



CÂMARA MUNICIPAL DE GARÇA
ESTADO DE SÃO PAULO

**AUTÓGRAFO N° 77/2021
PROJETO DE LEI N° 73/2021**

APROVA A PRIMEIRA REVISÃO DO PLANO DIRETOR DE TURISMO DO MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO DE GARÇA.

O Prefeito do Município de Garça, Estado de São Paulo, no uso das atribuições, faz saber que a Câmara Municipal aprovou e ele sanciona e promulga a seguinte lei:

Art. 1.º Fica aprovada a primeira revisão do Plano Diretor de Turismo para o triênio 2021-2024 do Município de Interesse Turístico de Garça, que faz parte integrante desta Lei.

Art. 2.º Esta Lei entra em vigor na data, revogadas as disposições em contrário.

Câmara Municipal de Garça, 14 de dezembro de 2021.

Rafael José Frabetti
Presidente

Dr. Marcelo Miranda
1º Secretário

AMP
Antonio Marcos Pereira
Secretário Legislativo

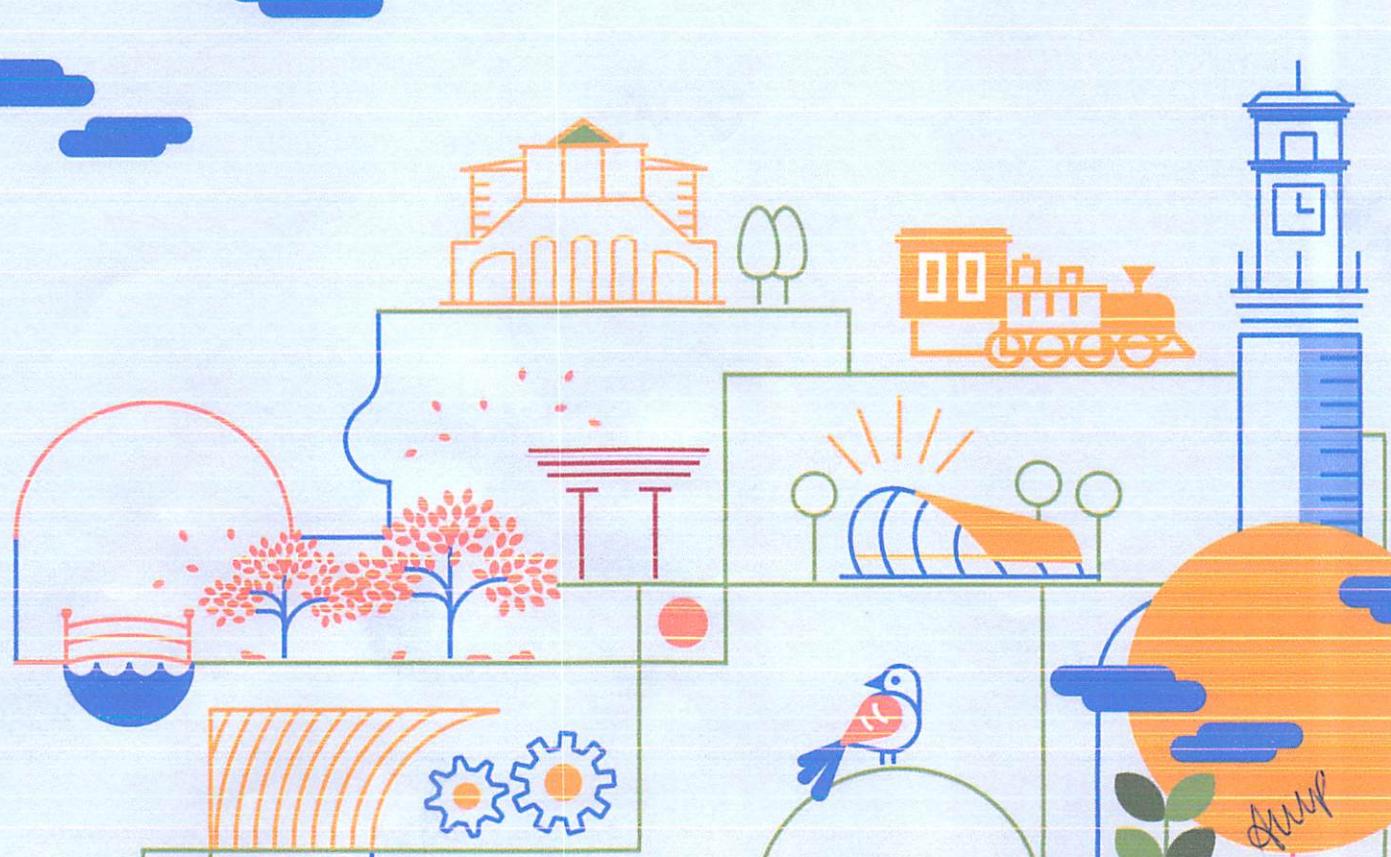
Registrado e Publicado na Secretaria Legislativa da Câmara Municipal de Garça, na data supra.

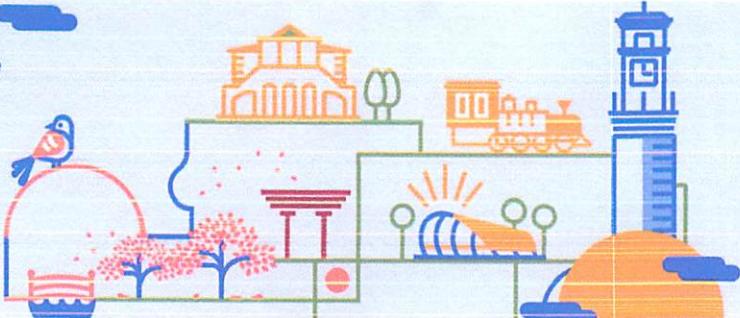


1^a REVISÃO - ANO 2021

PLANO DIRETOR DE TURISMO

GARÇA - SP





1ª REVISÃO - ANO 2021

PLANO DIRETOR DE TURISMO

GARÇA - SP



SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E TURISMO

Rua XV de Novembro, nº 110, Williams, Garça – SP. CEP: 17402-008.
www.visitegarca.sp.gov.br | 14 34064200 | turismo@garca.sp.gov.br

João Carlos dos Santos
Prefeito

Flávio Aparecido Peres
Vice-Prefeito

Bruno Henrique Severino
Secretário de Desenvolvimento Econômico e Turismo

Márcia Cristina Praxedes
Diretora de Turismo

RESPONSÁVEL TÉCNICO
Vicente Conessa
Turismólogo

Eduardo Chaves Cabrino
Presidente do Comtur

COMISSÃO DE REVISÃO DO PLANO DIRETOR DE TURISMO – COMTUR
(Resolução 001/2021)

Márcia Cristina Praxedes / Vinicius Falcão de Souza
Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo

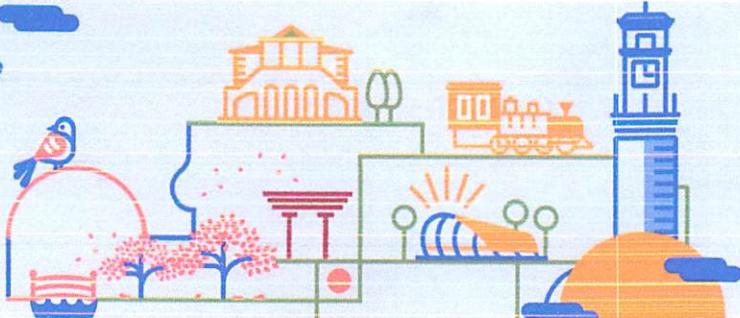
Susy Mey Truzzi / Adalberto Vargas Tosi
Secretaria Municipal de Cultura

Ana Lúcia Rodrigues Aronne Forne / Milena dos Santos Camilo
Secretaria Municipal de Educação

Fábio Bonassa/ Ana Lúcia Molina Bez
Representantes do Prefeito

Maria Alda Barbosa Cabreira / Luana Maia Woida
Representantes da Câmara Municipal

Wanderley Vieira Junior
Representante dos Meios de Hospedagem



Patrícia Sirqueira Amaral Costa / Raphael Napolitano Romero
Representantes de Bares Diferenciados

Antônio Milton Teixeira Junior / Carlos Eduardo Ferreira Nascimento
Representantes das Agências de Turismo

Mariceli Santana / Iraci Tereza da Silva Pastre
Representantes dos Artesões

Aretha Luana Gonçalves Soares / Henrique Volponi / Patrícia Bosque
Representantes dos Turismólogos

Carlos Alberto Favinha Anselmo
Proprietário Recanto da Querência

Dumon Ramiro Zanetti de Godoy
Proprietário da Fazenda São Ramiro – Lazer e Turismo

Regina Célia Soares / Kleber Carreteiro
Representantes de Empresas Promotoras de Eventos

Lúcia Helena Sierra Zapata / Gilberto Barbosa
Representantes do Consebs

Shigueki Koyama / Diogo Minakawa
Representantes do Nikkey Clube

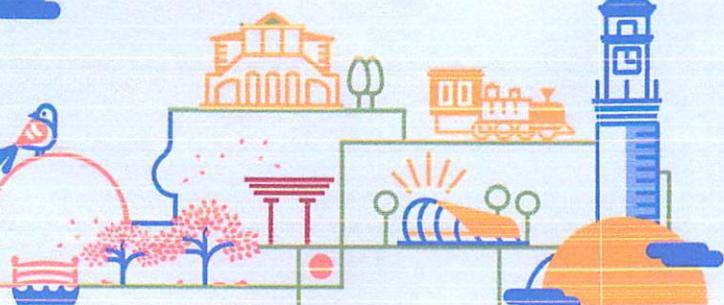
Eduardo Chaves Cabrini / Carlos Eduardo Bukvich
Representantes do Lions Clube Universitário

Luiz Rosa Filho
Representante do Rotary Club de Garça

Renato Mendes
Representante de Turismo de Aventura

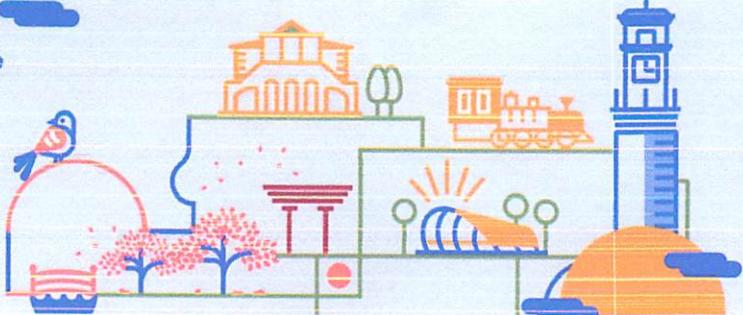
3

Assinatura



Sumário

INTRODUÇÃO.....	5
1. O TURISMO EM GARÇA.....	8
1.1 Oferta turística.....	8
1.2 Demanda turística.....	9
2. VISÃO DE FUTURO.....	13
2.1 Proposta de posicionamento.....	13
2.2 Sistema Municipal de Turismo.....	14
3. DIRETRIZES	19
3.1 Melhoria da qualidade de vida dos habitantes.....	19
3.2 Consolidação de Garça como destino turístico.....	19
3.3 Geração de trabalho, renda e estímulo ao empreendedorismo.....	20
4. OBJETIVOS	21
4.1 Gestão eficiente da atividade turística.....	21
4.2 Recursos financeiros para o turismo.....	21
4.3 Oferta turística profissional.....	22
4.4 Fluxo turístico adequado.....	24
5. AÇÕES ESTRATÉGICAS.....	25
5.1 Normatizar a atividade turística municipal.....	25
5.2 Sensibilizar e capacitar os agentes do turismo.....	29
5.3 Melhorar a comunicação e a promoção turística.....	31
5.4 Melhorar a infraestrutura turística.....	34
5.5 Manter o título de Município de Interesse Turístico.....	38
6. METAS	40
6.1 300 mil visitantes no Cerejeiras Festival.....	40
6.2 30 atividades turísticas sendo ofertadas no destino.....	40
6.3 1500 leitos.....	40
7. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.....	41



INTRODUÇÃO

No ano de 2017 a administração municipal da cidade tomou a decisão de priorizar a atividade turística no município, contratando uma empresa especializada na área para desenvolvimento do Plano Diretor de Turismo, que estabelece parâmetros e diretrizes para o desenvolvimento sustentável do Turismo no município.

O mencionado plano compreendeu no estudo da atividade turística iniciando com o inventário turístico da cidade, onde foram coletadas diversas informações acerca do desenvolvimento da atividade do Turismo, bem como, do potencial à ser explorada.

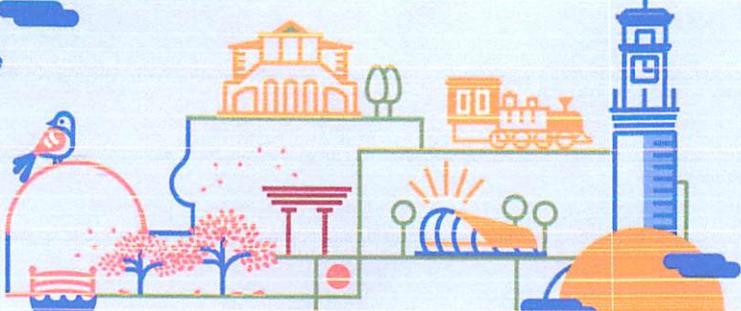
Essas informações serviram de subsídio para elencar o que se tinha de Turismo na cidade, propondo uma visão de futuro, traçando diretrizes e, objetivos por meio de ações estratégicas para o atingimento das metas.

Agora no ano de 2021 foi necessário realizar o trabalho de revisão desse Plano Diretor haja vista que, passados 3 anos do trabalho inicial é primordial revisitá-las suas premissas e avaliar o seu cumprimento, bem como, se suas metas foram alcançadas ou não.

Além disso, com essa avaliação é possível estabelecer novas diretrizes/objetivos, além da formulação de novas ações estratégicas para o futuro.

O que se percebe é que, o Plano Diretor formulado em 2017 foi de extrema importância para que se conhece no Turismo em Garça, até então pouco desenvolvido. Isso porque por meio dele pudemos criar uma legislação específica sobre o tema onde fortalece uma gestão mais organizada, estruturada e consciente da atividade do Turismo.

As participações da sociedade civil organizada no Conselho Municipal de Turismo foram muito importantes para a tomada de decisões dos projetos desenvolvidos para a atividade turística.



Agora com a revisão do Plano Diretor foi possível atualizar a base de dados do Turismo com relação ao que constava no inventário turístico anterior, com a inclusão de diversas informações relativas a atividade.

É possível também avaliar quais objetivos e metas foram atingidas e quais ações estratégicas tiveram sucesso.

No caso, pode-se dizer que a normatização da atividade turística foi concluída com sucesso haja vista a existência da legislação e de um sistema turístico democrático, representativo e atuante.

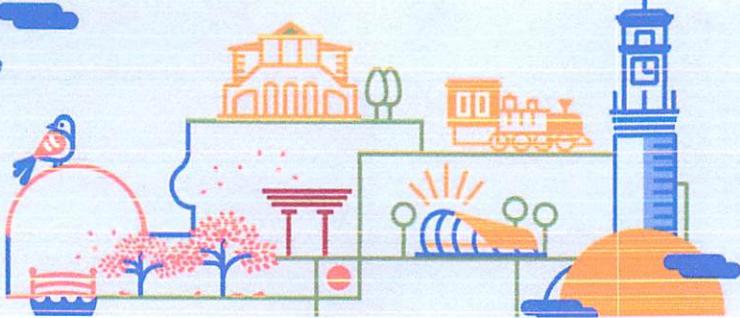
O Título de Município de Interesse Turístico foi uma conquista muito importante para o município, pois, colocou em evidência a atividade e trouxe recursos suplementares para o desenvolvimento da atividade turística.

O Cerejeiras Festival conseguiu dar um salto de qualidade com o incremento no número de visitantes, e a cada edição, vem se aperfeiçoando mais.

Porém, percebe-se que há muito a ser feito para as metas estabelecidas no plano anterior. O caminho agora é buscar a conquista do título de Estância Turística, e consequentemente atrair mais recursos públicos e privados na atividade turística local.

A cidade possui muitos atrativos naturais que não se tornaram um produto turístico, como as diversas cachoeiras. O município possui em torno de 60 (sessenta) delas, devidamente catalogadas que não estavam incluídas no inventário realizado em 2017 e que podem servir como base para a consolidação de Garça como destino de Turismo. Esses locais de beleza extraordinária são desconhecidos da própria população, são verdadeiros diamantes brutos para serem lapidados, porém, foram colocados apenas como atividades complementares no Plano Diretor original.

A ideia é realocar essas atividades de ecoturismo em que se utilizam tais locais como atividade principal na visão de futuro que queremos para a cidade, isso porque a meta de ter 30 atividades simultâneas sendo ofertadas seria extremamente facilitada.

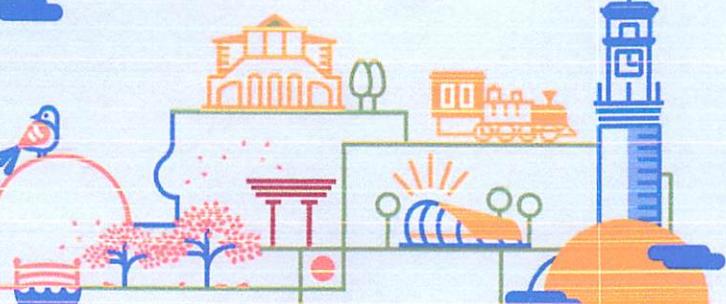


Por exemplo: Em um local com cachoeira seria desenvolvido – a) Trekking (caminhada) até local. b) Pedalada até o local. c) Banho de cachoeira. d) Rapel ou Cascading (cachoeirismo). e) oferecimento de fotos no local (da atividade turística desenvolvida ou fotos para casamento). f) Venda de souvenirs do local (camisetas, chaveiros etc).

Ou seja, conseguiria oferecer no mínimo 6 atividades diferentes de turismo na “exploração” desses locais. Além disso, poderia envolver também atividades voltadas a preservação do meio ambiente, como o plantio de mudas nativas nesses locais.

Em síntese, o trabalho da revisão do Plano Diretor envolveu a atualização dos dados turísticos, avaliação acerca do atingimento das metas proposta e, a proposição de novas ações estratégicas e metas para os próximos anos.

O trabalho se baseou fortemente no plano original porque ele foi muito importante para as conquistas nessa área e, focou no seu aperfeiçoamento e redirecionamento em face das novas realidades atuais. O Município de Interesse Turístico de Garça finalizou a revisão do seu Plano Diretor de Turismo no ano de 2021. O Piano propõe várias ações com vistas a cumprir as exigências da lei 1.261 de 29 de abril de 2015, para manutenção do Título de Município de Interesse Turístico e progressivo desenvolvimento da atividade turística municipal. Para executar das ações propostas pelo Plano Diretor de Turismo revisado para o triênio 2021-2014, a Prefeitura de Garça necessitará de auxílio técnico na execução de algumas ações.



1. O TURISMO EM GARÇA

1.1 Oferta turística

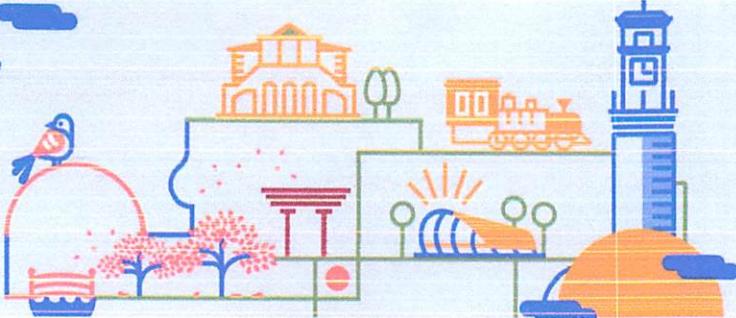
A revisão deste Piano prevê atualizar o Propósito da Oferta Turística em Garça, e sua releitura aponta e nos direciona a continuar o que não foi possível. No decorrer deste período novas perspectivas surgiram e serão relacionadas como meta para o avanço do turismo no município.

Garça se destaca no cenário turístico por ser berço do maior festival da cultura Japonesa do Mundo, o Cerejeiras Festival. O evento acontece no principal ponto turístico da cidade, o Lago Artificial J.K. Williams, lugar onde se encontram as 570 árvores de cerejeiras que foram plantadas por imigrantes japoneses.

Além do Festival, Garça possui um Pólo Eletrônico e um Teatro Municipal que merecem destaque pela sua estrutura e inúmeros recursos turísticos na zona rural que conferem à cidade condições de se consolidar como um destino turístico dentro dos segmentos de turismo de negócios/eventos, turismo rural, turismo de aventura, turismo de esportes (em meio a natureza) e ecoturismo.

Considerando o grande potencial existente, o poder executivo tomou a iniciativa e contratou uma empresa especializada para fazer o mapeamento que visa o mapeamento dos atrativos do município de Garça nas estradas 9 de julho, Corredeira e as de maior potencial ao entorno.

A proposta visa levantar a oferta de recursos e atrativos reais e potenciais dentro dos bairros rurais. O mapeamento deverá atender a necessidade e as expectativas das propriedades rurais do município e da demanda regional em um raio de 100 km, que abrange o número de 1.723.421 habitantes. Deverá o mapeamento gerar propostas para a elaboração de projetos de captação de recursos, fortalecer o associativismo dos produtores rurais que atuam na área e agregar valor aos seus produtos



por meio do turismo rural. Os apontamentos deste estudo terão por objetivo indicar a gestão eficiente da atividade turística, onde buscar recursos financeiros, bem como o fluxo turístico adequado.

Quadro de resumo da oferta turística:



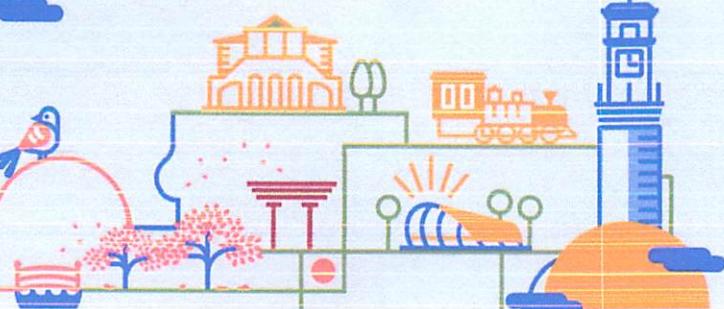
Fonte: Inventário da oferta turística – 2021

1.2 Demanda turística

A Prefeitura de Garça, contratou a Fatec Junior de Garça, para desenvolver as Pesquisas de Demandas Turística junto aos visitantes do Cerejeiras Festival, nos anos de 2018 e 2019, e do Moto Rock Festival, no ano de 2019, principais eventos do município.

As equipes de pesquisadores que desenvolveram e executaram as pesquisas foram compostas por: três professores da Faculdade de Tecnologia Deputado Júlio Marcondes de Moura (FATEC-Garça) e sete alunos dos cursos mantidos pela FATEC Garça.

9
Ampl
Q:



Pesquisa de Demanda Turística 2018

Os **pesquisadores** da Fatec JR aplicaram, durante a realização do Cerejeira Festival 2018, dois questionários entre os visitantes do evento. Um questionário denominado “**Completo**” contendo doze (12) perguntas e outro “**Simplificado**”, contendo apenas duas (2) perguntas.

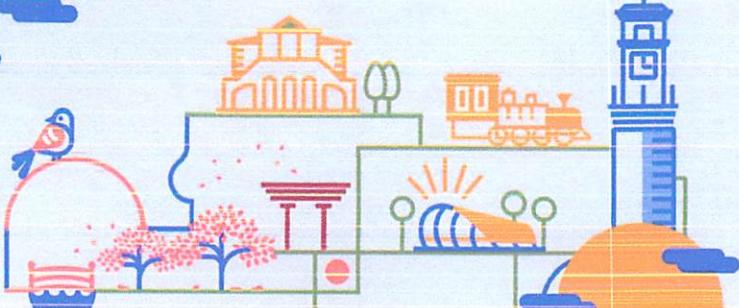
Foram aplicados trezentos e seis (306) questionários **Completos** entrevistando trezentos e seis (306) pessoas, entre visitantes, não moradores da cidade de Garça e duzentos e quinze (215) questionários **Simplificados**, entrevistando quatro mil duzentas e oitenta e duas (4282) pessoas, entre moradores na cidade de Garça e visitantes.

Pesquisas de Demanda Turística 2019

A primeira pesquisa de 2019, foi desenvolvida junto aos visitantes do 6º Moto Rock Festival, evento já consolidado e conhecido de forma ampla em todo estado de São Paulo.

O evento atraiu quantidade expressiva de visitantes à cidade de Garça, abrangendo não só cidades da região, mas muitas cidades do estado de São Paulo e de outros estados. Os resultados das pesquisas realizadas entre os visitantes e turistas que frequentaram o evento, gerou informações para subsidiar tomadas de decisões que propiciem o fortalecimento e crescimento do setor turístico da cidade, contribuindo para aumentar e fidelizar a clientela, possibilitando atrair novos investimentos e aumentar a empregabilidade nos setores comercial e prestação de serviços.

Os **pesquisadores** da FATEC Júnior aplicaram, durante a realização do 6º Moto Rock Festival, dois questionários entre os visitantes do evento.



Um questionário denominado “**Completo**” contendo doze (12) perguntas e outro “**Simplificado**”, contendo apenas duas (2) perguntas.

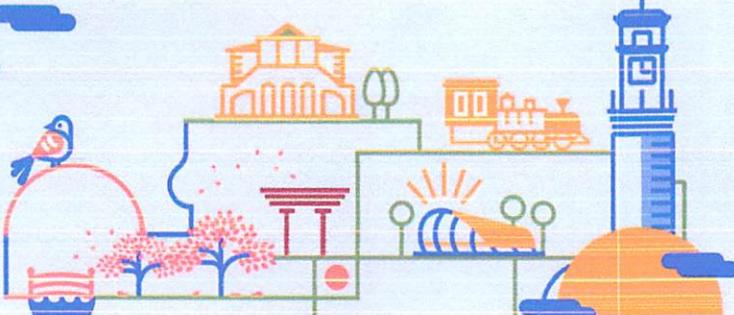
Foram aplicados cento e noventa e oito (198) questionários **Completos** e 312 questionários **Simplificados**.

A segunda pesquisa executada em 2019, e foi aplicada junto aos visitantes do **Cerejeiras Festival 2019**, evento já consolidado e conhecido de forma ampla em todo estado de São Paulo e, também a nível nacional.

O evento atraiu quantidade expressiva de visitantes à cidade de Garça, abrangendo não só cidades da região, mas muitas cidades do estado de São Paulo e de outros estados. Os resultados das pesquisas realizadas entre os visitantes e turistas que frequentaram o evento, gerou informações para subsidiar tomadas de decisões que propiciem o fortalecimento e crescimento do setor turístico da cidade, contribuindo para aumentar e fidelizar clientela, possibilitando atrair novos investimentos e aumentar a empregabilidade nos setores comercial e prestação de serviços.

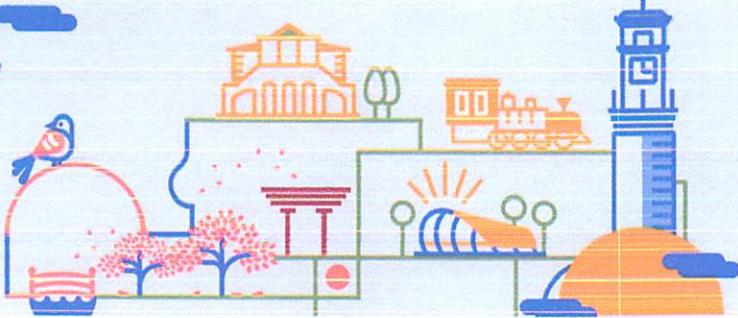
Os **pesquisadores** aplicaram, durante a realização do Cerejeiras Festival 2019, três questionários entre os visitantes do evento. Um questionário denominado “**Completo**” contendo doze (12) perguntas, aplicado somente a excursionistas ou turistas que visitaram o evento. Outro formulário denominado “**Simplificado**”, contendo duas (2) perguntas, foi aplicado para obter informações sobre a origem dos visitantes. O terceiro formulário denominado “**Consumo**”, contendo 12 perguntas foi aplicado entre visitantes que consumiram produtos comercializados no recinto do evento.

Foram aplicados trezentos (300) questionários **Completos** entrevistando somente grupos de visitantes (grupos ou famílias), não residentes na cidade de Garça, ou seja, grupos de visitantes oriundos de outras cidades e regiões. Utilizando o formulário **Simplificado**, foram



entrevistadas cinco mil duzentas e sessenta e seis (5266) pessoas, entre moradores na cidade de Garça e excursionistas ou turistas.

A pedido do COMTUR, foram também aplicados trezentos e sessenta e um (361) formulários de **Consumo**, elaborado pelo próprio conselho, com a finalidade de buscar informações sobre quais os tipos de alimentação que as pessoas mais consomem, e qual a média do valor cobrado pelos produtos.



2. VISÃO DE FUTURO

A visão de futuro desejada pelo governo municipal, empresariado e comunidade local é uma ferramenta que nos mostra o que o município quer ser e como se estruturará como destino turístico.

2.1 Proposta de posicionamento

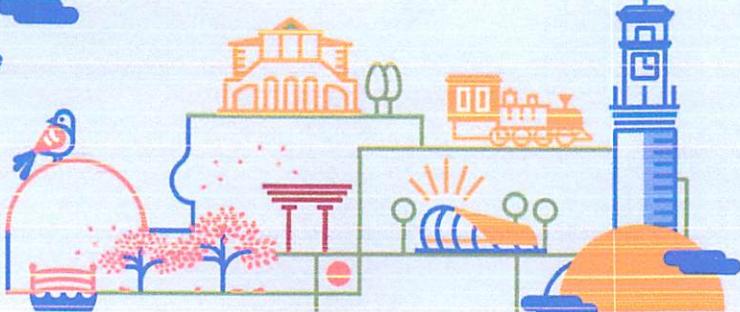
Proposta de posicionamento: Manutenção do forte calendário de eventos existente e diversificadas experiências turísticas de curta duração. Estar alinhado com práticas sustentáveis de desenvolvimento com seis linhas de iniciativas e gestões: saúde pública; inclusão social; conservação da biodiversidade; ações para o clima; economia circular; governança e finanças.

Perfíl do turista: Não faz diferença, desde que respeite as regras.

Meta do posicionamento: Continuar sendo o berço do maior festival da cultura japonesa à céu aberto do Brasil.

Atividades principais: Tours relacionados a cultura do café; Caminhada, cavalgada, passeio de bicicleta e outras atividades de lazer em meio à natureza; Circuito de aventura no Bosque Municipal; Pesca esportiva em pesqueiros; Experiências gastronômicas; Trem turístico; Banho de cachoeira; Comércio local e exportação de produtos locais; Turismo no espaço rural (experiências no campo), Turismo Rural, Turismo de Aventura, Turismo Radical.

Atividades complementares: Eventos de negócios, esportivos, gastronômicos, musicais e de tradição.



2.2 Sistema Municipal de Turismo

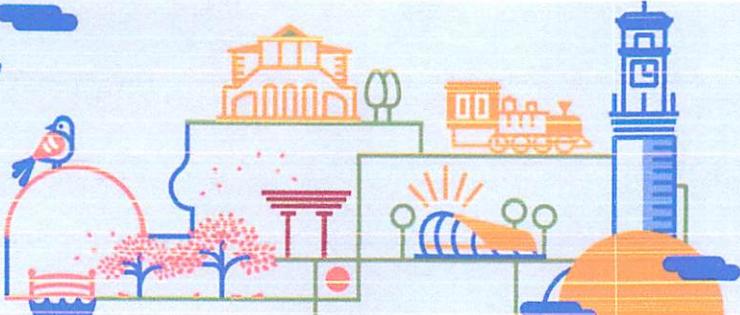
A Política Municipal de Turismo é gerida por um Sistema Municipal de Turismo composto por entes e suas competências, fontes para suporte financeiro a atividade turística e instrumentos facilitadores.

2.2.1 Composição e competências

I. Órgão superior executivo

A Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo exerce o papel de Órgão Superior Executivo dentro da Política Municipal de Turismo de Garça e suas competências são:

- a) Estabelecer a Política Municipal de Turismo, planejar, fomentar, regulamentar, coordenar e fiscalizar a atividade turística;
- b) Elaborar e dar publicidade ao inventário da oferta turística anualmente;
- c) Elaborar e dar publicidade ao estudo de demanda turística anualmente;
- d) Elaborar e atualizar de forma participativa e atingir as metas do Plano Diretor de Turismo – PDT;
- e) Estabelecer e fazer gestão do Sistema de Informações Turísticas;
- f) Estabelecer o Manual de Sinalização Turística Municipal;
- g) Estabelecer o Manual de Identidade Visual Municipal;
- h) Elaborar, atualizar e atingir as metas do Plano de Comunicação;
- i) Elaborar e fazer a gestão do Calendário de Eventos Turísticos anualmente;
- j) Estruturação e manutenção de vias de interesse turístico públicas;
- k) Implementar e dar manutenção na sinalização turística pública;

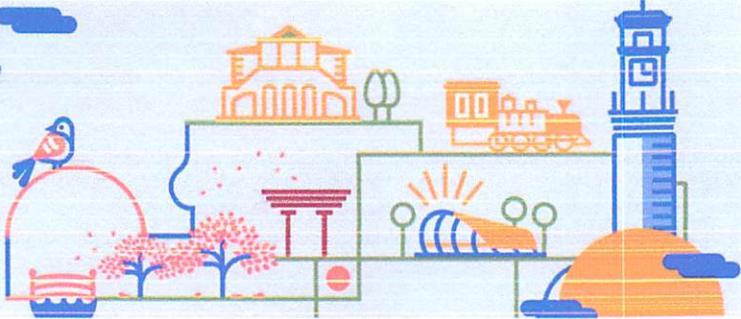


- I) Estruturação e manutenção dos pontos de interesse turístico públicos;
- m) Divulgar institucionalmente o destino turístico;
- n) Fazer a gestão da marca turística municipal;
- o) Estimular a atração de eventos que gerem fluxo turístico;
- p) Aumentar a oferta de serviços de apoio ao turista por meio de parcerias;
- q) Sensibilização e capacitação da população local em relação a atividadeturística;
- r) Atuar junto as administrações públicas, estadual e federal, com o objetivo defomentar a atividadeturística do município;
- s) Classificar e qualificar os prestadores de serviços e conferir chancela oficialrepresentada por selos, certificados, placas e demais símbolos.

II. Colegiado normativo, consultivo, deliberativo e fiscalizador.

O Conselho Municipal de Turismo criado pela Lei 3.736 de 31 de agosto de 2004 e suas alterações, faz o papei de colegiado dentro da Política Municipal de Turismo e suas competências são:

- a) Participar da elaboração e atualização da Política Municipal de Turismo;
- b) Propor o calendário oficial de eventos turísticos;
- c) Deliberar anualmente sobre os programas, projetos e atividades municipais ligados a área de turismo;
- d) Normatizar, por meio de resoluções a atividade turística municipal de acordo com os preceitos da Política Municipal de Turismo;
- e) Acompanhar, avaliar, fiscalizar, as ações governamentais e não governamentais no âmbito municipal relativas ao turismo;
- f) deliberar sobre as execuções financeiras e orçamentárias do



FundoMunicipal de Turismo (FUMTUR).

III. Órgãos auxiliares

As demais secretarias municipais fazem o papel de órgãos auxiliares e suas competências são:

- auxiliar a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo, mediante termo de parceria, na gestão de suas competências dentro da Política Municipal de Turismo.

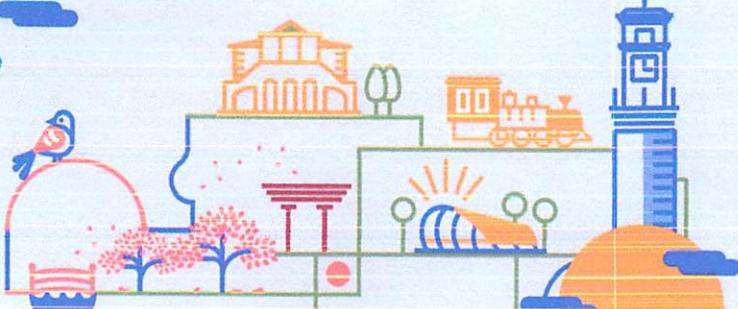
IV. Organização da Sociedade Civil: Associação de turismo

A associação de turismo fará o papel de braço executivo privado dentro da Política Municipal de Turismo e suas competências são:

- Auxiliar a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo mediante termo de parceria, na gestão de suas competências dentro da Política Municipal de Turismo.
- Captar recursos externos que contribuam com o desenvolvimento da atividade turística municipal;
- Auxiliar a iniciativa privada em relação a suas competências perante a Política Municipal de Turismo.

V. Prestadores de serviços turísticos

Os prestadores de serviços turísticos são as sociedades empresárias, sociedades simples, os empresários individuais e os serviços sociais autônomos que prestem serviços turísticos remunerados e que exerçam atividades econômicas relacionadas à cadeia produtiva do turismo com sede no Município ou não e suas competências são:

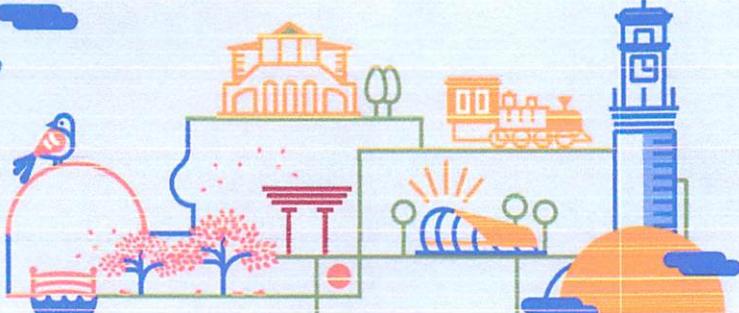


- a) adastrar-se e manter atualizados seus dados no Cadastro Municipal de Turismo;
- b) Oferecer um serviço de qualidade com base na proposta de posicionamento do Plano Diretor de Turismo municipal;
- c) Capacitar seus colaboradores;
- d) Atrair turistas por meio de divulgação privada;
- e) Manter-se atualizado para divulgar os atrativos e outros prestadores de serviços turísticos ao cliente;
- f) Cumprir as leis e normas relacionadas;
- g) Complementar a sinalização turística para seu empreendimento com base no Manual de Sinalização Turística Municipal;
- h) Fornecer à Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo, em periodicidade por ele determinada, informações relacionadas à demanda turística.

2.2.2 Suporte financeiro a atividade turística

O suporte orçamentário e financeiro destinado a implementação da Política Municipal de Turismo será viabilizado por meio dos seguintes mecanismos operacionais de canalização de recursos:

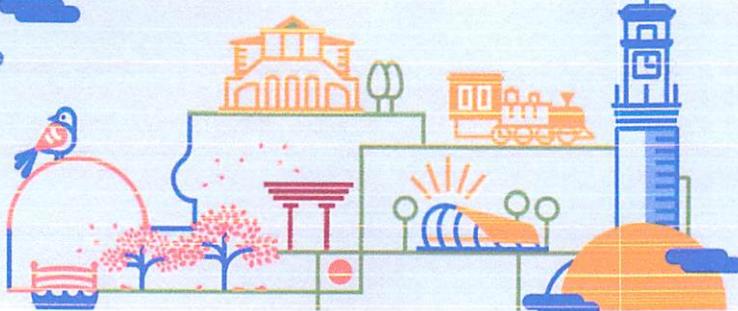
- a) Lei Orçamentária Anual - LOA, alocado à Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo;
- b) Fundo Municipal de Turismo – FUMTUR;
- c) Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos que dispõe à lei 16.283 de 15 de julho de 2016 por meio de convênios com o Departamento de Apoio ao Desenvolvimento dos Municípios Turísticos – DADETUR do Estado de São Paulo;
- d) Agências de fomento ao desenvolvimento regional;
- e) Alocados pela União;
- f) Organismos e entidades municipais, estadual, nacionais e internacionais.



2.2.3 Instrumentos de planejamento e gestão

Para facilitar a gestão da Política Municipal de Turismo definiram-se alguns instrumentos de planejamento e gestão:

- a) Inventário da oferta turística: Descrição detalhada da oferta turística municipal;
- b) Estudo de demanda turística: Descrição detalhada do perfil e volume do visitante;
- c) Plano Diretor de Turismo;
- d) Sistema de informações turísticas composto por Cadastro Municipal de Turismo, Observatório do Turismo e Portal Turístico;
- e) Manual de sinalização turística;
- f) Manual de identidade visual;
- g) Plano de comunicação;
- h) Calendário de eventos turísticos.



3. DIRETRIZES

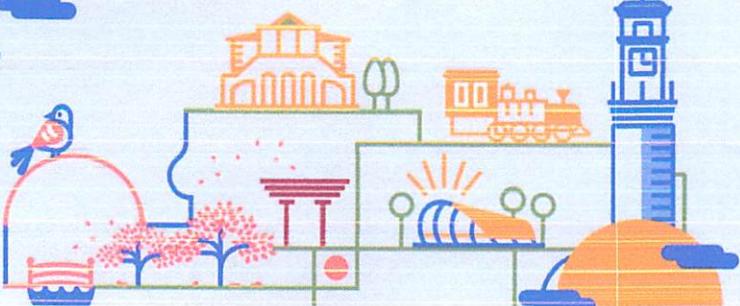
3.1 Melhoria da qualidade de vida dos habitantes

Garça foi reconhecida como Município de Interesse Turístico, por meio da Lei nº 16.938, publicada no Diário Oficial do Estado no dia 27 de fevereiro de 2019, e desde então vem intensificando as ações tendo por base os potenciais existentes que avançam por meio de capacitações para a realização de atividade turística e desenvolvimento de infraestrutura. Muitos são os exemplos de destinos turísticos superlotados que presenciam a marginalização de sua população em virtude de uma pressão comercial estrangeira. Portanto, uma das diretrizes do desenvolvimento da atividade turística local segue o velho paradigma: “Uma cidade boa para o turista, precisa primeiro, ser boa para seu habitante”.

Naturalmente nenhuma ação que visa o desenvolvimento da atividade turística poderá comprometer a qualidade de vida dos habitantes, pelo contrário, deverá sempre pensar na melhoria da qualidade de vida dos que em Garça vivem.

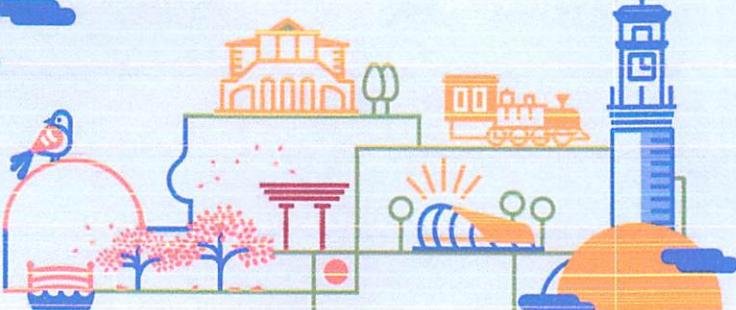
3.2 Consolidação de Garça como destino turístico

Garça é rica em recursos turísticos, e está se posicionando como destino turístico não somente no período em que acontece o Cerejeiras Festival. O município está estruturando os recursos turísticos, e vem aumentando as opções de entretenimento e equipamentos turísticos para diversificar a oferta turística, essas ações visam o reconhecimento de potenciais visitantes regionais que geram o fluxo turístico o ano todo para o destino. O cenário atual aponta o avanço nesse sentido.



3.3 Geração de trabalho, renda e estímulo ao empreendedorismo

A atividade turística faz parte do setor de serviços, estratégico na geração de trabalho e renda por meio do empreendedorismo. A diversidade de postos de trabalho é grande pela própria natureza da atividade, que têm como base recursos humanos. As possibilidades de empreender no setor são boas e oferecem oportunidade em diferentes segmentos. Dessa forma a orientação é criar mais oportunidade por meio de capacitações, oferta de serviços e produtos voltados ao atendimento desse público.



4. OBJETIVOS

Com base no diagnóstico e prognóstico da oferta turística e tendo como referência as diretrizes, identificam-se quatro grandes objetivos a serem alcançados no decorrer da execução da revisão do Plano Diretor de Turismo.

4.1 Gestão eficiente da atividade turística

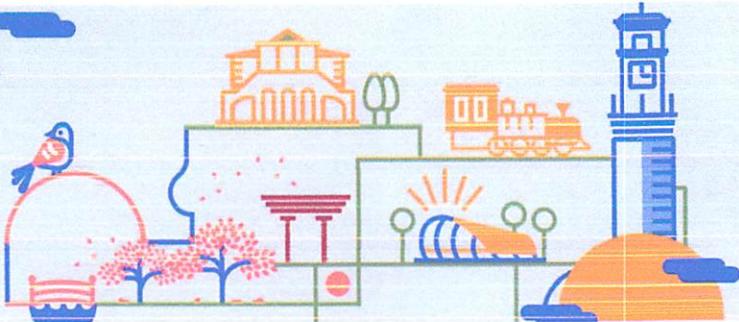
A atividade turística deve ser planejada de acordo com os interesses do governo municipal, do empresariado e da comunidade local e para que isso aconteça é de suma importância que estes grupos estejam representados por suas instituições e deliberem em conjunto dentro do Conselho Municipal de Turismo - COMTUR.

As deliberações do COMTUR devem ser executadas pelo poder executivo municipal e pela iniciativa privada, estar organizada em associação em um ambiente favorável a gestão compartilhada do turismo por meio de leis que ditam regras que devem ser respeitadas e que permitam ajustar determinadas condutas ou atividades dos agentes turísticos ao longo do processo.

Resultados esperados:

- Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo consciente do seu papel como órgão executivo (Não deliberativo);
- Normas oficiais objetivas;
- Instrumentos facilitadores desenvolvidos (Sistema de Informações Turísticas; Calendário de eventos; Manual de identidade visual e Manual de sinalização turística; Plano de comunicação; e Plano Diretor de Turismo);
- COMTUR representativo, deliberativo, capacitado e atuante;
- Associação de Turismo atuando como braço executivo privado.

4.2 Recursos financeiros para o turismo



Apesar da clareza do poder público quanto à importância sócio-econômica da atividade turística para o município, os recursos disponibilizados e ações de incentivo para o setor são escassos em comparação com outros setores. Uma política de estímulo a atividade turística deve reunir ações que visam o aumento de investimentos na infraestrutura básica municipal, na capacitação da população e dos gestores públicos, na criação de incentivos fiscais para empresas cujo ramo de atividade seja o turismo e na divulgação institucional dodestino.

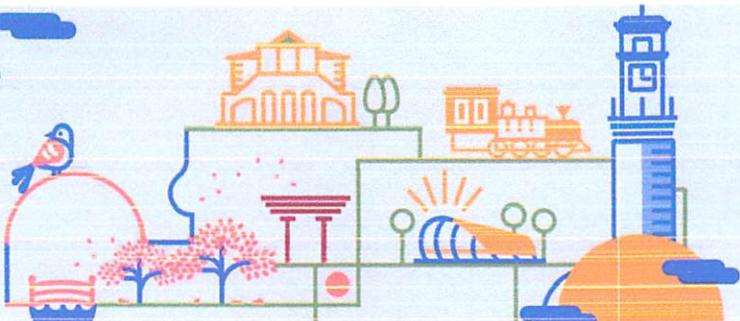
Paralelamente, a iniciativa privada também deve fomentar o turismo com recursos próprios visto que é a principal beneficiadora dos resultados econômicos da atividade turística.

O desenvolvimento sustentável da atividade turística precisa de recursos financeiros periódicos e garantidos por lei para que possa haver um planejamento consciente em longo prazo e que minimize as frustrações dos envolvidos com sua gestão por falta de dinheiro na hora da execução.

Resultados esperados:

- Alocação de recursos públicos;
- Aumento da dotação orçamentária da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo;
- Aumento dos recursos financeiros destinados ao FUMTUR.
- Alocação de recursos privados.
- Contribuição mensal para Associação de Turismo;
- Arrecadação gerada com a organização de eventos;
- Arrecadação externa através da Associação de Turismo.

4.3 Oferta turística profissional



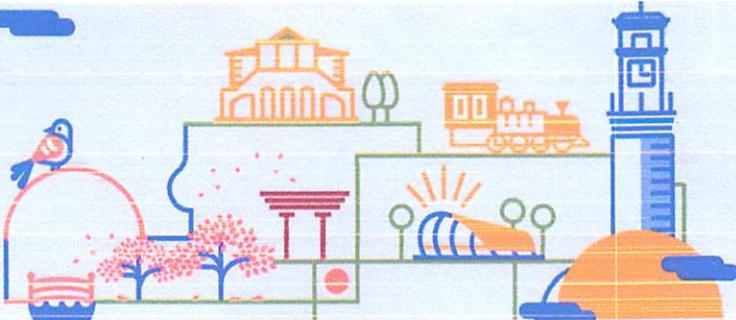
A OMT define oferta turística como sendo: "O conjunto de produtos turísticos e serviços postos à disposição do usuário turístico num determinado destino para seu desfrute e consumo". É a oferta turística que atrai e são seus agentes que interagem, diretamente com o visitante e por isso, ela precisa ser adequada e profissional.

Locais para dormir, comer, serviços de apoio e pontos de interesse turístico, são alguns itens que compõem a oferta turística de um destino. Como a atividade turística tem como base a interação entre pessoas, o contato entre o turista e o agente turístico local será inevitável e este deverá estar preparado para receber os visitantes.

Na mesma linha e ante a constatação de que certas atividades são desempenhadas com mais eficiência pelo setor privado, nesse caso específico na gestão da infraestrutura turística, é preciso pensar na possibilidade de concessão de alguns bens públicos para melhorar e manter em bom estado da infraestrutura turística e melhorar a experiência turística do visitante no destino. Por outro lado, o crescimento da oferta turística precisa ser controlado. Um destino turístico com excesso de leitos, por exemplo, pode comprometer a identidade turística do destino e inviabilizar seu desenvolvimento sustentável em longo prazo. Portanto é preciso estimular o desenvolvimento da oferta, mas com cautela em relação ao crescimento que deverá acontecer de forma ordenada.

Resultados esperados:

- Aumento dos pontos de interesse turístico por meio da formatação de recursos naturais como as cachoeiras, o Turismo de Aventura, Turismo Rural, Turismo Radical e recursos ligados a cultura do café;
- Aumento das opções de entretenimento com base no calendário de eventos geradores de fluxo turístico;
- Iniciativa privada capacitada para formatar atividades turísticas diversificadas e comercializá-las nos centros emissores de turistas;



- Locais para dormir formalizados, qualificados e em quantidade suficiente para atender ao visitante;
- Diversificar a oferta de atividades turísticas no bosque municipal;
- Gestão terceirizada do mobiliário urbano e rural de sinalização turística;
- Vias de interesse turístico definidas, com acesso e sinalização satisfatórios;
- Espaço para eventos;
- Posto físico de informações turísticas por gestão pública, ou por meio de parcerias com associação ou gestão privada.

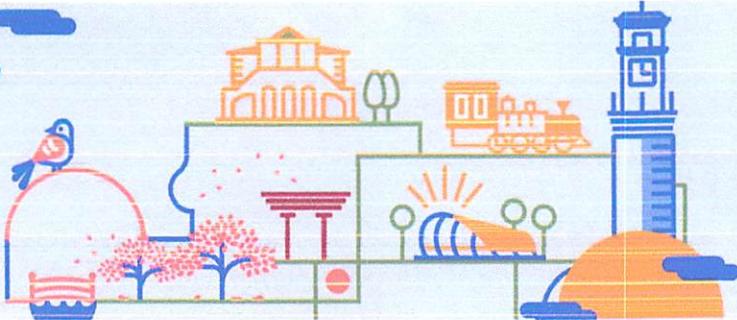
4.4 Fluxo turístico adequado

Destinos que ainda não experimentaram a invasão de visitantes, a ponto de extrapolar sua capacidade operacional, acreditam que quanto mais visitantes melhor. Por outro lado, destinos experientes nesse quesito já perceberam que a qualidade é superior à quantidade.

Problemas como à sazonalidade em dias úteis e superlotação em finais de semana e feriados ou vice-versa estão relacionados à falta de controle do fluxo turístico, ou seja, fluxo turístico inadequado que está diretamente relacionado a falta planejamento quando o assunto é vender o destino Garça fora de Garça (estimular a demanda nos grandes centros emissores de turistas).

Resultados esperados:

- 60% de taxa de ocupação das UHs;
- Manter o Cerejeiras Festival como maior evento de cultura japonesa, à céu aberto, do Brasil.
- Tornar o município como referência regional no Turismo rural.



5. AÇÕES ESTRATÉGICAS

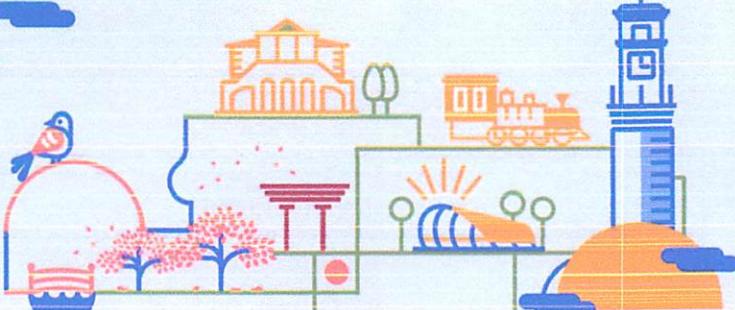
5.1. Atualização da normatização da atividade turística municipal existente

A normatização da atividade turística tem por finalidade orientar a atuação da administração pública e da sociedade civil organizada, segundo os imperativos da democracia e da justiça. De acordo com o art. 5º, inciso II, da Constituição Federal, "ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei". Entende-se que somente a lei poderá criar direitos, deveres e vedações, ficando os indivíduos vinculados aos comandos legais, disciplinadores de suas atividades. No âmbito do turismo, planejar e gerir com base no princípio da legalidade facilita a convivência do poder público, sociedade civil organizada e população local e torna mais eficiente o planejamento e gestão do turismo local. Sendo assim, as normatizações existentes, deverão estar em constante atualização.

5.1.1 Lei da Política Municipal de Turismo

A Lei da Política Municipal de Turismo nº 5.162, de 11 de outubro de 2017, está em sintonia com a Lei Orgânica do Município, com o Plano Diretor Municipal e Plano Diretor de Turismo, garantindo a conformidade entre as legislações e fortalecendo os compromissos do poder executivo e legislativo com a população. É feita a revisão periódica do Plano Diretor de Turismo e as fontes de recursos para execução dos programas, projetos e atividades frutos dele é o principal objetivo dessa ação, e trata dos seguintes pontos:

- Obrigatoriedade do cadastro do hóspede por parte dos locais para dormir;

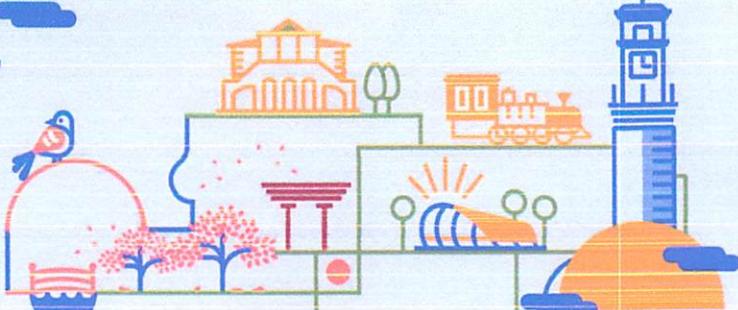


- Obrigatoriedade de informar o público em eventos por parte dos organizadores;
- Obrigatoriedade do controle de visitantes em pontos de interesse turístico classificados como atrativos turísticos;
- Definir os entes do SIMTUR;
- Incluir as competências de cada componente do SIMTUR;
- Definir melhor as fontes de recursos e montantes a serem utilizados no desenvolvimento da atividade turística municipal;
- Definir os instrumentos facilitadores para o planejamento e gestão;
- Definir critérios para prestação de serviço de informações turísticas pela iniciativa privada (uso no nome "posto de informações turísticas");
- Definir critérios de participação da iniciativa privada na publicidade institucional;
- Implantar os critérios que definem o ordenamento do crescimento da oferta turística.

5.1.2 Aplicar os recursos do FUMTUR

Os recursos do FUMTUR são fundamentais para o desenvolvimento da Política Municipal de Turismo, portanto prever a destinação de uma parte da arrecadação municipal para este fundo é de suma importância para garantir a continuidade do desenvolvimento da atividade turística municipal.

- Garantir a destinação ao FUMTUR de 100% do ISS dos empreendimentos turísticos;
- Garantir a destinação ao FUMTUR de 100% da arrecadação com a



sinalização turística;

- Garantir a destinação ao FUMTUR de 100% da arrecadação com a marca turística.

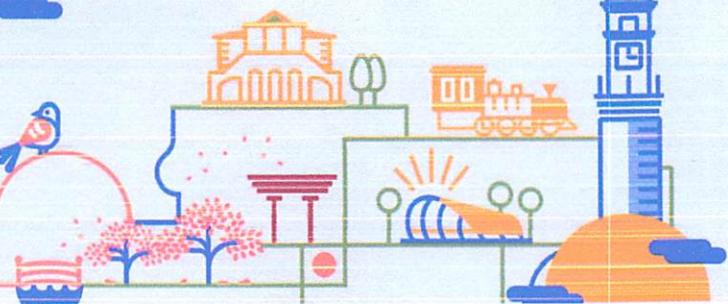
5.1.3 Atualizar a regulamentação da Política Municipal de Turismo

É no Conselho Municipal de Turismo onde todo mundo pensa junto, inclusive o Órgão de Turismo Municipal, e decide como será a convivência. O resultado dessa discussão é traduzido em instrumentos normativos que facilitam o planejamento e gestão da atividade turística local. O COMTUR já editou resoluções sobre:

- A iniciativa privada na publicidade institucional turística do município
- As exigências mínimas para inscrição no cadastro municipal de Turismo de Garça
- A categorização da oferta Turística do município
- A categorização da demanda turística do município

Cabe regulamentar ainda, os seguintes assuntos:

- Definir critérios para o zoneamento turístico;
- Definir critérios de concessão do título de via de interesse turístico a logradouros municipais;
- Definir critérios de hierarquização dos pontos de interesse turístico;
- Definir critérios de hierarquização das áreas turísticas;
- Definir critérios de participação da iniciativa privada na publicidade



institucional;

- Definir critérios para ordenamento do crescimento da oferta turística.

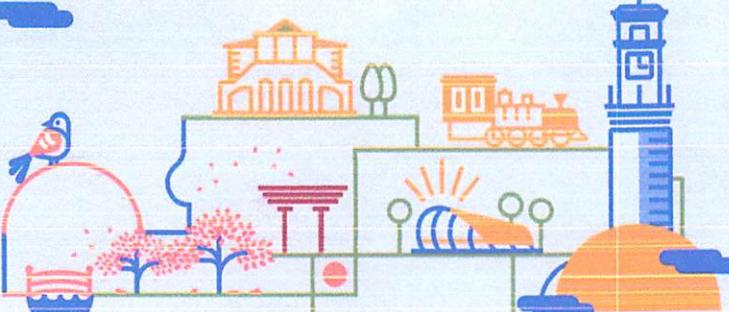
5.1.4 Aplicar o Manual de Identidade Visual de Garça

Considerando que os destinos turísticos atuais não devem se preocupar apenas em ser o melhor ou estar entre os melhores, devem também estar empenhados em mostrar o que é a identidade visual de um destino turístico, isso é fundamental para ganhar mais visibilidade, demonstrar segurança, profissionalismo e consequentemente aumentar o fluxo turístico e a arrecadação do FUMTUR. E dessa forma a identidade turística do município de Garça foi criada, com base na proposta de posicionamento definida pelos agentes do turismo para padronizar sua imagem nas campanhas de marketing turístico e na sinalização turística. Com personalidade moderna, inovadora, de apoio à natureza, dinâmica, arrojada, diversa e acolhedora, foram criados: Logotipo, slogan, layout de peças publicitárias, paleta de cores e tipografia, a serem utilizados em material gráfico, na criação de um banco de imagens oficial, nos mapas turísticos, no portal turístico, em souvenirs e nas placas de sinalização.

5.1.5 Criar o Manual de Sinalização Turística

Padronizar a sinalização turística é o principal objetivo do Manual de Sinalização Turística, mas não o único. Além de definir o layout, objetivo e tipo de material das placas de sinalização turística o Manual regulamenta a instalação, retirada e manutenção do mobiliário urbano e rural e define os direitos e deveres dos agentes do turismo, públicos e privados.

- Definir o layout do mobiliário de sinalização turística;
- Definir o material de confecção do mobiliário;



- Definir a metodologia de instalação e manutenção do mobiliário;
- Definir os critérios de utilização do mobiliário pela iniciativa privada;
- Criar o documento Manual de Sinalização Turística.

5.2 Sensibilizar e capacitar os agentes do turismo

5.2.1 Capacitar o COMTUR

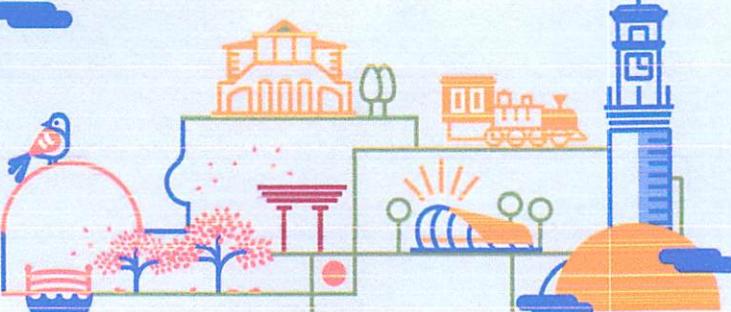
O sucesso da atividade turística em um destino depende da união de forças entre o Poder Público e a Sociedade Civil. É no Conselho Municipal de Turismo que o governo local, iniciativa privada e comunidade unem forças para tornar as políticas públicas, em prol do turismo, mais eficientes e democráticas. A capacitação é fundamental para esclarecimento e tomada de decisões.

Deliberar é decidir, resolver mediante discussão ou exame. Para que as ações do executivo municipal sejam democráticas é fundamental que as propostas sejam deliberadas pelo COMTUR e para facilitar essas deliberações, além de outras ações, é importante capacitar os conselheiros (titulares e suplentes) quanto às rotinas de deliberação. Essas ações aconteceram e serão mantidas constantemente, o esclarecimento é fundamental para o bom relacionamento entre os agentes de turismo e as regras de utilização dos recursos do Fundo de Melhorias dos Municípios Turísticos - FUMTUR Estadual regido pela lei Estadual nº 16.283 de 15 de julho de 2016.

Considerando a importância da capacitação do COMTUR, é fundamental esclarecer as regras sobre a utilização dos recursos do FUMTUR Estadual para que os esclarecimentos sejam transmitidos os seus respectivos representados.

- Clareza entre os agentes do turismo sobre o poder Deliberativo do COMTUR;





- Conselheiros orientados quanto às rotinas das reuniões ordinárias e extraordinárias;
- Conselheiros orientados quanto às rotinas de criação e funcionamento das comissões;
- Conselheiros orientados quanto às rotinas de formulação, publicação e encaminhamento das portarias e resoluções.
- Conselheiros esclarecidos quanto às regras de utilização dos recursos do FUMTUR Estadual de que trata a lei Estadual 16.283, DE 15 DE JULHO DE 2016.
- Agentes do turismo (públicos e privados) esclarecidos quanto às regras de utilização dos recursos do FUMTUR Estadual de que trata a lei Estadual 16.283, DE 15 DE JULHO DE 2016.

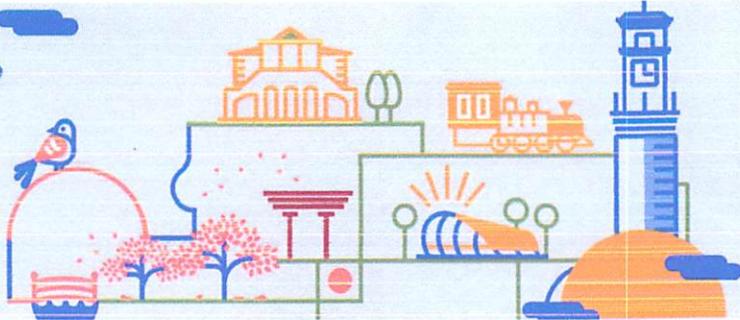
5.2.2 Roteirização Turística

Foi identificado no diagnóstico turístico que a iniciativa privada tem dificuldade na formatação e comercialização de atividades turísticas fora de Garça, ou seja, nos grandes centros emissores de turistas.

É sabido que a divulgação de atrativos turísticos não atrai, de forma eficiente, o turista. Atualmente as pessoas estão muito ocupadas para planejar sua viagem com base somente na informação de um atrativo turístico. É preciso oferecer atividades completas, hospedagem, alimentação e uma experiência.

Diante disto é fundamental capacitar os agentes do turismo na elaboração, em conjunto, de atividades turísticas e na forma e comercialização dessa atividade nos grandes centros.

- Atividades turísticas formatadas e sendo comercializadas nos centros



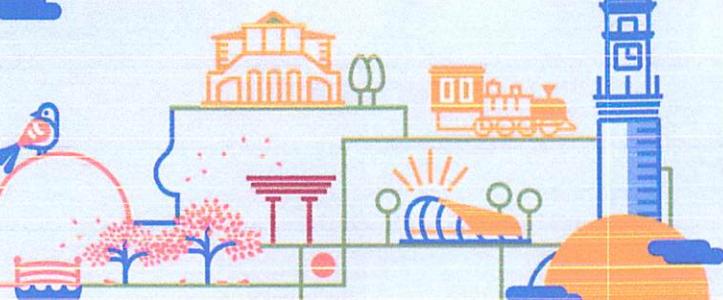
emissores de turistas.

5.3 Melhorar a comunicação e a promoção turística

O conceito de promoção turística, com efeito, refere-se à divulgação de um lugar como destino turístico para os potenciais turistas. Todavia, antes de se promover é preciso saber o que será promovido. Parece óbvio e simples quando se trata de uma empresa, todavia quando o objeto é um destino turístico, saber o que deve ser promovido e reunir essas informações é processo complexo. A atividade turística é ampla, envolve diferentes agentes na montagem de um produto turístico e na maioria das vezes há uma dificuldade em juntar toda essa informação e divulgá-la ao turista por problemas na comunicação interna. Portanto as ações que buscarão atingir esse objetivo deverão trabalhar no sentido de minimizar os problemas de comunicação interna do destino turístico, além da promoção turística.

5.3.1 Manter e atualizar o Sistema de Informações Turísticas

Na era em que vivemos, uma empresa competitiva tem uma base tecnológica adequada às demandas dos clientes. Na atividade turística, as instituições responsáveis pelo planejamento e gestão do turismo, seja a nível Municipal, Estadual ou Federal, têm a necessidade de identificar, coletar, processar, armazenar, manter atualizadas e distribuir informações de meios de hospedagem, agências receptivas, empresas de transporte, atrativos turísticos, espaços para eventos, restaurantes entre outras que formam a impressionante cadeia produtiva do turismo e que são indispensáveis à atividade. Além, é claro, da necessidade de gerar relatórios sobre o comportamento da atividade turística, tendências, oportunidades de negócios e os resultados de suas ações voltadas para o turismo.



Para Sheldon (1989), a informação é o sangue da indústria turística, a coleta, o processamento, a armazenagem e a distribuição de informações são extremamente importantes para a atividade, uma vez que para vender o produto turístico, é necessário divulgar a informação que o caracteriza de acordo com as expectativas dos turistas que estão em busca de informações sobre serviços e atrações, dos profissionais do turismo que buscam informações sobre a infraestrutura turística e dos investidores e buscam informações sobre as tendências e oportunidades de negócios.

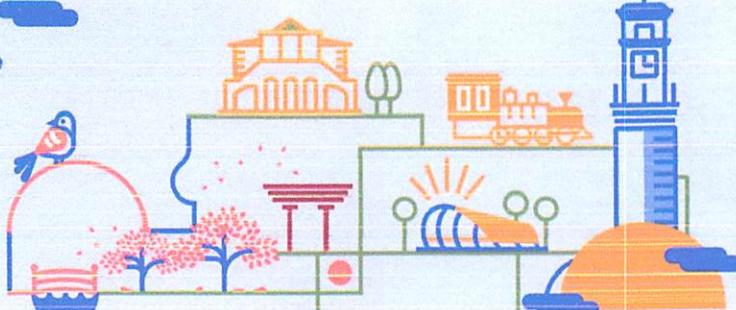
O processo de compra de um produto turístico é facilitado quando a informação está disponível, de forma atualizada aos turistas e aos profissionais do setor.

Um Sistema de Informações Turísticas, bem definido, permitirá o aperfeiçoamento do fluxo de informações dentro do destino e como resultado a melhora na comunicação e promoção turística em um mercado cada vez mais competitivo. Um Sistema de Informações Turísticas deve contar com no mínimo 3 módulos:

O Cadastro Municipal de Turismo que amparado por lei, tem por finalidade captar informações da cadeia produtiva do turismo, informações sobre a oferta e demanda turística, alimentando assim o banco de dados do Sistema de Informações Turísticas.

O Observatório do Turismo, responsável por gerar relatórios de oportunidades de negócios, comportamento da oferta e da demanda turística, inventário turístico e diagnóstico turístico com base no banco de dados alimentado pelo Cadastro Municipal de Turismo.

A plataforma de divulgação na internet (Portal Turístico), principal ferramenta de divulgação das informações turísticas do destino. Com duas frentes, uma para o turista e outra para o profissional de turismo, o site é um canal eficiente de comunicação entre os gestores e o público



por meio da exposição das informações do Cadastro Municipal de Turismo e dos relatórios gerados pelo Observatório do Turismo.

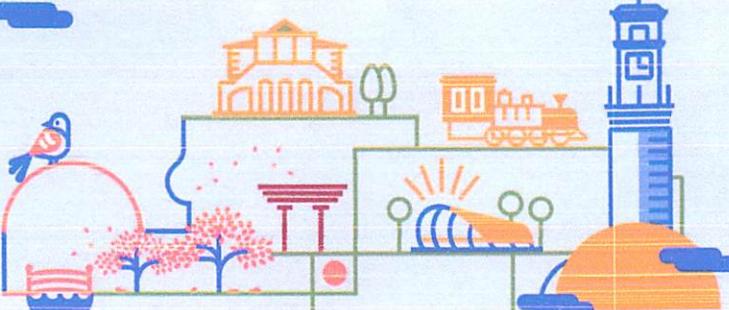
5.3.2 Gerir o Sistema de Informações Turísticas

O poder público implantou o Sistema de Informações Turísticas, que está disponível no site www.visitegarca.sp.gov.br, e integra os três módulos do Sistema de Informações Turísticas (Cadastro, Observatório e Portal), que facilita a gestão do Cadastro Municipal de Turismo, emite diversos relatórios inteligentes sobre o comportamento da oferta e demanda turística e facilita a atualização do Portal Turístico.

O sistema funciona nos principais browsers do mercado (Acesso web) que permite a realização do cadastro de informações turísticas diretamente pela cadeia produtiva do turismo. Gera os relatórios do Observatório de Turismo de forma automática e divulga informações sobre a oferta turística de forma automatizada no portal turístico do destino.

5.3.3 Promover e apoiar a comercialização do destino turístico

O objetivo é planejar e executar um conjunto de atividades distribuídas em uma linha de tempo, que com esforços do poder público e iniciativa privada, divulgarão o destino turístico para os potenciais centros emissores de turista com o objetivo de aumentar no número de visitantes. Divulgará as ações institucionais dos agentes turísticos com o objetivo de fortalecer institucionalmente o destino e desenvolverá campanhas de conscientização junto à população local com vistas a melhorar a visão do Garcense para com a atividade turística. Segundo Públis (2008), um anúncio isolado, por mais criativo que seja, tem muito pouca eficácia comparada com uma campanha completa, com diversas



peças diferentes, desde que mantenham o mesmo conceito criativo.

- Consolidação de Garça como Destino Turístico regional;
- Aumento do fluxo de visitantes;
- Melhora da imagem institucional do Destino Garça;
- Melhora da visão do garcense para com a atividade turística.

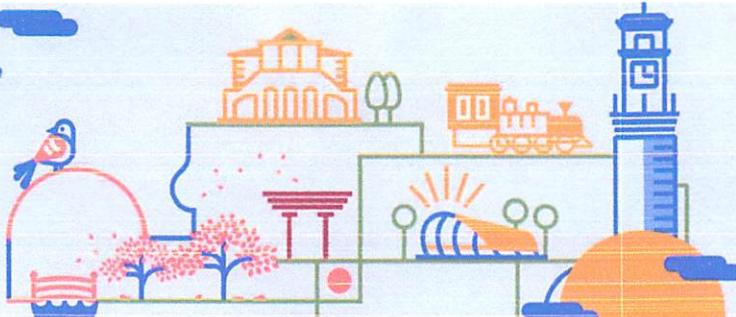
5.4 Melhorar a infraestrutura turística

É a infraestrutura turística que oferece as condições mínimas que viabilizam a realização da atividade turística em um determinado lugar. A diferença entre um recurso turístico e um atrativo turístico está na infraestrutura. A título de exemplo: Uma fazenda produtora de café, nesse caso seria entendida como um recurso turístico, mas quando se prepara para receber o visitante se torna um atrativo turístico. Dados empíricos indicam que a qualidade do acesso é diretamente proporcional ao número de visitantes, uma boa infraestrutura para eventos tende a aumentar o fluxo turístico e que uma boa sinalização turística tende a capilarizar o turista para outras áreas que não o centro da cidade.

O mapeamento das propriedades rurais visa propor o apontamento das ações com vistas aos atrativos potenciais e reais prioritariamente nos bairros rurais contemplados nas estradas 9 de julho, Corredeira e as de maior potencial ao entorno. As informações levantadas deverão atender as necessidades e expectativas das propriedades rurais para esse novo empreendimento que irá reestruturar o destino turístico local.

5.4.1 Ampliar a oferta de leitos temporários em época de grandes eventos

Garça tem uma oferta de leitos modesta, porém condizente com o fluxo turístico do dia a dia. Por outro lado, os 720 leitos disponíveis no



município não comportam o fluxo de visitantes em época de eventos. Um exemplo é o fluxo gerado pelos Cerejeiras Festival que chega a receber 50 mil pessoas por dia.

A proposta de posicionamento definida pela visão de futuro aposta na criação de um calendário de eventos forte para aumentar o fluxo turístico. Visto isso é preciso aumentar a oferta de leitos no destino, mas tomar cuidado para que essa ação não diminua a taxa de ocupação média.

Com esse cenário a proposta é ampliar a oferta de leitos temporários por meio da sensibilização e capacitação da população local.

- Aumentar a oferta de leitos no período de grandes eventos.

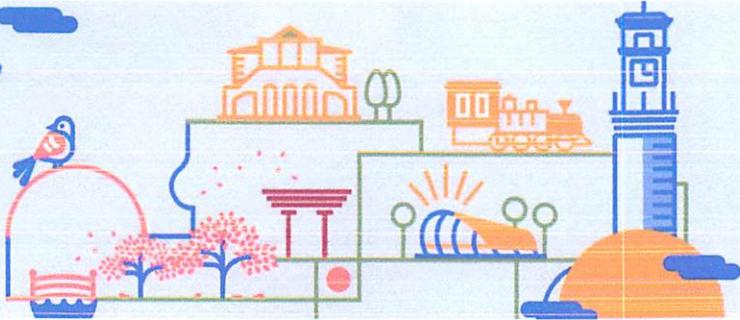
5.4.2 Melhoria das vias de interesse turístico

Sabemos que as vias de interesse turístico são espaços de trânsito de visitantes que se deslocam de um ponto de interesse turístico a outro e, no caso de Garça, servem também como atrativo turístico, pois o deslocamento caracteriza uma atividade turística, como, por exemplo, fazer caminhada em meio a natureza, andar a cavalo em estradas rurais, andar de bicicleta em trilhas, um passeio de trem, etc. Diante disso é fundamental a estruturação das vias de interesse turístico municipais criando um ambiente propício para atingir a meta de posicionamento do Destino.

- Ferrovia turística Garça - Jafa
- Vias de interesse turístico dotadas de infraestrutura para receber o fluxo de visitantes

5.4.3 Melhoria dos pontos de interesse turístico

Garça possui uma infinidade de recursos turísticos, mais de 60 cachoeiras e várias propriedades rurais, cuja atividade econômica tem potencial turístico, como as propriedades de produção de café, entre outras belezas naturais. Todavia a grande maioria desses recursos



turísticos não conta com toda infraestrutura necessária para receber o visitante e temos como despertar o interesse dos proprietários para essa nova proposta de empreendimento. O mapeamento das propriedades rurais visa apontar as propriedades com real potencial no turismo, sensibilizar os proprietários desses recursos quanto ao potencial turístico de suas riquezas e orientá-los na transformação dos recursos em verdadeiros pontos de interesse turístico para que atividades turísticas possam ser criadas e comercializadas com base em tais pontos.

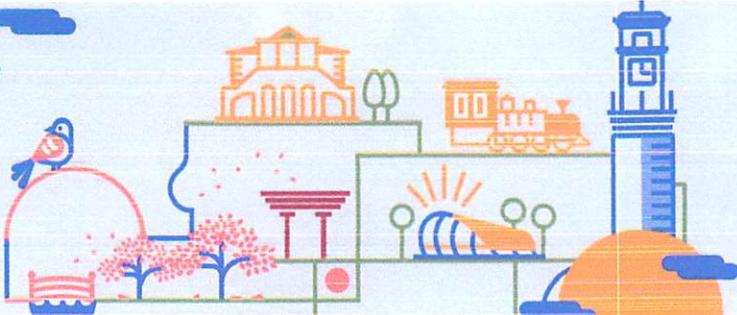
O Zoológico Municipal de Garça é de pequeno porte possuindo espécies de mamíferos, aves e répteis e tem por objetivo a manutenção destes animais que não mais possuem capacidade de vida livre. Os animais são atualmente a principal atratividade do local para momentos de lazer e também de educação ambiental. Além disso, o zoológico possui capacidade para reabilitação e soltura de determinadas espécies de animais entregues pela Polícia Ambiental e Corpo de Bombeiros.

O Bosque Municipal possui trilha ecológica no interior de sua mata a qual já é utilizada para educação ambiental e pesquisa, podendo ser estruturada para uso do público em geral.

Com a observância das regras existentes para conservação do local é possível o desenvolvimento de novas atividades turísticas visto que a área passível de ser utilizada é vasta.

Também no interior do Bosque Municipal, ocupando o prédio que antes abrigava um restaurante, está instalado o Centro de Educação Ambiental, com estrutura para palestras, oficinas, workshops, exposições entre outras atividades.

O Município de Garça, recebe um grande fluxo de pessoas no Lago Artificial J. k. Williams, considerado nosso cartão de visita e atrai visitantes de todas as idades e diferentes perfis. Muitos eventos do Calendário de



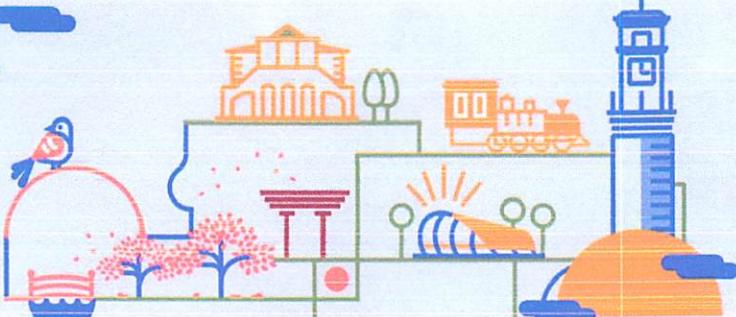
eventos Turísticos da cidade, ocorrem nesse local e o fluxo de visitantes é intenso. Para tanto, se faz necessário oferecer infraestrutura capaz de atender a demanda turística.

No Lago Artificial J. k. Williams, o visitante também encontra passeios de pedalinhos, pista de skate, lanchonetes, trata-se de um local onde todas atrações turísticas, culturais, recreativas, grande visitação durante todo o ano nos finais de semana e feriados, por familiares e parentes, amigos, onde as pessoas passam boa parte do tempo reunidos.

O Parque Ecológico Jayme Nogueira Miranda, é um local que atrai visitantes de todas as idades e diferentes perfis, possui um kartódromo, campo de beisebol, rugby e pista de caminhada. O local é um importante equipamento turístico do município e o investimento de novos atrativos irá proporcionar mais opções e atrair visitantes de toda região e estado. As pessoas estão a procura de lugares de áreas abertas, ao ar livre, preferencialmente em contato com a natureza.

O espaço por si só já é um atrativo natural por ser de fácil acesso e visualização para quem utiliza a Rodovia Comandante João Ribeiro de Barros que interliga as cidades de Marília e Bauru.

- Propriedades de café estruturadas para receber o visitante;
- Lista de cachoeiras com seus proprietários sensibilizados e com infraestrutura adequadas para receber o visitante;
- Reforma e revitalização do Bosque Municipal como atrativo turístico com nova estrutura.
- Melhorias no Lago Artificial J.K. Williams
- Revitalização e Reforma da Maria Fumaça
- Reestruturação do Parque Ecológico Jayme N. Miranda
- Mapeamento das propriedades rurais para desenvolvimento do Ecoturismo, Turismo de Aventura e Turismo Rural.



5.4.4 Sinalização Turística Integrada

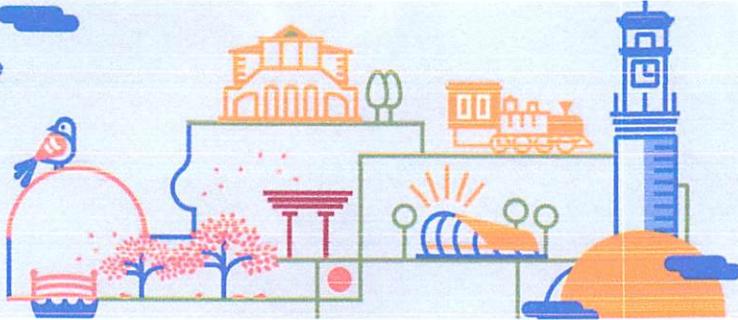
O turista, por estar fora de seu local habitual de convívio, depende de sinalização turística para encontrar os locais de interesse dentro de um destino. É fundamental manter uma estrutura de sinalização padronizada e que ofereça segurança ao visitante. Um bom projeto de sinalização tem potencial para capilarizar o fluxo turístico dentro do município e gerar receita para o Fundo Municipal de Turismo - FUMTUR. A sinalização turística do município de Garça é deficitária e deve ser melhorada visando a instalação de placas para pedestres e veículos em vias públicas, urbanas e rurais e percursos fora de estrada.

O primeiro passo é a elaboração do Projeto Executivo de Sinalização Turística Integrada com base no Manual de Sinalização Turística.

- Geração de recursos para o FUMTUR;
- Padronização da sinalização turística;
- Aumento da capilaridade do fluxo turístico municipal.

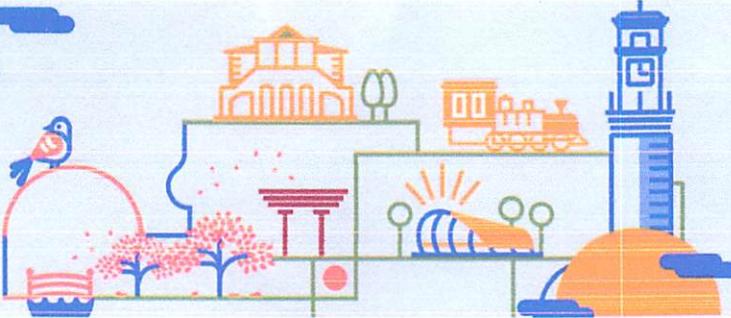
5.5 Manter o título de Município de Interesse Turístico

São Paulo tem, atualmente, 70 estâncias turísticas. A lei complementar nº 1.261, de 29 de abril de 2015 cria uma nova classificação, além da estância turística, o município de interesse turístico. 140 é o número atual de municípios que estão classificados como Municípios de Interesse Turístico que é o 1º degrau para se tornar uma estância turística. De 3 em 3 anos, municípios de interesse turístico se tornarão estâncias e 3 estâncias serão rebaixadas a nível de município de interesse turístico. Ações presentes neste plano buscam cumprir as exigências do Estado enquanto Município de Interesse Turístico, fazendo com que Garça tenha condições de



ser reconhecida e classificada como Estância Turística. A diferença, resumidamente, entre ser uma estância e um município de interesse turístico está no volume de recurso do Estado destinado ao município.

- Receber recursos do Fundo Estadual de Turismo conforme lei 16.283 de 15 de julho de 2016.



6. METAS

6.1 300 mil visitantes no Cerejeiras Festival

O Cerejeiras Festival chegou a impressionantes 250 mil visitantes no ano de 2017 e para o evento continuar sendo o maior festival da cultura japonesa domundo a meta é chega a 300 mil visitantes.

6.2 30 atividades turísticas sendo ofertadas simultaneamente no destino

Para atrair e manter o visitante por mais tempo no destino é fundamental a oferta de atividades turísticas, portanto o Plano Diretor de Turismo 2021-2024 coloca como meta a oferta comercial de no mínimo 30 atividades turísticas simultâneas no destino turístico. Dessa forma, quando o visitante perguntar: "o que tem pra fazer em Garça?", deverá ter no mínimo 30 respostas.

6.3 1500 leitos

Garça conta com 720 leitos em meios de hospedagem e esse número precisa aumentar no mínimo para 1000 leitos em meios de hospedagem e 500 leitos temporários que deverão ser criados por meio de sensibilização e capacitação da população local.



7. Objetivos do Desenvolvimento Sustentável

A Organização Mundial do Turismo – OMT, entidade vinculada à Organização das Nações Unidas –ONU, recomenda que o fenômeno turístico deve estar alinhado com práticas sustentáveis de desenvolvimento com seis linhas de iniciativas e gestões: saúde pública; inclusão social; conservação da biodiversidade; ações para o clima; economia circular; governança e finanças. Com as propostas, as visitas devem ser realizadas com responsabilidade, proteção do meio ambiente, geração de emprego, renda, inclusão social e autoestima da população.