PLANO DIRETOR DE TURISMO DE AGUAÍ-SP



2019-2029

KS CONSULTORIA

Realização

Prefeito - José Alexandre Pereira de Araújo
Vice prefeito - Luiz Carlos Landiva
Secretário - Luiz Carlos Martins
Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo
Adriana Muraro Lemos - Gerente Técnica

Equipe Técnica da KS Consultoria

Kleyber Jorge da Silveira
Turismólogo

Vinicius Amantea Campos
Turismólogo

Teresa Augusta Lemos Remunhao
Turismóloga

Gabriela Cardoso Duarte de Pádua
Turismóloga

Alessandra Guedes de Souza
Turismóloga

Fabio Marchiori - Siano
Designer



MENSAGEM DO GOVERNO MUNICIPAL

A Prefeitura de Aguaí, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo apresenta o Plano Diretor de Turismo, documento que tem como objetivo orientar ações para aprimorar e diversificar a oferta turística, e aumentar a visibilidade da cidade atraindo novos turistas, além de nortear as políticas públicas no incentivo ao turismo local, gerando empregos, arrecadação e riquezas ao município.

O Turismo é a atividade em crescimento e um setor de extrema importância para a economia nacional. São Paulo é um dos destinos mais procurados por turistas nacionais e além do litoral e da capital, o interior também tem seus encantos e costuma receber elevado número de visitantes, onde estamos localizados.

Aguaí é um município que teve uma grande expansão urbana, um significativo crescimento industrial nos últimos anos e está em pleno desenvolvimento econômico. Possui um grande potencial turístico, porém pouco desenvolvido. É bastante visitado por fiéis religiosos e por turistas de negócios. Nesse sentido, algumas ações foram tomadas, como a reativação do COMTUR – Conselho Municipal de Turismo e a elaboração do Plano Diretor de Turismo, para que possamos, de forma responsável, planejada e sustentável, criar políticas públicas voltadas ao turismo, de maneira que ultrapassem vários governos e se tornem conquistas reais.

TABELA DE CONTEÚDO

01 | APRESENTAÇÃO	6
02 | PRODUTOS	7
03 | PLANO DE TRABALHO	8
04 | PESQUISA DE DEMANDA REAL	9
05 | INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA	36
06 | DIAGNÓSTICO	93
07 | PROGNÓSTICO	156
08 | DIRETRIZES, PROGRAMAS E PROJETOS	165

KS CONSULTORIA

APRESENTAÇÃO

Aguaí é um município da Região Centro-Leste do estado de São Paulo, no Brasil. Localiza-se à latitude 34 ‘03 °22” sul e à longitude 43 ‘58 °46” oeste, estando a 660 metros acima do nível do mar. Segundo o IBGE a população estimada em 2017 era de 35.508 habitantes.

A **KS Consultoria** apresenta através deste documento todo o plano de trabalho, que pode ser definido como uma ferramenta que permite ordenar e sistematizar informações consideradas relevantes para realização de um projeto.

Esta espécie de ‘guia’ propõe uma forma de inter-relacionar os recursos humanos, materiais, cronológicos e técnicos disponíveis. Este plano de trabalho tem como objetivo apontar e demonstrar de maneira organizada todos os produtos que serão elaborados junto ao plano diretor de turismo de Aguaí (SP), de maneira clara, organizada e sistematizada.

Cada produto será aqui apresentado de maneira detalhada, contendo a descrição de cada etapa, as informações levantadas em cada produto e os atores envolvidos.

Um cronograma de trabalho também constará neste documento, detalhando em quais meses cada produto deverá ser entregue, assim como, um calendário que disponibilizará a visualização dos dias aos quais a equipe técnica da KS Consultoria pretende estar a campo, contendo as datas precisas das reuniões e oficinas técnicas.



PRODUTOS

1 PLANO DE TRABALHO

2 PESQUISA DE DEMANDA

3 INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA

4 DIAGNÓSTICO

5 PROGNÓSTICO

6 DIRETRIZES PROGRAMAS E PROJETOS

7 APRESENTAÇÃO E DIFUSÃO



1 PLANO DE TRABALHO

Descrição do produto

Entender, planejar, organizar e descrever todas as ações a serem realizadas junto ao Plano Diretor de Turismo de Aguaí – SP (PDTUR).
Nesta etapa ainda está prevista um prévio contato e conscientização de todos os líderes de estâncias governamentais de turismo a respeito da importância do PDTUR e da participação dos mesmos em seu processo evolutivo de construção.

Informações Levantadas

1.1. Necessidades básicas dos atores de turismo
1.2. Contato junto aos líderes turísticos do município
1.3. Entender as necessidades da administração

KS CONSULTORIA

PRODUTO 02

PESQUISA DE DEMANDA

Descrição do produto

Entender e analisar o perfil dos visitantes que se deslocam para o município de Aguaí – SP é de vital importância para um processo de planejamento e ordenação da atividade turística pretendida por um PDTUR.
Logo, no decorrer desta etapa se realizará uma pesquisa de demanda turística junto ao município visando obter informações a respeito da demanda turística real da cidade.
As pesquisas se darão através de aplicação de questionários contendo questões estruturadas e semiestruturadas, aplicadas por entrevistas em locais estratégicos da cidade. Em seguida os dados serão tabulados e gráficos serão gerados e interpretados, possibilitando uma análise do panorama geral do público frequentador da cidade.



Informações levantadas

Características demográficas do turista

- Localidade de origem do visitante
- Idade dos turistas
- Características comportamentais do turista
- Quantas pessoas viajaram em conjunto com o turista
- Qual o perfil de agrupamento dos turistas
- Quantos dias permanecerá na cidade
- Causas da não permanência na cidade por um período maior
- Número de frequência anual do turista na cidade
- Período ao qual permanece na cidade
- Visitações a outra cidade utilizando Aguaí como base
- Motivação para frequentar a cidade por um período maior que um dia
- Qual o meio de transporte utilizado
- O que motiva o turista a se deslocar até a cidade
- Forma como o turista organiza a sua viagem
- Características econômicas do turista
- Renda familiar do turista
- Qual o gasto médio diário de um turista em Aparecida do Norte
- Características de consumo do turista
- Conhecimento dos turistas sobre os atrativos turísticos locais
- Percepção da qualidade dos produtos turísticos pelo turista
- Percepção do atendimento das expectativas do turista
- Forma como o turista conheceu a cidade
- Quais serviços são utilizados pelos turistas
- Quais tipos de hospedagem o turistas utilizou
- Avaliação do turista a respeito do produto turístico municipal
- Aspectos positivos da cidade
- Aspectos negativos da cidade
- Avaliação dos produtos turísticos municipais por setor

3 INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA



Descrição do produto

O Inventário da Oferta Turística consiste no levantamento, identificação e registro dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo como instrumento base de informações para fins de planejamento, gestão e promoção da atividade turística. As pesquisas serão de cunho qualitativo e sua coleta de informações utilizará fonte de dados primária e secundária podendo ser extraídas de maneira direta ou indireta.
Inventariar o Turismo através do sistema INVTUR é importante para:
- Obter informações de qualidade e de confiança para o planejamento;
- Desenvolver adequadamente as potencialidades turísticas de uma região;
- Otimizar os recursos públicos, evitando a sobreposição de ações;
- Conhecer as características e a dimensão da oferta e as iniciativas necessárias ao desenvolvimento do turismo visando a sustentabilidade.

PRODUTO 03

INVENTÁRIO

Informações levantadas

3.1 A INFRA-ESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO

A1 Formulário 01 – Informações Básicas do Município
A2 Formulário 02 – Meios de Acesso ao Município
A3 Formulário 03 – Sistema de Comunicações
A4 Formulário 04 – Sistema de Segurança
A5 Formulário 05 – Sistema Médico-Hospitalar
A6 Formulário 06 – Sistema Educacional
A7 Formulário 07 – Outros Serviços e Equipamentos de Apoio

3.2 B SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

B1 Formulário 08 – Serviços e Equipamentos de Hospedagem
B2 Formulário 09 – Serviços e Equipamentos para Gastronomia
B3 Formulário 10 – Serviços e Equipamentos de Agenciamento
B4 Formulário 11 – Serviços e Equipamentos para Transporte
B5 Formulário 12 – Serviços e Equipamentos para Eventos
B6 Formulário 13 – Serviços e Equipamentos de Lazer e Entretenimento
B7 Formulário 14 – Outros Serviços e Equipamentos Turísticos

3.3 C ATRATIVOS TURÍSTICOS

C1 Formulário 15 – Atrativos Naturais
C2 Formulário 16 – Atrativos Culturais
C3 Formulário 17 – Atividades Econômicas
C4 Formulário 18 – Realizações Técnicas, Científicas ou Artísticas
C5 Formulário 19 – Eventos Permanentes

PRODUTO 04

DIAGNÓSTICO

Nesta etapa serão desenvolvidos estudos e análises que contribuirão para formatação de uma visão do atual cenário da atividade turística dentro do destino, observando um complexo panorama do ambiente interno da cidade, entendendo como a atividade turística se desenvolveu e ordenou-se no município.

Far-se-á sempre presente uma análise criteriosa quanto ao desenvolvimento sustentável do turismo pautada em seu âmbito social econômico, cultural e ecológico.

Além dos estudos e pesquisas a materiais já existentes, informações também serão coletadas de forma direta através de pesquisas qualitativas coordenadas via entrevistas semiestruturadas junto a diversos responsáveis pelos mais variados setores que se inter-relaciona com a atividade turística dentro da cidade, obtendo o maior número qualitativo de informações possíveis, para então, serem mensuradas e analisadas. Por fim, gerar-se-á um relatório avaliativo de cada aspecto que se pretende levantar.

Informações levantadas

4.1. Estrutura básica do município
4.1.1 Esgoto 4.1.2. Abastecimento de água 4.1.3. Iluminação pública 4.1.4. Sistema de saúde 4.1.5. Sistema de segurança 4.1.6. Urbanização / Pavimentação 4.1.7. Mobilidade urbana 4.1.8. Limpeza pública 4.1.9. Acessibilidade e conectividade 4.1.10 Paisagismo Urbano 4.1.11 Pavimentação
4.2 Impactos ambientais, socioculturais e econômicos do turismo
4.2.1 Impactos sociais 4.2.2 Impactos econômicos 4.2.3 Impactos ambientais
4.3. Estrutura turística
4.3.1. Hospedagem 4.3.2. Alimentos e bebidas 4.3.3. Atrativos turísticos 4.3.4. Sinalização turística 4.3.5. Serviços de guia 4.3.6. Agências receptivas 4.3.7. Estrutura do receptivo público 4.3.8. Projetos integrados do turismo 4.3.9 Estrutura de receptivo público
4.4 Governabilidade
4.4.1. Governabilidade pública 4.4.2. Governabilidade do santuário 4.4.3. Conselho Municipal de Turismo 4.4.4. Associações e terceiro setor 4.4.5. Legislação local 4.4.6. Uso e ocupação do solo 4.4.7 Entidades de classe
4.5 Marketing
4.5.1. Veículos de divulgação utilizados 4.5.2. Retorno de investimento por mídia 4.5.3. Estudo de Mídia off-line 4.5.4. Estudo de Mídia online 4.5.5. Marketing institucional 4.5.6. Logomarca da cidade 4.5.7. Branding de marketing 4.5.8. Identidade visual da cidade 4.5.9. Comunicação com o turista 4.5.10. Análise dos 8p's do marketing turístico
4.6. Estudo de Posicionamento de Mercado
4.6.1. Análise de concorrência
4.7 Dados básicos do município
4.7.1 Clima 4.7.2 Relevo 4.7.3 População 4.7.4 Localização 4.7.5 Acesso

PRODUTO 05

PROGNÓSTICO



Nessa fase do projeto todas as análises realizadas na fase anterior que correspondem ao cenário atual serão revistas, ou seja, o diagnóstico. Em cima dessas informações serão projetadas visões futuras que dirão respeito às melhorias, estagnação ou regresso de todos os cenários levantados e avaliados na etapa anterior do plano.

Como resultado final obteremos um quadro comparativo entre o cenário atual e o cenário futuro projetados de todos os aspectos que se inter-relacionam com a atividade turística em Aguaí (SP)

Informações levantadas

5.1. Estrutura básica do município

5.1.1 Esgoto
5.1.2. Abastecimento de água
5.1.3. Iluminação pública
5.1.4. Sistema de saúde
5.1.5. Sistema de segurança
5.1.6. Urbanização /Pavimentação
5.1.7. Mobilidade urbana
5.1.8. Limpeza pública
5.1.9. Acessibilidade e conectividade
5.1.10 Paisagismo Urbano
5.1.11 Pavimentação

5.2 Impactos ambientais, socioculturais e econômicos do turismo

5.2.1 Impactos sociais
5.2.2 Impactos econômicos
5.2.3 Impactos ambientais

5.3. Estrutura turística

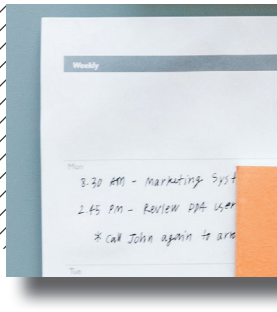
5.3.1. Hospedagem
5.3.2. Alimentos e bebidas
5.3.3. Atrativos turísticos
5.3.4. Sinalização turística
5.3.5. Serviços de guia
5.3.6. Agências receptivas
5.3.7. Estrutura do receptivo público
5.3.8. Projetos integrados do turismo
5.3.9 Estrutura de receptivo público

5.4 Governabilidade

5.4.1. Governabilidade pública
5.4.2. Governabilidade do santuário
5.4.3. Conselho Municipal de Turismo
5.4.4. Associações e terceiro setor
5.4.5. Legislação local
5.4.6. Uso e ocupação do solo

5.5 Marketing

5.5.1. Veículos de divulgação utilizados
5.5.2. Retorno de investimento por mídia
5.5.3. Estudo de Mídia off-line
5.5.4. Estudo de Mídia on-line
5.5.5. Marketing institucional
5.5.6. Logomarca da cidade
5.5.7. Branding de marketing
5.5.8. Identidade visual da cidade
5.5.9. Comunicação com o turista
5.5.10. Análise dos 8p's do marketing turístico



PRODUTO 06

DIRETRIZES PROGRAMAS E PROJETOS

Complementando as políticas públicas de turismo elencadas no produto seis, serão criados as diretrizes, os programas e os projetos responsáveis pela efetivação e a materialização do desenvolvimento do turismo local.
Os programas são um conjunto de projetos utilizados para nortear uma política pública e servir como alicerce para direcionar a atividade turística pelos seus mais diversos setores de atuação.
Já os projetos são a discriminação dos programas, eles trarão informações mais detalhadas que auxiliarão na execução das ações planejadas em prol do desenvolvimento da atividade turística.



Informações levantadas

6.1 Cases de turismo internacional
6.2 Cases de turismo nacional
6.3 Programas públicos
6.4 Projetos
6.4.1 Objeto dos projetos
6.4.2 Descriminações dos projetos
6.4.3 Prazo dos projetos
6.4.4 Responsáveis pelos projetos
6.4.5 Estimativas de custo dos projetos



KS CONSULTORIA

GRONOGRAMA

1 PLANO DE TRABALHO — Outubro / 2018

2 PESQUISA DE DEMANDA — Novembro / 2018

3 INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA — Dezembro / 2018

4 DIAGNÓSTICO — Janeiro / 2019

5 PROGNÓSTICO — Fevereiro / 2019

6 DIRETRIZES PROGRAMAS E PROJETOS — Março / 2019

7 APRESENTAÇÃO E DIFUSÃO — Abril / 2019

KS CONSULTORIA

PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA

Esta pesquisa foi efetuada para se entender alguns aspectos dos turistas que frequentam a cidade de Aguaí (SP) e das atividades turísticas apresentadas pela cidade.

SEGUNDO VIGNATI (2008), A PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA "COLETA E ANALISA DADOS PARA SUPRIR A FALTA DE INFORMAÇÕES DE GESTORES, EMPRESÁRIO E PESQUISADORES." AINDA NESTE CONTEXTO, AFIRMA QUE SE UTILIZA DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA PARA:

- MENSURAR A QUALIDADE DE UM DESTINO TURÍSTICO;

- CONHECER O PERFIL E O GRAU DE SATISFAÇÃO DOS TURISTAS SOBRE A OFERTA DOS DESTINOS TURÍSTICOS;

- ASSEGURAR QUE AS DECISÕES PÚBLICAS SEJAM TOMADAS COM BASE TÉCNICO - CIENTIFICAS CONSISTENTES.

Este estudo tem o objetivo de entender, analisar e correlacionar historicamente os traços de características motivacionais, psíquicas, comportamentais e do desenvolvimento econômico que a atividade turística gera para o município de Aguaí (SP).

A pesquisa foi realizada no período entre 24 ,23 e 25 de Novembro de 2018.
Neste final de semana em especial, houve algumas programações diferentes das que a cidade costuma oferecer aos finais de semana. A prefeitura Municipal de Aguaí preparou apresentações, projeções e iluminações, denominadas "Natal em Canto e Luz".

As festividades natalinas tiveram início em 24/11/2018 e contaram com apresentações culturais como a apresentação da Orquestra Bachiana Filarmônica, com regência do Maestro João Carlos Martins. As luzes de Natal também foram acesas neste dia e marcaram o município com um Natal mais iluminado, fato que há anos não ocorria na cidade.
Outro evento que ocorria neste dias era a presença de cerca de 700 soldados do Exército Brasileiro realizando o exercício Agulhas Negras, os quais contribuíram com nosso questionário.
Na manhã de domingo, a pesquisa foi realizada no Ceasinha, local onde acontece a tradicional feirinha, com comidas, artesanato, hortifrutigranjeiros e outros artefatos.

PLANEJAMENTO DA PESQUISA

Para que essa pesquisa seja validada técnica e cientifica serão apresentados todos os processos metodológicos que cercam um estudo de demanda turística, logo, apresentar-se-ão todas as fases de planejamento e a concepção utilizada no projeto mencionado. O planejamento da pesquisa de demanda turística de Aguaí SP, foi dividida em sete fases, sendo elas:

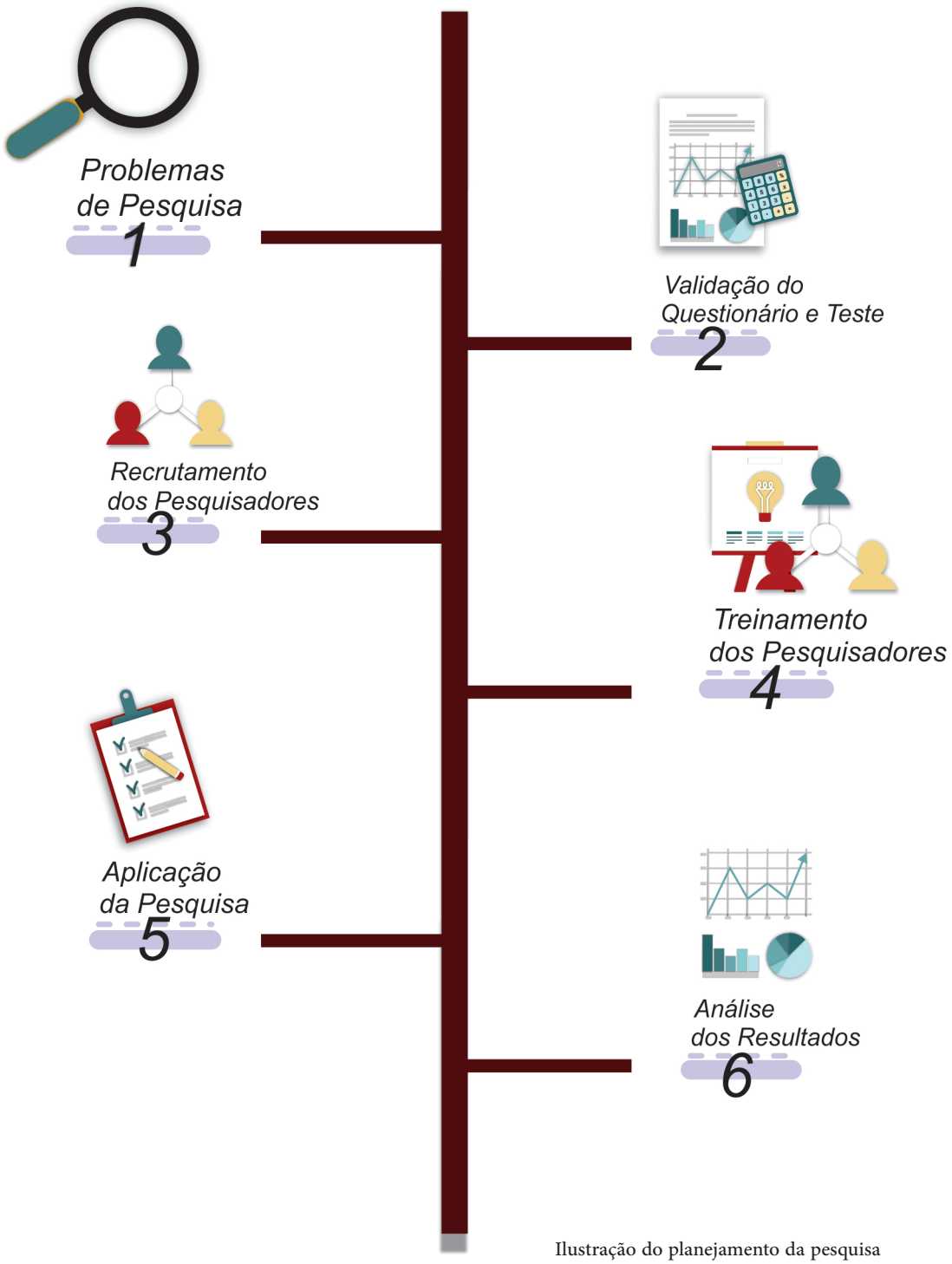


Ilustração do planejamento da pesquisa

Primeira fase: Problemas de Pesquisa

Neste momento, procurou-se identificar quais as principais dúvidas a respeito da atividade turística em Aguaí (SP). Iniciou-se um processo de conversação com as principais representatividades dos atores envolvidos na atividade turística dentro do município: a equipe da Secretaria Municipal de Turismo, Hotéis e Restaurantes e Conselho Municipal de Turismo.

Segunda fase: Validação do questionário e teste

Nesta fase, os questionários elaborados foram encaminhados a Secretaria Municipal de Turismo e postos à prova através de simulações, sendo aprovado para aplicação.

Terceira fase: Recrutamento dos pesquisadores

Neste momento, iniciou-se um processo de recrutamento dos consultores de nossa empresa para aplicação da pesquisa, onde tivemos duas pessoas à campo no mês de Novembro 2018.

Quarta fase: Treinamento dos pesquisadores

Iniciou-se um processo de treinamento dos consultores recrutados, que passaram por uma capacitação, sobre o respectivo trabalho.

Quinta fase: Aplicação da Pesquisa

Trata-se da aplicação dos questionários elaborados, testados e aprovados via entrevistas, aplicadas pelos consultores da empresa contratada. A aplicação da pesquisa foi toda monitorada pela KS Consultoria, a qual, através de uma revisão minuciosa, auditou e validou todos os questionários elaborados antes de seu lançamento no sistema, tabulação e geração de gráficos.

Sexta fase: Análise de resultados

Os resultados foram apurados através de uma análise crítica que depara, conceitua e avalia a atual conjuntura do desenvolvimento da atividade turística dentro de Aguaí (SP).



METODOLOGIA DE PESQUISA

Para dar uma validade técnica científica que garante a coesão e consistência dos dados abaixo apresentados, será conceituado metodologicamente o processo da pesquisa abordando os seguintes pontos:

Identificação do Problema

A identificação correta dos problemas representa o primeiro passo essencial para o sucesso da pesquisa, cuja fase do planejamento será relatada de uma maneira mais detalhada. Os problemas de pesquisas surgem de acordo com o andamento da atividade turística, uma vez que diversos aspectos necessitam ser avaliados, muitas dúvidas são encontradas nos destinos turísticos e respondê-las é uma tarefa fundamental de uma pesquisa de demanda.
Após reuniões e discussões com os principais envolvidos na atividade turística de Aguaí (SP), vê-se a necessidade de respostas para as seguintes dúvidas em relação à atividade turística local, sendo elas:

- Entender as principais características do turista: geográficas, etárias e perfil econômico;

- Coletar informações sobre as opiniões e impressões do turista sobre o destino visitado:
Motivação da viagem, fontes consultadas para se obter informações, satisfação a respeito dos serviços e produtos locais, e demais fatores gerais sobre sua visita;

- Caracterizar a viagem e o visitante: tamanho do grupo, a utilização de serviços, vinculação do destino local com outros destinos no ato da viagem, meio de transporte utilizado, duração da estada, e características da hospedagem escolhida;

- Verificar o comportamento e gastos dos entrevistados: gastos na cidade.

Questionário

Buscando analisar os problemas de pesquisa levantados, o questionário utilizado para elaboração da pesquisa foi montado de maneira semi estruturada, sendo composto em sua grande maioria de perguntas objetivas, e, espontaneamente, abrindo espaço para questões subjetivas.
O questionário foi montado com questões mais fáceis a princípio para se criar uma certa liberdade com o entrevistado, encaixando perguntas de ordem econômica no meio do questionário para gerar uma facilidade de respostas em um período pós vinculo criado por se tratar de perguntas de um alto grau de intimidade pessoal junto ao entrevistado.

Unidade Amostral

Esta pesquisa foi direcionada apenas a turistas, uma vez que moradores locais foram excluídos do processo. Portanto, a unidade amostral abrange apenas pessoas de origem externa à cidade.

Amostragem

Baseado na população amostral do município de Aguaí e seguindo as diretrizes do termo de referência que normatiza o PDTUR – , foram aplicadas **177 entrevistas,** um montante que representa um nível de confiança de 99% e uma taxa de erro amostral de 05%. Desse total, 160 questionários foram analisados, e 17 questionários foram guardados como reserva, caso houvesse necessidade de substituir algum questionário incoerente.
A forma de coleta se dará através da aleatória simples, pela qual todos os turistas detêm a mesma chance de serem entrevistados por nossos pesquisadores.

Coleta de dados

A coleta de dados se deu de maneira individual, apenas um membro por grupo amostral foi abordado. Considerando sempre a influência do chefe de grupo, este membro sempre foi induzido à escolha por deter uma quantidade e qualidade maior de informação a ser repassada. As informações foram obtidas via entrevistas pessoais, já que neste método a taxa de resposta é satisfatória e de acordo com o preparo dos entrevistadores. A pesquisa garante uma elevada credibilidade perante as informações. As entrevistas foram conduzidas de maneira imparcial. O pesquisador foi treinado e capacitado para não interferir na resposta obtida e manter a fidelidade do retrato da situação turística que se pretendia obter. Assim, os pesquisadores foram distribuídos em pontos de coletas de dados, visando a uma abordagem sobre vários possíveis aspectos de turistas e freqüentadores da cidade, sendo eles:

- Ruas Capitão Silva Borges, Major Braga e Quinze de Novembro (iluminadas com enfeites natalinos)
- Calçadão e Praça Senhor Bom Jesus (bares, restaurantes ao redor da praça também).
- Parque Interlagos
- Ceasinha
- Hotéis
- Feira Agricultura Familiar
- Circo (tinha um circo de passagem pela cidade)
- Exército Brasileiro

As abordagens foram executadas de maneira espontânea, deixando o entrevistador livre para responder de acordo com o seu conhecimento fazendo-se a adaptação da informação com as respostas estruturadas no questionário, sem induzir o entrevistado a responder os questionamentos baseados nas opções existentes no formulário de pesquisa.

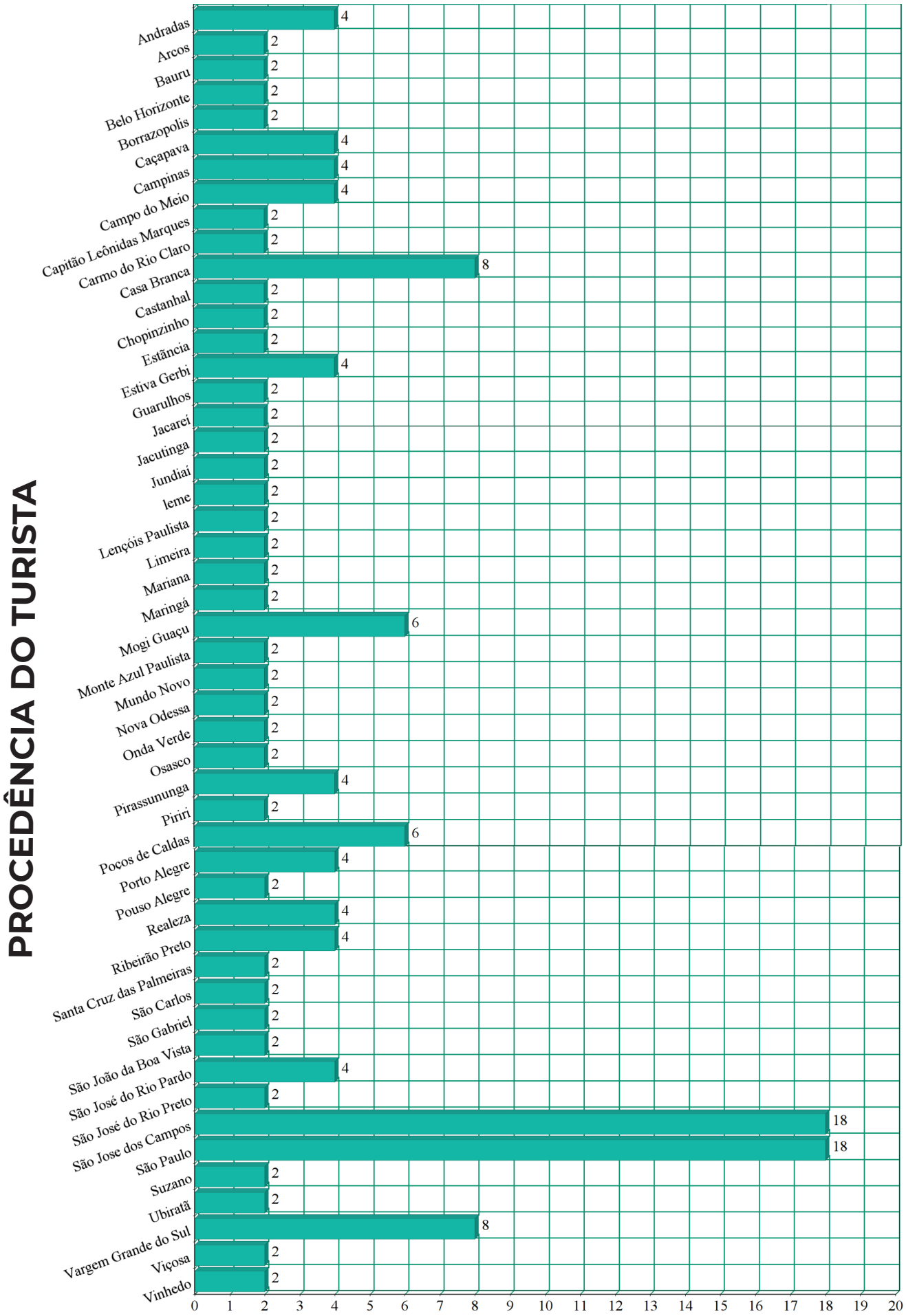
Análise dos resultados

Todos os dados levantados na fase da coleta passaram por um processo eletrônico de tabulação e geração de gráficos via sistema. Neste momento, os resultados são apresentados e analisados conforme a realidade diagnosticada.

CIDADE DE ORIGEM

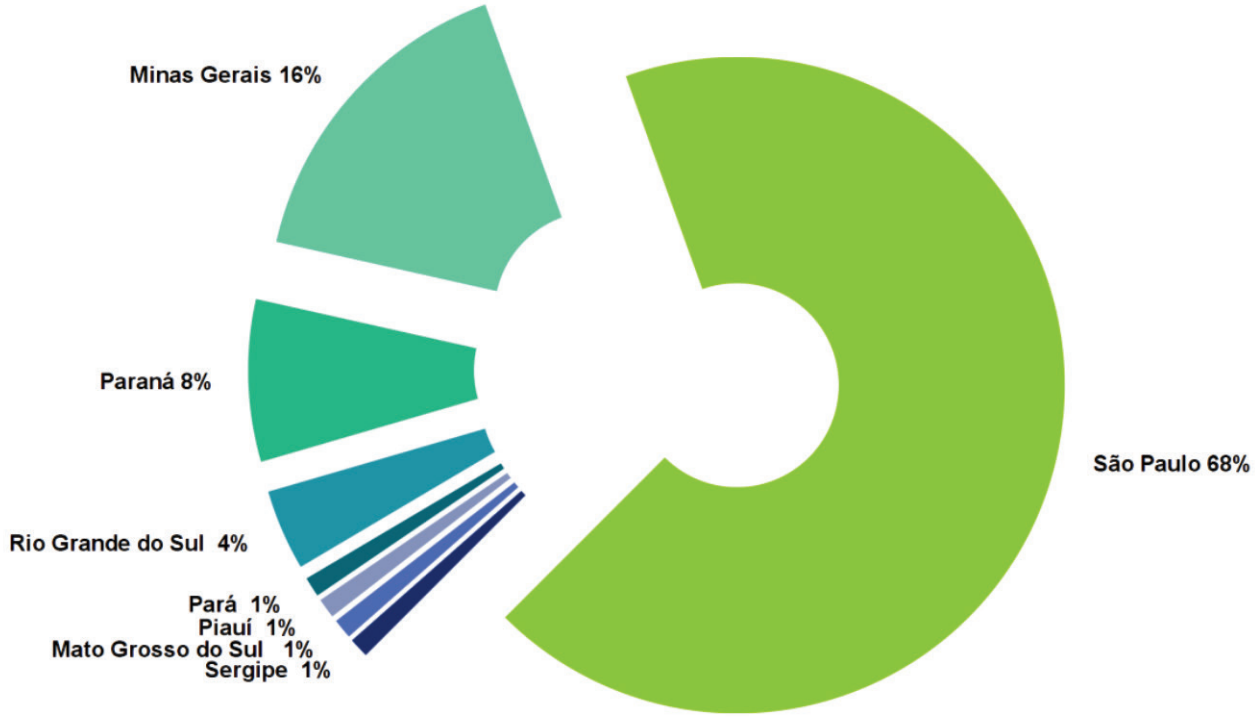
Percebe-se com os resultados abaixo que a maioria de forma clara, são turistas ou visitantes do próprio Estado de São Paulo, não possuindo nem próximo outro Estado que venha a ter um visitação consistente no município.
Entretanto, seus maiores visitantes não são das cidades limítrofes, mas sim de São José dos Campos e de São Paulo capital.
Embora tenhamos encontrado alguns turistas de cidades vizinhas, o que me leva a crer é que os vizinhos não sabem do potencial que a própria região tem. Com o nosso trabalho e divulgação faremos com que os frequentadores se tornem mais assíduos.




PROCEDÊNCIA DO TURISTA
Andradas 4
Arcos 2
Bauru 2
Belo Horizonte 2
Borrazopolis 2
Caçapava 4
Campinas 4
Campo do Meio 4
Capitão Leônidas Marques 2
Carmo do Rio Claro 2
Casa Branca 8
Castanhal 2
Chopinzinho 2
Estância 2
Estiva Gerbi 4
Guarulhos 2
Jacareí 2
Jacutinga 2
Jundiaí 2
Ieme 2
Lençóis Paulista 2
Limeira 2
Mariana 2
Maringá 2
Mogi Guaçu 6
Monte Azul Paulista 2
Mundo Novo 2
Nova Odessa 2
Onda Verde 2
Osasco 2
Pirassununga 4
Piriri 2
Pocos de Caldas 6
Porto Alegre 4
Pouso Alegre 2
Realeza 4
Ribeirão Preto 4
Santa Cruz das Palmeiras 2
São Carlos 2
São Gabriel 2
São João da Boa Vista 2
São José do Rio Pardo 4
São José do Rio Preto 2
São Jose dos Campos 18
São Paulo 18
Suzano 2
Ubiratã 2
Vargem Grande do Sul 8
Viçosa 2
Vinhedo 2
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

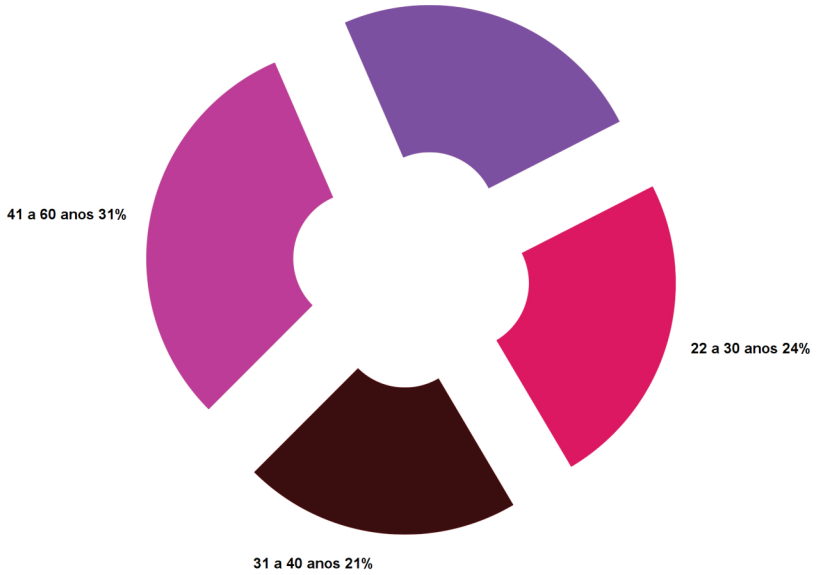
PROCEDÊNCIA

Na análise de procedência do turista que visita Aguaí teve-se uma maior porcentagem vinda do Estado de São Paulo, sendo 18 da Capital Paulista, 18 de São José dos Campos e o restante distribuídos em mais ou menos 30 cidades do interior do Estado. Do estado vizinho Minas Gerais ficou em segundo lugar como emissor, de cidades próximas como Andradas e Poços de Caldas, mas também do interior do Estado. De outros Estados as porcentagens são pequenas. Considerando que Aguaí, com a atual administração, tem iniciado um trabalho relativamente forte no turismo, a presença de tantos emissores diferenciados, deve-se considerar que a divulgação da Cidade por estes torna-se um ponto forte e pode ser utilizado como estratégia, aproveitando o “boca a boca”.



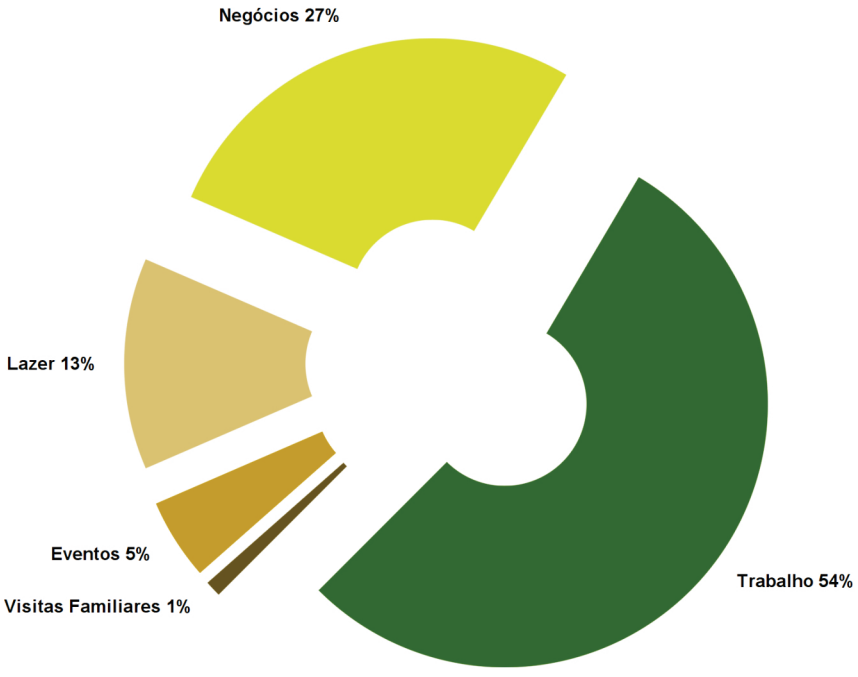
FAIXA ETÁRIA

A Faixa Etária tem destaque na pesquisa por demonstrar que não existe um grupo específico que escolhe Aguaí como destino tendo quase que uma equidade entre as faixas etárias, mas pode-se considerar que o grupo acima de 31 anos até 60 anos somados, são em sua maioria. Mas ao se trabalhar as segmentações do turismo para o município, este fator deve ser considerado, com opções para as diversas faixas etárias.



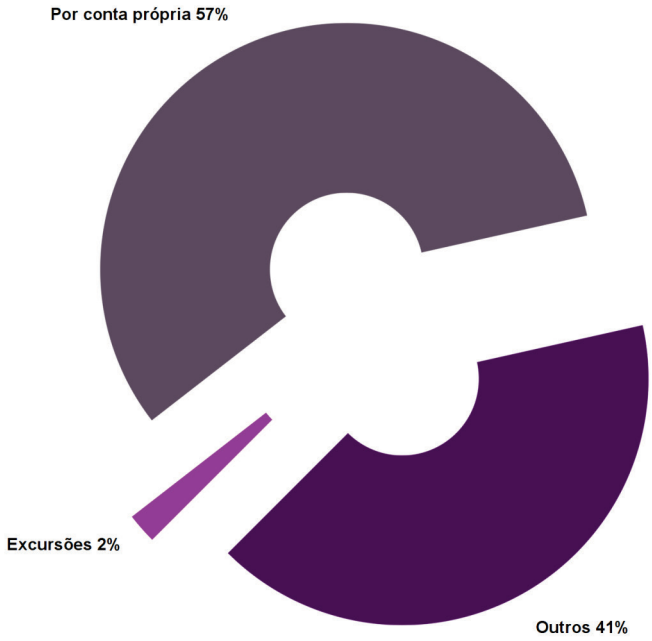
MOTIVAÇÃO DA VIAGEM

Considerando a motivação para a viagem o perfil do turista começa a ficar mais claro, pois se tem um perfil de Turismo de Negócios, considerando que 54% dos visitantes vieram a trabalho juntamente com os 27% que vieram para negócios, com apenas 19% somados dos que vieram a lazer, eventos e visita a familiares.



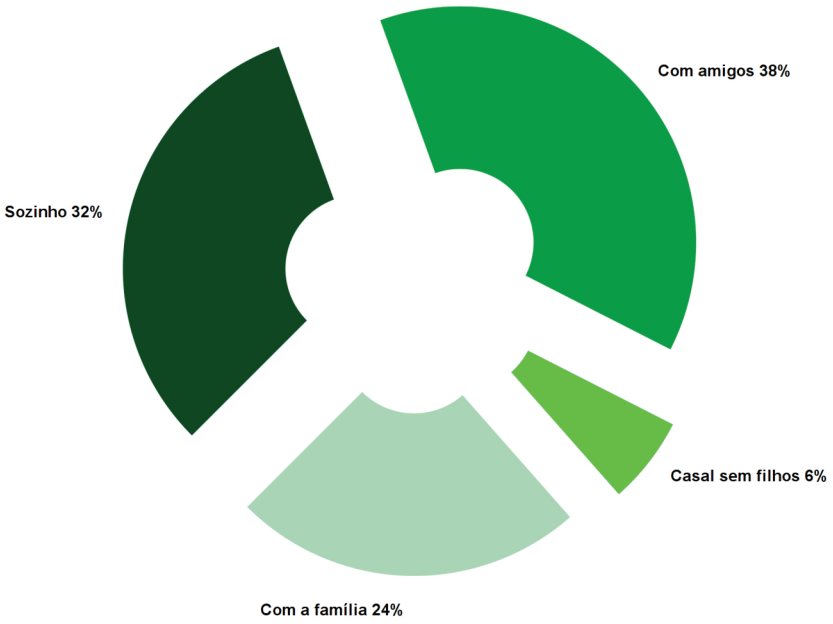
ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM

Neste gráfico foi analisado como o turista chega até Aguaí, tendo que temos um perfil de negócios e trabalho confirma-se que e a maioria vem por conta própria ou a viagem é organizada pela empresa sem a interferência do turista que vai se utlizar da mesma. Tendo 57% que vem por conta própria e outros 41% indicaram a opção “outros”, podendo ser encaixados na organização da viagem pela própria empresa.



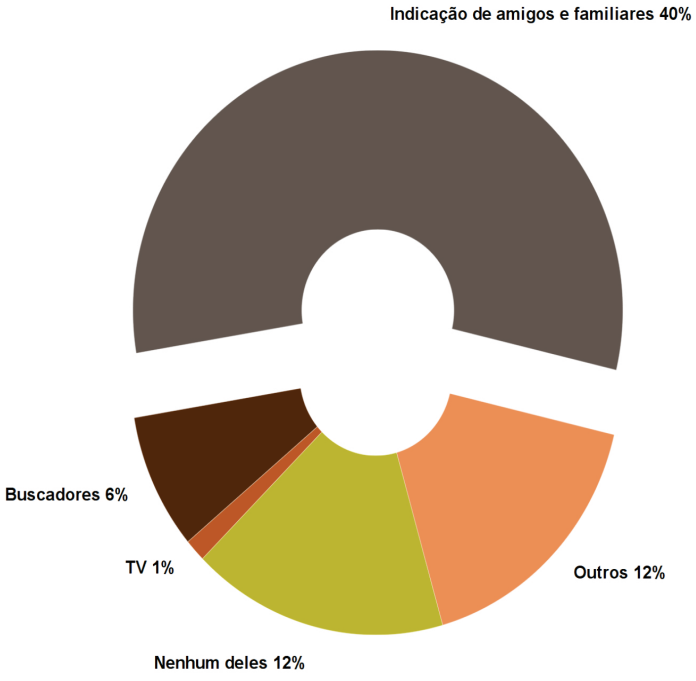
COM QUEM O TURISTA VIAJA

Neste item, tem-se mais uma característica que podemos afirmar o turismo de negócios e trabalho, pois o grupo que viaja sozinho, 32% são representantes, técnicos e outros, e com amigos, 38%, são equipes de prestadores de serviços industriais, os quais somam 70% dos entrevistados comparados aos 24% de família e 6% de casais. Considerando o Turismo de Negócios de Aguaí é devido ao crescimento de seu parque industrial e não tanto aos eventos de negócios.



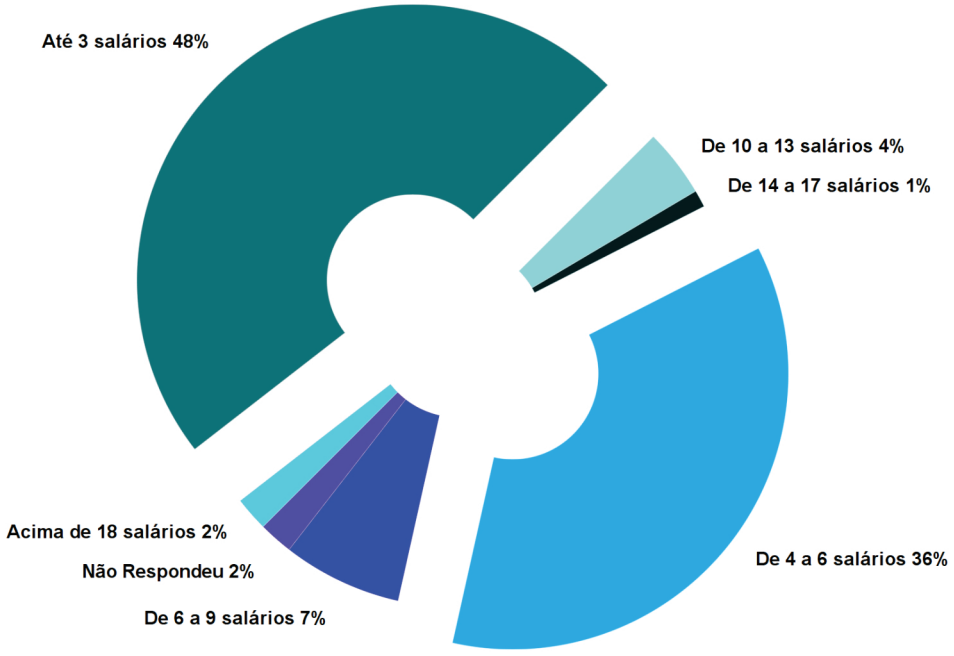
COMO FICOU SABENDO DE AGUAÍ

Um ponto importante a ser observado neste tópico são os 40% que escolheram "indicação de amigos e familiares". Nota-se mais uma vez o "boca a boca" do Turismo, o que torna necessário uma pesquisa mais pontual em relação a este ponto. A resposta "nenhum deles" e "outros" deixou a pesquisa um tanto quanto vaga e também obtivemos uma pequena demanda que responderam que foram a Aguaí, por meio do "Google" e outros buscadores com 6%.



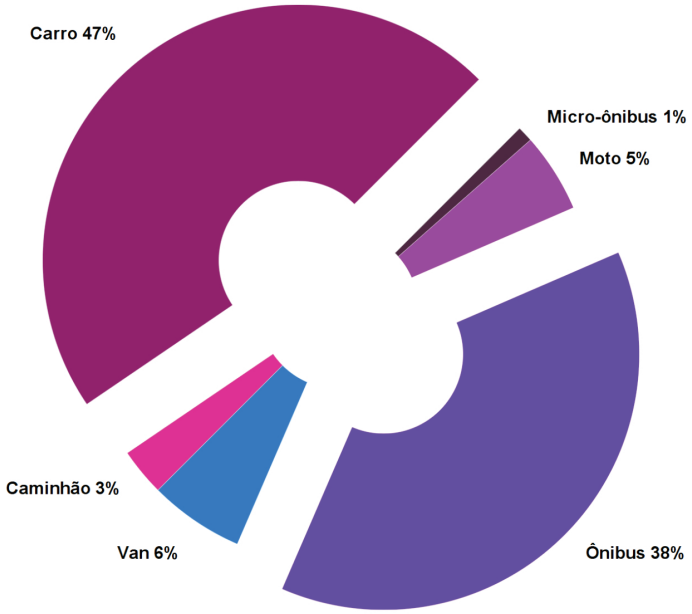
A RENDA MENSAL FAMILIAR

Em termos de gastos no Município é importante a análise para que se possa entender e ou perceber o quanto este turista contribui para a economia local e para entendermos quais são as possibilidades de serviços e produtos podem ser ofertados. Observando aqui as faixas salariais que mais se destacam foram de Classe C (R$ 2.005 à R$ 8.640, segundo classificação da Fundação Getúlio Vargas Social), quem recebe acima de 3 salários mínimos até 6 salários, classe esta que mais viaja pelo Brasil, sendo uma classe social mais acessível de se agradar, gostam de qualidade mas com preços moderados, ponto a ser trabalhado no turismo de Aguaí favoravelmente



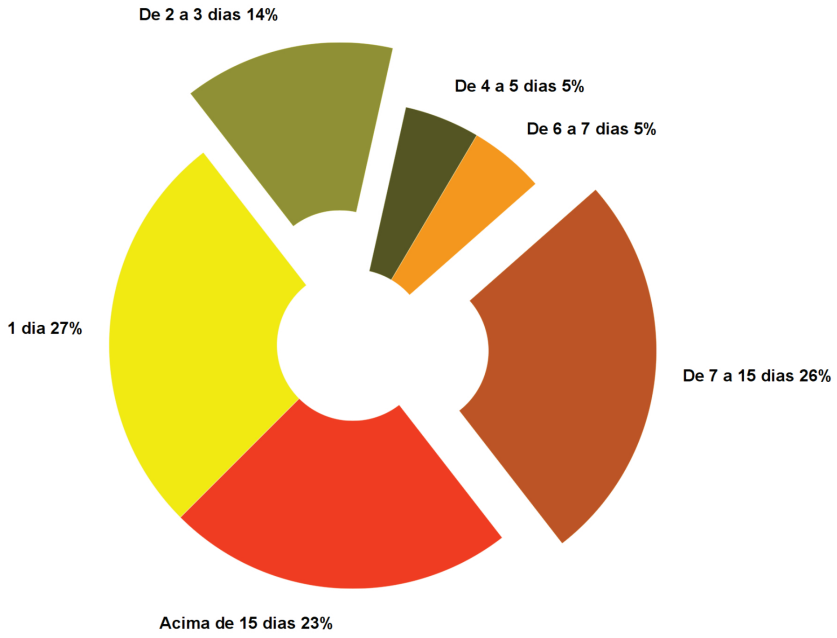
MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA A VIAGEM

Em termos de transporte para acesso a cidade, este reforça o perfil do turista que vem a trabalho e negócios, pois os destaques são para quem vem de carro próprio com 46% e de ônibus com 38%, a porcentagem restante ficou dividida dentre as opções: caminhão, van, moto e micro-ônibus. Neste item ressalta-se que o Municipio deve trabalhar bem sua sinalização turística e indicativa para melhor locomoção e ainda cuidar da manutenção do seu terminal rodoviário.



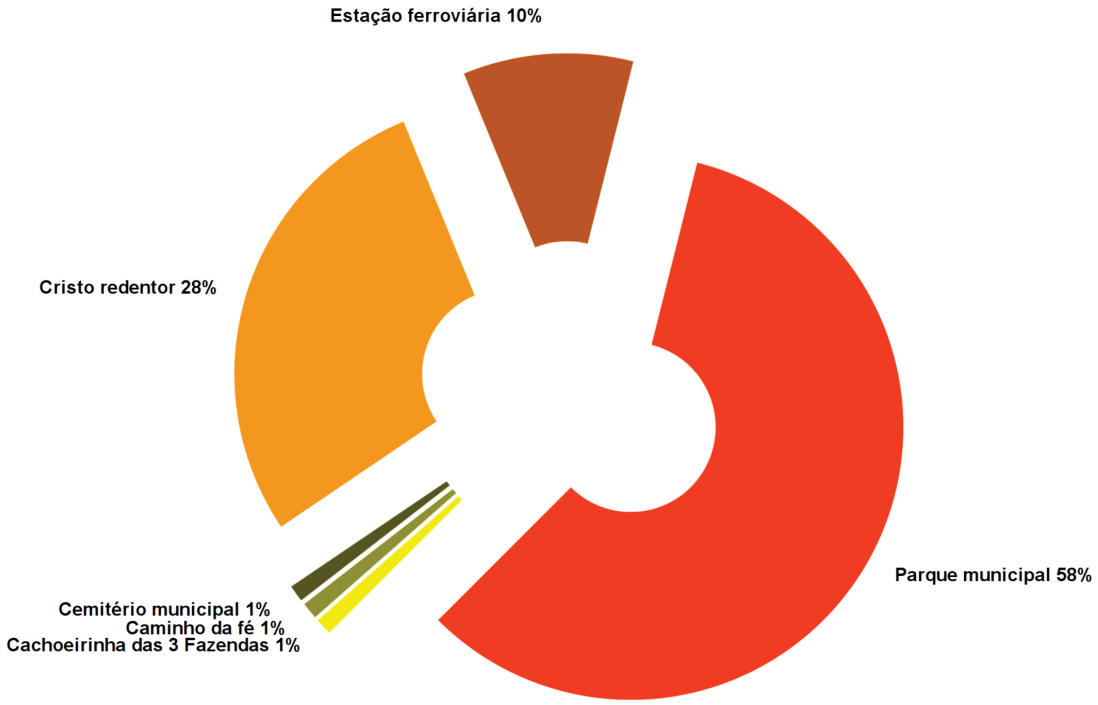
TEMPO DE PERMANÊNCIA NO MUNICÍPIO

A permanência do turista é importante ser avaliada para que se possa analisar e oferecer produtos dentro do seu tempo, para que ele possa aproveitar as possibilidades de forma qualitativa e satisfatória. Percebemos aqui uma diferença interessante: ao mesmo tempo que se tem 27% de permanência de um dia, tem-se uma permanência maior de 7 a 15 dias com 26% e acima de 15 dias com 23%. Temos dois grupos distintos para se trabalhar, o primeiro que com pouco tempo para usufruir do que a cidade oferece, mas não menos importante, considerado um turista em potencial, pois se a primeira impressão for positiva, acaba voltando para uma permanência maior. O segundo grupo com uma permanência maior deve ser trabalhado de forma mais complexa, pois a estadia prolongada pode desmotivar a volta se não houver diversificação de atrativos. O grupo de permanência de 2 a 3 dias com 14% é interessante, pois é um tempo para conhecer e curtir a cidade de forma sustentável e com qualidade tornando a fidelização certa, se bem atendido.



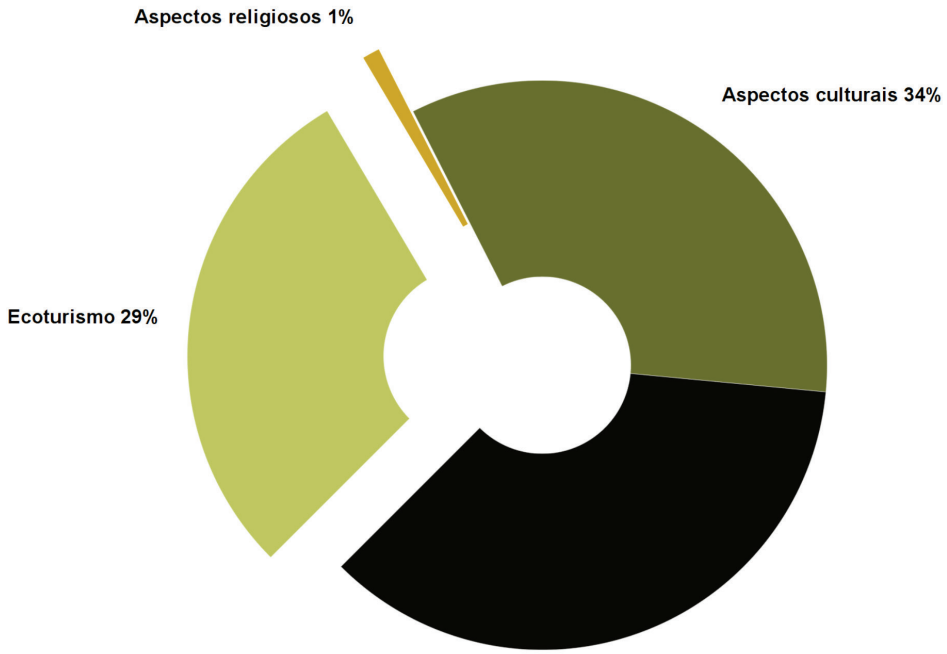
QUAL O MELHOR ATRATIVO DE AGUAÍ

Em termos de atrativos turísticos, temos algumas considerações. Os pontos observados, ainda não estão devidamente sinalizados como pontos turísticos, embora sejam locais de visitação e de destaque no município. O material de divulgação já começa a ser formulado. Aqui em destaque, com 58%, está o Parque Municipal, localizado na área central da cidade, próximo ao Terminal Rodoviário, o Cristo, com 28%, localizado dentro da área verde do Parque. A Estação Ferroviária, prédio histórico e tombado, também na área central, com 10% da indicações. A Cachoeirinha das 3 Fazendas, assim como o Cemitério, possuem uma história interessante, mas não há divulgação, portanto, houve uma porcentagem mínima. O Caminho da Fé, um produto já pronto do qual Aguaí faz parte, também foi mencionado. Estes podem ser os primeiros pontos a serem trabalhados para a geração de maior fluxo de turistas, pois mesmo com divulgação quase nula, já são observados.



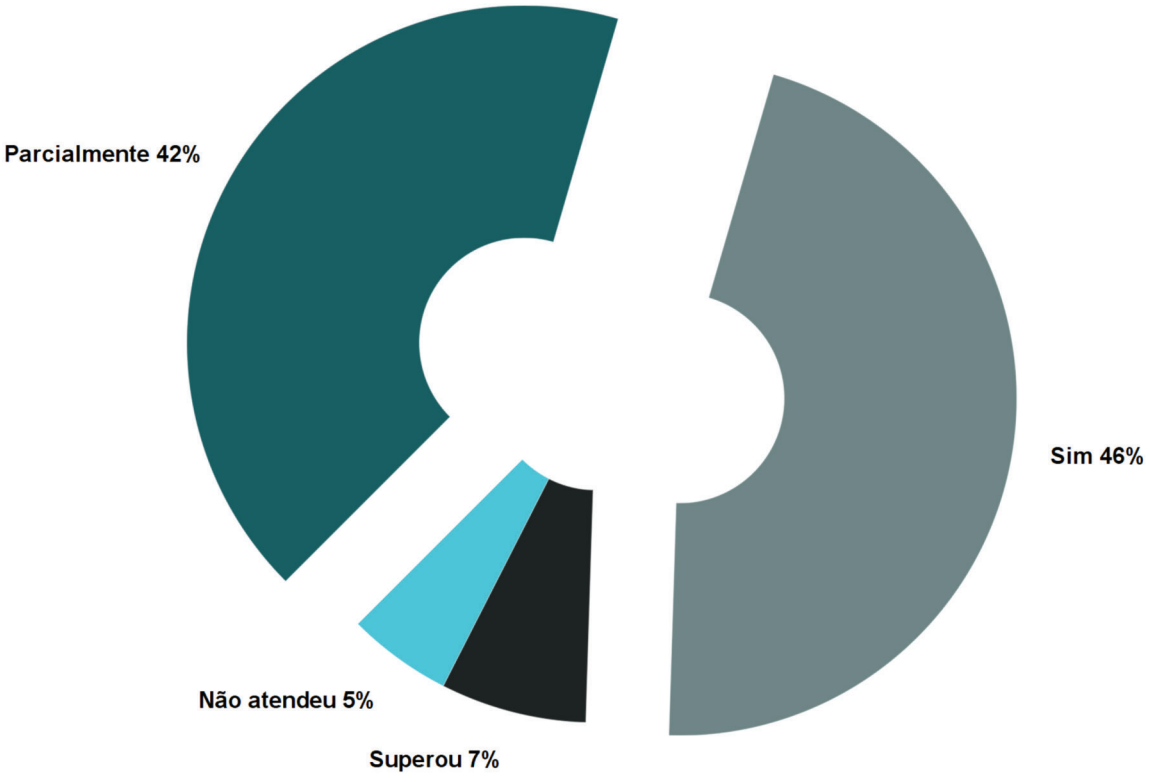
SEGMENTOS DO TURISMO COM MAIS INTERESSE NO MUNICÍPIO DE AGUAÍ.

Em termos de segmentos aqui temos aspectos comerciais com destaque com 36%, apontando o turismo de Negócios como segmento carro chefe para o turismo de Aguaí. Seguindo os aspectos culturais, com 34% das indicações podendo ser citado aqui o Cristo, os prédios históricos, a gastronomia e o modo de ser do morador local. O Ecoturismo com 29% das indicações também deve ser trabalhado com opções para todas as idades reestruturando o Parque Municipal e estruturando a Cachoeira 3 fazendas para receber os turistas e outras possibilidades do Município. Este panorama é muito interessante e importante, pois fica clara as possibilidades de trabalho do Município em relação aos segmentos que pode seguir.



EXPECTATIVAS EM RELAÇÃO AO MUNICÍPIO DE AGUAÍ

Esta análise é muito importante pois mede-se o grau de satisfação do turista em relação ao que ele viu na cidade e com uma afirmativa positiva tem-se 46% das indicações para as expectativas atingidas, estando então o turista satisfeito com o que viu e vivenciou na cidade no seu período de permanência, completando o quadro com 42%, ponto este que deve ser observado posteriormente, as indicações foram para que parcialmente os turistas e visitantes ficaram satisfeitos.



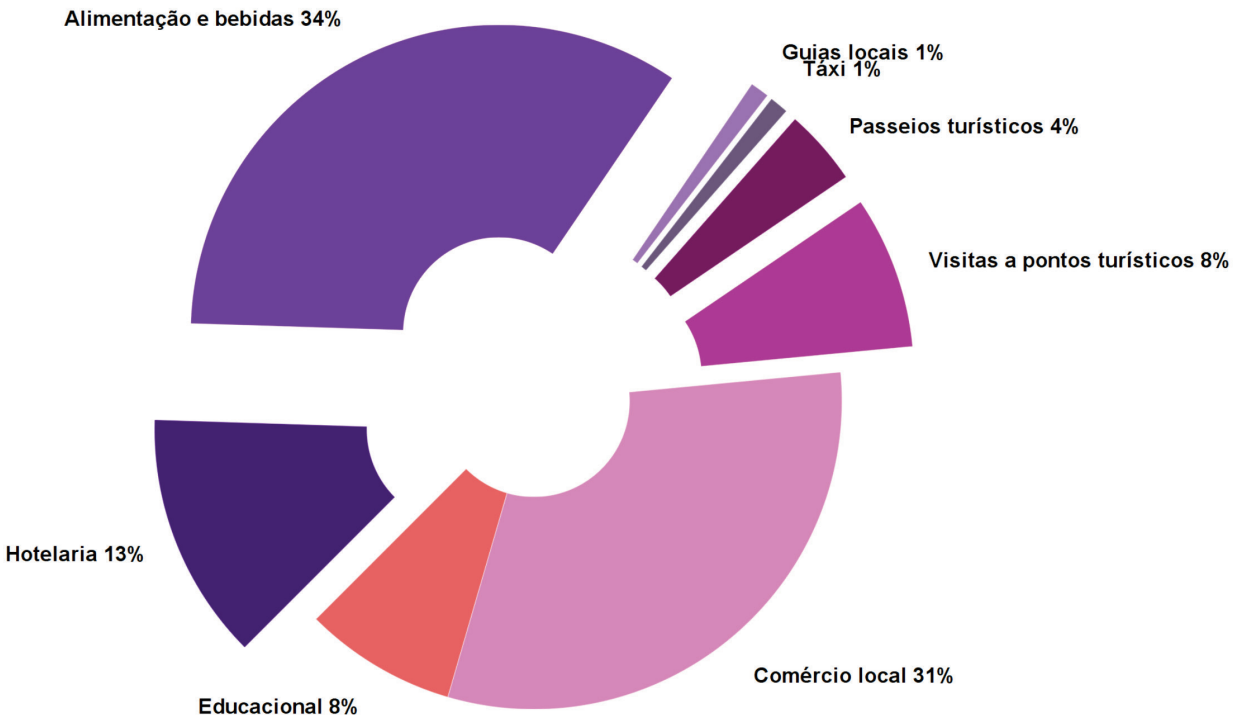
INDICAÇÃO DA CIDADE PARA AMIGOS

Nesta análise reforça-se o item anterior onde a porcentagem de satisfação foi a maior, sendo aqui 82% de indicações de sim, os turistas indicariam a cidade para outras pessoas, pois ficaram satisfeitos com aquilo que viram e conheceram. Considerando então que Aguaí está no caminho certo e tem vantagens para se trabalhar com o turismo e com uma fidelização dos visitantes, com base no planejamento e estruturação de seus atrativos, o turismo se torna um segmento da economia que vai contribuir com desenvolvimento de Aguaí.



QUAIS SERVIÇOS FORAM UTILIZADOS

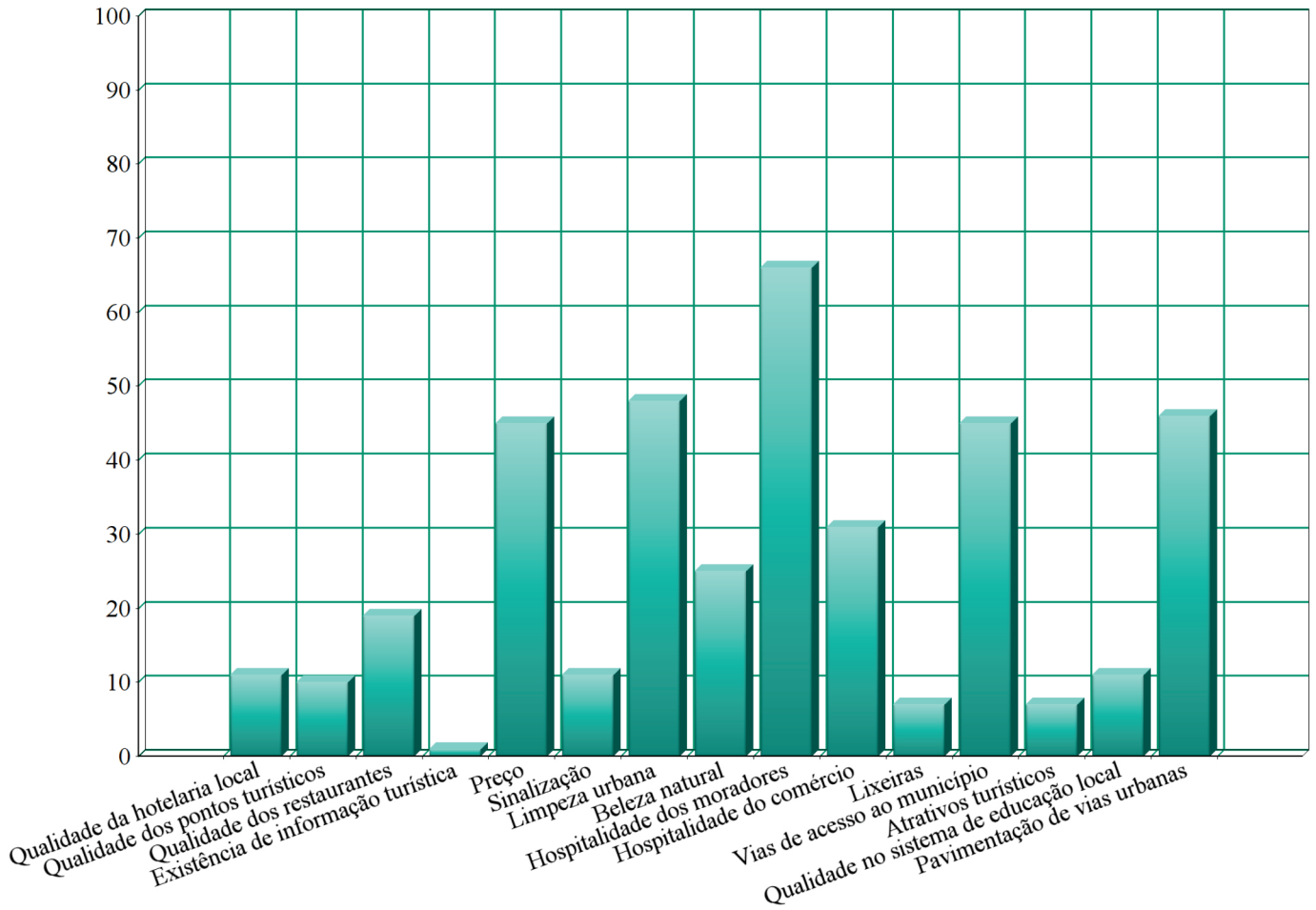
A análise feita neste ponto vem reforçar que o perfil do turista em Aguaí tende a ser de negócios e trabalho, pois as indicações maiores foram para os itens básicos de consumo de uma viagem, no caso aqui o comércio local com 31%, ponto forte, pois indica que a economia local está ganhando diretamente. Em segundo, vem o item de alimentos e bebidas com 34%, e mais diretamente com serviços turísticos a hotelaria com 13%. Interessante analisar que mesmo a cidade ainda não se afirmando como turística, com serviços e produtos formatados, os itens diretamente ligados e referentes ao turismo foram indicados como: visita aos pontos turísticos, com 8% das indicações, passeios turísticos com 4%.


Alimentação e bebidas 34%
Guias locais 1%
Táxi 1%
Passeios turísticos 4%
Visitas a pontos turísticos 8%
Hotelaria 13%
Educacional 8%
Comércio local 31%



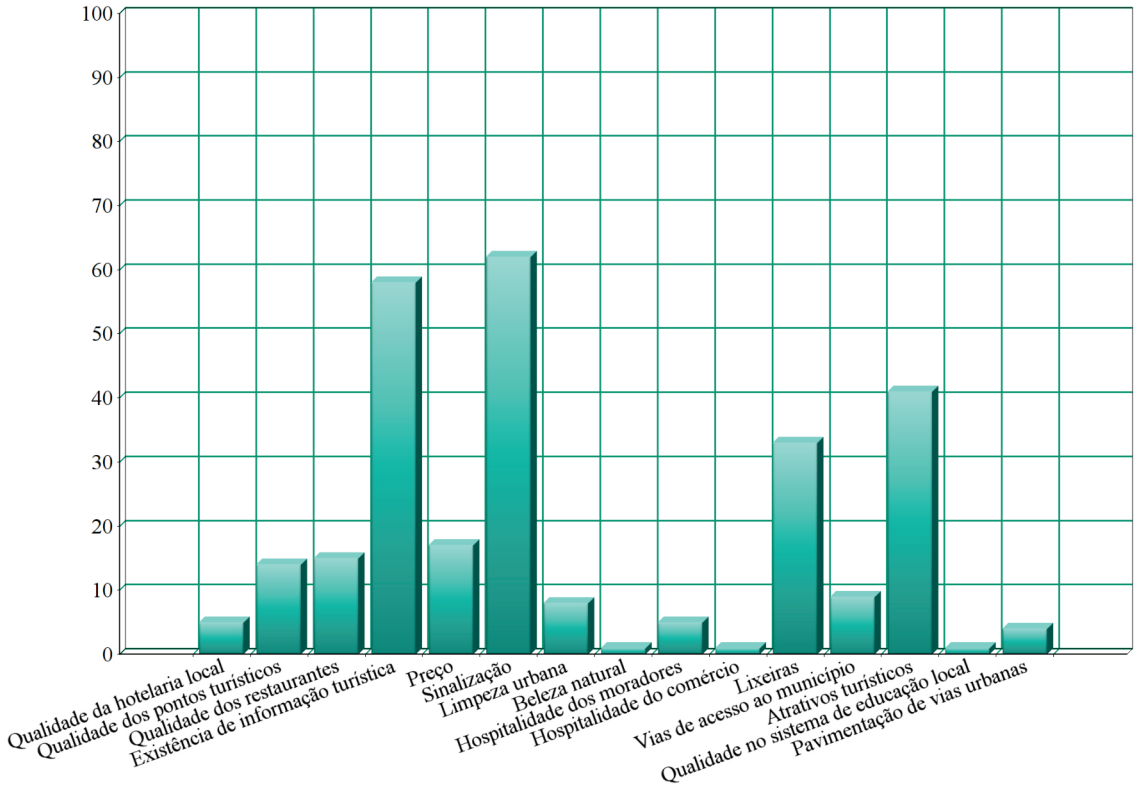
PONTOS FORTES DESTACADOS DA CIDADE DE AGUAÍ

Esta avaliação dá um panorama da visão do turista em relação a cidade e aponta onde se deve melhorar e o que se pode utilizar como base para o turismo. A indicação de hospitalidade da comunidade local é o ponto chave para que o turismo aconteça no município, significando que a comunidade local está aberta aos visitantes e sabe receber bem, tendo 66% das indicações; a limpeza urbana com 48% das indicações e ainda a pavimentação das vias urbanas com 46% das indicações e a vias de acesso à cidade com 45% são relevantes, pois fazem parte da estrutura básica da cidade, mas que para o visitante é importante que estas estejam em boas condições. Preços praticados com 45 % e hospitalidade do atendimento do comércio com 31% são dois pontos indicados que reforçam e validam o item analisado de consumo na cidade, onde o comércio teve um destaque nas indicações, sendo características que fortalecem o Turismo. Um ponto relevante que afirma e dá base para a segmentação de Ecoturismo é a indicação de 25 % para o item de beleza natural da cidade. Alimentos e bebidas foi o terceiro item mais indicado em relação ao consumo da cidade, portanto, sendo aqui um dos itens citados como ponto forte com 19% das indicações, os outros pontos ficaram com indicações entre 7% e 11%, devendo ser estes trabalhados juntamente com os pontos fracos que vão ser analisados posteriormente.



PONTOS FRACOS DESTACADOS DA CIDADE DE AGUAÍ

Neste ponto deve-se ater a todos as indicações independente das porcentagens, desde que foram indicados é que não estão de acordo para uma plena satisfação do turista, portanto devem ser melhorados. A sinalização com 62% das indicações deve serpriorizada, pois esta é base para uma boa locomoção do turista na cidade, tanto a sinalização de indicação básica, quanto a sinalização turística são essenciais para um bom desenvolvimento do turismo. Existência de informações turísticas com 48% das indicações mostra o quanto é fundamental este ponto que é reforçado com 41% das indicações como ponto fraco os atrativos turísticos, não indicando que estes sejam ruins, mas possivelmente o desconhecimento dos mesmos por falta de informações. Com uma porcentagem de 33% das indicações, as lixeiras são um ponto que deve ser priorizado tambéꝛm para que se mantenha com ponto forte a limpeza da cidade, e estas são ausentes em todos os locais de maior fluxo de pessoas, praças, ruas centrais e pontos turísticos. Assim como a sinalização as lixeiras são serviços básicos, tanto para a comunidade local quanto para os visitantes. A qualidade dos pontos turísticos foi indicada tanto como ponto forte como ponto fraco o que remete ao trabalho priorizado nos mesmo, para que este seja apenas indicação de ponto forte. Os outros pontos indicados ficaram com porcentagens mais baixas, mesmo sendo destaque nos pontos fortes, característica normal em se tratando de pesquisa qualitativa, na qual tem-se uma diversidade de público, não existindo cem por cento de aceitação em tudo.



ANÁLISE CONCLUSIVA

Considerando Aguaí ainda em início de trabalhos e implantação em relação ao turismo, os resultados da pesquisa foram gratificantes e promissores. Tanto em relação ao perfil do turista que indica a possibilidade de trabalho em diversas segmentações, quanto a visão do turista já existente em relação ao vivenciado na cidade que foi no geral bem positiva.
Não foi utilizado nenhuma outra pesquisa de demanda para comparações ou para comprovação do que foi analisado por ser estas ausentes no Estado de São Paulo ou as poucas existentes são pontuais e direcionadas a Capital ou a eventos específicos. Não sendo favoráveis a comparação ou validação da pesquisa de perfil do turista em Aguaí.
O Plano Diretor de Turismo de Aguaí tendo como uma das bases a pesquisa de demanda, gerará programas e projetos de fácil aplicação e contribuirá para um desenvolvimento sustentável do turismo.







INVENTÁRIO

1 - INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA

O Inventário da Oferta Turística consiste no levantamento, identificação e registro dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo como instrumento base de informações para fins de planejamento, gestão e promoção da atividade turística, possibilitando a definição de prioridades para os recursos disponíveis e o incentivo ao turismo sustentável. (Mtur)
É válido ressaltar que, neste momento, serão apenas apresentadas as informações quantitativas coletadas sem quaisquer análises aprofundadas de teor qualitativo. Tal situação será apresentada no próximo capítulo intitulado “Diagnóstico”.
No inventário da oferta turística que compõe o Plano Diretor de Turismo de Aguaí (SP), como base de sua metodologia, foi utilizada a divisão do trabalho em dois módulos:

- o primeiro consta de levantamentos através dos formulários provenientes de pesquisas em campo de fonte primária e secundária, utilizando-se como base a metodologia do Ministério do Turismo chamada INVTUR, para acompanhar na íntegra.
- o segundo momento é uma síntese desses formulários em forma de uma apresentação geral da cidade através de textos, gráficos e tabelas que compõem e formulam o atual capítulo componente deste Plano. Ver esquema ilustrado através da figura abaixo.

Este módulo, que representa a síntese do inventário da oferta turística, foi dividido em seis grupos de pesquisas, sendo eles:
- Informações gerais do município;
- Serviços e equipamentos de estrutura e subestrutura de base para o desenvolvimento do turismo;
- Oferta turística;
- Sistema de Alimentos e Bebidas;
- Sistema de Meios de Hospedagens;
- Eventos relacionados ao turismo.

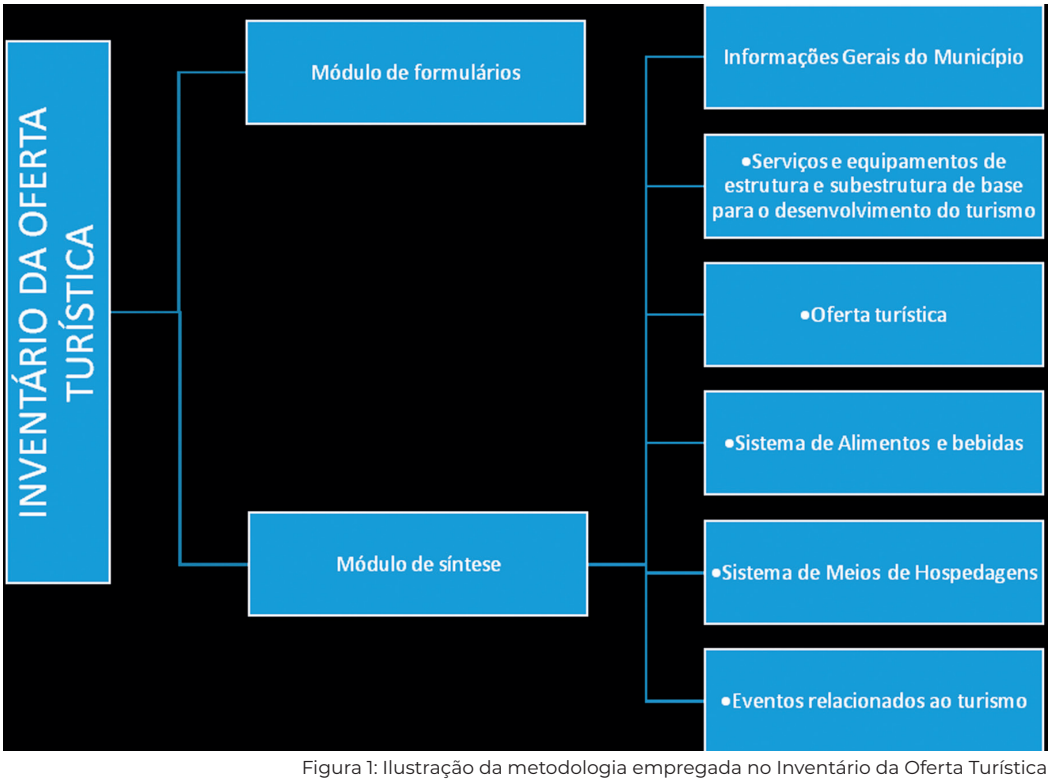


Figura 1: Ilustração da metodologia empregada no Inventário da Oferta Turística

INFORMAÇÕES GERAIS DO MUNICÍPIO

Nesta etapa serão apresentados dados conceituais da cidade de Aguaí, suas características gerais, contextualizando a análise que aqui se inicia a respeito da atividade turística local, que tanto necessita desses aspectos básicos e fundamentais para o seu bom andamento e desenvolvimento.



Vista aérea da cidade - 2018



LEI Nº 841 DE 18 DE JUNHO DE 1975.

Dispõe Sobre os Símbolos do Município de Aguaí.

BRASÃO:

O Brasão de Armas do município de Aguaí, idealizado pelo Dr. Lauro Ribeiro Escobar, do Conselho Estadual de Honrarias e Méritos, assim se descreve: Escudo redondo, de goles, com uma banda ondada abocada de duas cabeças de serpe e acompanhada de duas cruzes prateadas, tudo de prata. O escudo é encimado por coroa mural de prata de oito torres, suas portas abertas de sable e tem com suportes, é destra, um ramo de algodoeiro e a sinistra um ramo de soja, ambos folhados e produzindo, ao natural. Listel de goles, com o topônimo "AGUAÍ" em letras de prata.
Interpretação do Brasão:

I - O escudo redondo, ou ibérico, era usado em Portugal à época do descobrimento do Brasil e sua adoção representa homenagem do Município de Aguaí aos primeiros colonizadores e desbravadores da nossa Pátria.
II – A cor goles (vermelho) tem o significado heráldico de audácia, valor, galhardia, valentia, nobreza conspícua, vitória e honra, lembrando a coragem dos primeiros povoadores da região, que com ânimo intimorato venceram todos os obstáculos para lançar a semente de um próspero município.
III – A banda ondada, abocada de duas cabeças de serpente, está a indicar a riqueza hidrográfica do município. A serpente é também o símbolo de fortaleza e grandeza de ânimo, lembrando a denominação antiga do povoado de Cascavel.
IV – As cruzes prateadas evocam a profunda fé cristã do povo de Aguaí a Bom Jesus, o Santíssimo Padroeiro do município.
V – O metal prata indica a felicidade, pureza, temperança, verdade, franqueza, formosura, integridade e amizade, tributos dos munícipes e administradores, que com lealdade e correção dentro de um clima de amizade e compreensão, trabalham pela grandeza do município.
VI – A coroa mural é o símbolo da emancipação política, e de prata, com oito torres, das quais apenas cinco aparentes constituem a reservada às cidades. As portas abertas de sable (preto) proclamam o caráter hospitaleiro do povo de Aguaí.
VII – Os ramos de algodoeiro e soja, produzindo, atestam a fertilidade das terras generosas de Aguaí, de que são importantes produtos.
VIII – No listel, o topônimo “AGUAÍ” identifica o município.

BANDEIRA: De formato retangular, esquartelada em sautor; o primeiro e o quarto, de vermelho com uma cruz pátea de branco; o segundo e o quarto de branco, tendo o segundo o Brasão de Armas. Tem 14 M (quatorze módulos) de altura por 20 M (Vinte módulos) de comprimentos; as cruzes páteas, tem 4 M (quatro módulos) de altura e o Brasão de Armas, 5,5 M (cinco módulos e meio) de altura.

HISTÓRICO

HISTÓRIA:
O povoado de Cascavel (atual município de Aguaí) se iniciou no centro de uma bela planície, tendo como moldura de um lado a grandiosa serra de Caldas e, de outro, vastos e encantadores campos denominados Chapéu de Couro ou Sete Lagoas.
Nos primórdios do século XVIII, as famílias Alves e Tangerino apossaram-se de terras nesta região em que serpeia o riacho Itupeva e de onde se avistam, ao longe, as serras de Caldas. Depois, estes campos passaram a ser propriedade de Bento Dias Moreira, que por sua vez, os transferiu a João Moreira da Silva e Silvestre Antônio da Rosa.
No início do século XIX, João Moreira da Silva vendeu parte de suas terras a João Rodrigues da Fonseca, as mesmas que depois foram adquiridas pelo Capitão Joaquim Gonçalves Vallim. Daí, graças à liberação de várias glebas doadas pelos herdeiros do Capitão Vallim, deu-se a formação da área para início do pequeno povoado, ou seja, o patrimônio de Cascavel, às margens da Companhia Mogiana de Estrada de Ferro, na Estação de Cascavel. O nome é originário de antigo potreiro existente nas suas imediações, o qual, segundo lenda, teria abrigado enorme cobra dessa espécie.
A estação foi inaugurada a 1 de janeiro de 1.887, constituindo-se no ponto de partida do ramal de Poços de Caldas, ensejando interesse de pessoas fixarem residência e casas de comércio, pois eram vantajosas as perspectivas de desenvolvimento para a localidade.
Nesse mesmo ano, aqui chegou a família Braga, constituída pelo Major João Joaquim Braga, sua mulher Placidina Gonçalves Braga e filhos. Ficaram residindo bem próximo à Estação, em casa própria. Major Braga, natural de Braga, Portugal, era dinâmico, empreendedor, comerciante, idealista de espírito público, e desde logo, pôs-se em ação para conseguir a formação do Patrimônio do Senhor Bom Jesus de

Cascavel, obtendo já no ano de 1.889 a criação da Agência de Correios, a nomeação do Sub-Delegado de Polícia e as primeiras doações de terrenos.
Em 4 de agosto de 1.898, Major Braga via concretizar-se sua aspiração com a elevação do pequeno povoado à categoria de Distrito de Paz, subordinado à Comarca de São João da Boa Vista, já incorporado de diversas benfeitorias que indicavam uma vila: ruas traçadas, diversas moradias, algumas casas de comércio, dois hotéis, a praça arborizada, a capela, o cemitério...Dois anos após, a 28 de setembro de 1.900, acontecia a instalação da Paróquia do Senhor Bom Jesus de Cascavel, sendo o Bom Jesus o padroeiro da localidade, festivamente reverenciado e louvado, todos os anos, na tradicional data de 6 de agosto.



Por todos esses fatos e reconhecida liderança por mais de três décadas desenvolvida na cidade para a qual tanto dedicou-se, Major João Joaquim Braga é considerado o fundador de Cascavel, essa terra que, mais tarde, em 30 de novembro de 1.944, conquistava sua condição de município, com o nome de Aguaí.



RUA MAJOR BRAGA





Em 1.944, a comissão que coligiu dado e desenvolveu trabalhos para atingir a meta de emancipação política e administrativa de Aguaí, destacando-se entre seus ilustres e esforçados cidadãos os nomes de Dr. Leonardo Guaranha, Waldomiro Osório Valim, Durval Mamede, Domingos Martucci e Rubens Leme Asprino, já podia relacionar a existência dos vários melhoramentos, tais como: Igreja Matriz, Grupo Escolar, banda de música, cinema, jornal, asilo, o início da construção da Santa Casa, Clube dos Compadres, Curtume Santa Genoveva, etc.
A partir de 1 de janeiro de 1.948, com a instalação da primeira Câmara Municipal e a posse do primeiro prefeito eleito, Calimério de Oliveira Valim (antes tinham sido prefeitos nomeados Domingos Martucci, José Mamede e Antonio Rodrigues Pinto),

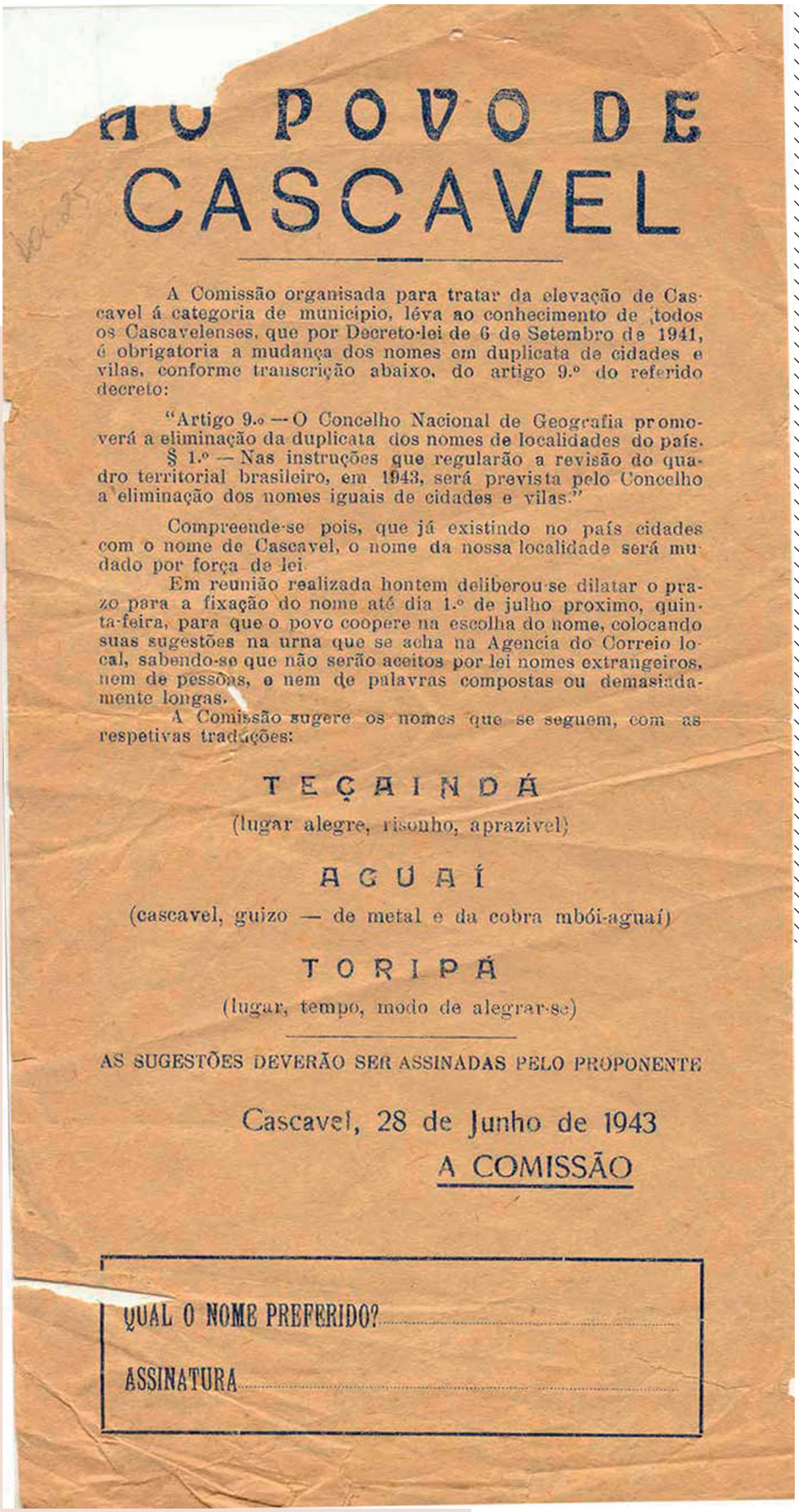
Aguaí passou a crescer em vários sentidos, a progredir em todos os setores produtivos, enfim, a se tornar um lugar digno de seu povo pacato, ordeiro, alegre.
Ainda, a partir dessa época, todo o município começou a desenvolver mais eficazmente sua área agrícola e pastoril, ao mesmo tempo em que via se instalarem algumas indústrias de pequeno porte, numa expansão paulatina, sem o inconveniente de desordenada explosão industrial que poderia ter trazido mais problemas do que vantagens, contribuindo na construção de uma sociedade mais estável e conservadora, durante vários anos.
Nas últimas décadas, embora a situação social do país inserida no contexto internacional de rápidas transformações em todos os campos da atividade humana tenha sofrido reformas marcantes, podemos considerar para Aguaí um período de expansão urbana e significativo crescimento agrícola e industrial, sofrendo, por vezes, as preocupantes carências causadas por inflação monetária desenfreada e ação política dúbia. Em 1.992, o então prefeito senhor Sebastião Biazzo, promulgou a Lei Municipal nº 1.463 criando o distrito Industrial que hoje conta com várias empresas nele instaladas.
Em dezembro de 1.983 Aguaí passou a contar com a instalação do Foro Distrital; em 2.004, com a inauguração das novas e modernas instalações do Fórum de Aguaí, obra construída através de parceria da Prefeitura e Governo Estadual, o município deu um grande passo para efetivamente tornar-se Comarca em 5 de agosto de 2.005, com empenho principalmente dos senhores Sebastião Biazzo, Clovis Castello e do juiz Benedito Roberto Pozzer, entre outros.

UMA CIDADE QUE NÃO PARA DE CRESCER

CURIOSIDADES:

1943 - DISTRITO DE CASCAVEL - MUNICÍPIO DE AGUAÍ

O distrito de Cascavel já contava com diversos melhoramentos como a Igreja Matriz, Grupo Escolar, Banda de Música, Cinema, Jornal, Asilo, o início da construção da Santa Casa, Clube dos Compadres, Curtume Santa Genoveva, etc., ou seja, Cascavel tinha condições para se transformar em Município.
Existia um Decreto Federal que proibia que fossem criados Municípios, com nomes de outros já existentes, evitando-se assim nomes em duplicata. Na época, além desta localidade que se chamava Cascavel, existiam duas outras, sendo uma mais populosa e antiga.
Alterar o nome da vila era um dos requisitos para elevar a vila à tão almejada condição de município. Assim uma comissão foi formada com esse propósito. Como era recomendado que se usasse nomes da língua Tupi-Guarani para novas cidades que surgissem, Padre Geraldo Lourenço, membro da comissão, tomou a iniciativa de solicitar a Plínio Ayrosa, um conhecedor da língua indígena Tupi-Guarani, que sugerisse um nome que significasse “lugar agradável, aprazível”, tendo como resposta os nomes Teçaindá e Teçaidaba. Embora o Padre tenha defendido os nomes, estes não agradaram os demais membros da comissão, pois eram de difícil pronúncia. Como Plínio ainda havia enviado duas outras sugestões, Toripá e Aguaí, a comissão decidiu realizar um plebiscito, para que o povo escolhesse o nome.



AO POVO DE CASCAVEL

A Comissão organisada para tratar da elevação de Cascavel á categoria de municipio, léva ao conhecimento de todos os Cascavelenses, que por Decreto-lei de 6 de Setembro de 1941, é obrigatoria a mudança dos nomes em duplicata de cidades e vilas, conforme transcrição abaixo, do artigo 9.º do referido decreto:

"Artigo 9.º — O Concelho Nacional de Geografia promoverá a eliminação da duplicata dos nomes de localidades do país.
§ 1.º — Nas instruções que regularão a revisão do quadro territorial brasileiro, em 1943, será prevista pelo Concelho a eliminação dos nomes iguais de cidades e vilas."

Compreende-se pois, que já existindo no país cidades com o nome de Cascavel, o nome da nossa localidade será mudado por força de lei.

Em reunião realizada hontem deliberou-se dilatar o prazo para a fixação do nome até dia 1.º de julho proximo, quinta-feira, para que o povo coopere na escolha do nome, colocando suas sugestões na urna que se acha na Agencia do Correio local, sabendo-se que não serão aceitos por lei nomes extrangeiros, nem de pessôas, e nem de palavras compostas ou demasiadamente longas.

A Comissão sugere os nomes que se seguem, com as respetivas traduções:

TEÇAINDÁ

(lugar alegre, risonho, aprazivel)

AGUAÍ

(cascavel, guizo — de metal e da cobra mbói-aguaí)

TORIPÁ

(lugar, tempo, modo de alegrar-se)

AS SUGESTÕES DEVERÃO SER ASSINADAS PELO PROPONENTE

Cascavel, 28 de Junho de 1943

A COMISSÃO

QUAL O NOME PREFERIDO? .....

ASSINATURA .....

A SEMENTE DE AGUAÍ

A semente da Aguaí já é conhecida aqui no Brasil, entre radiestesistas, pelo seu comportamento e pela sua energia emanada. São usadas para reequilíbrio energético das pessoas, dos locais e dos ambientes. Existe um livro chamado “Aguaí Zen” do Dr. Henrique Smith que conta toda sua pesquisa.
Segundo o pesquisador, esta árvore só se reproduz se estiverem juntas as sementes masculina e feminina. Suas auras se atraem, o que estimula o desenvolvimento da semente. Dr. Henrique Smith, Catedrático da USP - São Paulo, promoveu reunião com cientistas e clientes, para demonstrar as qualidades do Aguaí. Não é magia nem simpatia.
As sementes da Aguaí, fruto de uma planta ornamental que pode medir de 3 a 10 metros de altura, tem um valor excepcional por sua composição química e pela energia que emana.
O Aguaí emite vibrações que podem ser captadas pelos processos radiestésicos. Quando se utiliza um pêndulo ou um aurômetro, aparelhos empregados para medir a energia dos corpos, pode-se notar que as sementes manifestam uma atividade constante, transmitida para o homem, produzindo em nós um equilíbrio completo, resolvendo conflitos, protegendo a saúde e gerando riquezas.
O Dr. Smith, conhecedor do princípio Yin-Yang se dedicou ao estudo das sementes do Aguaí (nome indígena), também conhecido como chapéu-de-napoleão, fava-elétrica, nó-de-cobra, coração de Jesus, etc. Planta comum no Brasil e em muitos outros países, o Aguaí teria “virtudes mágicas”.
Essa crença em relação às propriedades das sementes é muito antiga, sendo comum nas religiões do tempo dos faraós, estando relacionadas com a magia. A semente se apresenta nas mais variadas formas e tem por finalidade produzir uma nova vida.
Segundo estudos, a semente do Aguaí faz mais do que reproduzir uma nova vida. Ela produz um equilíbrio observado através de fotos kirlian da aura humana quando utilizada junto ao corpo, protegida por tecido de seda, linho ou lã, material com vibrações positivas. O texto apresenta casos de cura através da macrobiótica - dieta dos 10 dias de arroz integral, restabelecendo o equilíbrio Yin-Yang (inter-relação sódio-potássio) - associado ao uso do amuleto das sementes.





HINO DO MUNICÍPIO DE AGUAÍ-SP

Aguaí, linda flor dos meus sonhos,
és rainha do nosso sertão,
os teus campos floridos, risonhos,
guardo sempre no meu coração.

Aguaí, junto a ti quero estar
pra rever a linda morena que um dia, em
meus braços, seus lábios beijei
e a saudade ficou...

Aguaí, Aguaí, meu amor!
Hei de novo um dia voltar
e a saudade em meu peito matar.

Letra: João Matucci

MUNICÍPIO DE AGUAÍ

Unidade Federativa: São Paulo

Região Intermediária: Campinas

Região Imediata: Pirassununga

Municípios Limítrofes: Casa Branca, Espírito Santo do Pinhal, Leme, Mogi Guaçu, Pirassununga, Santa Cruz das Palmeiras, São João da Boa Vista, Vargem Grande do Sul.

Distância até a Capital: 200 km

Fundação: 1 de Janeiro de 1.889

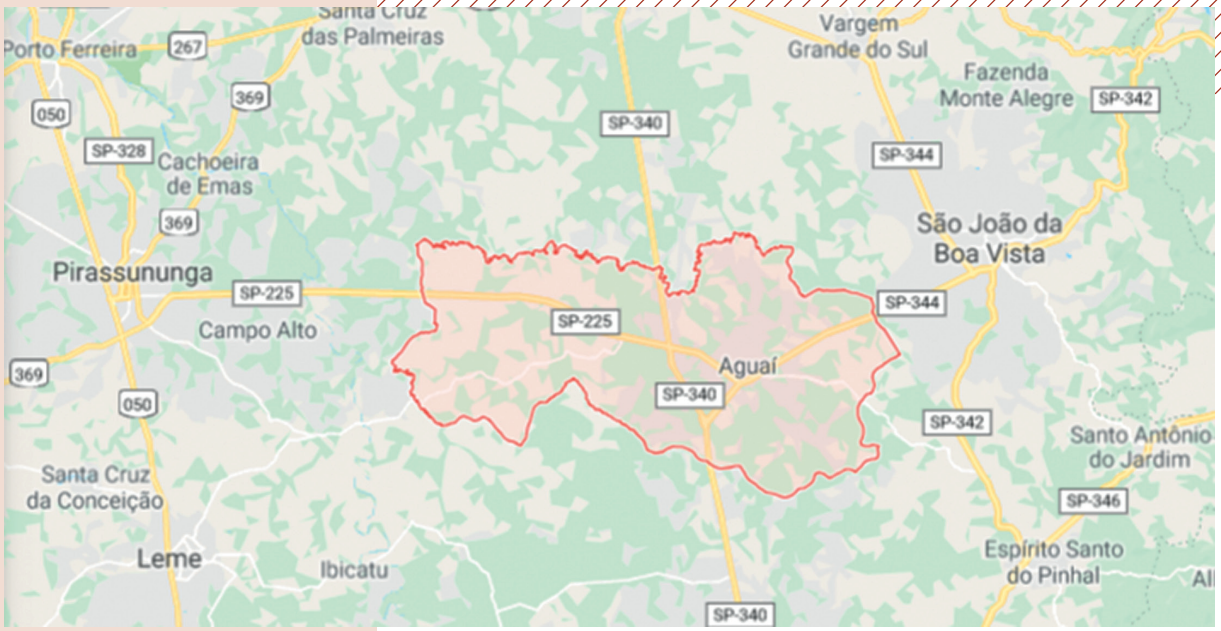
Aniversário: 6 de Agosto

Gentílico: Aguaiano

Política: O prefeito atual é José Alexandre Pereira de Araújo (PSDB) e o vice Luiz Carlos Landiva – Gestão 2017-2020. A Câmara Municipal é formada por 13 vereadores.

Localização de Aguaí no Estado de São Paulo





DADOS BÁSICOS DO MUNICÍPIO

Segundo dados do IBGE, 2017, Aguaí é uma cidade que conta com uma área de 474.554 (km2) e com uma população estimada para 2018 de 35.954 habitantes, sendo que a maioria recebe atualmente uma remuneração média mensal de 2,1 salários mínimos.

Salário médio mensal dos trabalhadores formais

2.1 salários mínimos

Comparando a outros municípios

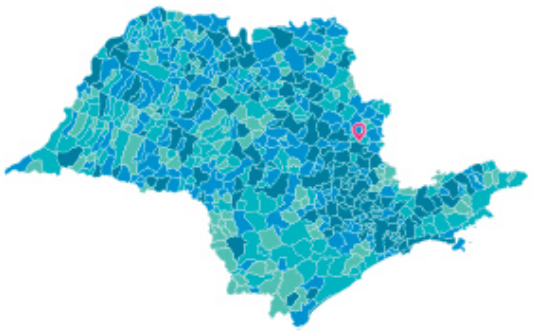
No país
5570º 1º
1368º

No Estado
645º 1º
369º

Na micro região
4º 1º
4º

Acessar página de ranking

Salário médio mensal dos trabalhadores formais



Legenda

até 2 salários mínimos	até 2.2 salários mínimos	até 2.6 salários mínimos	mais que 2.6 salários mínimos

Sem Informação

Local selecionado

De acordo com o IBGE, Aguaí possui o 3° maior PIB da micro região, o 331° maior PIB per capta do Estado de São Paulo e o 1690° do Brasil (referente ao ano de 2015). O Produto interno Bruto da cidade demonstra que a concentração aproximada de geração de renda da cidade é vindoura de prestações de serviços, 38%, restando 29% no setor industrial, 7% do setor de agronegócios e 9,8% de impostos.

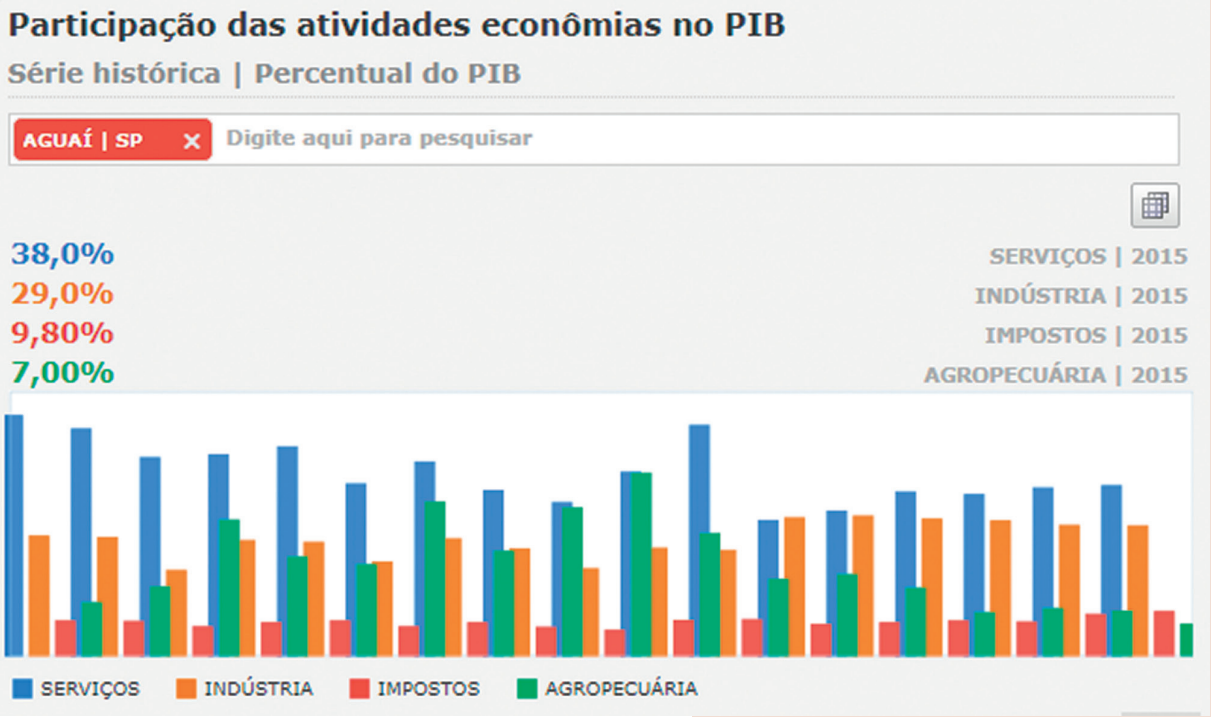


Figura 2-2.1.1: PIB de Aguaí

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDHM) - Aguaí é 0,715, em 2010, o que situa esse município na faixa de Desenvolvimento Humano Alto (IDHM entre 0,700 e 0,799).
A dimensão que mais contribui para o IDHM do município é Longevidade, com índice de 0,858, seguida de Renda, com índice de 0,702, e de Educação, com índice de 0,606. Fonte: PNUD, Ipea e FJP.

LOCALIZAÇÃO

O município está localizado na Região Leste do Estado de São Paulo, tendo como limites: Casa Branca, Espírito Santo do Pinhal, Leme, Mogi Guaçu, Pirassununga, Santa Cruz das Palmeiras, São João da Boa Vista, Vargem Grande do Sul. Sua sede está assinalada pelas seguintes coordenadas: 22° 03’ 34” de latitude sul e 46° 58’ 43” de longitude oeste do meridiano de Greenwich, tendo duas vias de acesso por meio da SP 225 ou SP 344 num percurso de 200 km até a capital.



ACESSO

Aguaí detém dois principais acessos a SP 225 Rodovia Deputado Ciro Albuquerque e a SP 344 Rodovia Rubens Leme Asprino /Rodovia Dom Tomás Vaqueiro que liga o município às principais cidades da região: Pirassununga, Mogi Guaçu e três estradas municipais: Aguaí/São João da Boa Vista, Aguaí/Orindiúva,
Aguaí/Espírito Santo do Pinhal.

ACESSOS TERRESTRES

Como já visto anteriormente, aqui serão apresentados de maneira individual e abrangência mais específica as vias de acesso para a cidade, como ponto de partida a Estação Ferroviária Mogiana.
SP 225 Rodovia Deputado Ciro Albuquerque: Sob administração do Estado de São Paulo, faz a interligação Aguaí/Pirassununga.

SP 344 Rodovia Rubens Leme Asprino/Rodovia Dom Tomás Vaqueiro: Tomando como ponto de partida a linha Férrea da Estação Mogiana a SP 344 recebe para cada sentido um nome: Rodovia Rubens Leme Asprino sentido São João da Boa Vista e Rodovia Dom Tomás Vaqueiro que liga o município às principais cidades da região: Pirassununga, Mogi Guaçu. Sob Concessão Pública desde 1998 a rodovia é administrada pela RENOVIAS, responsável por administrar 345,6 km de malha viária no Estado.
Ela faz parte do Programa de Concessões Rodoviárias do Governo do Estado de São Paulo e suas atividades são regulamentadas e fiscalizadas pela Artesp (Agência de Transportes do Estado de São Paulo). A operação das rodovias é realizada de acordo com o contrato de concessão celebrado com o Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria Estadual dos Transportes.

ACESSO RODOVIÁRIO

O município possui um Terminal Rodoviário denominado Rodoviária de Aguaí, localizado ao lado da Prefeitura do Município e Parque Municipal, na Avenida Olinda Silveira Cruz Braga, nº 32/98 - Parque Interlagos. A empresa Santa Cruz faz o transporte intermunicipal de passageiros da cidade para região.


BAR
DA
RODOVIÁRIA



ACESSO AÉREO

No município de Aguaí não existe aeroporto. O mais próximo está localizado a 100 km, no município de Campinas. O Aeroporto Internacional de Viracopos. Planejado para atender o crescimento da demanda, prevê a expansão de seus serviços de modo a estar sempre à frente do crescimento do seu público, é o sexto maior do Brasil.



RELEVO E GEOMORFOLOGIA

O estudo geomorfológico permite um entendimento da dinâmica das bacias de drenagem e de aspectos importantes, tais como a susceptibilidade a processos erosivos, o comportamento e características do lençol freático e a avaliação das vazões de cheia, em função da estimativa mais precisa de tempos de concentração e processos de retardamento que são, de certo modo, dependentes das formas do relevo.

Segundo o mapa geomorfológico do IPT (1981), o município de Aguaí situa-se, regionalmente, na transição entre dois domínios geomorfológicos: Depressão Periférica e Planalto Atlântico, sendo os limites desses terrenos coincidentes com o contato da Bacia Sedimentar do Paraná com o do Embasamento Cristalino. Segundo Almeida (1964), os terrenos constituídos pelo Embasamento Cristalino possuem predominância de morros de topos arredondados, vertentes com perfis retilíneos, presença de serras restritas, com alta densidade de drenagem, enquanto os terrenos pertencentes à Depressão Periférica exibem um relevo com formas suavizadas, levemente onduladas e constituído por colinas amplas.

As cotas altimétricas oscilam entre 500 m e 700 m. Localmente, a geomorfologia da área de estudo está inserida na Depressão Periférica, na zona do Mogi Guaçu, em áreas de relevo de degradação em planaltos dissecados, classificados segundo IPT (1981), como Colinas Amplas, as quais predominam na área de estudo, e em menor escala, por Colinas Médias e Planícies Aluviais.

As Colinas Amplas, caracterizadas por interflúvios superiores a 4 km², topos extensos e aplainados e vertentes com perfis retilíneos a convexos, predominam por quase todo o território do município. Nesta área a drenagem é de baixa densidade, com padrão subdendrítico, vales abertos e planícies aluviais interiores (IPT, 1981).

As Colinas Médias concentram-se no extremo leste do município, onde predominam interflúvios de 1 a 4 km², topos aplainados, vertentes com perfis convexos a retilíneos. A drenagem caracteriza-se por ser de média à baixa densidade, padrão sub-retangular, vales abertos a fechados e planícies aluviais interiores restritas (IPT,

1981). As Planícies Aluviais margeiam os rios Mogi Guaçu, Itupeva e Jaguarí Mirim e apresentam terrenos baixos e mais ou menos planos, sujeitos a inundações periódicas (IPT, 1981).
INSTITUTO DE PESQUISAS TECNOLÓGICAS DO ESTADO DE SÃO PAULO (IPT). Mapa Geomorfológico do Estado de São Paulo. São Paulo, 1981
SERVIÇO GEOLÓGICO DO BRASIL – CPRM. Projeto Mogi-Pardo; Carta geológica Compilada e Simplificada. São Paulo: CPRM, 1998.

HIDROGRAFIA

O município de Aguaí está inserido na Sub-Bacia do Alto Mogi, sendo o sistema de drenagem natural do município composto, principalmente, pelo rio Itupeva, afluente do rio Mogi Guaçu, e um afluente do rio Juaguari Mirim, o córrego Amaro Nunes, cuja área de contribuição é de 60,72 km². Parte do território do município de Aguaí também está inserido na Sub-Bacia do rio Jaguari Mirim, afluente do rio Mogi Guaçu. Sendo a área de contribuição desse rio de 205,33 km², 43,3% sobre a área total do município.
A captação de água bruta para abastecimento é feita na Represa do rio Itupeva que passa ao sul da cidade sentido leste/oeste. O rio Itupeva enquadra-se como classe 2, possuindo vazão de disponibilidade Q7,10 de 398,0 L/s. O município também possui captações subterrâneas através de 12 poços profundos. De acordo com o Relatório de Situação dos Recursos Hídricos da UGRHI 9 (2011), os principais aquíferos na região e suas respectivas vazões, são: Serra Geral (7 a 100 m³/s) e Tubarão (0 a 20 m³/s). Aguaí faz parte do CBH-MOGI - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Mogi-Guaçú juntamente com mais 43 municípios. O SigRH - Sistema Integrado de Gerenciamento de Recursos Hídricos do Estado de São Paulo divide o estado em áreas de atuação para otimizar os assuntos relacionados a questão.



Aguaí, Águas da Prata, Águas de Lindóia, Américo Brasiliense, Araras, Barrinha, Conchal, Descalvado, Dumont, Engenheiro Coelho, Espírito Santo do Pinhal, Estiva Gerbi, Guariba, Guatapará, Itapira, Jaboticabal, Leme, Lindóia, Luís Antônio, Mogi Guaçu, Mogi Mirim, Motuca, Pirassununga, Pitangueiras, Pontal, Porto Ferreira, Pradópolis, Rincão, Santa Cruz da Conceição, Santa Cruz das Palmeiras, Santa Lúcia, Santa Rita do Passa Quatro, Santo Antônio do Jardim, São João da Boa Vista, Serra Negra, Sertãozinho, Socorro, Taquaral.

CLIMA

Segundo a classificação de Köppen, o clima de Aguaí se enquadra no tipo Cwa, isto é mesotérmico (subtropical e temperado), com verões quentes e chuvosos, 20.4 °C é a temperatura média. Segundo o Centro de Pesquisas Meteorológicas e Climáticas Aplicadas à Agricultura (CEPAGRI), o município é caracterizado por apresentar temperatura média anual de 21,4°C, oscilando entre mínima média de 14,9°C e máxima média de 27,8°C.
O mês mais seco é Julho com 20 mm. Com uma média de 249 mm o mês de Janeiro é o mês de maior precipitação. 22.9 °C é a temperatura média do mês de Fevereiro, o mês mais quente do ano. Em Julho, a temperatura média é 16.6 °C. É a temperatura média mais baixa de todo o ano.
Quando comparados o mês mais seco tem uma diferença de precipitação de 229 mm em relação ao mês mais chuvoso. As temperaturas médias, durante o ano, variam 6.3 °C.

A precipitação média anual é de 1345 mm.

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Temperatura média (°C)	22.7	22.9	22.4	20.8	18.3	16.9	16.6	18.3	20.1	21.2	21.9	22.5
Temperatura mínima (°C)	17.6	17.6	17	14.8	11.9	10	9.5	11.1	13.5	15.4	16.5	17.2
Temperatura máxima (°C)	27.9	28.3	27.9	26.8	24.7	23.8	23.8	25.5	26.7	27.1	27.4	27.8
Temperatura média (°F)	72.9	73.2	72.3	69.4	64.9	62.4	61.9	64.9	68.2	70.2	71.4	72.5
Temperatura mínima (°F)	63.7	63.7	62.6	58.6	53.4	50.0	49.1	52.0	56.3	59.7	61.7	63.0
Temperatura máxima (°F)	82.2	82.9	82.2	80.2	76.5	74.8	74.8	77.9	80.1	80.8	81.3	82.0
Chuva (mm)	249	211	159	58	41	32	20	23	51	121	157	223

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE ESTRUTURA E SUBESTRUTURA DE BASE PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Dando continuidade no processo de desenvolvimento do inventário da oferta turística para elaboração do Plano Diretor de Turismo de Aguaí, foram levantadas pela equipe técnica as subestruturas do município, serviços públicos e privados que apoiam a atividade turística e demais estruturas e aparelhos que se inter-relacionam indiretamente com a atividade turística.

SISTEMA DE SUBESTRUTURA BÁSICA PARA O TURISMO

O sistema de subestrutura básica para o turismo pode ser visto como todo o serviço de saneamento básico que se oferece para o bom andamento da atividade turística na cidade.
São serviços públicos e privados que garantem as condições mínimas para que a atividade turística ocorra de uma maneira organizada e sustentável dentro de seu destino.

COLETA DE LIXO

Contribuindo com a limpeza urbana da cidade, a coleta de lixo efetuada pela Prefeitura Municipal de Aguaí, atinge números totais perante a cidade. 100% do lixo doméstico é realizada pelo município, semanalmente, em todos os bairros e o destino final é o aterro sanitário, disposto em valas. Já o lixo hospitalar a coleta é realizada por empresa terceirizada e enviada para tratamento por autoclave.

TRATAMENTO E ABASTECIMENTO DE ÁGUA

O Serviço de Água e Esgoto de Aguai será a partir do ano de 2019 realizado pela SABESP – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo, é uma das maiores empresas de saneamento do mundo, atua em 367 cidades paulistas com tecnologia e gestão de ponta. A meta é atingir os 100% da população urbana do município com água tratada e proporcionar meios de beneficiamento do fornecimento de água a população rural.
Atualmente o sistema municipal de distribuição de água, coleta e tratamento de esgoto é muito antigo e precário. Será tudo reconstruído para melhoria no atendimento da população e turistas.

ESGOTO

O Município de Aguaí, de acordo com informações cedidas pela Prefeitura Municipal, tem convênio com a SABESP de abastecimento de água tratada, também da coleta e tratamento do esgoto. Apesar de ultrapassado o sistema apresenta 90.1% de domicílios com esgotamento sanitário adequado.

SISTEMA DE DISTRIBUIÇÃO DE ENERGIA MUNICIPAL

A responsável pelo sistema de distribuição de energia para o município de Aguaí é a ELEKTRO – Distribuidora que está entre as maiores distribuidoras de energia elétrica do Brasil, atendendo a 228 cidades, sendo 223 em São Paulo e 5 no Mato Grosso do Sul, totalizando mais de 6 milhões de pessoas que recebem essa energia todos os dias.
Oferece atendimento presencial em 100% das cidades de área de concessão e mantém Sede Corporativa, o Centro de Operação da Distribuição e a Central de Relacionamento com Cliente (CRC) em Campinas, no interior de São Paulo. Já em Sumaré encontra-se o Centro de Distribuição.
Desde 2011, tem capital aberto, é controlada indiretamente pela Iberdrola S.A., com

sede na Espanha, um grupo que está entre as maiores companhias elétricas no mundo e é líder mundial em energia eólica.

SISTEMA DE COMUNICAÇÃO

Os sistemas de comunicação identificados nesta fase de pesquisa darão suporte a entender quais os meios de comunicação a cidade detêm internamente para se comunicar, divulgar e promover a potencial atividade turística, entre eles: televisão, rádio, internet, jornal, conforme descrito na tabela abaixo

Nome	Endereço	Telefone
Rádio Interativa FM 100.9	Rua Margarida Maria Simões, 270 - Vista da Colina	(19) 3652-7006
Jornal O Imparcial	Rua Consolação, 660 - Vila Braga	(19) 3652-1736
Jornal A Gazeta de Aguaí	Rua Capitão Silva Borges, 702 – Centro	(19) 99532-1407
Revista EVIDENCIA	Rua XV de Novembro, 853	(19) 3437-5000
Grupo RPP - Internet	Rua Barão do Rio Branco, 219	(19) 3652-7087
União Telecom Internet	Rua Valins, 996 - Centro	(19) 3652-7060
Net Fone TV a Cabo	Vila Regina	0800 580 0641
TV Câmara	www.cmaguai.sp.gov.br/Sessoes/TVCMA_AoVivo.php	0800 772 6310

SISTEMA DE SEGURANÇA PÚBLICA

O sistema de segurança pública presente no município foi identificado nesta fase de pesquisa para dar resposta imediata a todo o tipo de perturbação da ordem pública. Estão presentes conforme descrito abaixo:

Nome	Endereço	Telefone
Delegacia de Polícia Civil	R. Capitão Silva Borges, 223	(19) 3652-2641
Polícia Militar de São Paulo	R. Benjamin Constant, Ch. Boa Sorte	190
Guarda Municipal de Aguaí	R. Joaquim José, 159 - Centro	(19) 3652-1335
Bombeiros		193

SISTEMA DE SAÚDE

O sistema de saúde municipal identificado nesta fase de pesquisa servirá para dar suporte a qualquer solicitação, por parte do visitante, de assistência médico hospitalar. Estão presentes conforme descrito abaixo:

Nome	Endereço	Telefone
Pronto Atendimento Imediato	Rua Alexandrino de Alencar, 127	(19) 3652-6166
Centro de Saúde III	Praça Governador Carvalho Pinto,	(19) 3652-6161
UBS Cidade Nova	Rua Aparecido Antônio de Oliveira,	(19) 3652-6060
UBS Vila Braga	Rua São Judas Tadeu	(19) 3652-4495
UBS Santa Maria	Rua Oswaldo Moro	(19) 3652-6160
UBS Jd. Aeroporto	Rua Vera Veraldi Camargo	(19) 3652-5915

FARMÁCIAS E DROGARIAS:

- VIEIRA E BRAIDO DROGARIA
Endereço: R Vallins, 865 -
Telefone: (19) 3652.2189

- FARMÁCIA PAULISTA
Endereço: R Vallins, 662 - Vila Bom Gosto -
Telefone: (19) 3652.1362

- ESSÊNCIA NATURAL
Endereço: R Silva Borges, 797 - Parque Miguelito –
Telefone: (19) 3652.1739 // (19) 3652.1013 // (19) 3652.2400

- EDGAR SIMÕES DROGARIA
Endereço: R Valins, 421 - Jd do Mar –
Telefone: (19) 3652.4245

- DROGARIA BOA VISTA
Endereço: R Capitão Silva Borges, 649 - Parque Miguelito –
Telefone: (19) 3652.1707 // (19) 3652.2985

- LUIZ EDUARDO DE BRITO EMYGDIO
Endereço: R Silva Borges, 607 - C C, Centro - Aguaí, SP

- DROGARIA SANTA RITA
Endereço: R Vallins, 974 - Vila Bom Gosto -
Telefone: (19) 3652.4222

- DROGARIA DIAS
Endereço: R 13 de Maio, 794 - Centro -
Telefone: (19) 3652.5927

- DROGARIA SÃO JOÃO
Endereço: R Vallins, 891 - FRENTE - - Vila Bom Gosto –
Telefone: (19) 3652.2953 // (19) 3652.5598

- OLIVEIRA LESBON DROGARIA LTDA MELTDA
Endereço: R Candinho Rocha, 93 - Vila Nova Aparecida -
Telefone: (19) 3652.5126

- DROGARIA SÃO BENEDITO
Endereço: R Rui Barbosa, 240 - Centro -
Telefone: (19) 3652.2084 // (19) 3652.3668

- FARMAIS
Endereço: Av Azevedo Marques, 425 - Centro –
Telefone: (19) 3652.7342

- NOSSA SENHORA DE APARECIDA
Endereço: R Capitão Silva Borges, 845 - Parque Miguelito -
Telefone: (19) 3652.2863 // (19) 3652.1293

- DROGARIA DO POVO
Endereço: R Ana Simon Alonso, 210, Jardim Cidade Nova - Aguaí, SP

- FARMÁCIA NOVA
Endereço: R Vallins, 1075 - Vila Bom Gosto –
Telefone: (19) 3652.1577

- DROGARIA SÃO JOÃO
Endereço: R Vallins, 891 - Vila Bom Gosto
Telefone: (19) 3652.2953

- FARMÁCIA DE MANIPULAÇÃO E HOMEOPATIA CHEIRO DE MATO
Endereço: R. Cap. Silva Borges, 498 –
Telefone: (19) 3652.5997

CONSULTÓRIOS ODONTOLÓGICOS:

- CLÍNICA ODONTOLÓGICA NOVO SORRISO
Endereço: R Vallins, 549 - Vila Bom Gosto –
Telefone: (19) 3652.5187

- CLÁUDIO CELSO POZZER
(COE Pozzer – Centro Odontológico Especializado)
Endereço: Av Azevedo Marques, 371 –
Telefone: (19) 3652.1987 // (19) 3652.1650

- LEOPOLDO PELLEGRINI DEFAVARI
Endereço: R Capitão Silva Borges, 519 - 519b - - Parque Miguelito –
Telefone: (19) 3652.2291

- CAMILA M DE MORAES CHEREGATTI
Endereço: Av Rui Barbosa, 336 - Centro –
Telefone: (19) 3652.7555

- LUÍS AUGUSTO PINTO BENEVENTE
Endereço: R Joaquim José, 219 - Centro –
Telefone: (19) 3652.3815

- PAULA BIANCA ARAÚJO
Endereço: R Capitão Silva Borges, 883 - Parque Miguelito –
Telefone: (19) 3652.5432

- DANILO RODRIGUES
Endereço: R Francisco Guilherme, 455 - c-01 –
Telefone: (19) 3652.2129

- CLÍNICA ZOLDAN
Endereço: R 15 de Novembro, 910 –
Telefone: (19) 3652.1861

- SIMON ODONTOLOGIA
Endereço: R Valins, 566 - SL 2 - Centro –
Telefone: (19) 3652.0047

- SALVADOR RE FILHO
Endereço: R 13 de Maio, 31 - Centro –
Telefone: (19) 3652.2099

- ILMA NOVAES PEREIRA
Endereço: R Almirante Tamandaré, 414 - Centro
Telefone: (19) 3652.4464

- CARLOS ALBERTO CRISTAL
Endereço: R Saldanha da Gama, 299 - Vila Bom Gosto –
Telefone: (19) 3652.4285

- CLÍNICA FASSINA
Endereço: Rua Francisco Guilherme, 1191,
Telefone: (19) 3652.3645 / 9 9828.0800 (tim) / 9 9424.4065 (claro)

- CLÍNICA ESTEVES
Endereço: R 13 de Maio, 221 - Centro –
Telefone: (19) 3652.1379

SISTEMA DE EDUCAÇÃO

O sistema municipal de ensino, constituído pela Secretaria de Educação, Esportes e Cultura e o Conselho Municipal de Educação, conta com 16 unidades escolares, sendo:

- 4 creches que atendem aproximadamente 330 crianças de 0 a 3 anos;
- 7 unidades que atendem ensino infantil e fundamental ;
- 7 unidades atendem somente ensino fundamental I, uma delas atende também ensino fundamental II, ensino médio e EJA (Educação de Jovens e Adultos).

No ensino infantil, tem matriculado 881 alunos, ensino fundamental I, 1870, ensino fundamental II, 461 e no ensino médio e EJA, 544 alunos, num total aproximado de 4.100 alunos.
A Secretaria de educação, Esportes e Cultura mantém parceria com o SESI e o SICREDI, com projetos voltados tanto para o educacional, como para o social.
Na rede privada conta-se com duas escolas, com aproximadamente 500 alunos matriculados e o ensino que vai do infantil ao ensino médio. Na rede estadual, têm quatro escolas de ensino fundamental I e II e médio com 2.230 alunos e o Centro Paula Souza – ETEC, com o ensino médio, ensino médio integrado ao técnico e técnico com os seguintes cursos: Técnico em Administração, Técnico em Informática e Técnico de Segurança do Trabalho, num total de 370 alunos.
Conta-se ainda, com uma faculdade privada com o curso de licenciatura em Pedagogia e cursos de aperfeiçoamento e pós-graduação na área de educação. Temos ainda um polo da UNIVESP, com os cursos de Engenharia da Computação, Engenharia de Produção e Tecnologia de Gestão Pública e polos da UNIP e Faculdade de Campos Elíseos com cursos na área da educação. Além disso, a prefeitura fornece transporte gratuito para estudantes universitários e de curso técnicos não existentes na cidade, que estejam matriculados em municípios vizinhos numa distância de até 60 km.
Tem-se um convênio com o SENAI que disponibiliza cursos profissionalizantes, com o intuito de capacitar mão de obra para as empresas instaladas no município, como curso de eletricista instalador, inspetor de qualidade, mecânica industrial, metrologia e outros, por meio do CECAPA (Centro de Capacitação Profissional de Aguaí)
O Fundo Social de Solidariedade de Aguaí também disponibiliza cursos, em parceria com o SESI e outros órgãos, como a Secretaria de Educação, Esportes e Cultura, dentro de um projeto social, incentivando o empreendedorismo e buscando uma saída de situações de vulnerabilidade social. Oferece cursos de panificação, estética, corte e costura e outros.

ESCOLAS, CRECHES E FACULDADES:

- *Escola Chapeuzinho Vermelho*
Atende de segunda a sexta.
Horário: 7:00 ás 17:30
Telefone: (19) 3653-7201
Endereço : R. Maj. Braga, 350 – Centro.

- *Escola Municipal Joaquim Giraldi :*
Atende de segunda a sexta.
Horário: 7:00 ás 22:00
Telefone: (19) 3653-7125
Endereço : Av. Olinda Silveira Cruz Braga, 200 – Parque Interlagos.

- *Escola José Legaspe Muinha:*
Atende de segunda a sexta.
Horário: 7:00 ás 17:30
Telefone: (19) 3653-7134
Endereço : R. Alexandrino de Alencar, 335 – Jd. Sta. Ursul

- *Escola Rubens Leme Asprino:*
Atende de segunda a sexta.
Horário: 7:00 ás 17:00
Telefone: (19) 3653-7128
Endereço : Rua Ana Simon Alonso, 39 – Cidade Nova.

- *Escola e Creche Prof. Luiz Carlos Simon:*
Atende de segunda a sexta.
Horário: 7:00 ás 17:30
Telefone: (19) 3653-7129
Endereço : Rua Aparecida Ferreira Pínola, Jardim Aeroporto.

- *Escola João de Oliveira Borges:*
Atende de segunda a sexta.
Horário: 7:00 ás 17:30
Telefone: (19) 3653-7138
Endereço : R. Itália Scapin Mosca, 152 – Jardim Vista da Colina.

- *Escola Capitão José Castelo :*
Atende de segunda a sexta.
Horário: 7:00 ás 17:30
Telefone: (19) 3653-7139
Endereço : R. Ver. João Afonso Fonseca Neto, 293 – Vila São José.

- *Escola Hilda Aversi Castelo:*
Atende de segunda a sexta.
Horário: 7:00 ás 17:30
Telefone: (19) 3653-7141
Endereço : Rua Brasílino de Oliveira Valim,Jardim Bela Vista.

- *Escola Angelo Sylvio Selbere:*
Atende de segunda a sexta.
Horário: 7:00 ás 17:30
Telefone: (19) 3653-7142.
Endereço : Rua Bela Vista, 195, Bom Gosto.

- *Escola Clarice Motta Moro:*
Atende de segunda a sexta.
Horário: 7:00 ás 17:30
Telefone: (19) 3653-7141
Endereço : Rua São Judas Tadeu – Vila Braga.

- *Escola João Silva:*
Atende de segunda a sexta.
Horário: 7:00 ás 17:30
Telefone: (19) 3653-1590
Endereço : Rodovia Aguaí/Pirassununga, km 5, Rural.

- *Escola José de Oliveira:*
Atende de segunda a sexta.
Horário: 7:00 ás 17:30
Telefone: (19) 3653-7143
Endereço : Rua Estrada do Tanque, 60, Jardim Aeroporto.

- *Escola Profª.Leonor Conti Elias:*
Atende de segunda a sexta.
Horário: 7:00 ás 17:30
Telefone: (19) 3653-7146
Endereço : Rua Antonio Vicinanci, 210 – Cidade Nova.

- *Escola Profª Zulmira Moraes Legaspe Mamede*:
Atende de segunda a sexta.
Horário: 7:00 ás 17:30
Telefone: (19) 3653-7148
Endereço : Rua Benedito de Oliveira,25 – Cidade Nova.

- *Creche Escola Dr. José Luiz Massuia Betito:*
Endereço: R. Milton José César Rezende, 130-232 – Parque Miguelito, Aguaí , 13860-000.
Atende de segunda a sexta dás 7:00 ás 17:30.
Telefone: (19) 3653-7123.

- *Creche Drª. Maria Terezinha Gonçalves Alonso Grillo:*
Endereço: Edson de Souza – Vista da Colina Aguaí CEP: 13860-000.
Atende: Segunda ás Sexta dás 7:00 ás 17:30.
Telefone: (19) 3653-7131

- *Faculdade de Ciências Humanas:*
Ed: R XV de Novembro 1326 Centro.
Tel: 19-3652 5345
Privada

- *UNIP- Universidade Paulista:*
End: R Antônio Vicinanci 120 Jd Santa Maria
Polo Aguaí

- *UNIVESP - Polo Aguaí:*
End: Av. Olinda Silveira Cruz Braga, 200
Pq. Interlagos

- *Lar das Crianças:*
Atende de segunda a sexta dás 7:00 ás 17:30
Endereço: Rua Washington Luís, 352 – Vila Bom Gosto, Aguaí – SP, 13860-000.
Telefone: (19)3652-4523

- *Cozinha Piloto*
Cozinha Piloto tem por objetivo desenvolver a alimentação escolar dos alunos da educação infantil, ensino fundamental, ensino médio e educação de jovens e adultos matriculados em escolas públicas.
Telefone: (19) 3652-6074.
Endereço: Avenida Olinda Silveira C Braga, 200 – Prq Interlagos.

- *Biblioteca*
A Biblioteca Municipal de Aguaí, localizada na Casa da Cultura " Dionysio Castello".
Endereço: Rua Major Braga, defronte à Estação Ferroviária, 472 – Centro
Telefone: (19) 3653-7154

AGÊNCIAS BANCÁRIAS

O sistema financeiro identificado nesta fase de pesquisa tem utilidade para dar apoio logístico aos visitantes que precisam de serviços bancários no município de Aguaí. Estão presentes conforme descrito abaixo:

Nome	Endereço	Telefone
Bradesco S/A – Agencia Aguai 0303	Rua XV de Novembro, 531 - Centro	(19) 3652- 2321
ITAU – 0006	Rua Major Braga, 731	(19) 3652- 2235
Banco do Brasil – Agencia 0275	Rua Capitão Silva Borges, 660 - Centro	0800 729 0722
Caixa Econômica Federal – Agencia 3427	Rua Sete de Setembro, 22 - Centro	(19) 3652- 8000
Santander – Agencia 0158	Rua Major Braga, 610	(19) 3652- 9400
Sicredi União PR/SP	Rua Major Braga, 845	(19) 3652- 6170
Sicoob Credicitrus	Rua Sete de Setembro, 115	(19) 3652- 9499
Casa Lotérica Aguaí	Rua Capitão Silva Borges, 635	(19) 3652-4272

- POSTOS DE COMBUSTÍVEIS

Os postos de gasolina presentes no município foram identificados nesta fase de pesquisa para dar assistência e segurança na circulação dos meios de transporte dentro do município.

Nome	Endereço	Telefone
POSTO TRANSO AGUAÍ	Rua Almirante Barroso, 20	(19) 3652.5922
POSTO SHALOM	Rod SP 344, - KM 208	(19) 36231353
Posto Michele	Rod Mogi Guaçu Casa Branca Sp, 340 - KM 208,3	(19) 3652.2307
AUTO POSTO M M AGUAÍ	R Rui Barbosa, 128	(19) 3652.3859
AUTOPOSTO RESTAURANTE JAGUARI	Rod SP-340, - km-208	(19) 3652.2307
POSTO MARTUCCI	R Rui Barbosa, 764	(19) 3652.1125 / 3652.2755
AUTOPOSTO CHAPARRAL	Rod SP-344, - km-212	(19) 3652.3839 / 3652.3800
AUTOPOSTO BETINHO	R 7 de Setembro, 237	(19) 3652.1599 / 3652.1569
AUTO POSTO ZINETTI	Rod SP 344 Km 211+798	
AUTOPOSTO CASCAVEL	R Francisco Guilherme, 564 -	(19) 3652.1023
AUTOPOSTO MAJOR	R Adolfo Simon, 52 - Parque Cecap	(19) 3652.3044 / 3652.5823
AUTO POSTO SÃO LUCAS AGUAÍ	R Marechal Floriano Peixoto, 627	(19) 3652.6793

- OFICINAS MECÂNICAS:

- OFICINA MECÂNICA SÃO FRANCISCO
ENDEREÇO: Av Adolfo Simon, 230 - E 248 - - Jd STA Maria
Telefone: (19) 3652.1594

- ANA PAULA DIAS DE SOUZA
ENDEREÇO: R Alberto Kendi Fukugal II, 278 –
Telefone: (19) 3652.2839

- AUTO MECÂNICA BARÃO
ENDEREÇO: R Júlio Duarte, 132 -
Telefone: (19) 3652.2571

- AUTOMECÂNICA NILO
ENDEREÇO: R Marechal Deodoro, 152 - Jardim Primavera -
Telefone: (19) 3652.1318

- AUTO MECÂNICA CHIQUINHO
ENDEREÇO: R Silvio Cheregati, 195 - Vila Senador Teotônio Vilela -
Telefone: (19) 3652.2680

- AUTO MECÂNICA SIMÕES
ENDEREÇO: R Vallins, 1514 - Vila Bom Gosto –
Telefone: (19) 3652.3848

- SÃO CRISTÓVÃO
ENDEREÇO: Av Miguel Biazo, 369, Vila Braga –

- AUTO MECÂNICA AGUAÍ DIESEL
ENDEREÇO: R Osvaldo Moro, 257 - Vila Redher –
Telefone: (19) 3652.2912

- ESQUINÃO MOTOS
ENDEREÇO: R Major Braga, 536 - Centro -
Telefone: (19) 3652.6006

- QUADRADOS MOTOS
ENDEREÇO: R Doutor Paulo e Rodolfo Lanzoni, 217 - Vila Nova Aparecida
Telefone: (19) 3652.1180

- BORRACHARIAS:

- ZAZO AUTO CENTER E BORRACHARIA
Endereço: Av Rui Barbosa, 416 - Centro -
Telefone: (19) 3652.4206

- MARTINS E BRITO BORRACHAS
Endereço: R Major Braga, 1104 -
Telefone: (19) 3652.2546

- NOSSA SENHORA DE APARECIDA
Endereço: R Rui Barbosa, 416 - Centro
Telefone: (19) 3652.1547

- BORRACHARIA SHALON
Endereço: R Henrique Castelo, 61 - Vila S José –
Telefone: (19) 3652.5403

ECONOMIA DO MUNICÍPIO

A economia do município está baseada principalmente na agricultura e no setor industrial de papelão, a cidade possui quatro empresas no setor que emprega cerca de 40% dos trabalhadores da cidade. No setor agrícola, predominam as culturas de cítricos, soja, algodão, milho, feijão e arroz, na pecuária: leite e corte. Já o setor industrial dispõe de 25 estabelecimentos industriais nos segmentos de embalagens, cosméticos, medicamentos, alimentos, soluções-tecnológicas, piscinas de fibras e bens de consumo.
A composição do setor de serviços é diversificada, com a maior participação a cargo das atividades imobiliárias e serviços prestados às empresas, assim como o comércio está em franco desenvolvimento.

- OFERTA TURÍSTICA

O município de Aguaí possui alguns pontos culturais e naturais importantes para visitação, os quais destacamos abaixo:

- ATRATIVOS CULTURAIS

- MONUMENTO PEDRA BRANCA

Colocada debaixo de uma enorme figueira na praça central à frente de sua casa, essa pedra foi colocada ali pelo próprio Major Braga.
Por décadas ela enfeitou o jardim permanecendo lá até hoje. Considerada um verdadeiro marco histórico, no ano do centenário foi construído um monumento para ela.



- IGREJA MATRIZ SENHOR BOM JESUS

No ano de 1894, pela iniciativa dos Major Braga, Capitão Pedro Legaspe e Coronel Joaquim da Silva Borges, iniciou-se a construção da capela, ficando em parte, concluída no ano de 1896.
Quatro anos após, há 28 de setembro de 1900, acontecia a primeira instalação da Paróquia do Senhor Bom Jesus de Cascavel, sendo o Bom Jesus o Padroeiro da localidade, festivamente reverenciado e louvado, todos os anos na tradicional data de 06 de agosto.
O prédio foi reconstruído no ano de 1919 pelo Padre Antônio Pereira da Silva, auxiliado pelo engenheiro Paulo Vitor Lanzoni, Cap. José Castello e pela comunidade que já chegava a 8000 almas.



- CEMITERIO MUNICIPAL

Endereço: Rua da Consolação , 404
Aberto a visitação das 7 hs as 17 hs

Quem visita o cemitério pela primeira vez, se surpreende logo na entrada. Um túmulo com várias estátuas em volta de uma mesa gigante chama a atenção. As 13 figuras são os pais e os irmãos de Sebastião Biazzo (ex-prefeito). O inusitado é que ele e outros que estão representados ali ainda estão vivos.

Outros jazigos também atraem curiosos, vale a pena visitar!



- CAMINHO DA FÉ



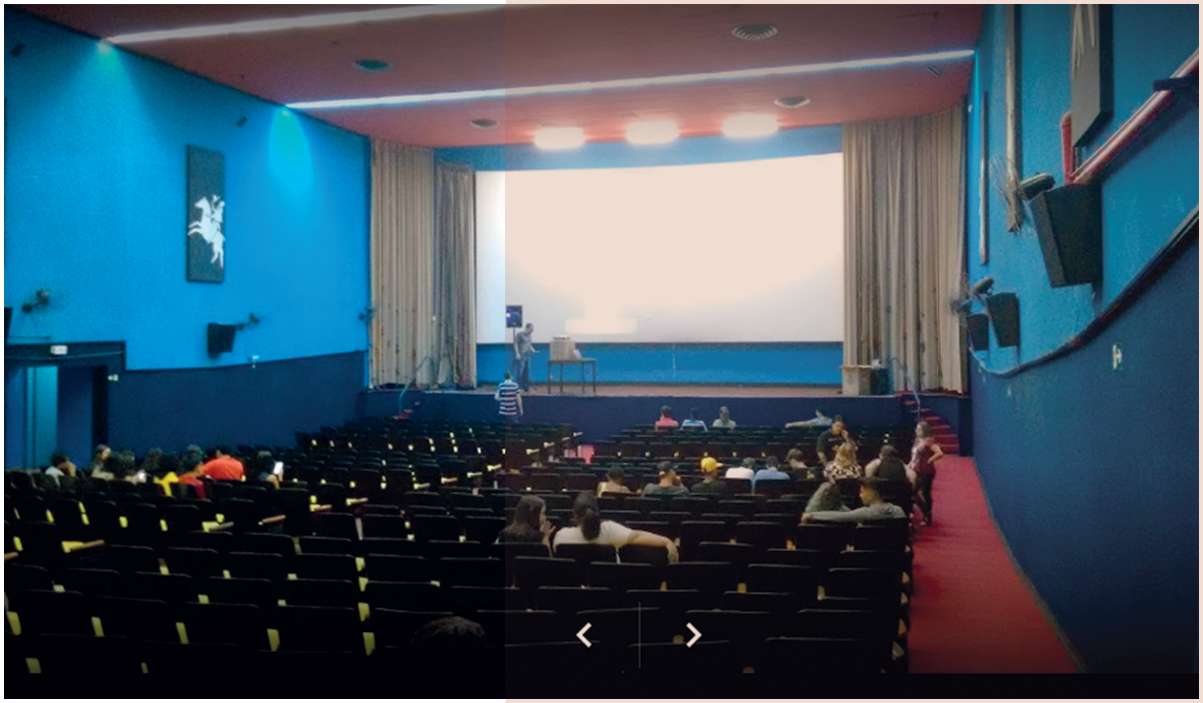
Criado para dar estrutura aos que desejam fazer a peregrinação até o Santuário Nacional de Aparecida. São 5 pontos de partida: São Carlos, Cravinhos, Mococa, Divinolândia e Aguaí, todos rumando ao Santuário Nacional de Aparecida.
A ideia é reproduzir a experiência do Caminho de Santiago de Compostela, na Espanha. O peregrino leva consigo uma credencial desde o início da sua rota, documento que ele deve carimbar em pousadas ao longo do trajeto para ter direito a um certificado de conclusão ao fim da viagem. O trajeto proposto foi denominado Caminho do Fé e os locais de pernoite, pousadas, tudo planejado para oferecer conforto e segurança aos peregrinos.
São 570 km, 305 dos quais atravessando a Serra da Mantiqueira por estradas vacinais, trilhas, bosques ou asfaltos. Compõe o trajeto passando por várias cidades. A pé, o percurso pode ser concluído em 16 a 19 dias; no caso de ser percorrido de bicicleta a previsão é de 7 a 11 dias sempre levando em consideração o ponto mais distante da cidade de Descalvado.
A peregrinação ao Santuário de Nossa Senhora Aparecida inicia a rota pela Região Noroeste: Cidades: Cravinhos - SP • São Simão - SP e Santa Rosa do Viterbo - SP. Região Oeste: São Carlos - SP • Descalvado - SP • Porto Ferreira - SP • Santa Rita do Passa Quatro - SP • Tambaú - SP • Casa Branca - SP e Vargem Grande do Sul. Região Norte: Mococa - SP • São José do Rio Pardo - SP e São Sebastião da Grama - SP. Junção Região Oeste e Norte: São Roque da Fartura - SP • São João da Boa Vista - SP • Águas da Prata - SP • Andradas - MG • Crisólia - MG • Tocos do Mogi - MG • Inconfidentes - MG • Borda da mata - MG • Ouro Fino - MG • Estiva - MG • Consolação - MG • Paraisópolis - MG • Luminosa - MG • Campista - SP • Campos do Jordão - SP • Pindamonhangaba - SP e Aparecida - SP. (Basílica Nacional de Aparecida).

Caminhantes: Segundo os organizadores, numa bagagem com menos de 6 quilos, incluindo o peso da mochila, o peregrino leva tudo de que precisa durante o percurso. Recomenda-se portarem mochila com presilhas no peito e quadris contendo: 2 mudas de roupas leves e de fácil secagem, além da que vestem na ocasião; capa de chuva também cobrindo a mochila; chinelo; Itens de higiene pessoal; produtos de primeiro socorros (esparadrapo, pomada contra assadura, antisséptico, entre outros); canivete; toalha (preferencialmente do tipo fralda de pano); cajado para servir de apoio e defesa contra animais hostis; calçado resistente e macio que já esteja adaptado aos pés; chapéu de pano com abas; recipiente para água apenas com a quantidade a ser consumida em cada trecho; protetor solar e repelente contra insetos.

Ciclistas: Recomenda-se bicicleta mountain bike com o mínimo de 21 marchas, luvas e capacete. As ferramentas básicas para percorrer o Caminho com segurança são: eixo de pressão, canivete multiuso, ferramenta de corrente, 2 câmaras, kit de reparo, bomba de ar, manchão, óleo lubrificante. A mochila, levada no bagageiro da bicicleta, deve conter uma roupa de ciclista - fora a que está vestida, uma muda de roupa leve e de fácil secagem, chinelo e itens de higiene pessoal e primeiros socorros.

- CINE TEATRO DONA ESMERALDA
Endereço: R. XV de Novembro, 183-279 – Centro
Acessibilidade: Sim
Acessibilidade física: corrimão nas escadas e rampas.
Capacidade: 480 pessoas





- IGREJA SÃO BENEDITO
Endereço: Rua Capitão Silva Borges, 960



- ROTA DAS CAPELAS

Trata-se de um percurso situado entre as cidades de Aguaí/SP e Santa Rita de Caldas/MG, num total de 93 quilômetros, que se divide em 4 etapas, com trânsito intermediário pelas cidades/municípios de Espírito Santo do Pinhal/SP, Santo Antônio do Jardim/SP e Ibitiúra de Minas/SP.



- MEMORIAL 9 DE JULHO

Endereço: Avenida Sandoval Azevedo s/n
Homenagem da cidade aos combatentes da Revolução de 1932



- MINA D'AGUA

Localizada ao lado do Monumento 9 de Julho, quando ativa era usada como ponto de apoio para tropeiros, peregrinos que por ali passavam para se refrescar e abastecer os visitantes.



- CRISTO REDENTOR

Localizado dentro do Parque Interlagos. Erguido para abençoar os cidadão e peregrinos que visitam o município, é também um mirante pois de lá se avista a cidade inteira.



- PARQUE MUNICIPAL INTERLAGOS

Principal ponto de encontro dos cidadãos, possui vasta área de recreação e lazer, conta com dois grandes lagos, pista de caminhada, quiosques e quadras esportivas, parquinho infantil, poliesportivo e pista de skate, uma grande área verde para lazer.



- BURACÃO DO ZÉ ANTÔNIO

Área verde próxima a cidade, utilizada pela população para fazer esportes: como caminhada, bicicleta e motos.



- CACHOEIRINHA DAS 3 FAZENDAS

Aproximadamente 8 km do centro da cidade, encontra-se uma cachoeira, muito visitada pelos peregrinos e viajantes de bicicleta para se refrescarem no caminho que liga Aguaí a Espírito Santo do Pinhal pela estrada velha..





- HOTÉIS

Na pesquisa de campo realizada foram encontradas 4 (quatro) meios de hospedagem no município.

Nome	Unidades Habitacionais	Leitos
Pousada Primavera	24 Uhs	53 leitos
Hotel Aguai	15 Uhs	33 leitos
Hotel Ideal	27 Uhs	50 leitos
Pousada Casarão	10 Uhs	30 leitos

- POUSADA PRIMAVERA

(19) 3652-1655 – 36527326
Rua Marechal Deodoro, 415 - Jardim Primavera.



- HOTEL AGUAI
(19) 3652-4437
Rua Maj. Braga, 660 - Centro



- HOTEL IDEAL
(19) 3652-2854 - 3652-2999
Av. Azevedo Marques, 247 - Centro - CEP:13860-000



- POUSADA CASARÃO
(19) 9802-7001
Av Rui Barbosa, 810 - Centro - CEP: 13860-000



- ALIMENTOS E BEBIDAS

Restaurantes

Nome	Mesas	assentos
Restaurante Toca do Bambu	30 unidades	120 lugares
Restaurante Império	4 unidades	30 lugares
Restaurante Janete	10 unidades	20 lugares
Restaurante Fogão a Lenha	20 unidades	80 lugares
Restaurante do Kim	40 unidades	160 lugares
Churrascaria Chaparral Grill	50 unidades	200 lugares
Restaurante do Baltazar	15 unidades	60 lugares
Restaurante Clube de Campo	17 unidades	70 lugares
Pizzaria Forno de Barro	20 unidades	80 lugares

– Restaurante Toca do Bambu
Rua Valins, 826 – Centro
Telefone: (19) 9 9308.3855 // (19) 3652.4455



- Restaurante Império
Rua Valins, 628 – Centro
Telefone: (19) 3652.4021



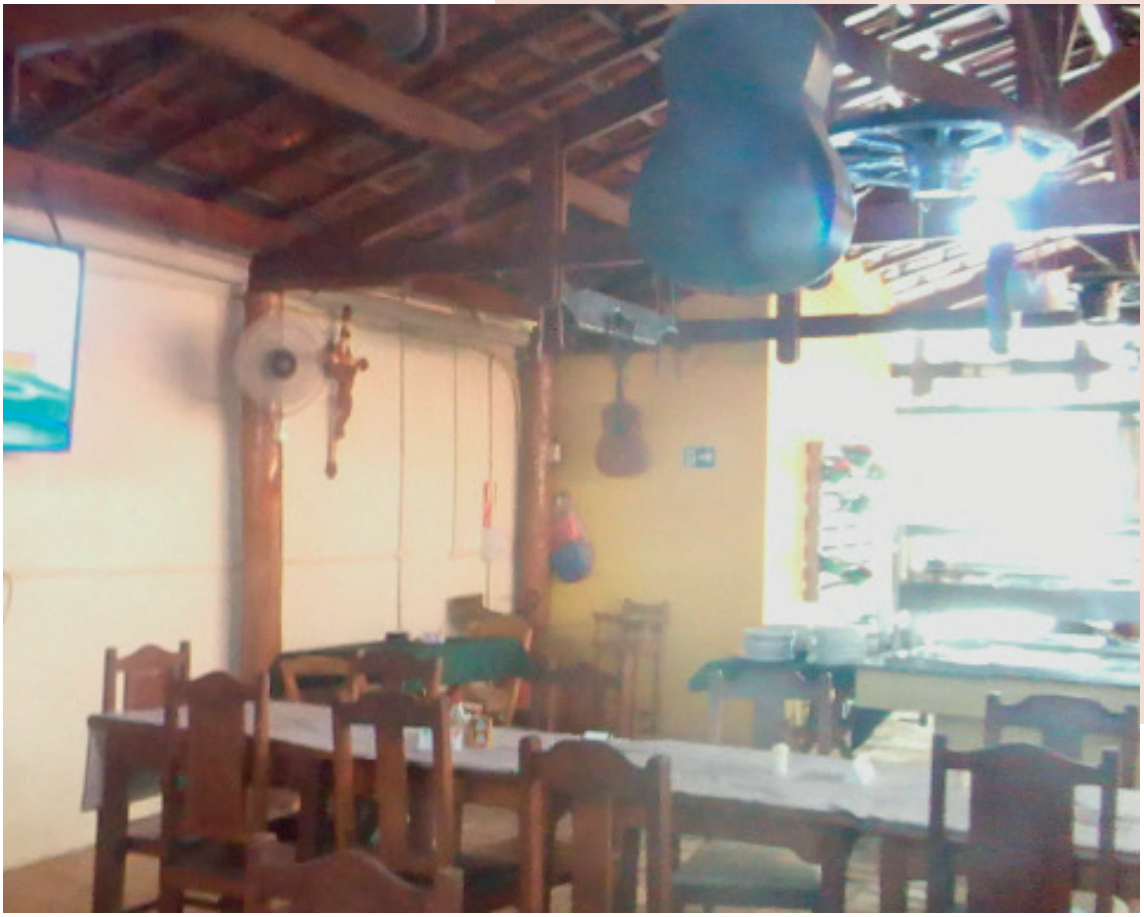
- Restaurante Janete
Rua Valins, 816 – Centro
Telefone: (19) 3652.2868



- Restaurante Fogão a Lenha
Rua Valins, 504 – Centro
Telefone: (19) 3652-3819



- Restaurante KIM
Rua Almirante Barroso, 373
Telefone: (19) 3652-5384



- Churrascaria Chaparral Grill
SP 344 km 212
Telefone: (19) 3652- 2879



- Restaurante do Baltazar
Rua Treze de Maio, 1026
Telefone: (19) 3652-6497



- Restaurante Clube de Campo
Estrada Municipal Cantinho, 345
Telefone: (19) 3652-2045



- Pizzaria Forno de Barro
Rua Washington Luís, 361
Telefone: (19) 3652.2474



- CONVENIÊNCIAS

- Moe's Tabacaria e Conveniência
Rua Valins, 79
(19) 3652-4999



- Mafra Bebidas e Conveniência
Rua XV de Novembro, 176
(19) 99295-5072



- Padarias, Sorveterias e Lanchonetes

- Padaria Major
Rua Major Braga, 605 – Centro
Telefone: (19) 3652-4050

- Padaria Casa do Pão
Rua Valins, 457
Telefone: (19) 3652-6966

- Dedo de Maria
Rua Cap. Silva Borges, 715 – Centro
Telefone: (19) 3652.1608

- Parada 95
Rua Miguel Biazzo,
Telefone: (19) 3652.1979

- Bar Do Bonatti
Avenida Nova América, 820-906 - Jardim Nova America
Telefone: (19) 9 9415.7478

- Mary Lanches
Estrada Cunha, 280 - Cidade Nova

- Pagani Esfiras e Pizzas
Rua XV de Novembro, 176 – Centro
Telefone: (19) 3652.4893

- Cantina Mundial
Rua Ver. José Afonso Fonseca Neto, 207-309 - São José
Telefone: (19) 9 9264.5836

- Jean Lanches
Rua Valins - Vila Bom Gosto
Telefone: (19) 3652.1120

- Mamma Mia
Rua José Bonifácio, 412 – Centro
Telefone: (19) 3652.3705

- Rústico Hamburgueria
Rua Major Braga, 1075 – Centro
Telefone: (19) 9 8942.5006

- Lanchão Do Eder
Rua Dr. Valdomiro Osório Valim, 832-930 - Parque Miguelito
Telefone: (19) 3652.3759

- Doni's Burg's
Rua Sete de Setembro, 293 - Carlota Rehder

- Assados & Cia
Avenida Rui Barbosa, 312 - Vila Bom Gosto
Telefone: (19) 3652.6320

- Sorveteria Skimo
Rua Júlio Duarte, 206
Telefone: (19) 3652.3569

- Sorveteria Por do Sol
Avenida Miguel Biazzo, 790
Telefone: (19) 3652.7247

- Sorveteria Americana
Rua Major Braga, 773 - Centro
Telefone: (19) 9 9613.0763

- Cláudio Grama Valente
Rua Major Braga, 689 - Centro
Telefone: (19) 3652.1021

- Max Luciano Cenzi
Rua Francisco Matar, 57 - Jardim Nova Aguaí
Telefone: (19) 3652.2991

- Chiquinho Sorvetes
Rua Capitão Silva Borges, 797 - Parque Miguelito
Telefone: (19) 3652.2932

- Quiosque Açaí
Rua XV de Novembro, 608
Telefone: (19) 3652.6030

- Sorveteria Gruta Azul
Rua Francisco Matar, 57 - Vila Rehder
Telefone: (19) 3652.2991

- KiQuero Tradição e Qualidade
Estr. Cunha, 401-467 - Cidade Nova

- Sorveteria Miguelito
Rua 13 de Maio, 890 - Parque Miguelito

- Casa Do Sorvete
Rua Antenor Pereira, 157 - Jardim Vista da Colina
Telefone: (19) 3652.7443

- Ligeirinho Paleteria
Rua Ver. José Alonso - Vila Paraiso
Telefone: (19) 3652.2313

- Sorveteria Vista da Colina
Rua Édson de Souza, 26-92 - Jardim Vista da Colina

- Rota do Açaí
Rua XV de Novembro, 176 - Centro
Telefone: (19) 9 9154.9039

- Mix Sabores
Rua Valins, 26 - Jardim Primavera

- Sorveteria Ituzinho do Japão
Rua Wilsom Barbosa Braga, 570 - Cidade Nova

- Eventos, Lazer, Clubes:

- Feira da Agricultura Familiar
Endereço: Ceasinha

-Pesqueiro Duuh Thomé
Endereço: Rodovia Deputado Ciro Albuquerque, km 88

-Pesqueiro Primavera
Endereço: Rodovia SP 143,

- Ginásio Poliesportivo Domingos Martucci – Domingão
Endereço: Av. Milanês Vasconcelos, 375-435 - Parque Interlagos

- Piscinas Esportivas
Endereço: R. Sete de Setembro, 2-26 - Carlota Rehder,

- Pista de Skate
Endereço: R. Sete de Setembro, 1416-1522 - Parque Interlagos

- Quadra – Basquete
Endereço: R. Sete de Setembro, 2 - Carlota Rehder

- Clube de Campo Aguaí
Estrada Municipal Cantinho, 345 - Siriri

- Mansão do Forró
Avenida Alberto Kendi Fukugalti, 1716

- Calendário de eventos

A administração atual tem feito um trabalho na organização de um calendário oficial de eventos, junto às Secretarias que os promovem.

- Quadro resumo geral

Em anexo poderão ser visualizadas todas as fichas e inventários da oferta turística levantados na integra, são formulários que disponibilizam informações detalhadas de todo o processo acima descrito e poderão ser acompanhados por meio de segmentos, por exemplo, meios de hospedagem, equipamentos de alimentos e bebidas, agencia de turismo, entre outros.
Desde já informamos que poderão ser excluídas ou incluídas informações até a efetiva aprovação do Plano Diretor de Turismo.

Inventário	Pasta/Grupo	Classificação	Formulário
Dados Gerais do Município			
Água, Esgoto, Saneamento, Colete de lixo,	A	A1	A1 - Informações básicas do município
Rodovia SP 225	A	A2	A2.1.1 - Rodoviário- Rodovia Ciro Albuquerque
Rodovia SP 344	A	A2	A2.1.1 - Rodoviário- Rodovia Rubens Leme Asprino/ Dom Tomás Vaqueiro
Acesso Rodoviário	A	A2	A2.1.2 - Terminal Rodoviário
Acesso Aéreo	A	A2	A2.3 – Aeroporto Internacional Viracopos
Hidrografia	C	C1	C.1.4 - Hidrografia Bacia Rio Mogi-Guaçu
Coleta de lixo	A	A1	A1 - Informações básicas do município
Esgoto	A	A1	A1 - Informações básicas do município
Geração de energia	A	A1	A1 - Informações básicas do município
Sistema de comunicação	A	A3	A3 - Sistema de comunicação
Abastecimento e combustível	A	A7	A7.5.6 - Posto de Combustível
Serviços mecânicos	A	A7	A7.5.6 - Serviços mecânicos
Serviços Bancário	A	A7	A7.4 - Serviços bancários
Sistema legal	A	A1	A1 - Informações básicas do município
Segurança Pública	A	A4	A4 - Sistema de segurança
Saúde	A	A5	A5 – Sistema de saúde

Oferta turística local			
Estação Ferroviária	C	C2	C.2.10 – Atrativos culturais
Caminho da Fé	B	B1	C.2.10 – Atrativos culturais
Agências de viagens	B	B3	B.3 – Serviços e equipamentos de agências de turismo
Organizadores de eventos	B	B5	B.5.2 – Serviços para eventos - PJ e PF
Posto de Informações Turísticas - Casa da Cultura	B	B7	B.7.1 - Informações turísticas
Rota das Capelas	A	A7	C.2.10 – Atrativos culturais
Cachoeira 3 Fazendas	B	B6	B.6.6 – Outros espaços para recreação
Buracão Zé Antonio	B	B6	B.6.6 – Outros espaços para recreação
Parque Municipal Interlagos	B	B6	B.6.2 – Espaços livres – Parque Municipal
Centro de eventos CEASINHA	B	B5	B.5.1-Espaços para eventos – Barracão da Feira
Alimento e bebidas			
Restaurantes	B	B2	B.2.1 – Restaurantes
Bares	B	B2	B.2.2 – Bares
Lanchonetes	B	B2	B.2.3. Lanchonete
Meios de hospedagem			
Hoteleira e de apoio	B	B1	B.1.1.1. Hotéis
	B	B1	B.1.1.5. Pousada

- Conclusão

Este documento apresentou os resultados do Inventário Turístico realizado no município de Aguaí - SP, com a finalidade de ser um instrumento de apoio para a atuação de gestores públicos, empresários e instituições relacionadas com o desenvolvimento do turismo nesse município.
O turismo é, sem dúvidas, considerado a potencial atividade econômica da cidade, porém percebe-se pelo trabalho de campo que esta vem se desenvolvendo de maneira desordenada e/ou espontânea, provocando resultados inesperados, inadequados ou, no mínimo, inferiores ao potencial que existe em Aguaí - SP.
Os trabalhos deste inventário foram desenvolvidos com base nas diretrizes e orientações do Ministério do Turismo. Apesar da sensibilização local dos atores envolvidos diretamente com este processo, um fator limitante para a realização do inventário foi o acesso e a disponibilidade dos sujeitos da pesquisa – proprietários ou responsáveis pelos estabelecimentos para preenchimento dos formulários.
Em algumas empresas, em função da maneira “amadora” como são administradas, observou-se uma imprecisão na informação de alguns dados importantes, como por exemplo, sobre a taxa de ocupação de meios de hospedagens e dados jurídicos dos mesmos. Dentre outros segmentos encontraram-se ainda muito deles com suas portas fechadas.
Portanto, em um segundo momento, uma atualização deste material deverá ser realizada para que se possa obter o máximo de informações possíveis do município.
A definição clara e confiável dos componentes da oferta turística, como os atrativos, os serviços e equipamentos turísticos, assim, como a infraestrutura de apoio ao turismo possibilitará várias vantagens, como por exemplo: estabelecimento de diferenciais competitivos, a determinação de pontos fortes e fracos, a definição clara do segmento local e quais ainda possam ser desenvolvidos.
Para finalizar, tem-se a convicção de que o Inventário Turístico oferece claramente um conjunto de dados que serão a base do Plano Diretor de Turismo de Aguaí - SP

- Referências Webgráficas

- http://www.inventario.turismo.gov.br/invtur/jsp/sobre_invtur/
- https://aguai.sp.gov.br/home/
- https://aguai.sp.gov.br/home/brasao-e-bandeira/
- https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/aguai/panorama
- http://www.br.undp.org/
- http://www.atlasbrasil.org.br/
- http://www.estacoesferroviarias.com.br/a/aguai.htm
- http://www.saneamento.sp.gov.br/PMS/UGRHI%2009/Aguai.pdf
- http://www.sigrh.sp.gov.br/cbhmogi/apresentacao
- https://www.infosaude.com.br/cities/2302
- http://www.cmaguai.sp.gov.br/Cidade/AspectosGerais.htm
- http://www.cmaguai.sp.gov.br/Cidade/Historico.htm
-http://www.oswaldobuzzo.com.br/Home/rota-das-capelas-1/2017---rota-das-capelas/1o-dia-aguai-sp-ao-santuario-de-santa-luzia-espirito-santo-do-pinhal-sp--32-quilometros
.

“Para conseguir uma imagem positiva de um destino turístico no mercado, hão que se conseguir três êxitos:

- Criar razões para ir.
- Profissionalizar a gestão para garantir a repetição e potencializar a recomendação.
- Gerar orgulho pelo lugar e por tudo o que há nele, para que os próprios cidadãos sejam os melhores promotores”

Josep Chias
(Turismo, o negócio da Felicidade)


Nikkormat
RACINNE
ROSE

DIAGNÓSTICO

KS CONSULTORIA

DIAGNÓSTICO

No turismo, o planejamento estratégico não está vinculado apenas à administração de negócios, ou seja, não se restringe a um instrumento que auxilia a gestão de uma empresa turística, mas também ao direcionamento de ações para ampliar ou desenvolver o turismo em uma localidade. Para o desenvolvimento do turismo em localidades, além da visão estratégica, compreende-se que o planejamento turístico deve ter uma abordagem sistêmica e ocorrer de forma integrada, levando em consideração os diversos aspectos que influenciam a atividade, como a infraestrutura básica e turística, os recursos e atrativos, as políticas públicas para o setor, entre outros.

O DIAGNÓSTICO pode ser entendido como a investigação, a reflexão, a compreensão e o juízo dos dados procedentes de realidade empírica (com base no inventário turístico), com fins de operacionalização. (Barretto, 2005). Trata-se de uma fase considerada demorada, pois prevê um estudo exploratório sobre a localidade pesquisada.

Segundo Malhotra (2006), a pesquisa exploratória se caracteriza pela exploração de problemas específicos, pela determinação de critérios e pela promoção de um maior entendimento sobre o tema investigado, permitindo a relação com a realidade através de observação de acontecimentos e obtenção de informações em documentos ligados ao objeto de estudo. Como procedimentos metodológicos, adotou-se a pesquisa bibliográfica em livros, revistas e artigos científicos sobre o tema e a pesquisa documental em publicações do município, tendo sido as maiores fontes de dados o “Inventário Turístico de Aguaí 2018”. Para a consolidação das informações coletadas nesses documentos, fez-se ainda uma entrevista não-estruturada com o atual Secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico Aguaí. A análise qualitativa dos dados se deu através da sistematização, compreensão e exame crítico das informações coletadas nos documentos oficiais do município, aos quais se teve acesso. Esta análise contou também com a percepção profissional sobre o assunto, considerando a base teórica utilizada no estudo.

INTRODUÇÃO

Este documento apresenta o diagnóstico do turismo na cidade de Aguaí, compreendendo o levantamento e análise geral da atividade no município. O diagnóstico foi elaborado pela agência ADDTur em parceria firmada com a Prefeitura Municipal de Aguaí.

A cidade de Aguaí, dentre tantas riquezas e aptidões, se destaca por seu potencial para o turismo. De forma participativa e sustentável, é necessário sistematizar o turismo no município e assim fazer com que esse setor econômico seja capaz de gerar renda, dinamizar outros setores e inserir a comunidade local, para que esta seja a principal protagonista da exploração econômica de seu potencial turístico. Através dos estudos realizados, o município será capaz de indicar os métodos e diretrizes que devem ser tomados a curto, médio e longo prazo para o desenvolvimento turístico local e fortalecimento de toda economia do município, que transformará o potencial turístico em produtos turísticos reais.

A análise da situação atual do turismo na cidade de Aguaí servirá como base para futuros planos estratégicos que visarão desenvolver ações para serem tomadas para a estruturação física dos atrativos, bem como a inserção da comunidade local nas atividades turísticas, tanto com a finalidade de lazer como com a finalidade de geração de renda e a capacitação de mão de obra específica.

O diagnóstico turístico atual dará noção do potencial competitivo de Aguaí e seu posicionamento atual (imagem de mercado), sendo possível traçar metas, objetivos e projetos estratégicos prioritários. Consiste em um trabalho que dê uma visão turística atualizada e abrangente do município, contendo as características e os

mercados relacionados, análise de programas que já foram implementados e avaliação de recursos, atrativos e produtos turísticos já existentes no inventário turístico, caracterização sociocultural, levantamento dos pontos fracos e fortes, ameaças e oportunidades. Participarão da elaboração deste estudo representantes municipais, sociedade civil organizada e iniciativa privada.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para considerar os aspectos metodológicos deste estudo, se faz necessário esclarecer que o presente trabalho se trata de um diagnóstico turístico, e é, portanto, fonte direta de informações. O diagnóstico turístico é "o estágio de planejamento que estabelece e avalia a situação de um destino em um determinado momento "(SEBRAE, 2011), fazendo, portanto, por muitas vezes, o papel de buscar informações primárias, que até então nunca haviam sido buscadas.
Para realizar o presente diagnóstico, muitas vezes, os estudos já existentes até então, não foram suficientes para entender plenamente o funcionamento do turismo no município, por isso foi necessário recorrer a novas pesquisas, análise in loco e conviver na rotina da atual secretaria de turismo. Contudo, os trabalhos já existentes também serviram de base para que o diagnóstico pudesse ficar ainda mais completo, utilizando-se de ferramentas de estudos já realizadas no município, que puderam proporcionar informações mais precisas sobre o turismo local até o dado momento.

Cada atrativo citado nesse contexto foi visitado e analisado in loco, com o objetivo de conhecer a real situação de cada um, e quando possível as visitas foram observações participantes, o que proporcionaram maior conhecimento de causa sobre os itens analisados. Também foi analisado todo e qualquer conteúdo online sobre o município possível de se encontrar, como sites de busca, redes sociais e portais. Em determinados momentos, recorreu-se a relação direta com o turista, em conversas informais e aplicações de questionários no município, tanto com a população residente, como com os empresários do trade turístico local e com os visitantes, o que proporcionou maior detalhamento e compreensão do funcionamento do turismo local

A metodologia utilizada neste diagnóstico, foi a leitura de cenário, que realiza uma análise sobre todos os setores do município que se inter-relaciona de alguma forma com a atividade turística.
Nesta leitura procura-se uma análise que mais se realiza e aproxima com as condições, situações qualitativas, aprofundando a visão sobre as possibilidades e dificuldades que cada um dos setores analisados propicia ao desenvolvimento do turismo

Os cenários analisados foram:

- Governabilidade
- Atrativos Turísticos e potenciais atrativos
- Serviços de apoio ao turismo
- Serviços e equipamentos turísticos
- Economia do município
- Mercados e Segmentos
- Promoção e Posicionamento de Mercado
- Política Estadual de Turismo de São Paulo

VISÃO GERAL DA CIDADE DE AGUAÍ

Aguaí é um município da Região Centro-Leste do Estado de São Paulo, no Brasil. Localiza-se à latitude 34 ‘03 °22” sul e à longitude 43 ‘58 °46” oeste, estando a 660 metros acima do nível do mar. Segundo o IBGE a população estimada em 2018 era de 954 35 habitantes.
A cidade pertence a região intermediária de Campinas e a região imediata de Pirassununga. Municípios limítrofes: Casa Branca, Espírito Santo do Pinhal, Leme, Mogi Guaçu, Pirassununga, Santa Cruz das Palmeiras, São João da Boa Vista, Vargem Grande do Sul. A distância até a Capital é de 200 km.



O município de Aguaí está inserido na sub-bacia do Alto Mogi, sendo o rio Itupeva que é afluente do rio Mogi Guaçu o mais importante, contando ainda com um afluente do rio Juaguari Mirim, o córrego Amaro Nunes, cuja área de contribuição é de 60,72 km². Parte do território do município de Aguaí também está inserido na sub-bacia do rio Jaguari Mirim, afluente do rio Mogi Guaçu.
O clima da cidade é o subtropical e temperado, com verões quentes e chuvosos, 20.4 °C é a temperatura média. O mês mais seco é Julho e o mês de Janeiro é o mês mais chuvoso. 22.9 °C é a temperatura média do mês de Fevereiro, o mês mais quente do ano e em Julho, a temperatura média é 16.6 °C sendo esta, a temperatura média mais baixa de todo o ano.
O prefeito atual é José Alexandre Pereira de Araújo (PSDB) e o vice Luiz Carlos Landiva – Gestão 2017-2020. A Câmara Municipal é formada por 13 vereadores.
Sendo 804 funcionários públicos registrados na folha de pagamento da Prefeitura atualmente.

CENÁRIO DE GOVERNABILIDADE DE AGUAÍ.

O cenário de governabilidade é aquele que visa entender como os atores sociais responsáveis pelo desenvolvimento turístico do destino atuam e se inter-relacionam com a atividade turística local.

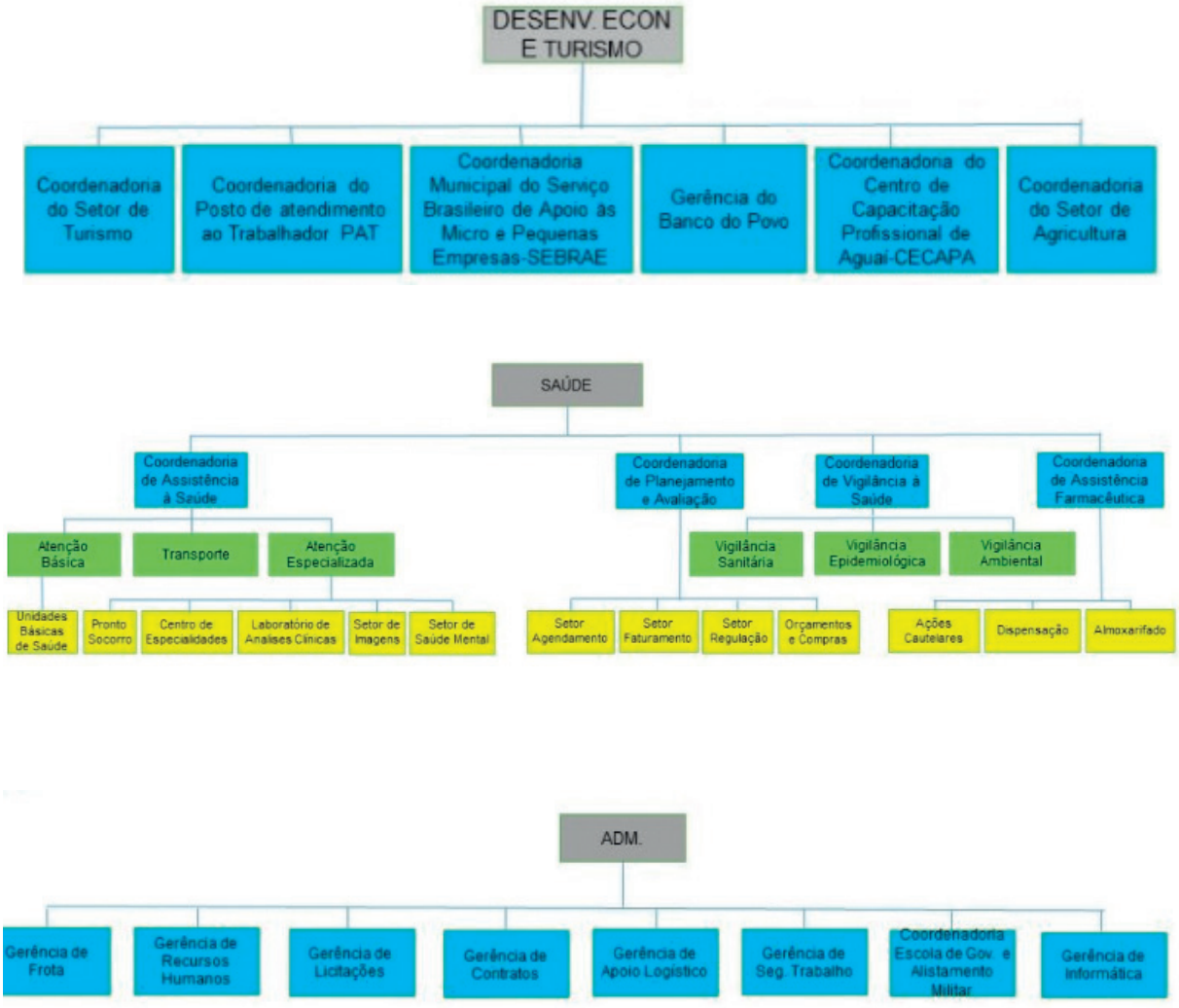
Os atores sociais identificados e analisados foram:

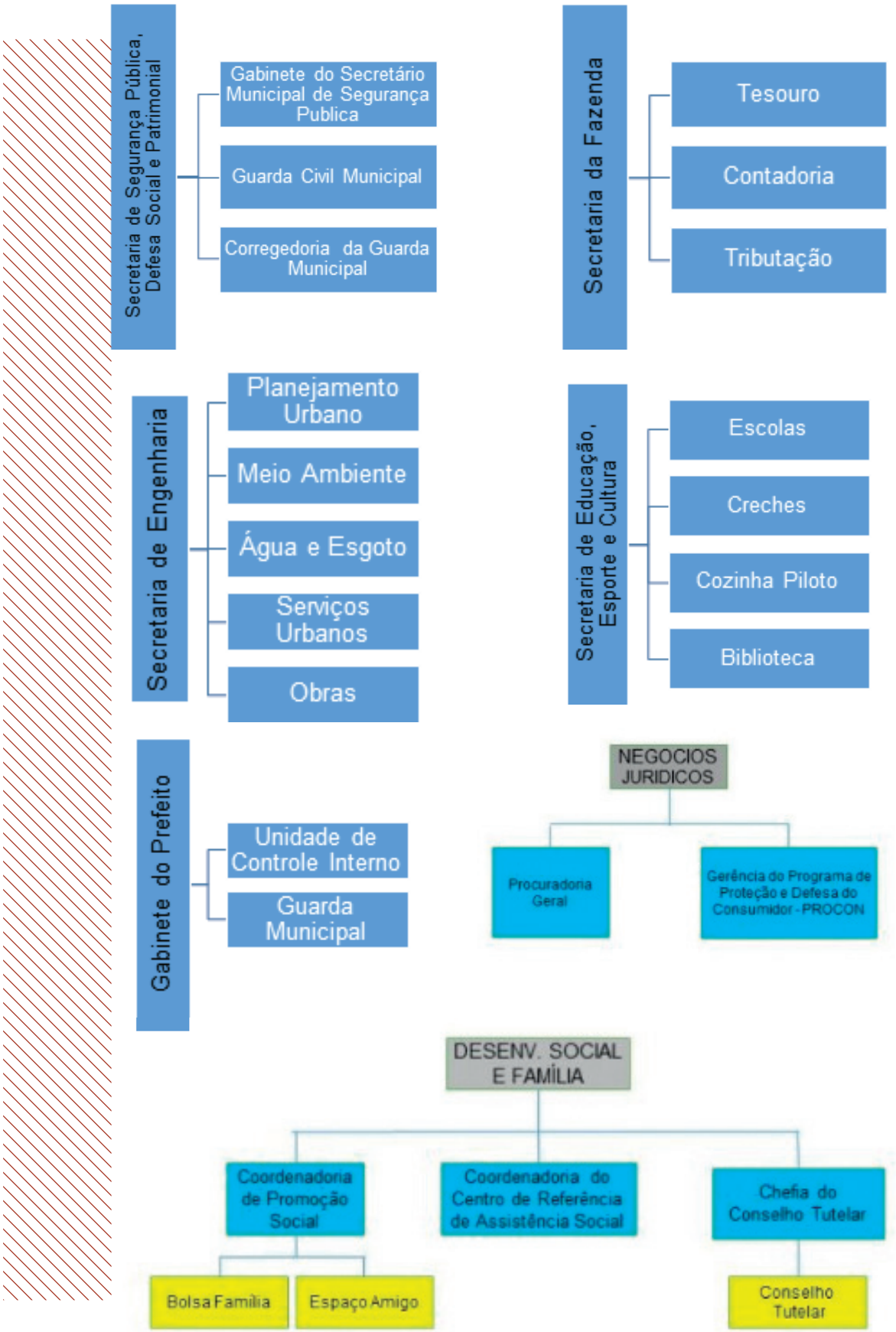
- Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo
  - Departamento de Turismo
  - Departamento de Agricultura
  - Departamento de desenvolvimento econômico

- Departamento de Meio Ambiente
- Departamento de Cultura
- Associação Comercial
- SEBRAE
- Associação Pro-Agricultura Familiar
- SAECN – ESPAÇO E LUZ

ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Para entendermos um dos principais atores da governabilidade, aqui a Administração Pública, apresenta-se a estrutura organizacional desta, a seguir:




Secretaria de Segurança Pública, Defesa Social e Patrimonial
Gabinete do Secretário Municipal de Segurança Publica
Guarda Civil Municipal
Corregedoria da Guarda Municipal
Secretaria da Fazenda
Tesouro
Contadoria
Tributação
Secretaria de Engenharia
Planejamento Urbano
Meio Ambiente
Água e Esgoto
Serviços Urbanos
Obras
Secretaria de Educação, Esporte e Cultura
Escolas
Creches
Cozinha Piloto
Biblioteca
Gabinete do Prefeito
Unidade de Controle Interno
Guarda Municipal
NEGOCIOS JURIDICOS
Procuradoria Geral
Gerência do Programa de Proteção e Defesa do Consumidor - PROCON
DESENV. SOCIAL E FAMÍLIA
Coordenadoria de Promoção Social
Coordenadoria do Centro de Referência de Assistência Social
Chefia do Conselho Tutelar
Bolsa Família
Espaço Amigo
Conselho Tutelar

1 - DEPARTAMENTO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO.

A presente análise é referente ao cenário do departamento ligado ao Turismo, aqui foram levantadas todas as possibilidades e situações existentes no Município. O primeiro ponto forte a ser destacado é a estrutura organizacional do departamento que envolve além do turismo, o desenvolvimento econômico, que é uma consequência do desenvolvimento do turismo, e ainda os setores de capacitação e profissionalização como SEBRAE e CECAPA e para agregar valor temos o setor de agricultura junto. Os dados coletados demonstram o trabalho desenvolvido pelo setor de Desenvolvimento Econômico em relação a indústria, onde o município tem implantado em seu parque industrial em torno de 25 indústria de grande porte e um trabalho que está sendo feito para captação de novas empresas.
Foi ressaltado alguns tópicos analisados para a instalação dessas indústrias na cidade: investimento, faturamento, emprego e impactos ambientais, observando os impactos que estas podem causar ao município. Sendo esta, uma política favorável para que não haja um impacto negativo pincipalmente ao meio ambiente que é fator importante para o desenvolvimento local do turismo.
Diante de um cenário de empresas e grandes indústrias, a presença de empresários e prestadores de serviços na cidade é um público potencial para o turismo pois em suas horas de lazer podem aproveitar o que a cidade tem a oferecer e ainda ser um propagador do turismo da cidade, este público fica uma semana segundo pesquisa de demanda realizada na cidade no ano de 2018. O que leva a considerar um segmento a ser trabalhado que é o Turismo de Negócios.

2 – DEPARTAMENTO DE TURISMO

O Departamento de Turismo está inserido na pasta da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, mas possui um orçamento exclusivo, em 2018 o valor destinado foi de R$75.000,00, já para 2019 o valor destinado será de R$ 65.000,00.
Os trabalhos em relação ao turismo são recentes, como a criação do Conselho Municipal de Turismo que foi estabelecido em 2018, a parceria e participação junto à Associação de Municípios do Caminho da Fé que foi restabelecida em 2017. Foi relatado também o trabalho em parceria com algumas cidades como Águas da Prata e Poços de Caldas para o retorno dos passeios turístico de trem, ainda em negociação.
No ano de 2018 foi realizada pela primeira vez o Natal com luzes e apresentações culturais com o intuito e foco no turismo, buscando aumentar o fluxo de pessoas na cidade e no comércio.
Com a necessidade de direcionamento deste departamento foi contratada uma consultoria para elaboração do Plano Diretor de Turismo para que o Município possa participar da política de Estado de “Municípios de Interesse Turístico” (MIT- lei anexa), para se obter verba estadual e promover os investimentos necessários no desenvolvimento do turismo.

3 – DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA

O Departamento de Agricultura, faz parte da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo, neste foram levantados os seguintes pontos: a existência do CMDR (Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural) que foi criado em setembro de 2018, estando ainda em processo de formação e fortalecimento. A cidade ainda conta com o Sindicato dos Produtores Rurais, são produtores de médio e grande porte na produção principalmente de cana-de-açúcar e laranja, com lavouras temporárias de abacate, manga e banana.
A cidade possui 4 regiões rurais: Matavelli, Cercadinho, Mato Seco e Taquaratã, a mão de obra rural é em seu total ou quase toda local, muitas colônias rurais. Como suporte técnico a cidade conta com um CATI (Coordenadoria de Assistência Técnica Integral).

Como pontos do município que podem contribuir com o desenvolvimento do turismo, tem-se a diversidade de produção, onde 80% do que se consome é produzido no município. Conta ainda com uma Associação Pro-Agricultura Familiar com produção de hortaliças e suco de laranja, esta que participa da Feira Livre que acontece todas as quartas-feiras à noite e domingos de manhã. Essa diversidade contribuiu para a economia local, podendo se tornar um atrativo, onde o turista pode vivenciar o dia-a-dia da comunidade local, adquirir produtos locais, diferenciados das grandes cidades.
Ressaltando que este cenário foi avaliado com intuito de saber as possibilidades de Turismo Rural no Município. A diversidade de produção pode ser observada na tabela abaixo:

TABELA 3.5 - Área Cultivada, Município de Aguaí, Estado de São Paulo, 2007/08

(em hectare)

CULTURA	N. DE UPAs	MÍNIMO	MÉDIA	MÁXIMO	TOTAL
Cana-de-açúcar	225	1,0	66,3	456,1	14.910,1
Laranja	228	0,2	53,3	550,0	12.152,9
Milho	175	0,5	25,9	310,0	4.534,4
Braquiária	259	0,1	9,5	170,5	2.448,8
Eucalipto	27	0,1	88,4	655,5	2.386,9
Batata-inglesa (ou batata, ou batatinha)	12	16,0	53,3	121,0	639,9
Café	8	4,0	66,4	233,0	531,0
Feijão	10	16,9	48,5	96,8	484,7
Milho-silagem	9	3,5	42,6	189,6	383,0
Soja	12	6,0	28,9	86,0	346,6
Outras gramíneas para pastagem	61	0,4	5,4	39,1	332,3
Mandioca	35	0,5	9,3	60,0	325,2
Tangerina	26	0,2	12,3	58,0	319,8
Abacate	40	0,8	6,5	40,0	259,6
Manga	42	0,3	5,9	23,0	246,4
Tangor	19	2,0	11,3	20,0	213,9
Trigo	3	10,0	64,1	146,0	192,3
Colza	7	4,8	25,1	47,0	175,6
Gramas	8	0,2	20,5	100,0	163,6
Limão	17	0,3	9,5	31,0	161,2
Girassol	7	2,4	20,1	65,8	140,4
Capim-napier (ou capim-elefante)	44	0,3	3,0	10,0	132,1
Painço	3	6,0	39,7	66,2	119,2
Arroz	1	108,9	108,9	108,9	108,9
Banana	6	0,5	14,0	80,0	84,1
Colonião	4	3,0	20,7	50,0	82,8
Tomate envarado	8	2,2	7,1	15,2	56,9
Beringela	22	0,3	2,4	8,0	53,0

4 - DEPARTAMENTO DE CULTURA

O Departamento de Cultura é outro ponto importante a ser avaliado pois, a cultura, o patrimônio histórico e as manifestações culturais que são de responsabilidade deste setor fazem parte diretamente dos possíveis produtos e atrativos turísticos de uma localidade. Ligada a Secretaria de Educação, Esporte e Cultura, iniciaram os trabalhos no ano de 2018, elaborando o calendário de eventos do município, o carnaval que voltou a ser realizado em espaço fechado, mas estão se adaptando.
Não existe legislação municipal relativa a cultura, patrimônio cultural. São realizados no município eventos como Paixão de Cristo em maio, Carnaval, Aniversário da Cidade, Festa das Nações em parceria com o Rotary Club e ainda participa do Circuito Cultural do Estado de São Paulo quando recebe 4 apresentações anuais culturais onde as datas são pré-determinadas pelo Estado.
O Departamento de Cultura possui ainda o Projeto Guri: com música erudita para jovens e adolescentes. A Biblioteca Pública faz parte do setor e funciona como biblioteca e como Museu histórico da cidade, mas sem muitos incentivos.
Aguaí não possui dados cadastrados na central de base de dados da Secretaria de Cultura do Estado em relação a patrimônio histórico e cultural. Não existe nenhum trabalho ainda com a questão do artesanato da cidade, ou produções associadas ao turismo.

O Departamento de Cultura em parceria com Movimento Teatral de Botucatu, criou o Núcleo de Trabalho Artístico com a participação de mais de 300 alunos, que utilizam do espaço Cine Teatro Esmeralda, com a intenção de apresentações futuras com os alunos. Possuindo ainda um trabalho com um Coral Municipal.
O Departamento também elaborou projeto de revitalização da Praça Senhor do Bom Jesus, onde localiza-se a igreja matriz e a pedra fundamental da cidade, através de verba Estadual, diretamente do Fundo Estadual de Defesa dos Interesses Difusos, obras que se iniciarão em 2019, sendo um dos primeiros impactos positivos junto ao turismo local, se tornando um belo cartão postal da cidade.

5 - DEPARTAMENTO DE MEIO AMBIENTE

O meio ambiente também é um ponto a ser analisado pois faz parte intrínseca do universo do desenvolvimento do turismo em uma localidade seja através de atrativos naturais ou até mesmo da própria preservação e conservação do mesmo para beleza cênica da localidade. Analisando os trabalhos desenvolvidos pela pasta percebe-se que estes também estão sendo iniciados agora como exemplo o Plano diretor municipal está desatualizado e sendo reformulado, o departamento também é recente.
Está em estudo e processo a reativação do CODEMA para captação de verba junto ao estado para trabalhos relativos ao meio ambiente. O departamento tem seu próprio orçamento (20 milhões, mas contando com o setor de planejamento).
Como ponto forte deste departamento e enquanto governabilidade, acredita-se que o meio ambiente tem a ganhar muito com o desenvolvimento do Turismo na cidade, podendo se trabalhar em relação a questão da educação ambiental e a necessidade de preservação, valorização e conservação do meio natural tanto para a comunidade local quanto como potencial turístico.
O Departamento tem conhecimento dos potenciais atrativos turístico naturais, mas relata não haver estudos mais aprofundados sobre os mesmos, como um estudo de fauna e flora, ou análise de qualidade de água utilizada pelos moradores na fonte ou mina do monumento 9 de julho.
A questão do lixo e limpeza pública será trabalhada através de um Consórcio Intermunicipal de Serviços Urbanos sendo esta ação fortalecedora para uma melhor estrutura básica da localidade para recebimento de turistas.
O Departamento conta com um viveiro de mudas e plantas que pode contribuir com o desenvolvimento e trabalhos futuros relativos à árvore do aguaí enquanto atrativo turístico e sua importância em relação ao nome da cidade e suas propriedades medicinais.

6 - ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE AGUAÍ

A Associação Comercial foi visitada para ser entendido o trabalho e a posição em relação ao turismo e prestação de serviços que a cidade pode e oferece no cenário atual. A instituição está como uma nova diretoria que tem boas expectativas em relação ao mercado de Aguaí, conta hoje com 230 filiados, mas com expectativas para 350 filiados. Trabalha em regime de estatuto e está equilibrando as contas no ano de 2018 para começar os trabalhos de investimento e ampliação para o ano de 2019.
A Associação oferece cursos de capacitação e ainda dois programas: Jovem aprendiz e programa de estágio em parceria com o comercio e a indústria, possui uma revista informativa e comercial trimestral e um informativo mensal e ainda um mapa da cidade com bairros, ruas e principais serviços básicos da cidade de Aguaí.
A Associação trabalha em parceria com a prefeitura e faz parte do COMTUR (Conselho Municipal de Turismo), contribuindo para o fortalecimento da governabilidade do município.

7 - SEBRAE

Esta instituição é grande parceira no desenvolvimento do turismo no cenário nacional através de cursos de capacitação e gestão de negócios, assim ter um posto do SEBRAE em Aguaí é fator positivo para os trabalhos de desenvolvimento do turismo.

Primeiro ano de trabalho na cidade, com início em 2018, sendo o posto de atendimento junto ao prédio da prefeitura. Iniciou-se com o trabalho de cadastro de Microempreendedores Individuais (MEI), interessante este trabalho para o Turismo quando se considera que em sua maioria os MEI's são prestadores de serviços e que indiretamente contribuem e ou trabalham como apoio de estrutura para o Turismo como é o caso dos ambulantes estes que já possuem um cadastro na prefeitura, mas com o apoio do SEBRAE, saem da informalidade e podem adquirir uma melhor capacitação e profissionalização sendo melhor direcionados para o atendimento ao público em geral mas com uma conscientização para o turismo. A equipe é pequena mas foi relatado as possibilidades de ações futuras diretamente relacionadas e voltadas para o turismo como: cursos de capacitação para o mercado turístico e um trabalho de fortalecimento da imagem da cidade e de marcas coletivas, que são trabalhos do SEBRAE nacional.

8 – SAECN – ESPAÇO E LUZ

Como parceira da cultura e do desenvolvimento do turismo a instituição Associação Sociocultural Educativa com representatividade da Cultura Negra. A Sociedade Aguaiana de Educação e Cultura Negra (SAECN) foi fundada em 05/06/1889 e declarada de utilidade pública através da Lei Municipal Nº 1.799/2000. Ela é composta de Diretoria, Conselhos Deliberativo e Fiscal e Assembléia Geral, possuindo um espaço físico onde promove cursos diversos chamado Espaço e Luz.

A Cultura Negra tem por objetivo principal a valorização da pessoa de origem negra, desenvolvendo atividades, projetos e eventos, que promovam a integração entre seus associados e beneficiados e a sociedade como um todo.

9 - ASSOCIAÇÃO PRO-AGRICULTURA FAMILIAR

Uma instituição a ser analisada pois representa um segmento que pode ser trabalhado tanto quanto de forma direta em relação a produção de hortfrutigrangeiros tanto quanto da forma indireta, com produções associadas ao turismo como o artesanato, podendo ser fortalecidos através do turismo rural, agroturismo, ou apenas fortalecendo o turismo local com abastecimento dos equipamentos hoteleiros e alimentos e bebidas com um produto local, de boa qualidade e fresco.

A Associação trabalha em regime de estatuto, segue uma política pública federal em relação a agricultura e possui 15 famílias associadas, que participam da feira de quarta-feira à noite e de domingo, organizada no espaço fixo próximo ao Parque Interlagos, construído para este evento, mas também participam de outras feiras livres na região e cidades vizinhas.

SÍNTESE DA GOVERNABILIDADE:

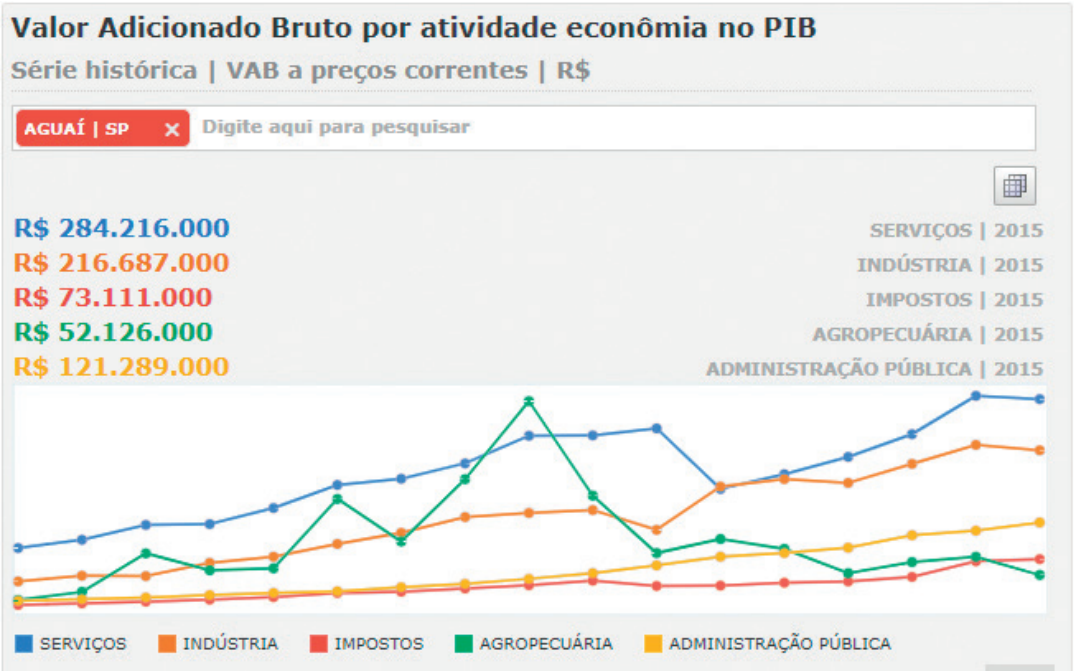
INSTITUIÇÃO DE GOVERNABILIDADE	AÇÕES IMPLANTADAS Inicio de obras de revitalização do Parque Municipal Interlagos	PROJETOS E/OU AÇÕES FUTURAS	INTERAÇÃO COM OUTRAS INSTITUIÇÕES
Departamento de Desenvolvimento Econômico		Captação de investimento em hotelaria. Implantação de um hotel de negócios.	SEBRAE - Departamento de Turismo. -Associação Comercial.
		Pesquisa de demanda qualitativa e quantitativa	
		Parceria público-privado com indústrias para incentivo ao turismo.	
		Turismo de Lazer no Parque Municipal Interlagos, Turismo de Negócios.	
Departamento de Turismo	Criação do COMTUR	Fortalecimento da Rota das Capelas	Secretaria de Planejamento. Secretaria de Turismo do Estado de SP.
	Renovação de parceria com Caminho da Fé	Ser reconhecido como MIT	
	Revitalização do Parque Municipal Interlagos. Elaboração do PDT (Plano Diretor de Turismo)	Fortalecimento do offroad de bike, cicloturismo	
Departamento de Agricultura	Criação do CMDR	Fortalecimento e melhorias na Feira Livre	Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo
Departamento de Meio Ambiente	Criação do CODEMA	Melhorias no saneamento básico e limpeza pública.	Secretaria de Planejamento
		Análise da água da fonte do Memorial 9 de Julho	Departamento de Turismo. Secretaria de Estado de Cultura de SP.
Departamento de Cultura	Criação do Calendário de Eventos	Criação de um Museu Ferroviário	
	Revitalização da Praça Bom Jesus (Matriz) através do FID.	Revitalização do Museu de Aguaí	
SEBRAE	Cadastro de MEI (microempreendedores individuais)	Realização de cursos de capacitação.	Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo X
Associação Comercial	X	Aumentar os filiados para 350 empresas.	
SAECN	X	X	Departamento de Cultura
Associação Pro-Agricultura Familiar	Formação e fortalecimento da Associação dos Agricultores Familiares	Ampliar os locais de distribuição da produção local	Departamento de Agricultura

CENÁRIO DA ECONOMIA DE AGUAÍ.

O cenário econômico visa entender o nível de independência da economia local com a atividade turística que foi estabelecida com o passar dos anos dentro da cidade, assim são apresentados dados e informações para se estabelecer uma análise situacional.
A economia do município está baseada principalmente na agricultura e no setor industrial de papelão, a cidade possui quatro empresas no setor que emprega cerca de 40% dos trabalhadores da cidade. No setor agrícola, predominam as culturas de cítricos, soja, algodão, milho, feijão e arroz, na pecuária: leite e corte. Já o setor industrial dispõe de produções nas áreas de alimentos, embalagens, máquinas, materiais de construção etc. O setor bancário do município é bem estruturado. Aguaí possui 5 agências bancárias.
A composição do setor de serviços é diversificada, com a maior participação a cargo das atividades imobiliárias e serviços prestados às empresas, assim como o comércio está em franco desenvolvimento.

O parque industrial possui em torno de 25 indústria de grande porte e um trabalho que está sendo feito para captação de novas empresas: Paulispell Ind.de papéis e embalagens, Superparck Ind.de produtos plásticos, Ibéria Embalagens, Unilever embalagens, Atlantis Manufacturing Ind. E Comércio de Componentes, Matosul Agroindústria, Myrali Pharma e outras.
Aguaí detém dois principais acessos a SP 225 Rodovia Deputado Ciro Albuquerque e a SP 344 Rodovia Rubens Leme Asprino /Rodovia Dom Tomás Vaqueiro que liga o município às principais cidades da região: Pirassununga, Mogi Guaçu e três estradas municipais: Aguaí/São João da Boa Vista, Aguaí/Orindiúva, Aguaí/Pinhal.

Podendo ser observado os setores que mais contribuem com a economia do Município nas tabelas abaixo em relação ao PIB e ao emprego:



Município: Aguaí

NÚMERO DE EMPREGOS FORMAIS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2017

Total das Atividades			
IBGE Setor	Masculino	Feminino	Total
1 - EXTR MINERAL	67	5	72
2 - IND TRANSF	1.346	653	1.999
3 - SERV IND UP	6	6	6
4 - CONSTR CIVIL	99	5	104
5 - COMERCIO	727	660	1.387
6 - SERVICOS	571	466	1.037
7 - ADM PUBLICA	367	500	867
8 - AGROPECUARIA	1.174	320	1.494
Total	4.357	2.615	6.966

CENÁRIO DA ESTRUTURA BÁSICA DO MUNICÍPIO

Para que ocorra o desenvolvimento do turismo em uma localidade não são apenas os atrativos turísticos e ou a hotelaria que deve existir, a cidade deve ter uma estrutura básica que atenda o turista durante sua estada ou na sua passagem. Esta localidade deve estar estruturada e adequada oferecendo uma boa qualidade de vida para o morador local para que este possa bem receber o turista valorizando sua cultura e seu dia-a-dia e o sentimento de pertencimento da localidade, pois este é o ponto para um desenvolvimento do turismo sustentável.
Assim com base no Inventário Turístico realizado em Aguaí, através de análise de documentos e pesquisas no local se obteve as informações para traçar um cenário base da estrutura do município.
O sistema de saneamento básico é de boa qualidade e possui uma boa estrutura com atendimento de quase 100% do município com água encanada e esgoto encanado, não possuindo ainda tratamento de esgoto, ressaltando que para o ano de 2019 a administração pública está passando seu sistema de saneamento básico e

abastecimento de água para uma Concessionária do Estado e ainda passando a fazer parte de um Consórcio Intermunicipal para limpeza urbana, melhorando assim a capacidade do Município em se preparar enquanto Instância Turística.
A Iluminação Pública que fica a cargo também de Concessionária Estadual é de boa qualidade e atinge 100% da área urbana.
O sistema de saúde dentro das possibilidades atende a população, estando a administração reestruturando o Hospital Municipal (em obras para ser entregue no ano de 2019), mas possuindo um pronto atendimento e as Unidades básicas de saúde da família, com uma boa rede de farmácias locais, sendo cadastradas 17 farmácias na área central da cidade.
O Sistema de Segurança conta com a Policia Militar, Civil e Guarda Municipal que é um dos atores importantes no desenvolvimento do turismo local, por fazer parte da administração pública municipal e poder contribuir diretamente com os trabalhos e ações prioritárias para o Turismo.
Sistema de transporte na cidade conta com um Terminal Rodoviário que recebe passageiros intermunicipais através da empresa Santa Cruz, e possui uma boa capacidade de estacionamento para ônibus e carros. Possui dois pontos de taxis: Ponto de Táxi Nº1 (R Major Braga, - Centro - Aguaí, SP - ***CEP:*** 13860-000/ (19) 3652-1079), Ponto de taxi da Rodoviária (Av Olinda Silveira C Braga, - Parque Interlagos - Aguaí, SP - ***CEP:*** 13860-000/(19) 3652-1730). Uma empresa de transporte turístico cadastrada com CNPJ. O Transporte ferroviário é somente para cargas, com alguns trabalhos para que retornem com uma linha de passageiros turístico. Não possui transporte urbano coletivo.
A urbanização e pavimentação no geral é de boa qualidade, com ruas largas e um trânsito tranquilo, mesmo tendo a questão da linha de trem que passa no centro da cidade. O que se percebeu e se torna um ponto fraco é a ausência de sinalização de placas indicativas básicas de bairros e serviços básicos, como hospital, prefeitura e outros, tornando a mobilidade um pouco confusa para quem é de fora, a cidade possui ruas planas, e os prédios públicos com acessibilidade para todos, faixas de pedestre e rampas de acesso nas calçadas, boa sinalização eletrônica.
A cidade possui algumas ruas arborizadas, e os jardins e praças são limpos e bem cuidados, apesar da pequena presença de ligeiras, mas estão sendo implantadas ao longo do ano de 2018 e 2019. Sendo um ponto forte no cenário de estruturas básicas e beleza cênica atrativa.
O município ainda disponibiliza internet gratuita em duas principais praças da cidade, uma da Igreja Matriz e a outra Praça Carvalho Pinto onde se localiza a Secretaria Municipal de Educação, Esporte e Cultura e a central da Guarda Municipal.
A cidade conta com um centro de Capacitação profissional, com sala de aula, banheiros e 800 m² de galpão. No ano de 2018 foram capacitados 1500 alunos para a indústria com parceria do SENAI em parceria com o CEPACA.
Possui uma boa estrutura bancária, contando com 5 agências e loterias. Conta também com serviços de correios e telégrafos e bancas de jornais. Ainda possui dois jornais impressos, uma revista, duas rádios locais e uma tv web como meios de comunicação.
Supermercados, farmácias, açougue, conveniências e prestadores de serviços similares aos citados, também são existentes no município em menor ou maior quantidade mas ainda assim oferecem um padrão mínimo de estrutura.
Aguaí detém dois principais acessos a SP 225 Rodovia Deputado Ciro Albuquerque e a SP 344 Rodovia Rubens Leme Asprino /Rodovia Dom Tomás Vaqueiro que liga o município às principais cidades da região: Pirassununga, Mogi Guaçu e três estradas municipais: Aguaí/São João da Boa Vista, Aguaí/Orindiúva, Aguaí/Espírito Santo do Pinhal.

CENÁRIO DE EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS LIGADOS AO TURISMO

Este cenário será analisado considerando diferentemente dos serviços básicos da cidade, aqui teremos os serviços e estruturas diretamente ligadas ao desenvolvimento do turismo e a demanda turística da localidade. Baseada também no Inventário Turístico realizado na cidade de Aguaí em 2018 e em visitas nos empreendimentos, com entrevistas qualitativas e observação presencial. Neste cenário e dentro do contexto de Aguaí serão analisados os seguintes serviços e equipamentos:

- Hotelaria
- Setor de alimentos e bebidas
- Agências de turismo e receptivo
- Espaços para eventos

HOTELARIA

A indústria hoteleira é considerada um dos mais importantes segmentos da economia nacional, compreendendo, deste modo, na base do setor de turismo, permitindo a geração de empregos, melhorando a qualidade de vida da população, distribuindo maior renda, promovendo ações de incentivo, bem como eventos que atraem divisas aos municípios, o que colabora na arrecadação de impostos e na força do produto bruto mundial. Os benefícios apontados advêm da atividade turística em localidades, que produz um efeito multiplicador de renda e emprego no setor hoteleiro.

Os empreendimentos hoteleiros hoje equivalem a componentes da indústria turística, passando a ser analisados como segmentos do turismo propriamente dito. O setor de hotelaria, nesta abordagem, atua como um instrumento de viabilização da atividade turística, dispondo de informações relacionadas aos transportes e programações diárias aos turistas.

A metodologia de análise utilizada foi através de observação presencial e entrevista considerando os seguintes pontos:

- Qualidade dos serviços oferecidos
- Precificação.
- Sinalização interna do empreendimento
- Acessibilidade
- Capacitação e número de Recursos Humanos
- Estado de conservação do empreendimento
- Capacidade de leitos e números de unidades habitacionais
- Cadastro do empreendimento
- Tangibilidade
- Empatia dos proprietários.
- Estrutura oferecida.
- Material impresso e identidade visual.

- Hotel Ideal: visita para análise de cenário: sem qualquer identificação na entrada do hotel, portas fechadas, 6 funcionários, estado de conservação do hotel ruim, paredes descascando, muita coisa armazenada em locais abertos, área do café pequena em relação a capacidade de hóspedes, mesas para café na área livre para lavanderia, lavanderia improvisada, local inapropriado para secagem da roupa junto ao estacionamento. Foi relatado alguns fatos em relação ao controle de saída dos hóspedes sem pagamento de conta, saindo ela garagem. São ao todo 6 funcionários além do proprietário. Não existe qualquer identificação de cadastro no Ministério do Turismo ou outra instituição de classe, funcionários sem uniforme ou outro qualquer padrão de identificação, sem capacitação profissional. Preços são expostos em uma tabela na recepção, mas este é negociável de acordo com o perfil do cliente e período de estada. Possui 27 aptos com 50 leitos. Perfil do cliente atual,

funcionários de firmas prestadoras de serviço na cidade. Não existe material impresso sobre o hotel. Sistema de reservas informal, sem tecnologia. O proprietário já está na direção a dez anos e demonstrou abertura para melhor e se profissionalizar. Estrutura física boa, prédio bom, mas sem manutenção.



- Hotel Aguaí: Não possui cadastro no MTUR e nem outras entidades de classe. Com 15 UH's e um total de 33 leitos, com apenas 3 funcionários, a sinalização é apenas a exigida pelos bombeiros. Acessibilidade tem obstáculos, com uma escada para chegar até a recepção e a mesma para acesso aos apartamentos, este também permanece com a porta central fechada. Na recepção não se encontra muitas informações visíveis, como valores e horários. Material de identidade visual apenas cartão de visita, não possui site exclusivo, mas está cadastrado nos principais sites de busca deste segmento. Funcionários sem uniforme, sendo uma rede familiar que está com o empreendimento desde de 2011. Tudo muito informal, mas os quartos são amplos e roupa de cama e material de qualidade. Com serviço de internet, tv, ar condicionado e frigobar. Os preços são negociáveis, por período ou por cliente, estão um pouco acima das outras hospedagens da cidade, porém não oferecem nada além. Os funcionários foram capacitados pelos próprios proprietários. Acredita no potencial da cidade, apesar de achar que são necessárias várias ações em todos os setores envolvidos da cidade.



- Pousada Primavera: Possui cadastro no MTUR. Possui 25 UH's com 53 leitos. Serviços de internet, estacionamento, café da manhã, tv a cabo, roupa de cama e banho higienizada, trabalho de limpeza adequado tanto dos espaços internos dos apartamentos quanto das áreas comuns da Pousada. A Pousada está cadastrada como ponto de passagem do Caminho da Fé, sendo responsável por emitir e registrar os passaportes dos Caminhantes. Tem acessibilidade adequada com rampas para os principais espaços e apartamentos, sinalização interna dos ambientes, possuindo dois apartamentos com acessibilidade para idosos com dificuldades de mobilidade e deficientes físicos, funcionários uniformizados e capacitados, o proprietário tem formação na área, são um total de 6 funcionários. A identidade visual da Pousada é bem marcante, com logomarca na entrada, no uniforme dos funcionários, mas com apenas cartão de visita, site na interne bem informativo, com preços visíveis e acessíveis, dentro do mercado e de acordo com serviços oferecidos. Tem preocupação com o meio ambiente, seguindo a linha das hospedagens ambientalmente sustentáveis.



- Pousada Casarão: não possui cadastro no MTur. Trabalha em regime de pensão com quartos coletivos e banheiro coletivo, mais o perfil para romeiros de passagem. Estrutura simples, sem muito cuidado com a aparência externa da estrutura. Não foi visitada.



ITENS DE ANÁLISE DOS HOTÉIS:

- Qualidade dos serviços oferecidos: é uma análise generalizada dos serviços no seu todo como é oferecido, a primeira impressão que se tem, atendimento primeiro da recepcionista, forma como se é recebido ao chegar no hotel, limpeza do ambiente, layout da recepção, aparência da recepcionista, qualidade de louça do café, roupa de cama e outros serviços oferecidos, tecnologia de chek-in e chek-out, tecnologias oferecidas nos apartamentos.

- Precificação: é analisado se os preços estão dispostos na recepção de forma visível, se estão de acordo com o mercado e de acordo com os serviços oferecidos.

- Sinalização interna do empreendimento: analisa-se aqui a questão das placas e informações visuais aos hóspedes em relação a se orientar e sua mobilidade dentro do ambiente: aptos, restaurante, garagem, recepção e outras facilidades e necessidades dentro da estrutura. Existência ou não, disposição, visibilidade.

- Acessibilidade: existência de estrutura de apoio para acesso de pessoas com deficiência total ou parcial: rampas, corrimão, banheiros adequados, sinalização.
- Estado de conservação do empreendimento: é analisado as questões estruturais, pintura de paredes, louças de banheiro, funcionamento de parte elétrica, aparência externa do prédio, piso, móveis.

- Capacidade de leitos e números de unidades habitacionais: esta análise é apenas quantitativa de capacidade de hóspedes, quantas camas e quantos apartamentos.

- Cadastro do empreendimento: análise para saber se o empreendimento está de acordo com normas e caminha junto ao mercado do segmento como: CADASTUR (Cadastro de serviços do Ministério do Turismo), Sindicado de Hotéis e outros.

- Tangibilidade: confiabilidade, capacidade de resposta, segurança, empatia, credibilidade no processo de interação com o cliente, capacidade de resposta ou retorno ao cliente, avaliar de que maneira a empresa apresenta, por parte dos clientes, o conhecimento de seus produtos, a cortesia dos funcionários, e principalmente a capacidade destes em inspirar confiança e responsabilidade para o cliente que contrata o serviço, cuidado e atenção que é dado para cara um dos consumidores, a aparência das instalações físicas, equipamentos, funcionários e materiais de comunicação.

- Empatia dos proprietários: nesta análise foi levado em consideração a entrevista informal realizada com os proprietários e se os mesmos estão abertos as mudanças e novos projetos em relação ao turismo de Aguaí e as melhorias necessárias para adaptação ao novo mercado que se abrirá.

- Estrutura oferecida: analisou-se o que é oferecido: garagem, apartamentos, ventilador, frigobar, tv, roupa de banho, alimentação, tecnologias.

- Material impresso e identidade visual: considerou-se aqui imagem de logomarca da empresa, forma de se comunicar com o cliente com folders, sites, cartão de visitas. Uniforme e roupas de camas personalizados.

QUADRO DE ANÁLISE DO HOTÉIS

ITENS AVALIADOS	HOTEL AGUAÍ	HOTEL IDEAL	POUSADA PRIMA-VERA	POUSADA CASARÃO
Qualidade dos serviços oferecidos	BOM	MÉDIO	OTIMO	X
Precificação.	R$182,00 casal/di-ária	À combi-nar	R$175,00 casal Diária	R$60,00 p/pessoa Diária
Sinalização interna do empreendimento	NÃO	NÃO	SIM	X
Acessibilidade	NÃO	NÃO	SIM	X
Capacitação e número de Recursos Humanos	SIM 3 RH	NÃO 6 RH	SIM 6 RH	X
Estado de conservação do empreendimento	BOM	RUIM	OTIMO	RUIM
Capacidade de leitos e números de unidades habitacionais	27 UH'S 50 leitos	15 UH's 33 leitos	25 UH'S 53 leitos	X
Cadastro do empreen-dimento	NÃO	NÃO	SIM CADASTUR	X
Tangibilidade	SIM	SIM	SIM	X
Empatia dos proprietá-rios.	BOM	BOM	OTIMO	X
Estrutura oferecida	BOA	BOA	BOA	X
Material impresso e identidade visual	- cartão de visita - placa na faixada.	NÃO	-Cartão de visitas -logomarca e faixa-da com visual -site oficial - uniforme	X

ALIMENTOS E BEBIDAS

Trata-se de um setor que se constitui em um segmento bastante relevante para a economia de uma determinada região ou país. Dentro dessa perspectiva, o serviço de alimentação é um dos segmentos a serem observados dentro da cadeia produtiva do turismo, uma vez que várias dimensões que estão vinculadas a este segmento, envolvendo desde os aspectos econômicos até o de segurança alimentar, são imprescindíveis para a sua sustentabilidade e competitividade.
O Serviço de Alimentação ocupa uma posição relevante na cadeia produtiva do turismo. Faz parte desse serviço os restaurantes, bares e lanchonetes, casas de chá, confeitarias, sorveterias, padarias, cafeterias, churrascarias, pizzarias, fast foods etc os quais dão importante aporte ao Turismo de modo geral.

E ao mesmo tempo pode ainda figurar como um atrativo turístico importante em razão da culinária e/ou produtos típicos os quais muitas vezes acabam por ser um dos maiores referenciais do turismo.
Turismo e Gastronomia: O serviço de alimentação, além de cumprir uma função biológica de suprir necessidades nutricionais, seja para a população local ou para o turista (oferta técnica) também abrange um aspecto cultural e gastronômico e, nesse sentido, pode ser explorado como nicho de mercado.
Este setor na cidade é bem diversificado, dentro do universo de restaurantes por exemplo foram levantados 11 estabelecimentos possíveis de se trabalhar com o turismo, analisando capacidade ao todo 1000 assentos, e comida diversificada, mas não se destacou nenhum prato típico local. Preços dentro do mercado e de fácil acesso, atendimento com gentileza mas não de forma profissional, sem padronização, com muita empatia, poucos os estabelecimentos com uniformização, mas dentro das normas de vigilância sanitária, mas com pouca identidade visual. Foi ainda levantado uma diversidade de sorveterias e padarias com boa estrutura e qualidade de alimentos atrativos, em torno de 16 sorveterias e alguns outros estabelecimentos peculiares como “Cantinho de Minas”, “Produtos da Terra” e “Ateliê Gourmet Doceria e Café”.
Itens analisados nos estabelecimentos visitados para parâmetro de avaliação:

- **Padrão:** análise geral em relação ao tamanho da estrutura, tipo de serviço, tecnologia utilizada, padronização dos serviços (atendimento, controle de consumo, forma de cobrança)

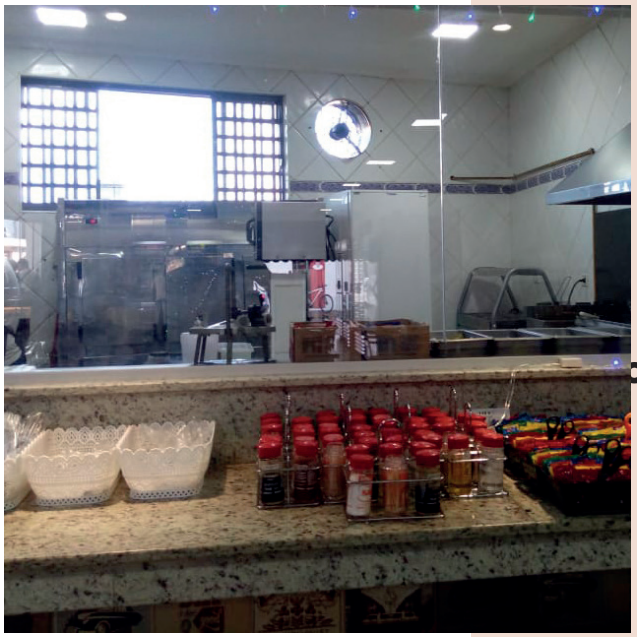
- **Precificação:** análise dos preços dentro do que foi servido, serviços oferecidos e comparativo com o mercado existente.

- **Profissionalismo:** atendimento, padronização, uniformização, tempo de espera, controle de consumo, cortesia do atendimento, tangibilidade, material impresso apresentado.

- **Estrutura**: aparência, higiene, ventilação, iluminação, banheiros, estrutura de refeição e acomodação, cardápio, louça.

- **Qualidade:** analisou-se aqui o tipo de comida, forma de exposição da mesma, temperatura, ambiente, tempo de espera, tangibilidade, qualidade dos alimentos.

ESTABELECIMENTO	TIPO	PADRÃO	PRECIFICAÇÃO	PROFISSIONALISMO	ESTRUTURA	QUALIDADE
Bico Doce	Restaurante e Choperia	Médio	Bom	Médio	Bom	Bom
Imperial	Restaurante	Simples	Bom	Ruim	Médio	Médio
Major	Padaria	Bom	Bom	Bom	Bom	Bom
Fogão a Lenha	Restaurante	Simples	Bom	Médio	Médio	Médio
Pastelaria Pequim	Lanchonete	Simples	Bom	Médio	Bom	Bom






CARDÁPIO
MAJOR
Panificadora
MAJOR
Panificadora
DISK ENTREG
(19)3652-405
(19) 9.9161-95






ZERO



SERVIÇOS TURÍSTICOS

A prestação de **serviços turísticos** de qualidade é essencial para assegurar a satisfação do turista e garantir que as empresas possam se destacar no mercado. Os **serviços turísticos** envolvem vários ramos são eles: hospedagem, alimentação, transporte, agenciamento turístico, informação turísticas, passeios, atividades de lazer e entretenimento, etc.
Será avaliado aqui critérios como capacidade de atendimento dos serviços, interesse dos empreendimentos nos novos projetos turísticos da cidade, existência ou não de serviços necessários para um bom atendimento ao fluxo de turista potencial, capacitação dos recursos humanos, estruturas disponíveis na cidade com capacidade para novos mercados e fluxo turístico e a forma com que estes serviços estão sendo disponibilizados ao cliente.

- Agência de Turismo Las Palmas:
Destacando ainda como ponto forte para a cidade enquanto turismo a proximidade de São Paulo (capital), indicando um produto familiar de fim de semana, observar um público de 20 a 25 anos com atrativos para este público. Ressaltou os eventos natalinos e ainda férias de janeiro e julho. Tem interesse no turismo receptivo e acredita nas possibilidades do turismo em Aguaí. São cinco funcionários graduados e fixos, o proprietário tem 20 anos de mercado e seu público consumidor não se resume apenas à comunidade local, mas atende às cidades vizinhas, tendo seu produto principal os pacotes de viagens internacionais e pacotes personalizados.

- Outros serviços:

A cidade não possui serviços de receptivo turístico particular e nem público, não possuindo serviços de guias de turismo local e e o material informativo turístico tem sido desenvolvido na atual administração, tanto em panfletagem quanto na web.
A sinalização da cidade é deficitária, não foi detectada sinalização de orientação turística e nem a sinalização de indicação de mobilidade urbana com indicação de estrutura de apoio e serviços básicos, apenas a sinalização básica de trânsito como foi levantado, todo o trabalho em relação ao turismo é recente e será baseado e norteado pelo plano diretor elaborado.
A cidade conta ainda com uma boa estrutura de espaços esportivos, como o Parque Municipal Interlagos, Clube de Campo, Secretaria de Esporte, com estrutura de piscinas, e quadras, e ainda academias diversificadas.
Foi também levantada a presença de casas de temporada no meio rural e no setor de lazer com três pesque-pague no meio rural. Conta ainda com um teatro municipal Esmeralda, com capacidade para trezentas pessoas. Duas empresas de transporte turísticos com cadastro na ANTT e ARTEST (empresas reguladoras de transporte de pessoas).

FOTOS ILUSTRATIVAS SINALIZAÇÃO




Centro
ATENÇÃO
VIADUTO
INTERDITADO


A 364


JARDIM DAS FLORES
NOVO BAIRRO PLANEJADO
POUSADÁ
PRIMAVERA
3652-1655


POUSADA
PRIMAVERA
3652.1655
A-200M

QUADRO DE CONCLUSÃO DE SERVIÇOS TURÍSTICOS

ITENS AVALIADOS	Não atende	Atende parcialmente	Atende
Agencia Las Palmas emissivo			
Espaços esportivos			
Centro de atendimento ao turista			
Espaços para eventos			
Agências de receptivo			
Guia de turismo			
Guias e mapas turísticos			
Empresa de transporte turístico			

CENÁRIO DE POTENCIAIS ATRATIVOS TURÍSTICOS EXISTENTES

Um atrativo turístico é todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse para o turismo, motivando assim, deslocamento humano. Os atrativos, em sua maioria, são de ordem natural ou cultural.
Os atrativos naturais contemplam as mais diversas paisagens; incluindo sua biodiversidade, suas formações geológicas e corpos d'água. Esses atrativos demandam o gerenciamento do homem e, na medida do possível, a preservação de sua forma original.
Já os considerados culturais abarcam atrativos de ordem material e imaterial. Os materiais incluem bens arquitetônicos que foram construídos com a intenção de atrair turistas, como parques temáticos, museus e teatros, ou não, caso de igrejas, monumentos e casas. Os imateriais concentram a gama de manifestações folclóricas, celebrações, feiras, e também os saberes e fazeres. Existem outras formas de classificar um atrativo, como permanente ou temporário, isolado ou em clusters, urbano ou rural.
Importante ressaltar que é necessário existir a intervenção humana para a consolidação do atrativo, caso não haja, dá-se o nome de atrativo potencial ou recurso turístico, pois "os recursos em sua forma original não são mais que a matéria prima dos futuros atrativos". (OMT, 2001, p. 121). Considera-se um atrativo, o recurso formatado em negócio e que atenda às necessidades do fluxo turístico.
Neste cenário dentro do universo de Aguaí, vamos analisar os atrativos potenciais, pois a cidade ainda não possui atrativos ou produtos formatados. Sendo analisados por categorias: atrativos culturais, naturais, feiras, religioso.

ATRATIVOS NATURAIS

- Buracão do Zé Antônio:

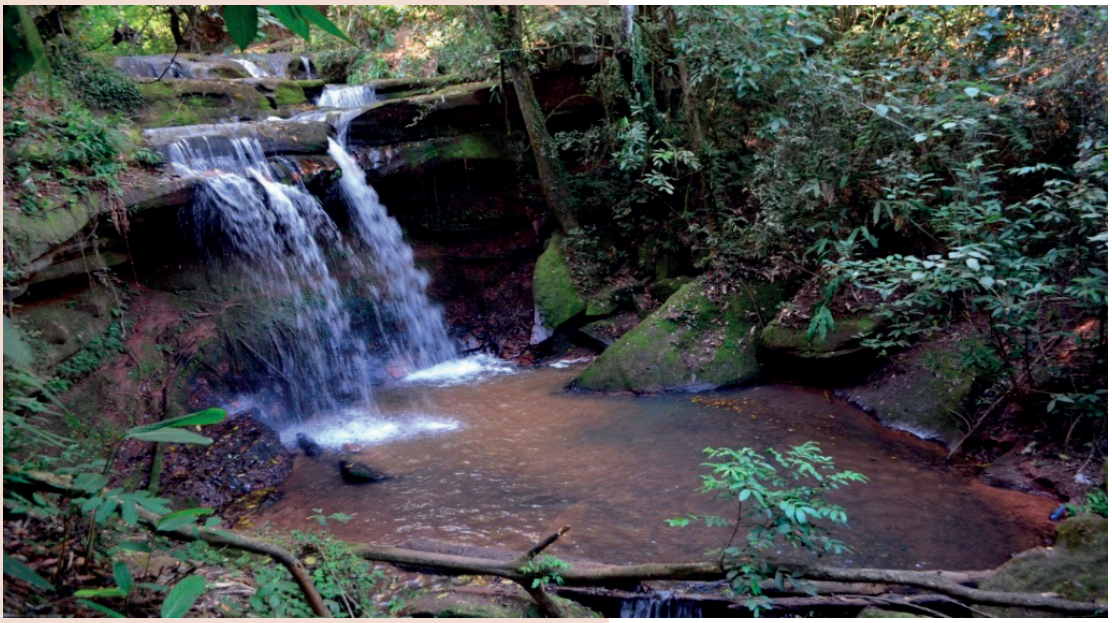
Área verde que fica mais ou menos a 5 km do centro da cidade. É considerada uma área de proteção ambiental, mas não existe um estudo de fauna e flora, uma área aberta pertencente ao poder público. Já foram registrados na fauna por observação de visitantes e frequentadores locais: onça, macaco bugio, jaguatirica, tucano e cachorro do mato. O local é utilizado para motocross, bicicleta e caminhadas.



ITENS VERIFICADOS	SITUAÇÃO
Visitação	Por pessoas da comunidade
Estado de conservação	Bom
Sinalização turística	Inexistente
Meios de acesso	A pé, de carro, moto e bicicleta
Atende as necessidades atuais	Sim
Permite expansão no volume de visitantes	Sim
Acessibilidade	Não
Atividades realizadas	Caminhadas (trilhas), motocross e bicicross.
Existência de comercialização do atrativo	Não
Grau de utilização	Médio
Período de visitação	O ano todo

-Cachoeira das 3 Fazendas:

Localizada na estrada velha para a cidade de Espírito Santo do Pinhal, pelo caminho pode se observar plantações de laranja e abacate. Fica na Rota das Capelas. Acesso reduzido para grande número de pessoas, com beleza cênica atrativa, área privada. Serão necessárias adaptações como: estacionamento, sinalização, placas de conservação e melhorias no acesso até a queda água.



ITENS VERIFICADOS	SITUAÇÃO
Visitação	Sim
Estado de conservação	Bom
Sinalização turística	Inexistente
Meios de acesso	Carro, bicicleta, moto e a pé.
Atende as necessidades atuais	Sim
Permite expansão no volume de visitantes	Com estudo de impacto sim
Acessibilidade	Não
Atividades realizadas	Contemplação, banho de cachoeira, lazer
Existência de comercialização do atrativo	Não
Grau de utilização	Médio
Período de visitação	Ano todo

- Parque Municipal Interlagos:

Este que é considerado o ponto principal de atração da cidade por se tratar de um ambiente democrático e público, onde as pessoas podem praticar esportes ao ar livre mas também simplesmente curtir alguns momentos de ócio em um local bonito e de natureza atrativa. Após algumas intervenções como é de interesse do poder público, o parque se tornará uma grande área verde no centro da cidade, com várias opções de lazer para todas as idades. Lago, trilhas, pista de caminhada, parque infantil, contemplação de paisagem aos pés de imagem do Cristo, pista de skate, área para eventos aberta, árvores frutíferas, academia ao ar livre, quiosques.







ITENS VERIFICADOS	SITUAÇÃO
Visitação	Sim
Estado de conservação	Médio
Sinalização turística	Não
Meios de acesso	Carro, a pé, bicicleta, moto.
Atende as necessidades atuais	Em partes
Permite expansão no volume de visitantes	Sim
Acessibilidade	Sim
Atividades realizadas	Esportes, lazer, contemplação, eventos

Existência de comercialização do atrativo	Não
Grau de utilização	Médio
Período de visitação	Ano todo

- Semente de Aguaí:

O Aguaí, chapéu-de-napoleão ou semente elétrica, tem uma semente que emite uma vibração contínua que pode ser captada por processos radiestésicos. Quando se utiliza um pêndulo ou um aurômetro (aparelho empregado para medir a energia dos corpos), pode-se notar que as sementes manifestam uma atividade constante. As sementes de Aguaí têm um valor excepcional por sua composição química e pela energia que emanam.
O aguaí emite vibrações que transmitidas para o homem, produzem um equilíbrio completo, resolvendo conflitos e protegendo a saúde em geral, garante o doutor. Pesquisando, estudando e fazendo experiências, o médico e terapeuta macrobiótico Henrique Smith chegou à conclusão de que, em contato com o corpo, as sementes poderiam atrair as energias vitais humanas.
Para que as vibrações positivas prossigam, recomenda-se que a semente seja usada constantemente junto ao corpo, guardada num saquinho de algodão ou seda natural. Já para ter o equilíbrio psíquico, é imprescindível voltar-se também à natureza e ter uma alimentação mais balanceada. Basicamente, por emitir frequências corretas e constantes, o aguaí reequilibra ou faz parte de tratamento de reequilíbrio físico e mental. A semente de Aguaí (Thevitia peruviana) emite vibrações energéticas, por causa de sua composição química. Muitos indígenas sabem desses benefícios e usam uma tornozeleira com sementes ao saírem para o mato para não serem picados por aranhas ou cobras.





ITENS VERIFICADOS	SITUAÇÃO
Visitação	Sim
Estado de conservação	Médio
Sinalização turística	Inexistente
Meios de acesso	De carro, moto, bicicleta, a pé
Atende as necessidades atuais	Sim
Permite expansão no volume de visitantes	Sim
Acessibilidade	Sim
Atividades realizadas	Contemplação
Existência de comercialização do atrativo	Não
Grau de utilização	Baixa
Período de visitação	Ano todo

- **Memorial 9 de Julho:**

Local onde se encontra uma mina d'água, e fizeram uma estrutura de fonte. Criado e idealizado em homenagem ao dia 9 de julho, que marca o início da Revolução de 1932, é a data cívica mais importante do estado de São Paulo e feriado estadual. Os paulistas consideram a Revolução Constitucionalista como sendo o maior movimento cívico de sua história. Podendo ser a água da mina trabalhada juntamente com a semente de aguaí e seu poder radiosinestésico.





ITENS VERIFICADOS	SITUAÇÃO
Visitação	Sim
Estado de conservação	Ruim
Sinalização turística	Inexistente
Meios de acesso	Carro, moto, bicicleta e a pé
Atende as necessidades atuais	Não
Permite expansão no volume de visitantes	Sim
Acessibilidade	Sim
Atividades realizadas	Contemplação, descanso,
Existência de comercialização do atrativo	Não
Grau de utilização	Baixo
Período de visitação	Ano todo

- IGREJA MATRIZ SENHOR DO BOM JESUS

A construção da 1ª igreja de Cascavel teve início em 1894, pelo fundador da cidade, major João Joaquim Braga, auxiliado por Joaquim da Silva Borges. Antes, as primeiras missas eram realizadas numa antiga santa-cruz, sob um rancho, mais ou menos no local da Pedra Branca, sob frondosa figueira, na Praça da Matriz, hoje chamada Praça Senhor Bom Jesus. Os batizados eram realizados na própria residência do major Braga. Com a contribuição do povo, promoveu-se a construção, que foi concluída em 1896, sendo celebrada a 1ª missa na igreja em 27 de Setembro desse mesmo ano, pelo então coadjutor da Paróquia de São João da Boa Vista, o cônego Ângelo Alves de Assumpção.
Em 28 de setembro de 1900, dom Antônio Cândido de Alvarenga, bispo de São Paulo, cria a Paróquia do Senhor Bom Jesus. Foi nomeado, para 1° vigário, o reverendíssimo padre José Cecere, que tomou posse em 5 de novembro do mesmo ano.Em 15 de maio de 1903, o padre Jerônimo Migliani criou a Via-sacra.
Em 1 de janeiro de 1945, Cascavel tornou-se município e passou a chamar-se Aguaí. Entre os padres que pastorearam esta paróquia, destaca-se padre Geraldo Lourenço, que criou a Vila Vicentina (hoje, Comunidade São Vicente de Paulo) em 23 de janeiro de 1938. Foi também padre Geraldo o responsável pela reforma da Igreja Matriz de 19 de fevereiro de 1942 a 20 de maio de 1948, em que houve renovação do telhado e do forro, substituição das janelas de madeira por vitrais de ferro, troca da torre, construção do coro e da escada de madeira para se chegar à torre. A igreja foi quase completamente reconstruída e se tornou o que é hoje.
Padre José Benedito de Moraes realizou a troca da cúpula da torre, de madeira coberta de cobre, e da cruz de ferro pelas atuais: cúpula de metal revestido de alumínio e cruz de acrílico. Foi ele também quem construiu o Centro Catequético e as igrejas da Estrada Grande e Sete Lagoas. Também foram trocados: a fiação e o madeiramento da Igreja Matriz.



ITENS VERIFICADOS	SITUAÇÃO
Visitação	Sim
Estado de conservação	Bom
Sinalização turística	Inexistente
Meios de acesso	A pé, carro, moto e bicicleta
Atende as necessidades atuais	Sim
Permite expansão no volume de visitantes	Sim
Acessibilidade	Sim
Atividades realizadas	Contemplação, religiosas
Existência de comercialização do atrativo	Não
Grau de utilização	Médio
Período de visitação	Ano todo

- Igreja de São Benedito:

São Benedito foi canonizado em 24 de maio de 1807, pelo **Papa** Pio VII. É representado com o menino Jesus nos braços por que fora visto várias vezes com um lindo bebê nos braços quando estava em profunda oração. Por orientação da CNBB, no Brasil a **festa de São Benedito** é comemorada no dia 5 de outubro.
Rua Capitão Silva Borges, 975/Centro - Aguaí – SP/CEP: 13860-970



ITENS VERIFICADOS	SITUAÇÃO
Visitação	Sim
Estado de conservação	Boa
Sinalização turística	Inexistente
Meios de acesso	Todos
Atende as necessidades atuais	Sim
Permite expansão no volume de visitantes	Sim
Acessibilidade	Sim
Atividades realizadas	Contemplação, religiosas
Existência de comercialização do atrativo	Não
Grau de utilização	Médio
Período de visitação	Ano todo

- Casa da Cultura:

Espaço hoje que conta com a biblioteca municipal, foi uma das primeiras residências da cidade, se encontra em frente ao prédio histórico da Estação ferroviária, e será o futuro Museu da cidade. Prédio de beleza arquitetônica mas que se encontra sem cuidados ou preservação.

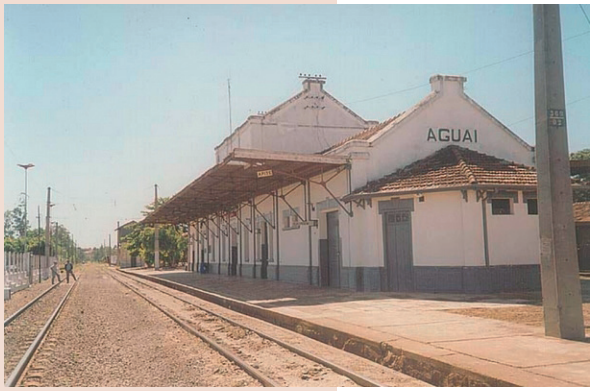


ITENS VERIFICADOS	SITUAÇÃO
Visitação	Sim
Estado de conservação	Ruim
Sinalização turística	Inexistente
Meios de acesso	Todos
Atende as necessidades atuais	Não
Permite expansão no volume de visitantes	Sim
Acessibilidade	Sim
Atividades realizadas	Visitação
Existência de comercialização do atrativo	Não
Grau de utilização	Mínimo
Período de visitação	Ano todo

- Estação Ferroviária:

A Estação Cascavel foi inaugurada em primeiro de janeiro de 1887, constituindo-se no ponto de partida do ramal de Poços de Caldas. Nesse mesmo tempo iniciaram a construção das primeiras casas e comércio, já que eram vantajosas as perspectivas para o local. Na Estação estabeleceu um comércio típico, inicialmente com modestas bandejas de café e bolinhos, depois vieram frangos assados, linguiças, guloseimas, queijos e frutas, tornando o lugar conhecido numa vasta região, devido aos veranistas que demandavam Águas da Prata e Poços de Caldas.
A esse comércio, deve-se em parte, o desenvolvimento do arraial, pois os que se dedicavam a ele, pessoas vindas de diversos pontos do Estado, foram-se estabelecendo no lugar. Prédio histórico que faz parte fundamental da criação da cidade, e que deve ser preservada por ser um diferencial por estar em funcionamento ainda com trens de carga.





ITENS VERIFICADOS	SITUAÇÃO
Visitação	Não
Estado de conservação	Bom
Sinalização turística	Inexistente
Meios de acesso	Todos
Atende as necessidades atuais	Sim
Permite expansão no volume de visitantes	Sim
Acessibilidade	Mínima
Atividades realizadas	Contemplação, conhecimento
Existência de comercialização do atrativo	Não
Grau de utilização	Médio
Período de visitação	Ano todo

- Feira livre :

Esta que é realizada com os produtores da agricultura familiar da cidade todas as quartas-feiras a noite e aos domingos, para aumentar os participantes e a possibilidade de escoamento das mercadorias produzidas no município, podendo ainda ser introduzido o artesanato e shows locais. Frutas e verduras frescas, alimentos e bebidas feitas pelos produtores e comerciantes locais e artesanato.
O local também conhecido como Ceasinha, é próprio para o comércio e realização das feiras livres, dando continuidade na história de Aguaí, que teve seu início com a Estação de Trem e uma Feira livre e o primeiro morador ou fundador da cidade era um exímio comerciante.



ITENS VERIFICADOS	SITUAÇÃO
Visitação	Sim
Estado de conservação	Bom
Sinalização turística	Inexistente
Meios de acesso	Todos
Atende as necessidades atuais	Sim
Permite expansão no volume de visitantes	Sim
Acessibilidade	Sim
Atividades realizadas	Comércio, alimentação e lazer.
Existência de comercialização do atrativo	Não
Grau de utilização	Médio
Período de visitação	Ano todo

-Cemitério Municipal:

O local tem interesse peculiar pois possui um túmulo em tamanho real de um ex--prefeito ainda vivo, com imagens seus irmãos, reunidos em uma mesa e toda sua história pública em vida, em lápides. Conta ainda com o túmulo de sua companheira em vida por mais de 50 anos. Possui também outros túmulos de interesse arquitetônico.

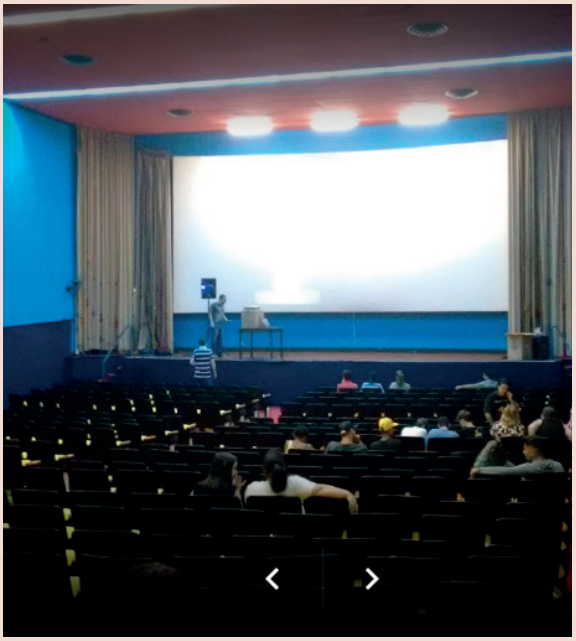


ITENS VERIFICADOS	SITUAÇÃO
Visitação	Sim
Estado de conservação	Bom
Sinalização turística	Inexistente
Meios de acesso	Todos
Atende as necessidades atuais	Sim
Permite expansão no volume de visitantes	Sim
Acessibilidade	Sim
Atividades realizadas	Contemplação, cultural histórico
Existência de comercialização do atrativo	Não
Grau de utilização	Médio
Período de visitação	Ano todo

- Cine Teatro Esmeralda

Um dos prédios fundados para fazer parte da sede do Clube dos Compadres, salão de festas da cidade, fundado em 1935, por alguns amigos para comemoração de seus aniversários, o Clube adquiriu vários prédios ao longo de sua existência e um deles foi o Cine Teatro Esmeralda. Hoje, além de um prédio histórico, também funciona como Teatro, com apresentações locais e estaduais. Endereço: R. XV de Novembro, 183-279 – Centro/Acessibilidade: Sim Acessibilidade física: corrimão nas escadas e rampas. Capacidade: 480 pessoas





ITENS VERIFICADOS	SITUAÇÃO
Visitação	Sim
Estado de conservação	Bom
Sinalização turística	Inexistente
Meios de acesso	Todos
Atende as necessidades atuais	Sim
Permite expansão no volume de visitantes	Sim
Acessibilidade	Sim
Atividades realizadas	Apresentações artísticas e culturais
Existência de comercialização do atrativo	Não
Grau de utilização	Médio
Período de visitação	Ano todo

- Caminho da Fé:

Com ajuda de um mapa e partindo de Águas da Prata, foi imaginado um caminho que chegasse até Aparecida privilegiando a rota mais lógica e que atendesse ao perfil peregrino, sem interferência política. O Caminho da Fé foi inaugurado em 11.02.2003 na cidade de Águas da Prata/SP. Dando continuidade, seu traçado poderá sempre ser alterado, visando agregar outras cidades.
Atualmente em 2016 a Rota é composta por cerca de 970 km, dos quais aproximadamente 500 km atravessam a Serra da Mantiqueira por estradas vicinais, trilhas, bosques e asfalto, proporcionando momentos de reflexão e fé, saúde física e psicológica e integração do homem com a natureza.
Seguindo sempre as setas amarelas, o peregrino vai reforçando sua fé observando a natureza privilegiada, superando as dificuldades do Caminho que é a síntese da própria vida. Aguaí faz parte da rota e possui ponto para aquisição do passaporte de peregrino, o que contribui para fortalecer a imagem de Aguaí enquanto rota turística.



ITENS VERIFICADOS	SITUAÇÃO
Visitação	Sim
Estado de conservação	Boa
Sinalização turística	Sim, padronizada do Caminho
Meios de acesso	A pé, de bicicleta e de moto
Atende as necessidades atuais	Sim
Permite expansão no volume de visitantes	Sim
Acessibilidade	Sim
Atividades realizadas	Caminhadas, esportes de aventura (bike e moto), contemplação, religioso.
Existência de comercialização do atrativo	Sim
Grau de utilização	Bom
Período de visitação	Ano todo.

- Rota das Capelas:

A 'ROTA DAS CAPELAS' nasceu com o propósito de, num roteiro de fé e devoção, unir 6 municípios de São Paulo e Minas Gerais. Idealizada pela advogada, jornalista e peregrina veterana Arlene Padrão, guaçuana radicada em Aguaí, a rota de peregrinação liga, por estradas vicinais, as cidades de Aguaí (ponto inicial do caminho), o bairro rural de Santa Luzia, em Espírito Santo do Pinhal e Santo Antônio do Jardim e Andradas, Ibitiúra de Minas e Santa Rita de Caldas.
Com um trajeto de 94 km, demarcado no dia 12 de março de 2005, sinalizado com flechas de cor laranja e placas indicativas, os peregrinos encontram cerca de 30 capelas, algumas bem antigas e cada qual com seu estilo e sua história.
Esta rota se torna importante para o turismo de Aguaí, pois agrega valores ao Turismo religioso e ainda se torna uma opção e um diferencial dentro do Caminho da Fé que já está de certa forma fortalecido no mercado de peregrinação.

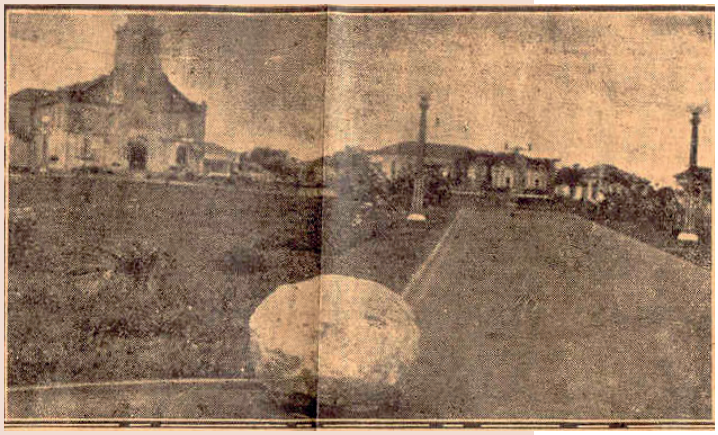


ITENS VERIFICADOS	SITUAÇÃO
Visitação	Sim
Estado de conservação	Médio
Sinalização turística	Pouco
Meios de acesso	A pé, de bicicleta e de moto.
Atende as necessidades atuais	Sim
Permite expansão no volume de visitantes	Sim
Acessibilidade	Sim
Atividades realizadas	Peregrinação, contemplação, esporte de aventura, lazer.
Existência de comercialização do atrativo	Sim
Grau de utilização	Médio
Período de visitação	Ano todo.

- Memorial da Pedra Branca:

Na praça principal, esta que era o quintal da casa do fundador da cidade. Colocada debaixo de uma enorme figueira à frente de sua casa, essa pedra foi colocada ali pelo próprio Major Braga. Por décadas ela enfeitou o jardim permanecendo lá até hoje. Considerada um verdadeiro marco histórico, no ano do centenário foi construído um monumento para ela.





ITENS VERIFICADOS	SITUAÇÃO
Visitação	Sim
Estado de conservação	Boa
Sinalização turística	Inexistente
Meios de acesso	Todos
Atende as necessidades atuais	Sim
Permite expansão no volume de visitantes	Sim
Acessibilidade	Sim
Atividades realizadas	Contemplação, histórico cultural
Existência de comercialização do atrativo	Não
Grau de utilização	Pouco
Período de visitação	Ano Todo

CENÁRIO DE MERCADOS E SEGMENTOS

Este cenário será analisado para que se possa entender o que a cidade tem a oferecer, seus potenciais turísticos, juntamente com seus serviços turísticos e qual direcionamento será tomado mediante o perfil da demanda traçada em uma pesquisa realizada durante o ano de 2018. Conhecendo um pouco o turista ou visitante da cidade podemos definir os segmentos turísticos que devem ser trabalhados com prioridade inicial, com a demanda já existente e posteriormente analisando e ampliando a oferta, para se possa atingir seu total potencial, com um planejamento ordenado e sustentável.

O perfil da demanda foi traçado dentro de um universo de 177 entrevistas estruturadas, com os seguintes questionamentos:
- Principais características do turista: geográficas, etárias e perfil econômico;
- Informações sobre as opiniões e impressões do turista sobre o destino visitado: motivação da viagem, fontes consultadas para se obter informações, satisfação a respeito dos serviços e produtos locais, e demais fatores gerais sobre sua visita;
- Caracterizar a viagem e o visitante: tamanho do grupo, a utilização de serviços, vinculação do destino local com outros destinos no ato da viagem, meio de transporte utilizado, duração da estada, e características da hospedagem escolhida;
- Verificar o comportamento e gastos dos entrevistados: gastos na cidade.

Assim sendo teremos aqui um breve perfil da demanda analisada para que posteriormente se analise as mídias utilizadas e o universo da promoção do município no atual contexto, concluindo assim e tendo dados objetivos para a elaboração de um plano de marketing juntamente com o Plano Diretor, para o direcionamento correto de promoção do município enquanto destino turístico.
Considerando a procedência do visitante de Aguaí tem se 68% vindos da Capital São Paulo juntamente com seu interior, como ocorre com o turismo Europeu que a maior parte dos turistas são do mesmo país, considerando as proporções territoriais de país europeu e Estado brasileiro que são próximos, diferenciando apenas na sua divisão política, temos assim um forte turismo interno ou doméstico e em segundo lugar tem se o Estado de Minas Gerais como segundo emissor.
A faixa etária tem destaque na pesquisa por demonstrar que não existe um grupo específico que escolhe Aguaí como destino tendo quase que uma equidade entre as faixas etárias, mas pode-se considerar que o grupo acima de 31 anos até 60 somados, são em sua maioria. Mas ao se trabalhar as segmentações do turismo para o município, este fator deve ser considerado, com opções para as diversas faixas etárias.
Em relação a motivação da viagem para Aguaí, o perfil da demanda já começa a ser predominante em relação ao Turismo de Negócios com 81% das respostas vieram para Aguaí para negócios e ou trabalho, assim sendo a forma de organização da viagem fica com destaque para uma organização por conta própria ou organizada pela empresa. Dentro desta linha a demanda tem seu perfil de viajante sozinho ou com amigos, considerando este público em potencial para um retorno com familiares, caso tenha uma boa impressão da cidade e tenha informações que façam com que ele tenha curiosidade de voltar para conhecer mais da localidade.
Sendo importante o ponto a ser analisado que foi qual o meio de comunicação ficou sabendo de Aguaí, tendo um destaque para a resposta “nenhum deles”, ou seja nenhum dos meios de comunicação citados, pois como a maioria vem para trabalho ou negócios, são os contatos da empresa que direcionam a vinda dos mesmos para a cidade.
Em relação as faixas salariais analisadas para se entender o consumo de fato e o potencial na cidade, como são negócios e serviços tem se uma faixa salarial de 3 a

6 salários mínimos, considerado estes como classe C, pelos institutos responsáveis por esta área, mas considerando esta classe social mais acessível de se agradar, gostam de qualidade mas com preços moderados, ponto a ser trabalhado no turismo de Aguaí favoravelmente.
Sendo o meio de transporte mais utilizado o carro próprio, considera o tempo de permanência aqui dois grupos distintos para se trabalhar o primeiro que com pouco tempo para usufruir do que a cidade oferece (1 dia de permanência), mas não menos importante pois é considerado um turista em potencial, pois tem a primeira impressão se positiva acaba voltando para uma permanência maior, e o segundo grupo com uma permanência maior de até 15 dias, deve ser trabalhado de forma mais complexa pois fica muito tempo, podendo ocorrer desgastes com a rotina ou o dia-a-dia do município.
Em relação direta com o turismo ou os atrativos turísticos, ou os potenciais atrativos, o Parque Municipal Interlagos foi o mais citado, considerando este estar melhor preparado para receber sendo em sua maioria indicado por toda a comunidade local como alternativa de lazer e sua posição central na cidade que favorece sua atração.
Foi analisado na pesquisa de demanda qual seriam os segmentos mais atrativos. Dentro do universo de Aguaí para o público entrevistado, ponto positivo pois foram apontados três segmentos o ecoturismo, negócios e cultural, dando possibilidades amplas de se trabalhar com o que a cidade já tem de potencial, identificado no texto do diagnóstico a cima.
Quanto as expectativas em relação a visita e a possível indicação da localidade, o ponto é extremamente positivo, em sua maioria as expectativas foram atingidas e em quase sua totalidade destes indicariam a cidade para outros. Considerando que este turismo ainda é de forma superficial os serviços mais utilizados são a hotelaria, alimentos e bebidas e serviços do comércio, considerando que ainda não existe nenhum trabalho diretamente relacionado com atrativos turísticos.
Percebendo esta superficialidade, na última análise feita dentro do universo da demanda, quando os destaques para os pontos fracos são as porcentagens maiores para as informações turísticas, a sinalização turística e os atrativos turísticos que ainda são basicamente potenciais e em relação as informações é o que será analisado no próximo cenário, a seguir.

RESUMO DE PERFIL DE DEMANDA

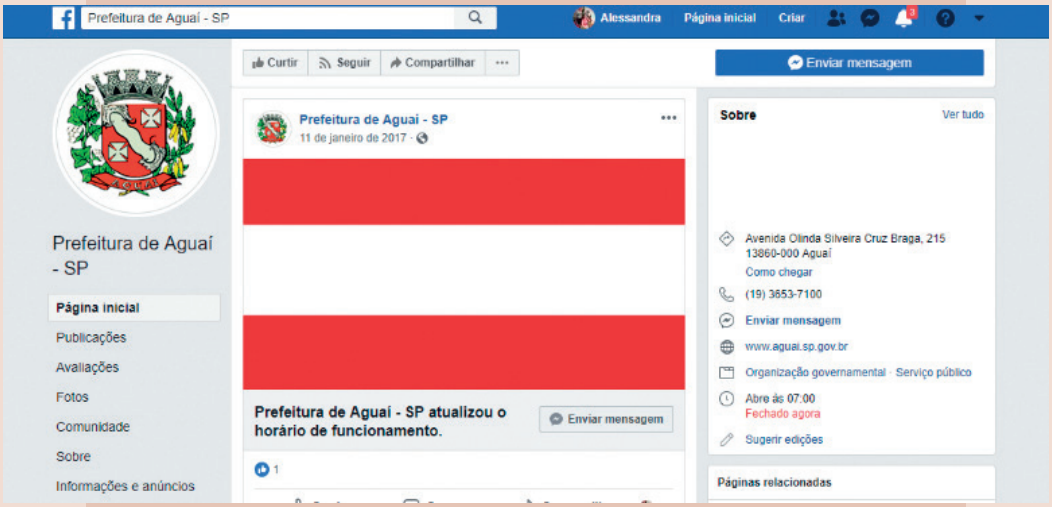
ITENS ANALISADOS	CARACTERÍSTICAS
Procedência	Capital SP e interior próximo SP e MG
Idade	Destaque para 31 a 65 anos
Motivação da viagem	Negócios e serviços
Tipo de organização da viagem	Independente ou empresa
Com quem viaja	Sozinho ou com amigos
Meio de comunicação utilizado	Indicação de amigos
Faixa salarial	Classe C (3 a 6 salários mínimos)
Meio de transporte	Carro próprio e ônibus
Tempo de permanência	1 dia a 15 dias
Destaque de atrativo turístico	Parque Municipal Interlagos
Segmentos turísticos	Ecoturismo, Cultural e negócios

Expectativa sobre a visita	Foi atingida
Indicação para outros	Indicariam
Serviços utilizados	Hotelaria, alimentos e bebidas e comércio
Pontos fortes	Hospitalidade, pavimentação, limpeza e atrativos naturais
Pontos Fracos	Informações, sinalização e atrativos turísticos

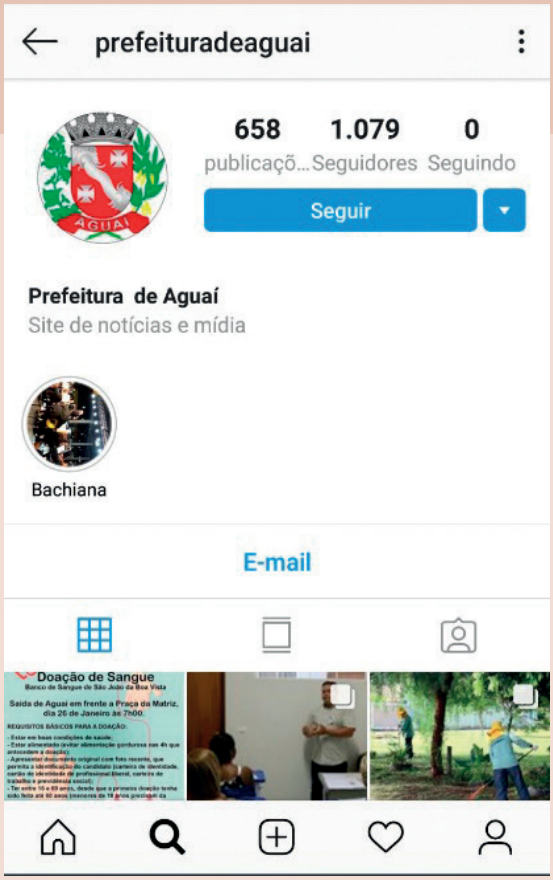
CENÁRIO PROMOÇÃO E POSICIONAMENTO DE MERCADO DE AGUAÍ:

O posicionamento é como o destino é visto na mente das pessoas. É a imagem que o turista tem em suas cabeças sobre a cidade de Aguaí, enquanto destino turístico, sendo uma das principais ferramentas técnicas em que se baseia a estratégia e a ação de marketing do destino. É o resultado da mescla do fluxo de comunicação colocado no mercado e o que pode ser encontrado no lugar. “Por um lado, por seu valor de formulação da imagem comparativa e, portanto, competitiva da oferta ao mercado. Por outro, embora às vezes se esqueça, por seu valor de expressão dos elementos-chave que definem a análise que o público faz do conjunto de ofertas recebidas”. (CHIAS, 2007) Desta forma foi analisado materiais publicitários, encontrados disponíveis na cidade, com fotos anexas. Também foram analisados outros meios de comunicação utilizados pela prefeitura municipal.
A cidade de Aguaí está começando seus trabalhos em relação ao turismo recentemente, apesar deste já ocorrer na cidade de forma espontânea e superficial, uma análise pela internet, pode-se perceber que a cidade está presente em sites de busca como: tripadivisor e apontador, com poucas informações, algumas fotos (igreja e estação ferroviária), restaurantes e lanchonetes, sempre com a Pousada Primavera em destaque, o que deve-se considerar que é um trabalho de apenas um empresário. Aguaí também está em sites como: guia do turismo no Brasil, Férias Tur. A Rota das Capelas e Caminho da Fé, contribuem muito para a disseminação da imagem da cidade também, incluindo aqui como destaque os sites especializados de cicloturismo: bikersriopardo, eventurebox, marportal e wikiloc, levando a considerar um trabalho neste segmento que já está em andamento, melhorando infraestrutura e divulgação. A semente de aguaí é bastante difundida na internet com várias reportagens, mas nada direcionado para a cidade, o que poderia ser aproveitado.
Não possuindo uma identidade específica, os sites institucionais trabalham com o brasão somente, não possuindo uma logomarca, uma identidade visual específica. Ponto positivo que a cidade é bem conhecida e referenciada nas mídias virtuais por suas indústrias o que pode ser aproveitado. Em relação a turismo já citado os sites de busca e ressaltando que a cidade que aparece juntamente com Aguaí como alternativa a cidade de Águas da Prata, por sua proximidade, sendo mais conhecida turisticamente. No facebook apenas páginas de venda e troca, classificados e a página oficial da prefeitura.
Após conclusão de trabalho de elaboração do Plano Diretor, deverá ser elaborado um plano de marketing para a cidade de Aguaí, baseado nas informações coletadas e nos segmentos a serem trabalhados na cidade e na pesquisa de demanda realizada que dá a primeira orientação em relação ao perfil do turista que já frequenta a cidade e o que potencial turista.

Página oficial da Prefeitura Municipal de Aguaí no Facebook.



Instagram oficial da Prefeitura de Aguaí.



Site oficial da Prefeitura de Aguaí.

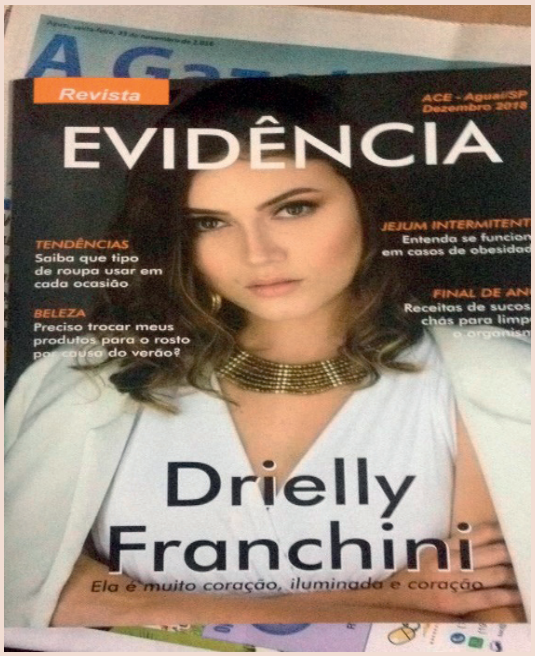


Jornais impressos locais:


O IMPARCIAL 47 ANOS
Editor: Ernani Selber de Freitas Redação: Rua Consolação, 660 Fone (19) 3652-1736
SEMANÁRIO - ANO XLVIII - Nº 2142 - Aguaí - SP, 8 de dezembro de 2018.
Prefeitura realiza Parada de Natal nesta sexta-fe
Evento terá início na Rua Capitão Silva Borges e término na Praça Bom Jesus


A Gazeta de Agua
Edição Nº 999
Motorista da Uber é preso após participação d
assalto a um posto de combustíveis da cidade
Além dele, mais dois assaltantes foram detidos e presos pela Guarda Municipal
Vereador
Exército realiza em Aguaí treinamento
COE POZZER

Revista da Associação Comercial:



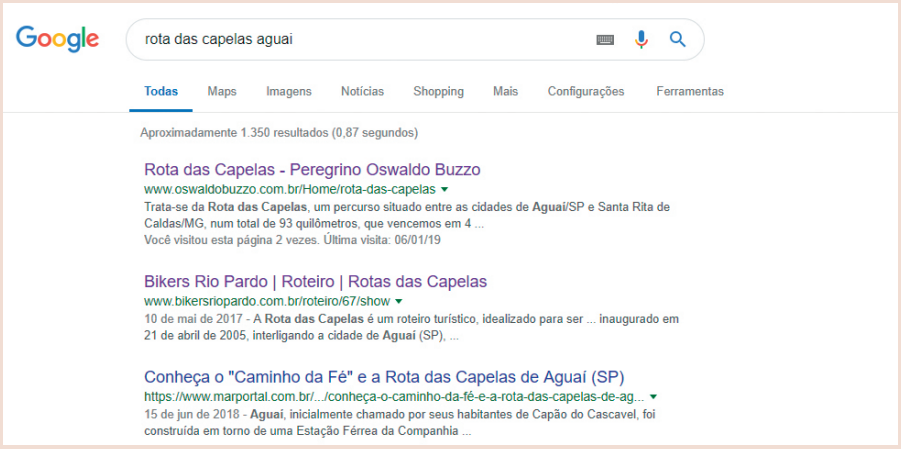
Mapa da cidade: vendido pela Associação Comercial



Sites especializados onde Aguaí é divulgada:

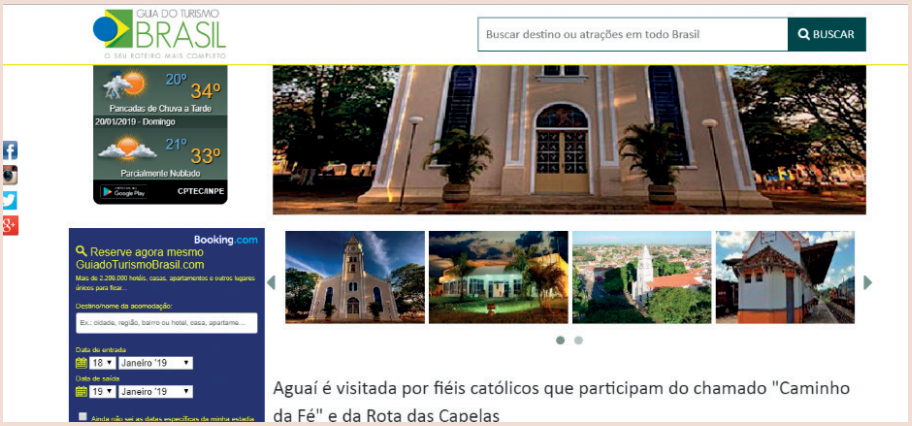


Páginas do Google onde Aguaí aparece.

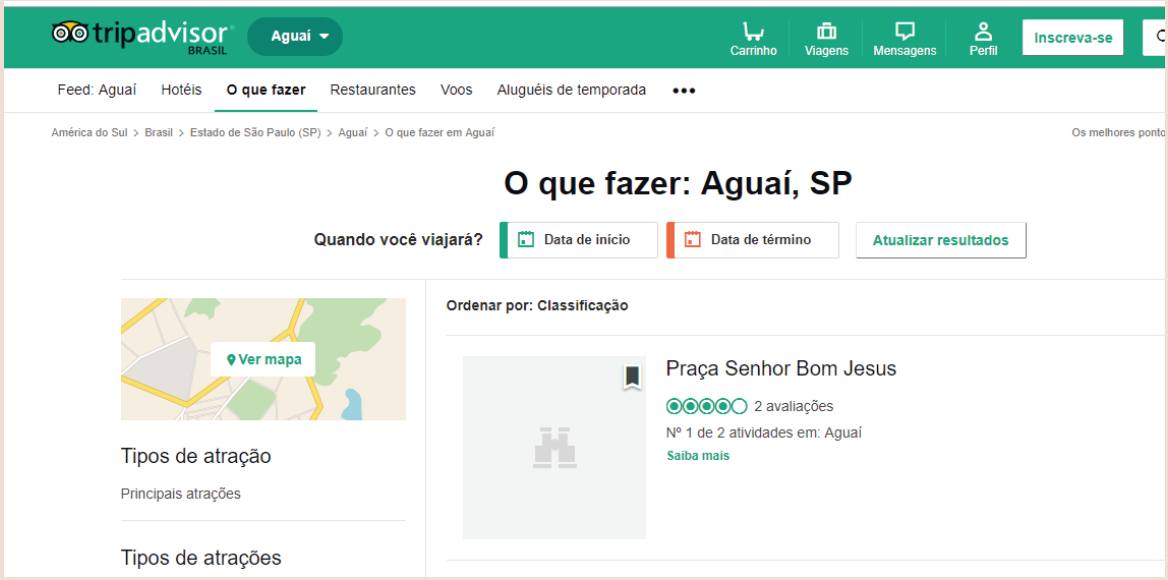




Site especializado em Turismo:



Site de busca de Turismo



QUADRO DE RESUMO FINAL DE MÍDIAS.

Tipo de mídia	Nome	Descrição	**Profissionalismo**	**Resultado**
Facebook	www.aguaí.sp.gov.br	Fotos de eventos e informações oficiais da prefeitura	**Dentro do mercado administrativo aceitável, mas sem explorar o potencial da cidade.**	**MÉDIO**
Instagram		Fotos oficiais dos eventos ocorridos na cidade.	**Insuficiente**	**BAIXO**
Sites oficiais	Caminho da Fé	Especificações sobre o percurso de Aguaí e os pontos de apoio. Sem explorar muito o potencial da cidade.	**Para o objetivo do Caminho é suficiente, mas poderia abordar mais conteúdo da cidade.**	**BAIXO**
Sites de busca	Tripadvisor/Kekanto/ Fériastur	Poucas informações sobre hospedagem e locais de visitação com poucas fotos ou apenas localização da cidade.	**Atende as expectativas, mas poderia ser mais completo.**	**BAIXO**
Mídias impressas	Jornal O Imparcial Jornal a Gazeta de Aguaí Revista Evidência	Apenas informações comerciais e informações locais sobre o poder público, algumas informações sobre serviços.	**Atende as expectativas dos objetivos**	**MÉDIO**
Sites especializados em cicloturismo	bikersriopardo, eventurebox, marportal e wikiloc	Informações sobre o percurso, mapas e qualidade dos locais. Nada muito sobre a cidade e o que ela oferece.	**Atende as expectativas para o objetivo, mas poderia explorar melhor a cidade.**	MÉDIO

CENÁRIO DA POLÍTICA DE TURISMO NO ESTADO DE SÃO PAULO.

Um breve panorama do turismo no Estado de São Paulo através de dados para que possa se entender a importância econômica e seus impactos. O Turismo é responsável por 10% do PIB paulista, e gera, em todo o estado, 1 milhão de empregos diretos e 2 milhões de empregos indiretos. Todos os anos, São Paulo recebe mais de 50 milhões de turistas.
São 622 quilômetros de praias e 138 mil hectares de Mata Atlântica do litoral norte ao sul, diversos parques e reservas florestais, cavernas, rios e cachoeiras, além de atrativos como a prática de esportes aquáticos, ecoturismo, festas tradicionais e manifestações culturais.
"Mais um passo importante no setor de serviços, que é o turismo. O setor gera emprego com o menor investimento de capital e é uma atividade essencialmente humana", comenta Alckmin. "São Paulo tem um grande potencial turístico, com praias, cidades históricas, gastronômicas, hidrominerais e religiosas, como é o caso de Aparecida, que recebeu no ano passado 12 milhões de romeiros e é segundo maior centro de peregrinação do mundo", conta.
Para que se possa entender as ações da cidade de Aguaí em relação ao desenvolvimento do turismo deve-se considerar e conhecer não apenas a sua realidade municipal, mas entender o cenário estadual em que está inserido, para que se possa entender o objetivo a que a cidade pretende atingir. Por tanto foi realizado um levantamento das políticas públicas do Estado onde a cidade de Aguaí está inserida e assim entender a real importância dos trabalhos desenvolvidos e as possibilidades a serem a alcançadas.
Observando que várias ações dentro das políticas públicas do Estado, o município já realizou, facilitando e fortalecendo os trabalhos a serem realizados ainda para o desenvolvimento do turismo de fato, de forma sustentável e economicamente concreta.
O CONDEPHAAT é um Conselho formado por representantes de diversas entidades (entre as quais secretarias estaduais, entidades de classe e universidades), que se reúnem semanalmente ou quinzenalmente para deliberar sobre os processos que lhe são apresentados, relativos ao patrimônio cultural do Estado de São Paulo. Este poderá contribuir na valorização e fortalecimento do patrimônio histórico e cultural da cidade de Aguaí, através dos tombamentos e revitalização dos prédios históricos.
A APAA é uma Organização Social de Cultura que presta serviços ao Governo do Estado de São Paulo desde 2004. Tem como missão levar produtos culturais de qualidade a diferentes plateias, no litoral, na capital e no interior do estado, e administrar e programar teatros e espaços culturais. O Município já participa em parceria dentro do Circuito Cultural do Estado, recebendo apresentações ao longo do ano.
SUTACO: Subsecretaria do Trabalho Artesanal nas Comunidades integrando a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação do Governo do Estado de São Paulo. Marca do Artesanato Paulista reconhecida no País e no exterior, também coordena o Programa do Artesanato Brasileiro no Estado de São Paulo. Mas não foi citado pelos responsáveis nenhum trabalho desenvolvido ainda no município.

LEI DE POLÍTICA DE "MIT"

Todas as cidades, exceto as estâncias já existentes, podem se enquadrar nesse grupo de municípios de interesse turístico. Para isso, os municípios deverão preencher alguns critérios: ter conselho municipal de turismo, serviço médico emergencial, meios de hospedagem, serviços de alimentação, de transporte, de segurança, de informação e receptivo turísticos; plano diretor de turismo, expressivos atrativos turísticos com acessos adequados e infraestrutura básica capaz de atender às populações fixas e flutuantes no que se refere a abastecimento de água potável e coleta de resíduos sólidos.

Com essas medidas, o Estado de São Paulo amplia a abrangência de políticas públicas para o desenvolvimento do turismo no Estado por meio de um fundo constitucional. São mais de um milhão de empregos diretos e mais de dois milhões indiretos atualmente em solo paulista, que movimenta até 56 setores da economia. Diante desse cenário, a atividade turística progride e coloca o Estado de São Paulo na vanguarda do desenvolvimento do turismo, que conta agora com 34 regiões turísticas 30 circuitos organizados e segmentados, além de uma infraestrutura de referência nacional.
- Para se candidatar a Município de Interesse Turístico
A Legislação referente à classificação dos Municípios de Interesse Turístico é a Lei Complementar 1.261/2015. O artigo 5° determina que qualquer deputado deverá apresentar um Projeto de Lei e depois submeterá à Secretaria Estadual do Turismo para análise dos requisitos. Lei em anexo.

RESULTADOS DIRETOS DO DIAGNÓSTICO DO POTENCIAL TURÍSTICO DE AGUAÍ

A partir da análise das informações contidas no Inventário Turístico de Aguaí em 2018 bem como da interpretação dos dados confirmados pelo Secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico da localidade e demais colaboradores direta e indiretamente, foram elaborados dois quadros, um contendo as forças referentes ao desenvolvimento do turismo no município e o outro em que constam as fragilidades ligadas à atividade.
Para a elaboração dos quadros, foram considerados os três componentes da oferta turística: potenciais atrativos turísticos, equipamentos e serviços turísticos e infraestrutura de apoio ao turismo.

FRAGILIDADES RELACIONADAS AO TURISMO EM AGUAÍ

ATRATIVOS TURÍSTICOS	Atrativos turísticos em formatação.
	Parque Interlagos precisando de adequações.
	Caminho da Fé pouco divulgado e com problemas de logística em relação a cidade de Aguaí.
	Rota das Capelas ainda pouco trabalhada como produto turístico.
EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS	Pequena oferta de hospedagem.
	Falta de transporte turístico.
	Posto de informações turística em implantação.

INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO	Falta de sinalização indicativa e turística.
	Falta material informativo e de promoção turística
	Patrimônio Histórico pouco valorizado

ATRATIVOS TURÍSTICOS	Cicloturismo na Rota e no Caminho
	Existência da Rota das Capelas.
	Participação no Caminho da Fé
	Parque Municipal Interlagos
	Monumento da Pedra Branca
	Semente de Aguaí
	Buracão do Zé Antônio
	Estação Ferroviária
	Igreja de Bom Jesus
	Casa da Cultura
	Memorial 9 de Julho
	Cine Teatro Esmeralda
	Feira livre de hortifrúti
	Igreja de São Benedito
	Cachoeira 3 Fazendas
	Cemitério Municipal
EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS	Existência de infraestrutura hoteleira (modesta)
	Diversidade de restaurantes e boa estrutura de acomodação (entorno de 1000 assentos)
	Agência de turismo emissivo (com interesse de receptivo).
	Diversidade de lanchonetes e padarias
	Pontos de Taxi (dois pontos, Praça Central e terminal Rodoviário)
	Cine Teatro Esmeralda (como espaço para eventos)
	Boa estrutura de estação rodoviária

QUADRO FORÇAS RELACIONADAS AO TURISMO EM AGUAÍ

INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO	Suficiência nos serviços de distribuição de energia e saneamento básico da cidade, atingindo uma totalidade da Comunidade
	Boas condições das principais vias de acesso ao município (SP-225 e SP-344)
	Proximidade com dois grandes Centros urbanos: Campinas (100 Km) e a capital São Paulo (200 KM)
	Existência de boa infraestrutura de apoio ao turismo, como agência de Correios, postos telefônicos, empresas para prestação de serviços de internet e informática, delegacias e postos da Polícia Militar, Polícia Civil, postos de saúde e clínicas, agências bancárias e caixas eletrônicos,
	Legislação para o Turismo (COMTUR, Elaboração do Plano Diretor)
	Base de governabilidade estruturada e integrada com o desenvolvimento do Turismo
	Internet disponibilizada em Praças públicas
	Limpeza e organização da Cidade
	Hospitalidade da população local.
	Existência de meios de comunicação impressos e online e rádio.

RESUMO DE CENÁRIO DO TURISMO

Sistema de governabilidade pública
C1: O sistema de governabilidade pública ainda não tem uma política pública de turismo bem definida.
C2: O sistema público de turismo não possui estratégias e focos de atuação definidos
C3: Não há interação entre os setores, entidades e associações que poderiam estar envolvidas no desenvolvimento da atividade turística da cidade.
C4: Não há integração entre os envolvidos, as ações, pensamentos estratégicos se desenvolvem de maneira individual.
C5: Todas as associações, conselhos e entidades diagnosticadas se comportam de maneira similar em seu estágio corporativo identificando um início de trabalho. “a cidade parece estar passando por uma transformação organizacional”
C6: Os departamentos internos da prefeitura agem de maneira espontânea sem um planejamento, metas e objetivos estratégico claros referente as políticas de turismo.
C7: Os departamentos internos da prefeitura em comum ao turismo não interagem e não promovem ações em conjunto.
C8: Trabalho iniciado há 3 meses. A regionalização agora é obrigatoriedade do MTur para fazer parte do Mapa.
Cenário econômico da cidade

C9: Fica claro que o turismo gera poucas divisas junto a economia do município de Aguaí.
C10: O turismo como atividade econômica da cidade se baseia no segmento de negócios
C11: A cidade tem potencial para desenvolver o turismo como fonte de emprego e renda.
Cenário de estrutura básica do município
C12: A cidade possui bom e fácil acesso, estando as margens de uma das principais rodovias do estado.
C13: A cidade se localiza próximo a destinos indutores de turismo, como exemplo Poços de Caldas, que tem como foco o turismo voltado a um público etário bem definido.
C14: A segurança pública é falha na manutenção do patrimônio público vinculado ao setor de turismo.
Cenário de equipamentos e serviços turísticos ligados ao turismo
C14: O sistema de hotelaria necessita passar por capacitações.
C15: O sistema de alimentos e bebidas necessita passar por capacitações.
C16: Os serviços turísticos da cidade não estão devidamente treinados para divulgar, conduzir e orientar os visitantes a respeito dos atrativos turísticos da cidade.
C17: Não há integração e parceria entre os prestadores de serviços turísticos da cidade.
C18: A cidade conta com agência de turismo emissiva com ampla experiência mercadológica
C19: A cidade não possui serviços de receptivo turístico, como agências e guias de turismo.
C20: O repasse de informações turísticas são falhos juntos aos equipamento e serviços turísticos da cidade.
Cenário de atrativos turísticos
C21: Os potenciais atrativos naturais da cidade precisam passar por um processo de estruturação e formatação.
C22: A cidade possui a mesma nomenclatura de uma árvore com propriedades medicinais e exotéricas que poderia ser melhor explorada como produto turístico, a semente do Aguaí.
C23: Os potenciais atrativos culturais da cidade necessitam passar por uma estruturação e formatação em seus serviços e estrutura.
C24: A cidade não utiliza de equipamentos de tecnologia e interação perante o visitante.
C25: A cidade tem um potencial para desenvolver o agroturismo através de sua diversidade de produção agrícola.
C26: Caminho da Fé apresenta um potencial de crescimento e indução de turistas para a cidade se bem trabalhado.
C27: A Rota das Capelas necessita de estruturação em seus serviços, materiais e seu sistema de comunicação.

C28: O Parque municipal tem potencial para se tornar um espaço de lazer melhorado para a população, e, consequentemente ser utilizado pelos turistas que visitam a cidade.
C29: A cidade tem potencial para desenvolver o turismo histórico e Cemiterial.
C30: A cidade necessita de um sistema de sinalização turística.
C31: A cidade não possui um sistema de comunicação a distância com o turista.
C32: A cidade possui um centro de informações turisticas em implantação.
C33: A cidade não explora de forma completa o fluxo de pessoas que fazem ou realizam o cicloturismo pela Rota das Capelas ou Pelo Caminho da Fé.
C34: A cidade possui espaços e locais para esporte de aventura que não são utilizados ou ressaltados.
C35: A cidade possui uma forte e interessante história em torno da Ferrovia e Estação ferroviária, que não é explorada.
C36: Não há uma política clara em promover ou se criar um evento tradicional para incentivar o turismo na cidade ou mesmo como atrativo turístico.

Cenário de posicionamento e mercado de Aguaí
C37: A cidade não possui um posicionamento de mercado definido.
C38: O turismo da cidade não possui um sistema de identidade visual.
C39: A administração não possui um planejamento de marketing.
C40: Não foi identificado um trabalho de redes sociais com o objetivo de promoção turística.
C41: Não foram identificados resultados positivos de rastro digital da cidade, em campanhas google, adsense e add word.
C42: Os materiais impressos de promoção e divulgação não fazem referência turística da cidade, estão falhos e desconexos.
C43: Não foi encontrado nenhum mapa turístico da cidade.
C44: Não foram encontradas matérias vinculadas em mídias impressas promovendo o turismo na cidade.
C45: Site próprio do turismo ainda não existe.
C46: O rastreamento digital junto aos sites de busca ainda não foi trabalhado.
C47: Não foram encontrados Blogs especializados que retratam sobre o turismo em Aguaí.
C48: Não foi identificado vídeos promocionais do turismo da cidade.
C49: Nenhum trabalho de mídia via “digital influencers” foi identificado.
C50: A Cidade tem potencial de trabalhar e distribuir materiais promocionais via out doors em rodovias de grande porte.
C51: Cidade tem potencial de trabalhar e distribuir materiais promocionais via pedágios em rodovias de grande circulação.

Turismo e sociedade
C53: A cidade não possui um trabalho em relação ao artesanato ou produções associadas ao turismo.
C54: A cidade não é valorizada pela comunidade local, enquanto uma cidade boa ou qualquer outro adjetivo. Não existe um sentimento de pertencimento.
C55: A cidade não aproveita de forma participativa público privado as empresas que estão presentes na cidade e seus segmentos favoráveis ao meio ambiente.
C56: Não há uma estratégia da cidade para converter o movimento econômico da cidade gerado pelas empresas em potenciais turistas de outros segmentos

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo demonstrou que o turismo, sem dúvida, se apresenta como uma potencial atividade econômica do município de Aguaí, influenciando, inclusive, outras atividades econômicas da localidade e, por isso, deve ser sempre pensado e planejado estrategicamente.
O diagnóstico, como instrumento de planejamento, que pressupõe um abrangente conhecimento do objeto da pesquisa (neste caso, o município de Aguaí) pode se constituir num importante documento para a Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico do município. Esta, por sua vez, tem mostrado uma gestão descentralizada, articulada e participativa, o que tem cooperado para as ações empreendidas no setor e poderá, no futuro, ajudar sobremaneira no processo de planejamento estratégico do turismo na localidade.

O DIAGNÓSTICO mostrou um cenário com:
- reconhecimento dos segmentos de mercados-alvos.
- capacidade da Administração de desenvolver o planejamento elaborado.
- uma eficiência em alocação de recursos financeiros e humanos.
- e na satisfação de atender as necessidades e desejos do Turismo e comunidade local.

A equipe pode considerar muito promissor os trabalhos a seguir, pois ficou evidente as tendências de vários segmentos de turismo a serem trabalhados na cidade. Alguns com apenas fortalecimento na divulgação e alguns ajustes de estruturação como o Caminho da Fé e Rota das Capelas que estão intrínsecos com o Cicloturismo.Melhorar e aproveitar o fluxo de público dos negócios e serviços das indústrias para o Turismo de Negócios, por consequência melhorando a oferta de lazer da cidade, no caso da intervenção do Parque Municipal Interlagos, estará ampliando a oferta de lazer para o público de negócios. E por fim, o turismo de aventura, também ligado às intervenções no Parque Municipal Interlagos e às futuras intervenções no Buracão do Zé Antônio. Criar uma imagem forte da cidade com base nas possibilidades de melhor qualidade de vida e melhores condições de longevidade através da semente do aguaí.
Após leitura e avaliação do material já formulado, ou seja INVENTÁRIO TURÍSTICO, PESQUISA DE DEMANDA e DIAGNÓSTICO, será realizado o PROGNÓSTICO onde serão sugeridas ações através de projetos e programas para a implantação e desenvolvimento do turismo em Aguaí.

ANEXO 1

LEI COMPLEMENTAR Nº 1.261, DE 29 DE ABRIL DE 2015

(Projeto de lei complementar nº 32/12, do Deputado João Caramez - PSDB, e outros)

Estabelece condições e requisitos para a classificação de Estâncias e de Municípios de Interesse Turístico e dá providências correlatas

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SÃO PAULO:
Faço saber que a Assembleia Legislativa decreta e eu promulgo a seguinte lei complementar:

CAPÍTULO I

DISPOSIÇÕES GERAIS

Artigo 1º - A classificação de Municípios Turísticos, assim considerados as Estâncias e os Municípios de Interesse Turístico, far-se-á por lei estadual, observadas as condições e atendidos os requisitos mínimos estabelecidos nesta lei complementar.
Parágrafo único - Todas as Estâncias, independentemente da sua natureza ou vocação, serão classificadas por lei como Estâncias Turísticas.

CAPÍTULO II
DAS ESTÂNCIAS TURÍSTICAS

Artigo 2º - São condições indispensáveis e cumulativas para a classificação de Município como Estância Turística:
I - ser destino turístico consolidado, determinante de um turismo efetivo gerador de deslocamentos e estadas de fluxo permanente de visitantes;
II - possuir expressivos atrativos turísticos de uso público e caráter permanente, naturais, culturais ou artificiais, que identifiquem a sua vocação voltada para algum ou alguns dos segmentos abaixo relacionados, sintetizados no Anexo I desta lei complementar:
a) Turismo Social;
b) Ecoturismo;
c) Turismo Cultural;
d) Turismo Religioso;
e) Turismo de Estudos e de Intercâmbio;
f) Turismo de Esportes;
g) Turismo de Pesca;
h) Turismo Náutico;
i) Turismo de Aventura;
j) Turismo de Sol e Praia;
k) Turismo de Negócios e Eventos;
l) Turismo Rural;
m) Turismo de Saúde;

III - dispor, no mínimo, dos seguintes equipamentos e serviços turísticos: meios de hospedagem, serviços de alimentação, serviços de informação e receptivo turísticos;
IV - dispor de infraestrutura de apoio turístico, como acesso adequado aos atrativos, serviços de transporte, de comunicação, de segurança e de atendimento médico emergencial, bem como sinalização indicativa de atrativos turísticos adequada aos padrões internacionais;
V - dispor de infraestrutura básica capaz de atender às populações fixas e flutuantes no que se refere a abastecimento de água potável, sistema de coleta e tratamento de esgotos sanitários e gestão de resíduos sólidos;

VI - ter um plano diretor de turismo, aprovado e revisado a cada 3 (três) anos;
VII - manter Conselho Municipal de Turismo devidamente constituído e atuante.
§ 1º - O Conselho Municipal de Turismo, de caráter deliberativo, deve ser constituído, no mínimo, por representantes das organizações da sociedade civil representativas dos setores de hospedagem, alimentação, comércio e receptivo turístico, além de representantes da administração municipal nas áreas de turismo, cultura, meio ambiente e educação.
§ 2º - Cada Conselho terá regimento próprio, com regras para a eleição de seu presidente e duração do respectivo mandato.
Artigo 3º - Somente poderão ser classificados como Estâncias Turísticas os municípios com até 200.000 (duzentos mil) habitantes, observado o censo demográfico decenal do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, salvo aqueles assim classificados antes da publicação desta lei complementar.

CAPÍTULO III
DOS MUNICÍPIOS DE INTERESSE TURÍSTICO

Artigo 4º - São condições indispensáveis e cumulativas para a classificação de Município como de Interesse Turístico:
I - ter potencial turístico;
II - dispor de serviço médico emergencial e, no mínimo, dos seguintes equipamentos e serviços turísticos: meios de hospedagem no local ou na região, serviços de alimentação e serviço de informação turística;
III - dispor de infraestrutura básica capaz de atender às populações fixas e flutuantes no que se refere a abastecimento de água potável e coleta de resíduos sólidos;
IV - possuir expressivos atrativos turísticos, plano diretor de turismo e Conselho Municipal de Turismo, nos mesmos termos previstos nos incisos II, VI e VII do artigo 2º desta lei complementar.

CAPÍTULO IV
DA ELABORAÇÃO LEGISLATIVA

SEÇÃO I
DOS PROJETOS DE CLASSIFICAÇÃO DE MUNICÍPIOS TURÍSTICOS

Artigo 5º - O projeto de lei que objetive a classificação de município como Estância Turística ou como de Interesse Turístico deverá ser apresentado por qualquer Deputado, devidamente instruído com os seguintes documentos:
I - para classificação de Estâncias:
a) estudo da demanda turística existente nos 2 (dois) anos anteriores à apresentação do projeto, a ser realizado pela Prefeitura Municipal em convênio com órgão público estadual, federal, instituição de ensino superior ou entidade especializada;
b) inventário, subscrito pelo Prefeito Municipal, dos atrativos turísticos do município, de que trata o inciso II do artigo 2º desta lei complementar, com suas respectivas localizações e vias de acesso;
c) inventário dos equipamentos e serviços turísticos, de que trata o inciso III do artigo 2º desta lei complementar;
d) inventário da infraestrutura de apoio turístico de que trata o inciso IV do artigo 2º desta lei complementar;
e) certidões emitidas pelos órgãos oficiais competentes para efeito de comprovação dos requisitos estabelecidos no inciso V do artigo 2º desta lei complementar;;
f) cópia do Plano Diretor Municipal de Turismo e atas das 6 (seis) últimas reuniões do Conselho Municipal de Turismo, devidamente registradas em cartório;
II - para classificação de Municípios de Interesse Turístico:
a) estudo da demanda turística existente no ano anterior à apresentação do projeto, a ser realizado pela Prefeitura Municipal em convênio com órgão público estadual, federal, instituição de ensino superior ou entidade especializada;

b) inventário, subscrito pelo Prefeito Municipal, dos atrativos turísticos do município, de que trata o inciso II do artigo 2º desta lei complementar, com suas respectivas localizações e vias de acesso;
c) inventário, subscrito pelo Prefeito Municipal, dos equipamentos e serviços turísticos, do serviço de atendimento médico emergencial e da infraestrutura básica de que tratam os incisos II e III do artigo 4º desta lei complementar;
d) cópia do Plano Diretor Municipal de Turismo e atas das 6 (seis) últimas reuniões do Conselho Municipal de Turismo, devidamente registradas em cartório.
§ 1º - A Comissão da Assembleia Legislativa incumbida de apreciar os projetos de lei de classificação de municípios como Estância Turística ou de Interesse Turístico encaminhará os documentos de que trata este artigo à Secretaria de Estado competente para os assuntos relacionados ao turismo, para sua manifestação quanto ao cumprimento dos requisitos estabelecidos nesta lei complementar.
§ 2º - Caberá à Secretaria de Estado competente para os assuntos relacionados ao turismo manifestar-se sobre cada projeto e, para efeito do disposto no artigo 6º desta lei complementar, elaborar o ranqueamento das Estâncias e dos Municípios de Interesse Turístico, com base nos requisitos estabelecidos nesta lei complementar, escalonados de acordo com a matriz de avaliação proposta em regulamento, para efeito de classificação de, no máximo, 70 (setenta) Estâncias e 140 (cento e quarenta) Municípios de Interesse Turístico, que serão habilitados a receber recursos do Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos, previsto no artigo 146 da Constituição do Estado.

SEÇÃO II
DO PROJETO DE LEI REVISIONAL DOS MUNICÍPIOS TURÍSTICOS

Artigo 6º - O Poder Executivo deverá encaminhar à Assembleia Legislativa, a cada 3 (três) anos, projeto de Lei Revisional dos Municípios Turísticos, observados o ranqueamento das Estâncias Turísticas e dos Municípios de Interesse Turístico de que trata o § 2º do artigo 5º desta lei complementar e outras melhorias implementadas pelo município, como a Lei Municipal das Micro e Pequenas Empresas, cursos de capacitação profissional na área de turismo receptivo e condições de acessibilidade às pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida.
§ 1º - Até 3 (três) Estâncias Turísticas que obtiverem menor pontuação no ranqueamento trianual poderão passar a ser classificadas como Municípios de Interesse Turístico.
§ 2º - Poderão ser classificados como Estância Turística os Municípios de Interesse Turístico melhor ranqueados que obtiverem pontuação superior à das Estâncias Turísticas de que trata o §1º deste artigo, com base nos critérios abaixo relacionados:
1 - fluxo turístico permanente;
2 - atrativos turísticos;
3 - equipamentos e serviços turísticos.
§ 3º - Para efeito do disposto neste artigo, os municípios classificados por lei como Estância Turística e de Interesse Turístico deverão encaminhar à Secretaria de Estado competente para os assuntos relacionados ao turismo, até o dia 30 de abril do ano de apresentação do projeto de Lei Revisional, a documentação de que tratam os incisos I e II do artigo 5º desta lei complementar, respectivamente.
§ 4º - A não observância pelo município do disposto no § 3º deste artigo implicará a revogação da lei que dispôs sobre a sua classificação como Estância Turística ou como Município de Interesse Turístico, com a consequente perda da respectiva condição e dos auxílios, subvenções e demais benefícios dela decorrentes.

CAPÍTULO V
DISPOSIÇÕES FINAIS

Artigo 7º - Os municípios classificados por lei como Estâncias Balneárias, Hidrominerais, Climáticas e Turísticas passam a ser classificados como Estâncias Turísticas, sem prejuízo da utilização da terminologia anteriormente adotada, para efeito de divulgação dos seus

principais atrativos, produtos e peculiaridades.
Artigo 8º - Esta lei complementar e suas disposições transitórias entram em vigor na data de sua publicação, ficando revogadas a Lei nº 10.426, de 8 de dezembro de 1971, a Lei nº 1.457, de 11 de novembro de 1977, a Lei nº 1.563, de 28 de março de 1978, e o artigo 11 da Lei nº 6.470, de 15 de junho de 1989.

CAPÍTULO VI
DISPOSIÇÕES TRANSITÓRIAS

Artigo 1º - A partir da publicação desta lei complementar, serão arquivados todos os projetos de lei ainda não deliberados pelo Plenário da Assembleia Legislativa que objetivem classificar municípios como Estâncias de qualquer natureza ou como de Interesse Turístico.
Artigo 2º - O primeiro projeto de Lei Revisional dos Municípios Turísticos deverá ser apresentado em até 3 (três) anos após a publicação desta lei complementar, período em que os municípios classificados como Estâncias, que não atenderem aos requisitos estabelecidos nesta lei complementar, deverão se adequar às suas exigências, à exceção do previsto no inciso V do artigo 2º desta lei complementar, sob pena de perderem a sua condição de estância.
§ 1º - Os municípios classificados como Estâncias que não atenderem ao requisito previsto no inciso V do artigo 2º desta lei complementar deverão aplicar parte dos recursos oriundos do Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos de que trata o artigo 146 da Constituição do Estado em obras e serviços de infraestrutura básica, até que satisfaçam as condições estabelecidas nesta lei complementar.
§ 2º - A comprovação do investimento previsto no § 1º deste artigo deverá ser encaminhada à Secretaria de Estado competente para os assuntos relacionados ao turismo, juntamente com a documentação de que trata o §3º do artigo 6º desta lei complementar, como requisito indispensável para a sua classificação como Estância Turística.
Palácio dos Bandeirantes, 29 de abril de 2015.

GERALDO ALCKMIN

ANEXO II

SEGMENTAÇÃO DE TURISMO BASEADA NAS DEFINIÇÕES DO ÓRGÃO DE TURISMO NACIONAL

a) Turismo Social: é a forma de conduzir e praticar a atividade turística promovendo a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão;
b) Ecoturismo: segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações;
c) Turismo Cultural: compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura;
d) Turismo Religioso: configura-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas, independentemente da origem étnica ou do credo;
e) Turismo de Estudos e Intercâmbio: constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional;
f) Turismo de Esportes: compreende as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas;
g) Turismo de Pesca: compreende as atividades turísticas decorrentes da prática da pesca amadora;

h) Turismo Náutico: caracteriza-se pela utilização de embarcações náuticas com a finalidade da movimentação turística;
i) Turismo de Aventura: compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo;
j) Turismo de Sol e Praia: constitui-se das atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias;
k) Turismo de Negócios e Eventos: compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social;
l) Turismo Rural: é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade;
m) Turismo de Saúde: constitui-se das atividades turísticas decorrentes da utilização de meios e serviços para fins médicos, terapêuticos e estéticos.
Publicada na Assessoria Técnico-Legislativa, aos 29 de abril de 2015.

BIBLIOGRAFIA

AZEVEDO, Mauricio Sanita de; GIULIANI, Antonio Carlos. Turismo de Negócios. Quarta mostra acadêmica – UNIMEP – Piracicaba/SP, 2006.

Barretto, M. (2005). Planejamento responsável do turismo. Campinas-SP: Papirus.
Malhotra, N. K. (2006). Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010). Censo Demográfico 2010. http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1.

Ministério do Trabalho : http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_isper/index.php#

Governo do Estado de São Paulo: http://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias.

Secretaria de Estado de Turismo de São Paulo: http://www.turismo.sp.gov.br.

Secretaria de Estado de Cultura de São Paulo: http://www.cultura.sp.gov.br.

Governo do estado de São Paulo: http://www.cati.sp.gov.br/projetolupa.

Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo: https://www.agricultura.sp.gov.br/programas-e-projetos/censo-agropecuario-lupa.

Prefeitura Municipal de Aguaí: https://aguai.sp.gov.br/home.

Câmara Municipal de Aguaí: http://www.cmaguai.sp.gov.br/Cidade/Historico.htm.

CHIAS, Josep . Turismo, o negócio da Felicidade. São Paulo: Editora Senac, 2007.

PROGNÓSTICO



KS CONSULTORIA

PROGNÓSTICO – OS CAMINHOS PARA O FUTURO.

O diagnóstico é uma análise detalhada dos fatores que interferem no desenvolvimento do turismo e da sua evolução em um determinado local e momento. O prognóstico, por sua vez, tem a ver com o futuro, com as várias possibilidades de cenários que podem vir a existir. O prognóstico depende, portanto, de como é entendida e conduzida a situação atual do destino turístico e o que queremos para o desenvolvimento do turismo no futuro.

Dessa forma, fazer um prognóstico é um exercício de suposições a respeito do futuro. Poderemos sempre imaginar as mais diversas situações e cenas. No entanto, atingir o objetivo desejado depende de uma série de fatores. Um prognóstico dependerá, sempre, do diagnóstico realizado. O prognóstico será elaborado de acordo e sob a luz da situação atual, da realidade analisada.

Para a gestão do turismo, a definição dos cenários futuros é que vai determinar as ações, os passos que precisam ser dados para que se possa chegar à situação idealizada, planejada. Para a construção da situação desejada algumas condições são necessárias, como:
– a perspectiva do Turismo Sustentável;
– a sustentabilidade do destino e dos empreendimentos;
– o controle e a avaliação dos impactos ocasionados pelo desenvolvimento do turismo;
– o envolvimento e a melhoria da qualidade de vida das populações das comunidades receptoras; e
– a satisfação dos turistas.

Assim neste contexto apresenta-se o quadro do prognóstico de Aguaí, sempre tendo como referência os cenários criados com base no diagnóstico realizado. Portanto para se entender e fazer a leitura do prognóstico, basta apenas analisar o cenário atual e projetar a leitura através dos cenários futuros que estão nos quadros a frente de cada cenário diagnosticado, acompanhando a tabela a seguir:

Cenário atual (diagnóstico)	Cenário Futuro (prognóstico)
Sistema de governabilidade pública	
C1: O sistema de governabilidade pública ainda não tem uma política pública de turismo bem definida.	Referência: C1 + C2 CF1: O sistema de governabilidade pública de turismo na cidade possui uma política municipal de turismo com metas e objetivos bem traçados.
C2: O sistema público de turismo não possui estratégias e focos de atuação definidos.	
C3: Não há interação entre os setores, entidades e associações que poderiam estar envolvidas no desenvolvimento da atividade turística da cidade.	Referência do cenário: C3 + C4 CF2: O município possui uma entidade de governança própria e exclusiva do turismo, dando total atenção, apoio, suporte e empoderamento público das ações turísticas da cidade.
C4: Não há integração entre os envolvidos, as ações, pensamentos estratégicos se desenvolvem de maneira individual.	
C5: Todas as associações, conselhos e entidades diagnosticadas se comportam de maneira similar em seu estágio corporativo identificando um início de trabalho. “A cidade parece estar passando por uma transformação organizacional”	Referência do cenário: C5 + C6 + C7 CF3: Todos os conselhos municipais, secretarias e entidades representativas se associaram e trabalham em uma comunhão para o benefício do turismo na cidade.
C6: Os departamentos internos da prefeitura agem de maneira espontânea sem um planejamento, metas e objetivos estratégico claros referente as políticas de turismo.	
C7: Os departamentos internos da prefeitura em comum ao turismo não interagem e não promovem ações em conjunto.	
C8: Inexistência de uma política de regionalização sólida para o turismo.	Referência do cenário: C8 CF4: Existe um projeto de regionalização do turismo bem implementado que beneficia a todos os destinos turísticos participantes
Cenário econômico da cidade	
C9: Fica claro que o turismo gera poucas divisas junto a economia do município de Aguaí.	Referência do cenário: C9 CF5: O turismo gera emprego e renda para a cidade e se fortalece como uma economia sólida.
C10: O turismo como atividade econômica da cidade se baseia no segmento de negócios	Referência do cenário: C10 CF6: O turismo como atividade econômica na cidade se baseia em diversos segmentos turísticos como saúde, ecoturismo, lazer, aventura, agro turismo e exotérico.
C11: A cidade tem potencial para desenvolver o turismo como fonte de emprego e renda.	Referência do cenário: C11 CF7: A cidade gera emprego e renda para a população local.

Cenário de estrutura básica do município	
C12: A cidade possui bom e fácil acesso, estando as margens de uma das principais rodovias do Estado.	Referência do cenário: C12: CF8: A cidade se beneficia para desenvolver a atividade turística por ter um bom e fácil acesso, estando as margens de uma das principais rodovias do Estado.
C13: A cidade se localiza próximo a destinos indutores de turismo, como exemplo Poços de Caldas, que tem como foco o turismo voltado a um público etário bem definido.	Referência do cenário :C13 CF9: A cidade se beneficia para desenvolver a atividade turística por se localizar próximo a destinos indutores de turismo, como exemplo Poços de Caldas
C14: A segurança pública é falha na manutenção do patrimônio público vinculado ao setor de turismo.	Referência do cenário: C14 CF10: Os problemas com a segurança pública e manutenção do patrimônio público ligado ao turismo foram sanados, fazendo com que a cidade esteja sempre bem cuidada e apta a receber visitantes.
Cenário de equipamentos e serviços turísticos ligados ao turismo	
C14: O sistema de hotelaria necessita passar por capacitações.	Referência do cenário: C14 + C15 CF11: A cidade passa por constantes capacitações e o setor hoteleiro e o de alimentos e bebidas estão treinados e preparados para lidar com a atividade turística.
C15: O sistema de alimentos e bebidas necessita passar por capacitações.	
C16: Os serviços turísticos da cidade não estão devidamente treinados para divulgar, conduzir e orientar os visitantes a respeito dos atrativos turísticos da cidade.	Referência do cenário: C16 + C17 CF12: Os serviços turísticos da cidade estão se divulgando de maneira mútua, colaborando entre si, e atuando em rede, trocando clientes, informações de mercado e realizando ações em conjunto.
C17: Não há integração e parceria entre os prestadores de serviços turísticos da cidade.	
C18: A cidade conta com agência de turismo emissiva com ampla experiência mercadológica	Referência do cenário: C18 + C19 CF13: A cidade conta com um serviço turístico receptivo e já atua no mercado dentro deste novo segmento.
C19: A cidade não possui serviços de receptivo turístico, como agências e guias de turismo.	

C20: O repasse de informações turísticas são falhos junto aos equipamento e serviços turísticos da cidade.	Referência do cenário: C20 CF14: A cidade e a comunidade se encontram aptas no serviço de repasse de informações turísticas.
Cenário de atrativos turísticos	
C21: Os potenciais atrativos naturais da cidade precisam passar por um processo de estruturação e formatação.	Referência do cenário: C21 CF15: Os potenciais naturais da cidade são bem explorados e a cidade conta com diversos produtos turísticos neste segmento.
C22: A cidade possui a mesma nomenclatura de uma árvore com propriedades medicinais e exotéricas que poderia ser melhor explorada como produto turístico, a semente do Aguaí.	Referência do cenário: C22 CF16: A cidade utiliza mercadologicamente o nome e a semente da árvore Águai, e já detém diversas tematizações e um produto turístico bem consolidado no segmento de saúde e esoterismo.
C23: Os potenciais atrativos culturais da cidade necessitam passar por uma estruturação e formatação em seus serviços e estrutura.	Referência do cenário: C23 CF17: Os potenciais culturais da cidade são bem explorados e a cidade conta com diversos produtos turísticos neste segmento.
C24: A cidade não utiliza de equipamentos de tecnologia e interação perante o visitante.	Referência do cenário: C24 CF 18: A cidade conseguiu unir seus equipamentos de cultura com a tecnologia interativa de visitação. CF19: A cidade possui diversas facilidades para os visitantes se locomoverem e conhecerem a cidade via aplicações em dispositivos móveis .
C25: A cidade tem um potencial para desenvolver o agroturismo através de sua diversidade de produção agrícola.	Referência do cenário: C25 CF20: Os potenciais referentes ao agroturismo da cidade são bem explorados e a cidade conta com diversos produtos turísticos neste segmento.
C26: Caminho da Fé apresenta um potencial de crescimento e indução de turistas para a cidade se bem trabalhado.	Referência do cenário: C26 + C33 CF21: Aguaí conseguiu transformar o roteiro Caminho da Fé em uma ferramenta de atração de turistas.

C27: A Rota das Capelas necessita de estruturação em seus serviços, materiais e seu sistema de comunicação.	Referência do cenário: C27 CF22: A Rota das Capelas passou por uma reestruturação e hoje virou um produto no segmento do Turismo Religioso.
C28: O Parque municipal tem potencial para se tornar um espaço de lazer melhorado para a população, e, consequentemente ser utilizado pelos turistas que visitam a cidade.	Referência do cenário: C28 CF23: O Parque municipal foi reestruturado e hoje é um espaço de lazer e entretenimento referência em todo o Estado de SP.
C29: A cidade tem potencial para desenvolver o Turismo Histórico e Cemiterial.	Referência do cenário: C29 CF24: O cemitério foi repensado em sua concepção e hoje se tornou um atrativo do Turismo.
C30: A cidade necessita de um sistema de sinalização turística.	Referência do cenário: C30 CF25: A cidade está com sua sinalização turística bem implementada. CF 26: A cidade está com sua sinalização indicativa urbana bem implementada.
C31: A cidade não possui um sistema de comunicação a distância com o turista.	Referência do cenário: C31 CF 27: A cidade possui um sistema de comunicação com o turista em sintonia com o mercado de destinos turísticos.
C32: A cidade possui um centro de informações turísticas ainda em desenvolvimento.	Referência do cenário: C32 CF 28: Um centro de informações turísticas foi implantado e se encontra em perfeita operação.
C33: A cidade não explora de forma completa o fluxo de pessoas que fazem ou realizam o cicloturismo pela Rota das Capelas ou Pelo Caminho da Fé.	Referência do cenário: C33 CF 33: Foram criadas rotas e sinalizadas sendo ponto de referência a Cidade de Aguaí.
C34: A cidade possui espaços e locais para esporte de aventura que não são utilizados ou ressaltados.	Referência do cenário: C34 CF29: A cidade possui equipamentos turísticos de aventura

C35: A cidade possui uma forte e interessante história em torno da Ferrovia e Estação ferroviária, que não é explorada.	Referência do cenário: C35 CF30: A cidade uniu a tal histórico com seus patrimônios entonando aspectos turísticos a estes, tendo hoje um produto turístico consolidado no segmento cultural.
C36: Não há uma política clara em promover ou se criar um evento tradicional para incentivar o turismo na cidade ou mesmo como atrativo turístico.	Referência do cenário: C36 CF31: Os eventos tradicionais da cidade complementam a atividade turística de maneira coesa.
Cenário de posicionamento e mercado de Aguaí	
C37: A cidade não possui um posicionamento de mercado definido.	Referência do cenário: C37 + C38 + C39 CF32: A cidade realizou um Place Branding que define todas as estratégias de marketing, identidade visual e posicionamento de mercado.
C38: O turismo da cidade não possui um sistema de identidade visual.	
C39: A administração não possui um planejamento de marketing.	
C40: Não foi identificado um trabalho de redes sociais com o objetivo de promoção turística.	Referência do cenário: C40 + C41 CF 33: A cidade possui um trabalho em redes sociais e mídias digitais que gera um resultado satisfatório em conversões de fluxo de turistas.
C41: Não foram identificados resultados positivos de rastro digital da cidade, em campanhas google, adsense e add word.	
C42: Os materiais impressos de promoção e divulgação não fazem referência turística da cidade, estão falhos e desconexos.	Referência do cenário: C42 + C43 CF34: Já de posse do brandign da cidade, a secretaria de turismo já conta com todo o material gráfico, mapas, folheteria e mídias impressas promocionais.
C43: Não foi encontrado nenhum mapa turístico da cidade.	
C44: Não foram encontradas matérias vinculadas em mídias impressas promovendo o turismo na cidade.	Referência do cenário: C44 + C47 CF35: A cidade possui uma equipe de relações públicas que cuidam da imagem da cidade perante o mercado e suas Inter-relações com a imprensa e suas publicações.
C45: Site próprio do turismo ainda não existe.	Referência do cenário: C45 CF36: O site do turismo da cidade foi criado e se encontra publicado na rede.

C46: O rastreamento digital junto aos sites de busca ainda não foi trabalhado.	Referência do cenário: CF47 CF37: Existe uma equipe que monitora e gere o rastreamento digital referente ao turismo da cidade.
C47: Não foram encontrados Blogs especializados que retratam sobre o turismo em Aguaí.	Referência do cenário: CF47 C47: Foi realizado um trabalho com blogueiros especializados com visitas à cidade, para que se tornasse conhecida.
C48: Não foi identificado vídeos promocionais do turismo da cidade.	Referência do cenário: C48 CF38: Foi criado um vídeo promocional da cidade com base no branding apontado em estudos.
C49: Nenhum trabalho de mídia via "digital influencers" foi identificado.	Referência do cenário: C49 CF39: Com base no branding apontado existe a utilização dos digitais influencers que ajudam a promover a cidade.
C50: A Cidade tem potencial de trabalhar e distribuir materiais promocionais via out doors em rodovias de grande porte.	Referência do cenário: C50 + C51 CF40: A cidade utiliza de seu potencial e distribui materiais junto as rodovias de grande porte que lhe margeiam e em pontos estratégicos de pedágios.
C51: Cidade tem potencial de trabalhar e distribuir materiais promocionais via pedágios em rodovias de grande circulação.	
Turismo e sociedade	
C52: A cidade não possui um trabalho em relação ao artesanato ou produções associadas ao turismo.	Referência do cenário: C52 CF41: O artesanato ganha forma, modelo e identidade, sendo um complemento a atividade turística na região.
C53: A cidade não é valorizada pela comunidade local, enquanto uma cidade boa ou qualquer outro adjetivo. Não existe um sentimento de pertencimento.	Referência do cenário: C53 CF42: Após um trabalho realizado a sociedade local ganha um sentimento de pertencimento e valoriza seu município. CF43: Após um trabalho a cidade aprende a lidar com a atividade turística e se aprimora no processo de receptividade dos visitantes.

C54: A cidade não aproveita de forma participativa público privado as empresas que estão presentes na cidade e seus segmentos favoráveis ao meio ambiente.	Referência do cenário: C54 CF44: Leis de incentivo ao turismo foram criadas para desenvolver o turismo local em conjunto com as empresas e indústrias locais.
C55: Não há uma estratégia da cidade para converter o movimento econômico da cidade gerado pelas empresas em potenciais turistas de outros segmentos	Referência do cenário: C55 CF45: Uma estratégia para captar o público de funcionários e parentes, das grandes empresas foi montada dando resultado ao aumento de fluxo de turista em Aguaí.

PROJETOS

KS CONSULTORIA

PROJETOS

DE ACORDO COM MOLINA (2001, P. 95):

“O prognóstico deve estipular as condições futuras do turismo a curto, médio e longo prazo. Na elaboração do prognóstico, assim como no diagnóstico, é indispensável considerar as variáveis que, de alguma maneira, afetem ou possam afetar o turismo e o objeto do planejamento. A confiabilidade do prognóstico, depende totalmente disto. Para a gestão do turismo, a definição dos cenários futuros é que vai determinar as ações, os passos que precisam ser dados para que se possa chegar à situação idealizada, planejada.”
Dessa forma, fazer um prognóstico é um exercício de projeções a respeito do futuro. Poderemos sempre imaginar as mais diversas situações e cenas. Esta etapa foi elaborada de acordo e sob a luz da situação atual, da realidade analisada, sempre projetando situações que possam alavancar e desenvolver a atividade turística de uma região sob o olhar de seu caráter sustentável.

Logo, baseado em todas os levantamentos e cenários analisados, consegue-se propor projetos que sejam capazes de atingir os objetivos estratégicos do plano, além de alcançar cenários futuros propostos na fase anterior do planejamento realizado, consolidando o pleno desenvolvimento turístico da cidade.

Sendo assim, apresenta-se de maneira resumida todo o raciocínio, construção e concepção devidamente justificada em cada projeto que compõem o Plano Diretor de Turismo Aguaí. Neste momento poderá se acompanhar todo o desenvolvimento das análises de pensamento estratégico turístico da cidade, entender a transformação de uma análise de diagnostico e prognóstico em proposições de projetos, que poderão transformar a realidade local, corrigindo as fraquezas e potencializando as virtudes de Aguaí, transformando-a em um destino turístico consolidado.



Cenário Futuro (prognóstico)	Projetos
Referência: C1 + C2 CF1: O sistema de governabilidade pública de turismo na cidade possui uma política municipal de turismo com metas e objetivos bem traçados.	Referência: CF1 + CF2 PJ1: Criação do Comitê de Monitoramento de execução do PDTur Aguaí
Referência do cenário: C3 + C4 CF2: O município possui uma entidade de governança própria e exclusiva do turismo, dando total atenção, apoio, suporte e empoderamento público das ações turísticas da cidade.	
Referência do cenário: C5 + C6 + C7 CF3: Todos os conselhos municipais, secretarias e entidades representativas se associaram e trabalham em uma comunhão para o benefício do turismo na cidade.	PJ2: Criação da Câmara Técnica de desenvolvimento do Turismo Municipal.
Referência do cenário: C8 CF4: Existe um projeto de regionalização do turismo bem implementado que beneficia a todos os destinos turísticos participantes.	PJ3: Projeto Redes de Turismo: Etapa municipal
Referência do cenário: C9 CF5: O turismo gera emprego e renda para a cidade e se fortalece como uma economia sólida.	Referência: CF5+CF7 PJ4: Lei da Política Municipal de Turismo
Referência do cenário: C10 CF6: O turismo como atividade econômica na cidade se baseia em diversos segmentos turísticos como saúde, ecoturismo, lazer, aventura, agro turismo e turismo exotérico.	Referência: CF6+CF44 PJ5: Lei Municipal de Incentivo ao Turismo
Referência do cenário: C11 CF7: A cidade gera emprego e renda para a população local.	Cenário utilizado na Criação do projeto PJ4
Referência do cenário: C12: CF8: A cidade se beneficia para desenvolver a atividade turística por ter um bom e fácil acesso, estando as margens de uma das principais rodovias do Estado.	CF12+CF40 PJ6: Projeto de Comunicação e Promoção Turística pelas Estradas.

Referência do cenário :C13 CF9: A cidade se beneficia para desenvolver a atividade turística por estar localizada próxima a destinos indutores de turismo, como exemplo Poços de Caldas	PJ7: Projeto Cidades Irmãs
Referência do cenário: C14 CF10: Os problemas com a segurança pública e manutenção do patrimônio público ligado ao turismo foram sanados, fazendo com que a cidade esteja sempre bem cuidada e apta a receber visitantes.	PJ8: Patrulha do Turismo
Referência do cenário: C14 + C15 CF11: A cidade passa por constantes capacitações e o setor hoteleiro e o de alimentos e bebidas estão treinados e preparados para lidar com a atividade turística.	PJ9: Oficinas de Capacitação Turística
Referência do cenário: C16 + C17 CF12: Os serviços turísticos da cidade estão se divulgando de maneira mútua, colaborando entre si, e atuando em rede, trocando clientes, informações de mercado e realizando ações em conjunto.	PJ10: Projeto RedeTur: etapa municipal
Referência do cenário: C18 + C19 CF13: A cidade conta com um serviço turístico receptivo e já atua no mercado dentro deste novo segmento.	PJ11: Projeto Aguaí Recebe.
Referência do cenário: C20 CF14: A cidade e a comunidade se encontram aptas no serviço de repasse de informações turísticas.	PJ12: Campanha de Conscientização Turística.
Referência do cenário: C21 CF15: Os potenciais naturais da cidade são bem explorados e a cidade conta com diversos produtos turísticos neste segmento.	Referencia: CF15+CF34 PJ13: Concessão dos espaços públicos para exploração do ecoturismo e turismo de aventura (Buracão do Zé Antônio).

Referência do cenário: C22 CF16: A cidade utiliza mercadologicamente o nome e a semente da árvore Aguaí, e já detém diversas tematizações e um produto turístico bem consolidado no segmento de saúde e esoterismo.	PJ14: Construção do Complexo do Aguaí
Referência do cenário: C23 CF17: Os potenciais culturais da cidade são bem explorados e a cidade conta com diversos produtos turísticos neste segmento.	Referência: CF30 +CF17 PJ15: Projeto de revitalização dos espaços culturais da cidade. Pj16: Projeto de qualificação dos profissionais envolvidos com espaços culturais da cidade. PJ17: Projeto de valorização da cultura ferroviária estadual.
Referência do cenário: C24 CF 18: A cidade conseguiu unir seus equipamentos de cultura com a tecnologia interativa de visitação. CF19: A cidade possui diversas facilidades para os visitantes se locomoverem e conhecerem a cidade via aplicações em dispositivos móveis.	PJ18: Projeto de modernização do Turismo Cultural. PJ19: APP Aguaí Turismo
Referência do cenário: C25 CF20: Os potenciais referentes ao Agroturismo da cidade são bem explorados e a cidade conta com diversos produtos turísticos neste segmento.	PJ20: Projeto de desenvolvimento do Agroturismo através da pluricultura PJ21: Projeto de desenvolvimento do Turismo Acadêmico através da pluricultura
Referência do cenário: C26 + C33 CF21: Aguaí conseguiu transformar o Roteiro Caminho da Fé em uma ferramenta de atração de turistas.	PJ22: Criação do projeto de Cicloturismo e Turismo Rural junto ao Caminho da Fé.
Referência do cenário: C27 CF22: A Rota das Capelas passou por uma reestruturação e hoje virou um produto no segmento do Turismo Religioso.	PJ23: Reestruturação do projeto da Rota das Capelas.
Referência do cenário: C28 CF23: O Parque Municipal foi reestruturado e hoje é um espaço de lazer e entretenimento referência em todo o Estado de SP.	PJ24: Reestruturação do Parque Municipal.

Referência do cenário: C29 CF24: O cemitério foi repensado em sua concepção e hoje se tornou um atrativo do Turismo.	PJ25: Estruturação Turística para o Cemitério.
Referência do cenário: C30 CF25: A cidade está com sua sinalização turística bem implementada. CF 26: A cidade está com sua sinalização indicativa urbana bem implementada.	PJ26: Projeto de Sinalização Turística. PJ27: Projeto de Sinalização Urbana.
Referência do cenário: C31 CF 27: A cidade possui um sistema de comunicação com o turista em sintonia com o mercado de destinos turísticos.	PJ 28: Projeto de Comunicação com o Turista. (site, blog, redes sociais, youtube)
Referência do cenário: C32 CF 28: Um Centro de Informações Turísticas foi implantado e se encontra em perfeita operação.	PJ29: Criação de um Centro de Informações Turísticas.
Referência do cenário: C33 CF 33: Foram criadas rotas e sinalizadas sendo ponto de referência a Cidade de Aguaí.	PJ30: Rotas de Cicloturismo.
Referência do cenário: C34 CF29: A cidade possui equipamentos turísticos de aventura.	Cenário utilizado na criação do projeto PJ13
Referência do cenário: C35 CF30: A cidade uniu a tal histórico com seus patrimônios entonando aspectos turísticos a estes, tendo hoje um produto turístico consolidado no segmento cultural.	Cenário utilizado na criação do projeto PJ17
Referência do cenário: C36 CF31: Os eventos tradicionais da cidade complementam a atividade turística de maneira coesa.	PJ31: Festa do Aguaí

Referência do cenário: C37 + C38 + C39 CF32: A cidade realizou um Place Branding que define todas as estratégias de marketing, identidade visual e posicionamento de mercado.	PJ32: Place Branding
Referência do cenário: C40 + C41 CF 33: A cidade possui um trabalho em redes sociais e mídias digitais que gera um resultado satisfatório em conversões de fluxo de turistas.	PJ33: Criação de uma equipe de mídias digitais para promover e defender a marca Aguai perante o mercado de turismo
Referência do cenário: C42 + C43 CF34: Já de posse do Brand da cidade, a Secretaria de Turismo já conta com todo o material gráfico, mapas, folheteria e mídias impressas promocionais.	Referencia: CF35+CF35+CF37 PJ34: Comitê de Monitoramento da Marca.
Referência do cenário: C44 + C47 CF35: A cidade possui uma equipe de relações públicas que cuida da imagem da cidade perante o mercado e suas inter-relações com a imprensa e suas publicações.	PJ 35: Projeto de exposição da cidade em férias com temas de saúde, tratamentos alternativas e esoterismo dentro do Brasil.
Referência do cenário: C45 CF36: O site do turismo da cidade foi criado e se encontra publicado na rede.	PJ36: Desenvolvimento do Site Turístico.
Referência do cenário: CF47 C47: Foi realizado um trabalho com blogueiros especializados com visitas à cidade, para que se tornasse conhecida.	PJ37: Projeto Relações Públicas em prol do Turismo.
Referência do cenário: C48 CF38: Foi criado um vídeo promocional da cidade com base no branding apontado em estudos.	PJ38: Vídeo Institucional e Promocional do Turismo da Cidade.

Referência do cenário: C49 CF39: Com base no branding apontado existe a utilização dos digitais influencers que ajudam a promover a cidade.	PJ39: Digital influencers Aguaí Turismo.
Referência do cenário: C50 + C51 CF40: A cidade utiliza de seu potencial e distribui materiais junto as rodovias de grande porte que lhe margeiam e em pontos estratégicos de pedágios.	PJ6
Referência do cenário: C52 CF41: O artesanato ganha forma, modelo e identidade, sendo um complemento a atividade turística na região.	PJ40: Projeto de Identidade Artesanal. PJ41: Projeto de Fortalecimento do Artesanato junto ao Turismo.
Referência do cenário: C53 CF42: Após um trabalho realizado a sociedade local ganha um sentimento de pertencimento e valoriza seu município. CF43: Após um trabalho a cidade aprende a lidar com a atividade turística e se aprimora no processo de receptividade dos visitantes.	PJ42: Campanha de Valorização e Resgate do pertencimento da população local.
Referência do cenário: C54 CF44: Leis de incentivo ao turismo foram criadas para desenvolver o turismo local em conjunto com as empresas e indústrias.	PJ5
Referência do cenário: C55 CF45: Uma estratégia para captar o público de funcionários e parentes, das grandes empresas foi montada dando resultado ao aumento de fluxo de turista em Aguaí.	PJ43: Programa de fidelização para utilização de serviços e equipamentos turísticos pelos funcionários e parentes de trabalhadores da região.

ETAPA DE DEFINIÇÃO DE PROJETOS

Um projeto é temporário no sentido de que tem um início e fim definidos no tempo, e, por isso, um escopo e recursos definidos. E um projeto é único no sentido de que não se trata de uma operação de rotina, mas um conjunto específico de operações destinadas a atingir um objetivo em particular. Compreende a utilização coordenada de recursos humanos, financeiros e materiais dentro de um período de tempo para alcançar objetivos definidos. Elaborar um projeto é visualizar e fomentar todos os recursos necessários ao desenvolvimento de um conjunto de atividades a serem executadas, apresentando os objetivos, os meios que serão utilizados para atingí-los as fontes de financiamento, e como serão avaliados os resultados.

Projetos turísticos são resultado de estudos de variáveis que interferem na sua identificação, da definição de necessidades insatisfeitas, de soluções que atendam as expectativas dos consumidores, de forma a garantir o sucesso e não o fracasso de um empreendimento, evento ou de um destino.



1 APRESENTAÇÃO DOS PROJETOS

Após elencar os principais projetos, chega-se a etapa do plano ao qual será descriminada cada um deles, com suas informações básicas, etapas, e projeções de valores que cada um deles representará aos envolvidos.

PROJETOS	Nome do Projeto	DESCRIÇÃO	ETAPAS	Responsável	VALOR
1	PJ1: Criação do Comitê de Monitoramento de Execução do PDTur Aguaí	Projeto que visa a criação de uma unidade técnica que acompanhará a execução e o andamento do Plano Diretor de Turismo, acompanhando, auxiliando e principalmente apoiando a execução dos projetos elencados. Esse Comitê deverá ser composto por pessoas da equipe técnica da iniciativa privada, poder público e terceiro setor.	- Convite aos envolvidos - Aprovação de lei - Aprovação de decreto - Posse de diretoria - Reuniões de acompanhamento - Criação de meios de comunicação para a funcionalidade do Comitê e publicidade de seus atos à sociedade.	PMA	R$0,00
2	PJ2: Criação da Câmara Técnica de Desenvolvimento do Turismo Municipal.	A Câmara Técnica será um grupo de pessoas de notório saber de toda a região que se encontrarão em datas periódicas para acompanhar o desenvolvimento turístico da cidade, a mesma deve ser convocada e coordenada pelo Comitê de Monitoramento do PDTur de Aguaí. Nestas câmaras o objetivo principal é a capacitação dos gestores e envolvidos com o turismo municipal e debater sobre os caminhos estratégicos da cidade.	- Convite aos envolvidos - Promover um calendário de encontros - Promover oficinas de capacitação - Criação de meios de comunicação para a funcionalidade do comitê e publicidade de seus atos à sociedade.	Comitê do PDtur, PMA, COMTUR	

3	PJ3: Projeto RedTur : Etapa Municipal.	Criação de uma Rede que promova uma divulgação inter setorial entre os envolvidos, além de propiciar a troca de informações, clientes e que envolva empresários, poder público e terceiro setor.	- Convite as empresas - Convite aos participantes da sociedade - Organização das atividades - Cursos e capacitações - Criação de uma agenda de encontros - Criação de um sistema de dados e estatísticas	Comitê do PD-tur, PMA, COMTUR	
4	PJ4: Lei da Política Municipal de Turismo.	Projeto de lei que visa oficializar uma política municipal de turismo, promovendo a sustentabilidade política do Plano Diretor de Turismo e da continuidade do progresso em torno ao desenvolvimento da atividade independente da gestão futura que assumir o órgão municipal de turismo da cidade.	- Transformação do Plano Diretor de Turismo em um projeto de lei - Aprovação na Câmara Municipal	PMA	R$0,00
5	PJ5: Lei Municipal de Incentivo ao Turismo	Esta lei permite a qualquer empresário ou cidadão investir em projetos turísticos para a cidade, onde o proponente deverá aprovar o seu projeto turístico junto ao COMTUR, sendo que o valor do projeto será captado por empresas que se interessem em reverter um percentual de seus impostos municipais (ISS, IPTU) a este projeto. A PMA, deverá criar os critérios de aprovações e principalmente a linha temática dos projetos como exemplo (estruturação de espaços de aventura, restaurações de casas, estruturação de cachoeiras, estruturações de produtos artesanais, etc..)	- Criação da lei - Aprovação do decreto - Definição da linha de projetos apoiados - Elaboração de editais para envio de projeto - Liberação das cartas de captação de recurso - Fiscalização do projeto	PMA, COMTUR	R$0,00

6	PJ6: Projeto de Comunicação e Promoção Turística pelas Estradas de acesso à cidade.	Ação que visa a promoção turística em diversas mídias impressas (outdoor, panfletos nos pedágios) e, sendo elaborados conteúdos, materiais de visitação e vinculação publicitária de estratégias de marketing definidas dentro do branding turístico da cidade.	- Contratação de empresas / pessoal capacitado - Efetivação das estratégias de marketing - Análise de melhores pontos estratégicos. - Parceria com as concessionárias das estradas	PMA COMTUR	
7	PJ7: Projeto Cidades Irmãs	Projeto que visa uma parceria de divulgação institucional ampla entre Poços de Caldas e Aguaí, propiciando uma troca de turistas graças a promoção mútua dos destinos envolvidos, utilizando espaços públicos e indicações envolvendo empresas e prestadores de serviços do ramo de turismo de ambas as cidades.	- Aprovação de lei - Aprovação de decreto - Elaboração de cursos - Troca de material promocional	PMA, COMTUR	R$23.000,00
8	PJ8: Patrulha do Turismo	Contratação de empresa especializada em prestação de serviços em manutenção de patrimônio público especializada em limpeza, pintura e capina. Esta equipe ficará à disposição dos órgãos oficiais municipais de turismo, cultura e meio ambiente.	- Contratação de empresa especializada em manutenção - Elaboração de um cronograma de limpeza e manutenção - Implementação de um serviço de ouvidoria	PMA	R$60.000,00
9	PJ9: Oficinas de Capacitação Turística	Promover oficinas para capacitar todo o trade turístico que compõem a oferta de serviços dentro do município, buscando cursos de formação no setor de hotelaria, alimentos e bebidas, condução de visitantes, atendimento, receptividade, dentre outros que se julgarem necessários	- Escolha dos cursos - Convite as empresas - Organização das oficinas - Parceria com o Sistema “S”	SEBRAE	R$18.0000,00

10	PJ10: Projeto RedeTur: Etapa Regional	Projeto de criação de uma rede de comunicação, troca de clientes e indicações de turistas entre empresas do ramo de turismo de toda a região.	- Convite às empresas - Convite aos participantes da sociedade - Organização das atividades - Cursos e capacitações - Criação de uma agenda de encontros - Criação de um sistema de dados e estatísticas	Comitê do PDTur, PMA, COMTUR	R$45.000,00
11	PJ11: Projeto Aguaí Recebe:	Projeto de capacitação de agentes e empresas de receptivo turístico, além de propiciar subsídios mensais nos primeiros anos de funcionamento para a manutenção dos serviços	- Aprovação de lei na câmara - Aprovação de decreto - Promoção de cursos e capacitações - Repasse de subsídios	PMA	R$89.000,00
12	PJ12: Campanha de Conscientização Turística	Campanha de conscientização que objetiva fazer a sociedade entender a importância do turismo para a cidade, assim como, treinar e capacitar os mesmos a se interagirem de maneira saudável com os visitantes.	- Criação da identidade visual da campanha (mascote, logo) - Inicio de divulgação da campanha. - Elaboração e execução da estratégia de promoção e comunicação da campanha - Confecção dos materiais utilizados na campanha (cartilhas, adesivos, cartazes, etc.) - Explanações para os diversos públicos alvos (escolas, comércio sociedade) - Ações de interatividade entre a campanha e os participantes (Concursos de fotos, redação, desenho, etc.)	PMA	
13	PJ13: Concessão dos espaços públicos para exploração do Ecoturismo e Turismo de Aventura	Elaborar um projeto de estruturação do Buracão do Zé Antônio transformando-o em um centro de turismo esportivo e de aventura, passando a gestão e administração do espaço para um concessionário ou investidor, neste espaço apresentará diversas opções de atividades como: Arvorismo, rapel, escalada, treking, pista para manobras de bicicleta, educação ambiental e espaço de eventos.	- Criação do projeto técnico - Lei autorizando a concessão do espaço - Licitação para definição do concessionário - Execução do projeto técnico	PMA	R$120.000,00

14	PJ14: Construção do Complexo Sementes de Aguaí.	Construção de um complexo turístico com o tema na semente do Aguaí. Este espaço será voltado ao turismo de saúde e esoterismo, contendo diversas atividades, produtos e atrativos como: Espaço para banhos terapêuticos, massagens a base de produtos de Aguaí, tratamentos de saúde, espaço de meditação e demais atividades espirituais, venda de produtos temáticos, serviços de spa, serviços de especialistas em terapia, consultas especializadas.	- Criação do projeto técnico - Lei autorizativa de concessão do espaço - Licitação para definição do concessionário - Execução do projeto técnico	PMA	
15	PJ15: Projeto de Revitalização dos espaços culturais da cidade.	Projeto que visa a restauração dos espaços culturais da cidade visando o preparo de sua utilização para posterior transformação em um produto turístico	- Contratação de empresa especializada em arquitetura de monumentos - Realização dos projetos arquitetônicos - Reformas	PMA	
16	PJ16: Projeto de qualificação e capacitação dos profissionais envolvidos com espaços culturais da cidade.	Realização de oficinas de capacitação técnica e administrativa para subsidiar os gestores culturais da cidade em lidar com as questões históricas e turísticas que potencializam a cidade.	- Contratação de empresas especializadas - Realização dos cursos	PMA	R$12.000,00
17	PJ17: Projeto de Valorização da Cultura Ferroviária Estadual.	Projeto que visa estabelecer um vínculo entre as histórias da ferrovia, Aguaí e o desenvolvimento econômico do estado de São Paulo ou macro região. Em seguida, esse processo será capaz de criar materiais informativos diversos, transformando a estrutura ferroviária da cidade em um produto turístico.	- Levantamento histórico - Criação de storiteller - Criação de materiais turísticos informativos - Estruturação dos espaços - Capacitação dos guias e dos envolvidos - Publicidade e propaganda do novo produto	PMA	R$300.000,00

18	PJ18: Projeto de Modernização do Turismo Cultural.	Projeto que visa a transformação da história local, em um produto turístico através do uso de tecnologia como QR Code, telas interativas, totens, entre outros. Desenvolver também conteúdo cultural em forma de mídias interativas com animações, infográficos animados. Os espaços utilizados que poderão ser contemplados neste projeto são: Casa da Cultura, Estação Ferroviária, Cemitério.	- Levantamento histórico - Criação de storiteller - Criação de materiais interativos - Instalação dos materiais interativos - Estruturação dos espaços utilizados - Publicidade e propaganda do novo produto	PMA, COMTUR,	R$220.000,00
19	PJ19: APP Aguaí Turismo	Criação de um aplicativo a ser utilizado em dispositivos móveis que demonstra informações sobre a cidade como hotéis, restaurantes e atrativos turísticos	- Contratação de empresa especializada - Levantamento de informações - Criação do APP - Hospedagem da aplicação em servidor - Lançamento do APP	PMA	R$30.000,00
20		Projeto que visa a estruturação de fazendas e produtores locais, a receberem e repassarem informações sobre hábitos, técnicas e vivências de diversas culturas produtivas à grupos familiares de grande centro que desejam ter contato e experienciar a vivência rural.	- Levantamento das propriedades dispostas a entrarem no projeto - Capacitação dos produtores - Projetos de adequações estruturais - Definição do produto e identidade visual da rota - Promoção do produto	PMA, CDA	R$14.000,00
21	PJ21: Projeto de Desenvolvimento do Turismo Acadêmico através da pluricultura.	Projeto que visa a estruturação de fazendas e produtores locais, a receberem e repassarem informações sobre hábitos, técnicas e vivências de diversas culturas produtivas à estudantes da área agro em suas propriedades,	- Levantamento das propriedades dispostas a entrarem no projeto - Capacitação dos produtores - Projetos de adequações estruturais - Definição do produto e identidade visual da rota - Promoção do produto	PMA, CDA	R$14.000,00

22	PJ22: Criação do projeto de Cicloturismo e Turismo Rural junto ao Caminho da Fé.	Criação de uma rota de cicloturismo que seja capaz de atrair visitantes da prática deste esporte, aproveitando sobre tudo o fluxo já existente vindouro do Caminho da Fé	- Definição das rotas - Projeto técnico - Estruturação da Rota - Promoção da Rota	PMA, COMTUR	R$89.000,00
23	PJ23: Reestruturação do projeto da Rota das Capelas.	Ação que visa a reestruturação e reforma das capelas unidas a toda estrutura de visitação como a devida sinalização das mesmas, formação de guias e, por fim, criar um storyteller para condicionar visitações a rota ao conteúdo histórico e religioso que o trecho representa.	- Levantamento histórico e religioso de relevância turística ao trecho - Projeto arquitetônico de reforma - Projetos de sinalização turística da rota - Produção de conteúdo informativo para visitação - Capacitação dos envolvidos - Execução dos projetos e instalação dos equipamentos de visitação	PMA, COMTUR	R$180.000,00
24	PJ24: Reestruturação do Parque Municipal	Projeto que visa a reestruturação dos espaços que compõem o Parque, transformando o local com vários atrativos e possibilidades de lazer para a comunidade local quanto para os turistas. Com espaços para a prática de esportes, alimentação, contemplação, eventos e outros.	- contratação de empresa para limpeza e manutenção do Parque. -revitalização dos quiosques. - concessão para exploração dos lagos para pedalinho e outros - revitalização do Cristo. - estudo para manutenção ou retirada da arquibancada; -análise para fechamento do Parque - instalação de Pista de kart	PMA, COMTUR	
25	PJ25: Estruturação turística para o Cemitério.	Criação de uma estruturação turística no cemitério contendo um centro de informações e sinalizações internas, além de capacitar um guia e recepcionista local. Também deve-se pensar na produção de conteúdo e materiais informativos para munir os turistas de informação sobre o espaço visitado	- Projetos de engenharia de um receptivo - Projeto de sinalização interna - Projeto de comunicação com o turista com concepção de storyteller - Projeto de equipamentos de tecnologia interativa - Execução dos projetos	PMA, COMTUR	R$70.000,00

26	PJ26: Projeto de Sinalização Turística.	Projeto que visa identificar todos os atrativos turísticos municipais, sendo eles públicos ou privados. Em um segundo momento criar um sistema de sinalização turística para ser implementado junto aos equipamentos de serviços da cidade como hotelaria e restaurantes.	- Contratação de empresa especializada - Elaboração do projeto de sinalização turística - Execução do projeto	PMA	R$120.000,00
27	PJ27: Projeto de Sinalização Urbana.	Projeto que objetiva organização da mobilidade urbana na cidade, sendo composto um conjunto de sinalizações horizontais e verticais que organize o trânsito da cidade.	- Contratação de empresa especializada - Elaboração do projeto de sinalização - Execução do projeto	PMA	R$120.000,00
28	PJ28: Projeto de Comunicação com o turista.	Projeto que seja capaz de vender a cidade para o mercado como um produto turístico, atingindo e estando alinhado com os objetivos de marketing da cidade construídos através do place branding	- Contratação de equipe/empresa/agencia - criação e vinculação de todo material de marketing, promoção e venda da cidade como produto turístico - Monitorar resultados	PMA, COMTUR, Comitê PDTur	R$200.000,00
29	PJ29: Criação de um Centro de Informações turísticas.	Reestruturação do espaço existente na Praça próximo a Guarda Municipal ou a construção de um espaço físico que seja capaz de atender, receber e recepcionar os visitantes, sendo um portal de entrada e boas vindas da cidade	- Elaboração do projeto de engenharia e /ou reforma - Licitação da obra - Construção e/ou do espaço - Treinamento e capacitação dos funcionários responsáveis pelos serviços prestados - Inauguração	PMA	R$90.000,00
30	PJ30: Rotas de Cicloturismo	Criação de uma rota de cicloturismo que seja capaz de atrair visitantes da prática deste esporte, aproveitando sobre tudo o fluxo já existente vindouro do Caminho da Fé	- Definição das rotas - Projeto técnico - Estruturação da rota - Promoção da Rota	PMA, COMTUR	R$89.000,00

31	PJ31: Festa da Fartura	Com o objetivo de fortalecer as produções agrícolas locais e toda sua diversidade, além de agregar valores aos produtos e aumentando a renda do produtor rural, o evento traz ainda uma forma divertida de fortalecer e divulgar a cidade como turística, aproveitando um espaço para shows locais agregando a cultural local.	- elaborar o layout do evento e seu tema - logística de montagem, local e data (melhor período) - reunião com parceiros e interessados em participar - divulgação - realização do evento	PMA, COMTUR, PARECEIROS	R$ 60.000,00
32	PJ32: Place branding	Place Branding, que se trata de um método baseado em um processo de pensar os lugares como marca, abrangendo uma nação, região ou mesmo uma marca da representativa de uma cidade. Entender e promover a singularidade de uma determinada região reforça a economia local, cria o senso de pertencimento, possibilita a atração de investimentos, talentos, visitantes e, acima de tudo, contribui significativamente com a melhora da qualidade de vida das pessoas. O produto final desse projeto é a criação de uma marca coletiva, que represente o município de Aguaí, e detenha o potencial de representatividade mercadológica frente ao mercado de destinos turísticos, dando diferencial e competitividade a cidade.	- Contratação de empresa especializada - Execução do branding	PMA	R$230.000,00
33	PJ33: Criação de uma equipe de mídias digitais para promover e defender a marca Aguaí perante o mercado de turismo	Criação de uma equipe para acompanhar o desenvolvimento da marca turística de Aguaí, mensurar seu alcance e principalmente propiciar a defesa da sua imagem como destino turístico	- Contratação de profissionais - Início das atividades	PMA	R$90.000,00

34	PJ34: Comitê de Monitoramento da Marca.	Criação de um comitê de pessoas, empresas e associações que se relacionam com o turismo para debater, pensar e estruturar as estratégias de marca da cidade como um destino de viagens.	- Convite aos envolvidos - Posse de diretoria - Reuniões de acompanhamento - Criação de meios de comunicação para a funcionalidade do comitê e publicidade de seus atos à sociedade.	PMA, COMTUR, Conselho PDTUR	R$00,00
35	PJ 35: Projeto de exposição da cidade em férias com temas de saúde, tratamentos alternativos e esoterismo dentro do Brasil.	Projeto que visa a participação do município em feiras especializadas em esoterismo e saúde com o objetivo de promover a cidade perante este público, dentro do proposto pelo branding turístico da cidade	- Organização de material promocional - Agenda de participação em eventos - Divulgação e promoção da cidade junto aos eventos	PMA, COMTUR, Conselho PDTUR	R$100.000,00
36	PJ36: Desenvolvimento do Site Turístico.	Produção de um site institucional que seja capaz de promover e vender a cidade como um destino turístico seguindo as propostas do branding turístico da cidade.	- Contratação de empresa especializada - Captação de informações - Desenvolvimento - Subir no servidor - Lançamento	PMA	R$15.000,00
37	PJ37: Projeto Relações Públicas em prol do Turismo.	Criação de uma equipe que seja capaz de identificar as principais imprensas escritas, virtuais e televisivas para promover o turismo municipal, que seja condizente com o pensamento estratégico de propulsão da marca turística e de sua imagem	- Contratação de equipe/empresa - Escolha dos meios das imprensas parceiras - Elaboração de matérias jornalísticas - veiculação do material promocional turístico	PMA, COMTUR, Conselho PDTUR	R$60.000,00
38	PJ38: Vídeo institucional e promocional do turismo da cidade	Produção de um vídeo institucional que seja capaz de promover a cidade como um destino turístico seguindo as propostas do branding turístico da cidade.	- Contratação de empresa especializada - Captação de imagem - Edição _ Publicação	PMA	R$15.000,00
39	PJ39: Digital influencers Aguaí turismo	Criação de uma equipe que seja capaz de identificar os principais influenciadores de públicos via mídias digitais (facebook, instagram e youtube), que seja condizente e esteja dentro de um perfil de público relacionado ao pensamento estratégico de propulsão da marca turística e de sua imagem.	- Contratação de equipe/empresa - Escolha dos digitais influencers - Convite aos digitais influencer a elaborarem conteúdo sobre - Elaboração do conteúdo - Veiculação do material promocional turístico	PMA	R$0,00

40	PJ40: Projeto de Identidade Artesanal	Criar uma marca para o artesanato local, assim como pensar em fortalecer o artesanato via semente de Aguaí	- Criação de um artesanato característico ao município baseado na semente de Aguaí. - Treinamento e capacitação dos artesões locais - Criação de uma identidade visual que represente o artesanato local	PMA	R$29.000,00
41	PJ41: Projeto de fortalecimento do artesanato junto ao Turismo	Estimular o artesanato através de capacitações, cursos, realização de feiras e exposições. Trabalhar o artesanato como principal produção associada ao turismo de Aguaí.	- Exposição e feiras de artesanato junto aos principais eventos da cidade - Treinamento e capacitação dos envolvidos - Publicidade do artesanato municipal junto aos meios de comunicação e projeto de marketing turístico executados pela cidade	PMA	R$30.000,00
42	PJ42: Campanha de valorização e resgate do pertencimento da população local em relação a cidade de Aguaí.	Campanha de conscientização que objetiva promover o orgulho e pertencimento do cidadão municipal, explorando as potencialidades e motivações culturais, ecológicas e econômicas existentes na localidade	- Criação da identidade visual da campanha (mascote, logo) - Inicio de divulgação da campanha - Elaboração e execução da estratégia de promoção e comunicação da campanha - Confecção dos materiais utilizados na campanha (cartilhas, adesivos, cartazes, etc.) - Explanações para os diversos públicos alvos (escolas, comércio sociedade) - Ações de interatividade entre as campanhas e os participantes (Concursos de fotos, redação, desenho, etc..)	PMA	R$47.000,00
43	PJ43: Programa de fidelização para utilização de serviços e equipamentos turísticos pelos funcionários e parentes de trabalhadores da região.	Criação de um programa que seja capaz de converter funcionários das grandes empresas da região em turistas que frequentem a cidade, através de promoções e pacotes especiais.	- Parceria com empresas envolvidas com o setor do turismo para promover descontos e promoções especiais aos participantes - Comunicação das parcerias, pacotes e promoções especiais para parentes e funcionários das grandes empresas da cidade e região.	PMA	R$0,00

2. PROGRAMAS

Os Programas foram criados após os trabalhos de diagnóstico e prognóstico apresentados, estes que estão reunidos em cenários para uma melhor visibilidade de ações dentro do universo de planejamento, tornando se assim mais fácil as prioridades do Município em relação às suas disponibilidades e interesses econômicos, de tempo e de implantação dos projetos.

Programa “Legislação INFOCU”

Este programa visa reunir todos os projetos que referenciam a parte de legislação e organização institucional dentro do Plano Diretor de Turismo.
PJ1: Criação do Comitê de Monitoramento de Execução do PDTur Aguaí.
PJ2: Criação da Câmara Técnica de Desenvolvimento do Turismo Municipal.
PJ4: Elaboração de Lei da Política Municipal de Turismo
PJ5: Elaboração de Lei Municipal de Incentivo ao Turismo

PROGRAMA “ AGUAÍ PARA O MUNDO”

Aqui foram reunidos os projetos que tratam da divulgação, marketing e promoção da Cidade e suas marcas criadas dentro dos projetos sugeridos.
PJ38: Vídeo institucional e promocional do turismo da cidade
PJ39: Digital influencers Aguaí turismo
PJ 28: Projeto de Comunicação com o Turista. (site, blog, redes sociais, youtube)
PJ36: Desenvolvimento do site turístico
PJ37: Projeto relações públicas em prol do turismo
PJ19: APP Aguaí turismo
PJ32: Place Branding

PJ33: Criação de uma equipe de mídias digitais para promover e defender a marca Aguai perante o mercado de turismo
PJ34: Comitê de monitoramento da marca
PJ35: Projeto de exposição da cidade em férias com temas de saúde, tratamentos alternativas e esoterismo dentro do Brasil,
PJ6: Projeto de Comunicação e Promoção turística pelas estradas

Programa “Capacitando e qualificando para o Turismo”

Este programa reuniu os projetos que trabalharão com a capacitação e qualificação da comunidade local, do trade turístico e público indiretamente envolvido com o desenvolvimento do Turismo, para que seja sustentável e durável.

PJ9: Oficinas de Capacitação Turística
PJ10: Projeto RedeTur: etapa municipal
PJ3: Projeto RedeTur: etapa regional.
PJ11: Projeto Aguai Recebe:
PJ12: Campanha de Conscientização Turística
PJ16: Projeto de qualificação dos profissionais envolvidos com espaços culturais da cidade.
PJ29: Criação de um Centro de Informações Turísticas

Programa “As várias faces de Aguaí”

Este programa buscou reunir os projetos que envolvem a criação, elaboração e reestruturação de produtos turísticos e atrativos turísticos dentro do contexto de Aguaí e baseados no contexto do diagnóstico realizado para o Plano Diretor de Turismo.

PJ20: Projeto de desenvolvimento do Agroturismo através da pluricultura
PJ21: Projeto de desenvolvimento do Turismo Acadêmico através da pluricultura
PJ22: Criação do projeto de Cicloturismo e Turismo Rural junto ao Caminho de Aparecida. (CAMINHO DA FÉ)
PJ23: Reestruturação do projeto da Rota das Capelas
PJ24: Restauração do Parque Municipal
PJ25: Estruturação Turística para o Cemitério.
PJ26: Projeto de sinalização turística
PJ27: Projeto de sinalização urbana.
PJ7: Projeto Cidades Irmãs
PJ13: Concessão dos espaços públicos para exploração do Ecoturismo e Turismo de Aventura (Buracão do Zé Antônio).
PJ14: Construção do Santuário do Aguaí.
PJ15: Projeto de Revitalização dos Espaços Culturais da Cidade.
PJ17: Projeto de valorização da Cultura Ferroviária Estadual
PJ18: Projeto de Modernização do Turismo Cultural

Programa “ Passado e Presente fortalecendo o “Futuro

Os projetos reunidos aqui tratam do segmento de fortalecimento de imagem junto à comunidade local e sua valorização para que os mesmos possam receber bem, vivendo e gostando do lugar onde vive, para que a imagem passada ao turista da cidade seja de lugar agradável e receptivo. Criando uma imagem com base em uma história e cultura fortalecidas.

PJ31: Festa da FARTURA
PJ40: Projeto de Identidade Artesanal
PJ41: Projeto de Fortalecimento do artesanato junto ao Turismo
PJ42: Campanha de valorização e resgate do pertencimento da população local
PJ43: Programa de fidelização para utilização de serviços e equipamentos turísticos pelos funcionários e parentes de trabalhadores da região.



3. PLANO DE TRABALHO

Programa	Projeto	Data (2019)											
		Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
“Programa “Legislação INFOCU	.PJ1: Criação do Comitê de Monitoramento de Execução do PDTur Aguaí												
“Programa “Legislação INFOCU	PJ2: Criação da Câmara Técnica de Desenvolvimento do Turismo Muni-.cipal												
“Programa “Legislação INFOCU	PJ4: Elaboração de Lei da Política Municipal de Turismo												
“Programa “As várias faces de Aguaí	PJ24: Restauração do Parque Municipal												

Programa	Projeto	Data (2020)											
		Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
“Programa “As várias faces de Aguaí	.PJ14: Construção do Santuário do Aguaí												
Programa “ Passado e Presente “fortalecendo o Futuro	PJ42: Campanha de valorização e resgate do orgulho da população local												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ9: Oficinas de Capacitação Turística												

Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ29: Criação de um Centro de Informações Turísticas												

Programa	Projeto	Data (2021)											
		Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
“Programa “Legislação INFOCU	PJ5: Elaboração de Lei Municipal de Incentivo ao Turismo												
Programa “ Passado e Presente “fortalecendo o Futuro	PJ42: Campanha de valorização e resgate do orgulho da população local												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ9: Oficinas de Capacitação Turística												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ10: Projeto RedeTur: etapa municipal												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	:PJ11: Projeto Aguai Recebe												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ12: Campanha de Conscientização Turística												
“Programa “As várias faces de Aguaí	PJ26: Projeto de sinalização turística												
“Programa “As várias faces de Aguaí	.PJ27: Projeto de sinalização urbana												
“Programa “As várias faces de Aguaí	PJ22: Criação do projeto de Cicloturismo e Turismo Rural junto ao Cami-(nho de Aparecida. (CAMINHO DA FÉ												

Programa	Projeto	Data (2022)											
		Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
“Programa “ Aguaí para o Mundo	PJ32: Place Branding												
“Programa “ Aguaí para o Mundo	PJ38: Vídeo institucional e promocional do turismo da cidade												
“Programa “ Aguaí para o Mundo	PJ39: Digital influencers Aguaí turismo												
“Programa “ Aguaí para o Mundo	PJ 28: Projeto de Comunicação com o Turista. (site, blog, redes sociais, (youtube												
“Programa “ Aguaí para o Mundo	PJ36: Desenvolvimento do site turístico												
“Programa “ Aguaí para o Mundo	PJ37: Projeto relações públicas em prol do turismo												
“Programa “ Aguaí para o Mundo	PJ33: Criação de uma equipe de mídias digitais para promover e defender a marca Aguai perante o mercado de turismo												
“Programa “ Aguaí para o Mundo	PJ6: Projeto de Comunicação e Promoção turística pelas estradas												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ9: Oficinas de Capacitação Turística												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ10: Projeto RedeTur: etapa municipal												

Programa	Projeto	Data (2023)											
		Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ9: Oficinas de Capacitação Turística												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ10: Projeto RedeTur: etapa municipal												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ12: Campanha de Conscientização Turística												
“Programa “As várias faces de Aguaí	PJ20: Projeto de desenvolvimento do Agroturismo através da pluricultura												
“Programa “As várias faces de Aguaí	PJ21: Projeto de desenvolvimento do Turismo Acadêmico através da pluri-cultura												
“Programa “As várias faces de Aguaí	PJ13: Concessão dos espaços públicos para exploração do Ecoturismo e (Turismo de Aventura (Buracão do Zé Antônio												

Programa	Projeto	Data (2024)											
		Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ9: Oficinas de Capacitação Turística												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ10: Projeto RedeTur: etapa municipal												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ12: Campanha de Conscientização Turística												
“Programa “ Aguaí para o Mundo	PJ19: APP Aguaí turismo												
“Programa “ Aguaí para o Mundo	PJ34: Comitê de monitoramento da marca												
“Programa “ Aguaí para o Mundo	PJ35: Projeto de exposição da cidade em férias com temas de saúde, trata-,mentos alternativas e esoterismo dentro do Brasil												

Programa	Projeto	Data (2025)											
		Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ9: Oficinas de Capacitação Turística												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ10: Projeto RedeTur: etapa municipal												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ12: Campanha de Conscientização Turística												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ3: Projeto RedeTur: Etapa regional.												
“Programa “ Aguaí para o Mundo	PJ35: Projeto de exposição da cidade em férias com temas de saúde, trata-,mentos alternativas e esoterismo dentro do Brasil												
“Programa “ Aguaí para o Mundo	.PJ3: Projeto RedeTur: Etapa regional												

Programa	Projeto	Data (2026)											
		Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ9: Oficinas de Capacitação Turística												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ10: Projeto RedeTur: etapa municipal												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ12: Campanha de Conscientização Turística												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	.PJ3: Projeto RedeTur: Estapa regional												
“Programa “As várias faces de Aguaí	:PJ25: Estruturação Turística para o Cemitério												
“Programa “As várias faces de Aguaí	.PJ15: Projeto de Revitalização dos Espaços Culturais da Cidade												
“Programa “As várias faces de Aguaí	PJ18: Projeto de Modernização do Turismo Cultural												

Programa	Projeto	Data (2027)											
		Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ9: Oficinas de Capacitação Turística												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ10: Projeto RedeTur: etapa municipal												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ12: Campanha de Conscientização Turística												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	.PJ3: Projeto RedeTur: Estapa regional												
“Programa “As várias faces de Aguaí	PJ17: Projeto de valorização da Cultura Ferroviária Estadual												
“Programa “As várias faces de Aguaí	PJ7: Projeto Cidades Irmãs												

Programa	Projeto	Data (2028)											
		Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ9: Oficinas de Capacitação Turística												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ10: Projeto RedeTur: etapa municipal												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ12: Campanha de Conscientização Turística												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	.PJ3: Projeto RedeTur: Estapa regional												
“Programa “As várias faces de Aguaí	PJ23: Reestruturação do projeto da Rota das Capelas												
“Programa “As várias faces de Aguaí	:PJ25: Estruturação Turística para o Cemitério												
“Programa “As várias faces de Aguaí	PJ7: Projeto Cidades Irmãs												

Programa	Projeto	Data (2029)											
		Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ9: Oficinas de Capacitação Turística												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ10: Projeto RedeTur: etapa municipal												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	PJ12: Campanha de Conscientização Turística												
Programa “Capacitando e qualifican-“do para o Turismo	.PJ3: Projeto RedeTur: Estapa regional												
“Programa “As várias faces de Aguaí	PJ7: Projeto Cidades Irmãs												
Programa “ Passado e Presente “fortalecendo o Futuro	PJ31: Festa da FARTURA												
Programa “ Passado e Presente “fortalecendo o Futuro	PJ40: Projeto de identidade artesanal												
Programa “ Passado e Presente “fortalecendo o Futuro	PJ41: Projeto de fortalecimento do artesanato junto ao turismo												
Programa “ Passado e Presente “fortalecendo o Futuro	PJ43: Programa de fidelização para utilização de serviços e equipamentos .turísticos pelos funcionários e parentes de trabalhadores da região												

INDICADORES

Mesmo após um planejamento coeso, adentrando a realidade e as necessidades do município em desenvolver o turismo como matriz econômica, monitorar e compreender o desempenho e desenvolvimento de cada projeto e programa é fundamental, somente assim será possível entender o grau de eficiência e eficácia que ações planejadas conseguem atingir os objetivos estratégicos do plano diretor de turismo.

Sendo assim, segue a lista de indicadores e métricas que devem ser monitorados para entender o nível de desenvolvimento turístico da cidade:

Indicador	Tipo de monitoramento	Dados a serem avaliados
Pesquisa de demanda turística	Pesquisa por entrevista	Aspectos relevantes a respeito dos visitantes, tais como suas características demográficas, sociais, financeiras e comportamentais.
Taxa de ocupação hoteleira	Pesquisa de dados secundários	Identificar a evolução ou regressão dos números de hóspedes na cidade
Taxa de ocupação hoteleira em finais de semana e feriados	Pesquisa de dados secundários	Identificar a evolução ou regressão dos números de hóspedes na cidade em finais de semana e feriados
Impostos e taxas turísticas	Pesquisa de dados secundários	Avaliar evolução ou regressão dos impostos municipais gerados pela atividade turística (ISS-(QN
Número de empresas do setor de turismo	Pesquisa de dados primários	Monitorar o número de empresas que lidam com a atividade turística na cidade
Número de profissionais	Pesquisa de dados primários	Monitorar o número de prestadores de serviços que lidam com a atividade turística na cidade

Percentual de empregabilidade por setor	Pesquisa de dados secundários	Mensurar o volume de pessoas empregadas pelo setor de turismo
Percentual de renda oriunda do turismo	Pesquisa de dados secundários	Mensurar o volume de renda oriunda no município pelo setor de turismo
Imagem em marca	Pesquisa de dados primário	Identificar a qualidade e o nível de conhecimento que a marca turística da cidade possui perante o mercado
ROI	Pesquisa de dados primário	Identificar o retorno de investimento por turistas captado em ações realizadas (eventos, marketing, projetos ou ações (promocionais
Pesquisa sociabilidade do turista	Pesquisa de dados primário	Monitorar o nível de aceitação que a comunidade tem para com a atividade turística
Pesquisa de envolvimento com o turismo	Pesquisa de dados primário	Monitorar o nível qualitativo de repasse de informações que o trade turístico é capaz de re-.passar ao mercado





KS CONSULTORIA