ESTRUTURA DO ROTEIRO RURAL-ECOLOGICO

Elaboração do roteiro rural-ecológico começa com uma visita à Cambaratiba e à fábrica de palmito Rigomel, e à Fazenda Voltinha (Trilha dos Macacos), Museu e Casa Sede.

FASES DA METODOLOGIA:

- Mobilização das pessoas interessadas
- Articulação e Sensibilização
- Formalização dos Roteiros
- Realização dos Roteiros Turísticos
- Avaliação e Feedback dos Roteiros
- Reelaboração e criação de novos roteiros turísticos

CRONOGRAMA DE ATIVIDADE

Atividades	1º	2º	1º
	Sem2017	Sem2017	Sem2018
Mobilização das pessoas interessadas	■		
Articulação e Sensibilização	■		
Formalização dos Roteiros		■	
Realização dos Roteiros Turísticos		■	■
Avaliação e Feedback dos Roteiros		■	■
Reelaboração e criação de novos roteiros turísticos			■

Projeto 9: Criação do Observatório de Turismo e Sistema de Informação

PROJETO 9 – CRIAÇÃO DO OBSERVATÓRIO DE TURISMO E SISTEMA DE INFORMAÇÃO

SUMÁRIO EXECUTIVO

De início, o turista busca informações prévias referentes ao produto turístico que escolheu ou irá escolher através de pesquisas, principalmente pela internet. Durante a viagem necessita de informações referentes às atividades que serão desenvolvidas durante a estadia no destino selecionado. Desta forma, torna-se necessário um canal entre o turista e os serviços oferecidos na localidade escolhida, como os Postos de Informações Turísticas (PITs). Portanto, é indispensável a criação e implantação dos PITs em Ibitinga, como parte da infraestrutura local e um dos objetos da hospitalidade.

Para fins de entendimento é necessário dizer que os serviços prestados em um PIT focam o atendimento e a informação ao visitante e ao morador, sobre a oferta turística que o município detém ou que esteja na região. Sendo assim, é importante descrever o que se entende por: Informação Turística, Posto de Informações Turísticas e Agentes de Informações Turísticas.

Entende-se por informações turísticas o conjunto de instruções e orientações, relativas ao conhecimento e descrição da localidade, para que o turista e a população possam ter acesso, de forma facilitada, aos roteiros, produtos e serviços oferecidos na destinação turística. Tais informações constituem-se da oferta de conhecimento histórico, cultural e artístico, local e regional, além de esclarecimentos sobre localização, telefones e outras formas de acesso a vários segmentos do comércio, da indústria, dos serviços de urgência e atendimentos públicos, tais como: localização de hotéis, restaurantes, bancos, postos de combustíveis, lojas, fábricas, correios, hospitais, pronto-socorro, pontos de taxi, terminais rodoviários, estações de trem e metrô, portos, aeroportos, agências de viagens e turismo, transportadoras, etc.

Os PITs - Postos de Informações Turísticas são instalações que integram a infraestrutura turística de uma destinação e se configuram em unidades fixas ou móveis, que podem ser construídas em alvenaria, instaladas em quiosques de madeira ou montadas em "trailers", com pontos fixos de atendimento, ou

ainda podem ser constituídas unidades itinerantes em que equipes se utilizem de “totens” e promovam o atendimento em diferentes locais, dependendo da concentração de público e que se faça necessária a presença de informações. Essas instalações ficam destinadas ao atendimento ao turista e à população local, através da prestação de informações, bem como de outros serviços, a depender do porte do posto de informações turísticas. Os PITs se configuram estratégia de marketing para o desenvolvimento da hospitalidade no produto turístico, além de possibilitar a coleta de dados para atualizar e organizar as informações sobre o turismo, cadastrando visitantes e desenvolvendo pesquisas no mercado turístico.

Os AITs. Agentes de Informações Turísticas são profissionais com competências fundamentais de comunicação para o desenvolvimento apropriado das relações entre território, residentes e visitantes. São figuras capacitadas e qualificadas para informar e orientar turistas e moradores locais sobre roteiros, programações, serviços e produtos, bem como prestar informações históricas, culturais e artísticas locais em PITs, atendendo a todos com cortesia, presteza e respeito à diversidade humana. Os AITs contribuem para um serviço turístico mais completo, inovador e de melhor qualidade, pois são dotados de competências profissionais, técnicas, intelectuais e pessoais, capacidade de diálogo e transmissão de informações na área do turismo.

JUSTIFICATIVA

Acredita-se que o turismo é uma atividade que contempla a valorização de uma localidade e que gera renda e emprego, graças a seu efeito multiplicador nas economias locais. A partir dessa percepção, o desenvolvimento do turismo é regido por estratégias, fazendo com que um local tenha uma oferta diferenciada e sustentável, sendo que a integração das comunidades locais com os visitantes deve ser incentivada e valorizada. Algo que interfere na demanda de turistas principalmente está ligado ao deslocamento, principalmente influenciado pelo acesso aos espaços turísticos.

Diante disso, a informação turística tem como finalidade garantir o acesso fácil nas localidades aos produtos, serviços e atrativos turísticos e por sua vez, possibilitar um deslocamento acessível. Assim, a informação turística

necessita estar presente sendo fator pertinente no processo de desenvolvimento local.

Como neste caso, a cidade de Ibitinga não se isenta desta situação, pois evidencia muitos locais que não possuem uma sinalização turística que consiga atender um acesso eficiente, além da necessidade de dar possibilidade aos turistas e a população local a disponibilização de informações acerca dos produtos, serviços, atrativos, cultura e história da cidade e da região.

OBJETIVO GERAL

Os objetivos gerais da implantação Observatório de Turismo e Sistema de Informação, no município de Ibitinga são: estruturar, ordenar, sistematizar, qualificar e ampliar a oferta de informações turísticas de forma integrada e organizada.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Oferecer serviço qualificado e estruturado no atendimento ao turista e à população residente;

Facilitar o acesso a informações e instruções aos que visitam a cidade e a população local;

Incentivar o marketing dos produtos turísticos locais e regionais;

Consolidar e agregar valor aos produtos turísticos;

Promover o desenvolvimento da atividade turística local;

Identificar e sistematizar informações, realizando pesquisas e catalogando dados, referentes a demanda turística no município.

RESPONSÁVEIS PELO PROJETO

Poder Público e parceiros

LOCALIZAÇÃO

Implantar os PITs fixos em três localizações distintas e necessárias ao atendimento ao turista e à população local, bem como a circulação de Agentes de Informações Turísticas em algumas ruas de grande movimentação, principalmente aos sábados, que podem ser chamados de PITs Itinerantes.

LOCAL DO PIT FIXO

O primeiro PIT fixo será instalado no local denominado “**Portal de Entrada**” da cidade, onde já existe estrutura previamente construída para tal finalidade, por se tratar da principal via de acesso da cidade.

Para a instalação do segundo PIT fixo fica designado o “**Senadinho Dr. Vidal Haddad**”, localizado na esquina das Ruas José Custódio e Domingos Robert, no centro, que se configura num ponto de referência de turistas, pela facilidade de acesso ao Ponto de Taxi e muitas vezes o local também é ponto de embarque e desembarque de turistas por parte dos transportes das empresas de bordados da cidade.

E o terceiro PIT fixo será instalado no **Terminal Rodoviário**, que atualmente tem sido muito usado pelos turistas, pois nas imediações são estacionados vários ônibus de excursões que chegam à cidade e a partir dali os turistas buscam conhecer e visitar o comércio local.

AGENTES INFORMAÇÃO DE TURISMO

A sugestão de criação dos Agentes de Informações Turísticas(AIT) é poder estar disponível para oferecer informações sobre Ibitinga, nos locais e períodos de maior fluxo turísticos, a fim de circularem entre os turistas, percorrendo preferencialmente no centros da cidade ou espaços com aglomeração de visitantes (festas, feiras, eventos, etc.)

Os agentes que estiverem lotados no PIT Senadinho e no PIT Rodoviária, poderão fazer um revezamento periódico entre os dois PITs citados (PIT Senadinho ao PIT Rodoviária) e percorrem a ruas do centro para circularem livres nas ruas, que forem identificadas com maior movimento de turistas, na área compreendida no quadrilátero formado entre as ruas Domingos Robert, Coronel Geretto, Bom Jesus e Treze de Maio, a fim de serem vistos e promoverem a facilidade de acesso dos turistas às informações.

DURAÇÃO DO PROJETO

METODOLOGIA

ESTRUTURA DO SISTEMA DE INFORMAÇÃO

Para viabilizar o funcionamento dos PITs definidos acima, será levado em consideração a necessidade de cada um no que diz respeito à montagem e instalação dos equipamentos necessários.

No PIT Portal de Entrada, que já se constitui de estrutura de alvenaria (figura 01), com espaço fechado e seguro, recuo no pavimento da via de



acesso que possibilita aos turistas estacionarem, de ônibus ou veículos particulares, conta ainda com móveis do tipo mesa, cadeira e armário arquivo para o AIT

trabalhar. E que será suprido com material de apoio para consultas, do tipo listas com nomes e telefones de hotéis e restaurantes, localização dos serviços públicos, postos de combustíveis, catálogo telefônico atualizado do comércio em geral, mapas, folders e panfletos de eventos locais e regionais, a serem distribuído aos turistas que ali pararem para obter informações. Poderão ser identificadas outras necessidades no momento da efetiva instalação, o que será resolvido oportunamente.

Para os PITs do Terminal Rodoviário e do Senadinho Dr. Vidal Haddad, há necessidade de aquisição das estruturas dos modelos “quiosques” ou “totens” a serem fixados ou instalados para identificação do local.

Sendo que no Terminal Rodoviário o PIT poderá ser do tipo quiosque fixo, conforme modelo da figura 02, que permanecerá instalado nas dependências internas do Terminal Rodoviário, dispensando sua remoção e instalação a cada dia de atendimento, uma vez que o terminal funciona diariamente e dispõe de atendentes, funcionários e vigilantes, dificultando a depredação do patrimônio público.

No Senadinho terá que ser uma estrutura móvel a exemplo do modelo da figura 03, pois o espaço a ser utilizado é ao ar livre, dispondo apenas de cobertura e requer a remoção e instalação em todas as vezes que for dispensado o atendimento do PIT no local.



Figura 2 - PIT Terminal Rodoviario



Figura 3 - PIT Senadinho

PERFIL DO AGENTE

Os Agentes de Informações Turísticas - AITs serão profissionais capazes de:

Atuar como provocador do desenvolvimento do turismo a partir das informações prestadas e o estímulo às visitas.

Aplicar com responsabilidade e ética profissional os conhecimentos trabalhados no curso de capacitação para a prestação de serviços turísticos.

Utilizar as diversas linguagens de comunicação e tecnologias para a dinâmica da prestação de informações para o desenvolvimento da atividade turística.

DIAS E HORÁRIOS DE FUNCIONAMENTO

Para que os PITs fixos e itinerantes funcionem adequadamente, se faz necessária a regulamentação dos dias e horários de funcionamento e atendimento ao público. Para tanto, sugerimos a seguir alguns dias e horários, contudo fica a cargo da autoridade competente a efetiva coordenação dos serviços.

DIAS DE FUNCIONAMENTO DOS PITs

Levando-se em consideração que a cidade recebe um maior número de visitantes nos dias compreendidos entre a quinta-feira e o sábado semanalmente, pode-se estipular que todos os Agentes de Informações Turísticas de Ibitinga atuem no atendimento nos dias, conforme a seguir:

Às 5ª e 6ª feiras o atendimento poderá ser disponibilizado no PIT Portal e no PIT Rodoviária, e no sábado além dos PITs mencionados, também entra em funcionamento o PIT Senadinho e os AITs itinerantes.

HORÁRIOS DE FUNCIONAMENTO DOS PITs

O item anterior prevê os dias de funcionamento, os horários desses dias ficariam previamente estipulados, como a seguir, sujeitos a adequação normativa pelas Leis Trabalhistas.

Na 5ª e na 6ª feira o horário sugerido de atendimento nos PITs Portal e Rodoviária seriam à partir das 07:00h da manhã até às 17:00h ininterruptamente e aos sábados atenderiam à partir das 06:00h da manhã até às 12:00h.

E aos sábados funcionaria também o PIT Senadinho, juntamente com os AITs itinerantes das 06:00h da manhã até as 12:00h.

Obs.: Para que seja possível o intervalo de refeições, há a necessidade de revezamento de horários para almoço, não podendo todos os AITs se ausentarem dos PITs simultaneamente para realizarem suas refeições.

MATERIAL DE APOIO

Todo material de apoio ao desempenho das atividades dos AITs nos PITs deverão ser distribuídos aos Agentes no início dos trabalhos diários, com exceção do PIT Portal de Entrada da Cidade que dispõe de espaço para armazenamento.

Entende-se por material de apoio todo conteúdo impresso, contendo listas de nomes e telefones dos hotéis, restaurantes, agências de turismo, telefones úteis, atendimentos públicos de saúde e segurança, guias locais e regionais, revistas, informativos, mapas da cidade, catálogo telefônico geral atualizado,

cartazes e folders de eventos locais e regionais quando for o caso e demais itens que servem de referências para aqueles que vêm visitar Ibitinga.

É necessário também, disponibilizar aos AITs todo material necessário e útil nos PITs, com a finalidade de criar banco de dados nas pesquisas de satisfação dos visitantes, ou da população local, e ainda material para que os turistas possam fazer as anotações gerais de sugestões, reclamações e elogios.

UNIFORMES

Para viver em sociedade deve-se obedecer algumas regras e normas. Para os profissionais da área do turismo isso não é diferente. As normas de etiqueta determinam o comportamento que deve ser adotado em determinadas ocasiões, segundo que nível de formalidade, respeito e serviços são apresentados. Com relação ao traje que deve usar, o uso de uniformes é o mais adequado à função e às atividades a serem desenvolvidas nos PITs. É claro que não se deve esquecer a competência, a criatividade e o talento, que aliados a imagem, completam as características

primárias do bom Agente de Informações Turísticas.

Sendo assim, para um atendimento padronizado e adequado fica a sugestão de modelo

Figura 4 - Uniforme AIT



(figura 4) de uniformes do tipo camisetas, confeccionadas em malha de algodão, confortáveis no clima quente predominante na Estância Turística de Ibitinga. O modelo sugerido mostra estampas na frente e nas costas, que identificam que a pessoa que usa esse uniforme é um Agente de Informações Turísticas. A imagem sugere o uso da cor branca, com detalhes na gola e nas mangas em azul, pois a estampa do símbolo da letra "i" de informações é originalmente no padrão azul, acompanhado da inscrição em preto

“informações turísticas e o nome da cidade, além do Brasão Oficial do Município.

MATERIAL DIDÁTICO

Refere-se ao material a ser utilizado para treinamento, capacitação e formação dos AITs. Para a confecção desse material será preciso fazer uma parceria, entre a Secretaria Municipal do Turismo e a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ibitinga – FAIBI, no sentido de elaborar todo o material didático necessário para a capacitação dos AITs, de acordo com as necessidades do município e por encontrar na entidade de grau superior os profissionais capacitados a oferecer o treinamento bem como o material das disciplinas relativas ao assunto que já fazem parte do programa pedagógico do Curso de Graduação em Turismo.

FORMA DE TREINAMENTO

O treinamento e capacitação dos AITs poderá se dar através de cursos desenvolvidos especialmente para esse fim, com professores da FAIBI, na própria instituição, onde os agentes poderão receber as aulas necessárias e ainda terão acesso à Biblioteca que contém a literatura específica.

MANUAL DE ATENDIMENTO

Anexo a este projeto seguem alguns documentos como sugestão de base para elaboração definitiva de um manual próprio de atendimento a ser usado pelos AITs nos PITs da Estância Turística de Ibitinga.

O primeiro documento é uma cartilha elaborada pelo Instituto Federal do Paraná, dentro do PRONATEC – Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego, e que foi utilizada no curso de capacitação de agentes no Paraná.

O segundo documento é um trabalho de Ana Helena Romão e trata-se de uma montagem de textos sobre Postura Profissional.

E por fim, um Manual Prático de Atendimento ao Turista, elaborado pelos alunos do 3º ano do Curso de Turismo da FAIBI, com regras básicas do dia-a-

dia, que poderão acompanhar o AIT de Ibitinga e auxiliá-lo no atendimento disponibilizado ao turista que chegar a Ibitinga.

Projeto 10: Fomento na elaboração do Plano de Marketing

PROJETO 10: FOMENTO NA ELABORAÇÃO DO PLANO DE MARKETING

SUMÁRIO EXECUTIVO

O plano de marketing vem a fomentar o acesso dos turistas à informação sobre a cidade, priorizando as atrações turísticas e o comércio local.

JUSTIFICATIVA

Para um maior conhecimento e aproveitamento da estadia na cidade os turistas necessitam ter em mãos informações referentes ao município e suas atrações, tanto turísticas como comerciais. A desinformação do turista que visita o município de Ibatinga pode causar não somente uma diminuição de sua estada, mas também uma retenção de gastos no município, podendo inclusive contribuir para a formação de uma imagem, de maneira errônea ou incompleta, daquilo que o destino Ibatinga representa e oferece.

Assim, focalizando no caso do município de Ibatinga, procura-se examinar ações, já existentes e futuras, de marketing voltado ao turismo na cidade, priorizando o desenvolvimento e difusão da função turística e comercial, sabendo mostrar com beleza o que é a realidade da cidade.

OBJETIVO GERAL

Elaborar e desenvolver um plano de marketing para divulgar os atrativos turísticos, comerciais e demais informações turísticas no município de Ibatinga.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Desenvolver material de divulgação da cidade, dentro do período de 1 ano sendo que nos 6 primeiros meses deverá ser desenvolvido site de divulgação da Estância Turística de Ibatinga com previsão para liberação de acesso ao final desses 6 meses.

* Elaborar e distribuir material de apoio contendo mapas e informativos do tipo folders que contenham detalhes dos atrativos locais para os turistas.

* Distribuir e divulgar material desenvolvido e transformado em conteúdo informatizado nas mídias sociais e demais meios de comunicação que usa rede de provedores.

* Realizar a comunicação entre o poder público municipal e o privado, a fim de fomentar a aplicação do plano de marketing visando o desenvolvimento do turismo em todas as suas categorias no município.

Exteriorizar campanha nacionalmente para trazer turistas para a cidade

RESPONSÁVEIS PELO PROJETO

Iniciativa privada do município, dentre eles microempresas, empresas de grande porte e *Convention & Visitors Bureau*.

LOCALIZAÇÃO

O projeto será desenvolvido em âmbito municipal, estadual e federal.

DURAÇÃO DO PROJETO

O plano de marketing tem duração prevista de dois anos, onde o primeiro ano será destinado a confecção e elaboração de material de divulgação, e o segundo ano será destinado a distribuição e aplicação do material e do plano.

METODOLOGIA

1. Pesquisa de mercado (análise de oferta e pesquisa de demanda)

A pesquisa é um recurso vital que serve para:

Conhecer o perfil do cliente, tanto de maneira quantitativa (potencial do mercado), quanto de maneira geo-demográfica (estilo de vida, características comportamentais, hábitos de consumo, escolaridade e renda);

Perceber a estratégia dos concorrentes e observar seus pontos fortes e fracos;

Analisar os fornecedores e as empresas que fornecem produtos e serviços: sistema de vendas e distribuição, políticas de preços e cobrança, qualidade dos produtos e serviços.

Serve para dimensionar o mercado, identificar o segmento de mercado mais lucrativo, detectar novas tendências, avaliar a performance de seus produtos e serviços, identificar a quantidade ou volume que o mercado é capaz de absorver e a que preços esses produtos poderão ser vendidos.

Trata-se de um questionário semi-estruturado aplicado nos mais diferentes segmentos contendo informações pré-estabelecidas.

2. Análise interna e externa de mercado

Análise externa: análise de ameaças e oportunidades em relação ao comércio e turismo tanto na cidade quanto a nível regional. Dentre os parâmetros a serem analisados pode-se citar: o mercado local e quais atrativos são ofertados, os mercados competidores e qual o diferencial em relação aos mesmos, o público-alvo a ser atendido e qual está presente atualmente.

Análise interna: análise dos pontos fortes e fracos do comércio e turismo local, realizar diagnóstico da situação atual e estabelecer objetivos possíveis.

3. Estratégias de Marketing

3.1 Conceituação de produto

Conceituar o produto é conformar uma imagem, um rosto, para o produto turístico ou comercial que se quer vender. É estabelecer um conceito que será agregado desse produto, perante o mercado. A criação de slogans leva à formação do conceito. Devem-se analisar os mercados que se pretendem atingir e elaborar slogans para cada um dos mercados.

3.2 Elaboraões de marca

Como manifestação concreta, a contextualização gráfica, composta de desenhos, símbolos e cores, ou produção tipográfica, afixada em suportes físicos, tais como papéis, panos, invólucros, recipientes etc. Interessa no aspecto de sua elaboração, diretamente ao desenhista ou ao artista plástico, além de outros profissionais que laboram no campo da criação. No plano das ideias ou ideologicamente, a marca pode retratar o estímulo do desejo; a instigação para o consumo; um instrumento econômico de realização de mercadorias na sociedade de massa; o reclamo mental de uma coisa em relação à própria marca assinalada.

3.3 Segmentação de mercado

A segmentação de mercado, nada mais é do que separar uma parte do mercado, agrupando um conjunto de entidades (pessoas e organizações, ou pessoas ou organizações), de acordo com determinadas características. É uma estratégia de marketing que facilita a ação da empresa, em cada segmento, ajustando as características da oferta ao que cada segmento de

mercado demanda. As características demográficas, econômicas, legais, políticas, tecnológicas e culturais do ambiente podem comprometer, favoravelmente ou não, as previsões e o planejamento do negócio.

Por ser difícil atingir todos os mercados, é bom se concentrar em segmentos específicos, particularmente se tiver um negócio pequeno. Isto não apenas permitirá que se alcancem mais pessoas que realmente comprarão o produto, como também pode reduzir a concorrência. Encontrar o nicho é a chave do sucesso para os pequenos e médios negócios – e até mesmo para grandes.

3.4 Distribuição

Um canal de distribuição ou canal de marketing é um conjunto de instituições e relacionamentos, através dos quais os produtos, direitos de uso, pagamentos e informações fluem do produtor para o consumidor.

O material de divulgação a ser utilizado poderá ser:

- i) digital, mídias online: sites, blogs, portais e redes sociais.
- ii) impresso, mídias off-line: revistas, jornais, folders, cartazes, banners, outdoors.
- iii) audiovisual, cinemas, rádios e televisão, de acordo com orçamentos e verbas a serem definidas.

3.5 Comunicação/Promoção

Comunicação abrange a análise das funções estratégicas de cada atividade de comunicação, bem como sua integração contínua e permanente, somando esforços para que a mensagem seja concisa e uniforme, comunicação como algo sinérgico une a comunicação institucional com a mercadológica somada à interna, que juntas formam um tripé da comunicação organizacional, onde o conjunto de cada setor resulta em uma comunicação eficiente e harmônica.

Todas as especialidades da comunicação devem ser utilizadas, Jornalismo, Relações Públicas, Marketing, Publicidade e Propaganda, bem como feiras dos produtos, levando a marca da cidade a vários lugares, para obter uma comunicação eficiente e os objetivos e resultados sejam ampliados.

Sendo o foco principal atrair o público para conhecer os produtos e serviços da cidade de Ibitinga.

A imagem da cidade deve se manter única seja para qualquer público potencial. O profissional que acionará e fará o monitoramento desta comunicação, deve estar atento a todas as informações e ações dos concorrentes, com o objetivo de traçar estratégias e alcançar seu objetivo, utilizando as melhores e mais adequadas formas de comunicação. Dentre as principais funções deste profissional, está o desenvolvimento da mensagem adequada.

A divulgação do material de promoção do município poderá ocorrer via:

Online por redes sociais e sites blogs e portais;

Meios de comunicação, por rádio ou televisão e cinema;

Off-line, encartes promocionais, espalhados pelos principais comércios da cidade e em feiras de turismo para divulgação em massa, revistas, jornais, e em outdoor dispostos em pontos estratégicos pré-definidos.

Nesse material deverá conter todos eventos comemorativos da cidade (religiosos, tradicionais e cívicos) e as principais atrações turísticas da cidade. Dentre as atrações turísticas e datas comemorativas e importantes para a cidade pode-se citar:

Região central da cidade (com lojas preparadas para atender os turistas e a feira, realizada na praça da matriz, aos sábados e domingos);

Feira do Bordado realizada no mês de julho;

Corpus Christi;

Via Sacra;

Igreja Matriz;

Pantaninho/Rio Jacaré Pepira.

Região Turística Caminhos do Tietê

Outro fator importante para o turista é informar quais os principais pontos gastronômicos da cidade e hotéis para a estadia (guia informativo da cidade), onde o mesmo poderá se sentir mais seguro e aumentará a sua satisfação, possibilitando que o mesmo retorne a cidade mais vezes. Realizar concursos gastronômicos para definir qual o prato típico da cidade é outra maneira de diversificar as atrações para os turistas.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADE

ATIVIDADE	Curto prazo	Médio prazo	Longo prazo
Elaboração do material	■		
Confecção do material		■	
Distribuição do Material			■

Projeto 11 – Educação em Turismo

PROJETO 11 – EDUCAÇÃO EM TURISMO

SUMÁRIO EXECUTIVO

Ibitinga é uma Estância Turística, cuja população não tem consciência dessa vocação, portanto, faz necessário que se comece a educação para o turismo desde o primeiro ciclo nas escolas municipais, como uma matéria transversal. Também para que as crianças obtenham conhecimento dos pontos turísticos e da cultura local seria necessário que se elaborassem roteiros. Despertar a curiosidade dos alunos é um dos meios mais eficientes para que ele tenha mais interesse em conhecer sua própria cidade, usando assim a educação básica das escolas para desenvolver o espírito crítico que futuramente contribuirá para um olhar mais amplo no desenvolvimento da cidade. A formação de pessoas capacitadas para essa formação é imprescindível.

FASE 1 – Manter o curso superior em Turismo, de graduação e pós-graduação, para a formação de profissionais e gestores público e privados para o setor de turismo;

FASE 2 – Fomentar cursos técnicos e livres para a qualificação e profissionalização de mão-de-obra do turismo;

FASE 3 – Elaborar e executar programa de formação, capacitação e de sensibilização em empreendedorismo e turismo nas escolas da rede pública municipal (fundamental ciclo 1).

JUSTIFICATIVA

Esse projeto identificou-se a ausência de um plano educacional nas escolas de Ibitinga e região, relacionadas ao turismo, resultando da falta de interesse dos empresários e comunidade local em desenvolver o turismo na cidade e região. Como ponto forte na educação em turismo de Ibitinga foi identificada a oferta de cursos de graduação em turismo mantido pela prefeitura: FAIBI.

Com base nas pesquisas de demanda feitas pelos alunos da FAIBI, observou-se a falta de qualificação, treinamento para as pessoas e principalmente a falta de interesse daqueles que convivem diariamente com os turistas, como vendedores e atendentes, no qual um plano educacional seria um auxílio de extrema importância para a conscientização e um bom atendimento aos

mesmos. Para que as pessoas tenham acesso a essas informações é necessário que se utilize a ferramenta do marketing no qual se cuida da divulgação e acessibilidade nas escolas, empresas e comunidades. Nesse planejamento de divulgação, cujo objetivo principal é inserir educação do turismo, nas escolas a partir do ensino fundamental, como matéria transversal junto com outras disciplinas fazendo com que os alunos desenvolvam um espírito crítico sobre o potencial da cidade, uma vez que Ibitinga é uma Estância Turística.

OBJETIVO GERAL

Incentivar a educação em turismo para que se desenvolva pessoas capazes de intervir estrategicamente na gestão do turismo em instituições públicas e privadas, conhecendo as principais potencialidades e necessidades do turismo na cidade de Ibitinga.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Manter curso superior em turismo, de graduação e pós-graduação, para a formação de profissionais e gestores públicos e privados para o setor de turismo.

Fomentar cursos técnicos e livres para a qualificação e profissionalização de mão de obra do turismo.

Elaborar e executar programa de formação, capacitação e de sensibilização em empreendedorismo e turismo nas escolas de rede pública municipal.

RESPONSÁVEIS PELO PROJETO

Faibi; Secretaria de Turismo; professores; alunos; comunidade; empresários.

LOCALIZAÇÃO

Na cidade de Ibitinga, na faculdade FAIBI com parcerias da ETEC e escolas da cidade.

DURAÇÃO DO PROJETO

Indeterminado

METODOLOGIA

Fase 1: Elaborar e executar programa de formação, capacitação e de sensibilização em empreendedorismo e turismo nas escolas da rede pública municipal (fundamental ciclo 1).

Elaborar projeto programa de educação e capacitação turística com a ajuda de professores capacitados e qualificados no ramo turístico.

Apresentar para a Secretaria de Educação: Estando o projeto montado, revisado, é hora de apresentá-lo para a Secretaria de Educação para que o mesmo seja aprovado e imediatamente se comece a implantá-lo na cidade.

Piloto (responsável pela divulgação nas escolas): A escolha dessa pessoa deveria ser feita baseada na capacidade de incentivo, boa capacidade intelectual, convincente, de um professor ou aluno para que este vá até as escolas do município e região e consiga despertar o interesse nos alunos a respeito de querer melhorias, fazer com que eles entendam que a cidade depende do turismo.

Desenvolvimento e avaliação do piloto: Seria baseado no como esse piloto é desenvolvido intelectualmente, suas capacidades de incentivo, e além de tudo, estar muito interessado no seu trabalho.

Redimensionar piloto para ampliar a rede de divulgação: Ou seja, levar esse piloto não somente dentro das escolas do município como também da região, para que assim, traga mais estudantes e façam mais pessoas se interessarem pela área.

Sensibilizar secretaria de educação e comunidade a respeito do projeto: Seria na escolha do piloto e na divulgação da cidade, pois o piloto seria responsável por mostrar aos alunos o que seria feito, fazê-los ficarem interessados, e na divulgação, feita de maneira correta, para que a comunidade ficasse sabendo do que estava se passando e as vantagens que traria a sociedade.

Estimular escolas e empresários do setor turístico: o objetivo seria conscientizá-los dos benefícios que o projeto traria pra eles, no aumento da renda para os empresários, e nas escolas, uma melhoria significativa na educação uma vez que os alunos entendessem a importância do projeto, e soubessem o potencial de sua cidade.

Fase 2: Manter o curso superior de turismo, de graduação e pós graduação para a formação de profissionais e gestores público e privados para o setor de turismo (curto prazo).

Manter convênios na faculdade: É importante manter o convênio com a prefeitura e utilizar as entidades conveniadas para o desenvolvimento de novos projetos e programas voltados ao turismo.

Projeto de extensão: Trazer cursos de capacitação voltados para área de turismo e workshops (gastronomia, hotelaria, marketing, educação em turismo, etc)

Informações Turísticas: Criação de postos de informações turísticas (PIT)

Pesquisa de demanda: Manter pesquisas de demanda aplicadas aos turistas utilizando os alunos do curso de turismo.

Capacitação de profissionais na área de turismo: Com base em cursos preparatórios relacionados ao turismo, moldar os profissionais de turismo de maneira correta, a fim de capacitá-los para que assim ocorra a educação adequada referente ao turismo.

Implantar pós-graduação na faculdade: De grande importância, com base nos convênios e na prefeitura, trazer para Ibitinga, cursos de pós-graduação, para que os alunos saiam da faculdade com um alto conhecimento sobre sua área.

Fase 3: Fomentar cursos técnicos e livres para a qualificação e profissionalização de mão de obra do turismo (médio prazo)

Parceria com o Centro Paulo de Souza: Fazer parceria com o centro Paulo de Souza para que tragam cursos técnicos voltados ao turismo em Ibitinga.

Parceria empresarial para divulgação: Fazer essa parceria empresarial para que se possa fazer uma boa divulgação do projeto.

Implantação do projeto: Feitas essas parcerias necessárias, deve-se implantar o projeto oficialmente em Ibitinga para que se possa trabalhar a fundo nele.

Capacitação e qualificação profissional de mão de obra para o turismo: Deve-se selecionar professores capacitados e qualificados para que se possa começar a trabalhar em cima desse projeto e desenvolvê-lo juntamente com os alunos.

Trazer para a cidade cursos relacionados ao turismo: cursos como Gastronomia, Hotelaria, Marketing, etc.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADE

	Curto prazo	Médio prazo	Longo prazo
FASE 1 – Manter o curso superior em Turismo, de graduação e pós-graduação, para a formação de profissionais e gestores público e privados para o setor de turismo;			
FASE 2 – Fomentar cursos técnicos e livres para a qualificação e profissionalização de mão-de-obra do turismo;			
FASE 3 – Elaborar e executar programa de formação, capacitação e de sensibilização em empreendedorismo e turismo nas escolas da rede pública municipal (fundamental ciclo 1).			

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo pesquisa de demanda realizada em 2016, os visitantes de Ibitinga, em sua esmagadora maioria, são excursionistas e não turistas, sendo esse seu principal ponto a se observar na organização e no planejamento turístico da cidade, com a intenção de promover um aumento do tempo de permanência do turistas, ou seja, transformando aquilo que é um excursionista de um dia, em um turista com pernoite na cidade. Para tanto, deve-se atentar para uma mudança no perfil do público alvo, de um excursionista de baixa renda e pouca escolaridade, para um turista de maior poder aquisitivo, maior grau de escolaridade e, portanto, mais exigentes e com capacidade de maior consumo.

O diagnóstico participativo apontou um problema central no turismo do município de Ibitinga como falta de produtos, serviços e infraestrutura turística capaz de receber e manter o turista da cidade. A falta de diversidade da oferta de produtos, serviços e atrações turísticas são as causas da baixa permanência do público visitante, que optam em se hospedar em outras cidades da região como, por exemplo: Ribeirão Preto, Bauru, Barra Bonita, Igarçu do Tietê, Jaú, entre outras, do que permanecer em Ibitinga. A falta de infraestrutura de receptivo do visitante também contribui para essa pouca permanência. Nesse sentido, é imprescindível a diversificação da oferta de serviços e produtos turísticos, como passeios, restaurantes, bares, meios de hospedagem e melhorias da infraestrutura de receptivo dos visitantes, como áreas para descanso, lazer e turismo para aumentar a demanda de turistas e também de excursionistas, ou seja, ampliar o fluxo de visitação do município.

Diante do cenário do Turismo de Ibitinga exposto acima, o Plano de Desenvolvimento Turístico, está estruturado em diretrizes capazes de promover o desenvolvimento turístico sustentável e integrado do município, e tem o objetivo de diversificar e ampliar o fluxo de visitação. O presente plano busca, por meio das diretrizes e projetos apresentados, criar, no futuro, um município que proporcione momentos alegres e agradáveis aos seus turistas, nos seguimentos: Religioso, Ecológico, Rural e Náutico, além do segmento de compras e eventos já consolidados.

São, portanto, cinco as prioridades do turismo de Ibitinga: Criar espaços de lazer e descanso no centro turístico; Foco na diversidade de oferta de turismo

(Compras, Ecológico, Rurais e Religiosos); Diversificar os turistas que visitem Ibitinga; Investimentos em infraestrutura e serviços turísticos com mais qualidade; e Criar uma governança em turismo capaz de contribuir com uma gestão democrática

Assim o plano busca atingir as metas estabelecidas, por meio de cinco diretrizes estratégicas para o desenvolvimento do Turismo de Ibitinga:

- I Fomentar a Gestão Participativa
- II Investir em Infraestrutura e serviços turístico
- III Promover a Diversificação da Oferta Turística
- IV Instituir canais de Informação, Comunicação e Marketing
- V Capacitar e Educar para o Turismo

São estas diretrizes que possibilitaram a criação dos programas e projetos que compõem sua variedade de investimentos, tanto público quanto privados, para alcançar os objetivos propostos para o plano. Assim, os projetos, por mais isolados e pontuais que possam ser propostos e executados, necessitam ser implementados de maneira conjunta, integrada e sinérgica, para potencializar os seus resultados.

Finalmente, o Plano de Turismo de Ibitinga, aqui apresentado, propõe um turismo possível para o município, indo além de uma visão sem ação, que poderia ser um sonho irrealizável. As ações, projetos e programas contidos no Plano de Desenvolvimento do Turismo das Estâncias Turísticas de Ibitinga se destacam por ser um documento viável, que proporcione uma real mudança do cenário turístico local futuro, se implementado. O presente plano, assim, cumpre com o estabelecido pela Lei Estadual nº 1.261 de 2015 que estabelece condições e requisitos para a classificação das Estâncias Turísticas do estado de São Paulo.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Maria Lúcia Pinheiro: **Anotações Familiares**; São Paulo, 1990. Editora K.M.K, artes gráficas e editora Ltda. Pág 518 a 521.

Clima dos Municípios Paulistas. Disponível em: <<http://www.cpa.unicamp.br/outras-informacoes/clima-dos-municipios-paulistas.html>>. Acesso em: 02 abr. 2016.

Silva, L. **Intervenções em Área de Preservação permanente no Reservatório de Ibitinga – SP: Equívocos e Omissões**; Disponível em: <http://www.uniara.com.br/arquivos/file/cursos/mestrado/desenvolvimento_regional_meio_ambiente/dissertacoes/2006/leonice-aparecida-da-silva.pdf>.

Acesso em: 02 abr. 2016.

Martinelli, M. **Relevo do Estado de São Paulo.** 2009. Disponível em: <<https://confins.revues.org/6168?lang=pt#tocto2n4>>. Acesso em: 03 abr. 2016.

Clima:Ibitinga. 2016. Disponível em: <http://pt.climate-data.org/location/34959/>. Acesso em: 01 maio 2016.

Souza, Amilcar Marcelo de., Sammarco, Yanina Micaela. **APA Ibitinga: Pantanal Paulista Socioambiental do Interior do Estado de São Paulo**; 1º ed. São Paulo, 2012.

Portal ternura fm 99.3. **São Paulo.** 2016. Disponível em: <<http://www.portalternurafm.com.br/noticias/57694/ibitinga-rio-tiete-tera-semana-comemorativa>>. Acesso em: 1 mai.2016.

Portal Férias. **São Paulo.** 2016. Disponível em: <<http://www.ferias.tur.br/fotogr/154718/ibitinga-sp-riojacareguacu-foto-Eklnha/ibitinga/>>. Acesso em: 2 mai.2016.

Panoramio. Disponível em: <http://www.panoramio.com/user/3758962?comment_page=1&photo_page=>>. Acesso em: 2 mai.2016.
<http://www.ambiente.sp.gov.br/apa-ibitinga/>

CÂMARA MUNICIPAL ESTÂNCIA TURÍSTICA DE IBITINGA. **Legislação.** 2016. Disponível em: <<http://www.camaraibitinga.sp.gov.br/legislacao>>. Acesso em: 04 jun. 2016.

AZEVEDO, E. A. de. WEBARTIGOS, Sociedade e Cultura. **A Informação como Estratégia de desenvolvimento da hospitalidade no produto turístico** [S.l.]: jan 2011. Disponível em: <<http://www.webartigos.com/artigos/a-informacao-como-estrategia-de-desenvolvimento-da-hospitalidade-no-produto-turistico/58054/>>. Acesso em: 04 maio 2015.

BARBOSA, Alberto Josefá. Reflexões sobre o conceito de produto turístico e sua gestão integrada: Desafios para o produto turístico "Santo Antão": **TURyDES Revista de Investigación en turismo y desarrollo local**. Málaga, v. 2 n. 6 nov. 2009.

BRASIL, Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Regionalização. Brasília, 2007. p. 17. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/modulox20operacional_7_rroteirizacao_turistica.pdf>. Acesso em: 22 maio 2015.

ISCET, Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo. **Guias e Agentes de Informações Turísticas**. Disponível em: <<http://www.iscet.pt/education/guias-agentes-de-informacao-turistica>>. Acesso em: 15 maio 2015.

POÇOS DE CALDAS, Prefeitura Municipal de. **Centro de informações turísticas**. Poços de Caldas, 2015. Disponível em: <http://www.pocosdecaldas.mg.gov.br/site/?page_id=10728>. Acesso em: 14 maio 2015.

PRONATEC, Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego. **Cursos PRONATEC Turismo Cidadão**: agente de informações turísticas. Disponível em: <<http://pronatec.turismo.gov.br/cursoscopa.html>>. Acesso em: 16 maio 2015.

ROMÃO, A. H. **Postura Profissional**: A arte de recepcionar. Disponível em: <http://www.gtaa.com.br/empresa/postura_profissional_AnaHelenaRomao.pdf>. Acesso em: 24 maio 2015.

SENAC, Serviço Nacional do Comércio. **Cursos de Capacitação**: Área do Turismo. Minas Gerais, 2015. Disponível em:

<<http://www.mg.senac.br/internet/cursos/capacitacao/DetalheCurso.htm?TipoCurso=1&AreaFormacao=24&Grade=3193&Cidade=3984>>. Acesso em: 03 maio 2015.

SILVA, F. G. S. da; MELO, R. de S. A contribuição da sinalização turística para o desenvolvimento turístico de Parnaíba (PI, Brasil). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, 6(2), p. 130, maio/ago. 2012. Disponível em: <[file:///C:/Documents%20and%20Settings/Valdecir/Meus%20documentos/Downloads/Silva_Melo_2012_A-contribuicao-da-sinalizacao-8478%20\(2\).pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/Valdecir/Meus%20documentos/Downloads/Silva_Melo_2012_A-contribuicao-da-sinalizacao-8478%20(2).pdf)>.

Acesso em: 06 maio 2015.