**PLANO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL – (PDITS) – São Roque/SP**

**Cronograma de Execução**

**2017**

****

,

**PREFEITURA** **MUNICIPAL DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE SÃO ROQUE**

CLÁUDIO JOSÉ DE GOES - PREFEITO MUNICIPAL

MÁRCIO FELTRIN – DEPARTAMENTO DE DESEVOLVIMENTO ECONÔMICO, ESPORTE, TURISMO E LAZER

MAURÍCIO VASCONCELOS – DIVISÃO DE TURISMO

**EQUIPE TÉCNICA**

THIAGO FERRAREZI – COORDENAÇÃO DE PROJETO

MURILO V. ZIANI - TURISMÓLOGO

LUIS FERNANDO DE MORAES PEREIRA – TURISMÓLOGO

RONEI GRELLA - TURISMÓLOGO

BEATRIZ FRANCISCO – ARQUITETA E URBANISTA

Sumário

[LISTA DE FIGURAS 5](#_Toc487730095)

[LISTA DE GRÁFICOS 5](#_Toc487730096)

[LISTA DE TABELAS 5](#_Toc487730097)

[1. INTRODUÇÃO 8](#_Toc487730098)

[2. O PLANEJAMENTO TURÍSTICO E O MEIO URBANO 11](#_Toc487730099)

[3. CARACTERIZAÇÃO GERAL DO MUNICÍPIO 13](#_Toc487730100)

[3.1. Localização e Acessos 13](#_Toc487730101)

[3.2. Aspectos Socioeconômicos 15](#_Toc487730102)

[3.2.1. Características Demográficas 15](#_Toc487730103)

[3.2.2. Índice de Desenvolvimento Humano 16](#_Toc487730104)

[3.2.3. Emprego e Renda 16](#_Toc487730105)

[3.2.4. Produto Interno Bruto 17](#_Toc487730106)

[3.2.5. Indústria e Comércio 18](#_Toc487730107)

[3.2.6. Serviços e Finanças 19](#_Toc487730108)

[3.3. Infraestrutura Básica 19](#_Toc487730109)

[3.3.1. Abastecimento de Água 19](#_Toc487730110)

[3.3.2. Rede de Esgoto 20](#_Toc487730111)

[3.3.3. Energia Elétrica 20](#_Toc487730112)

[3.3.4. Transporte Urbano e Rural 20](#_Toc487730113)

[4. METODOLOGIA 21](#_Toc487730114)

[5. PLANO DE AÇÕES 23](#_Toc487730115)

[5.1. SELEÇÃO DAS VARIÁVEIS 23](#_Toc487730116)

[5.1.1. Situação Externa 24](#_Toc487730117)

[5.1.2. Situação Interna 24](#_Toc487730118)

[5.1.3. Divisão das Variáveis Internas por Componente 25](#_Toc487730119)

[5.1.4. Cruzamento das Variáveis e Formulação das Estratégias 25](#_Toc487730120)

[5.2. PESQUISA DE DEMANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO - INTERNACIONAL 27](#_Toc487730121)

[5.2.1. Chegadas de turistas ao Brasil, por vias de acesso, segundo Continentes e países de residência permanente - 2014-2015 27](#_Toc487730122)

[5.3. VARIÁVEIS DO MUNICÍPIO DE SÃO ROQUE 34](#_Toc487730123)

[5.3.1. Fluxo Turístico de São Roque 35](#_Toc487730124)

[5.3.2. Síntese da Pesquisa de Demanda Turística 38](#_Toc487730125)

[6. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO E DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIAS POR COMPONENTE 39](#_Toc487730126)

[6.1. COMPONENTE 01 - ESTRATÉGIA DE PRODUTO TURÍSTICO 39](#_Toc487730127)

[6.2. COMPONENTE 02 - ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO 41](#_Toc487730128)

[6.3. COMPONENTE 03 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL 43](#_Toc487730129)

[6.4. COMPONENTE 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS 45](#_Toc487730130)

[7. ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO 47](#_Toc487730131)

[7.1. ESTRUTURAÇÃO DO MARKETING E DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL 47](#_Toc487730132)

[7.2. COMERCIALIZAÇÃO – C 52](#_Toc487730133)

[7.3. FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL – FI 56](#_Toc487730134)

[7.4. INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB 59](#_Toc487730135)

[7.5. RESUMO EXECUTIVO DOS PROJETOS 75](#_Toc487730136)

[8. FONTES DE RECURSOS 77](#_Toc487730137)

[8.1. FUNGETUR 78](#_Toc487730138)

[8.2. PRODETUR 80](#_Toc487730139)

[8.3. DADETUR 80](#_Toc487730140)

[8.3.1. LEI Nº 16.283, DE 15 DE JULHO DE 2016 82](#_Toc487730141)

[8.4. DESENVOLVE SP - AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO PAULISTA 85](#_Toc487730142)

[8.5. FINANCIAMENTO PRIVADO: MECANISMOS E INSTRUMENTOS 88](#_Toc487730143)

[8.5.1. BNDES – PROGRAMA DE FINANCIAMENTO PARA O TURISMO 89](#_Toc487730144)

[9. MODELO SUGESTIVO DE LEI DO PLANO DIRETOR DE TURISMO 93](#_Toc487730145)

[10. REFERÊNCIAS 98](#_Toc487730146)

**LISTA DE FIGURAS**

[Figura 1 - Localização da Estância Turística de São Roque 13](#_Toc487729569)

[Figura 2 - Localização da Estância Turística de São Roque 14](#_Toc487729570)

**LISTA DE GRÁFICOS**

[Gráfico 1 - Pirâmide Etária de São Roque 16](#_Toc487729571)

[Gráfico 2 - Síntese da Pesqusa de Demanda Turística 38](file:///D:\Bia\URBATEC\006_São%20Roque\SÃO%20ROQUE_Cronograma%20de%20Execução_01.docx#_Toc487729572)

**LISTA DE TABELAS**

[Tabela 1 - PIB (em reais) de São Roque e do estado de São Paulo 17](#_Toc487729573)

[Tabela 2 - Demanda Internacional - Chegadas de Turistas 28](#_Toc487729574)

[Tabela 3 - Relação das temáticas componentes e estratégias. 39](#_Toc487729575)

[Tabela 4 - Componente 01 - Estratégia do Produto Turístico. 40](#_Toc487729576)

[Tabela 5 - Componente 02 - Estratégia de Comercialização 42](#_Toc487729577)

[Tabela 6 - Componente 03 - Fortalecimento Institucional 43](#_Toc487729578)

[Tabela 7 - Componente 04 - Infraestrutura e Serviços Básicos 45](#_Toc487729579)

[Tabela 8 – Estruturação do Marketing e da Comunicação Institucional 47](#_Toc487729580)

[Tabela 9 - Projeto 1 48](#_Toc487729581)

[Tabela 10 - Projeto 2 49](#_Toc487729582)

[Tabela 11 - Projeto 3 50](#_Toc487729583)

[Tabela 12 - Projeto 4 51](#_Toc487729584)

[Tabela 13 - Estratégia de Comercialização 52](#_Toc487729585)

[Tabela 14 - Projeto 5 52](#_Toc487729586)

[Tabela 15 - Projeto 6 53](#_Toc487729587)

[Tabela 16 - Projeto 07 53](#_Toc487729588)

[Tabela 17 - Projeto 08 54](#_Toc487729589)

[Tabela 18 - Projeto 09 55](#_Toc487729590)

[Tabela 19 - Projeto 10 55](#_Toc487729591)

[Tabela 20 - Fortalecimento Institucional. 56](#_Toc487729592)

[Tabela 21 – Projeto11 57](#_Toc487729593)

[Tabela 22 - Projeto 12 57](#_Toc487729594)

[Tabela 23 - Projeto 13 58](#_Toc487729595)

[Tabela 24 - Projeto 14 58](#_Toc487729596)

[Tabela 25 - Infraestrutura e Serviços Básicos. 59](#_Toc487729597)

[Tabela 26 - Projeto 15 59](#_Toc487729598)

[Tabela 27 - Projeto 16 60](#_Toc487729599)

[Tabela 28 - Projeto 17 60](#_Toc487729600)

[Tabela 29 - Projeto 18 61](#_Toc487729601)

[Tabela 30 - Projeto 19 61](#_Toc487729602)

[Tabela 31 - Projeto 20 62](#_Toc487729603)

[Tabela 32 - Projeto 21 62](#_Toc487729604)

[Tabela 33 - Projeto 22 63](#_Toc487729605)

[Tabela 34 - Projeto 23 63](#_Toc487729606)

[Tabela 35 - Projeto 24 64](#_Toc487729607)

[Tabela 36 - Projeto 25 64](#_Toc487729608)

[Tabela 37 - Projeto 26 65](#_Toc487729609)

[Tabela 38 - Projeto 27 65](#_Toc487729610)

[Tabela 39 - Projeto 28 66](#_Toc487729611)

[Tabela 40 - Projeto 29 66](#_Toc487729612)

[Tabela 41 - Projeto 30 67](#_Toc487729613)

[Tabela 42 - Projeto 31 67](#_Toc487729614)

[Tabela 43 - Projeto 32 68](#_Toc487729615)

[Tabela 44 - Projeto 33 68](#_Toc487729616)

[Tabela 45 - Projeto 34 69](#_Toc487729617)

[Tabela 46 - Projeto 35 69](#_Toc487729618)

[Tabela 47 - Projeto 36 69](#_Toc487729619)

[Tabela 48 - Projeto 37 70](#_Toc487729620)

[Tabela 49 - Projeto 38 70](#_Toc487729621)

[Tabela 50 - Projeto 39 71](#_Toc487729622)

[Tabela 51 - Projeto 40 71](#_Toc487729623)

[Tabela 52 - Projeto 41 72](#_Toc487729624)

[Tabela 53 - Projeto 42 72](#_Toc487729625)

[Tabela 54 - Projeto 43 72](#_Toc487729626)

[Tabela 55 - Projeto 44 73](#_Toc487729627)

[Tabela 56 - Projeto 45 73](#_Toc487729628)

[Tabela 57 - Projeto 46 74](#_Toc487729629)

[Tabela 58 - Projeto 47 74](#_Toc487729630)

[Tabela 59 - Panorama Geral dos Projetos 75](#_Toc487729631)

# INTRODUÇÃO

Este cronograma de execução teve como base o diagnóstico, a análise dos segmentos turísticos potenciais e atuais e a proposição de eixos potenciais com a elaboração dos Planos; de ação em infraestrutura, e de ações institucionais. Cabe ressaltar que neste documento estão indicadas todas as ações consideradas necessárias para a implementação do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável de São Roque.

A partir da Política Nacional do Turismo, estabelecida através da Lei 11.771/08, ações de planejamento e desenvolvimento do turismo como o plano de ações, referido neste cronograma de execução surgem como um instrumento base para fins de planejamento, gestão, promoção e execução da atividade turística.

O Cronograma de Execução de São Roque tem por objetivo organizar, identificar e dispor informações a respeito da aplicação do trabalho levantado, relacionando as áreas estudadas possibilitando maior subsídio aos gestores públicos e instâncias de governança responsáveis pelo planejamento turístico municipal pautado na sustentabilidade, e também servirá como base de informações atualizadas aos profissionais que atuam junto ao turismo. Além disso, o documento também poderá atender a estudantes, pesquisadores e docentes, bem como empresários, imprensa e munícipes que necessitem de informações sobre o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do município.

A partir das informações colhidas nesse documento, que é o resultado da revisão e atualização de documentos anteriores, e que refletem a dinâmica contemporânea da economia do turismo em São Roque, o atual trabalho apresenta uma gama de informações primordiais para se conhecer e destacar o potencial turístico que o Destino São Roque dispõe, além de permitir que o município alcance o título de município de interesse turístico, concedido pelo Governo do Estado de São Paulo, e, com isso, a verba direcionada para investimentos no setor.

A Frente Parlamentar pelo Desenvolvimento dos Municípios de Interesse Turísticos (Fremitur) lançada na Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo no dia 20 de março de 2013, conseguiu alcançar a aprovação do Projeto de Lei Complementar n° 32/2012 que tinha por objetivo estabelecer condições e requisitos para uma classificação mais ampla de estâncias e municípios de interesse turístico. (ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO. PEC n° 11/13).

A Lei Complementar n° 1261, gerada pelo PLC 032 de 2012, sancionada pelo Governador do Estado Geraldo Alckmin no dia 29 de abril de 2015, garante uma melhor distribuição dos recursos do tesouro do Estado a atividade turística, garantindo que um maior número de municípios – 70 Estâncias e 140 Municípios de Interesse Turístico - seja beneficiado pelos recursos do Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos administrado pelo Departamento de Apoio e Desenvolvimento das Estâncias (DADE), conforme previsto no artigo 146 da Constituição do Estado.

Além disso, a supracitada lei prevê que a cada três anos o Poder Executivo deverá encaminhar à Assembleia Legislativa um projeto de Lei Revisional dos Municípios Turísticos. Observado o ranqueamento das Estâncias Turísticas e dos Municípios de Interesse Turístico, até três Estâncias Turísticas que obtiverem menor pontuação no ranqueamento trianual passarão a ser classificadas como Municípios de Interesse Turístico, com uma consequente redução dos auxílios recebidos, e os três Municípios de Interesse Turístico que obtiverem o melhor desempenho poderão ser considerados Estâncias Turísticas – caso obedeçam todas as exigências previstas no artigo 2º da Lei Complementar – e consequentemente passem a receber mais recurso para investir na atividade.

A partir dos atrativos e das estruturas relacionadas neste cronograma, a ordenação e execução do plano turístico municipal podem ser aplicados, e, além de orientar os possíveis empreendedores que desejam investir no local, possibilitarão a São Roque continuar com o título de Estância Turística, aumentando as perspectivas de recursos para investimento no desenvolvimento e qualificação do turismo local.

# O PLANEJAMENTO TURÍSTICO E O MEIO URBANO

A ordenação territorial e urbanística constitui-se em uma área de estudo que objetiva a organização física do espaço visando o desenvolvimento equilibrado das regiões. É um instrumento de extrema relevância e de indispensável compreensão nos processos de análise da competitividade dos espaços urbanos e, sobretudo, dos espaços turísticos, e de investigação do papel do setor público no alcance desta competitividade.

Desta forma vê-se como relevante fazer um estudo da cidade do ponto de vista do urbanismo já que a ordenação do turismo no município tem caráter territorial, englobando aspectos como infraestrutura e gestão ambiental e é variável das intervenções em termos de legislação – através dos instrumentos da ordenação do solo – e do planejamento – sendo a elaboração e aprovação e execução do plano traçado.

O espaço urbano se distingue do espaço rural e apresenta distintas formas de uso do solo, agrupadas em duas amplas categorias: 1) espaços livres ou públicos, que incluem a rede viária, parques, jardins, praias, e outros e são fundamentais ao turismo, que os utiliza enquanto componentes da sua oferta 2) os espaços parcelados, de domínio privado, apesar de também congregarem equipamentos comunitários, de utilidade pública; são igualmente direcionados ao turismo (assim como às mais diversas atividades econômicas), através dos empreendimentos turísticos privados ou mesmo de alguns públicos.

De uma forma geral o turismo impacta e é impactado pelo território, de forma positiva ou negativa. A produção de serviços turísticos é fortemente condicionada, tanto no que se refere à qualidade dos serviços como à rentabilidade das empresas, pelas transformações no território. Entender a estrutura existente da cidade faz-se importante, para planejar e prever os impactos que o desenvolvimento do turismo terá sobre a mesma.

Um autor que exemplifica de forma simples e detalhada as relações estabelecidas entre turismo e território é Knafou; Por ele foram definidas três categorias que classificam o turismo e território: 1) territórios sem turismo – cada vez mais raros, porém existentes; são caracterizados pela ausência de um território apropriado pela atividade turística. 2) turismo sem território – neste caso o turismo ocorre de forma quase indiferente à região que o acolhe, em equipamentos que praticamente não se inter-relacionam com o território em que se encontram implantados. 3) territórios turísticos – constituem territórios inventados e produzidos para o turismo, seja através de operadores ou planejadores turísticos.

É importante ressaltar que o principal objeto de consumo do turismo é o espaço, e esse, pode ser entendido, como o conjunto indissociável de objetos e de ações, de fixos e de fluxos. O turismo destaca-se e diferencia-se das demais atividades produtivas em função do seu consumo do espaço, sendo exatamente através do processo de consumo dos espaços pelo turismo que nascem os territórios turísticos.

A valorização de determinados atributos sócio espaciais dos territórios, por parte das diferentes fontes de “turistificação” faz com que o território acabe por ser hierarquizado. A preocupação com a necessidade de controle dos resultados do turismo e com o ordenamento do território por este ocupado tende a ser crescente principalmente para os destinos que estão almejando ampliar a sua competitividade turística. Esta preocupação está conduzindo o planejamento turístico a estar cada vez mais em evidência, trazendo consigo uma nova discussão sobre o papel que o Estado deve desempenhar no turismo e sobre os possíveis benefícios que a planificação pode vir a ocasionar aos destinos.

Entender o território não só permite um planejamento mais eficiente do turismo, mas também mostra as ameaças e oportunidade que o desenvolvimento dessa atividade trará ao município. A infraestrutura do município precisa ser analisada para que possa atender ou para que possam ser feitas melhorias visando atender a demanda turística da cidade.

O turismo possui capacidade de gerar processos de reorganização espacial, mediante a criação de infraestrutura e configuração de verdadeiros eixos de centralidade no território. Desta forma, o estudo do município não pode ser somente de forma pontual, nos atrativos, equipamentos e serviços turísticos, mas também da cidade em sua composição geral, de forma a objetivar, o planejamento estratégico no município.

# CARACTERIZAÇÃO GERAL DO MUNICÍPIO

## Localização e Acessos

São Roque é um município brasileiro do estado de São Paulo, situado na Região Metropolitana de Sorocaba, na Mesorregião Macro Metropolitana Paulista e na Microrregião de Sorocaba. Localiza-se à latitude 23º31'45"Sul e à longitude 47º08'07" Oeste, com altitude de 771 metros. De acordo com os dados do IBGE, a população estimada no ano de 2014 é de 80 502 habitantes, distribuídos em 308,35 km² de área.

Figura 1 - Localização da Estância Turística de São Roque



Fonte: IGC-SP, 2016.

.

A Mesorregião Macro Metropolitana Paulista é uma das quinze mesorregiões do estado brasileiro de São Paulo. É formada pela união de 36 municípios agrupados em quatro microrregiões: Sorocaba, Bragança Paulista, Piedade, e Jundiaí.

São Roque faz parte da Região Metropolitana de Sorocaba, juntamente com os municípios de: Alambari, Alumínio, Araçariguama, Araçoiaba da Serra, Boituva, Capela do Alto, Cerquilho, Cesário Lange, Ibiúna, Iperó, Itapetininga, Itu, Jumirim, Mairinque, Piedade, Pilar do Sul, Porto Feliz, Salto, Salto de Pirapora, São Miguel Arcanjo, São Roque, Sarapuí, Sorocaba, Tapiraí, Tatuí, Tietê e Votorantim.

A RMS conta com 11 611,34 km². Com relação à população, a nova região metropolitana tem cerca de 2,06 milhões de habitantes e um PIB (Produto Interno Bruto) de R$ 67,24 bilhões. Com isso a RMS passa a ser a 15ª mais populosa do país.

O município de São Roque faz divisa com Araçariguama, Itapevi, Vargem Grande Paulista, Ibiúna, Mairinque e Itu.

Figura 2 - Localização da Estância Turística de São Roque



Fonte: Adaptado DER, 2016.

Quanto a localização, o município é ligado à capital do estado por meio de duas rodovias, a Raposo Tavares SP-270 e a Castelo Branco SP-280.

Os aeroportos mais próximos ao município são: Aeroporto Internacional de Guarulhos – 67 km, Aeroporto Internacional de Congonhas – 49 km e Aeroporto Internacional de Viracopos – 59 km.

A Viação São Roque é a empresa que opera as linhas de ônibus no município. Todas as rotas municipais saem no terminal urbano localizado aos fundos da Estação Rodoviária, e atendem toda a zona urbana e os bairros rurais, além de Mailasqui, São João Novo e Canguera.

A cidade também conta com vários pontos de táxis localizados na área central e na Estação Rodoviária.

Já o transporte suburbano é operado por quatro empresas: Viação São Roque (para Mairinque, Alumínio e Ibiúna), Rápido Luxo Campinas Ltda. (para Sorocaba), Viação Piracicabana (para Itapevi, Araçariguama, Pirapora do Bom Jesus, Jandira, Barueri, Carapicuíba, Osasco, Vargem Grande Paulista e Cotia) e Viação Cometa (para São Paulo, Sorocaba e Itapetininga). Todas as linhas operam em um terminal suburbano localizado ao lado da Estação Rodoviária.

## Aspectos Socioeconômicos

### Características Demográficas

De acordo com o Censo de 2010 do IBGE a população de São Roque é de 70.000 habitantes mil habitantes, dos quais 80 % concentram-se na zona urbana e 20% na zona rural. De acordo com os resultados do IBGE, toda a região apresenta um crescimento contínuo da população, reflexo, entre outros fatores, da baixa taxa de mortalidade infantil.

Gráfico 1 - Pirâmide Etária de São Roque



Fonte: IBGE, 2010.

### Índice de Desenvolvimento Humano

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é uma medida resumida do progresso a longo prazo em três dimensões básicas do desenvolvimento humano: renda, educação e saúde. Essa abordagem permite a interpretação de dados de qualidade de vida em uma localidade. O IDH de São Roque em 2010 foi 0,768, o que situa esse município na faixa de Desenvolvimento Humano Alto (IDHM entre 0,700 e 0,799).

### Emprego e Renda

Em São Roque a atividade econômica que emprega menos pessoas é a construção civil que corresponde a 1,98% do total da população empregada. No outro extremo, temos a prestação de serviços como a atividade com maior participação nos vínculos empregatícios, correspondendo a 41,59%. As outras atividades são: a indústria, o comércio e a agropecuária que correspondem respectivamente a 28,96%, 22,77%, 4,69 %.

Um dos fatores que contribui para grande participação do setor de serviços nos vínculos empregatícios é o fato de a cidade ser uma estância turística, fazendo com que tenha, dessa forma, um grande número de profissionais, turismólogos, geógrafos, biólogos, geógrafos, economistas, e administradores, envolvidos com a atividade turística.

No que tange à renda, observamos que a atividade industrial é a que tem rendimentos médios maiores, R$ 1.026,77. Na outra ponta temos os menores rendimentos médios, que fica por conta da agropecuária, R$ 422,68. As outras atividades são: Construção civil com média salarial de R$ 660,15; comércio, R$ 719,16 e serviços, R$ 816,13.

### Produto Interno Bruto

O Produto Interno Produto (PIB) representa a soma do que foi produzido em um município durante determinado período de tempo, estes valores vêm a demonstrar a capacidade competitiva das economias municipais, bem como sua a composição setorial (IBGE, 2016).

A tabela abaixo demonstra a divisão do PIB (em reais) do ano de 2010 entre os setores de Agropecuária, Indústria e Serviços, para o município de São Roque e o Estado de São Paulo.

Tabela 1 - PIB (em reais) de São Roque e do estado de São Paulo

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **SETOR** | **SÃO ROQUE** | **SÃO PAULO** |
| **AGROPECUÁRIA** | 25.375 | 11.265.005 |
| **INDÚSTRIA** | 418.896 | 193.980.716 |
| **SERVIÇOS** | 1.028.809 | 406.723.721 |

Fonte: IBGE, 2010.

### Indústria e Comércio

Embora tenha uma tradição agrícola antiga de culturas especiais, São Roque vem abandonando a produção de vinho, que já foi a atividade principal, e concentrando-se, ainda na área rural, nas poucas unidades com produção agrícola, a culturas especiais de alto valor agregado, que atendem um mercado consumidor mais sofisticado. Continua produzindo e comercializando vinho cuja matéria prima vem dos centros produtores do sul do país. Observa-se uma tendência no setor produtivo local de restaurar a imagem de São Roque como Terra do Vinho.

A indústria têxtil, que já dominou a economia da região, vem sendo aos poucos abandonada. No entanto, o parque industrial não tem sido substituído por indústrias mais modernas.

Localizado num dos locais de mais antiga industrialização do Estado, muito próximo de São Paulo, o município de São Roque beneficia-se de um posicionamento privilegiado em relação a importantes eixos viários: rodovias Raposo Tavares (SP-270) e Castello Branco (SP-280). A rodovia Raposo Tavares atravessa a cidade e funciona como eixo estruturador da sua malha viária urbana; a rodovia Castello Branco, aberta na década de 70, tem conexões diretas a outros importantes eixos rodoviários do Estado de São Paulo.

O município também é servido por dois ramais da antiga Estrada de Ferro Sorocabana (posteriormente encampada pela FEPASA e privatizada no final de 1998), que dão acesso à capital do Estado e ao Porto de Santos. Está localizado a aproximadamente 120 km dos Aeroportos Cumbica e Viracopos e do terminal hidroviário de Conchas, na Hidrovia Tietê- Paraná - 2.400 km de leito fluvial navegável, desde São Simão, no rio Paraná, e Conchas no Rio Tietê, até o reservatório de Itaipu.

A partir do início da década de 1.950, com a implantação da rodovia Raposo Tavares, a região de Sorocaba iniciou um novo período de inserção no mapa econômico do estado. O processo de industrialização intensificou-se, atraindo indústrias dos setores metalúrgicos, mecânico, químico e têxtil.

### Serviços e Finanças

No município de São Roque (SP) é evidente a força econômica das atividades de serviço (setor terciário), que engloba atividades de comércio, alojamento, transporte, alimentação, serviços prestados às empresas e administração pública.

Em São Roque o terceiro setor (serviços) foi o setor que mais gerou dinheiro (270 milhões de reais em 2002), tendo assim a maior parcela de participação, Valor Adicional (VA). O setor de serviços de São Roque é tão presente, que sua participação do VA é maior que a média do Estado de São Paulo. Obteve um maior Valor Adicionado do século XX para o XXI. Onde as finanças públicas no ano 2000 deram-se assim: mais da metade da receita municipal corrente (R$ 47 milhões) foi proveniente de repasse de recursos federais (40%) e estaduais (29%). As receitas próprias municipais – cobrança de tributos como o Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU), Imposto sobre Serviços (ISS) e Imposto sobre Transmissão de Bens Imóveis (ITBI) – equivalem a 16% do total da receita municipal, sendo que esses recursos estão diminuindo nos anos analisados (entre 1998 e 2000, o decréscimo dói da ordem de R$ 670 mil).

## Infraestrutura Básica

### Abastecimento de Água

A Sabesp (Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo) é empresa responsável pelo abastecimento e tratamento de água e esgoto em São Roque, que é uma empresa brasileira que detém a concessão dos serviços públicos de saneamento básico no Estado de São Paulo.

Os mananciais que abastecem São Roque estão situados na bacia hidrográfica do Tietê/Sorocaba. A Ocupação da bacia é 50% urbana, 10% industrial, 20% agrícola, 10% pecuária. 10% matas. Os mananciais estão em boas condições e contêm fontes significativas de poluição.

### Rede de Esgoto

A Sabesp (Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo) é empresa responsável pelo abastecimento e tratamento de água e esgoto São Roque, que é uma empresa brasileira que detém a concessão dos serviços públicos de saneamento básico no Estado de São Paulo.

A meta da Sabesp em 2015 era que 90% do município recebesse cobertura de rede de esgoto, um prazo que também ficou para 2016. Em 2015, 67,60% de São Roque estava coberta pela rede de esgoto.

### Energia Elétrica

A energia elétrica de São Roque é fornecida pela empresa CPFL Piratininga.

### Transporte Urbano e Rural

A Viação São Roque é a empresa que opera as linhas de ônibus no município. Todas as rotas municipais saem no terminal urbano localizado aos fundos da Estação Rodoviária, e atendem toda a zona urbana e os bairros rurais, além de Mailasqui, São João Novo e Canguera.

A cidade também conta com vários pontos de táxis localizados na área central e na Estação Rodoviária.

Já o transporte suburbano é operado por quatro empresas: Viação São Roque (para Mairinque, Alumínio e Ibiúna), Rápido Luxo Campinas Ltda. (para Sorocaba), Viação Piracicabana (para Itapevi, Araçariguama, Pirapora do Bom Jesus, Jandira, Barueri, Carapicuíba, Osasco, Vargem Grande Paulista e Cotia) e Viação Cometa (para São Paulo, Sorocaba e Itapetininga). Todas as linhas operam em um terminal suburbano localizado ao lado da Estação Rodoviária.

O município é ligado à capital do estado por meio de duas rodovias, a Raposo Tavares SP-270 e a Castelo Branco SP-280. A primeira também liga São Roque a Sorocaba, o centro econômico regional mais importante da região. Existe uma ferrovia ligando São Roque a São Paulo e a Sorocaba: trata-se da antiga "linha sorocabana".

A ferrovia, contudo, hoje em dia, somente é usada para o transporte de carga, já que o transporte de passageiros foi extinto no ano de 1999, após a privatização da companhia proprietária da linha férrea, a companhia estadual FEPASA. Assim, por meio de transporte coletivo, somente é possível chegar à cidade por meio de ônibus, o qual é operado por duas linhas, via Castelo Branco passando por Araçariguama ou Via Raposo Tavares Direto, ambas operadas pela Viação Cometa. O trajeto da rodoviária de São Roque até a rodoviária da Barra Funda é percorrido de uma hora a quarenta a cinco minutos a duas horas, dependendo da fluência do trânsito nas Marginais do Tietê e Pinheiros.

# METODOLOGIA

A presente pesquisa consiste na criação do Cronograma de Execução do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável da cidade de São Roque, o qual incide no mapeamento das atividades analisadas no estudo, necessárias para aplicação do plano, como equipamentos e atrativos turísticos, recursos turísticos, acolhimento e cultura, acessibilidade, entre outras infraestruturas de apoio, bem como o levantamento de informações que são a base para o planejamento da atividade.

Para viabilização desse estudo, inicialmente foram realizadas pesquisas bibliográficas referentes ao tema “turismo”, para poder estruturar as ideias usando como referência autores do ramo, posteriormente uma pesquisa sobre o município e a história de sua formação, levando em conta os pontos que poderiam ser explorados na atividade turística, e por fim trabalhos de campo com observações sobre o local. A pesquisa de campo:

“(...) consiste na observação dos fatos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados e no registro de variáveis presumivelmente relevantes para ulteriores análises. Esta espécie de pesquisa não permite o isolamento e o controle das variáveis supostamente relevantes, mas permite o estabelecimento de relações constantes entre determinadas condições e determinados eventos, observados e comprovados" (RUIZ, 1979, p.50).

Albino Silva (1998) define, que o produto turístico integra tudo que o cliente utiliza e consome desde que sai de casa até ao momento em que retorna, no caso de uma viagem. Não é apenas entendido como um lugar no avião ou uma cama no hotel ou mesmo uma visita a um museu ou um banho na praia, mas sim um pacote que inclui recursos naturais (clima, paisagem, relevo, flora, fauna, recursos hidrográficos, etc.), culturais (hábitos, costumes e tradições da população) e recursos construídos pelo homem (históricos, culturais, religiosos, estruturas de acolhimento e alojamento, equipamentos esportivos e de animação, meios de acesso e facilidade de transporte e infraestruturas).

A metodologia utilizada para a elaboração do Cronograma de Execução do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável de São Roque foi adaptada conforme orientações das diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo, desenvolvido pelo Ministério do Turismo. A elaboração das estratégias adotou como referência a metodologia Strengths Weaknesses Opportunities Threats SWOT. O termo SWOT é uma sigla oriunda do idioma inglês, e significa Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). As oportunidades e ameaças referem se ao macroambiente (situação externa) e as forças e fraquezas ao microambiente (situação interna).

Em linhas gerais, a análise de SWOT consiste em identificar as principais variáveis de cada condicionante; cruzar as variáveis numa matriz; e formular as estratégias a partir dos resultados do cruzamento das variáveis. Considerando que a análise SWOT é resultante das variáveis elencadas a partir do diagnóstico da região e daquelas presentes na realidade do turismo paranaense e brasileiro, apresenta se a seguir o percurso metodológico adotado para a elaboração das estratégias deste plano.

# PLANO DE AÇÕES

Esta etapa de trabalho teve como base o diagnóstico, a análise dos segmentos turísticos potenciais e atuais e a proposição de eixos potenciais com a elaboração dos Planos; de gestão ambiental, de ação em infraestrutura, e de ações institucionais. As ações foram agrupadas de acordo com cinco componentes do Regulamento Operacional do Programa PRODETUR Nacional. Cabe ressaltar que neste documento estão indicadas todas as ações consideradas necessárias para a implementação do Plano de Desenvolvimento Estratégico do Turismo Local.

## SELEÇÃO DAS VARIÁVEIS

A primeira etapa do processo de elaboração das estratégias, por meio da análise SWOT, foi a seleção das variáveis. Assim, entende se por variável as características e propriedades de um objeto de estudo que são passíveis de mensuração ou classificação.

A discriminação das variáveis ocorre por meio dos instrumentos de análise empregados, que podem ser qualitativos ou quantitativos. Para a análise de SWOT, a seleção das variáveis envolve dois níveis de análise: a situação externa e a situação interna em relação ao turismo local.

### Situação Externa

As variáveis da situação externa (macroambiente) são aquelas que o Município possui pouco ou nenhum controle, mas que afetam direta e indiretamente o desempenho e a forma de atuação em relação ao turismo. As variáveis são relacionadas às oportunidades e ameaças. As oportunidades referem se aos fenômenos ou condições externas, atuais ou potenciais, que contribuem substancialmente para que o Município e os Produtos alcancem seus objetivos em relação ao turismo e melhorem a sua posição competitiva no turismo, regional, estadual, nacional e internacional. Já as ameaças correspondem ao sentido oposto das oportunidades, pois dizem respeito a fenômenos ou condições externas que possam trazer dificuldades ao município no alcance de seus objetivos ou resultar na perda de participação no mercado turístico.

### Situação Interna

As variáveis da situação interna (microambiente) são aquelas sobre as quais o Município possui maior ou grande poder de intervenção e controle. As variáveis são classificadas em forças e fraquezas. As forças referem se às características e vantagens competitivas internas, atuais ou potenciais, que contribuem para que o estado e as regiões alcancem seus objetivos em relação ao turismo. As fraquezas, por sua vez, são características ou deficiências internas, atuais ou potenciais, que prejudicam ou dificultam o alcance dos objetivos do turismo pelo estado e pelas regiões, colocando os em desvantagem em relação aos concorrentes.

Para este trabalho, por fazerem referência ao microambiente, as variáveis da situação interna foram agrupadas a partir da estruturação dos componentes do PRODETUR: estratégia de produto turístico; estratégia de comercialização; fortalecimento institucional; infraestrutura e serviços básicos; e gestão ambiental.

O principal subsídio para seleção das variáveis da situação interna foi o diagnóstico competitivo, que cumpriu o objetivo de analisar a realidade do turismo local.

### Divisão das Variáveis Internas por Componente

Após o levantamento das variáveis externas, efetuou se a divisão das variáveis da situação interna (forças e fraquezas), presentes no diagnóstico, entre os componentes do plano. Assim, cada componente teve suas variáveis categorizadas conforme segue:

### Cruzamento das Variáveis e Formulação das Estratégias

Finalizada a divisão das variáveis internas entre os componentes e suas respectivas categorias e, considerando o posicionamento de mercado para o Município, procedeu se ao cruzamento destas mesmas variáveis. O cruzamento objetivou relacionar as variáveis selecionadas, a fim de analisa-las de forma conjunta, ou seja, as principais variáveis internas frente às principais variáveis externas, de forma a propiciar a formulação de estratégias. Para Mintzberg 196T et al., (2006) ”... é o padrão ou plano que integra as principais metas, políticas e sequências de ação da organização em um todo coeso.” (p. 29 grifo do autor). Além disso, as estratégias devem estar orientadas, em forma e conteúdo, para formatar as vantagens competitivas. Sendo assim, a partir da definição do posicionamento de mercado, da seleção de variáveis e seu cruzamento, formulou se uma estratégia para cada categoria, as quais resultaram, na sequência, na formulação de uma estratégia única por componente.

O formato destas estratégias foi orientado e estruturado a partir das seguintes questões:

* O que fazer?
* Como fazer?
* Para que fazer?

Exemplo de estratégia. Incentivar a qualificação das diversas atividades econômicas relacionadas ao turismo prioritariamente para os equipamentos e serviços turísticos por meio da articulação com instituições e ensino e qualificação profissional, visando à melhoria da qualidade dos serviços turísticos e o aumento das receitas dos empreendimentos. A estrutura da estratégia segue as três questões, como se pode a seguir:

* O que fazer? Incentivar a qualificação das diversas atividades econômicas relacionadas ao turismo prioritariamente para os equipamentos e serviços turísticos;
* Como fazer? Por meio da articulação com instituições de ensino e qualificação profissional;
* Para que fazer? Visando a melhoria da qualidade dos serviços turísticos e o aumento das receitas dos empreendimentos.

Não obstante, no que se refere à estrutura proposta de apresentação das estratégias, deve se destacar que o posicionamento de mercado foi utilizado como parâmetro para a constituição de seu conteúdo. O posicionamento de mercado tem como base a definição de uma oferta diferenciada que seja capaz de ocupar uma posição vantajosa no mercado competitivo do turismo no que se refere ao público consumidor. Para a definição de posicionamento de mercado, entende se que cada produto, serviço ou ideia quando lançado no mercado, ocupa uma determinada posição nas preferências do consumidor. O discernimento para a hierarquização de preferências não é processado apenas pela razão, outros fatores relacionados à subjetividade, como desejos, status e valores também contribuem no processo. Para o turismo não é diferente, pois o produto comercializado envolve uma série de fatores objetivos e subjetivos que impactam diretamente a satisfação do turista.

## PESQUISA DE DEMANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO - INTERNACIONAL

### Chegadas de turistas ao Brasil, por vias de acesso, segundo Continentes e países de residência permanente - 2014-2015

Tabela 2 - Demanda Internacional - Chegadas de Turistas

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Continentes e países de residência permanente** | **Chegadas de turistas** | | | | | | | | | | | |
| **Total** | | **Vias de acesso** | | | | | | | | |
| **Aérea** | | **Marítima** | | **Terrestre** | | **Fluvial** | |
| **2014** | **2015** | **2014** | **2015** | **2014** | **2015** | **2014** | **2015** | **2014** | **2015** |
| **Brasil** | **6.429.852** | **6.305.838** | **4.540.509** | **4.318.429** | **65.572** | **55.879** | **1.759.612** | **1.870.626** | **64.159** | **60.904** |
| **África** | **128.252** | **110.983** | **125.086** | **109.220** | **161** | **198** | **2.949** | **1.531** | **56** | **34** |
| África do Sul | 26.287 | 27.260 | 24.647 | 25.992 | 106 | 151 | 1.517 | 1.106 | 17 | 11 |
| Angola | 48.666 | 48.297 | 47.680 | 48.189 | - | - | 986 | 108 | - | - |
| Cabo Verde | 2.906 | 2.584 | 2.891 | 2.551 | - | 11 | 15 | 22 | - | - |
| Nigéria | 8.262 | 3.484 | 8.255 | 3.466 | - | 2 | 7 | 16 | - | - |
| Outros países da África | 42.131 | 29.358 | 41.613 | 29.022 | 55 | 34 | 424 | 279 | 39 | 23 |
| **América Central e Caribe** | **61.968** | **53.709** | **58.337** | **50.396** | **24** | **46** | **3.562** | **3.188** | **45** | **79** |
| Costa Rica | 15.911 | 11.450 | 14.675 | 10.312 | 4 | 6 | 1.232 | 1.130 | - | 2 |
| Cuba | 4.659 | 6.003 | 4.467 | 5.838 | - | 1 | 191 | 164 | 1 | - |
| Guatemala | 8.408 | 6.112 | 7.874 | 5.728 | - | 2 | 533 | 378 | 1 | 4 |
| Panamá | 9.805 | 10.081 | 9.425 | 9.656 | 10 | 13 | 370 | 412 | - | - |
| Outros países da América Central e Caribe | 23.185 | 20.063 | 21.896 | 18.862 | 10 | 24 | 1.236 | 1.104 | 43 | 73 |
| **América do Norte** | **844.969** | **734.450** | **807.059** | **699.272** | **5.075** | **6.848** | **29.786** | **26.011** | **3.049** | **2.319** |
| Canadá | 78.531 | 68.293 | 72.371 | 62.786 | 685 | 1.215 | 4.684 | 3.863 | 791 | 429 |
| Estados Unidos | 656.801 | 575.796 | 631.064 | 550.962 | 4.013 | 5.422 | 19.481 | 17.543 | 2.243 | 1.869 |
| México | 109.637 | 90.361 | 103.624 | 85.524 | 377 | 211 | 5.621 | 4.605 | 15 | 21 |
| **América do Sul** | **3.133.629** | **3.420.349** | **1.537.721** | **1.683.514** | **35.440** | **27.476** | **1.514.263** | **1.667.358** | **46.205** | **42.001** |
| Argentina | 1.743.930 | 2.079.823 | 734.709 | 913.435 | 32.669 | 24.325 | 939.748 | 1.104.746 | 36.804 | 37.317 |
| Bolívia | 95.300 | 108.149 | 50.242 | 64.206 | 27 | 21 | 45.002 | 43.883 | 29 | 39 |
| Chile | 336.950 | 306.331 | 278.113 | 268.094 | 812 | 690 | 57.995 | 37.479 | 30 | 68 |
| Colômbia | 158.886 | 118.866 | 132.271 | 105.714 | 288 | 136 | 26.284 | 12.950 | 43 | 66 |
| Equador | 42.349 | 34.899 | 37.916 | 32.150 | 6 | 12 | 4.423 | 2.733 | 4 | 4 |
| Guiana Francesa | 5.113 | 13 | 4 | 7 | - | - | 5 | 1 | 5.104 | 5 |
| Paraguai | 293.841 | 301.831 | 41.332 | 45.588 | 69 | 42 | 248.722 | 252.158 | 3.718 | 4.043 |
| Peru | 117.230 | 113.078 | 84.291 | 86.818 | 43 | 38 | 32.612 | 25.969 | 284 | 253 |
| República da Guiana | 4.973 | 4.551 | 517 | 549 | - | - | 4.423 | 3.977 | 33 | 25 |
| Suriname | 3.379 | 4.999 | 3.240 | 4.799 | - | - | 96 | 156 | 43 | 44 |
| Uruguai | 223.508 | 267.321 | 91.621 | 111.990 | 1.419 | 2.187 | 130.464 | 153.032 | 4 | 112 |
| Venezuela | 108.170 | 80.488 | 83.465 | 50.164 | 107 | 25 | 24.489 | 30.274 | 109 | 25 |
| **Ásia** | **332.585** | **299.270** | **293.710** | **264.618** | **926** | **1.635** | **37.801** | **32.705** | **148** | **312** |
| China | 57.502 | 53.064 | 55.362 | 50.831 | 47 | 286 | 2.082 | 1.929 | 11 | 18 |
| Índia | 25.675 | 23.259 | 24.930 | 22.397 | 60 | 160 | 656 | 696 | 29 | 6 |
| Israel | 43.340 | 35.891 | 31.173 | 25.939 | 45 | 105 | 12.102 | 9.846 | 20 | 1 |
| Japão | 84.636 | 70.102 | 73.534 | 62.032 | 612 | 853 | 10.475 | 7.201 | 15 | 16 |
| República da Coréia | 45.522 | 50.725 | 37.137 | 41.968 | 10 | 18 | 8.364 | 8.718 | 11 | 21 |
| Outros países da Ásia | 75.910 | 66.229 | 71.574 | 61.451 | 152 | 213 | 4.122 | 4.315 | 62 | 250 |
| **Europa** | **1.847.834** | **1.631.514** | **1.655.538** | **1.468.022** | **22.679** | **18.703** | **155.116** | **128.770** | **14.501** | **16.019** |
| Alemanha | 265.498 | 224.549 | 231.358 | 196.558 | 6.310 | 3.632 | 26.731 | 24.044 | 1.099 | 315 |
| Áustria | 28.532 | 26.575 | 24.761 | 23.504 | 636 | 516 | 3.077 | 2.511 | 58 | 44 |
| Bélgica | 42.964 | 34.423 | 39.129 | 31.218 | 280 | 434 | 3.450 | 2.675 | 105 | 96 |
| Dinamarca | 22.743 | 23.136 | 19.643 | 20.464 | 201 | 184 | 2.885 | 2.476 | 14 | 12 |
| Espanha | 166.759 | 151.029 | 145.929 | 132.815 | 1.662 | 1.260 | 19.099 | 16.850 | 69 | 104 |
| Finlândia | 13.413 | 11.943 | 12.411 | 11.070 | 73 | 55 | 923 | 812 | 6 | 6 |
| França | 282.375 | 261.075 | 246.027 | 229.653 | 2.498 | 2.282 | 21.946 | 17.555 | 11.904 | 11.585 |
| Grécia | 7.849 | 7.146 | 7.358 | 6.644 | 42 | 39 | 443 | 457 | 6 | 6 |
| Holanda | 81.655 | 66.870 | 73.400 | 60.555 | 975 | 464 | 7.031 | 5.640 | 249 | 211 |
| Hungria | 6.450 | 7.058 | 5.598 | 6.345 | 63 | 58 | 780 | 648 | 9 | 7 |
| Inglaterra | 217.003 | 189.269 | 192.907 | 163.782 | 2.096 | 4.253 | 21.512 | 18.129 | 488 | 3.105 |
| Irlanda | 19.467 | 17.651 | 16.689 | 15.106 | 84 | 110 | 2.677 | 2.397 | 17 | 38 |
| Itália | 228.734 | 202.015 | 211.128 | 189.598 | 3.397 | 2.209 | 14.122 | 10.133 | 87 | 75 |
| Noruega | 33.749 | 25.699 | 32.127 | 24.459 | 57 | 174 | 1.549 | 1.043 | 16 | 23 |
| Polônia | 24.068 | 24.363 | 20.621 | 21.036 | 113 | 147 | 3.311 | 3.148 | 23 | 32 |
| Portugal | 170.066 | 162.305 | 167.360 | 159.671 | 407 | 549 | 2.213 | 2.011 | 86 | 74 |
| República Tcheca | 8.529 | 8.537 | 7.231 | 7.315 | 32 | 22 | 1.262 | 1.194 | 4 | 6 |
| Rússia | 36.969 | 25.644 | 32.119 | 22.711 | 221 | 219 | 4.625 | 2.701 | 4 | 13 |
| Suécia | 42.214 | 34.096 | 38.877 | 31.551 | 142 | 162 | 3.181 | 2.368 | 14 | 15 |
| Suíça | 80.277 | 70.319 | 70.068 | 62.072 | 1.843 | 1.259 | 8.217 | 6.843 | 149 | 145 |
| Outros países da Europa | 68.520 | 57.812 | 60.797 | 51.895 | 1.547 | 675 | 6.082 | 5.135 | 94 | 107 |
| **Oceania** | **80.447** | **55.421** | **62.903** | **43.262** | **1.267** | **972** | **16.122** | **11.047** | **155** | **140** |
| Austrália | 67.389 | 44.896 | 52.772 | 34.890 | 1.251 | 838 | 13.236 | 9.046 | 130 | 122 |
| Nova Zelândia | 12.760 | 10.301 | 9.892 | 8.196 | 16 | 132 | 2.827 | 1.956 | 25 | 17 |
| Outros países da Oceania | 298 | 224 | 239 | 176 | - | 2 | 59 | 45 | - | 1 |
| **Países não especificados** | **168** | **142** | **155** | **125** | **-** | **1** | **13** | **16** | **-** | **-** |

Fonte: Departamento de Polícia Federal e Ministério do Turismo

O turismo estrangeiro aumenta 4,8% no Brasil e chegou a 6,6 milhões de turistas internacionais em 2016, segundo dados do Ministério do Turismo (MTur). O resultado foi influenciado pela realização da Olimpíada e da Paraolimpíada que aconteceram no segundo semestre, no Rio de Janeiro. O movimento histórico dos turistas estrangeiros inseriu na economia brasileira o montante de US$ 6,2 bilhões. O valor equivale a mais de R$ 21 bilhões e é 6,2% maior do que o registrado em 2015. A entrada de recursos não foi recorde como o número de visitantes devido às variações do câmbio que refletem diretamente no turismo.

O perfil da maior parte dos visitantes que desembarcaram no Brasil de janeiro a dezembro é de latinos e norte-americanos, seguidos de europeus. Os argentinos mantiveram a tradicional liderança entre os visitantes ao ultrapassarem a marca de 2,1 milhões de turistas. Os Estados Unidos ocuparam o segundo lugar, com o envio de 600 mil pessoas. Em seguida, aparecem na lista Chile, Paraguai, Uruguai, França, Alemanha, Itália, Inglaterra, Portugal e Espanha.

Rio de Janeiro e São Paulo continuam sendo os destinos mais procurados por turistas em viagens de lazer ou trabalho, indica o Estudo da Demanda Turística Internacional, divulgado na semana passada pelo Ministério do Turismo. Segundo a pesquisa, São Paulo é a principal cidade a receber estrangeiros em viagens a negócios, com 48,3% das visitas desse tipo ao País. Já o Rio de Janeiro recebeu 29,6% dos turistas em visitas a lazer. (MTur 2015-2016)

## VARIÁVEIS DO MUNICÍPIO DE SÃO ROQUE

O planejamento turístico é uma ferramenta importantíssima quando se quer atingir resultados, de forma sustentável, que tragam benefícios para o destino. No planejamento são apresentadas análises situacionais do município para que, com esse arcabouço de dados, possam ser tomadas decisões que a atividade turística se desenvolva sustentavelmente, trazendo ganhos, desenvolvimento social, mitigação de impactos, afirmação cultural, entre outros fatores que tornam o Turismo uma fonte de renda interessante.

Para isso é importante entendermos o que é Demanda Turística. Segundo Mathieson e Wall (1982 apud DIAS, 2005, p. 52) demanda turística é o “número total de pessoas que viajam ou desejam viajar para desfrutar das comodidades turísticas e dos serviços em lugares diferentes de trabalho e de residência atual. ” É interessante notar a diferença já nesse conceito entre Demanda Real e Demanda Potencial. A demanda real é aquela que efetivamente realiza o ato de viajar, enquanto a potencial é aquela que deseja viajar, mas ainda não o fez. No caso da presente pesquisa, aplicamos os questionários in loco, portanto essa pesquisa contempla apenas a demanda real de São Roque.

Essa demanda é sensível a diversos fatores como preço dos serviços e de outros bens de consumo, nível de renda dos turistas, preferências pessoais, crises (se preferem praia ou campo, por exemplo), crises econômicas, tempo livre, câmbio, marketing, etc. (LAGE; MILONE, 1991). Por se só, esses indicadores são suficientes para vermos como a demanda turística é heterogênea, pois as preferências pessoais e renda, por exemplo, são fatores elásticos em relação ao tempo. Ou seja, qualquer mudança na situação econômica, social ou até ambiental, fazem com que a demanda mude, seja de modo quantitativo (número de turistas), que têm impacto imediato nos resultados em termos de receita gerada, por exemplo; ou qualitativo (características dos turistas) o que altera, por exemplo, o comportamento de determinado grupo.

Conhecer sua demanda é importantíssimo para o destino, pois dá respaldo para corrigir erros, promover novas ações e manter aquilo que está certo. Segundo Petrochi e Bona (2003. p. 87) satisfazer sua demanda é necessário para a sobrevivência do destino e das empresas responsáveis por levar o turista até o mesmo, pois segundo o autor “demanda” significa “mercado”. E, como o próprio diz, “[...] se tudo depende do mercado, há a necessidade de estuda-lo, conhece-lo [...] e saber seus movimentos. ”

A demanda turística pode conhecida ou determinada, segundo Petrocchi (2002) através de pesquisa direta, realizada no núcleo emissor do turista. Todavia, o autor acredita que a pesquisa no núcleo receptor é importante para o planejamento especifico do turismo, mas ele ressalva que a pesquisa no núcleo receptor se trata de uma demanda real que determina o perfil e a satisfação do entrevistado que já visitou a cidade.

### Fluxo Turístico de São Roque

A definição de características claras sobre quem realmente visita São Roque esclarece a Demanda pesquisada. É possível, através dos resultados obtidos, basear futuras ações de melhorias, mudanças e manutenção de estratégias por parte do poder público acerca da atividade turística.

Através desta pesquisa, conseguimos traçar as características que compõem o perfil do turista de São Roque. A maioria dos turistas que visitam a cidade, o fazem nos finais de semana, com um equilíbrio de gêneros, com uma leve tendência a turistas do sexo feminino, em sua maioria adultos de 31 a 40 anos e em sua maioria, casados. Além disso, fica posto que a grande maioria dos turistas vem da capital São Paulo, possui ensino superior completo, são assalariados e possuem uma renda per capita entre R$ 2.001,00 a R$ 3.000,00.

Com relação a Organização da Viagem, podemos concluir que a maioria dos turistas de São Roque visitam a cidade à Lazer, utilizando em sua maioria o seu veículo de passeio próprio ou transporte coletivo fretado. Isso se deve principalmente devido à relativa proximidade geográfica entre São Roque e três grandes cidades do estado: Sorocaba, São Paulo e Campinas. Como reflexo disso, podemos notar um nível relativamente baixo nos gastos que os turistas têm com transporte, ficando em sua maioria, abaixo dos R$ 350,00 por pessoa. Em relação à composição dos grupos de viagem, notamos uma despontada de duas categorias: aquelas que estão em família e os turistas que estão em excursão. Chegamos também a conclusão de que a maioria dos turistas não usa os serviços de agências de viagem para organizarem ou intermediarem a sua viagem para São Roque. Um resultado que merece atenção é sobre a quantidade de pessoas que pernoitam na cidade. Apenas 23% dos turistas entrevistados ficaram em meios de hospedagem locais e esse índice é muito baixo. Isso faz com que os gastos com hospedagem sejam baixíssimos, pois a grande maioria simplesmente não se hospeda em São Roque. Recomendamos que sejam criadas estratégias para que os turistas fiquem uma ou mais noites em São Roque, a fim de que aproveitem o máximo que a cidade pode oferecer. Além disso, maior permanência no destino significa mais gastos na cidade e um aquecimento na economia de alguns setores, como hotelaria, bares, restaurantes, entre outros. É importante que o turista saiba da qualidade da infraestrutura que a cidade oferece para que ele resolva ficar pelo menos uma noite. Ao contrário da hospedagem, a alimentação é um tópico que apresentou ótimos resultados. Apenas 12% dos turistas não fazem refeições em São Roque, o que reflete diretamente em bons números quando se fala em gastos com alimentação, sendo que a grande maioria gasta até R$ 150,00 por pessoa em alimentação (considerando que boa parte dos turistas não pernoitam na cidade, é um gasto expressivo. Ficou explicito que a maioria dos entrevistados ficou sabendo de São Roque através de indicações de terceiros, sendo que as mídias online, como redes sociais e sites, obtiveram números significativos, também. Dentre os atrativos visitados, tivemos resultados bem dispersos entre as opções, sendo que a mais visitada foi o Roteiro do Vinho. Outros atrativos como o Ski Mountain Park, o Outlet Catarina e Área central de São Roque também obtiveram bons resultados. Em relação aos Portadores de Necessidades Especiais, chegamos a conclusão de que são a grande minoria e que a maior parte deles possuem algum tipo de necessidade especial auditiva.

Com relação à infraestrutura da cidade, nota-se que os turistas de modo geral aprovam a estrutura que a cidade oferece, com grande destaque a parte alimentação, com avaliações bastante positivas. Porém, não se pode desprezar o fato que alguns tópicos, sendo eles Serviços de Taxi, Hospedagem, Diversão Noturna e Guia de Turismo obtiveram altos números de pessoas que afirmaram não ter usado estes serviços. Muito disso se deve à dois fatos: Primeiro que uma parcela razoável de turistas veio com excursão e segundo que a grande maioria dos turistas não dormiu na cidade.

Quando se trata das expectativas dos turistas, temos aqui os melhores índices da pesquisa. Evidencia-se que São Roque não é um destino tido como alternativa à outros, mas que a cidade é o destino principal da viagem da maioria dos turistas. Fica explicitado também que a esmagadora maioria dos turistas tiveram suas expectativas atendidas, que pretendem retornar á cidade em viagens futuras e que indicaria a cidade para outras pessoas. Esse último tópico é muito importante, pois como ficou evidenciado nessa pesquisa, a maioria dos turistas entrevistados ficou sabendo da cidade através das indicações de terceiros. Isso pode ser a garantia de um fluxo de turistas satisfatório dentro do que a cidade espera.

Posto os resultados, conclui-se que essa pesquisa conseguiu destrinchar análises importantes sobre quem realmente visita São Roque. Através dessa Pesquisa de Demanda, esses dados contribuirão para a confecção do Planejamento Turístico da cidade de São Roque.

### Síntese da Pesquisa de Demanda Turística

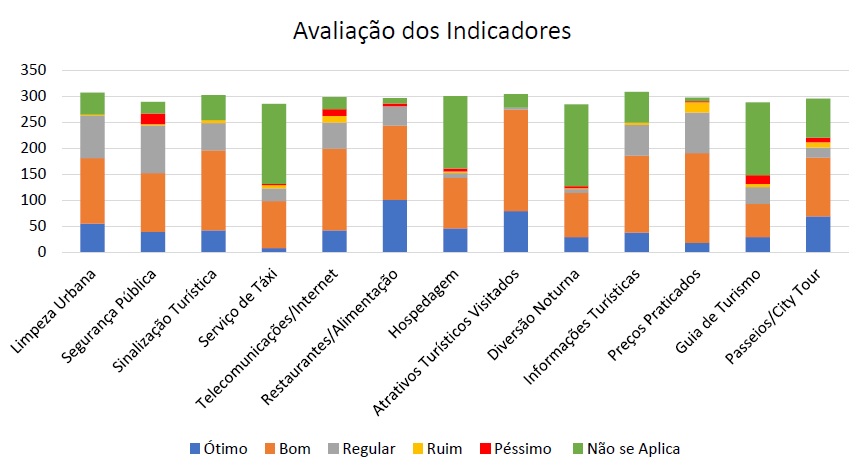


Gráfico 2 - Síntese da Pesqusa de Demanda Turística

Fonte: URBATEC, 2017.

Aqui temos uma visão geral das opiniões sobre infraestrutura. Podemos ver que em quase todos os aspectos, a maioria dos entrevistados qualificou os quesitos como Bom. As exceções foram os tópicos Serviços de Taxi, Hospedagem e Diversão Noturna, onde, nestas três séries, tivemos como maior resultado o Não se aplica, ou seja, nesses casos, os turistas não utilizaram estes serviços.

# DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO E DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIAS POR COMPONENTE

Este diagnóstico na verdade é um resumo do diagnóstico turístico já concluído e entregue em documento anterior. Conforme o esquema a seguir, a definição de estratégicas para cada um dos cinco componentes teve como base diversas estratégias específicas formadas pelo cruzamento SWOT.

Tabela 3 - Relação das temáticas componentes e estratégias.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Temáticas do Diagnóstico | Componentes | Estratégias |
| Análise do Mercado Turístico (demanda e Oferta) de São Roque | COMPONENTE 1:  Estratégia de produto turístico. | ESTRATÉGIA 1 |
| COMPONENTE 2:  Estratégia de comercialização | ESTRATÉGIA 2 |
| Análise do Quadro Institucional de São Roque | COMPONENTE 3:  Fortalecimento institucional. | ESTRATÉGIA 3 |
| Análise da Infraestrutura Básica e dos Serviços Gerais | COMPONENTE 4:  Infraestrutura e serviços básicos. | ESTRATÉGIA 4 |

Fonte: URBATEC, 2017.

## COMPONENTE 01 - ESTRATÉGIA DE PRODUTO TURÍSTICO

Segundo o ROP do PRODETUR, as atividades deste componente se concentrarão nos investimentos relacionados ao planejamento, à recuperação e à valorização dos atrativos turísticos públicos necessários para promover, consolidar ou melhorar a competitividade dos destinos em modalidades ou tipos específicos de turismo. O componente também integrará as ações destinadas a alinhar os investimentos privados em segmentos ou nichos estratégicos, bem como aquelas destinadas a melhorar a competitividade dos empresários turísticos, por meio do aprimoramento da organização setorial, da qualidade dos serviços e do acesso a fatores produtivos. O desenvolvimento de produtos turísticos de São Roque terá como base as estratégias apresentadas a seguir.

Tabela 4 - Componente 01 - Estratégia do Produto Turístico.

|  |  |
| --- | --- |
| **Componente 01 - Estratégia do Produto Turístico** | |
| **Forças** | **Fraqueza** |
| * A maioria dos atrativos pode ser acessada com facilidade. * Alta valorização da paisagem e atrativos ressalta originalidade no mercado turístico local e regional. * Atrativos em consolidação: turismo natural e de eventos. * Atrativos naturais e culturais ligados ao turismo cultural e aventura. * Diversificação na oferta de produtos gastronômicos (serviços de alimentação, festas e feiras). | * Média oferta de equipamentos e serviços de hospedagem e gastronomia, concentrados na alta temporada. * Baixa oferta de operadoras de turismo receptivo. * Carência de mão de obra qualificada. * Carência de vinculação com planejamento turístico. * Falta de estruturação da gestão, infraestrutura de apoio e desenvolvimento de atividades complementares. * Fragilidade do setor de hospedagem no que diz respeito à atração de novos investimentos e manutenção e fortalecimento de empreendimentos existentes. |
| **Oportunidades** | **Ameaças** |
| * Belezas naturais e natureza são considerados os principais motivos de viajem no Brasil. * Crescente representatividade no turismo na economia brasileira. * Disponibilidade de recursos públicos investimento na recuperação, conservação e preservação do patrimônio histórico e cultural. * Disponibilização de linha de crédito para o setor, com principal objetivo de expandir oferta nacional. * Equacionamento de períodos sazonais – segmento de eventos independe de condições climáticas e períodos de férias escolares. | * Alta informalidade de empresas e trabalhadores no setor. * Baixa qualificação do setor turístico e baixa capacidade de investimento compromete a qualidade dos serviços. * Necessidade de organização relacionados à oferta de serviços qualificados. * Risco de perda e descaracterização do patrimônio histórico cultural. * Superpopulação de turistas durante a temporada de verão acarreta riscos de contaminação ambiental nos atrativos naturais. |

Fonte: URBATEC, 2017.

## COMPONENTE 02 - ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO

Este componente, de acordo com o ROP do PRODETUR, contemplará ações destinadas a fortalecer a imagem dos destinos turísticos e a garantir a eficiência e eficácia dos meios de comercialização escolhidos. Tendo em vista essa orientação, as estratégias para esse componente são apresentadas a seguir.

Tabela 5 - Componente 02 - Estratégia de Comercialização

|  |  |
| --- | --- |
| **Componente 02 - Estratégia de Comercialização** | |
| **Forças** | **Fraqueza** |
| * A região possui uma marca; * Segmentos de Turismo ecológico mais difundido da região; * Parceria de divulgação de São Roque inserido na regionalização por meio de materiais gráficos e virtuais. | * Fragilidade na política local intensiva de divulgação do turismo interno. * Faltam materiais promocionais de forma padronizada e integrada. * Inexistência de plano de marketing estratégico ou operacional de São Roque. |
| **Oportunidades** | **Ameaças** |
| * Existência de programa de Promoção e Apoio à Comercialização voltado para consolidação da imagem do País e diversificação dos produtos turísticos, tanto para o mercado interno quanto externo. * Grande exposição do turismo na mídia online, televisiva e impressa. * Surgimento de novas mídias de alcance nacional e internacional. | * Falta de parceria com o trade regional, com os demais produtos turísticos da região. * Concorrência entre a iniciativa privada dos destinos que apresentam melhor promoção e articulação, exemplo Santos. * Concorrência dos destinos que apresentam melhor promoção e articulação entre a iniciativa privada. |

Fonte: URBATEC, 2017.

## COMPONENTE 03 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

Este componente, de acordo com o PRODETUR, integrará ações orientadas a fortalecer a institucionalidade turística, por meio de mecanismos de gestão e coordenação em âmbito federal, estadual, local e do setor privado, e do apoio à gestão turística estadual e municipal (reestruturação de processos internos, equipamento, desenvolvimento de software, capacitação e assistência técnica). Seguindo essa orientação, as estratégias desse componente são apresentadas a seguir.

Tabela 6 - Componente 03 - Fortalecimento Institucional

|  |  |
| --- | --- |
| **Componente 03 - Fortalecimento Institucional** | |
| **Forças** | **Fraqueza** |
| * Instância de governança regional estabelecida e em funcionamento. * · Possui sistema on line para emissão de Nota Fiscal, e CNDs. * · Possui Lei de Criação do COMTUR. * · Possui Conselho Municipal de Turismo Ativo. | * São Roque não possui ou aplica ferramentas de planejamento para o desenvolvimento da atividade turística municipal. * Ausência de tecnologias avançadas de informação e comunicação visando à comercialização de destinos e negócios turísticos. * Baixo investimento para qualificação da mão de obra vinculada ao turismo. * Estrutura administrativa específica para o turismo encontra se carente de recursos diversos, especialmente materiais e humanos. * Faltam pesquisas sistematizadas, banco de dados e informações diversas sobre turistas, atrativos, guias e monitores. * Pequena integração público privado para encaminhamento das demandas turísticas da Cidade. |
| **Oportunidades** | **Ameaças** |
| * Concepção integrada de planos de desenvolvimento do turismo. * Consolidação do portal do Ministério do Turismo na internet, que possibilita busca rápida e objetiva das informações disponíveis. * Crescimento da oferta de Planos de Fortalecimento Institucional que valorizam o papel das instâncias de governança. * Existência do Plano Nacional de Turismo referencial estratégico do turismo nacional. * Maior demanda da sociedade civil organizada por participação nas instâncias de controle e monitoramento de políticas públicas. * Presença e atuação de instituições formadoras como SEBRAE e SENAC, universidades e ONGs na região podem favorecer a capacitação profissional. * Recursos do Orçamento Geral da União para a infraestrutura turística. | * Baixa qualidade dos cursos profissionalizantes voltados ao turismo na região. * Carência de referenciais de planejamento e gestão para o Turismo em diversas escalas. * Desenvolvimento da atividade turística sem planejamento e estrutura adequada pode acarretar perda ou descaracterização do patrimônio histórico cultural. * Dificuldades na obtenção de dados organizados de forma sistemática e contínua * Falta de integração dos programas de capacitação profissional. * Limitações relativas à comunicação e à disseminação das informações do setor governamental. |

Fonte: URBATEC, 2017.

## COMPONENTE 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS

Este componente integrará, segundo o PRODETUR, todos os investimentos em infraestrutura e de serviços não vinculados diretamente a produtos turísticos, mas necessários para gerar acessibilidade ao destino e dentro dele (infraestrutura de acesso e transporte) e satisfazer as necessidades básicas do turista durante sua estada, em termos de água, saneamento, energia, telecomunicações, saúde e segurança. As estratégias desse componente são apresentadas a seguir.

Tabela 7 - Componente 04 - Infraestrutura e Serviços Básicos

|  |  |
| --- | --- |
| **Componente 04 – Infraestrutura e Serviços Básicos** | |
| **Forças** | **Fraqueza** |
| * São Roque possui boas estradas de acesso, que no geral estão em excelentes condições. * Há monitoramento de ligações irregulares de esgoto sanitário, fiscalização ambiental e coleta de lixo. * Disponibilidade de cobertura de água e energia elétrica em área urbana do município. * Existem condições físicas favoráveis para criação de uma rota cicloviária. * Sinalização vertical nas rodovias de acesso a São Roque | * A baixa integração intermunicipal com transporte coletivo terrestre. * Falta de áreas apropriadas sinalizadas para estacionamento de ônibus de excursões no São Roque * Falta sinalização turística padrão interligando todos os atrativos de São Roque * Falta de mapeamento turístico integrado e atualizado. |
| **Oportunidades** | **Ameaças** |
| * Existência de Plano Nacional de Turismo Linhas de financiamentos do Banco Mundial - projetos rodoviários. * Existência de Plano Nacional de Turismo. * Existência de processos modernos e tecnologias para tratamento de esgotos e resíduos sólidos. * Recursos do Orçamento Geral da União OGU para a infraestrutura turística. Atividades Características do Turismo ACT representaram 3,6% da economia brasileira. | * Desequilíbrio com a capacidade instalada dos aeroportos frente ao crescimento da demanda. * Falta de coordenação e alinhamento de políticas e legislação relativas ao transporte e turismo. * Falta de dados estatísticos seguros e acessíveis para formar uma base de planejamento e gestão. * Falta de política regulatória dos serviços de transportes locais. * Falta de política regulatória dos serviços de hospedagem. * Falta de política regulatória dos serviços de gastronomia locais. |

Fonte: URBATEC, 2017.

# ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO

## ESTRUTURAÇÃO DO MARKETING E DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Tabela 8 – Estruturação do Marketing e da Comunicação Institucional

|  |  |
| --- | --- |
| COMPONENTE 01 ESTRUTURAÇÃO DO MARKETING E DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL (EPT) | |
| ESTRATÉGIA DO COMPONENTE | Desenvolver produtos turísticos integrados, diversificados, competitivos e concebidos com base na sustentabilidade local, visando à expansão da demanda turística e a maximização do potencial da oferta turística da região. |
| EMBASAMENTO | |
| * EMCI 1: Qualificar a organização e a integração do produto turístico histórico cultural por meio da estruturação da gestão dos atrativos culturais, melhoria e ampliação da infraestrutura turística, promoção da educação patrimonial a fim de desenvolver produtos turísticos diferenciados e competitivos. * EMCI 2: Qualificar o produto turístico natural por meio da promoção da educação ambiental e desenvolvimento de atividades complementares a fim de valorizar os bens socioambientais e diversificar o uso dos atrativos naturais. * EMCI 3: Qualificar a oferta de atividades turísticas complementares vinculadas aos produtos naturais e culturais por meio de incentivos à iniciativa privada e à realização de eventos com a finalidade de compor produtos integrados, diversificados e competitivos. * EMCI 4: Apoiar a modernização, diversificação e redistribuição espacial dos equipamentos e serviços turísticos por meio da promoção da qualificação dos estabelecimentos e fomento a iniciativa privada com o objetivo de melhorar a qualidade da experiência turística. | |

Fonte: URBATEC, 2017.

Tabela 9 - Projeto 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: CRIAÇÃO DO SITE INSTITUCIONAL DO TURISMO** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 01 - ESTRUTURAÇÃO DO MARKETING E DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL** | | |
| **CODIGO** | EMCI - 01 | **AÇÃO** | 01 |
| **DESCRIÇÃO** | Cada vez mais somos dependentes da internet e buscamos informações *online*. Turistas consultam a internet antes e durante da viagem. Então, é fundamental que o destino turístico conte com um site funcional para informar aos potenciais clientes as atividades e experiências que podem ser vivenciadas no município, bem como disponibilizar informações úteis sobre a região turística onde está inserido.  O site é atualmente a melhor ferramenta para disponibilizar informações sobre São Roque e seus produtos turísticos. Com o avanço das compras *online* os sites tendem a ser mais procurados e valorizados e a função comercialização deve ser planejada pelos gestores do turismo.  O internauta entra no site em busca de informação. A qualidade, atualização e disposição da informação são aspectos importantes para que o cliente continue navegando e, eventualmente, compre por este canal.  O site do turístico do município, além de informar os clientes, deve despertar o desejo de consumo, ser fácil de atualizar, ficar disponível 24 horas por dia e ter alcance global.  Em São Roque existe a possibilidade de se reduzir o custo aqui apresentado com a realização deste projeto em Parceria com a FATEC, sendo que o levantamento de dados já foi realizado no inventário turístico realizado pela empresa Urbatec, a organização dos dados seria de responsabilidade do curso de Gestão do Turismo, a disposição dos dados e estratégias de comercialização de responsabilidade do curso de Gestão Comercial, e o layout, criação e desenvolvimento do site de responsabilidade do curso de Informática. | | |
| **OBJETIVOS** | Elaboração do site institucional do turismo de São Roque. | | |
| **VALOR** | R$ 20.479,00 (vinte mil, quatrocentos e setenta e nove reais) | | |
| **PRAZOS** | 3 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | **2º Semestre de 2018** |

Fonte: Urbatec, 2017.

Tabela 10 - Projeto 2

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: CRIAÇÃO DAS PÁGINAS NAS REDES SOCIAIS.** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 01 - ESTRUTURAÇÃO DO MARKETING E DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL** | | |
| **CODIGO** | EMCI – 02 | **AÇÃO** | 02 |
| **DESCRIÇÃO** | Desenvolver as plataformas adequadas: *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, entre outras. Lembre-se que é melhor estar bem atuante em uma única plataforma do que atuar em várias redes de forma inadequada e superficial. As mídias sociais são relativamente novas, mas o crescimento expressivo de usuários e seu poder de alcançar públicos segmentados atraem a atenção de diversas empresas, de inúmeros setores. A grande mudança está na estrutura de poder social: a possibilidade de gerar conteúdos e influenciar pessoas deixa de ser exclusividade das grandes corporações.  Diferentemente das mídias tradicionais, as mídias sociais dependem da interação entre as pessoas. Os consumidores interagem mais com as empresas, colaboram na construção do conteúdo, dão dicas, fazem comentários, críticas, elogios, sugestões etc. Ou seja, as tecnologias permitem que essa interação provoque a boca a boca virtual.  Os destinos turísticos são fortemente impactados pelas mídias sociais, pois a credibilidade vem da opinião de amigos e familiares, que passaram pelas mesmas experiências e dificuldades. E essa opinião está exposta para todos na rede.  Mas, para gerar resultados, as mídias sociais devem ser utilizadas de forma estratégica, pois o turista busca informações relevantes. É necessário criar um plano de ação, definindo os objetivos e os resultados que são esperados.  Em São Roque existe a possibilidade de se reduzir o custo aqui apresentado com a realização deste projeto em Parceria com a FATEC e ETEC, sendo que o levantamento de dados já foi realizado no inventário turístico realizado pela empresa Urbatec, a organização dos dados e constante atualização seria de responsabilidade do curso de Gestão do Turismo, a disposição dos dados e estratégias de comercialização de responsabilidade do curso de Gestão Comercial, e análise dos dados de visitação e alcance de publicação de responsabilidade do curso de Informática. | | |
| **OBJETIVOS** | 1. Aumentar vendas, estreitar relacionamento com consumidores, propagar a marca, atrair novos clientes etc.  2. Estabelecer o público-alvo que quer atingir: é importante definir o segmento de público com o qual se pretende comunicar nas mídias sociais, conhecer suas características, necessidades, comportamento de compra etc. O conteúdo que será postado deve ser interessante para esse grupo de potenciais consumidores.  3. Detalhe o conteúdo que será disponibilizado: assim como no site da empresa, o conteúdo disponibilizado nas mídias sociais é o aspecto mais importante para obter fãs e seguidores. Atente para a relevância, qualidade e atualização das informações, imagens e vídeos. Um atrativo turístico que oferece atividades de turismo rural, por exemplo, pode criar e fomentar discussões, transmitir conhecimentos sobre produtos agrícolas, modo de vida do campo, experiências típicas etc. Enfim, deve usar as redes sociais para despertar interesse e envolver o consumidor, além de disponibilizar informações sobre o atrativo, tais como atividades e experiências oferecidas, eventos especiais, dicas sobre o destino etc.  4. Defina o cronograma das ações, a periodicidade da atualização do conteúdo, respostas aos usuários e frequência do monitoramento da rede.  5. Monitore os resultados: faça análise dos comentários (positivos e negativos) de cada *post*, interatividade e contribuição dos usuários, número de fãs ou seguidores (*Facebook*, *Twitter* e *blog*), entre outros. Além disso, existem bons *softwares* (pagos e gratuitos) que podem mostrar os sites mais/menos visitados, os horários de maior/menor acesso e, a partir daí, programar o conteúdo e horários de postagens. | | |
| **VALOR** | R$ 11.830,00 (onze mil, oitocentos e trinta reais) | | |
| **PRAZOS** | 3 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | **2º Semestre de 2018** |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 11 - Projeto 3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: CRIAÇÃO DE ARTE GRÁFICA PARA PASTA INSTITUCIONAL DE SÃO ROQUE** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 01 - ESTRUTURAÇÃO DO MARKETING E DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL** | | |
| **CODIGO** | EMCI - 03 | **AÇÃO** | 03 |
| **DESCRIÇÃO** | Elaboração das artes e gráficas para a confecção de pasta institucional. | | |
| **OBJETIVOS** | Elaboração das artes e gráficas para a confecção de pasta institucional. | | |
| **VALOR** | R$ 3.099,00 (três mil e noventa e nove reais) | | |
| **PRAZOS** | 3 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | **2º Semestre de 2018** |

**Fonte:** Urbatec, 2017

Tabela 12 - Projeto 4

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: CRIAÇÃO DE UM APLICATIVO TURÍSTICO (GUIA) PARA SÃO ROQUE** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 01 - ESTRUTURAÇÃO DO MARKETING E DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL** | | |
| **CODIGO** | EMCI - 04 | **AÇÃO** | 04 |
| **DESCRIÇÃO** | Criação de um Aplicativo Turístico (Guia) para São Roque.  Em São Roque existe a possibilidade de se reduzir o custo aqui apresentado com a realização deste projeto em Parceria com a FATEC e ETEC. | | |
| **OBJETIVOS** | Hoje, tudo cabe dentro de um aplicativo, oferecendo muito mais informações valiosas para o usuário definir o seu roteiro, pontos a visitar e o que fazer em determinado local e situação.  Atente para a relevância, qualidade e atualização das informações, imagens e vídeos. Um atrativo turístico que oferece atividades de turismo rural, por exemplo, pode criar e fomentar discussões, transmitir conhecimentos sobre produtos agrícolas, modo de vida do campo, experiências típicas etc. Enfim, deve usar os aplicativos para despertar interesse e envolver o consumidor, além de disponibilizar informações sobre o atrativo, tais como atividades e experiências oferecidas, eventos especiais, dicas sobre o destino etc. | | |
| **VALOR** | R$ 11.200,00 (onze mil e duzentos reais) | | |
| **PRAZOS** | 2 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | **1º Semestre de 2019** |

**Fonte:** Urbatec, 2017

## COMERCIALIZAÇÃO – C

Tabela 13 - Estratégia de Comercialização

|  |  |
| --- | --- |
| COMPONENTE 02 ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO EC | |
| ESTRATÉGIA DO COMPONENTE | Fortalecer, no âmbito nacional e internacional, o posicionamento de mercado do turismo de São Roque, por meio de ações estratégicas e integradas de marketing, visando o aumento da participação do município no mercado turístico e o aumento de receitas oriundas das atividades turísticas. |
| EMBASAMENTO | |
| * EC 1: Incentivar a ampliação e qualificação de roteiros comercializados por meio da criação da base conceitual e da promoção de espaços de articulação público privada visando o fortalecimento do produto turístico diferenciado. * EC 2: Qualificar os materiais promocionais por meio da padronização e definição de uma identidade municipal integrada ao posicionamento de mercado regional com vistas à promoção qualificada nos mercados reais e potenciais. * EC 3: Fortalecer o posicionamento de mercado da região por meio da elaboração do Plano de Marketing de São Roque, visando o reconhecimento regional, nacional e internacional de São Roque. | |

Fonte: URBATEC, 2017.

Tabela 14 - Projeto 5

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: Participação em Eventos Integrados do Estado de São Paulo** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 02 - COMERCIALIZAÇÃO** | | |
| **CODIGO** | C 01 | **AÇÃO** | 05 |
| **DESCRIÇÃO** | Participação em Eventos Integrados da Região do Estado de São Paulo | | |
| **OBJETIVOS** | Participação em Eventos Integrados da Região do Estado de São Paulo | | |
| **VALOR** | R$ 15.000,00 (quinze mil reais) | | |
| **PRAZOS** | **5 dias** | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | **1 semestre de 2018** |

**Fonte:** Urbatec, 2017

Tabela 15 - Projeto 6

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: Participação em Eventos Integrados de Promoção - WTM** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 02 - COMERCIALIZAÇÃO** | | |
| **CODIGO** | C 02 | **AÇÃO** | 06 |
| **DESCRIÇÃO** | Participação em Eventos Integrados de Promoção - WTM. Pagamento de despesas de passagens aéreas, hospedagem, alimentação, locação e montagem de estandes e distribuição de material promocional de São Roque. | | |
| **OBJETIVOS** | Participação em Eventos Integrados de Promoção - WTM | | |
| **VALOR** | R$ 30.000,00 (trinta mil reais) | | |
| **PRAZOS** | 5 dias | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | **1 Semestre de 2019** |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 16 - Projeto 07

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: Participação em Eventos Integrados Nacional – BRAZTOA** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 02 - COMERCIALIZAÇÃO** | | |
| **CODIGO** | C 03 | **AÇÃO** | **07** |
| **DESCRIÇÃO** | Participação em Eventos Integrados Nacional – BRAZTOA - O evento tem como objetivo promover negócios e fortalecer o relacionamento entre associados Braztoa e os agentes de viagem. Reúne operadoras e agências de viagens associadas à Braztoa – Associação Brasileira das Operadoras de Turismo, buscando promover negócios e antecipar tendências e novidades. Durante o evento, ocorrem rodadas de negócios, palestras e workshops. Acontece duas vezes ao ano (março/novembro) em São Paulo/SP. Pagamento de despesas de passagens aéreas, hospedagem, alimentação, locação e montagem de estandes e distribuição de material promocional de São Roque. | | |
| **OBJETIVOS** | Participação em Eventos Integrados Nacional – BRAZTOA - - Efetivar novas parcerias com operadoras e agências de viagens do país, em especial com o mercado de São Paulo;  - Aperfeiçoar a forma de atuação da empresa, buscando novas tecnologias e tendências do setor;  - Incrementar a rede de relacionamento comercial;  - Gerar novos negócios. | | |
| **VALOR** | R$ 30.000,00 (trinta mil reais) | | |
| **PRAZOS** | **5 dias** | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | **2 Semestre de 2019** |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 17 - Projeto 08

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO:** **Participação em Eventos Integrados Nacional – Salão de Turismo MTUR** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 02 - COMERCIALIZAÇÃO** | | |
| **CODIGO** | C 04 | **AÇÃO** | 08 |
| **DESCRIÇÃO** | Participação em Eventos Integrados Nacional – Salão de Turismo MTUR - Promovido pelo Ministério do Turismo, o evento apresenta roteiros turísticos das 27 unidades da Federação. O salão é dividido em módulos de atividades:  Feira de Roteiros Turísticos, Área de Comercialização, Vitrine Brasil  (Artesanato, moda, joias, produtos da agricultura familiar, manifestações artísticas e gastronomia), Núcleo de Conhecimento, Rodada de Negócios (encontros pré-agendados entre os agentes de comercialização do produto turístico brasileiro), Missões Promocionais - Caravana Brasil (visitas técnicas de agentes de turismo/operadores) e Missões Promocionais - Press Trip (visitas técnicas de profissionais de imprensa nacional e internacional). Acontece geralmente no mês de junho em São Paulo/SP. Pagamento de despesas de passagens aéreas, hospedagem, alimentação, locação e montagem de estandes e distribuição de material promocional de São Roque. | | |
| **OBJETIVOS** | Participação em Eventos Integrados Nacional – Salão de Turismo MTUR – O foco do evento é - Promover novos roteiros/produtos turísticos;  - Comercializar produtos turísticos regionais;  - Aperfeiçoar conhecimentos;  - Conquistar o melhor mercado consumidor do turismo;  - Analisar o posicionamento de destinos concorrentes.  Ambiente interessante para expor São Roque. | | |
| **VALOR** | R$ 30.000,00 (trinta mil reais) | | |
| **PRAZOS** | 5 dias | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | **1 Semestre de 2020** |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 18 - Projeto 09

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: Participação em Eventos Integrados Nacional – ABAV** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 02 – COMERCIALIZAÇÃO** | | |
| **CODIGO** | **C 05** | **AÇÃO** | **09** |
| **DESCRIÇÃO** | Participação em Eventos Integrados Nacional – ABAV - A ABAV é reconhecida pela indústria turística como a maior feira de turismo da América Latina, tendo como principal foco o foro principal de comercialização e comunicação do setor, atingindo, de forma positiva, toda a cadeia produtiva que dá suporte à atividade. O evento atrai profissionais que têm a oportunidade ímpar de negociar com os expositores. É uma feira de multiprodutos, que acontece no mês de outubro na cidade do Rio de Janeiro/RJ. Pagamento de despesas de passagens aéreas, hospedagem, alimentação, locação e montagem de estandes e distribuição de material promocional de São Roque. | | |
| **OBJETIVOS** | Participação em Eventos Integrados Nacional – ABAV – estreitar relações comerciais com o público de agências de viagens do Brasil, especialmente do Rio de Janeiro. | | |
| **VALOR** | R$ 30.000,00 (trinta mil reais) | | |
| **PRAZOS** | **5 dias** | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | **1 Semestre de 2021** |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 19 - Projeto 10

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: Participação em Eventos Integrados Nacional – Workshop da CVC** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 02 - COMERCIALIZAÇÃO** | | |
| **CODIGO** | **C 06** | **AÇÃO** | **10** |
| **DESCRIÇÃO** | Participação em Eventos Integrados Nacional – Workshop da CVC - Pagamento de despesas de passagens aéreas, hospedagem, alimentação, locação e montagem de estandes e distribuição de material promocional de São Roque. São eventos realizados com o objetivo de estreitamento comercial com a operadora idealizadora e promoção dos seus produtos. Possuem formatos diversos, mas necessariamente inclui uma área que promove a comercialização de produtos turísticos. Têm datas específicas de realização e geralmente acontecem nas cidades que são sede dessas empresas. | | |
| **OBJETIVOS** | Participação em Eventos Integrados Nacional – Workshop da CVC | | |
| **VALOR** | R$ 30.000,00 (trinta mil reais) | | |
| **PRAZOS** | **5 dias** | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | **1 Semestre de 2021** |

Fonte: Urbatec, 2017

## FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL – FI

Tabela 20 - Fortalecimento Institucional.

|  |  |
| --- | --- |
| COMPONENTE 03 FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL FI | |
| ESTRATÉGIA DO COMPONENTE | Fortalecer a gestão local do turismo por meio do desenvolvimento e implementação de processos de gestão e planejamento integrados e participativos, visando, com isso, a institucionalização de práticas administrativas eficientes e o comprometimento efetivo dos diversos atores responsáveis pelo planejamento e gestão da atividade. |
| EMBASAMENTO | |
| * FI 1: Dinamizar a atuação das instâncias de governança municipal por meio da reativação e ampliação da participação a fim de qualificar o processo de gestão e monitoramento do turismo. * FI 2: Qualificar servidores públicos municipais e membros das instâncias de governança para a gestão da atividade turística, por meio de processos de capacitação planejados com vistas à melhoria dos serviços prestados à população e turistas. * FI 3: Consolidar os processos de planejamento municipal por meio da aplicação dos instrumentos de gestão e da efetiva participação da população no monitoramento, avaliação e revisão dos planos existentes, com vistas ao fortalecimento da gestão da atividade turística. * FI 4: Fortalecer a estrutura institucional para o turismo por meio da adequação de processos e procedimentos de gestão, da estrutura administrativa e da legislação aplicável, com vistas ao gerenciamento eficiente e eficaz de recursos para o turismo e melhoria da articulação institucional pública e público privada. | |

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 21 – Projeto11

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: MANUTENÇÃO NO SITE E NAS PÁGINAS DAS REDES SOCIAIS.** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 03 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL** | | |
| **CODIGO** | FI - 01 | **AÇÃO** | **11** |
| **DESCRIÇÃO** | Manutenção e atualização de sites e das páginas nas redes sociais, funcionaria como uma assessoria de imprensa especializada no turismo, voltado a produzir notícias e matérias do turismo de São Roque.  Em São Roque existe a possibilidade de se reduzir o custo aqui apresentado com a realização deste projeto em Parceria com a FATEC e ETEC. Sendo que alguns cursos destas instituições ficariam incumbidas de realizarem este acompanhamento e manutenção do portal turístico e das páginas nas redes sociais, substituindo a consultoria especializada a ser contratada. | | |
| **OBJETIVOS** | Fazer manutenção e atualização da web marketing turístico | | |
| **VALOR** | R$ 72.000,00 (setenta e dois mil reais) | | |
| **PRAZOS** | **36 meses** | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | **Setembro de 2018 a Setembro de 2019** |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 22 - Projeto 12

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: CONFECÇÃO DE VÍDEO INSTITUCIONAL APRESENTANDO O MUNICÍPIO NO SEGMENTO TURÍSTICO.** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 03 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL** | | |
| **CODIGO** | **FI – 02** | **AÇÃO** | **12** |
| **DESCRIÇÃO** | Confecção de Vídeo Institucional apresentando o Município no Segmento Turístico. A ideia é a produção de um vídeo institucional de 10 minutos onde será apresentado todo o munícipio, seus atrativos e serviços turísticos. | | |
| **OBJETIVOS** | Confecção de vídeo institucional do turismo | | |
| **VALOR** | R$ 19.980,00 (dezenove mil, novecentos e oitenta reais). | | |
| **PRAZOS** | **1 Mês** | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | **1º Semestre de 2018** |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 23 - Projeto 13

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: CONFECÇÃO DE 5.000 PASTAS PERSONALIZADAS DO TURISMO DE SÃO ROQUE.** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 03 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL** | | |
| **CODIGO** | FI – 03 | **AÇÃO** | 13 |
| **DESCRIÇÃO** | Confecção e impressão de 5.000 pastas. | | |
| **OBJETIVOS** | Confecção e impressão de 5.000 pastas. | | |
| **VALOR** | R$ 3.790,00 (três mil, setecentos e noventa reais) | | |
| **PRAZOS** | 1 Mês | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2019 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 24 - Projeto 14

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: IMPRESSÃO REGULAR DE MATERIAL PROMOCIONAL DE SÃO ROQUE (20.000 MAPAS TURÍSTICOS E 40.000 FOLDERS INSTITUCIONAIS)** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 03 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL** | | |
| **CODIGO** | FI – 04 | **AÇÃO** | 14 |
| **DESCRIÇÃO** | Impressão Regular de Material Promocional de São Roque (20.000 Mapas Turísticos e 40.000 Folders Institucionais) | | |
| **OBJETIVOS** | Possuir anualmente material gráfico promocional do destino São Roque para distribuição em eventos internos, Pontos de Informação Turística e eventos externos. | | |
| **VALOR** | R$ 42.674,00 (quarenta e dois mil, seiscentos e setenta e quatro reais) | | |
| **PRAZOS** | 1 Mês | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

## INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB

Tabela 25 - Infraestrutura e Serviços Básicos.

|  |  |
| --- | --- |
| COMPONENTE 04 INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS ISB | |
| ESTRATÉGIA DO COMPONENTE | Ampliar e requalificar a infraestrutura e serviços básicos das áreas urbanas e rurais, para o atendimento da demanda da atividade turística e o bem estar da população local. |
| EMBASAMENTO | |
| * ISB 1: Ampliar e requalificar a infraestrutura de circulação, com melhorias em todos os modais, por meio de parcerias entre as esferas governamentais, proporcionando novas e confortáveis oportunidades de acessibilidade. * ISB 2: Fomentar investimentos no sistema aquaviário por meio da criação de parcerias e oportunidades atraentes para investidores credíveis, proporcionando novas alternativas de acessibilidade aos turistas e moradores. * ISB 3: Priorizar ações de saneamento por meio de parcerias entre as esferas governamentais, visando minimizar o comprometimento da qualidade ambiental e proporcionar um ambiente mais seguro para a população e turistas. * ISB 4: Projetos de sinalização turística. * ISB 5: Ampliar e requalificar a infraestrutura urbana de interesse turístico. | |

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 26 - Projeto 15

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REVITALIZAÇÃO ESTAÇÃO FERROVIÁRIA DE SÃO ROQUE** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 01 | **AÇÃO** | 15 |
| **DESCRIÇÃO** | Atualmente sedia um posto da Guarda Municipal, mas o prédio necessita de reparos e novos usos para valorização do patrimônio histórico de São Roque. | | |
| **OBJETIVOS** | Revitalizar o prédio da estação, dotando a infraestrutura de capacitação para a instalação de atividades turísticas que resgatem o valor histórico e qualifiquem o espaço como patrimônio de São Roque. | | |
| **VALOR** | R$ 586.167,00 (quinhentos e oitenta e seis mil e cento e setenta e seis reais) | | |
| **PRAZOS** | 48 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 27 - Projeto 16

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REVITALIZAÇÃO DA ESTAÇÃO FERROVIÁRIA DE MAILASQUI** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 02 | **AÇÃO** | 16 |
| **DESCRIÇÃO** | Localizada na R. Carla Carrara, 458/626 - São Roque, a estação “foi inaugurada como ‘km 56’ em 1897 (segundo o relatório da EFS para esse ano), a estação foi logo depois nomeada como Pinheirinhos, e a partir de 10/07/1916 recebeu o nome de Mailasky, um dos fundadores e primeiro presidente da Sorocabana.” Localizada na região homônima a estação encontra-se em estado de conservação razoável. Os moradores do entorno cuidam do local onde ocorre reuniões de bairro. Apesar não estar total depredada, carece de revisão estrutural e manutenção física dos ambientes. | | |
| **OBJETIVOS** | Capacitar a infraestrutura do local para melhor aproveitamento de atividades do bairro. O local é a memória edificada da história da região e, portanto, merece atenção quanto a ser um ponto de parada e passagem dos visitantes de São Roque. | | |
| **VALOR** | R$ 378.572,00 (trezentos e setenta e oito mil e quinhentos e setenta e dois reais) | | |
| **PRAZOS** | 06 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2022 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 28 - Projeto 17

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REVITALIZAÇÃO DA ESTAÇÃO FERROVIÁRIA DO CANGUERA** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 03 | **AÇÃO** | 17 |
| **DESCRIÇÃO** | A estação de Canguera foi inaugurada como ponta de linha do primeiro trecho de 10,357 km da Mairinque-Santos, inicialmente estabelecida em um vagão, depois, numa construção de madeira. Em 1934, foi classificada como posto telegráfico de categoria A . Somente em 1935 foi inaugurado o prédio de alvenaria que se encontra totalmente depredado atualmente. Localizada na Rodovia Prefeito Quintino de Lima, altura do número 1.000, no bairro de Canguera, em São Roque. Era o nome da fazenda da qual se originou a cidade de Mairinque, além do bairro do mesmo nome. | | |
| **OBJETIVOS** | Capacitar a infraestrutura do local para melhor aproveitamento de atividades do bairro. O local é a memória edificada da história da região e, portanto, merece atenção quanto a ser um ponto de parada e passagem dos visitantes de São Roque. | | |
| **VALOR** | R$ 3.175.120,00 (três milhões e cento e setenta e cinco mil e cento e vinte reais) | | |
| **PRAZOS** | 48 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 29 - Projeto 18

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REQUALIFICAÇÃO DO MORRO DO CRUZEIRO** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 04 | **AÇÃO** | 18 |
| **DESCRIÇÃO** | Localizado na R. João Theodoro, próximo à Estação Ferroviária. O Morro do Cruzeiro é uma elevação rochosa próxima ao centro. Visitado por peregrinos e turistas. No pico do morro encontra-se uma cruz e a imagem de São Roque, o Santo padroeiro do município. O local precisa de manutenção e uma infraestrutura de suporte aos visitantes como uma área de descanso e apreciação da vista, sanitários e lanchonete. | | |
| **OBJETIVOS** | Capacitar a infraestrutura do local para melhor aproveitamento de atividades do bairro. O local é a memória edificada da história da região e, portanto, merece atenção quanto a ser um ponto de parada e passagem dos visitantes de São Roque. | | |
| **VALOR** | R$ 452.698,84 (quatrocentos e cinquenta e dois mil e seiscentos e noventa e oito reais e oitenta e quatro centavos) | | |
| **PRAZOS** | 06 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 30 - Projeto 19

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: PARQUE DA PEDREIRA** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 05 | **AÇÃO** | 19 |
| **DESCRIÇÃO** | A Pedreira desativada está localizada no bairro Marmeleiro em São Roque, é conhecida como Pedreira do Marmeleiro. É frequentada por alpinistas por ter uma boa estrutura para escalada, entretanto não há cuidado, suporte, segurança, tampouco entrada controlada no local. O espaço tem um potencial paisagístico muito bom para o turismo de aventura, podendo ser explorados passeios, trilhas, mirante e quiçá teleférico. | | |
| **OBJETIVOS** | Estruturar melhor o local, dotando de espaços de lazer, acesso facilitado, áreas de descanso e suporte ao turismo de aventura. | | |
| **VALOR** | R$ 1.953.920,00 (um milhão e novecentos e cinquenta e três mil e novecentos e vinte reais) | | |
| **PRAZOS** | 36 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 2º Semestre de 2019 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 31 - Projeto 20

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REFORMA MUSEU DOM ERNESTO DE PAULA** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 06 | **AÇÃO** | 20 |
| **DESCRIÇÃO** | O Museu de Arte Sacra Dom Ernesto de Paula esta localizado num sítio de 12 mil m², num casarão centenário localizado na Rua Dom Ernesto de Paula, 1466 - Alto de Guaianã, no município de São Roque. Contém peças relacionadas à arte sacra, discos e objetos antigos, muitos deles obtidas através de doações. Há também uma capela dedicada a São Miguel Arcanjo. É um dos poucos museus de São Roque, e devido a sua dedicação religiosa recebe muitos visitantes, principalmente quando em feriados religiosos. | | |
| **OBJETIVOS** | Reforma do Museu e adequação dos ambientes para alocação do acervo. | | |
| **VALOR** | R$ 268.664,00 (duzentos e sessenta e oito mil e seiscentos e sessenta e quatro reais) | | |
| **PRAZOS** | 12 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 32 - Projeto 21

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: CONSTRUÇÃO DO MUSEU DO VINHO** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 07 | **AÇÃO** | 21 |
| **DESCRIÇÃO** | Localizado na Estrada do Vinho, 2.150 - Sorocamirim. O local possui um acervo histórico da produção e origem do vinho de São Roque. O produto esta atrelado a história do turismo do município, portanto, precisa de uma estrutura melhor dimensionada de acordo com sua importância para o patrimônio histórico da cidade. A proposta é a construção de um local mais apropriado, que possa abrigar o acervo adequadamente, com visitas monitoradas, espaços para palestras, aulas, ambientes com interação áudio visual e espaço para oficinas. | | |
| **OBJETIVOS** | Construção de um edifício que possa abrigar a história e origem da projeção turística de São Roque. | | |
| **VALOR** | R$ 3.907.840,00 (três milhões e novecentos e sete mil e oitocentos e quarenta reais) | | |
| **PRAZOS** | 48 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 33 - Projeto 22

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REVITALIZAÇÃO CASA GRANDE DO CARMO** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 08 | **AÇÃO** | 22 |
| **DESCRIÇÃO** | A Casa Grande do Carmo é um remanescente construtivo do século XIX. Construída sob taipa e pedra, tem uma Senzala além de muita história preservada nas pinturas, portas e janelas originais da época. É um valioso bem histórico de São Roque que está abandonado. Atualmente alguns vizinhos detém as chaves, porém não é recomendado a entrada e visitação pois está muito deteriorada necessitando de reparos estruturais. | | |
| **OBJETIVOS** | Reforma do Casarão e Senzala Casa Grande do Carmo. | | |
| **VALOR** | R$ 990.332,14 (novecentos e noventa mil e trezentos e trinta e dois reais e quatorze centavos) | | |
| **PRAZOS** | 48 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2019 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 34 - Projeto 23

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REVITALIZAÇÃO MATA DA CÂMARA** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 09 | **AÇÃO** | 23 |
| **DESCRIÇÃO** | O Parque Natural Municipal Mata da Câmara está localizado na Estrada Mario de Andrade, S/N - São Roque. Com área total de 54 alqueires de muito verde e repleta de mananciais. O local é referência em de preservação da natureza, contemplação e prática de esportes em São Roque. Em seu interior possui uma edificação em bom estado de conversação que é utilizada para aulas e pesquisas relacionadas a fauna e flora do local. | | |
| **OBJETIVOS** | Qualificar a infraestrutura receptiva do parque e renovar a sinalização interna. | | |
| **VALOR** | R$ 280.876,00 (duzentos e oitenta mil e oitocentos e setenta e seis reais) | | |
| **PRAZOS** | 12 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 35 - Projeto 24

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: INFRAESTRUTURA DO MORRO DO SABOÓ** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 10 | **AÇÃO** | 24 |
| **DESCRIÇÃO** | Na vertente do turismo ecológico, em São Roque. "Saboó" é a palavra indígena para "Morro Pelado", já que o local apresenta uma vegetação rasteira no topo. O morro está localizado dentro de três propriedades particulares, mas é aberto para visitação. Dependendo do clima, é possível ver, de cima dos seus 1.090 metros de altitude, Mairinque, Itu, Sorocaba, as Serras de Juquiá, Araçoiaba da Serra e até Osasco. A proposta relaciona-se aos acessos, apesar de haver boa sinalização para chegar ao local, as vias não são pavimentadas e não são seguras, além disso seus acessos são mal preservados e não tem estrutura acolhedora, como um posto informativo orientativo, e sanitários. | | |
| **OBJETIVOS** | Qualificar as estruturas de acesso ao Morro do Saboó. | | |
| **VALOR** | R$ 415.208,00 (quatrocentos e quinze mil e duzentos e oito reais) | | |
| **PRAZOS** | 12 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2022 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 36 - Projeto 25

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: Restruturação do Centro Cultural Brasital** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 11 | **AÇÃO** | 25 |
| **DESCRIÇÃO** | O Centro Educacional e Cultural Brasital está localizado na Av. Araçaí, 280 - Centro, São Roque. O local é um conjunto de edificações da desativada indústria têxtil Brasital, agora é utilizado para fins culturais. O Centro possui biblioteca, oficinas culturais e profissionalizantes, sala de música e dois salões onde são realizados eventos. A Brasital também possui uma porção de mata com cerca de 30 mil metros quadrados. O local possui uma trilha ecológica chamada de Caminho das Águas, onde o turista pode fazer uma pequena caminhada. | | |
| **OBJETIVOS** | Qualificar os espaços, a fim de promover maior uso do local. | | |
| **VALOR** | R$ 9.586.420,00 (nove milhões e quinhentos e oitenta e seis mil e quatrocentos e vinte reais) | | |
| **PRAZOS** | 36 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2020 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 37 - Projeto 26

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REFORMA PRAÇA CANGUERA** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 12 | **AÇÃO** | 26 |
| **DESCRIÇÃO** | A Praça do Canguera esta localizada na Rodovia Prefeito Quintino de Lima, altura no número 1.000, no bairro homônimo, em frente à antiga Estação de Trem. O local é amplo e possui poucos equipamentos de lazer para os visitantes. Apesar de atender a população local, possui grande potencial estrutural frente a propostas de Revitalização da Estação de Trem do Canguera. Pode compor o complexo de lazer e turismo da região qualificando o espaço e estimulando a sua apropriação. | | |
| **OBJETIVOS** | Instalar novos equipamentos e mobiliário e reformar toda a infraestrutura da Praça. | | |
| **VALOR** | R$ 252.788,40 (duzentos e cinquenta e dois mil e setecentos e oitenta e oito reais e quarenta centavos) | | |
| **PRAZOS** | 24 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 38 - Projeto 27

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REFORMA DA PRAÇA DA REPÚBLICA** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 13 | **AÇÃO** | 27 |
| **DESCRIÇÃO** | A Praça da República de São Roque está localizada na Av. Antonino Dias Bastos, S/N – Centro. Tem um espaço amplo e bem dimensionado quanto aos passeios, bancos e equipamentos em geral. Possui um chafariz ao centro que está desativado, sanitários, coreto e uma edificação atualmente denominada de Casa do Artesão, onde se expõe o artesanato local. Como está na região central é muito movimentada durante a semana, mas aos finais de semana também pois acolhe a feira de artesanato da cidade. | | |
| **OBJETIVOS** | Reformar as estruturas da Praça da República, chafariz, sanitários e coreto. | | |
| **VALOR** | R$ 427.420,00 (quatrocentos e vinte e sete mil e quatrocentos e vinte reais) | | |
| **PRAZOS** | 12 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 2º Semestre de 2021 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 39 - Projeto 28

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REFORMA DA PRAÇA DA MATRIZ** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 14 | **AÇÃO** | 28 |
| **DESCRIÇÃO** | A Praça da Matriz então localizada na região central de São Roque na Rua Quinze de Novembro, S/N – São Roque. Nela encontra-se a Igreja Matriz do padroeiro da cidade, a Igreja de São Roque. O local é referência direcional para vários pontos da cidade e acolhe muitos eventos tradicionais de São Roque. | | |
| **OBJETIVOS** | Reformar os equipamentos da praça visando maior conforto aos visitantes. | | |
| **VALOR** | R$ 323.618,00 (trezentos e vinte e três mil e seiscentos e dezoito reais) | | |
| **PRAZOS** | 12 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2021 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 40 - Projeto 29

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REFORMA DO LARGO DOS MENDES** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 15 | **AÇÃO** | 29 |
| **DESCRIÇÃO** | O Largo do Mendes é uma Praça ampla e com grande circulação da população ao longo do dia por estar localizado na Estr. dos Mendes, S/N – Taboão – São Roque. Também aos finais de semana é bem frequentada por ser uma das opções de lazer para os moradores de São Roque. Tem quiosques com bancos para descanso, relógio de sol, playground e sanitários. Necessita de reforma pois o piso encontra-se com algumas irregularidades, além dos equipamentos e mobiliários como lixeiras e bancos estão, em sua maioria, depredados. | | |
| **OBJETIVOS** | Promover o uso, qualificar os equipamentos e melhorar os ambientes da praça. | | |
| **VALOR** | R$ 461.613,60 (quatrocentos e sessenta e um mil e seiscentos e treze reais e sessenta centavos) | | |
| **PRAZOS** | 12 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2022 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 41 - Projeto 30

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REESTRUTURAÇÃO DO LARGO DO TABOÃO** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 16 | **AÇÃO** | 30 |
| **DESCRIÇÃO** | O Largo do Taboão inicialmente foi pensado para ser um local para compras e diversão. Possui diversas lojinhas que comercializam, artesanatos, moveis rústicos, frutas, alcachofras, vinhos e produtos derivados do milho. O Largo é uma praça arborizada com jardins, bancos, estacionamento, local para informações turísticas e playground. A fachada de algumas lojas com barris de vinho decorando sua entrada. O Centro comercial fica na rodovia Raposo Tavares - km 59, dentro da cidade de São Roque. Hoje encontra-se e decadência com manutenção precária. O Posto de Informações Turística (PIT) que nele se encontrava está desativado | | |
| **OBJETIVOS** | Revitalizar o Largo do Taboão, fomentando seu uso e apropriação por parte da população local. | | |
| **VALOR** | R$ 348.042,00 (trezentos e quarenta e oito mil e quarenta e dois reais) | | |
| **PRAZOS** | 06 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 2º Semestre de 2022 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 42 - Projeto 31

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: PARQUE LINEAR – CENTRO** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 17 | **AÇÃO** | 31 |
| **DESCRIÇÃO** | A proposta é a construção de um Parque Linear na região central da cidade haja vista a necessidade fomentar espaços de lazer para os moradores e visitantes da região. Um parque linear pode ser referência de caminho, assim como pode ser relacionado junto de vias importantes da cidade, córregos e linhas férreas desativadas. | | |
| **OBJETIVOS** | Construção de um Parque Linear que possa servir de área de lazer para a população e visitantes, corredor verde e bacia de contenção. | | |
| **VALOR** | R$ 1.953.920,00 (um milhão e novecentos e cinquenta e três mil e novecentos e vinte reais) | | |
| **PRAZOS** | 48 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 2º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 43 - Projeto 32

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REESTRUTURAÇÃO DO ESPAÇO VASCO BARIONI** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 18 | **AÇÃO** | 32 |
| **DESCRIÇÃO** | O Espaço conhecido como “Vasco Barioni” é um amplo terreno no início da Estrada do Vinho, próximo ao Largo do Taboão onde não há, atualmente, nenhuma atividade exercida. É uma área pública e bem localizada, propensa para a instalação de grandes eventos como shows, feiras e apresentações. | | |
| **OBJETIVOS** | Construir estrutura que abrigue um local para apresentação de grandes eventos. | | |
| **VALOR** | R$ 500.692,00 (quinhentos mil e seiscentos e noventa e dois reais) | | |
| **PRAZOS** | **2**4 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2019 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 44 - Projeto 33

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REESTRUTURAÇÃO** **DO RECANTO DAS CASCATA** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 19 | **AÇÃO** | 33 |
| **DESCRIÇÃO** | Localizado na Rod. Raposo Tavares, KM 60,5 O local é cercado de remanescentes da Mata Atlântica, o Recanto da Cascata - São Roque abriga um jardim de flores naturais e uma cascata formada pelas águas do ribeirão Carambeí, que por ter pedras muito lisas, é imprópria para banho. Em meio às trilhas, o lugar também abriga em seu território um centro de exposições, onde é feito todo ano a Expo São Roque e a exposição de orquídeas da cidade. A área livre é aberta para visitação, sem limitação de espaço, com entrada gratuita. O espaço das trilhas é mal conservado, necessitando de manutenção no passeio e pontes. | | |
| **OBJETIVOS** | Reformar o local visando promover melhoria em alguns ambientes. | | |
| **VALOR** | R$ 952.536,00 (novecentos e cinquenta e dois mil e quinhentos e trinta e seis reais) | | |
| **PRAZOS** | 24 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 2º Semestre de 2019 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 45 - Projeto 34

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REFORMA DO GINÁSIO DE ESPORTES** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 20 | **AÇÃO** | 34 |
| **DESCRIÇÃO** | O Ginásio de Artes e Artesanato como é denominado, compõe o complexo do Recanto da Cascata e tem uma ampla estrutura para a prática de diversos esportes. Atualmente está em desuso pois está ocupado por terceiros. Por ser uma importante estrutura carece de atenção quanto a manutenção e as atividades nele exercidas. A falta de promoção da prática de esportes por parte da prefeitura, desestimula seu uso e consequentemente colabora com seu abandono. | | |
| **OBJETIVOS** | Reativar o Ginásio hoje em desuso, e promover seu uso extensivo para atrações esportivas. | | |
| **VALOR** | R$ 1.587.560,00 (um milhão e quinhentos e oitenta e sete mil e quinhentos e sessenta reais) | | |
| **PRAZOS** | 24 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 46 - Projeto 35

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REFORMA DO ESTÁDIO MUNICIPAL** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 21 | **AÇÃO** | 35 |
| **DESCRIÇÃO** | O Estádio Municipal Quintino de Lima está localizado na Av. Antônio Maria Picena, 124. E também complexo do Recanto da Cascata. Tem capacidade para 3.000 pessoas e atualmente encontra-se em estado de conservação razoável. Possui graves problemas estruturais com vazamentos nos vestiários e sanitários. A arquibancada não tem cobertura, precisa de reparos nos gradis e na pintura em geral. | | |
| **OBJETIVOS** | Construir cobertura para a arquibancada, reformar os vestiários, edifícios administrativos e campo. | | |
| **VALOR** | R$ 2.332.492,00 (dois milhões e trezentos e trinta e dois mil e quatrocentos e noventa e dois reais) | | |
| **PRAZOS** | 24 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 47 - Projeto 36

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: CASA DO ARTESÃO** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 22 | **AÇÃO** | 36 |
| **DESCRIÇÃO** | A Casa do Artesão de São Roque está localizada na Praça da República e possui um espaço restrito a exposição de algumas peças. A atividade é de grande valia para a população, pois regularmente ocorre na Praça da República a Feira de Artesanato. A proposta é aumentar o espaço, para que seja possível a realização de reuniões, palestras e aulas, visando o estimulo da atividade na região. | | |
| **OBJETIVOS** | Reforma, ampliação e adequação a acessibilidade. Visando valorizar a atividade com a proposta de inserir uma estrutura para atividades como oficinas e aulas. | | |
| **VALOR** | R$ 219.816,00 (duzentos e dezenove mil e oitocentos e dezesseis reais) | | |
| **PRAZOS** | 12 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 48 - Projeto 37

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REFORMA RODOVIÁRIA** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 23 | **AÇÃO** | 37 |
| **DESCRIÇÃO** | A Rodoviária de São Roque está localizada na Av. Araçai, 01. É um portal de entrada de quem chega de municípios próximos e São Paulo de Ônibus coletivo. No local está instalado o Terminal de Ônibus Municipal e o Terminal de Ônibus Intermunicipal. Devido sua importância tem um intenso fluxo de passageiros indo e vindo e melhor infraestrutura para espera, sanitários, sinalização, informação, e cobertura. | | |
| **OBJETIVOS** | Reforma do Terminal Rodoviário visando promover maior conforto e segurança aos usuários. Adequar à acessibilidade e a sinalização. | | |
| **VALOR** | R$ 635.024,00 (seiscentos e trinta e cinco mil e vinte e quatro reais) | | |
| **PRAZOS** | 18 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 49 - Projeto 38

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: REURBANIZAÇÃO DA AV. ZITO GARCIA** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 24 | **AÇÃO** | 38 |
| **DESCRIÇÃO** | Importante via de passagem de São Roque a Av. Zito Garcia tem potencial paisagístico para implantação de um passeio paisagístico. Com um parque linear de referência indicativa. A proposta é arborizar e inserir mobiliário de descanso e contemplação ao longo da via. | | |
| **OBJETIVOS** | Qualificar o passeio urbano que segue o trecho da Av. Zito Garcia. | | |
| **VALOR** | R$ 195.392,00 (cento e noventa e cinco mil e trezentos e noventa e dois reais) | | |
| **PRAZOS** | 06 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 2º Semestre de 2022 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 50 - Projeto 39

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: PAVIMENTAÇÃO DA ESTRADA DA FONTE** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 25 | **AÇÃO** | 39 |
| **DESCRIÇÃO** | Situada na Vila Darcy Penteado e com cerca de 6km de extensão a estrada vicinal possui irregularidades de carece de pavimentação. | | |
| **OBJETIVOS** | Pavimentar a extensão da Estrada da Fonte. | | |
| **VALOR** | R$ 241.797,60 (duzentos e quarenta e um mil e setecentos e noventa e sete reais e sessenta centavos) | | |
| **PRAZOS** | 12 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2020 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 51 - Projeto 40

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: PAVIMENTAÇÃO DA ESTRADA DA AERONÁUTICA** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 26 | **AÇÃO** | 40 |
| **DESCRIÇÃO** | A Estrada da Aeronáutica tem distribui muito o fluxo de turistas aos finais de semana, apesar de pavimentada necessita de revisão devido a muitas irregularidades. | | |
| **OBJETIVOS** | Recapear a Estrada da Aeronáutica | | |
| **VALOR** | R$ 101.359,60 (cento e um mil e trezentos e cinquenta e nove reais e sessenta centavos) | | |
| **PRAZOS** | 06 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 52 - Projeto 41

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: PAVIMENTAÇÃO DA ESTRADA TAIPAS DE PEDRA** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 27 | **AÇÃO** | 41 |
| **DESCRIÇÃO** | A Estrada vicinal Taipas de Pedra tem cerca de 7km de extensão e segue em direção ao Bairro de São João, é uma importante rota quando o tráfego no Roteiro do Vinho está intenso, pois distribui a circulação. | | |
| **OBJETIVOS** | Pavimentação da Estrada Taipas de Pedra | | |
| **VALOR** | R$ 282.097,20 (duzentos e oitenta e dois mil e noventa e sete reais e vinte centavos) | | |
| **PRAZOS** | 12 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 53 - Projeto 42

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: PAVIMENTAÇÃO DA ESTRADA DA ANGOLANA** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 28 | **AÇÃO** | 42 |
| **DESCRIÇÃO** | A Estrada Angolana direciona a um dos mais consolidados atrativos turísticos de São Roque. É utilizada extensivamente também durante a semana por ônibus de excursão. Apresenta irregularidades no percurso de aproximadamente 10km. | | |
| **OBJETIVOS** | Pavimentação da Estrada Angolana. | | |
| **VALOR** | R$ 604.494,00 (seiscentos e quatro mil e quatrocentos e noventa e quatro reais) | | |
| **PRAZOS** | 24 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 54 - Projeto 43

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO: PAVIMENTAÇÃO DA ESTRADA MUNICIPAL MARIO DE ANDRADE** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 29 | **AÇÃO** | 43 |
| **DESCRIÇÃO** | A Estrada Municipal Mario de Andrade é uma importante via da área rural de São Roque principalmente para os moradores da região. Com aproximadamente 12 km, além de distribuir o fluxo para muitos atrativos do Roteiro Tachaguara é via de linhas de ônibus municipais. | | |
| **OBJETIVOS** | Pavimentação da Estrada Mario de Andrade | | |
| **VALOR** | R$ 483.595,20 (quatrocentos e oitenta e três mil e quinhentos e noventa e cinco reais e vinte centavos) | | |
| **PRAZOS** | 24 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 55 - Projeto 44

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO:** **PIT RAPOSO TAVARES** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 30 | **AÇÃO** | 44 |
| **DESCRIÇÃO** | O Posto de Informações Turísticas da Raposo Tavares vem de encontro com a demanda do fluxo de turistas que chegam à São Roque advindos da Região de Sorocaba, Alumínio, Mairinque. Essa rota é um fluxo importante para os visitantes pendulares. | | |
| **OBJETIVOS** | Reformar o edifício onde se alocava o administrativo da balança de caminhões próximo ao pedágio. Balança não está em funcionamento e o edifício sem utilização. | | |
| **VALOR** | R$ 85.484,00 (oitenta e cinco mil e quatrocentos e oitenta e quatro reais) | | |
| **PRAZOS** | 06 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2021 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 56 - Projeto 45

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO:** **PORTAL RAPOSO TAVARES** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 31 | **AÇÃO** | 45 |
| **DESCRIÇÃO** | Apesar de possuir diversas entradas São Roque só tem um Portal de Recepção, localizado na Rodovia Livio Tagliassachi. A Rodovia Raposo Tavares é um importante eixo que cruza a porção sul do município, portanto a instalação de um portal nesta via seria de grande destaque e importância para quem chega à São Roque via Rodovia Raposo Tavares. | | |
| **OBJETIVOS** | Construção de um Portal receptivo turístico na Rodovia Raposo Tavares. | | |
| **VALOR** | R$ 103.802,00 (cento e três mil e oitocentos e dois reais) | | |
| **PRAZOS** | 12 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 2º Semestre de 2019 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 57 - Projeto 46

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO:** **PIT CATARINA** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 32 | **AÇÃO** | 46 |
| **DESCRIÇÃO** | O Catarina Fashion Outlet está localizado na Rodovia Castelo Branco, km 60 e é um centro comercial de grande atratividade para a região de São Roque aos finais de semana. Entretanto seus visitantes desvinculam o passeio da cidade. A proposta é trazer o visitante do local para dentro de São Roque, para conhecer sua estrutura turística e estender o passeio aos demais atrativos oferecidos. | | |
| **OBJETIVOS** | Instalar um Posto de Informações Turística no Catarina Fashion Outlet | | |
| **VALOR** | R$ 73.272,00 (setenta e três mil e duzentos e setenta e dois reais) | | |
| **PRAZOS** | 06 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 1º Semestre de 2018 |

Fonte: Urbatec, 2017

Tabela 58 - Projeto 47

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROJETO:** **PIT RODOVIÁRIA** | | | |
| **PROGRAMA** | **PROGRAMA 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB** | | |
| **CODIGO** | ISF – 33 | **AÇÃO** | 47 |
| **DESCRIÇÃO** | Não há um Posto de Informações Turística na Rodoviária de São Roque. O fomento do turismo deve acolher todos os meios possíveis que o turista chega ao município, portanto é muito importante um PIT na Rodoviária que possa dar esse suporte para quem chega ao município de ônibus coletivo. | | |
| **OBJETIVOS** | Dotar a Rodoviária de estrutura capacitada para receber e informar o turista. | | |
| **VALOR** | R$ 79.011,64 (setenta e nove mil e onze reais e sessenta e quatro centavos) | | |
| **PRAZOS** | 06 meses | **PERÍODO ESTRATÉGICO** | 2º Semestre de 2022 |

Fonte: Urbatec, 2017

## RESUMO EXECUTIVO DOS PROJETOS

Tabela 59 - Panorama Geral dos Projetos

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **RESUMO EXECUTIVO - PROJETOS** | | | | | | |
| **CÓD** | **AÇÃO** | **PROJETO** | **PRAZOS** | **ANO** | **ORÇAMENTO** |
| EMCI - 01 | 01 | Criação do site institucional do turismo | 3 meses | 2018 | R$ 20.479,00 |
| EMCI - 02 | 02 | Criação das páginas nas redes sociais. | 3 meses | 2018 | R$ 11.830,00 |
| EMCI - 03 | 03 | Criação de arte gráfica para pasta institucional de são roque. | 3 meses | 2018 | R$ 3.099,00 |
| EMCI – 04 | 04 | Criação de um aplicativo turístico (guia) para São Roque | 2 meses | 2019 | R$ 11.200,00 |
| C – 01 | 05 | Participação em eventos integrados do estado de são paulo | 5 dias | 2018 | R$ 30.000,00 |
| C – 02 | 06 | Participação em eventos integrados de promoção WTM | 5 dias | 2019 | R$ 15.000,00 |
| C – 03 | 07 | Participação em eventos integrados nacional – BRAZTOA | 5 dias | 2019 | R$ 30.000,00 |
| C – 04 | 08 | Participação em eventos integrados nacional – salão de turismo | 5 dias | 2020 | R$ 30.000,00 |
| C – 05 | 09 | Participação em eventos integrados nacional – ABAV | 5 dias | 2021 | R$ 30.000,00 |
| C – 06 | 10 | Participação em eventos integrados nacional – Workshop da CVC | 5 dias | 2021 | R$ 30.000,00 |
| FI - 01 | 11 | Manutenção no site e nas páginas das redes sociais. | 36 meses | 2020 | R$ 72.000,00 |
| FI - 02 | 12 | Confecção de vídeo institucional apresentando o município no segmento turístico. | 1 mês | 2018 | R$ 19.980,00 |
| FI – 03 | 13 | Confecção de 5.000 pastas personalizadas do turismo de são roque. | 1 mês | 2019 | R$ 3.790,00 |
| FI – 04 | 14 | Impressão regular de material promocional de são roque (20.000 mapas turísticos e 40.000 folders institucionais) | 1 mês | 2018 | R$ 42.674,00 |
| ISF - 01 | 15 | Revitalização Estação Ferroviária de São Roque | 48 meses | 2018 | R$ 586.176,00 |
| ISF - 02 | 16 | Revitalização da Estação Ferroviária de Mailasqui | 6 meses | 2022 | R$ 378.572,00 |
| ISF - 03 | 17 | Revitalização da Estação Ferroviária do Canguera | 48 meses | 2018 | R$ 3.175.120,00 |
| ISF - 04 | 18 | Requalificação do Morro do Cruzeiro | 6 meses | 2018 | R$ 452.698,84 |
| ISF - 05 | 19 | Parque da Pedreira | 36 meses | 2019 | R$ 1.953.920,00 |
| ISF - 06 | 20 | Reforma Museu Dom Ernesto de Paula | 12 meses | 2018 | R$ 268.664,00 |
| ISF - 07 | 21 | Construção do Museu do Vinho | 48 meses | 2018 | R$ 3.907.840,00 |
| ISF - 08 | 22 | Revitalização Casa Grande do Carmo | 48 meses | 2019 | R$ 990.332,14 |
| ISF - 09 | 23 | Revitalização Mata da Camara | 12 meses | 2018 | R$ 280.876,00 |
| ISF - 10 | 24 | Infraestrutura do Morro do Saboó | 12 meses | 2022 | R$ 415.208,00 |
| ISF - 11 | 25 | Restruturação do Centro Cultural Brasital | 36 meses | 2020 | R$ 9.586.420,00 |
| ISF - 12 | 26 | Reforma Praça Canguera | 24 meses | 2018 | R$ 252.788,40 |
| ISF - 13 | 27 | Reforma da Praça da República | 12 meses | 2021 | R$ 427.420,00 |
| ISF - 14 | 28 | Reforma da Praça da Matriz | 12 meses | 2021 | R$ 323.618,00 |
| ISF - 15 | 29 | Reforma do Largo dos Mendes | 12 meses | 2022 | R$ 461.613,60 |
| ISF - 16 | 30 | Reestruturação do Largo do Taboão | 6 meses | 2022 | R$ 348.042,00 |
| ISF - 17 | 31 | Parque Linear - Centro | 48 meses | 2018 | R$ 1.953.920,00 |
| ISF - 18 | 32 | Reestruturação do Espaço Vasco Barioni | 24 meses | 2019 | R$ 500.692,00 |
| ISF - 19 | 33 | Reestruturação do Recanto das Cascata | 24 meses | 2019 | R$ 952.536,00 |
| ISF - 20 | 34 | Reforma do Ginásio de Esportes | 24 meses | 2018 | R$ 1.587.560,00 |
| ISF - 21 | 35 | Reforma do Estádio Municipal | 24 meses | 2018 | R$ 2.332.492,00 |
| ISF - 22 | 36 | Casa do Artesão | 12 meses | 2018 | R$ 219.816,00 |
| ISF - 23 | 37 | Reforma Rodoviária | 18 meses | 2018 | R$ 635.024,00 |
| ISF - 24 | 38 | Reurbanização da Av. Zito Garcia | 6 meses | 2022 | R$ 195.392,00 |
| ISF - 25 | 39 | Pavimentação da Estrada da Fonte | 12 meses | 2020 | R$ 241.797,60 |
| ISF - 26 | 40 | Pavimentação da Estrada da Aeronáutica | 6 meses | 2018 | R$ 101.359,60 |
| ISF - 27 | 41 | Pavimentação da Estrada Taipas de Pedra | 12 meses | 2018 | R$ 282.097,20 |
| ISF - 28 | 42 | Pavimentação da Estrada da Angolana | 24 meses | 2018 | R$ 604.494,00 |
| ISF - 29 | 43 | Pavimentação da Estrada Municipal Mario de Andrade | 24 meses | 2018 | R$ 483.595,20 |
| ISF - 30 | 44 | PIT Raposo Tavares | 6 meses | 2021 | R$ 85.484,00 |
| ISF - 31 | 45 | Portal Raposo Tavares | 12 meses | 2019 | R$ 103.802,00 |
| ISF - 32 | 46 | PIT Catarina | 6 meses | 2018 | R$ 73.272,00 |
| ISF - 33 | 47 | PIT Rodoviária | 6 meses | 2022 | R$ 79.011,64 |
| **TOTAL** | | | | | **R$ 34.591.706,22** |

Fonte: URBATEC, 2017

# FONTES DE RECURSOS

Parcela significativa dos gastos com infra-estrutura básica costuma ser financiada por recursos públicos. Em vários países em desenvolvimento, a infraestrutura turística depende também do financiamento público, especialmente quando se trata do crédito de longo prazo. Nesses países, o sistema bancário privado costuma fornecer recursos para o capital circulante. No caso brasileiro, a discussão apresentada nesse item mostra não só a diversidade e complexidade de fundos e programas implementados, em especial, pelo governo federal, como a grande importância desses recursos para o financiamento de empreendimentos de toda a cadeia do setor turismo.

O Ministério do Turismo, por meio da interlocução com as instituições financeiras federais, entidades representativas das empresas da cadeia produtiva do turismo e órgãos públicos, busca criar condições favoráveis aos investimentos no setor de turismo.

Os recursos necessários para o desenvolvimento do setor são disponibilizados pelos cinco bancos oficiais – BNDES, Banco do Brasil, Banco da Amazônia, Banco do Nordeste e Caixa Econômica Federal – e pelo próprio Ministério do Turismo por meio do Fundo Geral de Turismo – FUNGETUR, com a intermediação de seu agente financeiro oficial.

Diversas são as linhas de crédito desenvolvidas para financiar a implantação, ampliação, modernização e reforma de empreendimentos do setor turístico, a aquisição de veículos automotores e de máquinas e equipamentos, além de outros itens necessários à viabilidade do negócio, como capital de giro associado ao investimento fixo.

As linhas de crédito contemplam todas as atividades econômicas do setor de turismo e têm características competitivas para promover o desenvolvimento do setor, como baixas taxas de juros reais, prazos mais longos, adequados ao período de investimento, e garantias evolutivas.

## FUNGETUR

O FUNGETUR (Fundo Geral de Turismo) consiste em um mecanismo de crédito essencial ao fomento do turismo como negócio e estratégia para o desenvolvimento social e econômico – geração de emprego e renda, inclusão social e melhoria da qualidade de vida.

Criado pelo Decreto-Lei nº 1.191, de 27 de outubro de 1971, o FUNGETUR é um fundo especial, diretamente vinculado ao turismo, que objetiva a concessão de crédito para implantação, melhoria, conservação e manutenção de empreendimentos turísticos.

Ao longo de sua existência, o FUNGETUR foi o responsável pelo financiamento de boa parte da atual infraestrutura turística existente no País. O Ministério do Turismo, sob a coordenação e supervisão da Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo, buscou consolidar, no exercício de 2006, os processos de reestruturação institucional e organizacional do FUNGETUR, visando a retomada das atividades de operação de crédito suspensas desde o ano 2000.

A edição da Portaria nº 32, de 22 de maio de 2006, que aprova as condições de operacionalização do FUNGETUR e dá outras providências, representa o marco legal que imprime regras claras e objetivas de operação e funcionamento do fundo. A retomada dos financiamentos tornou-se a opção consistente e razoável na busca do revigoramento do fundo.

Num esforço contínuo de aprimoramento das condições de financiamento, o Ministério do Turismo estabeleceu parceria com a Caixa Econômica Federal com o intuito de viabilizar créditos a custos compatíveis com a realidade do setor.

Dessa parceria, o MTur e a CEF celebraram contrato para propiciar a aplicação de recursos próprios do FUNGETUR, com o objetivo de ofertar financiamento de longo prazo ao setor de turismo, principalmente, fomentando obras para modernização, reforma e ampliação de empreendimentos; aquisição de máquinas e equipamentos novos.

O FUNGETUR é uma linha de crédito com recursos do Fundo Geral do Turismo - FUNGETUR, que visa à ampliação, modernização e reforma de empreendimentos turísticos.

É destinado a empresa de qualquer porte, com faturamentos há mais de 36 meses consecutivos e que atuem no setor de turismo (hotéis, pousadas, outros meios de hospedagem de turismo, centros de convenção, parques temáticos e outros locais destinados a feiras, exposições e assemelhados).

Valores, Prazos e Demais Condições Operacionais

Prazos:

Carência: no mínimo 90 dias e no máximo 60 meses.

Financiamento: até 240 meses.

Os prazos de carência e o de amortização são definidos na análise de viabilidade do projeto, levando-se em conta os retornos prospectivos esperados, bem como o respeito aos prazos máximos atribuídos para o produto. Os selos de sustentabilidade ajudam a definir qual o prazo a ser concedido, geralmente o Projeto é apresentado considerando 120 meses como prazo total e 24 meses de carência, após a conclusão das obras e a obtenção dos selos, a empresa requere a extensão dos prazos totais e de carência até o limite concedido.

Valor em R$ Mínimo: R$ 400.000,00 a Máximo: R$ 10.000.000,00 por grupo econômico.

A CAIXA financia até 80% do valor do investimento fixo total do projeto, para isso é observado à capacidade de pagamento do cliente, definida pela análise cadastral. Em relação a composição dos 20% restantes de investimento da empresa, pode ser considerado o custo do terreno e outros investimentos associados.

Encargos:

Taxa de juros:

6,9% a.a. para contratos com prazo de até 12 anos;

7,9% a.a. para contratos com prazo acima de 12 anos.

## PRODETUR

Os Programas Regionais de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR) buscam organizar as intervenções públicas para o desenvolvimento da atividade turística, através de prévios processos de planejamento das regiões turísticas. A partir do planejamento das áreas turísticas prioritárias são propostas intervenções públicas a serem implantadas de forma que o turismo venha a constituir uma verdadeira alternativa econômica geradora de emprego e renda principalmente para a população local.

Os investimentos do Programa são operacionalizados pelo Ministério do Turismo (MTur), que orienta tecnicamente as propostas estaduais e municipais; em parceria com organismos multilaterais, em especial o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e com a Corporação Andina de Fomento que atuam como financiadores internacionais. O Programa inclui ações nos âmbitos regional, estadual e municipal. A atuação pode ser acompanhada pelo site da Secretaria de Assuntos Internacionais (SEAIN), do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.

## DADETUR

Organizada pelo governador Geraldo Alckmin em primeiro de janeiro de 2011, por intermédio do decreto 56.638, a Secretaria de Turismo dispõe em sua estrutura básica do Departamento de Apoio ao Desenvolvimento dos Municípios Turísticos – DADETUR, que, atualmente congrega 70 municípios denominados estâncias turísticas. Foi criado pela Lei nº 6.470, em junho de 1989 para, entre outras atribuições, transferir recursos diretos para a execução de obras e programas ligados ao desenvolvimento do turismo nas cidades reconhecidas como estâncias.

Os recursos dos convênios que essas cidades celebram com o DADETUR provêm do Fundo de Melhoria das Estâncias, que é mencionado no artigo 146 da Constituição do Estado de São Paulo e funciona de acordo com a lei 7.862/1992.

A receita que o Fundo disponibiliza para os municípios é composta pela somatória dos Impostos Municipais de todas as estâncias por meio da apresentação de seu DREMU (Declaração de Receita Tributária Própria Municipal). Há também uma dotação oriunda do Governo do Estado no próprio Plano Plurianual. O orçamento que é disponibilizado para cada cidade, anualmente, também varia de acordo com a participação do próprio município na composição do Fundo de Melhoria das Estâncias.

A verba do DADETUR é um recurso que está disponível para cada estância no orçamento do Estado todos os anos. E, para recebê-lo, a Prefeitura deve determinar quais serão os objetos dos convênios a serem celebrados, ou seja, aonde a verba será aplicada.

Esses objetos são apresentados primeiramente ao Conselho Municipal de Turismo e, após aprovação, seguem ao Conselho de Orientação e Controle do Fundo de Melhoria das Estâncias, por meio de planos de trabalho. Quando o Conselho aprova os objetos, a Prefeitura desenvolve um projeto para cada um deles, explicando detalhadamente como será utilizada a verba que receber do DADETUR. O departamento então analisa tecnicamente cada projeto e os aprova quando estiverem de acordo com as normas. Depois da aprovação dos projetos, os convênios entre município e DADETUR, são assinados, pelo prefeito e pelo secretário de Turismo do Estado. A partir daí, os recursos começam a ser liberados.

Conforme estabelece o Decreto nº 36.856/1993, o Conselho de Orientação e Controle do Fundo de Melhoria das Estâncias tem a função de planejar, supervisionar e controlar a distribuição dos recursos financeiros do Fundo de Melhoria das Estâncias.

### LEI Nº 16.283, DE 15 DE JULHO DE 2016

Dispõe sobre o Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos e dá providências correlatas

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SÃO PAULO:

Faço saber que a Assembleia Legislativa decreta e eu promulgo a seguinte lei:

Artigo 1º - O Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos, de que tratam os §§ 2º, 3º e 4º do artigo 146 da Constituição do Estado, destina-se ao desenvolvimento de programas de melhoria e preservação ambiental, urbanização, serviços e equipamentos turísticos.

Parágrafo único - O Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos - FUMTUR vincula-se ao Departamento de Apoio ao Desenvolvimento das Estâncias, que passa a ser denominado Departamento de Apoio ao Desenvolvimento dos Municípios Turísticos - DADETUR, subordinado à Secretaria de Turismo, à qual incumbe prestar-lhe suporte técnico e administrativo.

Artigo 2º - Constituem receitas do Fundo:

I - dotação orçamentária anual correspondente a 11% (onze por cento) da totalidade da arrecadação dos impostos municipais das Estâncias no exercício imediatamente anterior, limitada ao valor inicial da última dotação atualizado pela variação anual nominal das receitas dos impostos estaduais estimada na subsequente proposta orçamentária;

II - créditos adicionais e suplementares que lhe sejam destinados;

III - auxílios, doações e contribuições de qualquer natureza;

IV - transferência de recursos, mediante convênios ou ajustes com entidades de direito público ou organismos privados nacionais e internacionais;

V - produto das operações de crédito e rendas provenientes da aplicação de seus recursos;

VI - outros recursos eventuais.

Artigo 3º - A utilização dos recursos do Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos será feita de conformidade com as normas e competências dos sistemas de administração financeira e orçamentária do Estado.

Parágrafo único - Vetado.

Artigo 4º - A aplicação dos recursos financeiros do FUMTUR dependerá de aprovação do Conselho de Orientação e Controle - COC, ao qual incumbem as atividades de planejamento, supervisão e controle da distribuição e utilização dos recursos financeiros do Fundo.

§ 1º - O COC será composto por 9 (nove) membros efetivos, nomeados pelo Governador, na seguinte conformidade:

1 - 1 (um) de sua livre escolha;

2 - 1 (um) indicado pela Secretaria de Planejamento e Gestão;

3 - 1 (um) indicado pela Secretaria da Fazenda;

4 - 1 (um) indicado pela Secretaria de Turismo;

5 - 2 (dois) indicados pelo Conselho Estadual de Turismo;

6 - 3 (três) indicados pela entidade representativa dos Municípios Turísticos, sendo 2 (dois) Prefeitos de Estâncias e 1 (um) Prefeito de Município de Interesse Turístico, por meio de lista sêxtupla.

§ 2º - Os membros do COC serão nomeados para o período de 2 (dois) anos, permitida a recondução, podendo ser substituídos a qualquer tempo.

§ 3º - As funções dos membros do COC, consideradas como serviço público relevante, não serão remuneradas.

§ 4º - O funcionamento e as demais normas de administração do COC serão fixados em regulamento.

Artigo 5º - Os recursos do FUMTUR destinam-se a, no máximo, 70 (setenta) Estâncias Turísticas e 140 (cento e quarenta) Municípios de Interesse Turístico, que atendam às condições estabelecidas em lei complementar, observados os seguintes critérios:

I - 80% (oitenta por cento) destinados às Estâncias, sendo:

a) 50% (cinquenta por cento) distribuídos de forma igualitária entre todas as Estâncias;

b) 50% (cinquenta por cento) distribuídos proporcionalmente, segundo o percentual de formação da receita proveniente da arrecadação dos impostos municipais das Estâncias;

II - 20% (vinte por cento) destinados aos Municípios de Interesse Turístico na proporção de 1/140 (um cento e quarenta avos) para cada Município.

Parágrafo único - As despesas referentes ao apoio e acompanhamento técnico e contábil dos convênios, inclusive com vistorias técnicas, elaboração de relatórios de medição e prestação de contas, não podem ser superiores a 4% (quatro por cento) da receita anual do FUMTUR.

Artigo 6º - Os pleitos dos Municípios Turísticos deverão ser submetidos à aprovação do COC, devidamente instruídos com a manifestação dos respectivos Conselhos Municipais de Turismo, conforme regulamento.

Artigo 7º - A transferência dos recursos será formalizada mediante convênios específicos, celebrados entre o Estado e os Municípios Turísticos.

Parágrafo único - A transferência de novos recursos aos Municípios Turísticos fica condicionada à prestação de contas dos recursos recebidos e à comprovação das obrigações assumidas.

Artigo 8º - 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.

Artigo 9º - O Programa Anual de Trabalho do Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos - PAT-FUMTUR, abrangendo plano de transferências e de aplicação de recursos financeiros, será submetido pelo COC, por meio da Secretaria de Turismo, à aprovação do Governador.

Parágrafo único - O PAT-FUMTUR deverá considerar as diretrizes dos Planos de Turismo Estadual, Regionais e Municipais, quando houver.

Artigo 10 - Fica o Poder Executivo autorizado a promover, a partir de 1º de janeiro de 2017, o remanejamento dos saldos orçamentários disponíveis no Fundo de Melhoria das Estâncias para o FUMTUR, para atender aos compromissos decorrentes dos convênios celebrados com as Estâncias Turísticas antes da vigência desta lei.

Artigo 11 - Fica revogada a Lei nº 7.862, de 1º de junho de 1992, com suas modificações posteriores.

Artigo 12 - Esta lei entra em vigor no primeiro dia do exercício financeiro subsequente ao da data de sua publicação.

Palácio dos Bandeirantes, 15 de julho de 2016.

GERALDO ALCKMIN

Romildo de Pinho Campello

Secretário Adjunto, respondendo pelo expediente da Secretaria de Turismo

Marcos Antonio Monteiro

Secretário de Planejamento e Gestão

Renato Augusto Zagallo Villela dos Santos

Secretário da Fazenda

Samuel Moreira da Silva Junior

Secretário-Chefe da Casa Civil

Publicada na Assessoria Técnica da Casa Civil, aos 15 de julho de 2016.

## DESENVOLVE SP - AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO PAULISTA

A Desenvolve SP – Agência de Desenvolvimento Paulista é uma instituição financeira do governo do Estado de São Paulo que promove, desde 2009, o desenvolvimento sustentável do Estado por meio de operações de crédito consciente e de longo prazo para as pequenas e médias empresas paulistas.

A Agência disponibiliza em seu site o simulador de financiamentos, pelo qual são calculados os valores das prestações através de informações referentes a categoria e linha de financiamento, valor, prazo e carência que melhor atende sua necessidade, para seu negócio crescer ainda mais.

* **Linha de Crédito: Linha Iluminação Pública**

Objetivo: financiar projetos que contemplem a implantação, ampliação ou adequação do sistema de iluminação pública dos municípios.

Beneficiários: administração municipal direta, as autarquias e fundações instituídas ou mantidas, direta ou indiretamente, pelos municípios.

Garantias: cotas do ICMS e/ou do FPM.

Poderão ser financiados projetos e itens visando à melhoria do sistema de iluminação pública, compreendendo:

a) Equipamentos:

Conjuntos Luminotécnicos, incluindo material sobressalente para os primeiros 6 meses de atividade: luminária, lâmpada, soquete, suporte para fixação, braço, reator, relé fotoelétrico, chave de comando e conexão elétrica. Não serão financiadas lâmpadas de vapor de mercúrio.

Rede exclusiva de IP: postes, condutores, transformadores e acessórios.

b) Call Center:

Equipamentos e/ou Estrutura: URA, rádio/comunicador, telefones, microcomputador e impressora.

c) Gestão da Iluminação:

Equipamentos: software, microcomputadores e impressora.

d) Atendimento:

Veículo de carga e correspondente adaptação com equipamento para execução dos serviços de manutenção da IP e rádio/comunicador;

EPI – Equipamento de Proteção Individual: capacete, óculos, uniforme, luva de raspa, luva de borracha, luva de pelica, manga isolada, cinto de segurança e bota isolada;

EPC – Equipamento de Proteção Coletiva: fita, cones, calço para veículo, bandeirola e sinalização.

e) Capacitação/treinamento específicos para as equipes abaixo, desde que acompanhados de, pelo menos, um dos itens financiados listados de “a” a “d”:

Equipe de técnicos eletricistas;

Equipe administrativa.

f) Projetos a serem realizados pelo município, desde que acompanhados de, pelo menos, um dos itens financiados listados de “a” a “d”:

Levantamento e verificação do cadastro dos ativos de iluminação;

Inventário de arborização interna.

Os projetos serão enviados à Secretaria de Energia do Estado de São Paulo para avaliação. Em paralelo a documentação será enviada à Secretaria do Tesouro Nacional, porém o financiamento somente ocorrerá após a aprovação de ambas as Secretarias e nas alçadas competentes da Desenvolve SP.

Apresentação de projetos: Os beneficiários deverão apresentar Carta Consulta, conforme modelo em vigor, para análise da Desenvolve SP, devendo constar, no mínimo, informações financeiras sobre o município e suas contas, e informações relativas ao projeto a ser implantado.

Condições de financiamento

Taxa de Juros: 9,5% ao ano

Prazo: 72 meses

Carência: 12 meses

Limites dos itens financiáveis: até 100% do valor do projeto.

Participação até 100% do valor dos itens financiáveis.

## FINANCIAMENTO PRIVADO: MECANISMOS E INSTRUMENTOS

A discussão do padrão de financiamento do produto turístico passa pela percepção da grande heterogeneidade dos agentes do setor, no tocante ao segmento de atuação e, em especial, ao tamanho dos empreendimentos. Parcela importante desses agentes, pequenas e médias empresas, além dos mecanismos criados por fundos e programas públicos, como discutidos acima, só têm acesso a mecanismos tradicionais de financiamento como alternativas ao autofinanciamento, tais como os empréstimos bancários. Dessa forma, mostram-se bastante sensíveis ao contexto macroeconômico que, nos últimos anos, tem sido marcado por elevadas taxas de juros, encurtamento dos prazos de financiamento e, em grande parte do período, escassez da oferta de crédito.

As condições de financiamento muitas vezes mostram-se incompatíveis com as necessidades dos empreendimentos do segmento, muitas vezes marcados por lentos retornos e demanda sazonal, e sensíveis à conjuntura macroeconômica.

Os grandes empreendimentos, tais como a instalação de grandes hotéis, resorts e parques temáticos, têm acesso a mecanismos alternativos de financiamento, com estruturas mais adequadas tanto às necessidades, quanto aos prazos. Entre esses se destacam o acesso a recursos de investidores institucionais, em especial fundos de previdência.

Embora se observe que os grandes empreendimentos tenham acesso a mecanismos diferenciados de financiamento, acredita-se que, assim como os pequenos, em especial no tocante a recursos para investimentos, sejam fortemente dependentes de recursos que de alguma forma resultam de políticas públicas, pensando nesta com um raio de operação mais amplo, envolvendo não só fundos e programas governamentais ou recursos do BNDES, como também o uso dos fundos de previdência de empresas estatais, tais como Previ, Petros e Funcef.

### BNDES – PROGRAMA DE FINANCIAMENTO PARA O TURISMO

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) é uma empresa pública federal, com sede no Rio de Janeiro, e cujo principal objetivo é financiar de longo prazo a realização de investimentos em todos os segmentos da economia, de âmbito social, regional e ambiental. É uma entidade componente da administração pública indireta e atualmente vinculada ao Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, tendo como objetivo apoiar empreendimentos que contribuam para o desenvolvimento do Brasil. Desta ação resultam a melhoria da competitividade da economia brasileira e a elevação da qualidade de vida da sua população.

A partir de uma parceria com o Ministério do Turismo, da Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo e do Departamento de Financiamento e Promoção de Investimentos no Turismo partindo das premissas de financiamento do BNDES definiram alguns programas de financiamento.

* **BNDES Automático**

Financiamento, por intermédio de instituições financeiras credenciadas, para realização de investimentos de até R$ 10 milhões. Com a finalidade de obtenção de crédito de longo prazo para realização de projetos de investimentos para implantação, ampliação, recuperação e modernização de empreendimentos turísticos, incluindo obras civis, montagens e instalações e aquisição de equipamentos novos de fabricação nacional.

Teto Financiável: Até R$ 10 milhões.

Encargos Financeiros: Custo Financeiro (TJLP)2 , mais remuneração do BNDES, mais remuneração do banco credenciado (negociada com a empresa).

Prazos: Os prazos de carência e total são definidos pela instituição financeira credenciada em função da capacidade de pagamento do empreendimento.

Garantias: Reais e pessoais, negociadas entre a instituição financeira credenciada e o cliente.

Área de Atuação: Empreendimentos turísticos localizados em todo território nacional.

Bancos Operadores: Rede de instituições financeiras credenciadas, entre as quais o Banco do Brasil (www.bb.com.br), Banco da Amazônia (www.bancoamazonia.com.br), Banco do Nordeste (www.bnb.gov.br) e a Caixa Econômica Federal (www.cef.gov.br).

* **PROGER Turismo Investimento**

Financiamento a projetos do setor turístico que proporcionem geração ou manutenção de emprego e renda. Finalidade: Investimento fixo e investimento com capital de giro associado.

Público-Alvo: Micro e pequenas empresas, com faturamento bruto anual de até R$ 5 milhões, da cadeia produtiva do setor de turismo.

Teto Financiável: • Até R$ 300 mil para empresas com faturamento bruto anual de até R$ 3 milhões.

• Até R$ 400 mil para empresas com faturamento bruto anual entre R$ 3 milhões e R$ 5 milhões, já incluído capital de giro associado.

Encargos Financeiros: TJLP + 5,33% a.a.

Prazos: Conforme o objeto do financiamento, até 120 meses, incluídos até 30 meses de carência.

Garantias: Vinculação dos bens financiados, aval dos sócios e fundo de aval.

Área de Atuação: Todo território brasileiro.

Bancos Operadores: Banco do Brasil (www.bb.com.br); Caixa Econômica Federal (www.cef.gov.br); Banco da Amazônia (www.bancoamazonia.com.br)

Observação: As condições acima podem variar de acordo com o agente financeiro.

* **FINEM, Financiamento a Empreendimentos**

O FINEM, Financiamento a Empreendimentos, financia projetos de implantação, expansão e modernização. No que toca a empreendimentos do setor turismo, financiamentos iguais ou maiores do que R$ 3 milhões podem ser demandados diretamente do BNDES; se menores, devem ser realizados através de instituições financeiras credenciadas. O custo financeiro de tais operações é assim formado:

TJPL, acrescida de remuneração do BNDES (de até 3%), taxa de risco de crédito (até 1,8% para empreendimentos privados e 1% para Estados e Municípios), taxa de remuneração da instituição financeira, quando houver(até 4%), e taxa de remuneração financeira (0,8% a.a., sendo micro, pequenas e média empresas isentas). O prazo de pagamento está associado à capacidade de pagamento da empresa, e tal instrumento prevê ainda a possibilidade de financiamento de capital de giro associado.

# MODELO SUGESTIVO DE LEI DO PLANO DIRETOR DE TURISMO

**Lei Nº \_\_\_X\_\_\_\_, de \_(dia)\_ de \_\_(mês)\_\_ de \_\_(ano)\_\_\_\_\_\_**

"Institui o Plano de Desenvolvimento Turístico Integrado do Turísmo Sustentável de São Roque".

**\_\_ (Nome do Prefeito)**\_\_, Prefeito Municipal de **\_\_(Nome da Cidade)\_\_**, Estado de São Paulo, no uso de suas atribuições legais e de acordo com o item II, do Artigo 57, da Lei Orgânica do Município:

**FAZ SABER,** que a Câmara Municipal aprovou e ele sanciona e promulga a seguinte Lei:

**Art. 1º** O Plano de Desenvolvimento Turístico Integrado do Turísmo Sustentável de **São Roque** é um instrumento de planejamento capaz de orientar o desenvolvimento econômico, político e social sustentado do turismo no Município, visando à melhoria das condições de vida de sua população, com inclusão social e respeito ao meio ambiente.

**Art. 2º** O presente **Plano de Desenvolvimento Turístico Integrado do Turísmo Sustentável de São Roque** determina que a missão do município em relação à atividade turística será a de proporcionar experiências memoráveis integrando vocação artística, completa estrutura de lazer e serviços de qualidade para moradores e turistas, a partir de diversificada oferta turística e produtos turísticos competitivos, buscando consolidar-se como principal destino de visitação turística e produção artesanal do Brasil, diversificando as opções de lazer e entretenimento, principalmente em função da arte, cultura, gastronomia, e com respeito a todas as dimensões da sustentabilidade e a acessibilidade.

I – Promover o desenvolvimento da atividade turística respeitando os limites de uso dos recursos naturais e culturais;

II – Envolver a comunidade local no processo de desenvolvimento do turismo;

III – Fortalecer a cooperação, integração e informação entre a iniciativa privada, poder público e o terceiro setor no turismo;

IV – Promover, incentiva e ampliar o desenvolvimento de infraestrutura turística e de apoio ao turismo;

V – Estimular e promover a formação profissional no setor de turismo e hospitalidade;

VI – Promover a educação sobre o turismo;

VII – Fomentar a implantação, estruturação e diversificação da oferta turística;

VIII – Supervisionar e regular a oferta turística;

IX – Promover e fomentar o desenvolvimento de estudos e pesquisas de interesse turístico;

X – Promover o turismo do município;

XI – Buscar, através de ações integradas, a segurança e a qualidade dos serviços oferecidos aos visitantes na cidade;

XII – Estimular a criação de mecanismos de apoio ao turista.

**Art. 3º** - A política municipal e turismo, a ser exercida pelo Município, compreende todas as iniciativas ligadas à indústria do turismo, sejam originárias do setor privado ou público, isoladas ou coordenadas entre si, desde que reconhecido seu interesse para o desenvolvimento social, econômico e cultural do Município.

**Art. 4º –** **O Poder Executivo Municipal**, através do órgão criado por esta lei (qual órgão está sendo criado, não consta da lei) e do Departamento Municipal de Turismo (necessário verificar a existencia e o nome do departamento conforme estrutura administrativa) coordenará todos os programas oficiais com os da iniciativa privada, visando o estímulo as atividades turísticas no Município, na forma desta lei e das normas dela decorrentes.

**Art. 5º** - A implementação da política municipal de turismo, se dará por meio do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, órgão deliberativo, consultivo e de assessoramento na execução do PMTS através do Departamento Municipal de Turismo, responsável pela conjunção de esforços entre o Poder Público e a sociedade civil.

**Art. 6º** - O poder público municipal, no âmbito de suas competências, promoverá ações necessárias à adequação da infraestrutura básica e de apoio para o desenvolvimento sustentável do turismo no município, adotando as seguintes diretrizes:

I – Promoção e incentivo à implantação de infraestrutura urbana e de acesso ao município e nos atrativos naturais, culturais e históricos, de forma segura, confiável e de mínimo impacto;

II Implantação, ampliação e modernização da infraestrutura pública de atendimento ao turista;

III – Implantação permanente do sistema de Sinalização Turística no município, aos padrões recomendados pelas organizações oficiais nacionais e internacionais;

IV – Promoção de melhoria continua do sistema de transporte coletivo;

V – Valorização paisagística das áreas verdes e de lazer e das demais áreas públicas do município;

VI – Promover e estabelecer mecanismos para a revitalização e manutenção de áreas e imóveis do patrimônio histórico, com especial atenção ao Núcleo Histórico;

VII – Revisões periódicas a cada três anos, ou quando se fizer necessário, do Plano Municipal de Turismo Sustentável;

VIII – Definir, em conjunto com o Departamento Municipal de Turismo e Conselho Municipal de Turismo as ações de investimento públicos municipais em obras para a melhoria de infraestrutura turística;

IX – Estimular, através de ações integradas, a oferta de segurança ao turista;

X – Implantar sistema de divulgação e apoio ao turista, inclusive digital;

XI – Fomentar a implantação de infraestrutura de acessibilidade de acordo com o que estabelece Norma ABNT NBR9050.

**Art. 7º** - Para o desenvolvimento sustentável da atividade turística deverão ser implantados mecanismos de controle de qualidade e monitoramento da oferta turística mediante as seguintes ações:

I – Incentivo às empresas para buscarem certificações de qualidade e de classificação;

II – Manter cadastro permanente e atualizado dos prestadores de serviços turísticos;

III – Fomentar o cadastro das empresas turísticas e demais empresas autorizadas pelo Ministério do Turismo a fazer parte do CADASTUR;

IV – Implantar sistema de avaliação periódica sobre a qualidade dos serviços turísticos;

V – Estimular as ações de captação e promoção de eventos municipais, regionais e nacionais.

**Art. 8º** - As tomadas de decisões para o desenvolvimento turístico do município deverão estar sempre fundamentadas pelo Plano Municipal de Turismo Sustentável e em estudos e pesquisas promovidas e fomentadas pelo poder público municipal que tomará providências através do Departamento de Turismo com assessoria do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR. (necessário adequar, visto que o Poder Executivo Municipal não terá autonomia para a gestão do turismo).

**Art. 9º** - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, ficando revogadas as disposições em contrário.

Município de **\_\_\_\_\_\_, (dia) de (mês) de (ano).**

**O Prefeito Municipal:**

# REFERÊNCIAS

Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS. 2014. Disponível em: <http://indices-ilp.al.sp.gov.br/view/PTf/iprs/metodologia.PTf>. Acesso em: 08 abr. 2017.

Circuitos Turísticos. Disponível em: < http://www.turismo.sp.gov.br/regioes/circuitos-turisticos.html>. Acesso em: 04 mar 2017.

ANATEL. Consulta de Cadastro de Localidades. Disponível em: <http://sistemas.anatel.gov.br/areaarea/N\_ConsultaLocalidade/Tela.asp?Tob=con\_N ConLocalidades&SISQSmodulo=6906>. Acesso em: 02 fev. 2017.

ASSEMBLEIA Legislativa do Estado de São Paulo. Decreto n. 47.180. Disponível em: <http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/decreto/2002/decreto- 47180- 02.10.2002.html>. Acesso em: 08 de mar de 2017.

ASSEMBLEIA Legislativa do Estado de São Paulo. Lei Complementar n. 1.261. Disponível em: < http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei. complementar/2017/lei.compleme ntar-1261-29.04.2017.html>. Acesso em: 14 de maio 2017.

ASSEMBLEIA Legislativa do Estado de São Paulo. Lei n. 14809/2012. Disponível em: <http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei/2012/lei-14809- 25.06.2012.html>. Acesso em: 14 de maio 2017.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO. Projetos visam desenvolvimento da Região Bragantina: Microrregião e aglomeração urbana são pleiteadas para a região. 2011. Disponível em: <http://www.al.sp.gov.br/noticia/?id=296792>. Acesso em: 09 abr. 2017.

BARRETTO, M. Turismo e Legado Cultural. As possibilidades do planejamento. 6. ed. Campinas: Papirus, 2001.

BOULLÓN, R. C. Planejamento do espaço turístico. Tradução: Josely Vianna Baptista. Bauru/SP: Edusc, 2002.

BRASIL. Ministério do Turismo. 2014b. Turismo na Copa - Números da Copa. Brasília, 2014.

BRASIL. Ministério do Turismo. 2014c. Estudo da Demanda Turística Internacional durante a Copa do Mundo da FIFA 2014. Brasília, agosto de 2014.

BRASIL. Ministério do Turismo. Cadernos e Manuais de Segmentação, Turismo Rural. Brasília, 2010. Disponível em:

<http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\_ministerio/publicacoes/dow nloads\_publicacoes/Turismo\_Rural\_Versxo\_Final\_IMPRESSxO\_.PTf>. Acesso em: 14 abr 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. Inventário da Oferta Turística. Brasília, 2011. Disponível em: <http://www.inventario.turismo.gov.br/invtur/downloads/formularios/inventariacao\_d a\_oferta\_turistica.PTf>. Acesso em: 15 de maio de 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo. Brasília, 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo e o Mercado. Brasília, 2010. Disponível em:

<http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\_ministerio/publicacoes/dowloads\_publicacoes/Segmentaxo\_do\_Mercado\_Versxo\_Final\_IMPRESSxO\_.pdf>. Acesso em: 15 de abr de 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

CEM – Centro de Estudos da Metrópole. Base de Dados: Divisão Territorial – Municípios da Região Metropolitana de São Paulo. Editado junho de 2007. Disponível em <htp://www.fflch.usp.br/centrodametropole/716> acessado em 23 de mar de 2017.

COUTO, A. C. O Planejamento na Construção Civil: Conceitos Fundamentais. 2010. 9p. Artigo Curso de Gestão de Projetos, Universidade PUC-Minas

CNES. Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Súde. Disponível em: <http://cnes.datasus.gov.br/>. Acesso em: 06 abr. 2017.

DER. Mapa Rodoviário do Estado de São Paulo. 2017. Disponível em: <ftp://ftp.sp.gov.br/ftPTer/mapas/Mapa\_Der\_2017\_Rodoviario.pdf>. Acesso em 09 abr. 2017

GEOBANK. GEOBANK. Disponível em: <http://geobank.sa.cprm.gov.br/>. Acesso em: 02 abr. 2017.

GOLDMAN, Pedrinho. Introdução ao planejamento e controle de custos na construção civil brasileira. 4ª Ed. SP: PINI, 2008

GOOGLE MAPS. Aeroportos de São Paulo. Disponível em: <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=zw0zw1D6H\_uE.k2OrKw8m183E&hl= en\_US>. Acesso em: 0 9abr. 2017.

IAC. Solos do Estado de São Paulo. Diposnível em:

<http://www.iac.sp.gov.br/solossp/pdf/Latossolos.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2017.

IBGE. População residente, por grupos de idade, segundo os municípios e o sexo. 2015b. Disponível em:

<http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?uf=35&dados=26>. Acesso em 02 abr. 2017.

IBGE. Produto Interno Bruto. 2015c. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/pibmunicipios/>. Acesso em: 02 mar. 2017.

IGC, 2002. Disponível em: http://www.sp-turismo.com/municipios-sp.htm Acesso em: 22 mar. 2017

IGNARRA, Luiz Renato. Fundamentos do Turismo. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

INSTITUTO FLORESTAL. Mapas Florestais do Estado de São Paulo por município. Disponível em: <http://www.ambiente.sp.gov.br/sifesp/mapas- municipais/>. Acesso em: 02 mar. 2017.

Marcos Conceituais – MTUR. Disponivel em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\_ministerio/publicacoes/downloads\_ publicacoes/Marcos\_Conceituais.pdf Acesso em: 13 abr. 2017.

MASCARO, Amauri. Iniciação ao Direito do Trabalho. São Paulo: LTR Editora, 2001.

MEC. Estudos de Mercado: São Paulo. Disponível em:

<http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\_content&view=article&id=12615:est udos-de-mercado-sao-paulo&catid=190:setec>. Acesso em: 02 abr. 2017

ORGANIZAÇÃO Mundial do Turismo. UNWTO. Madrid: OMT. Disponível em: <http://www.unwto.org/facts/menu.html>. Acesso em: 19 de janeiro de 2017.

Plano de Desenvolvimento Turismo Rural. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\_ministerio/publicacoes/downloads\_ publicacoes/Diretrizes\_Desenvolvimento\_Turismo\_Rural.pdf Acesso em: 13 mar. 2017.

PNUD. PNUD Brasil: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. 2010. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/atlas/ranking/Ranking-IDHM- Municipios-2010.aspx>. Acesso em: 02 mar. 2017.

PORTAL 2014. SPTuris divulga resultado final da pesquisa sobre a Copa em São Paulo. Disponível em:

<http://www.portal2014.org.br/noticias/13520/SPTURIS+DIVULGA+RESULTADO+FI NAL+DA+PESQUISA+SOBRE+A+COPA+EM+SAO+PAULO.html>. Acesso em: 16 de mar de 2017.

ROSE, A.T. Turismo, Planejamento e Marketing. São Paulo: Manole Ltda, 2002.

RUSCHMANN, D. van de M. Turismo e desenvolvimento sustentável: a proteção do meio ambiente. 3. ed. Campinas: Papirus, 1999.

SANTOS, H. G. et al. Cultivo do Arroz de Terras Altas no Estado de Mato Grosso: Solos. 2006. Disponível em: <http://sistemasdeproducao.cnptia. embrapa.br/FontesHTML/Arroz/ArrozTerrasAltasMatoGrosso/solos.htm>. Acesso em: 06 mar. 2017.

SEADE, 2017. Disponível em: http://www.imp.seade.gov.br/ Acesso em: 22 abr. 2017

SEADE. Informações dos Municípios Paulistas. Disponível em: <http://www.imp.seade.gov.br/frontend/>. Acesso em: 04 abr. 2017.

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DE SÃO PAULO. Central de Atendimento: Localize Escola. Disponível em: <http://www.educacao.sp.gov.br/central-de- atendimento/consulta.asp>. Acesso em: 02 abr.. 2016.

SECRETARIA DE TURISMO DE SÃO PAULO. Regiões Turística. Disponível em: <http://www.turismo.sp.gov.br/regioes/regioes-turisticas.html>. Acesso em: 02 mar.. 2017.

SNIS. Série Histórica. 2013. Disponível em:

<http://app.cidades.gov.br/serieHistorica/>. Acesso em: 02 mar. 2017.

SOARES, M. D. O; BERGAMASCO, S. M. P. P; FAGNANI, M. A. Políticas

Públicas, Desenvolvimento Local e Agroturismo: um estudo no Bairro da Abadia em Louveira. Grupo de trabajo 20 - Turismo y desarrollo local. São Paulo, 2006.

SOUZA, T.A.; CUNHA, C. M. L.. ANÁLISE DOS ATRIBUTOS FÍSICO- AMBIENTAIS DO MUNICÍPIO DE PRAIA GRANDE-SP. Soc. & Nat., Uberlândia, ano 24 n. 2, 303-318, mai/ago. 2012.

TRIGO, L. G. G. Turismo básico. 3. ed. São Paulo: SENAC, 1999. TURISMO em São Paulo. Turismo no Estado. Disponível em:

<http://www.turismoemsaopaulo.com/visitantes/sobre-o-estado/turismo-no- estado.html>. Acesso em: 16 de janeiro de 2017.

Turismo Cultural: Orientações. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\_ministerio/publicacoes/downloads\_ publicacoes/Livro Cultural.pdf Acesso em: 13 mar 2017

Turismo de Aventura: Orientações. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\_ministerio/publicacoes/downloads\_ publicacoes/Turismo\_de\_Aventura\_Versxo\_Final\_IMPRESSxO\_.pdf Acesso em: 13 mar. 2017.

UNICIDADES. Sobre. Disponível em: <http://www.unicidades.org.br/sobre/> Acesso em: 15 de maio de 2017.