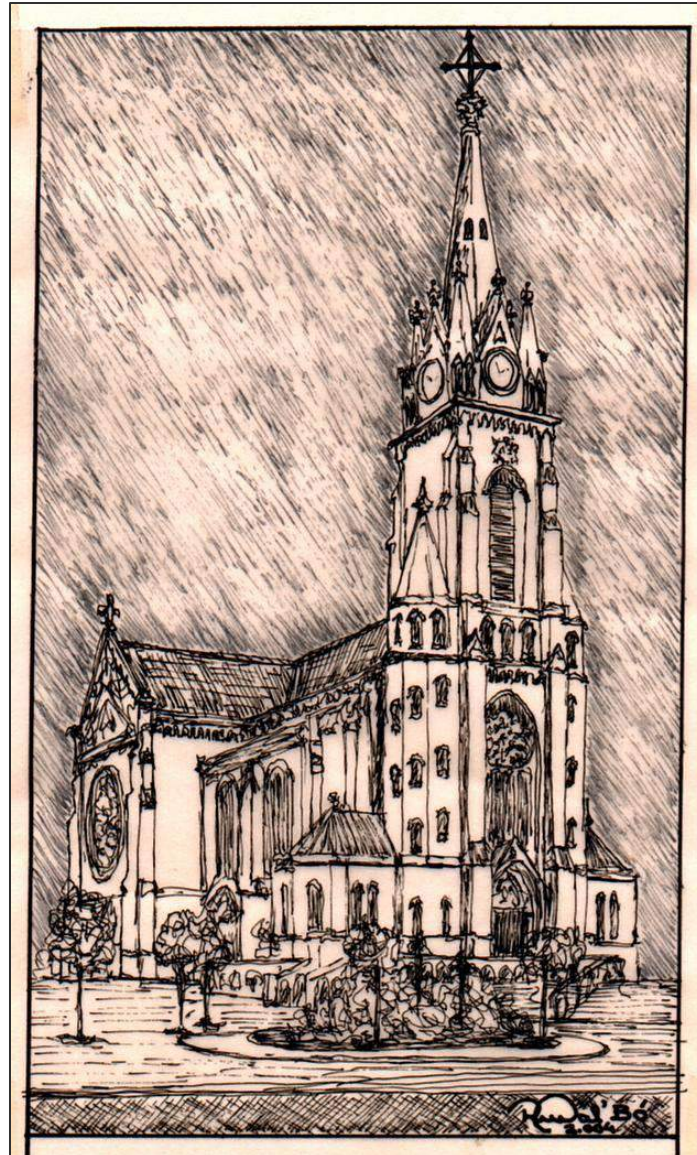




# Plano Diretor de Turismo



**Cidade de Jahu**



## Jaú - SP

### Novembro de 2016

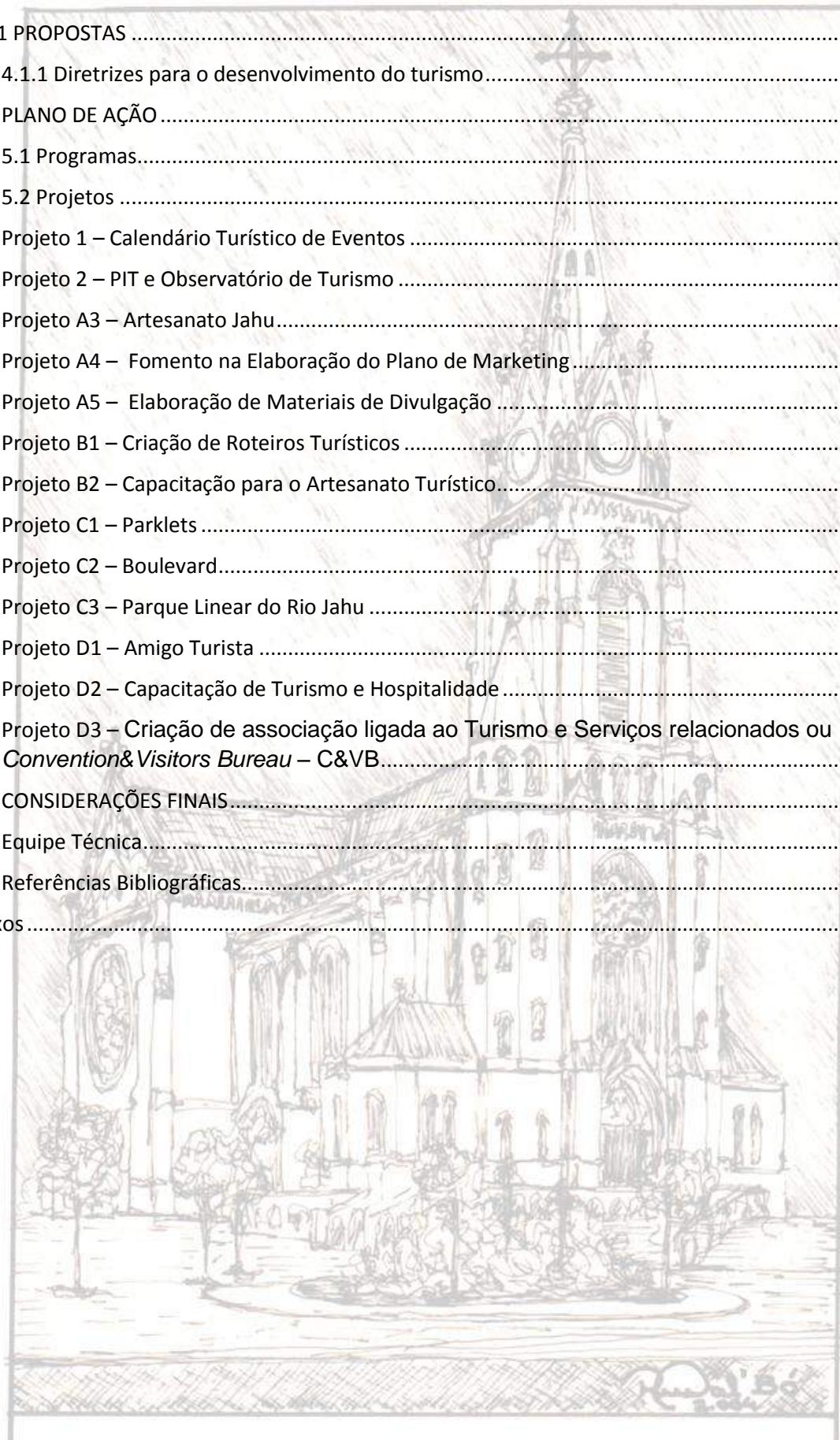
#### Sumário

1. APRESENTAÇÃO .....	5
2. O Plano Diretor de Turismo.....	5
2.1 Município.....	6
2.2 Características turísticas da cidade de Jaú .....	6
2.2.1 Território do Calçado.....	6
2.2.2 Turismo de Gastronômico - Polo Gastronômico do Pouso Alegre de Baixo .....	7
2.2.3 HAC - Hospital Amaral Carvalho .....	8
2.2.4 Reserva Ecológica Amadeu Botelho – RPPN .....	9
2.2.5 Festival Caipira do Pouso Alegre de Baixo.....	10
2.2.6 Festival de Inverno .....	10
2.2.7 Santuário Frei Galvão .....	11
2.2.8 Encontro de Carros Antigos.....	11
2.2.9 Arquitetônico e Cultural .....	13
2.2.10 Perímetro Histórico .....	13
2.2.11 Vilanova Artigas.....	13
2.2.12 Fazenda Mandaguahy .....	14
2.2.13 Museu Municipal de Jahu.....	15
2.2.14 Jahu Trend Show .....	15
2.2.15 Feira de Artesanato do Jardim de Baixo.....	15
2.2.16 Feira no Parque do Rio Jahu .....	16
2.2.17 Festival Saul Galvão.....	16
2.2.18 Expo Jahu.....	17
2.2.19 Turismo Náutico no Tietê e Afluentes.....	17
2.2.20 Turismo Náutico .....	18
2.3 Caracterização do território .....	19
2.3.1 Características Naturais.....	19
2.3.2	
Acessos.....	20
2.3.3 Saneamento .....	20
2.3.4 Educação .....	21



2.3.5	
Saúde.....	23
2.3.6 Mercado de trabalho.....	23
2.3.7 PIB Renda.....	24
2.4 Valorização do meio ambiente.....	26
2.4.1 RPPN Amadeu Botelho .....	26
2.4.2 Fazenda Mandaguahy .....	27
2.4.3 Boia Cross no Ribeirão Ave Maria.....	30
2.4.4 Porto de hidrovia do Rio Tietê /Condomínio Frei Galvão.....	31
2.5 Aspectos Históricos e Culturais da Cidade .....	32
2.5.1 No início – Através das Monções e Muito Antes.....	32
2.5.2 Posse da Terra “do Jahu” .....	35
2.5.3 Formação do Povoado.....	37
2.5.4 Doação de terra e arruamento.....	37
2.5.5. Sobre a escolha do nome da Cidade .....	38
2.5.6 O Café em Jaú, prosperidade Econômica e a modernização .....	38
2.5.7 Capital Nacional do Calçado Feminino .....	40
2.5.8 Formação Administrativa .....	42
2.6 Índices e dados do município .....	43
2.7 Inserção regional e acesso .....	50
2.7.1 Acessos .....	51
2.8 Legislação municipal.....	52
2.8.1 Leis: Plano Diretor do Município e legislação correlata ao Turismo de Jahu.....	52
2.9 Mapa do município com iconização dos pontos turísticos .....	54
2.10 Comtur.....	55
2.10.1 Sobre o COMTUR.....	55
2.11 Participação no Desenvolvimento Regional.....	56
2.11.1 Motivos para a regionalização do turismo.....	56
3. DIAGNÓSTICO.....	59
3.1 Análise dos Atrativos Turísticos.....	59
3.2 Resumo do Inventário .....	60
3.3 Análise SWOT .....	60
3.3.1 Oportunidades.....	60
3.3.2 Ameaças .....	61
3.3.3 Pontos Fortes.....	62
3.3.4 Pontos Fracos .....	63

4. PROGNÓSTICO.....	66
4.1 PROPOSTAS .....	66
4.1.1 Diretrizes para o desenvolvimento do turismo.....	66
5. PLANO DE AÇÃO .....	67
5.1 Programas.....	67
5.2 Projetos .....	69
Projeto 1 – Calendário Turístico de Eventos .....	69
Projeto 2 – PIT e Observatório de Turismo .....	75
Projeto A3 – Artesanato Jahu.....	81
Projeto A4 – Fomento na Elaboração do Plano de Marketing .....	86
Projeto A5 – Elaboração de Materiais de Divulgação .....	91
Projeto B1 – Criação de Roteiros Turísticos .....	95
Projeto B2 – Capacitação para o Artesanato Turístico.....	100
Projeto C1 – Parklets .....	104
Projeto C2 – Boulevard.....	109
Projeto C3 – Parque Linear do Rio Jahu .....	113
Projeto D1 – Amigo Turista .....	120
Projeto D2 – Capacitação de Turismo e Hospitalidade .....	125
Projeto D3 – Criação de associação ligada ao Turismo e Serviços relacionados ou <i>Convention&amp;Visitors Bureau – C&amp;VB</i> .....	129
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	134
7. Equipe Técnica.....	135
8. Referências Bibliográficas.....	136
Anexos.....	137



## 1. APRESENTAÇÃO

O município de Jahu, localizado na região central do Estado de São Paulo, está inserido em um contexto privilegiado. Não somente por sua posição geográfica estratégica, mas também por diversas características peculiares que lhe destacam um grande potencial turístico, sendo que possui diversos atrativos, seja na vertente cultural, ecológica, como de negócios, sacro, de serviço, dentre outros. Em um contexto regional, o potencial se torna ainda maior, pois Jaú está cercada por outras cidades como Barra Bonita e Brotas. Faz-se assim, essencial, a inclusão do município dentre desse panorama turístico, e, por esse motivo, elaborou-se, com equipe técnica, o Plano Diretor de Turismo, apresentado detalhadamente a seguir:

### 2. O Plano Diretor de Turismo

O Município de Jaú, como outros muitos lugares, Brasil afora, apresenta nos seus espaços e cotidiano, atrativos naturais e histórico-culturais caracterizando-o como um município dotado de potencial turístico.

No entanto, para que essa potencialidade seja explorada e desenvolvida de forma ordenada e sustentável, decidiu-se por implantar o Plano Diretor de Turismo, como o instrumento principal no fornecimento das diretrizes consideradas estratégicas para fomentar o turismo nos próximos anos.

O trabalho, desenvolvido a partir das pesquisas iniciais, visitas técnicas, entrevistas e observações realizadas por uma comissão técnica formada especificamente para o desenvolvimento do Plano, não só identificou os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças no contexto do desenvolvimento turístico, como também nas condições do desenvolvimento urbano.

Valorizar o potencial turístico de Jaú é promover a criação de novos postos de empregos, aumento das divisas do município, captação de investidores, melhoria social da população. Soma-se ainda a oportunidade de aprimorar a paisagem urbana, a mobilidade, o fortalecimento dos serviços e comércio, a melhoria dos equipamentos urbanos, a preservação da memória e da história do município.

A preocupação da atual administração municipal, em valorizar o turismo local, reveste-se da maior importância e é necessária. Não acontecendo isso, estaremos perdendo a oportunidade de aprimorar os rumos do desenvolvimento e, pior, condenar ao ostracismo as riquezas da história, memória e da cultura de Pederneiras.

A consolidação do processo de fortalecimento do turismo implicará em mudanças positivas para Jaú, resultando em uma nova cidade, sustentável e uma melhor qualidade de vida para a população, gerando novos postos de emprego e fortalecendo a economia local.

Objetivo geral do plano é Incentivar novos fluxos turísticos e manter os excursionistas que visitam JAHU por mais tempo, por meio da organização e do planejamento da oferta e da infraestrutura turística como também do fortalecimento da governança e da promoção da comunicação

## 2.1 Município

O município de Jahu possui uma área de aproximadamente 688 km<sup>2</sup> e está localizado na região central do estado de São Paulo e está aproximadamente 296 quilômetros da capital. O município é servido por rodovias estaduais e municipais ([www.jau.sp.gov.br](http://www.jau.sp.gov.br)).

## 2.2 Características turísticas da cidade de Jaú

As características turísticas da cidade de Jahu são bastante diversas, abrangendo diversos segmentos do turismo como o Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo Rural, Turismo Cultural, Turismo Náutico, Turismo Religioso, Turismo de Pesca, Turismo de Negócios e Eventos.

### 2.2.1 Território do Calçado

Considerada a capital nacional do calçado feminino Jahu recebe cerca de 10 mil pessoas diariamente, fonte Globo TV – Bauru – Marília. (<http://globo.com/tv-tem-interior-sp/tem-noticias-2a-edicao-baurumarilia/v/liquidacao-de-sapatos-femininos-atrai-10-mil-pessoas-por-dia-em-jau/3072641/>).

O centro de compras compreende não apenas o shopping temático Território do Calçado e as lojas do Jahu Shopping, mas também diversas lojas situadas no centro comercial, e algumas galerias de lojas de fábrica situadas nas marginais da rodovia que circunda a cidade.

O Território do Calçado é hoje um shopping temático, um complexo formado por + de 180 lojas de calçados, roupas, bolsas e acessórios, com estacionamento, praça de alimentação, caixas eletrônicos, heliporto e toda a infraestrutura que você merece. Está localizado na rodovia SP 225 Jaú – Bauru (saída KM 184) e é considerado o maior shopping de calçados femininos da América Latina.



**Imagens 01 a 04:** fachada Território do Calçado, Interior do espaço, consumidores e estacionamento com ônibus de diversos lugares, respectivamente da esquerda para direita e de cima para baixo.

## 2.2.2 Turismo Gastronômico - Polo Gastronômico do Pouso Alegre de Baixo

Jahu conta com uma diversa gama de estabelecimentos comerciais voltados a alimentação. Com restaurantes, pizzarias, churrascarias, comida japonesa, italiana, árabe, fast-foods, petiscarias e etc. Mas detém uma peculiaridade, um Polo Gastronômico de cozinha tradicionalmente caipira.

Quatro restaurantes compõem o polo de culinária caipira. O precursor foi José Manzatto, conhecido em toda a região como Polaco. Ele começou a compor seu cardápio

com leitoa, frango à passarinho, arroz com bacon, feijão e salada. Os demais estabelecimentos vieram depois, porém, mantendo o mesmo cardápio do restaurante original. O polo é composto pelos restaurantes do Polaco, Codatto, Mirante do Pousu e Dendo Sítio Restaurante.



**Imagens 05 a 08:** Restaurantes de Pouso Alegre em destaque. Pouso Alegre, Codatto, Mirante do Pousu e Dendo Sítio, respectivamente da esquerda para direita e de cima para baixo.

### 2.2.3 HAC - Hospital Amaral Carvalho

A cidade recebe muitas pessoas em busca de tratamento médico, quer seja pela presença do Hospital Amaral Carvalho, referência em várias frentes do combate ao câncer, quer seja pelas diversas modalidades clínicas nas quais os profissionais da cidade se destacam.

O Hospital Amaral Carvalho é um dos maiores e mais modernos centros de oncologia do Brasil: são 100 anos de cuidados e promoção do bem-estar a pacientes carentes com câncer e suas famílias, por meio de atendimento humanizado e serviços de saúde de alta qualidade. Considerado referência nacional como Instituição de Ensino e Pesquisa na prevenção e tratamento oncológico. Com a vinda de seus pacientes e familiares existe demanda imensa de serviços e produtos como hospedagem, alimentação, transporte, medicamentos e etc.





Imagens 09 e 10: Fachada do Hospital Amaral Carvalho e selo comemorativo, respectivamente.

## 2.2.4 Reserva Ecológica Amadeu Botelho – RPPN



A Reserva Ecológica Amadeu Botelho tem uma área de 143 hectares e situa-se à 2 Km da cidade de Jaú. A mata conta com árvores seculares, cachoeira, macacos, esquilos, veados, lagartos e uma variedade enorme de pássaros, insetos e plantas. Foi transformada em RPPN no ano 2000, o que garante sua preservação perpétua.

**Imagem 12:** Vista geral da RPPN Amadeu Botelho, com destaque para a Casa Grande da Fazenda nela inserida



**Imagem 11:** logo da RPPN Amadeu Botelho

A Reserva é uma floresta classificada como estacional semidecidual (mata atlântica de interior) com grande biodiversidade. Conta com mais de 169 espécies de árvores estudadas, 24 mamíferos conhecidos e 174 espécies de pássaros registrados, além de insetos, répteis e outros representantes da nossa rica fauna e flora.

### 2.2.5 Festival Caipira do Pouso Alegre de Baixo

O Festival Caipira acontece no mês de junho no Pouso Alegre de Baixo. Nos dias em que o evento acontece Pouso Alegre recebe muitos músicos e uma grande quantidade de visitantes que comparecem não apenas para prestigiar as atrações musicais, mas também para participar do festival e concorrer às premiações.

O público que o evento atrai é bem familiar o que privilegia muito os estabelecimentos de alimentação locais, assim como gera renda para todos os envolvidos no evento, artesãos, associação dos moradores e todo comércio de produtos e serviços.



### 2.2.6 Festival de Inverno



O Festival de Inverno acontece todo mês de julho e seu formato dinâmico permite a ocupação artística e cultural de vários equipamentos da cidade. A cidade se vê em meio a uma agitação cultural intensa com atividades musicais, teatrais, literárias, atividades representativas da cultura afrodescendente e etc...



**Imagens 13 e 14:** Destaques para o evento em duas localidades – na praça em frente Igreja Matriz e no Teatro Municipal, respectivamente.

### 2.2.7 Santuário Frei Galvão

O Turismo Religioso explorado comercialmente tem seu foco mantido na figura do Frei Galvão.

O Distrito de Potunduva conta com o Porto Municipal que recebe passeios periódicos vindos da Barra Bonita e excursões, romarias, procissões de diversas outras localidades por outros meios que seguem para visitação do Santuário do Frei Galvão, situado às margens do Tietê nas dependências do condomínio de mesmo nome, onde também fica situado o porto.

Ali, diz a história, teria acontecido o famoso milagre da bi loca o do Frei Galvão, onde este ao mesmo tempo se encontrava celebrando uma missa quando a interrompe e pede ora o pela alma de um moribundo, no mesmo instante é visto às margens do rio Tiete dando a extrema un o ao capataz Manoel Portes que após um desinteligência com um caboclo sofreu um golpe mortal.



Imagem 15: Capela de Frei Galvão



Imagem 16: Porto Municipal

### 2.2.8 Encontro de Carros Antigos



Encontro de Carros Antigos de Jahu reúne mais de 7 mil pessoas na Praça do Museu Na edi o desse ano do evento Encontro de Carros Antigos de Jahu, o número de carros expostos bateu o recorde dos anos anteriores, foram 450 veículos inscritos, vindos de mais de 37 cidades diferentes.

O Evento contou com a presença dos inscritos, de comerciantes de peças,

comerciantes de antiguidades, praça de alimentação com food trucks e diversas opções ao público, e muitas famílias jauenses.

O Encontro obteve números de participantes e de visitantes acima de suas médias anteriores, devido ao trabalho e colaboração dos envolvidos. Contou com a parceria de mais de 16 empresas da cidade, além da organização do Clube de Carros Antigos de Jahu e do Grupo Only!Savoia.



**Imagens 17 a 19:** Encontro de Carros Antigos – destaques para vista área, carros antigos e público em visitação, respectivamente.



## 2.2.9 Arquitetônico e Cultural

A cidade conta com um extenso patrimônio histórico, arquitetônico e cultural que compreende uma série de casarões que datam da época do auge da cultura cafeeira na cidade e representam uma parte importante da história, das influências europeias e também traz obras de Vilanova Artigas, que compõem um roteiro arquitetônico amplamente visitado por estudantes e apreciadores. O patrimônio histórico se estende do perímetro histórico até as fazendas centenárias, as reservas naturais passando pelo Museu Municipal que outrora também fora uma fazenda.

### 2.2.10 Perímetro Histórico

Casarões concentrados no centro da cidade, representam a altivez da sociedade jahuense no auge da cultura cafeeira. O perímetro histórico conta com vários exemplares tombados, imóveis residenciais, comerciais praças, monumentos, igrejas e prédios públicos.



**Imagens 20 e 21:** Destaque para casarões históricos na Rua Major Prado, rua central do Município de Jaú.

### 2.2.11 Vilanova Artigas

O Arquiteto Vilanova Artigas incluiu a cidade na moderna arquitetura setentista, onde o concreto moldado era o ícone da vanguarda nas grandes obras. Com 16 obras na cidade, o roteiro acadêmico já é uma realidade, a cidade recebe visitantes, estudantes e amantes da arquitetura para conhecer e estudar *in loco* essas obras do artista. Dentre elas podemos destacar a Rodoviária e o Balneário Tito Coló.



**Imagens 21 e 22:** destaques da arquitetura do complexo da Rodoviária de Jaú, projetada pelo Arquiteto Vilanova Artigas.

### 2.2.12 Fazenda Mandaguahy

A sesquicentenária Fazenda Mandaguahy está localizada na rodovia Jaú/Araraquara no km 145, a apenas 3 km da cidade.

A Mandaguahy é um exemplar de fazenda cafeeira aberta no século XIX com córrego preservado para pesca amadora, açude, bosque repleto de nascentes de água e com uma charmosa trilha, pomar diversificado com árvores centenárias, tulha de café, terreiro, senzala e casa grande preservados. A fazenda oferece programas de turismo pedagógico, visitas culturais e a locação de casas antigas adaptadas para oferecerem conforto sem perder a simplicidade das moradias do século XIX com cozinhas equipadas com utensílios, pratos e copos. Os quartos são decorados com móveis de época.



**Imagens 23 a 26:** Destaques da Fazenda Mandaguahy – Fachada da Casa Grande, Interior da Casa Grande, vista externa e visão geral da Fazenda, respectivamente da esquerda para direita e de cima para baixo.



### 2.2.13 Museu Municipal de Jahu



É um museu eclético com objetos relacionados à cidade, possuindo exposições de curta e longa duração e área destinada a exposições itinerantes. Em um anexo do Museu encontra-se o Arquivo Histórico que além de conter documentos importantes para a história da cidade, possui também um auditório, Sala da

Musicalidade com o acervo dos Maestros e músicos Jauenses; Sala do Aviador João Ribeiro de Barros; acervos relacionados com a pré-história; acervo indígena; ala de Taxidermia; acervo relacionado com a Revolução de 1932. Existem outras alas que trazem referência: Ala dos Prefeitos Municipais; as primeiras fábricas; ciclo cafeeiro; antigas farmácias; exposição de fotografias; ala onde estão expostos vários quadros de vários pintores da época. Contendo anexos como o Arquivo Histórico; Casinha de taipa com fogão a lenha, panelas de ferro, Biblioteca e Orquidário Municipal.

### 2.2.14 Jahu Trend Show

A Jahu Trend Show nunca se limitou a ser um evento apenas de calçado, podemos entendê-la como um grande evento de moda, uma vez que não apenas a produção calçadista era exposta, mas também demais acessórios de moda como bolsas, cintos, bijuterias e artigos artesanais.



### 2.2.15 Feira de Artesanato do Jardim de Baixo

A Feira de Artesanato do Jardim de Baixo acontece aos Sábados das 9 às 17 horas contando com a presença de 39 artesãos cadastrados no município e dentre eles vários com cadastro na Sutaco - Superintendência do Trabalho Artesanal nas Comunidades que atesta a qualidade do trabalho do artesão.



**Imagens 27 a 29:** Destaque da feira de artesanato localizada no “Jardim de Baixo”.

### 2.2.16 Feira no Parque do Rio Jahu

Os mesmos artesãos cadastrados para a Feira de Artesanato do Jardim de Baixo frequentam o Parque do Rio Jahu aos domingos das 13 às 17 horas.



### 2.2.17 Festival Saul Galvão

O Festival Gastronômico Saul Galvão, se encaminha para a quarta edição e consolidado na cidade como o grande promotor dos estabelecimentos de alimentação. O evento reúne os melhores hotéis, bares e restaurantes de Jaú, incentivando o turismo e todo potencial de lazer que o município oferece. Oferecendo pratos criados exclusivamente para o evento que sugere temáticas ligadas ao cardápio do próprio Saul.



Imagens 30 a 32: destaques do Festival Saul Galvão.





## 2.2.18 Expo Jahu



Feira de Agronegócios organizada pela Associação Agropecuária da Região de Jahu, pontuada como grande evento que ocorria na semana do aniversário da cidade, trazendo empresários e expositores não apenas da região, movimentando os negócios e agitando a cidade culturalmente com a presença de grandes nomes da música. O evento movimentava muitos equipamentos e serviços dos mais diversos segmentos ligados ao turismo.



Imagens 33 e 34: Destaques da Expo Jahu

## 2.2.19 Turismo Náutico no Tietê e Afluentes

A cidade é banhada pelo Rio Tietê e seus afluentes, Ave Maria e Jahu. Inúmeras lagoas e quedas d'água compõem um cenário de recursos hídricos que combinados com os trechos de mata podem ser explorados das mais diversas formas.

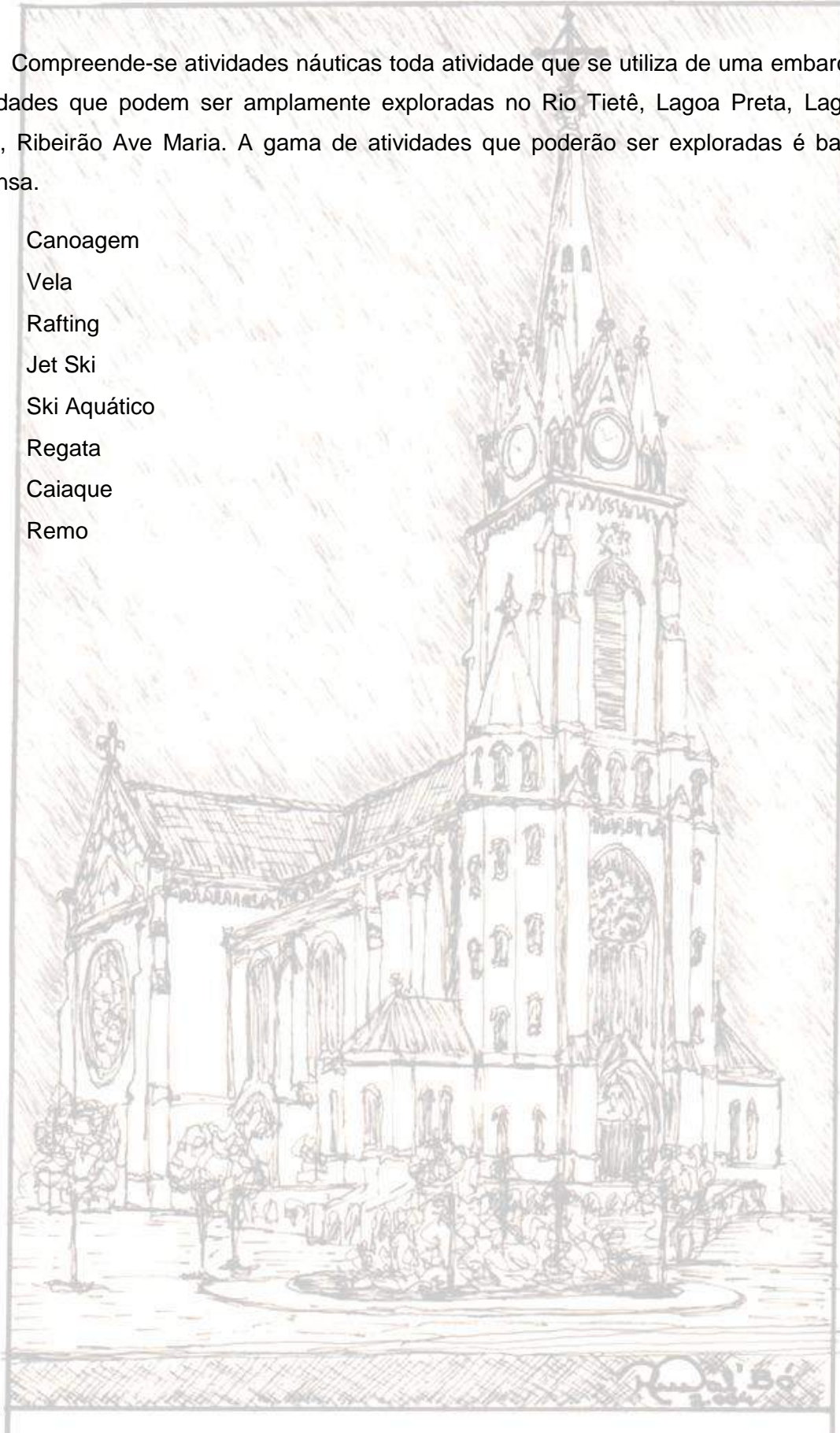


Imagem 34: Destaque de turistas em Porto aguardando o passeio de Barco

## 2.2.20 Turismo Náutico

Compreende-se atividades náuticas toda atividade que se utiliza de uma embarcação. Atividades que podem ser amplamente exploradas no Rio Tietê, Lagoa Preta, Lagoa do Irerê, Ribeirão Ave Maria. A gama de atividades que poderão ser exploradas é bastante extensa.

- Canoagem
- Vela
- Rafting
- Jet Ski
- Ski Aquático
- Regata
- Caiaque
- Remo



## 2.3 Caracterização do território

O município de Jahu possui uma área de 688 km<sup>2</sup> e está localizado na região central do estado de São Paulo e está aproximadamente 296 quilômetros da capital. O município é servido por rodovias estaduais e municipais. As estradas de acesso ao município são: SP-225, que liga a Brotas, Itirapina (Rodovia Washington Luis), Bauru e Marília; SP-255, que liga a Bocaina, Araraquara, Barra Bonita e São Manuel; SP-304, que liga a Bariri e Santa Maria da Serra. Possui aeroporto particular, do Grupo Camargo Correa, e está distante 55 km do aeroporto de Bauru, 65 km de Araraquara, 160 km de Ribeirão Preto e 204 km de Viracopos/Campinas. Do porto de Santos está a 395 km, o município é banhado pelo rio Tietê e beneficia-se da Hidrovia Tietê-Paraná através do transporte intermodal hidro-ferro-rodoviário (Prefeitura Municipal de Jahu, 2015 - adaptado).

Jahu está inserido na mesorregião de Bauru, faz divisa com nove municípios, sendo eles: Bocaina, Dourado, Dois Córregos, Mineiros do Tietê, Barra Bonita, Macatuba, Pederneiras, Itapuí e Bariri.

O sistema viário regional de Jahu promove a ligação e acesso aos municípios vizinhos e conta com uma malha viária composta, segundo a Prefeitura Municipal, por rodovias estaduais. As estradas de acesso ao município são: SP-225, coincidente com o trecho da BR 369 (Rodovia Federal), localizada a Oeste do Município Jahu promove o fluxo de entrada e saída do município e a ligação aos Municípios de Brotas e Itirapina mais a Nordeste, e nesse trecho recebe o nome de Rodovia Engenheiro Paulo Nilo Romano; já o trecho que dá acesso ao Município de Bauru, mais a Sudoeste de Jahu, recebe o nome de Rodovia Comandante João Ribeiro de Barros; SP-255, que recebe o nome de Rodovia Otávio Pacheco de Almeida Prado de Jahu até Barra Bonita e o acesso ocorre a Sul do Município; a Norte de Jahu o acesso aos Municípios de Bocaina, Boa Esperança e Araraquara, e nesse trecho a rodovia é denominada como Rodovia Comandante João Ribeiro de Barros; SP-304, que recebe o nome de Rodovia Dep. Leônidas Pacheco Ferreira de Jahu até Bariri e o acesso ocorre a Noroeste; a Sudeste de Jahu o acesso aos Municípios de Dois Córregos, Torrinha e Santa Maria da Serra, e nesse trecho da rodovia é denominada como Deputado Amauri Barroso de Sousa.

### 2.3.1 Características Naturais

De acordo com a classificação de Koppen o clima da cidade é do tipo CWA Mesotérmico, também chamado de Tropical de Altitude, caracterizado por possuir inverso

seco e verão chuvoso, com temperatura média superior a 22°. A precipitação média anual é de 1.428 mm, com período chuvoso de outubro a março e período seco de abril a setembro, apresentando uma umidade relativa média do ar de 70% (PALANCA & KOFFLER, 1996).

Jaú está situada num planalto basáltico de baixas altitudes, com morrotes alongados e espigões onde predominam interflúvios sem orientação preferencial topos achatados, vertentes ravinadas com perfis retilíneos. Drenagem de média a alta densidade, com padrões dendritos e vales fechados (PONÇANO et al. 1981).

O município está inserido na UGRHI 13 (Unidade Hidrográfica de Gerenciamento de Recursos Hídricos) chamada de Tietê/Jacaré. O território do município é ocupado em sua grande parte pela Bacia do Rio Jaú e seus afluentes, além da bacia do Ribeirão Ave Maria, ambos os rios desembocam no Rio Tietê.

### 2.3.2 Acessos

O município de Jahu está localizado na região Centro –Oeste do Estado de São Paulo, e é servido pelas rodovias estaduais SP-225, que liga Brotas, Itirapina, Bauru e Marília; SP-255, que liga Bocaina, Araraquara, Barra Bonita e São Manuel; e, SP-304, que liga Bariri e Santa Maria da Serra. Conta também com a rodovia federal BR-369 a qual corta a área urbana do município, está sobreposta a SP-225, e propicia a conexão com outras rodovias do Estado e, conseqüentemente, com a outras regiões. Além das rodovias estaduais, futuramente, essa dinâmica no lado Norte do município poderá mudar em decorrência da implantação da via marginal, próxima à rodovia estadual SP -225.

A fim de se caracterizar esses acessos principais ao município foram estabelecidos seis pontos de observação da oferta dessas vias (quantidade de faixas e tipos de vias). O primeiro ponto situa-se ao Sul do município através da rodovia SP-255, caracterizada como Via Regional. O fluxo ocorre em dois sentidos de faixa única e com acostamento em ambos os lados.

### 2.3.3 Saneamento

Atualmente todo o sistema água e esgoto do município são realizados por empresas particulares pela modalidade de concessão, pelas empresas Águas de Mandaguay, Águas de Jaú e SANEJ.

O abastecimento de água do município de Jahu é realizado por meio de mananciais superficiais e subterrâneos. As fontes superficiais de captação são os córregos Santo Antônio, João da Velha e São Joaquim, além do rio Jahu, todos localizados na Bacia do Rio Jahu. A água captada nesses locais é encaminhada à Estação de Tratamento de Água - ETA I, que está localizada no Jardim Continental, todo o sistema apresentado é de concessão da empresa Águas de Jahu. Já a ETA II capta água no Ribeirão Pouso Alegre, outro afluente do Rio Jahu.

Além das captações superficiais Jahu tem 17 mananciais subterrâneos (poços) abastecem os alguns bairros da área urbana, além dos Distritos de Potunduva, Pouso Alegre, Ribeiro, Concha de Ouro e Independência.

A área urbana de Jahu possui rede de coleta e tratamento de esgotos em sua quase totalidade, e índice de atendimento da ordem de 99%.

O município conta com uma Estação de Tratamento de Esgoto, a ETE Sanej, que utiliza a tecnologia denominada CASS – Cyclic Activated Sludge System: Sistema Cíclico de Lodos Ativados, por batelada. O sistema garante maior eficiência operacional, redução de área ocupada comparada às estações convencionais, além de minimizar a emissão de odores. O tratamento é biológico, ou seja, sem a utilização de produtos químicos.

Este sistema permite a remoção de até 95% da carga biológica e de poluição dos esgotos, índices superiores aos exigidos por lei, correspondentes a 82%.

#### **2.3.4 Educação**

No ano de 2012 o município de Jahu apresentou maior número de matrículas no ensino fundamental, com um total de 16.267 matrículas, do que no ensino médio, 5.367 matrículas e no ensino pré-escolar, 3.258 matrículas. Conseqüentemente, o número de docentes era maior para o ensino fundamental, um pouco mais que o dobro comparado ao ensino médio, 882 e 423 respectivamente, já o ensino pré-escolar tinha 235 docentes. Com relação a quantidade de escolas no município, os ensinos fundamental e pré-escolar possuíam 38 escolas e o ensino médio 21 escolas (IBGE cidades – Jahu, 2015). Essa composição é comum a maioria dos municípios, retrato da pirâmide etária de base mais larga do que as camadas superiores. Segundo dados do IBGE (2010), não frequentavam a escola, na faixa etária de 6 a 17 anos de idade, 1578 habitantes, correspondendo 7,66% da população nessa faixa etária. No que concerne o analfabetismo, na faixa etária de 15 anos

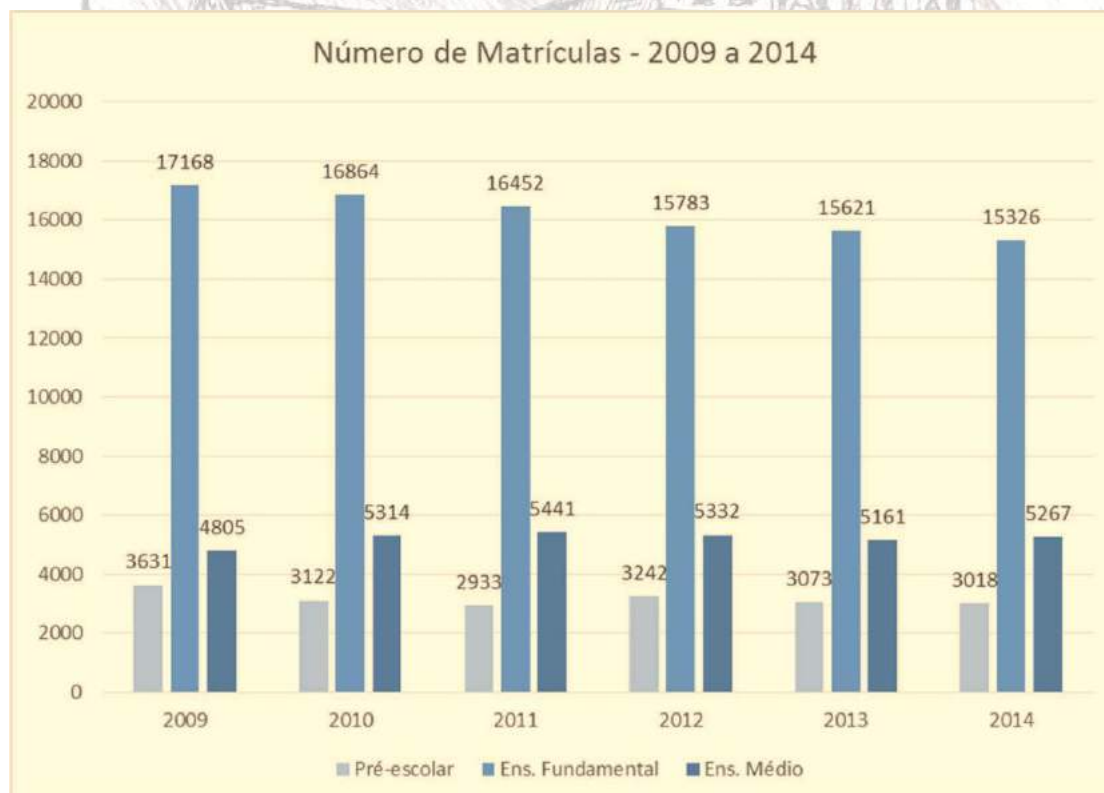
ou mais de idade, a taxa era de 4,69% e representa 3142 habitantes nessa faixa etária (IBGE, censo 2010). A tabela 11 refere-se à população com 25 anos ou mais de idade com ensino fundamental, médio e superior completo.

Nível de escolaridade	Total de habitantes
Ensino Fundamental Completo	44.139
Ensino Médio Completo	30.481
Ensino Superior Completo	10.852

**Tabela 01** : total de habitantes com nível completo em um dos três níveis de escolaridade com 25 anos ou mais de idade.

Os números da tabela acima não mostram a quantidade real de quem só tem o ensino fundamental completo, assim como para os outros três níveis. A população total para a faixa etária de 25 anos ou mais de idade é igual a 83.282, se somarmos o total de cada nível o resultado será 85.472. O que nos leva a inferir de que a coleta dos dados pode considerar uma pessoa só dentro dos três níveis.

O Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) apresenta a variação do número de matrículas durante os anos de 2009 a 2014 no município de Jahu; sua análise demonstra diminuição no número de matrículas no ensino fundamental, assim como no ensino pré-escolar, ao contrário do que ocorre com o ensino médio, onde houve aumento no número de matrícula.



**Tabela 02** - número de matrículas - 2009 a 2014

### 2.3.5 Saúde

A cidade de Jahu conta com cinco hospitais (um dos hospitais está registrado pela Unimed), 28 Postos de Atendimento à Saúde e uma unidade do SAMU (Prefeitura Municipal de Jahu, 2015 - adaptado). Cabe destacar nessa seção o Hospital Amaral Carvalho, com relevante importância no cenário nacional no tratamento de câncer e realização de transplantes de medula óssea. O número de leitos por internação por cada 1000 habitantes é de 6,3 e o número de leito disponibilizado pelo SUS por 1000 habitantes é igual a 5 (DATASUS, 2010, apud CNES).

Jahu possui uma expectativa de vida acima da média estadual e nacional, em 2010 a expectativa de vida para quem nascia no município era de 78,13 anos, para o estado essa expectativa era de 75,69 anos e para o país 73,94 anos. Em 1991 a expectativa de vida era menor em todos os níveis (municipal, estadual e nacional), em Jahu era 71,37 anos, no estado de São Paulo 68,82 anos e no Brasil 64,73 anos. São números confiáveis e que mostram que a qualidade de vida melhorou ao longo dos anos para a maioria dos municípios, já que os dados são bem semelhantes aos demais municípios brasileiros (SEADE, 2013 – adaptado).

Os dados sobre mortalidade infantil até um ano de idade<sup>1</sup> mostram que o município no ano de 2010 teve 9,6 mortes, ou seja, quase 1% das crianças não sobreviveram até um ano de idade. Esse número é menor comparado com o do estado (13,08 mortes) e do país (16,7 mortes), contudo o desvio padrão da amostra está alto (7,13 mortes), quase metade da média, a amplitude entre o máximo e o mínimo é igual a 38,31 (o máximo tem um valor igual a 46,8 e o mínimo 8,49) (SEADE, 2013 – adaptado).

### 2.3.6 Mercado de trabalho

Jaú ainda é uma cidade de base agrária, mas sua economia tem se diversificado em setores industriais e de serviços. O ramo de calçados destaca-se tanto como varejo no setor de comércio como a indústria na economia e no mercado de trabalho. Na agroindústria, o destaque é para a indústria canavieira, e além das culturas de café, algodão e de frutas (Prefeitura Municipal de Jahu, 2015 – adaptado).

<sup>1</sup> Crianças que não deverão sobreviver ao primeiro ano de vida em cada 1000 crianças nascidas vivas.

De acordo com os dados do SEADE (2013), o setor que mais empregava (considerado apenas trabalhadores com 18 anos ou mais de idade) na cidade no ano de 2000 era o da indústria de transformação, em seguida os trabalhadores por conta própria e o seguinte setor de comércio.

Agora, no ano de 2010 o setor da indústria de transformação continuou a empregar mais e teve um aumento de praticamente 1%, já o setor dos trabalhadores por conta própria apresentou um decréscimo em sua taxa, redução de 2,73%, e o setor de comércio apresentou um crescimento de 1,35%.

### 2.3.7 PIB Renda

Dados do IBGE (2012) informavam que o PIB per capita (a preços correntes) do município era de R\$18.573,11, já o seu PIB total (a preços correntes), para o mesmo ano, era de R\$2.486.939,00 (IBGE cidades, 2015). A renda em todo o país aumentou ao longo dos anos, algo natural em uma economia que experimentou um crescimento ao longo dos anos 1990 e primeira década dos anos 2000. Ao compararmos a renda média do estado com o município, Jaú fica abaixo, porém quando se compara com o país, sua renda é melhor conforme mostra o Gráfico (SEADE, 2013 – adaptado).



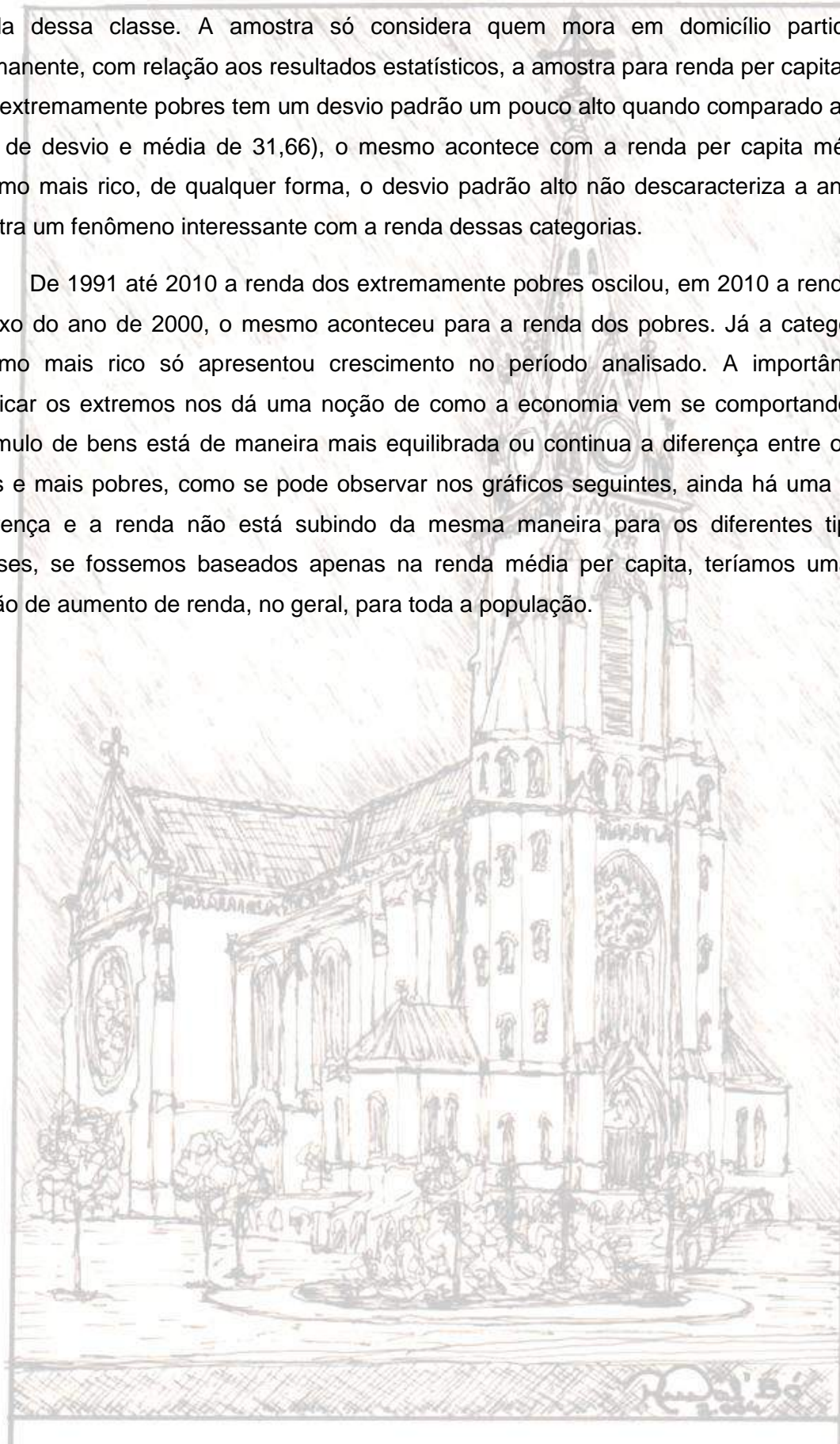
**Tabela 03:** gráfico de renda média em reais. Fonte: SEADE, 2013 – Elaboração: Comtur

Uma categoria interessante de analisar são os extremos, aqui será apresentado três categorias: renda per capita média dos extremamente pobres, renda per capita média dos pobres e renda per capita média do décimo mais rico. A classificação para a renda per capita dos extremamente pobres considera proporção dos indivíduos com renda per capita igual ou inferior a R\$70,00, para a categoria pobres a renda per capita é igual ou inferior a



R\$140,00 e para o décimo mais rico o atlas do SEADE não definiu a renda dessa classe. A amostra só considera quem mora em domicílio particular e permanente, com relação aos resultados estatísticos, a amostra para renda per capita média dos extremamente pobres tem um desvio padrão um pouco alto quando comparado a média (9,6 de desvio e média de 31,66), o mesmo acontece com a renda per capita média do décimo mais rico, de qualquer forma, o desvio padrão alto não descaracteriza a análise é mostra um fenômeno interessante com a renda dessas categorias.

De 1991 até 2010 a renda dos extremamente pobres oscilou, em 2010 a renda ficou abaixo do ano de 2000, o mesmo aconteceu para a renda dos pobres. Já a categoria do décimo mais rico só apresentou crescimento no período analisado. A importância de verificar os extremos nos dá uma noção de como a economia vem se comportando, se o acúmulo de bens está de maneira mais equilibrada ou continua a diferença entre os mais ricos e mais pobres, como se pode observar nos gráficos seguintes, ainda há uma grande diferença e a renda não está subindo da mesma maneira para os diferentes tipos de classes, se fossemos baseados apenas na renda média per capita, teríamos uma falsa noção de aumento de renda, no geral, para toda a população.



## 2.4 Valorização do meio ambiente

### 2.4.1 RPPN Amadeu Botelho



**Imagem 35:** Destaque para Mata Nativa da RPPN Amadeu Botelho

A Reserva Ecológica Amadeu Botelho tem uma área de 143 hectares e situa-se à 2 Km da cidade de Jaú, no centro do Estado de São Paulo. A mata exibe toda sua beleza com árvores seculares, cachoeira, macacos, esquilos, veados, lagartos e uma variedade enorme de pássaros, insetos e plantas.

Graças ao Sr. Carlos Amadeu de Arruda Botelho e seus descendentes a reserva foi mantida desde o começo do século passado e hoje oferece trilhas para educação ambiental, estudo de fauna e flora, pesquisas e ecoturismo. Foi transformada em RPPN no ano 2000, o que garante sua preservação perpétua.

A Reserva é uma floresta classificada como estacional semidecidual (mata atlântica de interior) com grande biodiversidade. Conta com mais de 169 espécies de árvores estudadas, 24 mamíferos conhecidos e 174 espécies de pássaros registrados, além de insetos, répteis e outros representantes da nossa rica fauna e flora.

Para garantir sua preservação foi transformada em Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN) no ano 2000.

É circundada por três cursos de água: o rio Jaú, o córrego Santo Antonio e o córrego João da Velha. No seu interior nascem duas minas de água potável, uma desaguando no rio Jaú e outra no córrego João da Velha.

Madeiras de “Lei” ainda são encontradas como a peroba rosa, cabreuva, ipê, pau marfim, cedro rosa, jequitibá, araruva, angico, guaritá entre outras.

#### 2.4.2 Fazenda Mandaguahy



**Imagem 36:** Vista geral da Fazenda Mandaguahy.

A Fazenda Mandaguahy começou sua história em 1858 com a compra de uma gleba de terra denominada Fazenda Pouso Alegre de cerca de 6.000 alqueires (14.520 hectares) pelos irmãos Almeida Prado, Antonia, Leonor, Lourenço, Francisco, Vicente e João, filhos do Capitão-Mór de Itu, João de Almeida Prado, netos do Ouvidor Lourenço de Almeida Prado e Capitão-Mór Vicente Taques Góes de Aranha.

A gleba da Fazenda Sant’Anna do Mandaguahy pertencia a irmã mais velha, Antonia de Almeida Prado casada com Joaquim Pires de Campos. Antonia faleceu em 1862, não deixando descendência deste seu segundo casamento. A fazenda Mandaguahy com então 499 alqueires ficou para o seu segundo marido Joaquim Pires de Campos, bem como os bens móveis que estavam na fazenda como tachos de cobre, panelas de ferro, canastras, louças de mesa, bules, castiçais, oratório com imagem, catres, bruacas, bancos, cadeiras

etc e os 15 escravos. Já os três filhos do primeiro marido de Antonia de Almeida Prado, Joaquim Ferraz de Almeida ficaram com as outras propriedades na vila de Jaú e Piracicaba.

Joaquim Pires de Campos casou-se com Anna Joaquina Ferraz ainda no ano 1862. Joaquim e Anna tiveram apenas um filho, João Leite Ferraz de Campos, pois no final do ano de 1863, Joaquim Pires de Campos faleceu, deixando-a viúva aos quinze anos e metade da fazenda Mandaguahy, 249.5 alqueires ou 598 hectares e a outra metade para seu filho.

No inventário de Joaquim Pires de Campos a fazenda é descrita com pouco detalhe, mas nota-se que já havia toda uma estrutura montada, como bens de raiz são citadas casas, senzalas e mais benfeitorias avaliadas em 1 conto e setecentos mil réis.

Ana Joaquina Ferraz casou-se pela segunda vez com Joaquim do Amaral Campos, não tendo filhos deste matrimônio. Ficou viúva pela segunda vez em novembro de 1866 aos 18 anos. Seu segundo marido lhe deixou alguns móveis, tais como catres, cômodas, canastras, dobradiças, pregos e 11 arrobas (165kg) de açúcar. Podendo-se inferir que havia provavelmente um pequeno engenho na Mandaguahy, apesar deste não ter sido inventariado. As benfeitorias incluíam casas, senzalas, paiol, gramados (pastos formados), cafezal e roças.

Anna Joaquina, 18 anos, um filho, proprietária de terras, casou-se então com o também Viúvo Francisco de Paula Almeida Prado, o "Major Prado", em janeiro de 1867. Francisco de Paula, 46 anos, 8 filhos, 40 escravos, era proprietário da Fazenda Riachuelo também originária da gleba inicial chamada Fazenda Pouso Alegre e irmão de Antonia de Almeida Prado.

Major Prado foi o último dos irmãos Almeida Prado a tomar posse de suas terras. Ao abrir sua fazenda em 1865 nomeou-a São José do Riachuelo em homenagem a batalha da Guerra do Paraguai. Francisco de Paula Almeida Prado, foi líder político do partido conservador, major pela guarda nacional durante o Império e benfeitor. Na vila de Jahu foi delegado, juiz municipal, fez doações para a construção igreja matriz, a aquisição do órgão de tubo alemão, de um terreno de um quarteirão para a construção da Santa Casa de Misericórdia de Jahu e era acionista do Banco Melhoramentos de Jaú.

Ana Joaquina e Francisco de Paula foram casados por 37 anos e tiveram 07 filhos. Moraram ora na Fazenda Riachuelo, ora na Fazenda Mandaguahy, bem como, na cidade de Jaú, na rua que hoje leva seu nome. Major Prado faleceu aos 83 anos de idade na cidade de Jaú em 1904.

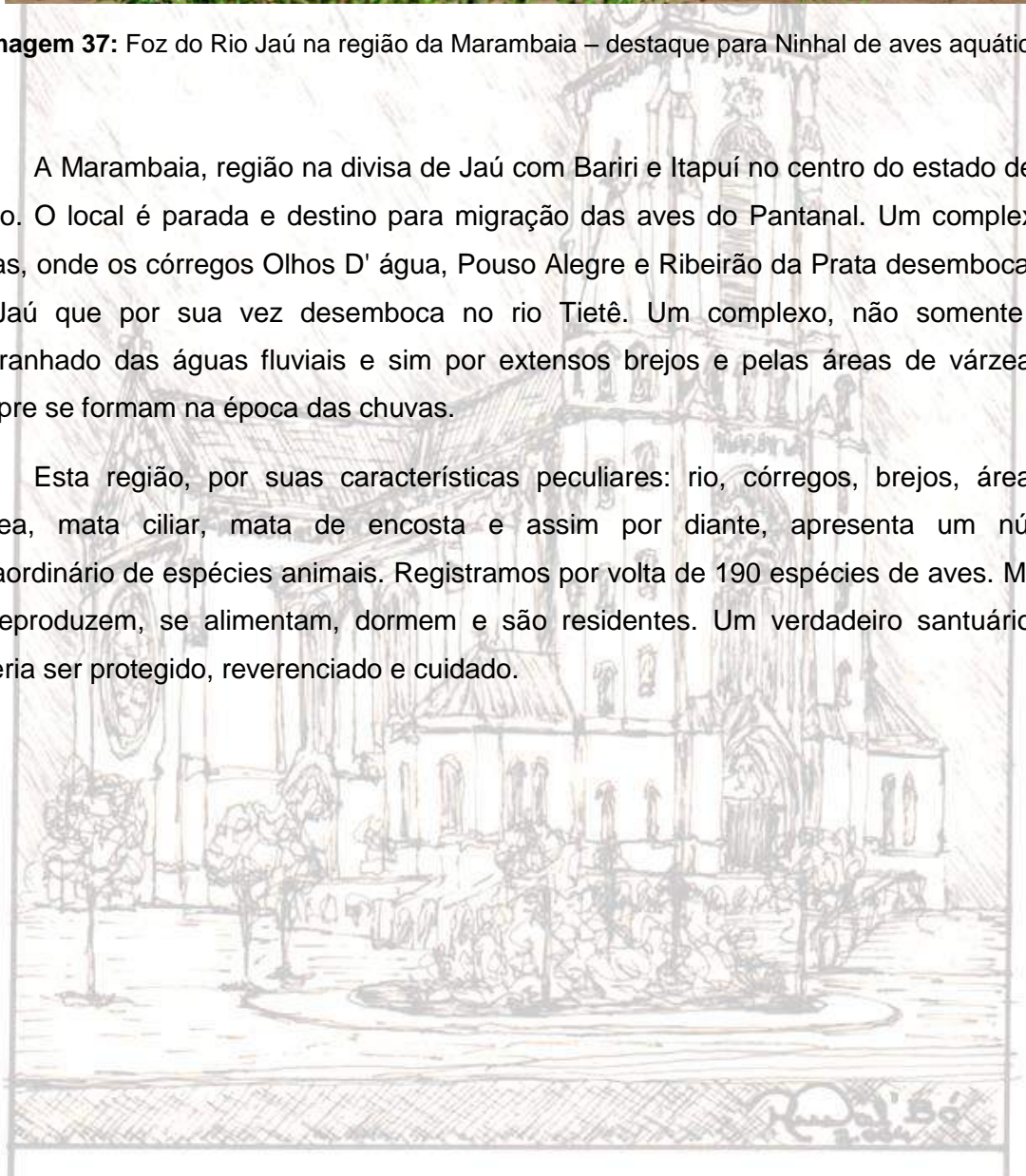
Após o falecimento de seu marido Ana Joaquina mudou-se para São Paulo, vivendo nesta cidade até seu falecimento em 1929.



**Imagem 37:** Foz do Rio Jaú na região da Marambaia – destaque para Ninhal de aves aquáticas

A Marambaia, região na divisa de Jaú com Bariri e Itapuí no centro do estado de São Paulo. O local é parada e destino para migração das aves do Pantanal. Um complexo de águas, onde os córregos Olhos D' água, Pouso Alegre e Ribeirão da Prata desembocam no rio Jaú que por sua vez desemboca no rio Tietê. Um complexo, não somente pelo emaranhado das águas fluviais e sim por extensos brejos e pelas áreas de várzea que sempre se formam na época das chuvas.

Esta região, por suas características peculiares: rio, córregos, brejos, áreas de várzea, mata ciliar, mata de encosta e assim por diante, apresenta um número extraordinário de espécies animais. Registramos por volta de 190 espécies de aves. Muitas, se reproduzem, se alimentam, dormem e são residentes. Um verdadeiro santuário que deveria ser protegido, reverenciado e cuidado.

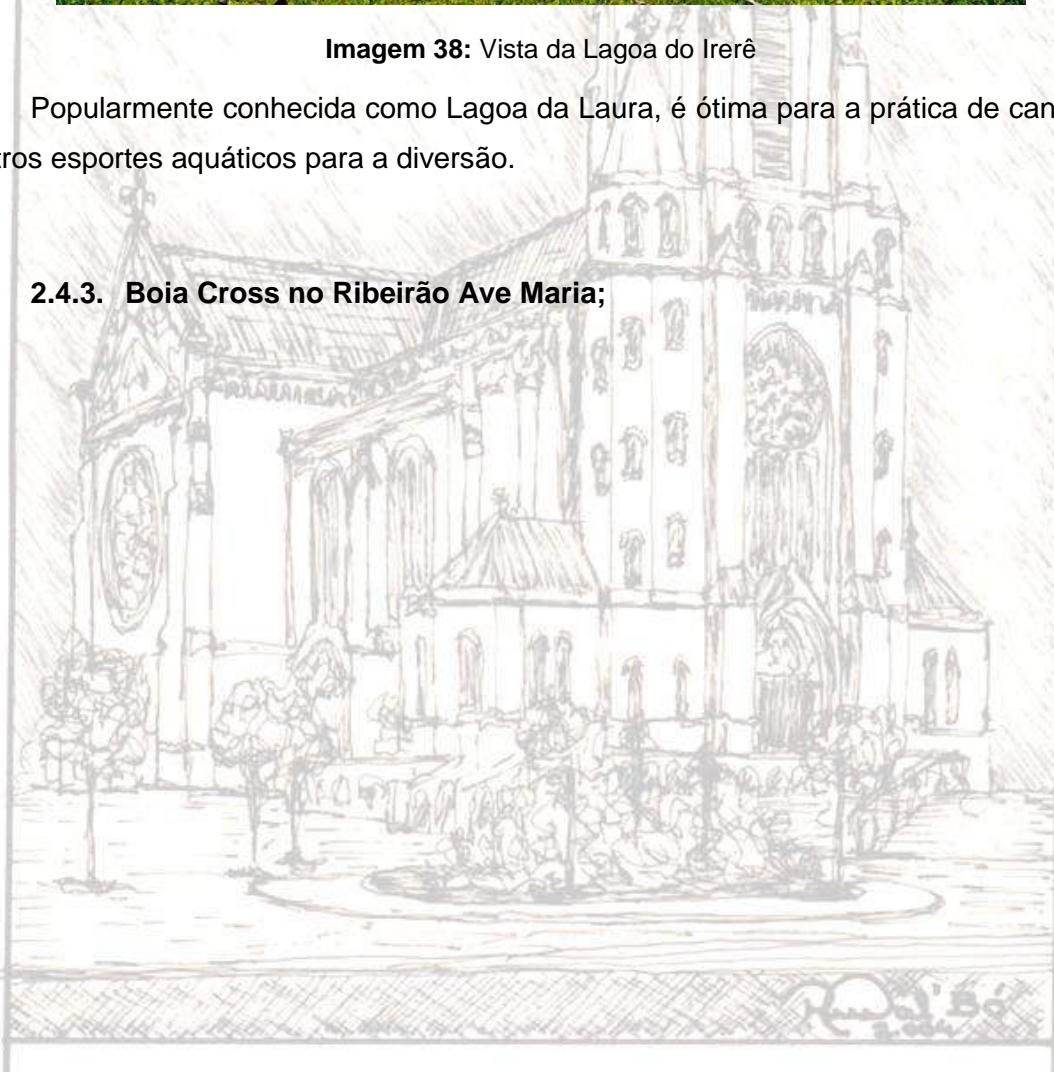




**Imagem 38:** Vista da Lagoa do Irerê

Popularmente conhecida como Lagoa da Laura, é ótima para a prática de canoagem e outros esportes aquáticos para a diversão.

#### **2.4.3. Boia Cross no Ribeirão Ave Maria;**





**Imagem 39:** destaque do curso do Ribeirão Ave Maria com aptidão para desenvolvimento de esportes aquáticos, como boia cross.

Localizado a direita da vicinal José Maria Verdini, sentido Jaú - Distrito de Potunduva, no bairro rural de Ave Maria, o Corrego de mesmo nome "Ave Maria" apresenta boas condições para se realizar a prática de descida de boia e rafting em grande parte de seu percurso.

#### **2.4.4. Porto de hidrovia do Rio Tietê /Condomínio Frei Galvão.**



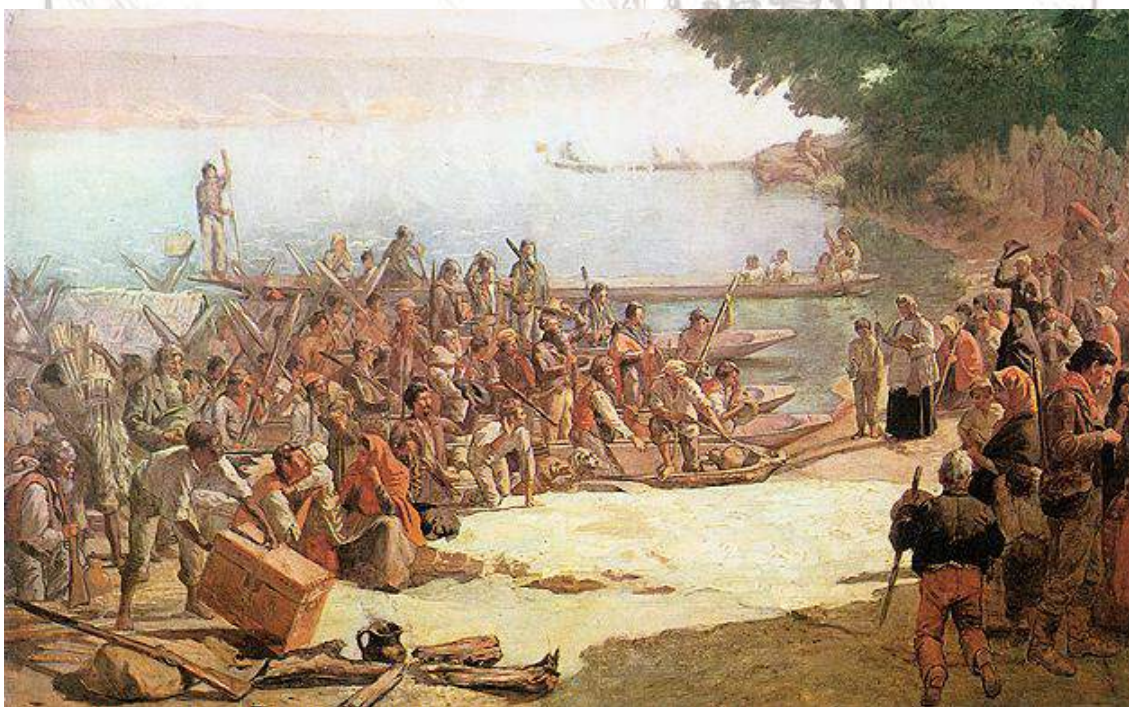
**Imagem 40:** Destaque do Porto Náutico no Rio Tietê, no Condomínio Frei Galvão.

Jaú é o município considerado com maior possibilidade para \_\_\_\_\_ exploração comercial e turística do rio. Um primeiro passo foi dado no Município com a instalação de porto no Condomínio Parque Frei Galvão, um início para que tenha um crescimento gradativo e sustentável. A intenção é consolidar a ideia de ampliar a participação do Tietê na economia da região.

## 2.5 Aspectos históricos e culturais da cidade

### 2.5.1 No início - Através das Monções e muito antes

Em 1722, bandeirantes começaram usar um novo caminho para as minas de ouro descobertas em Mato Grosso. Iniciavam-se assim, as monções, viagens saídas de São Paulo – partindo do porto de Arararituaba, hoje cidade de Porto Feliz – com destino as minas de ouro de Cuiabá, que usavam como rota os rios Tietê, Paraná, Pardo, Camapuam, Coxim, Taquari, Paraguai, São Lourenço e Cuiabá (Teixeira, 1900; pg 01).



**Imagem 41:** Estudo da Partida da Monção 1897 – Almeida Junior

A Colônia de Potunduva foi fundada nesse contexto de monções, ou seja, para servir de paragem para os aventureiros paulistas que iam em direção das minas de ouro e ao Forte Iguatemi. Após a destruição do forte pelos paraguaios em 1777, a colônia foi perdendo importância até que em 1816, os moradores locais já haviam voltado para a Vila de Porto Feliz. Contudo, os bandeirantes que chegaram nessas terras, não foram os primeiros homens a habitá-las. Segundo Sebastião Teixeira, em sua obra “Jahu em 1900”, ao se referir



sobre as monções que passavam por Jaú (na época Potunduva), no período em que estas terminaram, ele diz que ela “*seçou por consequencia avenda e exportação dos generos coloniaes de potunduva, e porisso dezampararam os colonos aquéla paragem fertil, porém emfestada de selvagens*” (Teixeira, 1900). Sobre os primeiros habitantes de Jaú, ainda encontramos a informação de que na década de 1840, “*com a notícia espalhada em Brotas da Fertilidade do vale do rio Jaú e a retirada dos índios Coroados para a outra margem do rio Tietê, organizou-se uma caravana de aventureiros com o fim de abrir uma estrada e tomar posse das terras devolutas*” (IBGE, 1966). Os índios Coroados, que aqui habitavam antes da chegada do colonizador, receberam esse apelido dos brancos, por causa de seu corte de cabelo, contudo, na verdade, tratam-se dos índios Kaingang, etnia pertencente ao tronco linguístico Jê. Sabemos, contudo, que essas terras são habitadas por milênios, por povos caçadores-coletores, que estavam caminhando por esse território muito antes da Nação Kaingang. Sítios arqueológicos identificados e escavados em nossa região apontam para a presença humana há 11 mil anos (Santos, 2011 e Zanettini, 2016 – material de divulgação). Pesquisas ainda estão sendo realizadas quanto a essa antiga ocupação, mas já está mais que certo que nossas terras são ocupadas

por  
muitos  
milênios.



**Imagem 42:** Escavações Sítio Arqueológico Caetetuba em São Manuel – Fonte: imagem de divulgação (Zanettini 2015)



**Imagem 43:** Ponta de Flecha encontrada no Sítio Caetetuba em São Manuel – Vestígios de ocupação humana de 11 mil anos de idade. Fonte: imagem de divulgação (Zanettini 2015)



**Imagem 44:** Escavações sítio Arqueológico Boa Esperança II, em Boa Esperança do Sul. Vestígios de ocupação de mais de 10 mil anos atrás (Santos, 2011).

## 2.5.2 Posse da Terra “do Jahu”

Somente em 1850 se estabelecia o primeiro habitante do “Jahu”, que foi o ponto de partida do povoamento.

Nesse tempo a justiça do então distrito de paz de Araraquara tentava desagrar a sociedade com a punição do responsável por diversos delitos que se ali se deram, e nesse intuito, empregava meios para capturar o criminoso.

Antonio Dutra, esse era o nome do “criminoso”, para fugir da ação da Justiça embrenhara-se pelas matas. Atravessou o Rio Jacaré-pepira e veio parar na margem direita do Rio Jaú. Ele abriu uma clareira onde cultivou plantas leguminosas para juntamente com as caças servirem-lhe de alimento.

Apossando-se de todas as terras que o circundavam, Antonio Dutra estabeleceu comunicação com a nascente Capela de Brotas, único povoado mais próximo. Aí se encontrou em 1842 com o alferes Manoel Antonio de Oliveira, que veio de Casa Branca, que lhe vendeu suas terras. O pagamento foi feito mediante uma parte do preço em dinheiro e outra parte em obrigações de pessoas de Casa Branca.

As terras apossadas por Dutra constituem as três grandes fazendas hoje denominadas Pouso Alegre de Baixo, Pouso Alegre de Cima e Santo Antonio, que compreendem todas as vertentes do “Jahu”, desde a fazenda ora denominada Palmeiras até a que se denomina São João.

Enquanto o alferes Manoel Antonio se instalava em sua nova propriedade, Antonio Dutra seguia caminho de Casa Branca, a fim de liquidar as obrigações. Contudo, regressou a sua antiga morada, de onde expulsou violentamente Manoel Antonio. Este se embrenhou na mata, onde ficou desorientado por três dias, mas conseguiu chegar salvo à casa de Bento Manoel de Moraes Navarro, onde encontrou abrigo, regressando logo depois para Casa Branca.

Apossando-se de novo, das terras que vendeu, Antonio Dutra foi até Araraquara buscar sua mulher e filhos. Antes de preparar sua mudança promoveu em sua casa uma festa de despedida, reunindo diversos amigos. Durante a noite, já não podendo mais ficar de pé devido seu estado de embriaguez, adormeceu, enquanto sua mulher aproveita a ocasião e, auxiliada por amigos presentes, dá-lhe um golpe de machado na cabeça, matando-o.

Logo depois seus filhos venderam as terras do “Jahu” em dois grandes lotes: um para Francisco Gomes Botão, compreendendo a circunscrição das atuais fazendas Pouso Alegre (de cima e de baixo), com cerca de 40.000 alqueires ou 986.000 hectares; outro a

Joaquim de Oliveira Matozinho, composto das terras situadas à margem esquerda do Ribeirão Jahu, desde as divisas da primeira daquelas fazendas, divisas que correm exatamente entre as ruas Major Prado e Edgard Ferraz, até as divisas da Fazenda São João.

Nesse tempo já estavam apossadas por diversos, as sesmarias do Córrego da Prata, hoje Palmeiras, de São João, do Monte Alegre e outras.

Em 1842, Bento Manoel Navarro comprou as fazendas da Prata e do Monte Alegre, está por 3:500\$000 e aquela por 1:500\$000. A fazenda São João foi apossada pelo Tenente Manoel Joaquim Lopes, a 24 de Junho de 1837.

Percebe-se então, que já em fins de 1842 o território jauense estava bastante povoado. Nesse ano o povoamento aumentou consideravelmente por efeito da sufocação da revolução liberalista de 17 de Maio que estourou nas províncias de São Paulo e Minas Gerais, obrigando vários revolucionários a fugir e encontrar abrigo aqui.

Entretanto, os sítios dos habitantes do Jahu separavam-se por grandes distâncias e ligavam-se por meio de estreitos caminhos escurecidos pela sombra densa da altaneira floresta que cortavam.

Dessa forma, em um de seus relatos, prosseguindo em uma de suas viagens de volta a Jahu, o Capitão José Ribeiro de Camargo, Conta ao Tenente Lourenço de Almeida Prado sobre a fundação do Jahu:

Que eles, moradores da região de Jahu, na época pertencentes à Freguesia de Nossa Senhora de Brotas, dela distavam de -9 a 10 léguas, dependendo do morador, havia necessidade de dirigir-se a freguesia com certa freqüência, pois havia os batizados, casamentos e os registros de terra, ou seja, os registros paroquiais (Fernandes, 1955: 15).

Os moradores na sua maioria agricultores, cultivavam o milho, mandioca, algodão, cana-de-açúcar e criavam bovinos, suínos e ovelhas. O milho e a mandioca eram destinados à alimentação humana e dos animais de criação e à tropa de serviço (cargueiros). O algodão era destinado para confecção de roupas dos familiares e escravos. Com a lã das ovelhas eram confeccionados os agasalhos. A cana-de-açúcar era destinada à fabricação de açúcar, pois havia diversos engenhos, tais como: o de Bento Manoel de Moraes Navarro, Mariano Lopes Pinheiro, Luiz Pereira Barbosa, e o dele, Capitão José Ribeiro de Camargo, que se destinavam ao consumo local e venda da sobra para outras

praças. Estavam se iniciando os primeiros plantios de café na região, que mais tarde viriam a ser cultura predominante na região.

Os habitantes já eram em número razoável, o que comportaria a criação de um patrimônio (Curato), onde se construiria uma Igreja, cemitério e alguns lotes urbanos para residência e comércio. Isto foi no segundo semestre de 1.851. A ideia da criação do Patrimônio foi bem aceita por todos, criou-se uma comissão para este fim, composta dos seguintes cidadãos: Tenente Manoel Joaquim Lopes, Francisco Gomes Botão, Bento Manoel de Moraes Navarro, Lúcio de Arruda Leme e ele, Capitão José Ribeiro de Camargo (os fundadores); as reuniões realizavam-se na casa de Lúcio de Arruda Leme, onde eram tratados os seguintes assuntos: 1º) localização do Patrimônio; 2º) denominação do mesmo; 3º) doação de área escolhida ao Bispado; 4º) escolha da Padroeira ou Padroeiro; 5º) derrubada da mata e arruamento.

### **2.5.3 Formação do Povoado**

Assim, a comissão formada foi explorar locais para ser iniciada a povoação. Vicente Antunes Ferreira, que residia na margem direita do Rio Jaú e a direita do Córrego da Figueira, implorou que não fizessem ali o povoado por contrariar seu plano: entrou para o sertão para melhor educar seus filhos. Ou porque a comissão atendesse a Vicente Ferreira ou por qualquer outro motivo, a capela, que era a pedra fundamental de uma povoação, foi colocada a margem esquerda do Rio Jaú e também a esquerda do Córrego Figueira.

Abertas duas pequenas clareiras ligadas por uma picada, uma no atual largo da Matriz e outra na atual Escola Major Prado, a primeira para ser construída a igreja e outra pequena quadra para servir de cemitério; e naquela foi levantado com o nome de capela um simples rancho murado e coberto com folhas de palmeira. A primeira missa foi rezada, no mesmo ano de 1853, pelo Padre Francisco de Paula Camargo, então vigário de Brotas, que na mesma ocasião benticou o cemitério.

### **2.5.4 Doação de terra e arruamento**

Fixada em 40 alqueires ou 96.80 hectares a área do patrimônio do povoado, doaram o respectivo terreno, em partes iguais, Francisco Gomes Botão e Tenente Joaquim Lopes.

O padre Joaquim Feliciano de Amorim Cigar, primeiro pároco do Jahu, e o capitão José Ribeiro de Camargo, juntos, promovem a demarcação ou alinhamento das ruas,

serviço tão bem executado que hoje vemos todas nossas ruas cruzando-se em um xadrez perfeito.

Os primeiros habitantes da povoação foram Francisco Veloso e Bento José Mendes, que residiram próximos a atual Praça da República ou Jardim de baixo. Por proposta de Bento Manoel Navarro, a povoação foi fundada sob a invocação de Nossa Senhora do Patrocínio, de que ele ofertou uma imagem que veio de Itu em um bangüê; e, por ficar a margem do Ribeirão Jahu, recebeu a denominação de Nossa Senhora do Patrocínio do Jahu.

### **2.5.5. Sobre a escolha do nome da Cidade**

O nome Jaú vem do tempo das monções. Sua origem, do termo Ya-hu, uma designação indígena, quer dizer peixe guloso, comedor, um grande bagre comedor. Mas também pode significar "o corpo do filho rebelde" segundo conta a lenda do peixe Jaú.

Ya-hu teria sido um jovem guerreiro Kaingang que não aceitou uma troca de cunhas entre seu pai e o chefe de outra aldeia, a qual selava um acordo de paz.

Por causa de uma das moças, talvez a sua amada, o Ya-hu revoltou-se contra o pai e reagiu. Perseguiu os kaingang da outra aldeia até próximo a Serra de São Paulo, onde encurralou e fez guerra, causando muitas mortes. Porém, bastante ferido, o jovem guerreiro volta para casa, mas desta vez foi seguido.

Durante a caminhada acabou atingido duas vezes. Por fim, cercado pelo inimigo, vendo que não tinha mais espaço para fuga, para que seu corpo não fosse comido e para que sua cabeça não fosse cortada e erguida como troféu, o jovem guerreiro Kaingang preferiu afogar-se num ribeirão, de onde ressurgiu mais tarde, transformado em peixe.

Esse nome, dado pelo chefe Kaingang e que mais tarde passou ao rio e ao Município, significa o corpo do filho rebelde, justamente porque o referido peixe mostrava no dorso uma mancha irregular na cor vermelha, iguais às que usava o jovem guerreiro, que jamais voltou de sua guerra.

### **2.5.6 O Café em Jaú, prosperidade Econômica e a modernização**

Seguindo o povoamento, a prosperidade econômica em Jaú vai surgir e atingir seu auge com a cultura do Café. As primeiras plantações de café no atual município de Jaú

começaram antes da fundação oficial da vila em 1853. Vicente da Costa

Machado plantou cerca de cinco mil pés de café na antiga sesmaria do Banharão em 1846 (Braga, 2008; p. 20), seguido de Francisco Gomes Botão e do Coronel Domingos Pereira de Carvalho (Fernandes, 1955: p. 46).

A partir de 1877 quando é feito o primeiro registro da produção cafeeira jauense, a cidade contava com cerca de 1.117.800 pés de café, atingindo seu apogeu em 1935 com 26.786.600. Depois desse ano, o número de rubiáceas no município foi diminuindo, sendo substituído pela cultura da cana-de-açúcar.

Os lucros ganhos com a cultura cafeeira financiaram a rápida modernização da Vila do Jahu. No ano de 1877 foi inaugurada a estrada de Ferro em Jaú. Em 1897, foi instalado o serviço telefônico e em 1901 a eletricidade foi inaugurada. O centro da cidade ganhou novos casarões, prefeitura, pavimentação, água encanada e esgoto, além da igreja Matriz em estilo Neogótico.



**Imagem 45:** Embarque de Café em Jaú em 1910 (acervo Museu Municipal)





**Imagem 46:** Igreja Matriz de Jaú, Nossa Senhora do Patrocínio.

### **2.5.7 Capital Nacional do Calçado Feminino**

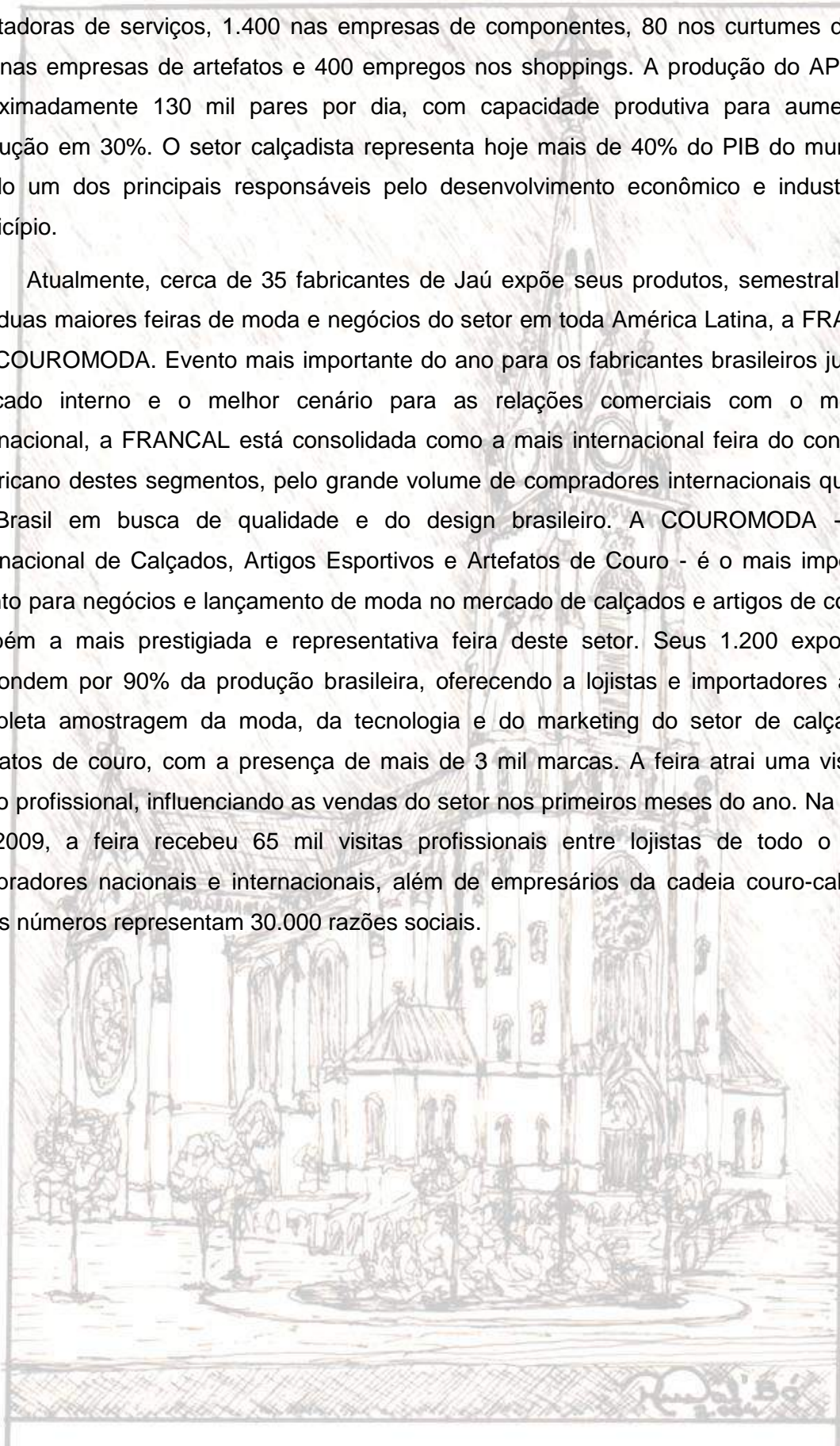
A história do calçado em Jaú começou no século XIX, com a chegada de um italiano chamado Guisepe Contatore por volta de 1.900, que ao se mudar para cidade instalou a primeira sapataria da cidade. Foi com Guisepe que muitos sapateiros aprenderam o ofício e se especializaram anos mais tarde. Com o desenvolvimento da cidade, em meados de 1930 já existiam muitas casas de couros e pequenas oficinas de pesponto como a Casa Arthur Bernardi, que empregava senhoras e adolescentes que costuravam os sapatos na profissão de calçadista. Muitos dos industriários pioneiros começaram a se profissionalizar nestas oficinas.

Hoje o Município de Jaú abriga uma concentração de empresas produtoras de calçados femininos com 90% de especialização em produtos feitos em couro, além de empresas fornecedoras da cadeia de suprimentos, instituições de ensino, de apoio técnico e financeiro entre outras empresas que caracterizam um Arranjo Produtivo Local (APL). Este APL é formado por aproximadamente 1.182 estabelecimentos formais, na qual: 250 são empresas de calçados femininos, 800 bancas de prestação de serviços, 120 empresas de componentes para calçados, 3 curtumes, 4 empresas de artefatos de couro e 3 shoppings com 175 lojas de sapatos. Juntas estas empresas geram cerca de 17 mil empregos diretos,



divididos por: 8.390 na Indústria de Calçados, 4.000 nas bancas prestadoras de serviços, 1.400 nas empresas de componentes, 80 nos curtumes de Jaú, 100 nas empresas de artefatos e 400 empregos nos shoppings. A produção do APL é de aproximadamente 130 mil pares por dia, com capacidade produtiva para aumentar a produção em 30%. O setor calçadista representa hoje mais de 40% do PIB do município, sendo um dos principais responsáveis pelo desenvolvimento econômico e industrial do município.

Atualmente, cerca de 35 fabricantes de Jaú expõe seus produtos, semestralmente, nas duas maiores feiras de moda e negócios do setor em toda América Latina, a FRANCAL e a COUROMODA. Evento mais importante do ano para os fabricantes brasileiros junto ao mercado interno e o melhor cenário para as relações comerciais com o mercado internacional, a FRANCAL está consolidada como a mais internacional feira do continente americano destes segmentos, pelo grande volume de compradores internacionais que vem ao Brasil em busca de qualidade e do design brasileiro. A COUROMODA - Feira Internacional de Calçados, Artigos Esportivos e Artefatos de Couro - é o mais importante evento para negócios e lançamento de moda no mercado de calçados e artigos de couro. É também a mais prestigiada e representativa feira deste setor. Seus 1.200 expositores respondem por 90% da produção brasileira, oferecendo a lojistas e importadores a mais completa amostragem da moda, da tecnologia e do marketing do setor de calçados e artefatos de couro, com a presença de mais de 3 mil marcas. A feira atrai uma visitação muito profissional, influenciando as vendas do setor nos primeiros meses do ano. Na edição de 2009, a feira recebeu 65 mil visitas profissionais entre lojistas de todo o Brasil, compradores nacionais e internacionais, além de empresários da cadeia couro-calçados. Estes números representam 30.000 razões sociais.





**Imagem 47:** Território do Calçado em Jaú, como já foi destacado anteriormente (Fonte: <http://www.ligadanascicas.com/shopping-territorio-do-calçado-jau/>)

### **2.5.8 Formação Administrativa**

Freguesia criada com a denominação de Jaú (Jahú), pela Lei Provincial n.º 11, de 24-03-1859, subordinado ao município de Brotas.

Elevado à categoria de vila com a denominação de Jaú, pela Lei Provincial n.º 60, de 23-04-1866, desmembrado do município de Brotas. Sede na antiga Vila de Jaú. Constituído do distrito Sede. Instalado em 06-02-1889.

Pela Lei Estadual n.º 459, de 26-11-1896, é criado o distrito de Barra Bonita e anexado ao município de Jaú.

Em divisão administrativa referente ao ano de 1911, o município é constituído de 3 distritos: Jaú (Jahu), Barra Bonita e Bica de Pedra.

Pela Lei Estadual n.º 1.338, de 14-12-1912, desmembra do município de Jaú o distrito de Barra Bonita. Elevado à categoria de município.

Pela Lei Estadual n.º 1.383, de 11-09-1913, desmembra do município de Jaú o distrito de Bica de Pedra. Elevado à categoria de município nos quadros de apuração do recenseamento geral de 1-IX-1920, o município é constituído do distrito sede.



Pela Lei Estadual n.º 2.297, de 13-11-1928, é criado o distrito de Potunduva é anexado ao município de Jaú.

Em divisão administrativa referente ao ano de 1933, o município é constituído de 2 distritos: Jaú e Potunduva.

Em divisão territorial datada de 1-VII-1960, o município permanece constituído de 2 distritos: Jaú e Potunduva.

## 2.6 Índices e dados do município

População estimulada 2016	144.828
População 2010	131.040
Área de unidade territorial 2015(km <sup>2</sup> )	687.103
Densidade demográfica 2010 (hab/km <sup>2</sup> )	191.09
Gentílico	Jauense
Prefeito	Rafael Lunardelli Agostini
Área territorial – 2015	687.103 km <sup>2</sup>
Estabelecimento de saúde SUS	32 estabelecimentos
Índice de IDHM – 2010	0,778
Matricula – Ensino fundamental – 2015	15.286 matriculas
Matricula – Ensino Médio – 2015	4.979 matriculas
Número de unidades locais	6.426 unidades
Pessoal ocupado total	49.254 pessoas
PIB per capita a preços correntes – 2013	23.686,28 reais
População residente	131.040 pessoas
População residente – homens	64.214 pessoas
População residente – mulheres	66.826 pessoas
População residente alfabetizada	116.264 pessoas
População residente que frequentava creche ou escola	33.125 pessoas
População residente, religião católica apostólica romana	95.100 pessoas
População residente, religião espírita	2.151 pessoas
População residente, religião evangélicas	25.923 pessoas
Valor do rendimento nominal mediano mensal per capita dos domicílios particulares permanentes – Rural	437,33 reais
Valor do rendimento nominal mediano mensal per capita dos domicílios particulares permanentes – Urbana	716,67 reais
Valor do rendimento nominal médio mensal dos domicílios particulares permanentes com rendimento domiciliar, por situação do domicílio – Rural	1.681,50 reais
Valor do rendimento nominal médio mensal dos domicílios particulares permanentes com rendimento domiciliar, por situação do domicílio – Urbano	3.090,62 reais

FONTE: IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística



<b>Índice de desenvolvimento humano municipal – idhm</b>	
IDHM 1991	0,575
IDHM 2000	0,705
IDHM 2010	0,778
FONTE: Atlas Brasil 2013 Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento	

<b>Estatísticas do cadastro central de empresas – 2014</b>	
Número de empresas atuantes	6.180 Unidades
Número de unidades locais	6.426 Unidades
Pessoal ocupado assalariado	40.955 Pessoas
Pessoal ocupado total	49.254 Pessoas
Salário médio mensal	2,3 salários mínimos
Salários e outras remunerações	910.677 Mil Reais
FONTE: IBGE, Cadastro Central de Empresas 2014. Rio de Janeiro: IBGE, 2016	

<b>Matriculas, docentes e rede escolar – 2015</b>	
Docentes – Ensino fundamental – 2015(1)	908 Docentes
Docentes – Ensino fundamental – escola privada - 2015(1)	255 Docentes
Docentes – Ensino fundamental – escola pública estadual - 2015(1)	305 Docentes
Docentes – Ensino fundamental – escola pública federal - 2015(1)	Não existente Docentes
Docentes – Ensino fundamental – escola pública municipal - 2015(1)	348 Docentes
Docentes – Ensino médio – 2015(1)	461 Docentes
Docentes – Ensino médio – escola privada - 2015(1)	165 Docentes
Docentes – Ensino médio – escola pública estadual - 2015(1)	296 Docentes
Docentes – Ensino médio – escola pública federal - 2015(1)	Não existente Docentes
Docentes – Ensino médio – escola pública municipal - 2015(1)	0 Docentes
Docentes – Ensino pré-escolar – 2015(1)	258 Docentes
Docentes – Ensino pré-escolar – escola privada - 2015(1)	54 Docentes
Docentes – Ensino pré-escolar – escola pública estadual - 2015(1)	0 Docentes
Docentes – Ensino pré-escolar – escola pública federal - 2015(1)	Não existente Docentes
Docentes – Ensino pré-escolar – escola pública municipal - 2015(1)	204 Docentes
Escolas – Ensino fundamental – 2015(1)	41 Escolas
Escolas – Ensino fundamental – escola privada - 2015(1)	10 Escolas
Escolas – Ensino fundamental – escola pública estadual - 2015(1)	13 Escolas
Escolas – Ensino fundamental – escola pública federal - 2015(1)	Não existente Escolas
Escolas – Ensino fundamental – escola pública municipal - 2015(1)	18 Escolas
Escolas – Ensino médio – 2015(1)	23 Escolas
Escolas – Ensino médio – escola privada - 2015(1)	9



	Escolas
Escolas – Ensino médio – escola pública estadual - 2015(1)	14 Escolas
Escolas – Ensino médio – escola pública federal - 2015(1)	Não existente Escolas
Escolas – Ensino médio – escola pública municipal - 2015(1)	0 Escolas
Escolas – Ensino pré-escolar – 2015(1)	39 Escolas
Escolas – Ensino pré-escolar – escola privada - 2015(1)	13 Escolas
Escolas – Ensino pré-escolar – escola pública estadual - 2015(1)	0 Escolas
Escolas – Ensino pré-escolar – escola pública federal - 2015(1)	Não existente Escolas
Escolas – Ensino pré-escolar – escola pública municipal - 2015(1)	26 Escolas
Matricula – Ensino fundamental – 2015(1)	15.286 matriculas
Matricula – Ensino fundamental – escola privada - 2015(1)	3.496 matriculas
Matricula – Ensino fundamental – escola pública estadual - 2015(1)	4.454 matriculas
Matricula – Ensino fundamental – escola pública federal - 2015(1)	Não existente Escolas
Matricula – Ensino fundamental – escola pública municipal - 2015(1)	7.336 matriculas
Matricula – Ensino médio – 2015(1)	4.979 matriculas
Matricula – Ensino médio – escola privada - 2015(1)	1.107 matriculas
Matricula – Ensino médio – escola pública estadual - 2015(1)	3.872 matriculas
Matricula – Ensino médio – escola pública federal - 2015(1)	Não existente Escolas
Matricula – Ensino médio – escola pública municipal - 2015(1)	0 matriculas
Matricula – Ensino pré-escolar – 2015(1)	2.987 matriculas
Matricula – Ensino pré-escolar – escola privada - 2015(1)	619 matriculas
Matricula – Ensino pré-escolar – escola pública estadual - 2015(1)	0 matriculas
Matricula – Ensino pré-escolar – escola pública federal - 2015(1)	Não existente Escolas
Matricula – Ensino pré-escolar – escola pública municipal - 2015(1)	2.368 matriculas
FONTE: Ministério da Educação, Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais INEP – Censo Educacional 2015.	

Região de Governo de Jahu – Região Administrativa de Bauru

Território e População	Ano	Município	Reg. Gov.	Estado
Área (Em km²)	2016	687,10	3.082,00	248.22,36

População	2016	141.344	304.626	43,35 9,005
Densidade Demográfica (Habitantes/km <sup>2</sup> )	2016	205,71	98,84	174,6 8
Taxa Geométrica de Crescimento Anual da População - 2010/2016 (Em % a.a.)	2016	1,29	0,92	0,85
Grau de Urbanização (Em %)	2016	97,33	96,73	96,32
Índice de Envelhecimento (Em %)	2016	79,68	79,21	69,78
População com Menos de 15 Anos (Em %)	2016	18,29	18,61	19,48
População com 60 Anos e Mais (Em %)	2016	14,58	14,74	13,60
Razão de Sexos	2016	95,54	97,35	94,80

<b>Estatísticas Vitais e Saúde</b>	<b>Ano</b>	<b>Município</b>	<b>Reg. Gov.</b>	<b>Estado</b>
Taxa de Natalidade (Por mil habitantes)	2014	12,46	12,30	14,66
Taxa de Fecundidade Geral (Por mil mulheres entre 15 e 49 anos)	2014	44,95	45,16	52,10
Taxa de Mortalidade Infantil (Por mil nascidos vivos)	2014	12,80	11,68	11,43
Taxa de Mortalidade na Infância (Por mil nascidos vivos)	2014	13,96	12,76	13,10
Taxa de Mortalidade da População de 15 a 34 Anos (Por cem mil habitantes nessa faixa etária)	2014	100,34	115,35	117,60
Taxa de Mortalidade da População de 60 Anos e Mais (Por cem mil habitantes nessa faixa etária)	2014	4.287,57	4.231,80	3.486,44
Mães Adolescentes (com menos de 18 anos) (Em %)	2014	7,10	7,44	6,70
Mães que Tiveram Sete e Mais Consultas de Pré-Natal (Em %)	2014	86,09	82,70	76,69
Partos Cesáreos (Em %)	2014	64,67	67,52	61,47
Nascimentos de Baixo Peso (menos de 2,5kg) (Em %)	2014	9,77	9,23	9,33
Gestações Pré-Termo (Em %)	2014	9,30	9,90	11,26
Leitos SUS (Coeficiente por mil habitantes)	2014	5,11	3,27	1,37

<b>Condições de Vida</b>	<b>Ano</b>	<b>Município</b>	<b>Reg. Gov.</b>	<b>Estado</b>
Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS - Dimensão Riqueza	2010	38	...	45
	2012	40		46
Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS - Dimensão Longevidade	2010	68	...	69
	2012	71		70
Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS - Dimensão Escolaridade	2010	52	...	48
	2012	56		52
Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS	2010	Grupo 3 - Municípios com nível de riqueza baixo, mas com bons indicadores nas demais		

Condições de Vida	Ano	Município	Reg. Gov.	Estado
		dimensões		
	2012	Grupo 3 - Municípios com nível de riqueza baixo, mas com bons indicadores nas demais dimensões		
Índice de Desenvolvimento Humano Municipal – IDHM	2010	0,778	...	0,783
Renda per Capita - Censo Demográfico (Em reais correntes)	2010	786,46	704,03	853,75
Domicílios Particulares com Renda per Capita até 1/4 do Salário Mínimo - Censo Demográfico (Em %)	2010	3,99	4,11	7,42
Domicílios Particulares com Renda per Capita até 1/2 Salário Mínimo - Censo Demográfico (Em %)	2010	11,41	13,56	18,86

Habitação e Infraestrutura Urbana	Ano	Município	Reg. Gov.	Estado
Coleta de Lixo - Nível de Atendimento - Censo Demográfico (Em %)	2010	99,90	99,81	99,66
Abastecimento de Água - Nível de Atendimento - Censo Demográfico (Em %)	2010	99,56	99,29	97,91
Esgoto Sanitário - Nível de Atendimento - Censo Demográfico (Em %)	2010	99,32	98,63	89,75

Educação	Ano	Município	Reg. Gov.	Estado
Taxa de Analfabetismo da População de 15 Anos e Mais - Censo Demográfico (Em %)	2010	4,71	5,93	4,33
População de 18 a 24 Anos com pelo Menos Ensino Médio Completo - Censo Demográfico (Em %)	2010	52,96	...	57,89

Emprego e Rendimento	Ano	Município	Reg. Gov.	Estado
Participação dos Empregos Formais da Agricultura, Pecuária, Produção Florestal, Pesca e Aquicultura no Total de Empregos Formais (Em %)	2014	2,66	4,22	2,28
Participação dos Empregos Formais da Indústria no Total de Empregos Formais (Em %)	2014	28,03	35,26	19,38
Participação dos Empregos Formais da Construção no Total de Empregos Formais (Em %)	2014	2,15	1,54	5,23
Participação dos Empregos Formais do Comércio Atacadista e Varejista e do	2014	30,48	25,24	19,72



Comércio e Reparação de Veículos Automotores e Motocicletas no Total de Empregos Formais (Em %)				
Participação dos Empregos Formais dos Serviços no Total de Empregos Formais (Em %)	2014	36,68	33,74	53,39
Rendimento Médio dos Empregos Formais da Agricultura, Pecuária, Produção Florestal, Pesca e Aquicultura (Em reais correntes)	2014	1.876,91	1.595,06	1.652,59
Rendimento Médio dos Empregos Formais da Indústria (Em reais correntes)	2014	1.800,10	1.872,51	3.194,95
Rendimento Médio dos Empregos Formais da Construção (Em reais correntes)	2014	1.570,05	1.549,49	2.385,21
Rendimento Médio dos Empregos Formais do Comércio Atacadista e Varejista e do Comércio e Reparação de Veículos Automotores e Motocicletas (Em reais correntes)	2014	1.557,68	1.501,42	2.072,24
Rendimento Médio dos Empregos Formais dos Serviços (Em reais correntes)	2014	1.992,22	1.925,83	2.903,96
Rendimento Médio do Total de Empregos Formais (Em reais correntes)	2014	1.792,94	1.778,62	2.740,42

<b>Economia</b>	<b>Ano</b>	<b>Município</b>	<b>Reg. Gov.</b>	<b>Estado</b>
Participação nas Exportações do Estado (Em %)	2015	0,007655	0,188330	100,000000
Participação da Agropecuária no Total do Valor Adicionado (Em %)	2013	2,48	4,94	1,87
Participação da Indústria no Total do Valor Adicionado (Em %)	2013	17,47	23,24	22,89
Participação dos Serviços no Total do Valor Adicionado (Em %)	2013	80,05	71,81	75,24
PIB (Em mil reais correntes)	2013	3.317.902,52	7.139.579,92	1.708.221.389,98
PIB per Capita (Em reais correntes)	2013	24.363,74	24.074,41	40.379,00
Participação no PIB do Estado (Em %)	2013	0,194231	0,417954	100,000000

**F ONTE: FUNDAÇÃO**

**SEADE**

<b>Dados Socioeconômicos</b>	
População*	136.182
IDH**	0,7780
Área Territorial	688,34
Quantidade de Domicílios	46.905
*SEADE	2013



**PNUD -	2013
----------	------

<b>Economia</b>	
PIB (em milhões de R\$)	2.061,43
PIB da Indústria (em milhões de R\$)	369,01
PIB dos Serviços (em milhões de R\$)	1.596,47
PIB da Agropecuária (em milhões de R\$)	95,95
Arrecadação Tributária (em milhões de R\$)	6,9100
Despesas com investimento (em milhões de R\$)	14,2000
<i>SEADE 2012</i>	
PIB Serviços	77,4%
PIB Indústria	17,9%
PIB Agropecuária	4,7%
Total:	100,0%
<b>Participação dos Setores no PIB</b>	
* Valor Adicionado Fiscal	

<b>Balança comercial</b>	
Exportações (em milhões de US\$)	7,4400
Importações (em milhões de US\$)	5,3000
Saldo (em milhões US\$)	2,1379

FONTE: MDIC 2014

<b>Mercado de Trabalho</b>	
Trabalhadores com carteira assinada	42.481
Massa salarial (em milhões de R\$)	74,2400
Média Salarial Mensal	1.747,61
Trabalhadores com deficiência**	395
<i>RAIS - Ministério do Trabalho 2014</i>	
<i>**RAIS - Ministério do Trabalho – 2014</i>	

FONTE: DEPAR/FIESP

**Tabela 04:** Índices e dados do Município



## 2.7 Inserção regional e acesso

O município de Jahu está localizado na região central do estado de São Paulo e está aproximadamente 296 quilômetros da capital. O município é servido por rodovias estaduais e municipais. As estradas de acesso ao município são: SP-225, que liga a Brotas, Itirapina (Rodovia Washington Luis), Bauru e Marília; SP-255, que liga a Bocaina, Araraquara, Barra Bonita e São Manuel; SP-304, que liga a Bariri e Santa Maria da Serra. Possui aeroporto particular, do Grupo Camargo Correa, e está distante 55 km do aeroporto de Bauru, 65 km de Araraquara, 160 km de Ribeirão Preto e 204 km de Viracopos/Campinas. Do porto de Santos está a 395 km, o município é banhado pelo rio Tietê e beneficia-se da Hidrovia Tietê-Paraná através do transporte intermodal hidro-ferro-rodoviário (Prefeitura Municipal de Jahu, 2015 - adaptado). Jahu está inserido na mesorregião de Bauru, faz divisa com nove municípios, sendo eles: Bocaina, Dourado, Dois Córregos, Mineiros do Tietê, Barra Bonita, Macatuba, Pederneiras, Itapuú e Bariri.

O sistema viário regional de Jahu promove a ligação e acesso aos municípios vizinhos e conta com uma malha viária composta, segundo a Prefeitura Municipal, por rodovias estaduais.

As estradas de acesso ao município são:

- ? SP-225, coincidente com o trecho da BR 369 (Rodovia Federal), localizada a Oeste do Município Jahu promove o fluxo de entrada e saída do município e a ligação aos Municípios de Brotas e Itirapina mais a Nordeste, e nesse trecho recebe o nome de Rodovia Engenheiro Paulo Nilo Romano; já o trecho que dá acesso ao Município de Bauru, mais a Sudoeste de Jahu, recebe o nome de Rodovia Comandante João Ribeiro de Barros;
- ? SP-255, que recebe o nome de Rodovia Otávio Pacheco de Almeida Prado de Jahu até Barra Bonita e o acesso ocorre a Sul do Município; a Norte de Jahu o acesso aos Municípios de Bocaina, Boa Esperança e Araraquara, e nesse trecho da rodovia é denominada como Rodovia Comandante João Ribeiro de Barros;
- ? SP-304, que recebe o nome de Rodovia Dep. Leônidas Pacheco Ferreira de Jahu até Bariri e o acesso ocorre a Noroeste; a Sudeste de Jahu o acesso

aos Municípios de Dois Córregos, Torrinha e Santa Maria da Serra, e nesse trecho a rodovia é denominada como Deputado Amauri Barroso de Sousa.

### 2.7.1 Acessos

O município de Jahu está localizado na região Centro –Oeste do Estado de São Paulo, e é servido pelas rodovias estaduais SP-225, que liga Brotas, Itirapina, Bauru e Marília; SP-255, que liga Bocaina, Araraquara, Barra Bonita e São Manuel; e, SP-304, que liga Bariri e Santa Maria da Serra. Conta também com a rodovia federal BR-369 a qual corta a área urbana do município, está sobreposta a SP-225, e propicia a conexão com outras rodovias do Estado e, conseqüentemente, com as outras regiões.

Além das rodovias estaduais, futuramente, essa dinâmica no lado Norte do município poderá mudar em decorrência da implantação da via marginal, próxima à rodovia estadual SP -225. A fim de se caracterizar esses acessos principais ao município foram estabelecidos seis pontos de observação da oferta dessas vias (quantidade de faixas e tipos de vias).

O primeiro ponto situa-se ao Sul do município através da rodovia SP-255, caracterizada como Via Regional. O fluxo ocorre em dois sentidos de faixa única e com acostamento em ambos os lados.



**Imagem 48:** localização estratégica do município de Jahu na região central do Estado de São Paulo

## 2.8 Legislação municipal.

### 2.8.1 Leis: Plano Diretor do Município e legislação correlata ao Turismo de Jahu.

#### Plano Diretor, Zoneamento, Parcelamento, legislação Meio Ambiente, Rural, Turismo...

Nº	DATA	ASSUNTO (EMENTA)
<b>LEI Nº 2.463</b>	26/11/87	Dispõe sobre a criação da Comissão Permanente do Plano Diretor e Zoneamento Urbano da cidade de Jahu
<b>L.C. Nº 277 Plano Diretor</b>	10/10/06	Dispõe sobre Plano Diretor de Jaú o sistema e o processo de planejamento e gestão do desenvolvimento urbano do Município de Jaú.
<b>L.C. Nº 326</b>	05/06/09	Altera artigos do Plano Diretor, Lei Complementar nº 277/2006
<b>L.C. Nº 389</b>	29/12/10	Altera a Lei Complementar nº 277, de 10 de outubro de 2006 e dá outras providências
<b>L.C. Nº 443</b>	14/11/12	Revisa a Lei Complementar nº 298 de 2.007 e dispõe sobre o zoneamento, o parcelamento, o uso e a ocupação do solo no Município de Jahu e dá outras providências.
<b>L.C. Nº 475 (v.)</b>	30/03/15	Altera a Lei Complementar nº 443, de 14 de novembro de 2012
<b>L.C. Nº 504</b>	17/02/15	Altera a Lei Complementar nº 443, de 14 de novembro de 2012

#### Meio Ambiente

Nº	DATA	ASSUNTO (EMENTA)
<b>LEI Nº 3.550</b>	21/08/01	Fica criado o Conselho Municipal de Meio Ambiente – COMDEMA, órgão local integrante do sistema nacional de meio ambiente

#### Rural

Nº	DATA	ASSUNTO (EMENTA)
<b>LEI Nº 3.268</b>	02/06/98	Institui o Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural de Jahu
<b>LEI Nº 5.060</b>	21/09/99	Altera a Lei 3268 de 1998 que institui o Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural de Jahu

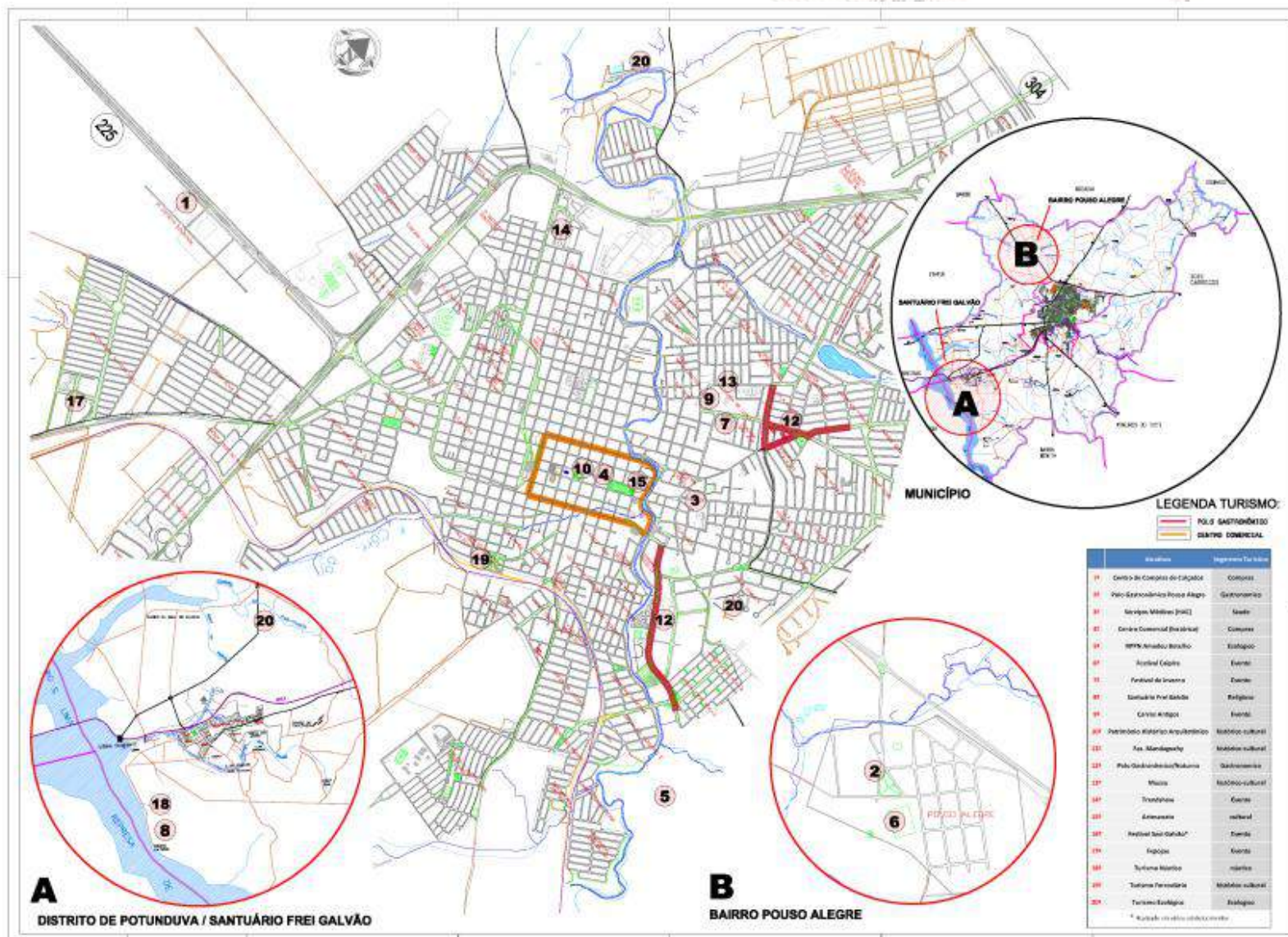
**Turismo**

Nº	DATA	ASSUNTO (EMENTA)
<b>LEI Nº 2.214</b>	17/10/83	Dispõe sobre criação de núcleo de expansão urbana às margens da represa do Rio Tietê com finalidade de lazer e turismo e institui critério básicos de zoneamento
<b>LEI Nº 3.168</b>	13/05/97	Cria o Fundo Municipal de Turismo com o objetivo de captar e repassar recursos para o Conselho Municipal de Turismo - COMTUR
<b>LEI Nº 3.833</b>	09/12/03	Cria junto à Secretaria de Cultura o Conselho de Preservação do Patrimônio Cultural do Município de Jahu –CONPPAC
<b>LEI Nº 4.073</b>	12/12/06	Institui o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR (revoga a Lei 3167/1997)





## 2.9 Mapa do município com iconização dos pontos turísticos



## 2.10 Comtur

O COMTUR Jahu é um conselho normativo, deliberativo consultivo e fiscal onde o mesmo é composto de 1/3 do poder público e 2/3 da iniciativa privada formando o TRADE turístico. O conselho terá duração de dois anos mediante votação para a nomeação dos mesmos e para a presidência, onde conta com lideranças dos segmentos relacionados ao turismo do município, os quais são representados por: - Agentes de Viagens; Gestores de Estabelecimentos de Alimentação, de Meios de Hospedagem, de Atrativos e demais Equipamentos e Serviços Turísticos; Associações Rurais; Associações de Artesanato; Organizadoras e Promotoras de Eventos; Gestores de Transporte Turístico; Faculdades ou Escolas Técnicas de Turismo; Associações Comerciais; Guias de Turismo; Gerentes de Clubes de Esporte, Recreação e Lazer; Lions/Rotary, etc.

A finalidade do Conselho Municipal de Turismo de Jahu é de coordenar, incentivar, promover e executar ações pertinentes ao desenvolvimento do turismo dentro do município de forma sustentável;

FUMTUR – Fundo Municipal de Turismo, fundo existente desde 1997 a ser administrado por comissão nomeada pelo próprio COMTUR, onde será exclusivo para verbas de arrecadação.

COMTUR: O conselho mantém um plano de trabalho anual, a ser desenvolvido e executado pelos os membros em paralelo à secretaria de Cultura e Turismo/Departamento de Turismo.

A partir da aprovação do Plano Diretor de Turismo de Jahu, providenciar inscrição junto ao Governo do Estado, no programa MIT (Município de Interesse Turístico).

Promover intercâmbios de vivências com outras cidades para que tanto Jaú e os outros municípios possam vivenciar e criar expectativas dos atrativos e roteiros da região.

O trabalho, desenvolvido a partir das pesquisas iniciais, visitas técnicas, entrevistas e observações realizadas por uma comissão técnica formada especificamente para o desenvolvimento do Plano, não só identificou os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças no contexto do desenvolvimento turístico, como também nas condições do desenvolvimento urbano.

### 2.10.1 Sobre o COMTUR

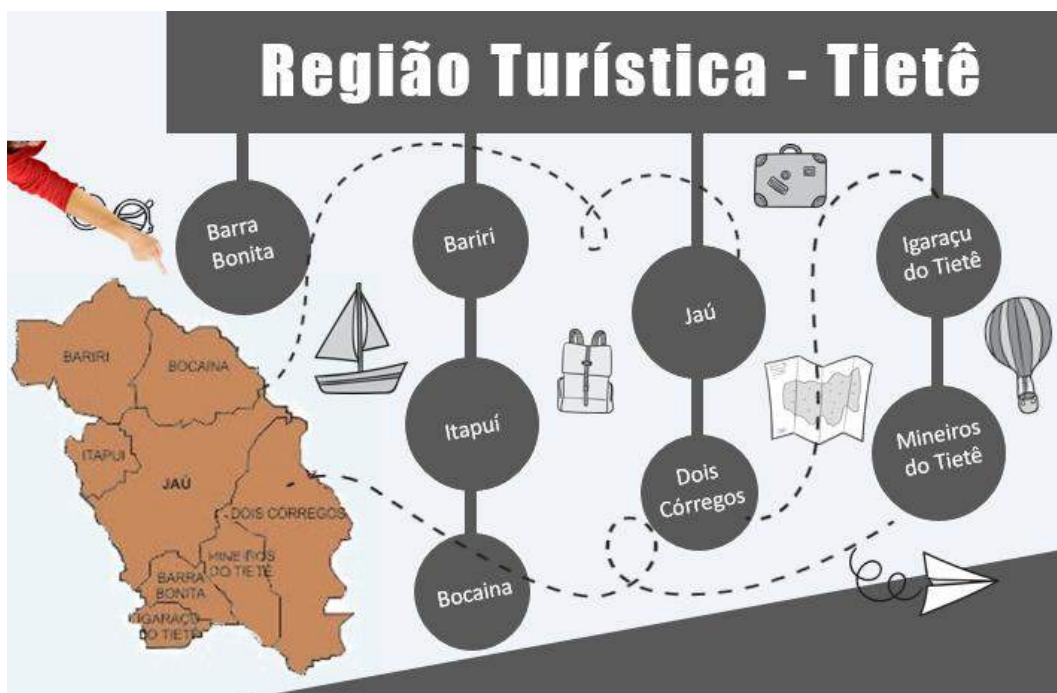
O COMTUR promove suas reuniões mensalmente. Tendo como principais temas abordados no ano de 2016:

- Programa de Regionalização do Turismo;

- Importância do fórum de turismo para a divulgação do Município e seus atrativos turísticos;
- Importância da formatação de roteiro comercial da região turística;
- Necessidade de distribuição de tarefas aos membros do conselho;
- Necessidade de traçar um Plano de Trabalho para o COMTUR;
- Importância do Desenvolvimento do Plano Municipal de Turismo de Jahu;
- Formação de comissão para o desenvolvimento do Plano Municipal de Turismo;
- Estudo de Demanda turística Local e análise do perfil do turista;
- Formação de Associação de Turismo e Convention Visitors & Bureau;

## 2.11 Participação no Desenvolvimento Regional

Região Turística é o “espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de serem articuladas e que definem um território” (MTur, 2004)



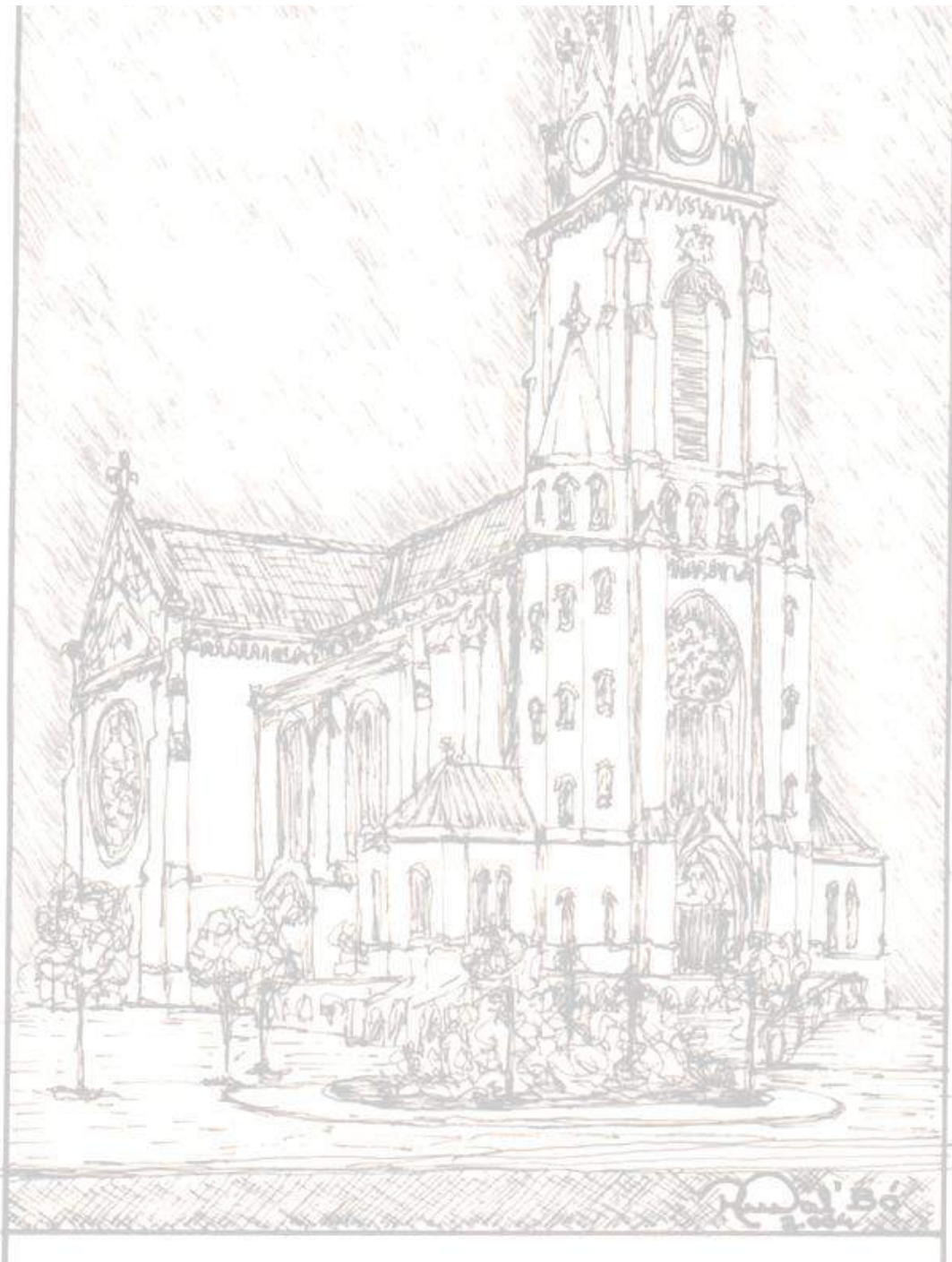
Infograma 01: Região turística - Tietê

### 2.11.1 Motivos para a regionalização do turismo

1. Diversificar as opções de atrativos oferecidos aos turistas
2. Aumentar o tempo de permanência e o gasto médio do turista na região
3. Compartilhar recursos e serviços e otimizar custos na organização do turismo



4. Valorizar a identidade Cultural e Preservar e Conservar o Patrimônio Histórico
5. Fortalecer e Diversificar a economia regional e gerar renda e novos empregos
6. Potencializar investimentos públicos e privados para o desenvolvimento do turismo da região
7. Trocar Informações entre as cidades
8. Sistematizar e planejar políticas públicas do turismo regional
9. Promover a visibilidade da imagem da região na mídia no estado e no país
10. Criar força política junto aos Governos



**Hierarquização dos Atrativos Turístico**

	Cidade	atrativos	Potencial da atratividade (x 2)	Grau de uso atual	Representatividade de raridade (x 2)	Apoio local	Estado de conservação da paisagem	Infra estrutura	Acesso	total
1º	Bocaina	Fogueira de São João	6	3	6	3	2	2	2	24
2º	Bocaina	Telas de Benedito Calisto	6	2	6	3	2	3	2	24
3º	Bocaina	Topearia	2	1	2	1	1	1	2	10
4º	Bocaina	Rio Jacaré Pepira	4	1	2	2	2	1	1	13
5º	Bocaina	Casarões	4	2	2	1	1	1	3	14
6º	Bariri	Igreja Matriz e Torre do Relógio	4	1	6	3	3	2	3	22
7º	Bariri	Igreja Ortodoxa	6	0	6	0	1	1	1	15
8º	Bariri	Barragem da Usina Hidrelétrica	4	1	4	3	3	2	3	20
9º	Bariri	Grupo de Ciclístico	4	2	2	2	3	2	2	17
10º	Bariri	Lago Municipal	6	2	2	3	3	2	3	21
11º	Bariri	Restaurante recanto Pantaneiro	4	2	2	2	3	3	3	19
12º	Itapuí	Prainha	6	2	2	3	3	1	3	20
13º	Itapuí	Praça da Matriz - Topearia	4	3	2	3	2	3	2	19
14º	Itapuí	Quermesse de Santo Antônio \ Maio -Junho	4	3	2	3	2	2	2	18
	Itapuí	Restaurante Campinho	6	3	2	3	1	2	2	19
15º	Itapuí	Ademir da Venda - Gastronomia								0
16º	Itapuí	Carnaval de Rua - concursos de blocos	4	3	2	3	2	2	2	18
17º	Mineiras do Tietê	Mirante da Pedra Branca	6	1	6	2	3	2	2	22
18º	Mineiras do Tietê	Bird Wacthing	4	1	6	1	3	2	2	19
19º	Mineiras do Tietê	Produção Artesanal de Queijo Mineiro,	4	1	2	1	3	1	2	14
20º	Mineiras do Tietê	Alambique do Cesarino - Cachaça Artesanal	4	2	2	3	3	1	2	17
21º	Mineiras do Tietê	Cachoeira - Salto Dom Pedro	6	2	6	3	2	1	3	23
22º	Dois Córregos	Gastronômico - Macadâmia sorveteria Marquete								
23º	Dois Córregos	Festival de Macadâmia								
24º	Dois Córregos	Fogão de Lenha Chuleta Macadâmia								
25º	Dois Córregos	Festival Literário Junho - Palestras, teatros								
26º	Dois Córregos	Museu Histórico e Ferroviário								
27º	Dois Córregos	Museu da Gente - História das famílias tradicionais								
28º	Igaraçu	Sítio Turístico: Praia Maria do Carmo, Camping, Marina, Mirante, Eclusa, Canoa e Hotel Panarámico, Anfiteatro	6	2	2	1	2	2	2	17
29º	Igaraçu	Parque Begê	4	2	4	1	3	3	2	19
30º	Igaraçu	Gruta Complexo da Praia	4	2	2	1	3	2	2	16
31º	Igaraçu	Santa da Cara Limpa - Estrada Rural - Matão	2	1	4	1	2	0	1	11
32º	Igaraçu	Réveillon								
33º	Igaraçu	Carnaval no Parque								
34º	Barra Bonita	Passeio de Barco - Eclusa	6	3	6	3	3	3	3	27
35º	Barra Bonita	Turismo Gastronômico Rural - Terra Nostra, Estiva	4	3	2	3	2	3	2	19
36º	Barra Bonita	Complexo da Orla Turística: Bondinho, feira do artesanato	6	3	6	3	3	2	3	26
	Barra Bonita	Museu	4	2	4	3	2	2	3	20
37º	Barra Bonita	Avenida Zanela Petri - Trailers, Lago e quiosque	6	3	6	3	3	3	3	27
38º	Barra Bonita	Mini cidade da criança								
39º	Barra Bonita	HEBB	6	3	6	2	3	3	3	26
40º	Barra Bonita	Marina	4	2	4	2	2	1	3	18
41º	Barra Bonita	Eventos: Carnaval, Réveillon , FEPATUR								
42º	Jau	Território	6	3	6	3	2	3	3	26
43º	Jau	Porto Frei Galvão	6	1	4	2	2	2	3	20
44º	Jau	Reserva Ecológica - Amadeu Botelho	4	1	6	1	3	1	2	18
45º	Jau	Fazenda Mandagahy	6	2	4	2	2	3	2	21
46º	Jau	Pouso Alegre - Pólo Gastronômico	6	3	4	3	2	3	2	23
47º	Jau	Eventos: Festival Caipira, Festival Saul Galvão, Festival de Inverno	4	1	1	2	2	2	3	15

### 3. DIAGNÓSTICO

#### 3.1 Análise dos Atrativos Turísticos

	atrativos	Segmento Turístico	Potencial da atratividade (x 2)	Grau de uso atual	Representatividade de raridade (x 2)	Apoio local	Estado de conservação da paisagem	Infra estrutura	Acesso	total
1º	Centro de Compras de Calçados	Compras	6	3	6	2	2	3	3	25
2º	Polo Gastronômico Pouso Alegre	Gastronomico	6	3	4	3	2	2	2	22
3º	Serviços Médicos (HAC)	Saude	6	3	4	3	1	1	2	20
4º	Centro Comercial (histórico)	Compras	4	2	4	2	2	1	3	18
5º	RPPN Amadeu Botelho	Ecologico	4	1	6	1	3	2	1	18
6º	Festival Caipira	Evento	4	1	6	1	3	1	2	18
7º	Festival de Inverno	Evento	4	1	4	2	3	1	2	17
8º	Santuário Frei Galvão	Religioso	4	1	6	1	2	2	1	17
9º	Carros Antigos	Evento	6	2	2	2	2	1	2	17
10º	Patrimônio Histórico Arquitetônico	histórico-cultural	4	1	4	2	1	2	2	16
11º	Faz. Mandaguahy	histórico-cultural	4	1	4	1	3	2	1	16
12º	Polo Gastronômico/Noturno	Gastronomico	4	2	2	2	2	2	2	16
13º	Museu	histórico-cultural	4	1	4	1	2	1	2	15
14º	Trendshow	Evento	6	0	6	0	1	0	2	15
15º	Artesanato	cultural	2	1	4	1	2	1	2	13
16º	Festival Saul Galvão	Evento	2	0	2	2	2	3	2	13
17º	Expojau	Evento	2	1	4	0	1	2	2	12
18º	Turismo Náutico	náutico	4	1	2	0	2	0	0	9
19º	Turismo Ferroviário	histórico-cultural	4	0	2	0	1	0	0	7
20º	Turismo Ecológico	Ecologico	2	0	2	0	1	0	0	5

Tabela 04: Hierarquização dos atrativos com as justificativas/identificando problemas e oportunidades



### 3.2 Resumo do Inventário

Meios de Hospedagem, Alimentos e Bebidas, outras estruturas turísticas: agências de viagens, agências de receptivo, transportadoras, posto de informações, espaço para eventos)

### 3.3 Análise SWOT

Segue no tópico abaixo a análise SWOT feita para o município de Jaú.

#### 3.3.1 Oportunidades



Imagem 49: levantamento de oportunidades para o Turismo de Jaú

### 3.3.2 Ameaças

Perda de demanda turística para outros destinos

Concorrência entre outros municípios e regiões turísticas

Emancipação do distrito de Potunduva (Rio Tietê)

Investimento inadequado dos recursos estaduais e federais

Falta de visão sobre o turismo regional das cidades vizinhas

Falta de diversificação dos modais de transporte

Imagem 50: Levantamento das ameaças ao desenvolvimento do Turismo em Jaú



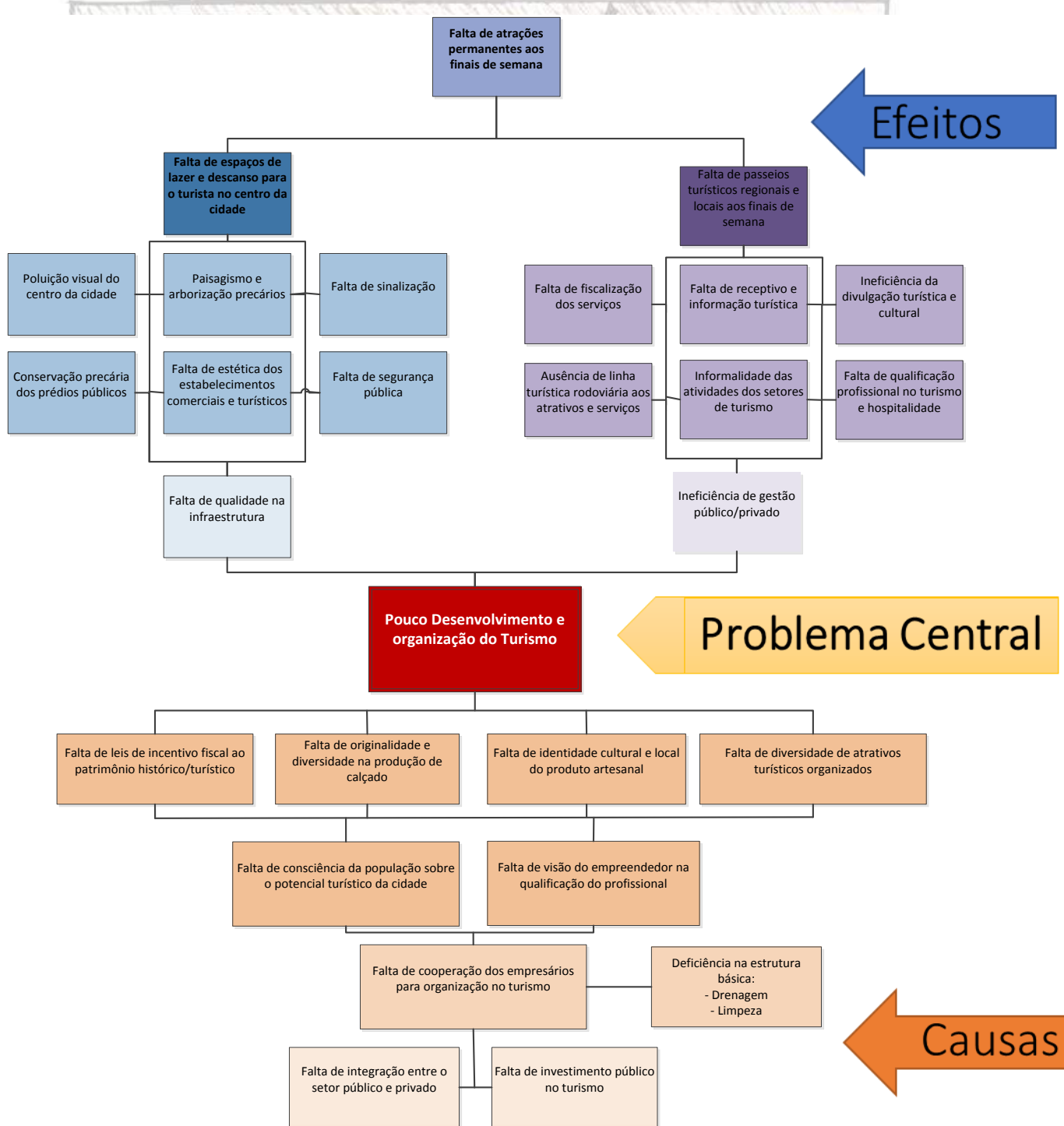
### 3.3.3 Pontos fortes



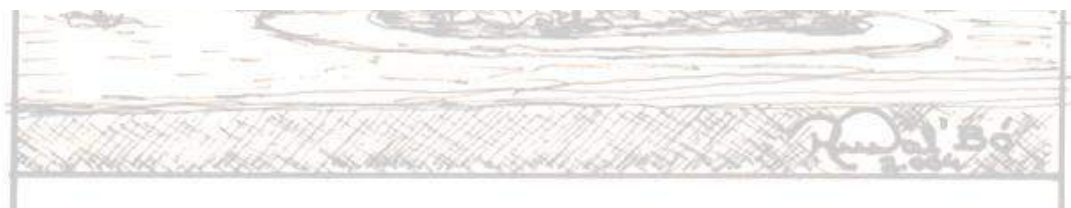
**Imagem 51:** Levantamento dos pontos fortes para desenvolvimento do Turismo em Jaú

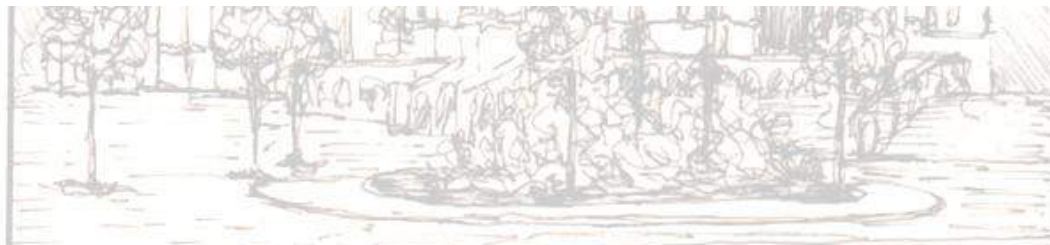
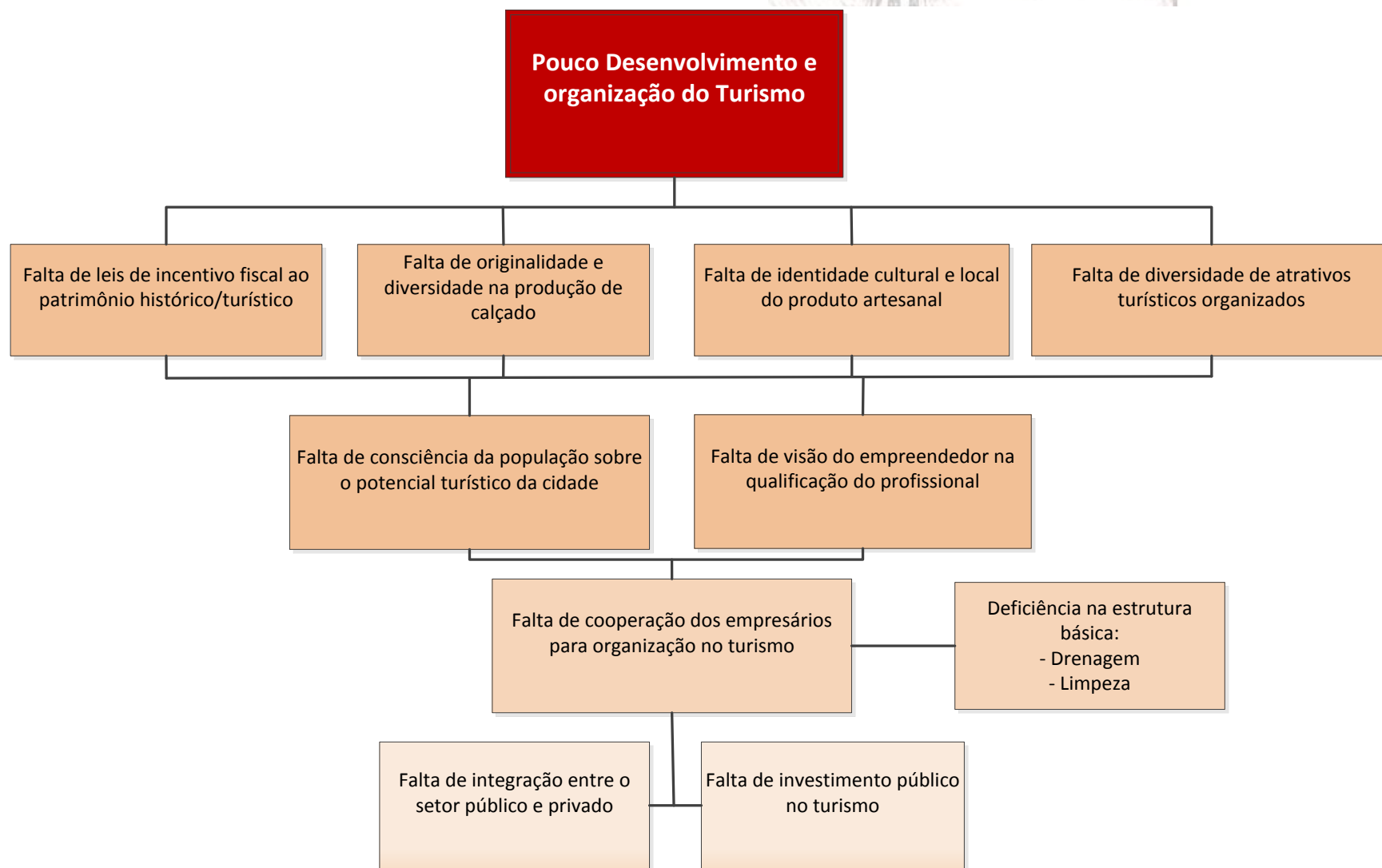


### 3.3.4 Pontos Fracos

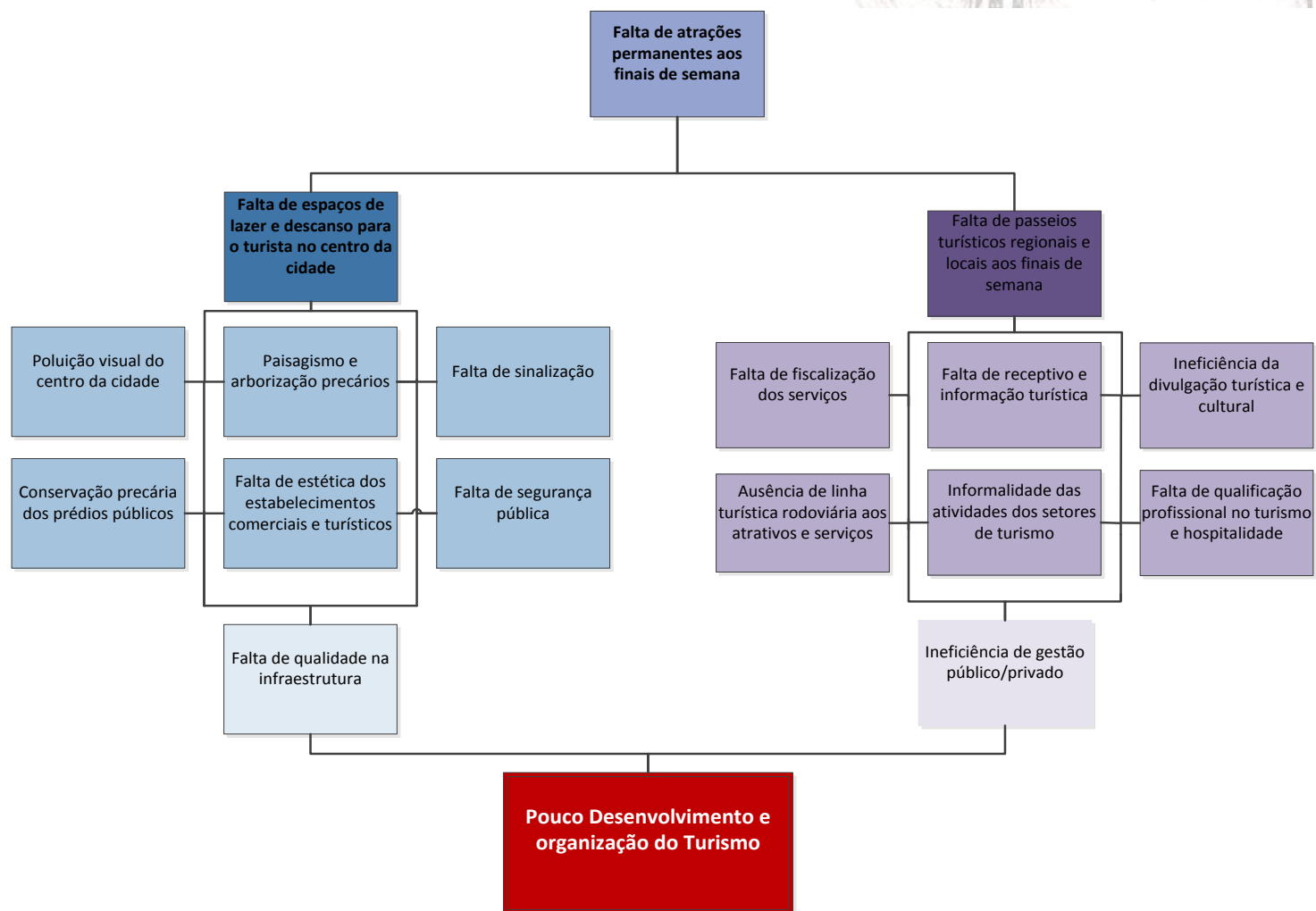


Infograma 02: Problemática do turismo em Jaú









Imagens 52 e 53: Detalhes do infograma Problemática do Turismo em Jaú

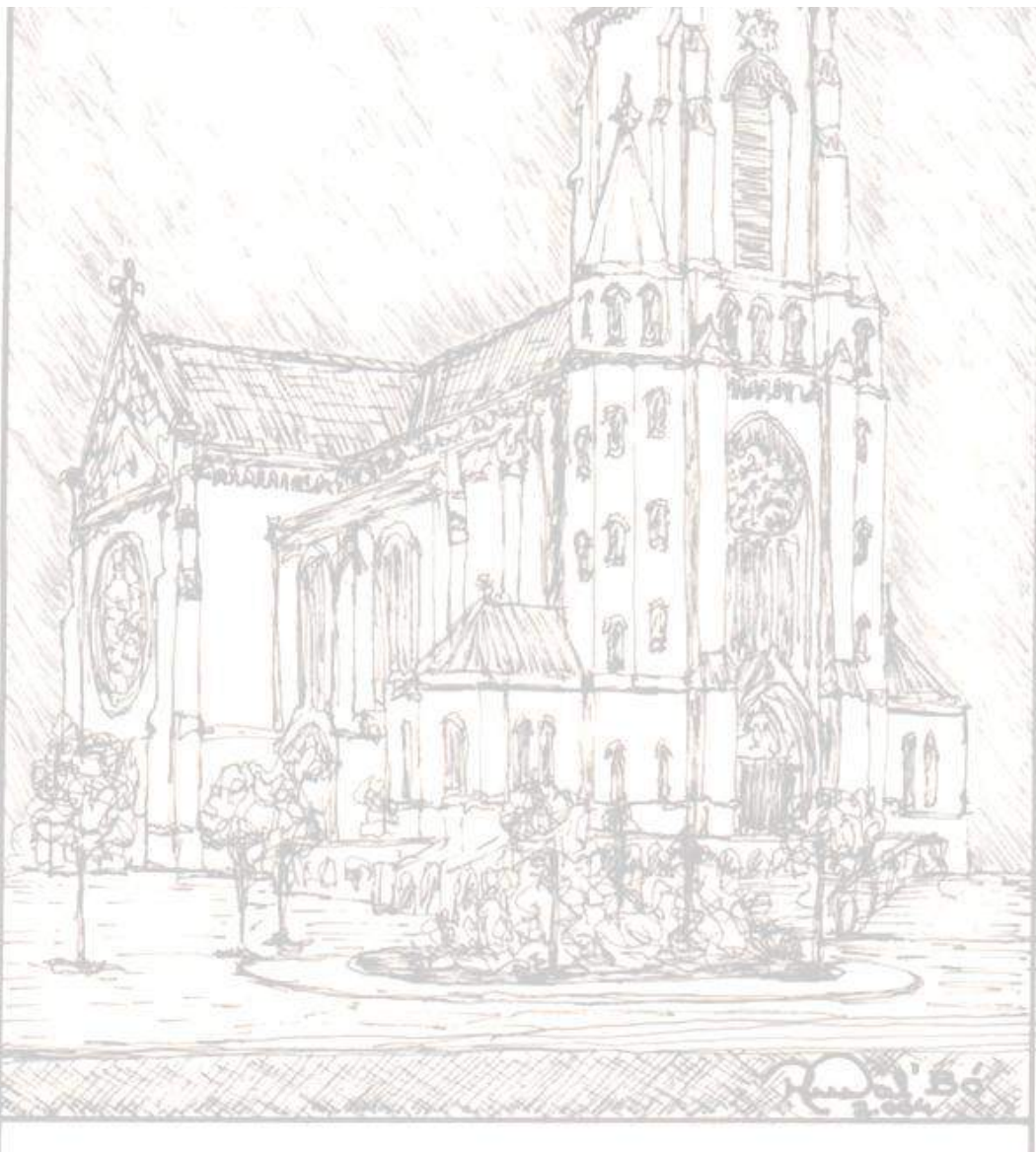
## 4. PROGNÓSTICO

### 4.1 PROPOSTAS

#### 4.1.1 Diretrizes para o desenvolvimento do turismo

As principais diretrizes para do desenvolvimento do Turismo, tanto de uma forma geral, quando ao nosso contexto regional, são:

- a) Fortalecer a Governança e incentivar a Formação em turismo
- b) Organizar e Planejar a Oferta Turística
- c) Criar infraestrutura turística capaz manter o visitante
- d) Promover a Comunicação e o Marketing Turístico



## 5. PLANO DE AÇÃO

### 5.1 Programas

- A) Programa de Comunicação e Marketing
- B) Programa de Organização Oferta Turística
- C) Programa de infraestrutura turística
- D) Programa de Governança e Formação em turismo





## Plano Diretor de Turismo de JAHU

### A) Programa de Comunicação e Marketing

Projeto 1: Calendário Turístico de Eventos

Projeto 2: Postos de Informações Turísticas

Projeto 3: Concurso de Arte e Artesanato

Projeto 4: Elaboração do Plano de Marketing

Projeto 5: Elaboração de materiais de divulgação.

### B) Programa de Organização Oferta Turística

Projeto 6: Criação de Roteiros Turísticos

Projeto 7: Capacitação - Artesanato Turístico

### C) Programa de infraestrutura turística

Projeto 8: Parklets

Projeto 9: Calçadão/Boulevard

Projeto 10: Parque Linear – Rio Jahu

Projeto 11: Sinalização Turística

Projeto 12: Requalificação do Centro histórico e comercial

### D) Programa de Governança e Formação em turismo

Projeto 13: Educação para o Turismo – Amigo Turista

Projeto 14: Capacitação de Turismo e Hospitalidade

Projeto 15: Criação de associação ligada ao Turismo e Serviços relacionados ou *Convention&Visitors Bureau* – C&VB

Projeto 16: Regionalização do turismo

**Tabela 05:** Diretrizes de projetos para o Plano Diretor de Turismo de Jaú



Seguem abaixo os projetos discriminados na tabela que antecede esse tópico

### **Programa de Comunicação e Marketing**

#### **Projeto 1: Calendário Turístico de Eventos**

**2- Sumário Executivo:** O Calendário Turístico do Município de Jahu tem por finalidade identificar e divulgar todos os eventos turísticos da cidade para Jaú e região, bem como enfatizar suas propostas para atrair e incentivar o maior número turistas durante o ano todo.

<b>Evento</b>	<b>Mês previsto</b>
Carnaval	FEVEREIRO
Festival Gastronômico Saul Galvão	ABRIL
Jaú Trend Show	MAIO
Festival Caipira	JUNHO
Festival de Inverno	JULHO
Encontro de Carros Antigos	AGOSTO
ExpoJaú	AGOSTO
Salão Internacional de Fotografia	AGOSTO/SETEMBRO
Festival Literário	SETEMBRO

**Tabela 05:** Calendário Turístico

#### **3- Justificativa:**

A realização do calendário de eventos em questão, incluídos no calendário turístico/cultural do Município de Jahu fundamenta-se na necessidade urgente de inserirmos cronograma a ser observado e seguido anualmente, com vistas a fomentar o turismo local, proporcionando à comunidade jauense e da região, a possibilidade de entretenimento, diversão, cultura, sem dispêndio de recursos, de forma democrática.

- Carnaval – Festa tradicional, o Carnaval “Jahu Folia” possui atrações gratuitas para os foliões, incluindo carnaval no Parque do Rio Jaú, na rua, praças, associações e clubes de Jahu e do Distrito de Potunduva. Com apresentação de escolas de samba,

blocos, bailes carnavalescos e marchinhas, trio elétrico, realizados em espaço aberto, para crianças, jovens e adultos.

- Festival Gastronômico Saul Galvão – Evento realizado durante o mês de abril, que atrai pessoas de Jahu e região, onde diversos estabelecimentos comerciais locais oferecem pratos diversos, evidenciando a enorme variedade gastronômica que temos em nossa cidade. Além da gastronomia durante o período do Festival ocorrem atrações culturais, como exposições, shows, teatros e workshops.
- Jaú Trend Show – Maior feira de calçados e acessórios de moda realizada no Município, promovida pela Comcorp em parceria com o Poder Público, que recebe lojistas, varejistas, executivos de compras de redes de lojas, distribuidores, profissionais da moda, com excelentes oportunidades de negócios. Há presença de importadores estrangeiros e exportadores de calçados tendo a oportunidade única de encontrar em um só local, dezenas de fábricas apresentando suas coleções. Atualmente não vem sendo realizada, mas em virtude do seu potencial turístico pode ser executada futuramente.
- Festival Caipira – Evento realizado no mês de junho, com apresentação de artistas no bairro de Pouso Alegre, principalmente, e em outros pontos da cidade de Jahu, além de concurso de músicas autorais e festival com premiação das melhores duplas sertanejas e cavalgada, considerada passeio turístico. Tem por objetivo fortalecer o Pouso Alegre como centro gastronômico de nossa cidade, fomentar o turismo do bairro através de investimento adequado e eventos periódicos. Com duração de três dias, o Festival Caipira de Jahu, se inicia com a realização da missa, festival gastronômico, show de viola, quermesse, quadrilha, baile sertanejo, cavalgada de tropeiros e festival de duplas sertanejas.
- Festival de Inverno – Consiste na diversidade de eventos realizados nos meses de julho e agosto, com atrações musicais, teatro, circo, dança, literatura, atividades esportivas, encontro de motos. A programação conta com atrações para todo mês de julho e início de agosto, em diversos locais da cidade, trazendo artistas consagrados, orquestras, apresentações culturais variadas, workshops, exposições e debates fazem parte da multiplicidade do mix artístico à disposição da população, de modo a engrandecer nossa diversidade cultural.

- Encontro de Carros Antigos – Evento realizado anualmente na praça do Museu Municipal, com presença de grande público jauense e da região, onde ocorre exposição de carros antigos, além de outras atrações, como shows ao vivo, comercialização de peças, praça de alimentação, exposição e comercialização de trabalhos de artesãos. Tem por objetivo encontrar amigos, reunir amantes de automóveis históricos, comer quitutes deliciosos, ouvir boa música, receber orientações da área de saúde, relaxar.
- ExpoJaú – A festa comemoração ao aniversário da cidade, conta com exposição de equinos e bovinos, inclusive cavalos mangalarga, além apresentações musicais, astronomia entre outros.
- Salão Internacional de Fotografia – Exposição fotográfica que ocorre anualmente, aberta ao público, das 07h00 às 22h00, reunindo imagens selecionadas entre as diversas fotos enviadas para a organização do Foto Clube de Jaú, que promove o evento. O Salão Jauense Internacional de Arte Fotográfica é único no País, com patrocínio da Federação Internacional de Arte Fotográfica (Fiap).
- Festival Literário – O Festival Literário de Jaú (Festival Hilda Hilst) consiste na realização de eventos com programação artística definida, músicas e recital de poesias de Hilda Hilst.

- OUTROS EVENTOS:

DEZEMBRO/JANEIRO

- Reveillon Popular - Grande festa no final de ano, realizada ao ar livre, destinada ao público em geral, com shows musicais de diversos segmentos e realização dos eventos no Parque do Rio Jaú e no Distrito de Potunduva.
- Festival de Verão – Realização de shows musicais, inclusive com artistas renomados, contratados pelo Município, workshops nas áreas de artesanato, programação cultural vasta que investe em nomes conhecidos, atividades recreativas e esportivas desenvolvidas ao ar livre à toda população, entre os meses

de novembro e fevereiro, no Parque do Rio Jahu, com envolvimento dos professores de dança, aeróbica, entre outras atividades, principalmente aos finais de semana.

#### 4 – Objetivos:

➤ Geral:

Incentivar e fomentar a realização de eventos na cidade de Jahu, para os turistas e excursionistas, proporcionando o ordenamento cronológico dos eventos e sua divulgação, para aumentar a visitação e a permanência dos visitantes

➤ Específicos:

Divulgar de maneira ilustrativa o calendário de eventos nos postos de informações turísticas (PIT), hotéis, bares, restaurantes e outros atrativos que se enquadrem dentro do roteiro turístico de nossa cidade, bem como informar suas características específicas de maneira convidativa aos nossos turistas ao longo de todo ano de 2017.

As mudanças previstas se darão a partir do momento que nosso público alvo “turista e visitante” conhecerem nosso calendário de eventos turísticos e de maneira já esperada, se organizarem para conhecerem nossos eventos numa próxima oportunidade que estiverem em nossa cidade. Deste modo, o volume esperado de visitantes para cada evento deve aumentar de maneira considerável criando maiores estímulos para nossa economia local

**6- Responsáveis pelo projeto:** Prefeitura Municipal de Jahu, COMTUR, SENAC, entre outros colaboradores.

**7- Localização:** Município de Jahu.

**8- Duração do projeto:** ano todo.

**9- Metodologia:** Definição inicial das datas comemorativas que incluem os eventos turísticos, com elaboração da proposta da ordem cronológica dos eventos, com participação do poder público e privado; avaliação do projeto por técnicos da Gerência Administrativa da



Secretaria de Cultura e Turismo, em que possa ser atestado que os eventos constituem geradores de fluxo turístico municipal, regional ou estadual. O calendário deve conter a exigência de periodicidade regular anual, estando assim, enquadrado no âmbito regional.

Estabelecer os critérios para divulgação gratuita dos eventos, incentivo aos promotores, dinamização da estrutura turística receptora e melhor aproveitamento dos equipamentos turísticos, adequando-os para o atendimento à demanda, em consonância com as políticas nacional e estadual de turismo, além de estimular uma maior permanência do turista no Município.

1. Incentivar os promotores dos eventos

(Realização de parcerias público-privadas; parcerias privada-privada; organizadores de eventos)

2. Definir das datas

O calendário de eventos deve ser definido anualmente, e a ele conferida publicidade na imprensa local e em jornal oficial do Município.

3. Avaliar técnica do calendário

A Gerência Administrativa da Secretaria de Cultura e Turismo, através de seus técnicos deve verificar e atestar a viabilidade do calendário a ser veiculado.

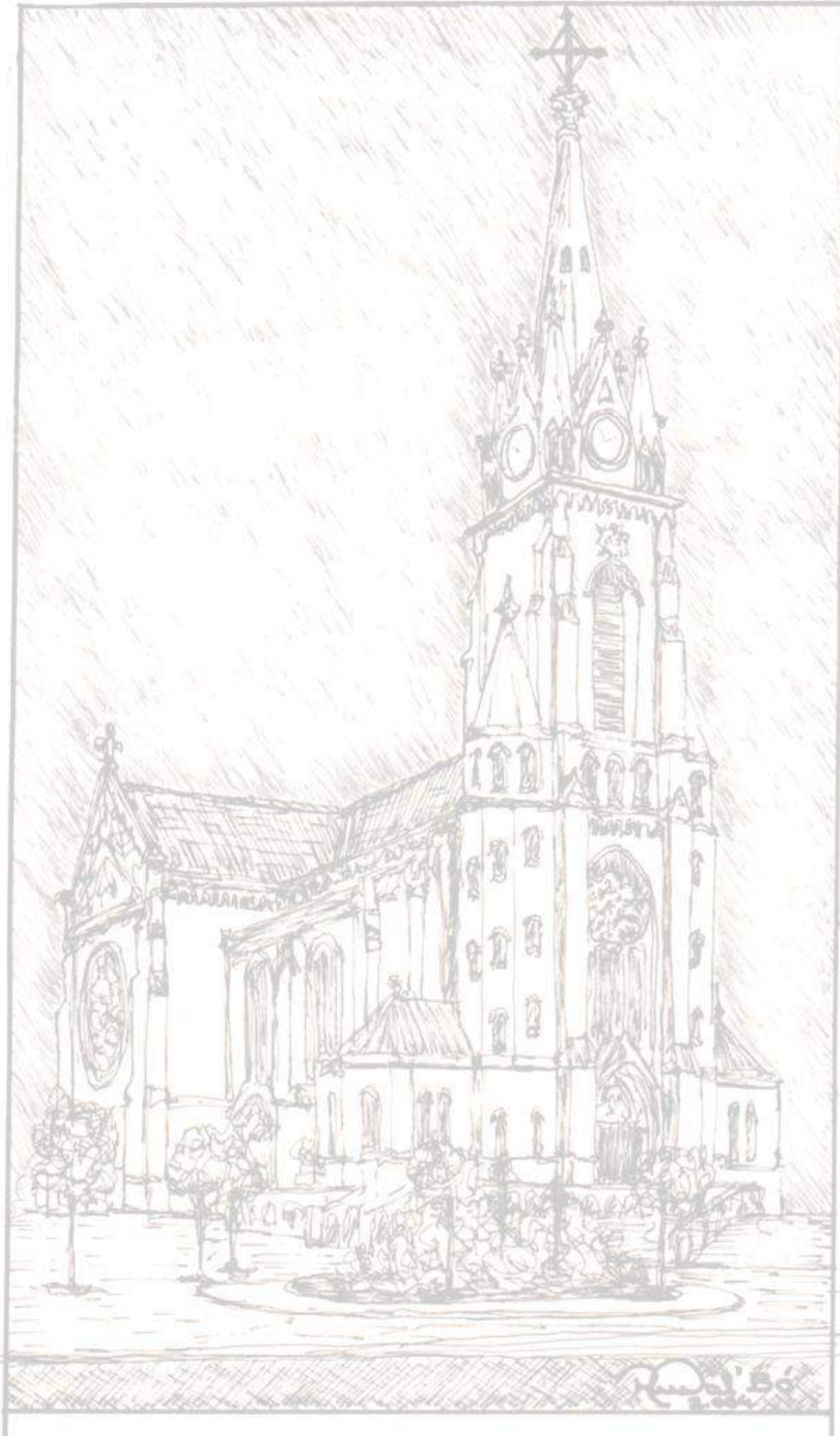
4. Estabelecer critérios para divulgação para eventos públicos e privados

5. Comunicar os entre os estabelecimentos hoteleiros, de alimentação e bebida

6. Elaborar/distribuir matérias de divulgação entre os estabelecimentos e parceiros

7. organizar estrutura receptora especial para turista e visitante

8. Avaliação do Evento



### 9- Cronograma de atividades:

Atividade	DEZ/ 16	JAN/ 17	FEV/ 17	MAR/ 17	ABR/ 17	MA IO/ JU N/1 7	OUT/ 17
Incentivar os promotores dos eventos							
Definir as datas dos eventos							
Avaliar tecnicamente o calendário							
Estabelecer critérios de divulgação para eventos públicos e privados							
Comunicar os eventos entre os estabelecimentos hoteleiros, de alimentação e bebida							
Elaborar/distribuir materiais de divulgação entre os estabelecimentos e parceiros							
Organizar estrutura receptora especial para turista e visitante							
Avaliação do Evento							

Tabela 06: Cronograma de atividades



## PROJETO 2: PIT E OBSERVATÓRIO DE TURISMO

### INTRODUÇÃO

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

Portanto é indispensável a criação e implantação dos PITs em Jaú, como parte da infraestrutura local e um dos objetos da hospitalidade.

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

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

Os PITs - Postos de Informações Turísticas, são instalações que integram a infraestrutura turística de uma destinação e se configuram em unidades fixas ou móveis, que podem ser construídas em alvenaria, instaladas em quiosques de madeira ou montadas em “trailers”, com pontos fixos de atendimento, ou ainda podem ser constituídas unidades itinerantes em que equipes se utilizem de “totens” e promova o atendimento em diferentes locais, dependendo da concentração de público e que se faça necessária a presença de

informações. Essas instalações ficam destinadas ao atendimento ao turista e à população local, através da prestação de informações, bem como de outros serviços, a depender do porte do posto de informações turísticas. Os PITs se configuram estratégia de marketing para o desenvolvimento da hospitalidade no produto turístico, além de possibilitar a coleta de dados para atualizar e organizar as informações sobre o turismo, cadastrando visitantes e desenvolvendo pesquisas no mercado turístico.

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

## **JUSTIFICATIVA**

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

Diante disso, a informação turística tem como finalidade garantir o acesso fácil nas localidades aos produtos, serviços e atrativos turísticos e por sua vez, possibilitar um deslocamento acessível. Assim, a informação turística necessita estar presente sendo fator pertinente no processo de desenvolvimento local.

## **OBJETIVOS**

Esse tópico mostra os objetivos gerais e os objetivos específicos do processo de instituição dos PITs, como apoio ao desenvolvimento da atividade turística e atendimento a demanda quem a cidade de Jaú.

## OBJETIVOS GERAIS

Implantar Postos de Informações Turísticas – PITs, no município de Jahu para estruturar, ordenar, sistematizar, qualificar e ampliar a oferta de informações turísticas de forma integrada e organizada, considerando que um PIT será instalado no **Território do Calçado** por se tratar da principal local de acesso de visitantes à cidade, e outros serão instalados no **Terminal Rodoviário e Mercado Municipal**, para suprir de informações as pessoas que visitam o centro da cidade a cidade.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos da implantação dos PITs – Postos de informações Turísticas, podem ser descritos como:

- Oferecer serviço qualificado e estruturado no atendimento ao turista e à população residente;
- Facilitar o acesso a informações e instruções aos que visitam a cidade e a população local;
- Incentivar o marketing dos produtos turísticos locais e regionais;
- Consolidar e agregar valor aos produtos turísticos;
- Promover o desenvolvimento da atividade turística local;
- Identificar e sistematizar informações, realizando pesquisas e catalogando dados, referentes a demanda turística no município.

## 4 LOCALIZAÇÃO

Analisando a chegada e movimentação dos turistas na Estância Turística de Ibitinga, sugere-se a implantação dos PITs fixos em dois localizações distintas e necessárias ao atendimento ao turista e à população local.

#### 4.1 LOCAL DO PIT FIXO

- O primeiro PIT será instalado no Território do Calçado, por se tratar da principal local de acesso de visitantes à cidade.
- O segundo PIT será instalado no Terminal Rodoviário/Mercado Municipal, que podem ser implantados para suprir de informações as pessoas que chegam a cidade.

#### **ESTRUTURA DO SISTEMA DE INFORMAÇÃO**

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

No PIT no Território, se constituirá um quiosque de informação de madeira com espaço fechado e seguro, com vitrines e expositores de panfletos, conta ainda com móveis do tipo mesa, cadeira e armário arquivo. E que será suprido com material de apoio para consultas, do tipo listas com nomes e telefones de hotéis e restaurantes, localização dos serviços públicos, postos de combustíveis, catálogo telefônico atualizado do comércio em geral, mapas, folders e panfletos de eventos locais e regionais, a serem distribuído aos turistas que ali pararem para obter informações. Poderão ser identificadas outras necessidades no momento da efetiva instalação, o que será resolvido oportunamente.

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

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

#### **PERFIL DO AGENTE**

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

- Atuar como provocador do desenvolvimento do turismo a partir das informações prestadas e o estímulo às visitas.
- Aplicar com responsabilidade e ética profissional os conhecimentos trabalhados no curso de capacitação para a prestação de serviços turísticos.
- Utilizar as diversas linguagens de comunicação e tecnologias para a dinâmica da prestação de informações para o desenvolvimento da atividade turística.

## **NÚMERO DE AGENTES**

É necessário definir o número mínimo de AITs para o funcionamento dos PITs sugeridos nesse projeto, sendo assim segue composição das equipes.

### **NÚMERO DE AGENTES NO PIT FIXO**

Para atendimento a demanda turística nos PITs de Ibatinga, são sugeridos inicialmente um número mínimo no total de treze (13) AITs, que serão escalados de acordo com a sugestão a seguir.

- No PIT do Território da cidade serão alocados três (03) AITs que atuarão de acordo com a escala determinada previamente.
- Nos PITs Terminal Rodoviário serão alocados igualmente três

## **DIAS E HORÁRIOS DE FUNCIONAMENTO**

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

### **DIAS DE FUNCIONAMENTO DOS PITs**

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



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

## HORARIOS DE FUNCIONAMENTO DOS PITs

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

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

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

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

## MATERIAL DE APOIO

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

Entende-se por material de apoio todo conteúdo impresso, contendo listas de nomes e telefones dos hotéis, restaurantes, agências de turismo, telefones úteis, atendimentos públicos de saúde e segurança, guias locais e regionais, revistas, informativos, mapas da cidade, catálogo telefônico geral atualizado, cartazes e folders de eventos locais e regionais quando for o caso e demais itens que servem de referências para aqueles que vêm visitar Ibatinga.

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

## **MATERIAL DIDÁTICO**

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

## **FORMA DE TREINAMENTO**

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

## **MANUAL DE ATENDIMENTO**

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

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

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

E por fim, um Manual Prático de Atendimento ao Turista, elaborado pelos alunos do 3º ano do Curso de Turismo da FAIBI, com regras básicas do dia-a-dia, que poderão acompanhar o AIT de Ibatinga e auxiliá-lo no atendimento disponibilizado ao turista que chegar a Ibatinga.

## **PROJETO A.3. Artesanato Jahu**

**2- Sumário Executivo:** Concurso de arte e artesanato que visa a divulgação dos ícones representativos identidade cultural de Jahu. Promover a criação de obras e produtos que tragam em sua composição uma ligação com a cidade, quer seja pela matéria prima escolhida, pela técnica utilizada, pela simbologia na peça representada. O concurso deverá ser aberto a participantes de todas as regiões e consolidado no calendário de eventos, fazendo parte das comemoratividades do aniversário da cidade, ocorrendo no mesmo período da Feira Regional de Artesanato.

**3- Justificativa:** No calendário de eventos da cidade os artistas plásticos e artesãos não são prestigiados e nem incentivados a produzirem levando em conta a identidade cultural local.

- A cidade não tem uma identidade artística-cultural, isso pode ser percebido nos produtos vendidos nas mais diversas áreas, um exemplo pode ser observado na Feira de Artesanato, onde são poucos os artistas e artesãos que trazem nas suas peças e obras a identidade jahuense.
- O concurso atrairá pessoas de fora, e estes podem ser considerados turistas de negócios.
- Os artistas e artesãos terão no concurso um viés para expor e comercializar suas obras.
- O concurso possibilitará a fixação dessa identidade visual artística-cultural não apenas na cidade mas na região com sua divulgação e visitação.

#### **4 – Objetivos:**

- Geral
- Específicos

##### **4.1 – Objetivo Geral**

Promover a criação e fixação de uma identidade visual artística-cultural mediante concurso dos artistas e artesãos que utilizarão matéria prima, técnicas ou signos que remetam a cidade de Jahu, tais como bagaço de cana, café, material de descarte das fábricas de calçado, e como símbolos locais, o brasão, a bandeira e suas cores, personagens e suas histórias, imagens que remetam a nossa cultura, entre outros.

#### 4.2 - Objetivos Específicos

- Promover o desenvolvimento de novos produtos e técnicas utilizando matéria prima com identidade local, como por exemplo bagaço de cana, café, material de descarte das fábricas de calçado.
- Promover a criação utilizando símbolos como por exemplo, brasão, bandeira e suas cores, personagens e suas histórias, imagens que remetam a nossa cultura e etc..

**5- Responsáveis pelo projeto:** Secretaria de Cultura e Turismo

**6- Localização:** Estação da Artes no período da Feira Regional

**7- Duração do projeto:** junho, julho e agosto.

#### 8- Metodologia:

O Concurso se dará em x etapas:

1ª Etapa – Divulgação do Concurso deverá ocorrer no mês de junho e julho, com apresentação do regulamento, categorias, local e datas para as inscrições.

Categorias:

- Artes plásticas
- Artesanato

Critério de escolha

Qual obra ou peça melhor representa a cidade sem levar em conta a complexidade da técnica, mas a originalidade e a proposta de identidade cultural da cidade de Jahu. Para o artesanato os critérios da Sutaco deverão ser observados.

2ª Etapa – Criação de júri especializado para análise das obras contando com 1 artista plástico, 1 artesão, 1 agente da Sutaco, 1 historiador, 1 representante do Departamento de Turismo.

3ª Etapa – Abertura da Exposição da Artesanarte Jahu com as obras que concorrerão. Esta deverá acontecer duas semanas antes do início das festividades de comemoração do aniversário da cidade.

4ª Etapa – As obras deverão ser apresentadas ao júri que deverá apresentar o resultado imediato segundo as categorias apresentadas.

5ª Etapa – A premiação e certificação deverá acontecer no evento.

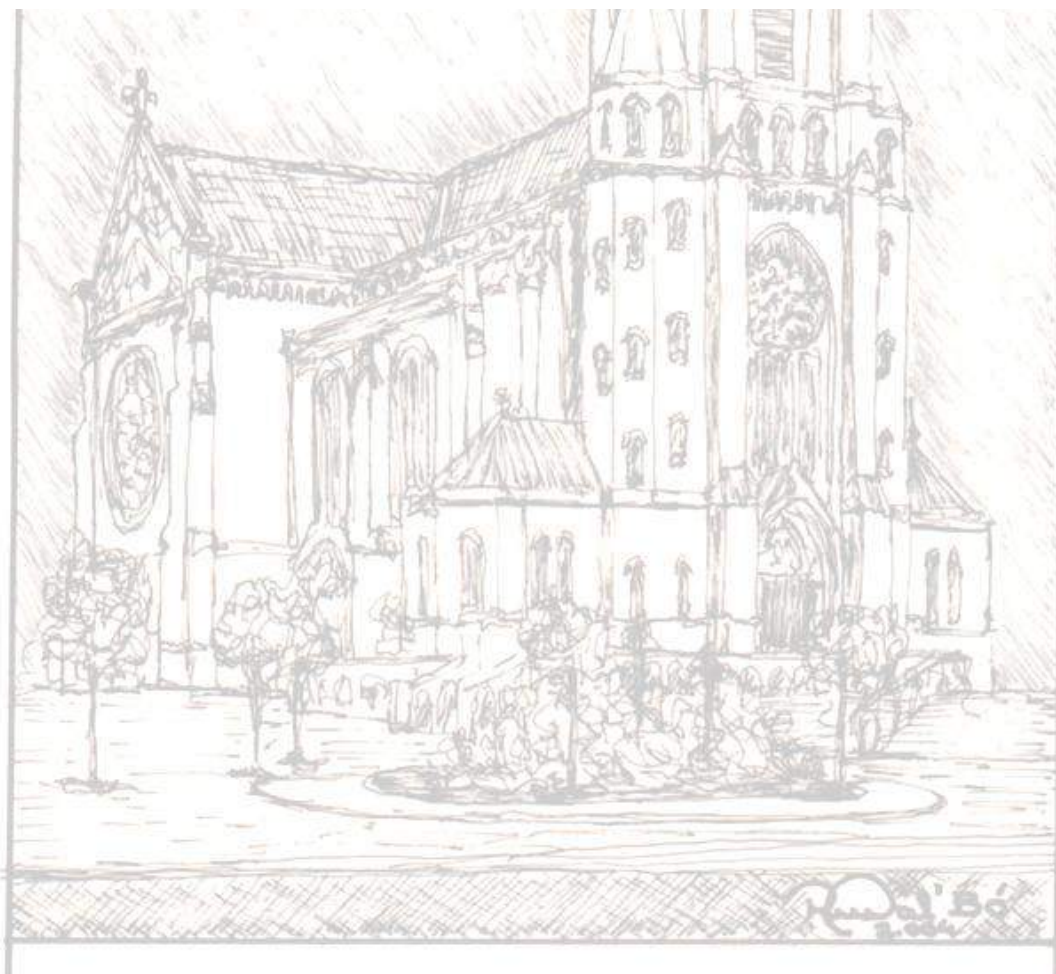
### 9- Cronograma de atividades:

As atividades ocorrerão entre os meses de junho e agosto, tendo seu encerramento durante as festividades de comemoração do aniversário da cidade.



Atividade	Responsável	junho	junho	agosto
1ª Etapa – Organização, divulgação e inscrições.	Secretaria de Cultura e Turismo			
2ª Etapa – Formação do júri.	Secretaria de Cultura e Turismo			
3ª Etapa – Abertura da Exposição	Secretaria de Cultura e Turismo			Início do mês
4ª Etapa – Julgamento	Secretaria de Cultura e Turismo			Dia do evento.
5ª Etapa – Premiação e certificação	Secretaria de Cultura e Turismo			Dia do evento.

Tabela 07: Cronograma de atividades projeto 2



## **PROJETO A.4 : FOMENTO NA ELABORAÇÃO DO PLANO DE MARKETING**

### **APRESENTAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO OU GRUPO DE ORGANIZAÇÕES**

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

Desta maneira o plano de marketing vem a fomentar o acesso dos turistas a informação sobre a cidade priorizando as atrações turísticas e o comércio local, criando um canal de comunicação que vai da identificação do público, à definição de estratégias.

Assim, focalizando o caso do município de Jaú, procura-se examinar ações, já existentes e futuras, de marketing voltado ao turismo na cidade, priorizando o desenvolvimento e difusão da função turística e comercial, sabendo mostrar com beleza o que é a realidade da cidade.

### **OBJETIVOS**

#### **Objetivos Gerais:**

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

#### **Objetivos Específicos:**

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

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

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

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

Exteriorizar campanha nacionalmente para trazer turistas para a cidade

### **RESPONSÁVEIS PELO PROJETO**

Poder público e privado do município, dentre eles microempresas, empresas de grande porte, Associações e Sindicatos de Classe.

### **PARCERIAS**

Parcerias que visem o financiamento da promoção da cidade através do marketing, entre empresas privadas e o setor público.

### **LOCALIZAÇÃO**

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

### **DURAÇÃO DO PROJETO**

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

### **METODOLOGIA**

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

A pesquisa é um recurso vital que serve para: i) conhecer o perfil do cliente, tanto de maneira quantitativa (potencial do mercado), quanto de maneira geodemográfica (estilo de vida, características comportamentais, hábitos de consumo, escolaridade e renda); ii) perceber a estratégia dos concorrentes e observar seus pontos fortes e fracos; e iii) analisar os fornecedores e as empresas que fornecem produtos e serviços: sistema de vendas e distribuição, políticas de preços e cobrança, qualidade dos produtos e serviços.

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

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



## **2. Análise interna e externa de mercado**

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

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

## **3. Estratégias de Marketing**

### **3.1 Conceituação de produto**

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

### **3.2 Elaboraões de marca**

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

### **3.3 Segmentação de mercado**

A segmentação de mercado, nada mais é do que separar uma parte do mercado, agrupando um conjunto de entidades (pessoas e organizações, ou pessoas ou organizações), de acordo com determinadas características. É uma estratégia de marketing que facilita a ação da empresa, em cada segmento, ajustando as características da oferta ao que cada segmento de mercado demanda. As características demográficas, econômicas, legais, políticas, tecnológicas e culturais do ambiente podem comprometer, favoravelmente ou não, as previsões e o planejamento do negócio.

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

### **3.4 Distribuição**

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

O material de divulgação a ser utilizado poderá ser:

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

### **3.5 Comunicação/promoção**

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

Todas as especialidades da comunicação devem ser utilizadas, Jornalismo, Relações Públicas, Marketing, Publicidade e Propaganda, bem como feiras dos produtos, levando a marca da cidade a vários lugares, para obter uma comunicação eficiente e os objetivos e resultados sejam ampliados. Sendo o foco principal atrair o público para conhecer os produtos e serviços da cidade de Jaú.

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

A divulgação do material de promoção do município poderá ocorrer via: i) online por redes sociais e sites blogs e portais; ii) meios de comunicação, por rádio ou televisão e cinema; iii) off-line, encartes promocionais, espalhados pelos principais comércios da cidade

e em feiras de turismo para divulgação em massa, revistas, jornais, e em outdoor dispostos em pontos estratégicos pré-definidos.

Nesse material deverá conter todos eventos comemorativos da cidade (religiosos, tradicionais e cívicos) e as principais atrações turísticas da cidade. Dentre as atrações turísticas e datas comemorativas e importantes para a cidade pode-se citar: i) região central da cidade (com lojas preparadas para atender os turistas e a feira, realizada na praça da matriz, aos sábados e domingos); ii) feira do bordado realizada no mês de julho; iii) Corpus Christi; iv) Via Sacra; v) Igreja Matriz; Fazenda Voltinha; e vi) Pantaninho/Rio Jacaré Pepira.

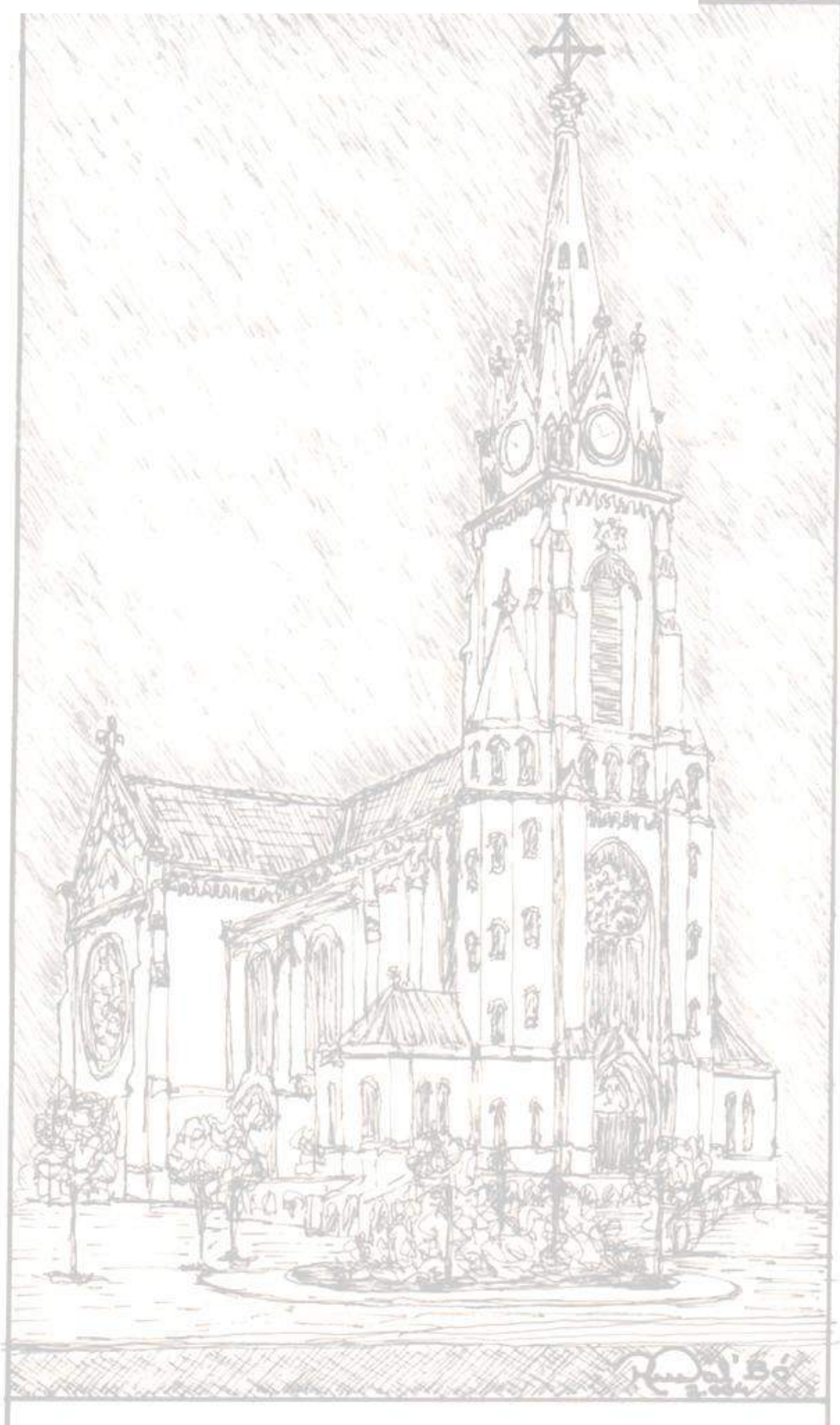
Outro fator importante para o turista é informar quais os principais pontos gastronômicos da cidade e hotéis para a estadia (guia informativo da cidade), onde o mesmo poderá se sentir mais seguro e aumentará a sua satisfação, possibilitando que o mesmo retorne a cidade mais vezes. Realizar concursos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

#### CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

ATIVIDADE	JAN-JUN/17	JUL-DEZ/17	JAN-DEZ/18
Elaboração do material			
Confecção do material			
Distribuição do Material			

#### CRONOGRAMA FINANCEIRO

Atividade	Valor (R\$)
Pesquisa de mercado	7.990,00
Análise interna e externa de mercado	5.000,00
Conceituação de produto e definição de marca	30.000,00
Estudo de segmentação de mercado	5.000,00
Distribuição	2.000.000,00
Comunicação/ Ações promocionais	200.000,00



## **PROJETO A.5 - Elaboração de materiais de divulgação.**

### **2- Sumário Executivo**

O presente projeto tem como pretensão elaborar materiais para a divulgação dos atrativos turísticos, sendo desenvolvidos digital ou fisicamente, envolvendo o desenvolvimento de sites, aplicativos, mapas, folders, vídeos institucionais entre outros meios de comunicação, valendo-se de técnicas de marketing digital para maior eficiência dos canais de comunicação utilizados.

Com o desenvolvimento de materiais de divulgação o projeto almeja destacar e popularizar os atrativos turísticos do município, tornando-os mais interessantes e mais acessíveis aos visitantes que conhecem ou não o município.

### **3- Justificativa:**

O desenvolvimento do potencial turístico é uma saída para muitos municípios e representa uma saída para a viabilização econômica e a ampliação das opções de negócio e capacidade produtiva. Indiscutivelmente o turismo é um importante fator de transformação e crescimento dos municípios, sendo capaz de agregar valores naturais, sociais e históricos em projetos geradores de emprego e renda.

Jahu é uma cidade com ricas e diversas experiências que podem ser desfrutadas, sendo necessária uma melhor divulgação dos pontos turísticos existentes, despertando um maior interesse da população local e dos muitos visitantes que a cidade recebe.

O desenvolvimento de um projeto utilizando os meios de comunicação digital e física permitirá aos munícipes e também aos visitantes da cidade e região um maior conhecimento dos atrativos turísticos que o município dispõe.

### **4 – Objetivos**

#### **4.1 – Objetivo Geral**

Criar e desenvolver materiais publicitários, utilizando-se de meios físicos e digitais visando a divulgação dos atrativos, serviços turísticos e comércio do município, para tornar a informação acessível aos visitantes, utilizando-se, dentre outros meios, mapa e folhetos

informativos; ferramentas de comunicação social; sites e aplicativos para dispositivos moveis; revista e guia turístico; e vídeo institucional do município.

## **5 - Objetivos Específicos**

### **5.1 - Objetivos Específicos**

- produzir meios físicos de divulgação como revistas, folders, mapas e panfletos, bem como utilizar recursos digitais como vídeos, sites, aplicativos e ferramentas de comunicação social, visando divulgar os atrativos, serviços turísticos e comércio do município.
- aumentar a popularidade dos atrativos, serviços turísticos e comércio do município.
- ofertar produtos e serviços turísticos.
- tornar mais acessível a informação aos visitantes.

## **6- Responsáveis pelo projeto**

Poder público municipal, COMTUR, iniciativa privada, dentre eles microempresas, empresas de grande porte e Associações e Sindicatos de Classe.

**6- Localização:** Município de Jahu.

**7- Duração do projeto:** De curto à longo prazo.

## **8- Metodologia**

Por se tratar de medidas emergenciais o projeto de divulgação dos atrativos, serviços turísticos e comércio do município serão desenvolvidos em um projeto em paralelo ao plano de marketing, pois muitos são de iniciativa privada e outras de iniciativa pública.

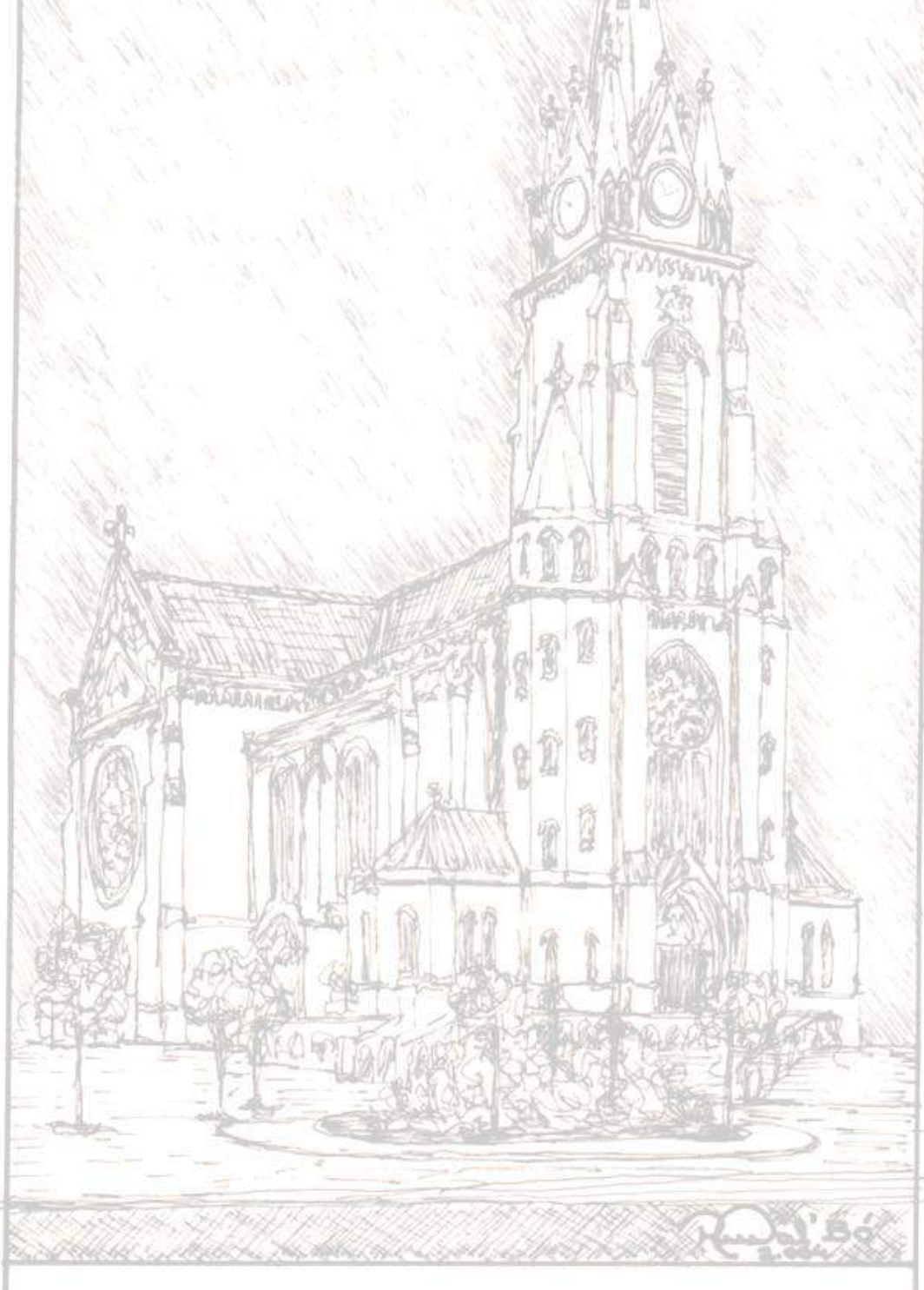
Os caminhos escolhidos para que aconteçam a divulgação dos atrativos serão divididos em veículos de comunicação diversificados.

- Mapa/Folder – Pensando em um material único será desenvolvido folders ilustrativos com breves informações pertinentes aos atrativos hierarquizados, juntamente com um mapa que trará toda localização e acessos dos mesmos.
- Ferramentas de comunicação social– Praticamente nenhuma estratégia de divulgação hoje em dia pode evitar as redes sociais; a quantidade assustadoramente grande de usuários deste tipo de ferramenta é algo que ninguém pode ignorar. Independentemente do seu negócio, é extremamente provável que você irá encontrar alguém na rede que se interesse pelo seu produto/serviço. Portanto é de extrema importância o desenvolvimento de páginas no facebook, Instagram, Twitter entre outras redes de interação social.
- Sites e aplicativos – A utilização desse meio de comunicação visa atingir a maior demanda possível de usuários, por ser online todos terão acesso a informações sobre todos os atrativos, serviços turísticos e comércio do município.
- Revista/Guia turístico – Propõe uma melhor explicação trazendo mais detalhes particularizados sobre cada um dos atrativos, serviços turísticos e comércio do município.
- Vídeo institucional – Esse item tem como objetivo ressaltar os pontos positivos do atrativo persuadindo o visitante e apresentando os benefícios de visitar o município.

#### 9- Cronograma de atividades:

Atividade	2017	2018	2019	2020
Mapa/Folder				
Ferramentas de comunicação social				

Sites e aplicativos				
Revista/Guia turístico				
Vídeo institucional				





## **PROJETO B.1**

### **1- Título: Criação de Roteiros Turísticos**

#### **2- Sumário Executivo**

O presente programa visa estabelecer uma forma de organizar e integrar a oferta turística do município de Jahu. São justamente os produtos, serviços e equipamentos turísticos, além das atividades complementares relacionadas ao turismo, que compõem essa oferta e que serão objeto do processo de roteirização aqui descrito.

Mostra-se como elemento-chave para permitir que os recursos, resultantes do incremento da atividade turística de uma região, possam significar a promoção de inclusão social e auxiliar na redução das desigualdades sociais e regionais, criando condições para que os objetivos propostos pelo Programa sejam alcançados.

#### **3- Justificativa:**

Deve-se entender a roteirização turística como um passo fundamental, pelo papel que pode exercer na busca pelo desenvolvimento socioeconômico de nosso município. Sua correta implementação pode contribuir para o aumento do fluxo de turistas para um determinado destino, assim como para aumentar seu tempo de permanência e os gastos que realizam.

#### **4 – Objetivos Geral:**

Estruturar, ordenar, qualificar e ampliar a oferta de roteiros turísticos locais e regionais de forma integrada e organizada, definindo o objetivo dos roteiros, direcionando sua elaboração para os públicos específicos, criando nome comercial, definindo atrativos e atrações, bem como itinerários, meio de transporte, programação, divulgação, e comercialização deste roteiros, sugerindo, dentre outros: Roteiro de Compras entre Jahu e Ibitinga; Roteiro de Náutico entre Barra Bonita, Jahu, Itapuí, Bariri e Ibitinga; Roteiro Náutico e Religioso entre Barra Bonita e Porto do Frei Galvão(Jahu); Roteiro Gastronômico e Circuito Noturno para a visita a bares, restaurantes e casas noturnas; Roteiro à RPPN Amadeu Botelho; Roteiro Mandaguahy; City tour Histórico Arquitetônico; Rota cicloturística local e regional.

#### **5 - Objetivo Específico:**

1. Fortalecer a identidade local e regional;
2. Incentivar o empreendedorismo;
3. Estimular a criação de novos negócios e a expansão dos que já existem;

4. Ampliar e qualificar serviços e equipamentos turísticos;
5. Facilitar o acesso das pequenas e microempresas do mercado turístico regional, estadual, nacional e internacional;
6. Consolidar e agregar valor aos produtos turísticos;
7. Identificar e apoiar a organização de segmentos turísticos;
8. Promover o desenvolvimento regional

#### **6- Responsáveis pelo projeto:**

Departamento de Turismo, COMTUR, Representantes dos atrativos em potencial, representantes dos equipamentos e serviços do turismo receptivo instituições e pessoas responsáveis pela realização do projeto.

**7- Localização:** Município de Jahu

**8- Duração do projeto:** De curto à médio prazo.

#### **9- Metodologia:**

**1- Objetivo;**

**2- Direcionamento;**

**3- Título;**

**4- Atrativos;**

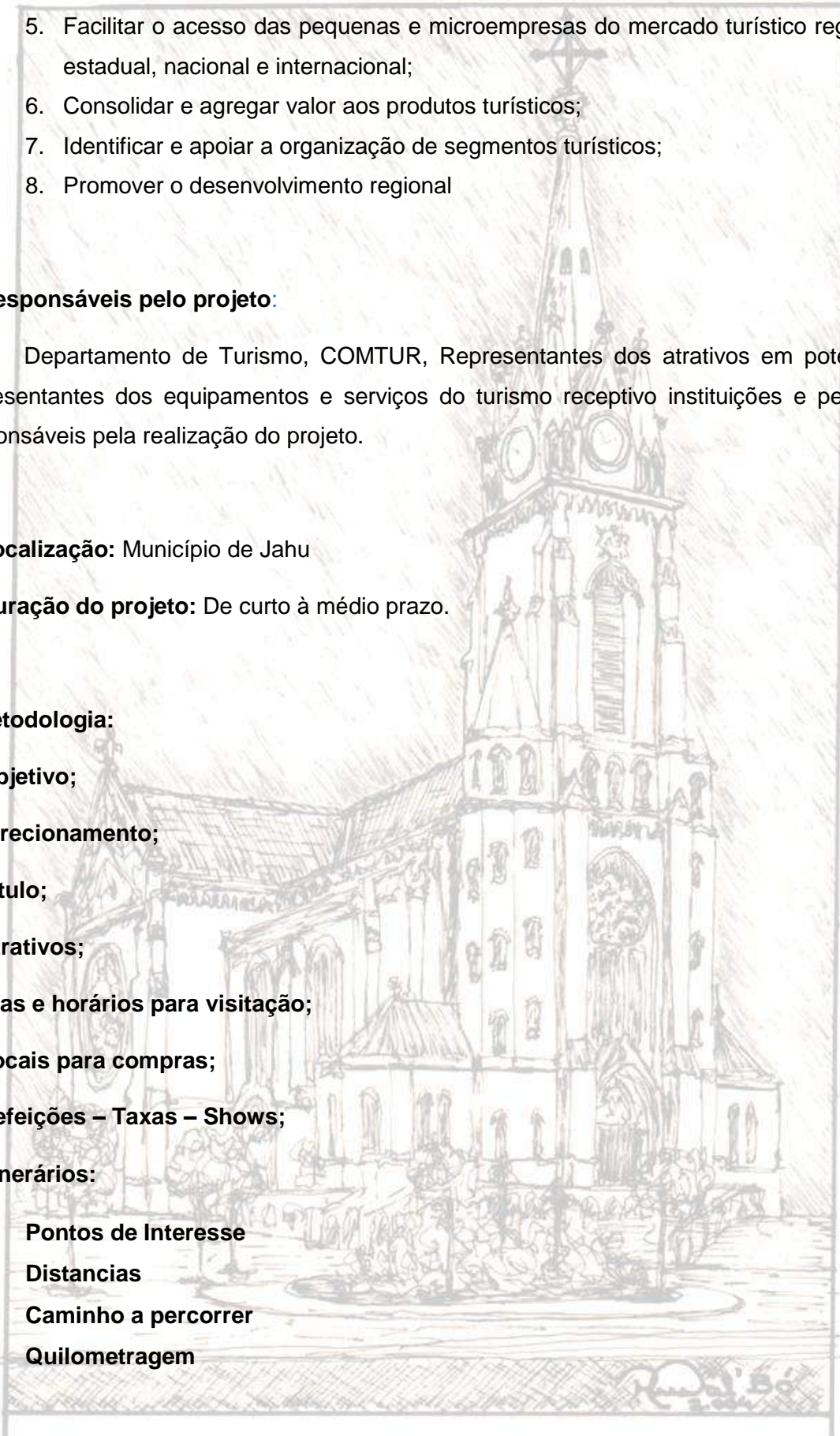
**5- Dias e horários para visitação;**

**6- Locais para compras;**

**7- Refeições – Taxas – Shows;**

**8- Itinerários:**

- **Pontos de Interesse**
- **Distancias**
- **Caminho a percorrer**
- **Quilometragem**



**9- Numero de paradas;**

**10- Transporte:**

- Automóvel
- Ônibus
- Outros;

**11- Motorista (s)**

**12- Guia (s)**

**13- Animação**

**14- Duração**

**Sugestão de Roteiros**

- Roteiro de Compras  
1º dia: Compras de Bordado em Ibitinga, Compras no centro de compras de calçado de Jaú, jantar e hospedagem em Jaú
- Roteiro de Náutico  
1º dia: Compras no centro de compras de calçado de Jaú, passeio de Barco em Barra Bonita
- Roteiro de Cruzeiro Náutico e Religioso  
1º dia: minicruzeiro Religioso entre Barra Bonita e Porto do Frei Galvão
- Roteiro Gastronômico e Circuito Noturno  
1º dia: visita a Bares e Restaurante
- Roteiro RPPN Amadeu Botelho  
1º dia: Visita a RPPN do Amadeu Botelho
- Roteiro City tour Histórico Arquitetônico  
1º dia: City tour Histórico Arquitetônico e de comprar no centro da cidade
- Roteiro Mandaguahy

1º dia: visita a Fazenda Mandaguahy



**10- Cronograma de atividades:**

Atividade	Jun	Jun	Jul	Ago	Ago	Set	Set
1 Definição do Objetivo dos roteiros .							
2 Direcionar a elaboração de roteiros para os públicos específicos							
3 Criar Nome comercial do Roteiro							
4 Definir atrativos e atrações							
5 Dias e horários para visitação;							
6 Itinerários:							
7 Transporte;							
8 Elaborar programação							
9 Testagem;							
10 Divulgação;							
11 Preço e Comercialização (comissionamento e vendagem);							
12 Custos e Despesas							
13 Avaliação							

## **PROJETO B.2: Capacitação para Artesanato Turístico**

### **2- Sumário Executivo**

O projeto visa capacitar o artesão da Feira de Artesanato para o turismo receptivo fazendo com que esse seja capaz de atender a várias das necessidades dos nossos visitantes, como indicar atrativos turísticos, hospedagem, locais de alimentação e serviços em geral. Promover um contato mais estreito com a história, a cultura, o patrimônio e os atrativos turísticos da cidade para que este seja capaz de transpor para seu produto essas informações tornando-os representativos da cidade e atendendo as expectativas do visitante. Criar um espaço permanente de exposição e venda.

### **3- Justificativa**

A capacitação do artesão para o turismo receptivo e desenvolvimento de produtos representativos faz com que este seja capaz de dar ao turista as informações necessárias para que ele possa usufruir da estadia em nossa cidade, estimular a hospitalidade faz com que as pessoas voltem às suas cidades de origem levando boas referências de sua estadia, melhorar a qualidade do produto e promover essa representatividade fará com que a renda gerada pela exploração do turismo aumente.

- Hoje a cidade conta com um número considerável de artesãos, mas nem todos trazem dentre sua gama de produtos artigos destinados ao turista.
- A Feira de Artesanato deve ser considerada um atrativo turístico, sendo capaz de trazer para a cidade consumidores que venham adquirir produtos que são produzidos apenas aqui, por isso a necessidade desenvolver junto aos artesãos produtos representativos.
- Um ponto de exposição e venda permanentes se faz necessário para que os artesãos não se limitem apenas a feira de artesanato pontuada nos finais de semana.
- Os artesãos capacitados tem uma chance maior de venda perante o novo público que se apresenta crescente advindo das políticas efetivadas do fomento do turismo

### **4 - Objetivo geral**

Capacitar o artesão para que este possa oferecer para turistas e visitantes, produtos de qualidade que sejam representativos da cultura local, preparando-os para o turismo receptivo, e estimulando o aumento da renda advinda do artesanato, assim como promover sua formalização.

## 5- Objetivos Específicos

- Educar o artesão sobre a história, a cultura, o patrimônio, os símbolos da cidade para que este tenha uma gama de informações para transpor para seus produtos e se tornar um multiplicador de informação.
- Promover a melhoria do produto ofertado para o turista.
- Incentivar a utilização de matéria prima de descarte dos meios de produção locais, como couro natural e sintético, aviamentos, bagaço de cana e etc...
- Instruir o artesão para o empreendedorismo afim de que este seja capaz de aumentar sua renda tendo adquirido mais visão de mercado.
- Tornar o participante da Feira de Artesanato capaz de recepcionar o turista com hospitalidade e dispor das informações necessárias para suprir suas necessidades.
- Esclarecer sobre a possibilidade deste se tornar MEI e incentivar a formalização.
- Apresentar as linhas de crédito do Banco do Povo Paulista para que o artesão veja nesta uma possibilidade de melhorar seu produto, sua barraca, sua matéria prima e etc... e assim, conseqüentemente suas vendas.

**6- Responsáveis pelo projeto:** Secretaria de Cultura e Turismo e Secretaria de Desenvolvimento e Trabalho.

**7- Localização:** Museu Municipal de Jahu

**8- Duração do projeto:** 10h aula – divididas em 3 dias de atividades podendo ser modificado caso haja necessidade.

## 9- Metodologia:

A capacitação se dará em 6 etapas

- 1ª Etapa - Sensibilização para a importância da capacitação  
A sensibilização se dará através de folders e palestra inicial com os capacitadores. Essa fase deverá ser iniciada com a distribuição prévia dos folders já com as datas e o local de início da primeira palestra.  
Duração de 1h aula.
- 2ª Etapa – Palestra sobre Turismo Receptivo  
Essa fase deverá acontecer no mesmo dia da palestra inicial.  
Duração de 1h aula.

- 3ª Etapa – Palestra e visitação ao Museu. Palestra onde é abordada a história da cidade, os símbolos, personagens e etc.. Visita acompanhada de uma artista plástica que explica simultaneamente como essas informações podem ser transpostas para os produtos.  
Duração 2h aula.
- 4ª Etapa - Firmar parceria com a Sutaco para capacitação específica de arte e artesanato. A artista plástica e capacitada pela Sutaco, fará a análise do produto, orientação para a melhoria da qualidade, instrução para o aproveitamento do material de descarte dos meios de produção, orientação para a produção de itens destinados especificamente para o turista.  
Duração 4h com grupos divididos pro técnicas
- 5ª Etapa – Firmar parcerias com o Sebrae para capacitação na área do Micro empreendedorismo e realizar palestra sobre o MEI – Sala do Empreendedor - Sebrae  
Duração 1h aula
- 6ª Etapa - Palestra sobre microcrédito – Banco do Povo Paulista  
Essa etapa deverá ocorrer em seguida a palestra sobre o MEI  
Duração 1h aula
- 7ª Etapa – Encerramento com exposição das peças resultantes da capacitação, com certificação dos participantes.

### 10- Cronograma de atividades:

Atividade	1º dia	2º dia	3º dia	Encerramento
Sensibilização	Sensibilização com capacitadores			
2ª Etapa	Turismo Receptivo – Turismóloga Luana Reis – Responsável			



	pele Departament o de Turismo			
3ª Etapa	Palestra e visitação ao Museu – Historiador Fabio Grossi – Diretor do Museu			
4ª Etapa		Análise e formataçã o dos produtos - Sutaco		
5ª Etapa			Pelestra Sala do Empreende dor - Sebrae	
6ª Etapa			Palestra Banco do Povo Paulista	
7ª Etapa Encerrame nto				Exposição e certificação dos participantes.



## PROJETO C.1 - PARKLETS

### **Título:** PARKLETS

**Sumário Executivo:** Os parklets são ampliações temporárias do passeio público, realizadas por meio da implantação de plataformas sobre as áreas de estacionamento nas vias públicas. Podem ser equipados com bancos, floreiras, mesas e



e cadeiras, guarda-sóis, aparelhos de exercícios físicos, paraciclos ou outros elementos de mobiliário, com função de recreação ou de manifestações artísticas

### **Justificativa:**

A iniciativa da Prefeitura de Jahu em os Empresários com a regulamentação da implantação dos parklets busca humanizar e democratizar o uso da rua, tornando-a mais atrativa e convidativa. Atualmente os espaços públicos não prioriza a integração entre as pessoas. As calçadas em sua maioria não apresentam espaços adequados para o convívio entre os cidadãos. . A prevalência do automóvel, a velocidade, a poluição sonora e atmosférica fazem da rua um “não lugar”, cuja função seria reduzida ao tráfego motorizado. Enquanto o carro passa a maior parte do dia estacionado, o espaço por ele ocupado pode ser usado de forma qualitativa por pedestres e ciclistas. O projeto tem a finalidade de realizar a ampliação e melhoria do espaço público visando o convívio das pessoas. Trata-se de uma revisão das políticas de ocupação dos espaços públicos, por meio da melhoria da infraestrutura urbana e estratégias de atuação que diagnosticam carências e identificam potencialidades. O parklet é uma alternativa rápida e eficaz para áreas desprovidas de espaços públicos, e serve também como a criação de um lugar definido para o “estar”, um ponto de encontro. Assim os pedestres (Turistas) se beneficiariam com a ampliação da oferta de espaços públicos destinados a permanência na cidade, certamente este é um investimento que auxiliará na melhoria da qualidade de vida da população.

## 4 – OBJETIVOS

### 4.1 – Objetivo Geral

Melhorar a qualidade e quantidade dos espaços públicos, promovendo uma maior convivência em locais de comércio e serviços por meio da implantação de *Parklets*.

### 4.2 - Objetivos Específicos:

#### Ampliar a oferta de espaços públicos

Nossa Cidade apresenta uma carência de espaços públicos que realmente possam ser utilizados recreativamente pela população. Converter grandes áreas nos bairros centrais da cidade em praças e parques é muitas vezes inviável ou muito dispendioso. Por isso os Parklets (extensões de passeio público) podem ser uma solução viável.



#### Promover convivência na rua

O desenvolvimento de espaços de convivência nas ruas para proporcionar aos cidadãos maior interação social com a sua comunidade é uma tendência mundial. Essa relação entre pessoas aumenta a segurança, incentiva o comércio local e produz bairros mais humanizados.

#### Criar um novo cenário para as ruas centrais e avenidas de Jahu.

A construção de parklets vai permitir que a comunidade construa seu próprio espaço de convívio, resgate suas narrativas locais, inspirações e criem novos cenários, melhorando a paisagem urbana e transformando espaços em lugares melhores para de viver e conviver.

### 5- Responsáveis pelo projeto: Prefeitura Municipal, Empresários e Sindicatos.

**6- Localização:** preferencialmente na UDP 01 - Unidade de Paisagem

01, nas áreas definidas como pontos gastronômicos (ver mapa). Nas demais regiões da cidade os estabelecimentos de serviços e comércios de atividade turística autorizado pelo COMTUR

**7- Duração do projeto:** O projeto ficará em vigor por tempo indeterminado, mas sua



autorização valerá por 3 anos podendo ser renovado por mais 3 anos.



## 8- Metodologia: Passo à passo

### 1º Passo: Desenvolvimento do projeto (equipe técnica da PMJ).

Os Parklets terão dois modelos básicos (fornecidos pela PMJ). Um exclusivo para áreas de descanso e outro para bares e restaurantes

No desenvolvimento do projeto deverão ser contemplados parâmetros para instalação dos parklets nas vias públicas, como: declividade da via, largura do leito carroçável, enquadramento da via no plano de mobilidade urbana, entre outras.

### 2º Passo: Apresentação pública do projeto.

### 3º passo: Criação do Decreto e Publicação.

Os Parklets poderão ser instalados preferencialmente na UDP 01 - Unidade de Paisagem 01 (Lei Complementar nº 443/2012), nas áreas definidas como pontos gastronômicos (ver mapa). Nas demais regiões da cidade os estabelecimentos de serviços e comércio de atividade turística autorizado pelo COMTUR.

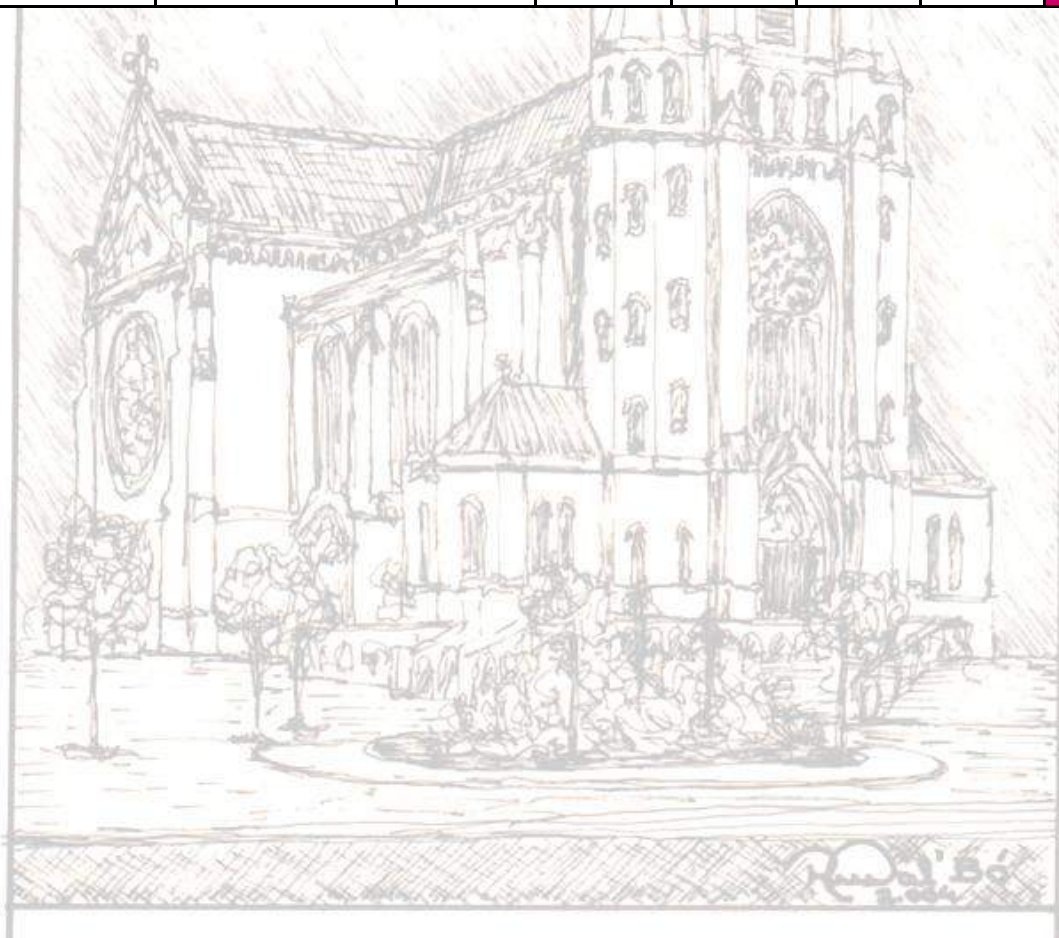
### 4º passo: Início da Implantação do Projeto

A partir desta etapa qualquer empresário que se enquadrarem no decreto poderá solicitar a implantação de parklets.

A instalação do Parklet deverá ser submetida a aprovação do poder público (Secretaria de Projetos e Secretaria de Mobilidade Urbana). O interessado deverá apresentar um requerimento à Prefeitura Municipal acompanhado dos documentos necessários e a localização exata do Parklet, e após análise será expedida uma autorização para fabricação e instalação do mesmo.

### 9- Cronograma de atividades:

Etapas	Responsável	1º mês	2º mês	3º mês	4º mês	5º mês	6º mês
Estudo/Projeto Técnico	Secretarias de Projetos, Mobilidade Urbana e COMTUR.						
Audiência Pública	Poder Público						
Decreto e Regulamentação	Poder Público: Secretaria de Negócios Jurídicos, Secretaria de Governo e Câmara Municipal.						
Início da Implantação	Iniciativa Privada						



## **PROJETO C.2 – Boulevard**

### **1- Título:** Boulevard/Calçada

### **2- Sumário:**

Boulevard/Calçada é uma forma de pavimentação de praças ou ruas pedonais, ou seja, destinadas somente a pedestres, contendo mobiliário urbano, equipamentos, árvores e vegetação em geral utilizadas em espaços públicos, geralmente localizado em áreas centrais das cidades. O primeiro calçada pública do Brasil foi o da



chamada Rua das Flores, na cidade de Curitiba, nome do trecho pedonal da Rua XV de Novembro. Sua função seria orientada principalmente à circulação pública de pedestres, além de conter espaços de estar, conjugando assim espaços tanto para a movimentação quanto para a permanência.

### **3- Justificativa:**

A iniciativa da Prefeitura de Jahu e dos Empresários/Logistas com a regulamentação da implantação de um Boulevard/Calçada busca humanizar e democratizar o uso da rua, tornando-a mais atrativa e convidativa. Atualmente os espaços públicos não priorizam a integração entre as pessoas. A prevalência do automóvel, a velocidade, a poluição sonora e atmosférica fazem da rua um “não lugar”, cuja função seria reduzida ao tráfego motorizado. Por isso existem várias razões para o desenvolvimento e implantação desse projeto. A primeira delas é facilitar a circulação de pedestres e impedir conflito com o trânsito de veículos em ruas de uso intenso, principalmente na área central. Atuando como corredores de comércio, estas vias pedonais reforçam os estabelecimentos comerciais nelas localizados, assim como valorizam o patrimônio arquitetônico e histórico, encorajando os investimentos privados. Além disso, provêm mais espaços destinados à convivência social no meio urbano, assim os pedestres (Turistas) se beneficiariam com a construção do Boulevard/calçada tornando um ponto de convergência do turismo, local bonito, agradável, acessível, valorizando o comércio/serviços, o centro histórico e melhorando a qualidade de vida da população.

## 4 – OBJETIVOS

### 4.1 – Objetivo Geral

Revitalizar e melhorar a qualidade do centro histórico e comercial, promovendo espaços de convivência e valorização, com a criação e instalação um Boulevard Turístico

### 4.2 - Objetivos Específicos:

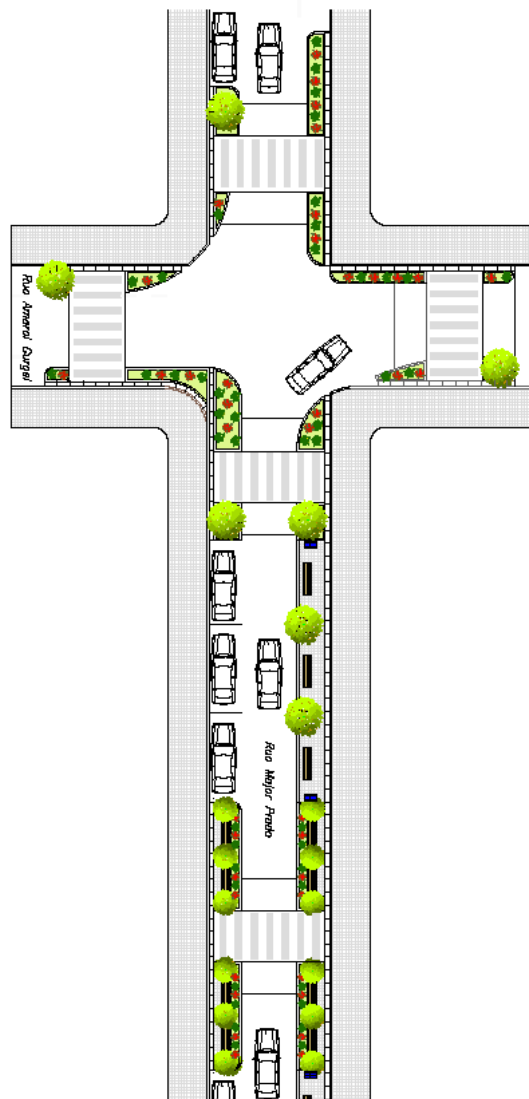
#### Valorização do Centro Histórico e Comercial

Valorizar e garantir espaços públicos de qualidade, inserção de equipamentos e mobiliários a fim garantir a circulação, acessibilidade, estar, lazer, usos e tratamento paisagístico. Essa intervenção tende expandir, renovar e valorizar a atividade comercial da área o patrimônio arquitetônico trazendo mais vida para o centro da cidade.

#### Criar um novo cenário para as ruas do Centro Comercial/Histórico.

Revitalização de ruas e áreas centrais da cidade, melhoria do desempenho do comércio varejista e a atração de novos investimentos. Em conjunto com estas melhorias, em geral, há uma valorização imobiliária e, além de um acréscimo na frequência de turistas.

Uma economia sadia no centro da cidade propicia atração de novos investimentos, a valorização do patrimônio histórico arquitetônico que se reverte em melhorias para a





comunidade contribuindo para a sociabilidade entre as pessoas e humanização do espaço urbano.

**6- Localização:** O Boulevard/Calçada será instalado no centro histórico na rua Major Prado entre Ponte do Rio Jaú e a rua Lourenço Prado (ver mapa).

**7- Duração do projeto:** O projeto ficará em vigor por tempo indeterminado.

**8- Metodologia: Passo à passo**

**1 Passo:** Desenvolver o projeto técnico (equipe técnica da PMJ).

O boulevard será um semi calçada contemplando o alargamento da calçada e permitindo o transito de veículos leves.

**2 Passo:** Audiência com empresários/lojistas e sindicatos para apresentação do projeto.

**3 passo:** Criação do Decreto de Regulamentação.

**4 Passo:** Captação de Recursos através de convênios ou verbas públicas.

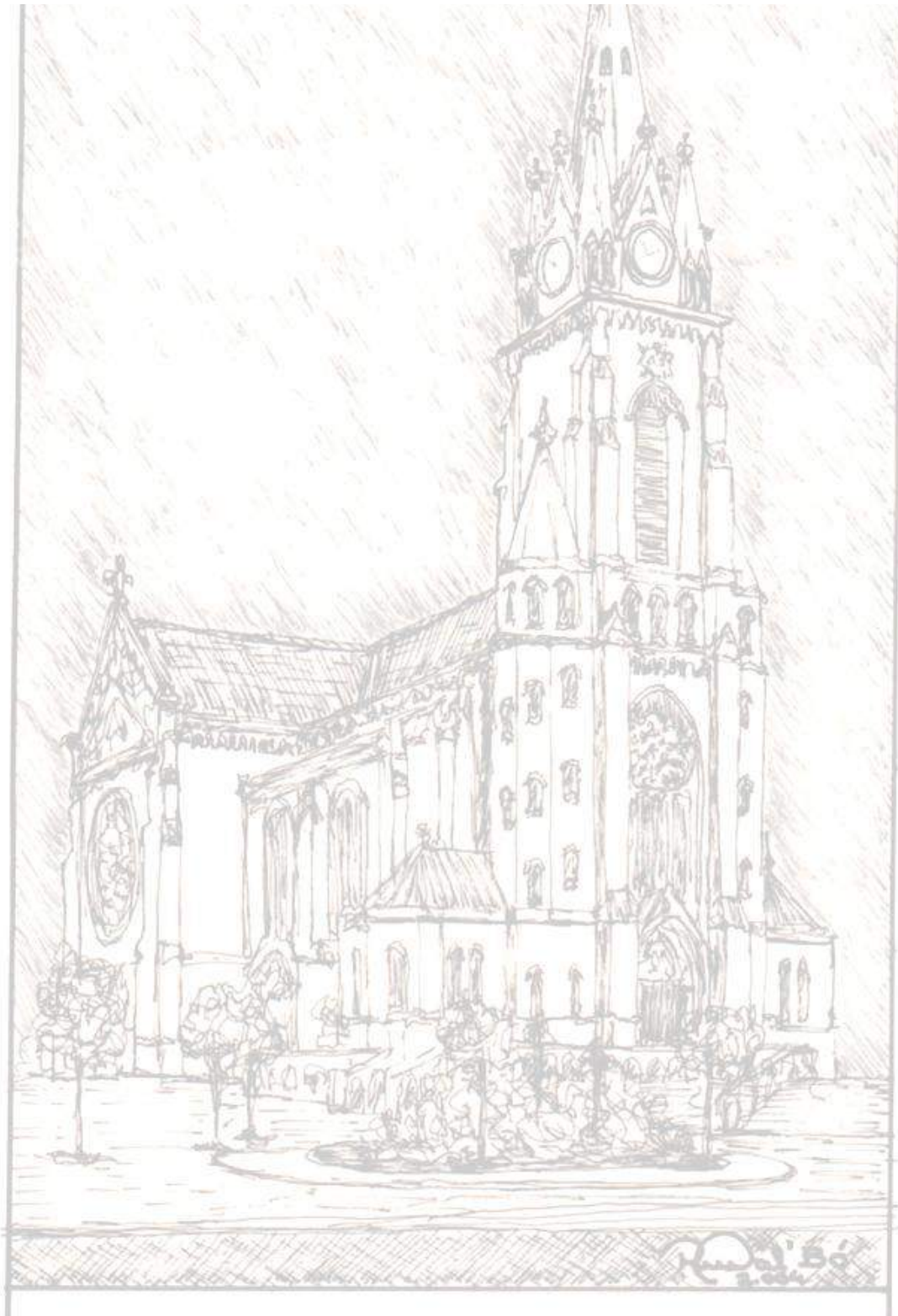
**5 Passo:** Implantação do Projeto.

Com todas as etapas concluídas a Prefeitura poderá dar início a implantação do projeto.

**9- Cronograma de atividades:**

Etapas	Responsável	1º mês	2º mês	3º mês	4º mês	5º mês	6º mês
Estudo/Projeto Técnico	Poder Público: Secretarias de Projetos e Mobilidade Urbana.						
Reuniões com lojistas e Sociedade Civil	Poder Público/Poder Privado.						
Decreto e Regulamentação	Poder Público Secretaria de Negócios Jurídicos, Secretaria de Governo e						

	Câmara Municipal.						
Início da Implantação	Poder Público/Poder Privado						



## PROJETO C.3 – PARQUE LINEAR DO RIO JAHU

### 1- Título: PARQUE DO RIO JAHU

#### 2- Sumário

##### Executivo:

Parques lineares  
intervenção  
urbanísticas que  
criam ou  
recuperam áreas  
verdes  
associadas à



são

rede hídrica, utilizados como instrumentos estruturadores de programas ambientais em áreas urbanas, para o planejamento e gestão de áreas degradadas. Sua implantação busca, em geral, conciliar aspectos urbanos e ambientais, dentro da legislação vigente e da realidade existente. Essas áreas são destinadas tanto à conservação quanto à preservação dos recursos naturais a partir da interligação de fragmentos de vegetação e da agregação de funções de uso humano, promovendo lazer, cultura e rotas de locomoção não motorizada (ciclovias e caminhos de pedestres).

#### 3- Justificativa:

A iniciativa da Prefeitura de Jahu e dos Empresários é implantar um Parque Linear nas margens do Rio Jahu, inicialmente do ginásio Dr. Flavio de Melo até a ponte da Rua Major Prado e posteriormente em todo o seu trajeto na área urbana, favorecendo a ligação com o Centro Histórico/Comercial. O



rio,

que percorre a área central e vários bairros, encontra-se atualmente desvalorizado pela população e desguarnecido de atrações que o valorizem e façam sua integração com a cidade. Dessa forma, o Parque Linear aqui proposto faria essa ponte, utilizando para isso

diversos itens como: passarelas, ciclovias, pista de caminhada, espaços culturais, esporte e lazer, bem como todo o trajeto projetado de forma a valorizar a fauna e flora local, enaltecendo a mobilidade urbana, o turismo local e o meio ambiente.

## 4 – OBJETIVOS

### 4.1 – Objetivo Geral

Tornar o rio Jaú parte integrante da paisagem urbana, fazendo compoendo o cenário urbano da cidade, através da implantação do parque linear do Rio Jahu, de acordo com a Lei Complementar 277 de 2006 em seu artigo 47, alínea “b”

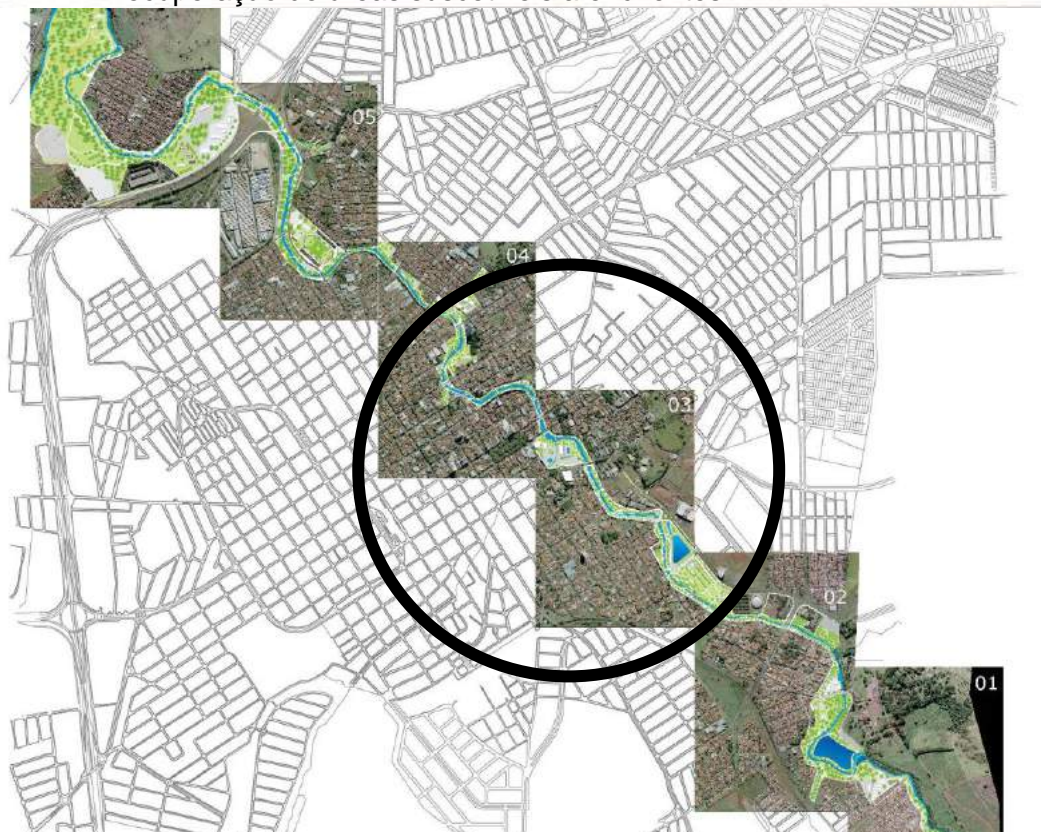


### 4.2 - Objetivos Específicos:

- Recuperação das margens do rio através de técnicas apropriadas;
- Criação de novos cenários urbanos, buscando uma integração/conectividade entre as bordas e o espaço: equipamentos e mobiliário urbano, áreas de convivência esporte/lazer, turismo, mobilidade urbana e sustentabilidade;
- Respeitar as especificidades de cada região/bairro do município em que o rio passa;



- Recuperação de áreas suscetíveis a enchentes.



5-

**Responsáveis pelo projeto:** Prefeitura Municipal, Empresários e Sindicatos.

**6- Localização:** O projeto será implantado do Parque do Rio Jaú (Existente) até a ponte da Rua Major Prado (ver mapa).

**7- Duração do projeto:** O projeto ficará em vigor por tempo indeterminado.

**8- Metodologia: Passo à passo**

**1 Passo:** Desenvolver o projeto (equipe técnica da PMJ), salienta-se que já existem alguns estudos para implantação deste Parque.

#### 1.2 Consolidação do Parque Rio

O trecho dá continuidade ao Parque do Rio Jaú para a sua consolidação até o centro Histórico/Comercial; destacando suas principais potencialidades que são o lazer e cultura, foram projetados equipamentos e áreas que priorizam esses elementos. Quanto às necessidades desta, destaca-se a reforma e recuperação do entorno da piscina municipal e do Beco.

Equipamentos de mobilidade: pistas de caminhada, ciclovia, passarelas.

Infraestrutura: muros de arrimo e drenagem urbana.

Equipamentos públicos: playground, sanitários, academia ao ar livre, áreas de convivência, piscina municipal, espaço para eventos e quiosques para o Beco.

Ambiental: Recuperação das margens, desassoreamento do rio e plantio de espécies nativas.

**2 Passo:** Apresentação dos Projetos para a população

**3 Passo:** Captação de Recursos financeiros.

**4 passo:** Decreto de Regulamentação conforme os parâmetros das Leis Complementares nº 298/2006 e nº 443/2012.

**5 passo:** Implantação do Projeto

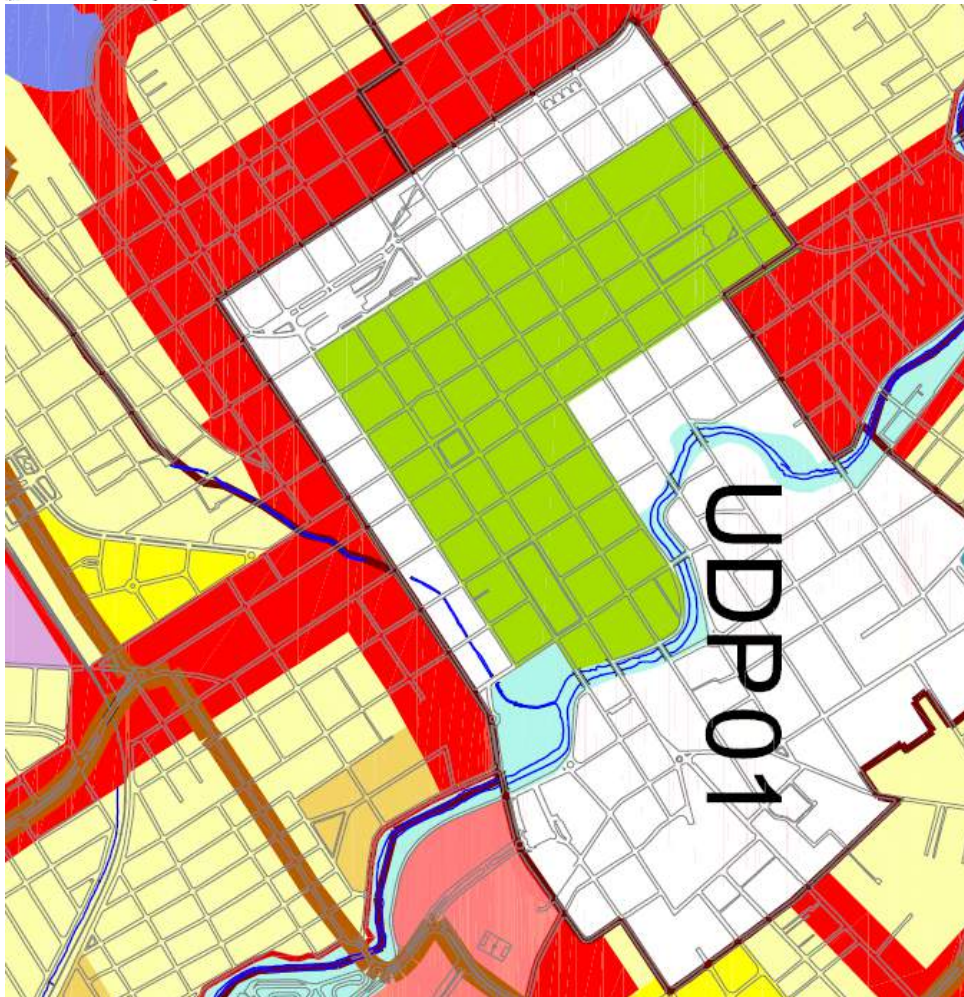
**PROJETO C.5 12 - Título:** Valorização do reconhecimento do Patrimônio histórico

**2- Sumário Executivo:** Deve levar o futuro parceiro, financiador, leitor a uma apreciação e compreensão geral de sua proposta. Deverá resumir, de maneira eficiente, todas as informações-chave relativas ao projeto, não devendo ultrapassar uma página.

**3- Justificativa:**

Deve descrever as deficiências e potencialidades da região onde o projeto vai se inserir. É importante persuadir o leitor, argumentar com ele, articulando sua análise da realidade, as necessidades e problemas, as potencialidades locais e sua proposta, justificando em uma sequência lógica, como e por que sua proposta poderá avançar na resolução dos problemas existentes.

- contextualizar o problema macro e depois micro
- descrever o problemas do turismo da área de atuação: cidade, bairro, comunidade
- quem são os atingidos pelo problema e como são atingidos
- quais as necessidades/potencialidades do público a serem trabalhadas pelo projeto.



#### 4 – Objetivos:

- Geral
- Específicos

##### 4.1 – Objetivo Geral:

Requalificar e fomentar investimentos no perímetro histórico, UDP01 segundo conceitos do Plano Diretor, Lei Complementar nº 277/2006, para valorizar e preservar o patrimônio histórico, arquitetônico e a ambiência urbana

##### 4.2 - Objetivos Específicos:

1. Regulamentação da publicidade, letreiros e placas de estabelecimentos comerciais e públicos (**Cidade limpa**) na Unidade de Paisagem 01 (UDP01) OBS: A partir da inauguração do Boulevard. Até um ano de 40% de IPTU; Até 2 anos 20% de IPTU; Após do terceiro cobrança de multa.

2. **Arborização e paisagismo** Unidade de Paisagem 01 (UDP01), calçadas e praças
3. **Implantação de lixeiras** na Unidade de Paisagem 01 (UDP01)
4. **Implantação de bicicletários** de aluguel e compartilhamento
5. **Padronização estética da iluminação** das vias e logradouros
6. **Padronização do revestimento** das calçadas
7. Sistema rotativo de estacionamento (**Zona Azul**)
8. Implantação de polícias de Isenções e reduções de IPTU, ISS e ITBI, como forma de incentivo a Preservação do Patrimônio
9. Regulamentação da outorga onerosa do direito de construir e transferência de potencial construtivo.
10. Aterramento do cabeamento da Eletricidade e telefonia (longo Prazo)
11. Substituição da pavimentação asfáltica por blocos permeáveis (longo Prazo)

#### 9- Cronograma de atividades:

<b>Etapas</b>	<b>Responsável</b>	<b>1º mês</b>	<b>3º mês</b>	<b>5º mês</b>	<b>7º mês</b>	<b>9º mês</b>	<b>11º mês</b>
Estudo/Projeto Técnico	Poder Público: Secretarias de Projetos e Mobilidade Urbana.						
Apresentação do Projeto para a população	Poder Público						



Captação de Recursos Financeiros	Poder Público						
Decreto de Regulamentação	Poder Público Secretaria de Negócios Jurídicos, Secretaria de Governo e Câmara Municipal.						
Início da Implantação	Poder Público						



## **PROJETO D.1- Amigo Turista**

### **2- Sumário Executivo**

O Projeto visa criar a consciência da hospitalidade e da receptividade na sociedade jahuense através do ensino das crianças do ensino público municipal, transformando-os em multiplicadores do conteúdo apreendido.

O projeto destina-se a capacitar os professores das disciplinas de história e demais interessados, assim como os alunos com conhecimentos nas áreas de turismo receptivo, cultura e história locais, recursos naturais e meio ambiente envolvendo-os em uma abordagem participativa, estimulando a defesa do patrimônio histórico, cultural e ambiental de Jahu. O projeto visa também a cooperação e articulação entre as secretarias de Educação e Cultura e Turismo para o fomento da atividade de educação para o turismo e seus desdobramentos.

### **3- Justificativa:**

A educação para o turismo se faz necessária pois a cidade de Jahu vem se desenvolvendo nessa direção. É importante que a população seja educada para o turismo receptivo, assim como para enxergar nesta atividade possibilidades profissionais.

Trabalhando com a criança nas séries finais do ensino fundamental, conseguimos imprimir de maneira saudável e proveitosa os conceitos necessários para termos cidadãos capazes de recepcionar o turista ou visitante. Damos aos indivíduos conhecimento para que estes venham a se desenvolver profissionalmente nesta direção futuramente.

Fazemos com que estes alunos participantes do projeto sejam multiplicadores de informação em seus próprios círculos sociais assim atingindo um número ainda maior de pessoas.

- O cidadão jahuense não está preparado para a recepção do turista na cidade, quer seja o turista de negócios, os pacientes do HAC ( Hospital Amaral Carvalho), o turista de aventura e outros.
- O cidadão não tem consciência de que a preservação dos recursos naturais, do patrimônio histórico cultural e arquitetônico, que a manutenção dos espaços públicos atrai turista e renda para a cidade.
- O próprio cidadão é atingido por estas pequenas atitudes que sanadas podem constituir meio de geração de renda para ele mesmo.

- O projeto trabalhará diretamente as questões ligadas ao turismo, informação, conscientização e preparo do pequeno cidadão para o futuro de uma Jahu com o turismo desenvolvido em toda sua potencialidade.

#### **4 - Objetivo geral**

Conscientizar e sensibilizar professores e alunos sobre a importância do turismo, da cultura e do meio ambiente envolvendo-os em uma abordagem participativa, estimulando a defesa do patrimônio histórico, cultural e ambiental de Jahu, tornando-os multiplicadores do conteúdo apreendido.

#### **5 - Objetivos Específicos**

- Estabelecer uma aproximação entre a Secretaria de Educação e Secretaria de Cultura e Turismo para o fomento e a valorização com o ensino nas escolas fomentando a valorização da atividade turística na cidade.
- Capacitar professores e alunos para o turismo receptivo.
- Possibilitar aos professores e alunos, o acesso à informação e conhecimento que trata da importância do turismo e do desenvolvimento direta e indiretamente ligados a ele.
- Valorização e preservação do ambiente e patrimônio histórico/cultural.
- Divulgação dos atrativos turísticos no meio educacional.
- Tornar professores e alunos multiplicadores desta proposta.

**6- Responsáveis pelo projeto:** Secretaria de Cultura Turismo e Secretaria de Educação

**7- Localização:** Escolas municipais que atendam o ensino fundamental 1

**8- Duração do projeto:** decorrer do ano letivo

**9- Metodologia:**

- 1ª Etapa - Capacitação dos professores

Fórum de Capacitação para o Turismo Receptivo onde a apostila contendo as informações pertinentes será apresentada e a visita aos atrativos turísticos. Esses processos de formação serão compostos por uma parte teórica, apresentando conceitos

sobre turismo, os atrativos turísticos da cidade, sua história e realidade cultural, ecológica e turística.

Esta etapa deverá acontecer em março com duração de 2 dias, sendo um dedicado a parte teórica e outro a parte prática com dinâmicas e visitação.

- 2ª Etapa - Plano de aulas

Com base na experiência teórica e prática vivenciada pelos professores, ocorrerá o planejamento das atividades que serão propostas aos alunos em seus conteúdos escolares através de formas pensadas por cada professor e recursos disponíveis como: material didático, folders, vídeos e histórico dos atrativos/pontos turísticos da cidade de Jahu.

Esta etapa deverá acontecer no mês de abril sendo marcado dia para a os professores apresentarem o plano de aulas do material apresentado.

- 3ª Etapa – “ Mini Fórum de Turismo”

Nos mesmos moldes do fórum acontecido com os professores, porém orientado didaticamente para o tema diretamente, os alunos passarão por palestras e dinâmicas sobre o e farão o roteiro turístico para vivenciarem os atrativos turísticos da cidade.

Esta fase se dará em duas partes:

- Fórum em dia determinado com todos os alunos que participarão do programa.
- Visitação agendada com grupos de cada escola no dia que melhor se encaixe á realidade da escola.

Esta fase deverá acontecer no mês de maio e junho.

- 4ª Etapa – Início das aulas

O conteúdo do material proposto deverá ser ministrado aos alunos segundo o planejamento de aula de cada professor.

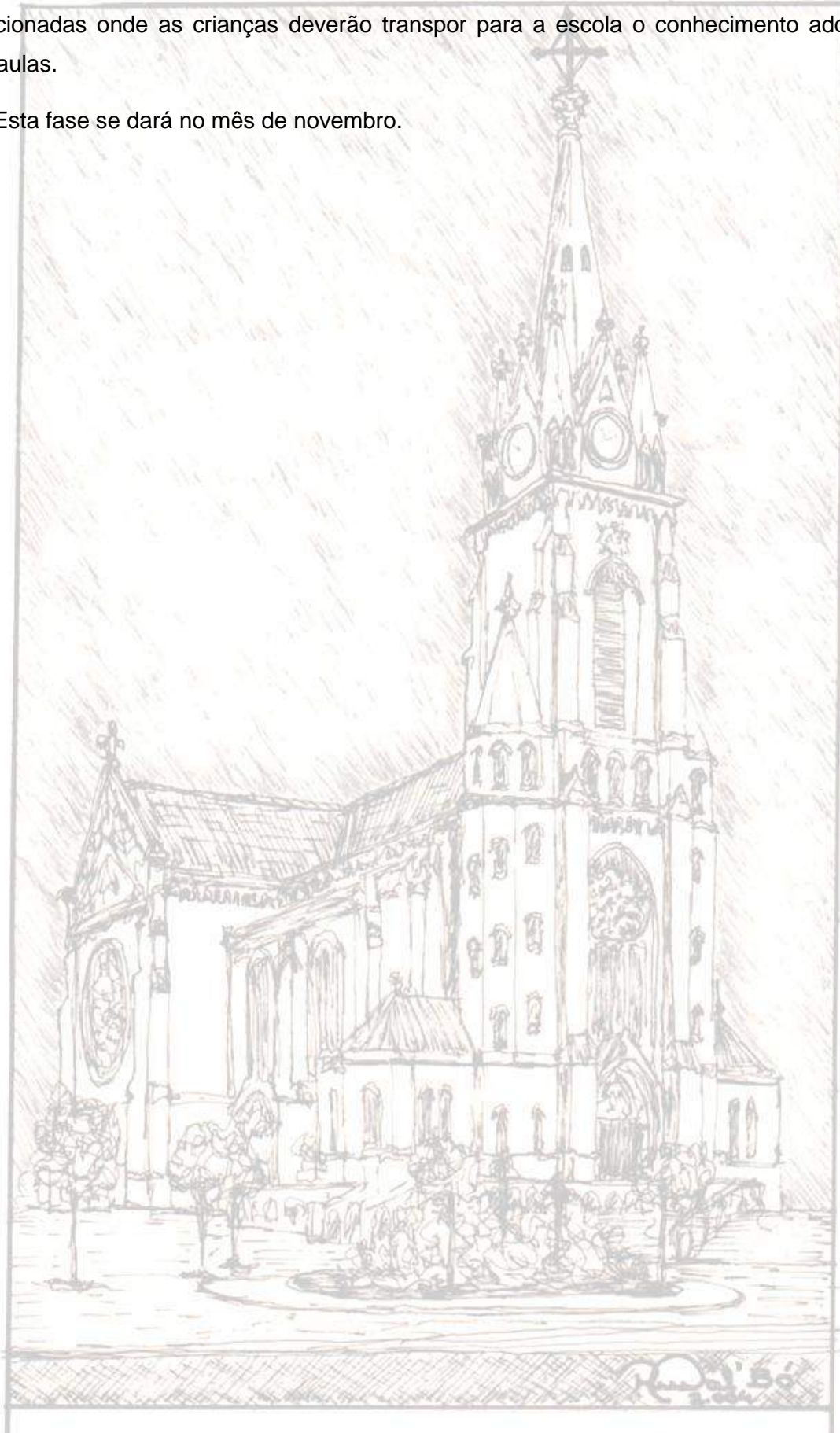
Esta fase deverá ocorrer entre os meses de agosto e outubro.

- 5ª Etapa - Encerramento das atividades

O encerramento das atividades deverá ocorrer com certificação dos alunos, e apresentação de trabalhos que demonstrem não apenas a apreensão do conteúdo mas ideias para o fomento do Turismo na cidade de Jahu.

Fica proposta como atividade de conclusão uma visita às escolas selecionadas onde as crianças deverão transpor para a escola o conhecimento adquirido nas aulas.

Esta fase se dará no mês de novembro.





### 10- Cronograma de atividades:

Atividade	Responsável	Antes do início das atividades.	Março	Abril	Maió/ Junho	Agosto/ Setembro/ Outubro	Novembro
Elaborar apostila e material didático.	Departamento de Turismo						
Contatar escolas	Departamento de Turismo e Secretaria de Educação.						
1ª Etapa	Secretaria de Cultura e Turismo						
2ª Etapa	Professores das escolas selecionadas						
3ª Etapa	Sec de Cultura e Turismo e Sec. de Educação.						
4ª Etapa	Professores das escolas selecionadas						
5ª Etapa Encerramento	Sec. de Educação, Cultura e Turismo e escolas.						

## **PROJETO D.2- CAPACITAÇÃO DE TURISMO E HOSPITALIDADE**

### **2- Sumário Executivo:**

As atividades voltadas ao turismo exigem capacitação da mão-de-obra, principalmente nos procedimentos de serviços. Assim sendo, se torna indispensável a identificação das demandas e cursos específicos para preparação do mercado a ser explorado. Dessa forma, a capacitação específica focada para o atendimento ao turismo, dará condições ao capacitado para que desenvolva habilidades e obtenha excelência no atendimento ao turista.

### **3- Justificativa:**

Região com potencial turístico a ser melhor explorada, tendo como principal atividade hoje o turismo de compra voltado para calçado feminino e acessórios, como também no serviço de atendimento em saúde, e potencialidades turísticas diversificadas, pontuadas no Plano de Turismo, que se bem exploradas com suporte qualificado se tornarão excelentes atrativos.

- O maior problema da mão-de-obra na área de turismo, está na falta de interesse dos trabalhadores nas funções oferecidas. Por sua vez, a conscientização do trabalhador para uma nova oportunidade de trabalho exige que o mesmo tenha novas capacitações e conseqüente qualificações.
- O histórico de poucas ações voltadas para o turismo, a população despreparada para receber o turista, bem como trabalhar a melhoria geral em vários aspectos para recepção do turista.
- Os empresários têm grandes dificuldades em encontrar profissionais interessados, bem qualificados e dispostos a encarar uma nova oportunidade. Dessa forma, justifica-se a elaboração de atrativos de aprendizado, financeiros e sociais que permitirão aumentar interesse em trabalhar em estabelecimentos que atenderão o turista.
- Tais fatos demonstram a necessidade da qualificação nas áreas de interesse do turismo, buscando aperfeiçoamento constante.

### **4 – Objetivos:**

**4.1 Objetivo Geral:** Preparar o trabalhador na busca de capacitação e qualificação profissional necessárias para atender a demanda de empregos e receber o turista no município.

**4.2 Objetivos Específicos:**

Preparar o trabalhador na busca de capacitação e qualificação profissional necessárias para atender a demanda de empregos e receber o turista no município, oferecendo cursos de capacitação para receber o turista e formar a quantidade suficiente de interessados para atender toda demanda necessária de contratação.

**5- Responsáveis pelo projeto:** Secretaria de Desenvolvimento e Trabalho, SENAI, SENAC, ETEC. FATEC e Escolas de Capacitação Profissional em geral.

**6- Localização:** Os Estabelecimentos interessados na recepção do turista (ex.: hotéis, bares, restaurantes, etc.) servirão de base para desenvolvimento dos treinamentos.

**7- Duração do projeto:** As capacitações devem variar conforme os cursos de qualificação, ou seja cursos de: curta, média e longa duração

**8- Metodologia:** Os objetivos serão alcançados conforme desenvolvimento das seguintes etapas:

- Estudo de demanda na formação de profissionais capacitados, ou seja, mapeamento da real necessidade dos empresários e entidades envolvidos para o desenvolvimento do turismo, hospitalidade, serviços e comércio;
- Definir os cursos a serem realizados em conformidade com a demanda necessária;
- Divulgar os cursos nos veículos de comunicação para atrair os interessados na realização das inscrições;



- Formação das turmas e aplicação dos planos de ensino oferecidos em cursos livres, técnicos e tecnológicos para a devida capacitação no mercado de trabalho;
- Encaminhar os capacitados para o mercado de trabalho.



• 9- Cronograma de atividades:

Atividade	Responsável	2017/1	2017/2	2018/1	2018/2	2019/1	2019/2	2020/1
Estudo de demanda	Equipe técnica e Empresários							
Definição dos cursos	Empresários e Escolas de capacitação							
Capacitação	Escolas de Capacitação							
Encaminhamento do Profissional	Agências de Recursos Humanos e Entidades de ensino							



### **Projeto D.3**

#### **1- Título: Criação de associação ligada ao Turismo e Serviços relacionados ou Convention&Visitors Bureau – C&VB**

**2- Sumário Executivo:** Criação de Associação ou a formação de um C&VB composto por empresários/investidores ligados ao turismo e afins, com a finalidade de somar esforços para divulgar as atividades e atrações já existentes ou potencialmente exploráveis.

#### **3- Justificativa:**

Considerando o turismo como atividade econômica, e que compete ao Poder Público criar possibilidades, mas não necessariamente executá-las, é imprescindível que haja o interesse de terceiros investidores.

A criação de uma associação ou *bureau* com esse fim visa estimular a reunião de empresários para que os mesmos se alinhem com intuito de desenvolver atividades conjuntas para divulgar a cidade e seus estabelecimentos, além de fomentarem atividades do Poder Público e cobrar investimentos que propiciem o desenvolvimento do turismo na cidade.

Deixar as responsabilidades apenas a cargo da Administração Municipal não fará com que o turismo se concretize. Imprescindível a conjugação de esforços entre a iniciativa privada. Assim, necessário que o dono de hotel conheça os donos de bares, restaurantes e casas noturnas, para que seus clientes sejam informados da existência desses atrativos. Da mesma forma, importante que o gestor de estabelecimentos comerciais divulgue outros atrativos tais como a existência de passeios históricos pelo centro comercial da cidade, passeios ecológicos junto a reserva natural, atrativo histórico-cultural relacionado a fazenda histórica e outros.

Importante que haja uma troca de informações entre os investidores e que os mesmos, assim organizados, tenham representatividade perante órgãos públicos. Ademais, juntos, suas suplicas ao Poder Público terão mais força.

Conclui-se, pois, que a organização do setor privado fará com que os mesmos caminhem visando um mesmo fim, além de fortalecer suas reivindicações junto à Administração.

#### **4 – Objetivos:**

##### **4.1 – Objetivo Geral:**

Criar uma associação de empresários do setor de turismo, comércio e serviço, para a captação e apoio a eventos e convenções, criação de ações, projetos e programas para divulgação e atração de turistas a lazer, cultura, compras e gastronomia; prestação de serviços aos associados como informações, pesquisas, materiais promocionais e assessoria.

#### **4.2 - Objetivos Específicos:**

Possibilitar a organização entre investidores visando uma maior interação entre eles e entre eles e o Poder Público.

Criada a Associação ou o C&VB, as partes envolvidas conseguirão alinhar ideias para que a atividade turística seja desenvolvida, propiciando a movimentação de riquezas. Consolidada a atividade turística, todos dela se beneficiarão, direta ou indiretamente. Empresários obterão lucro com a venda de seus produtos e serviços, investindo e aprimorando seus negócios, contratando mais mão-de-obra. Consequentemente, mais gente trabalhando, mais dinheiro circulando, mais impostos sendo pagos. Mais dinheiro entrando nos cofres públicos, maiores são as possibilidades de investimento público na manutenção da infraestrutura necessária.

Formando-se um círculo de movimentação de riquezas, espera-se que a atividade reste consolidada em um período de médio prazo (10 a 20 anos).

#### **4- Responsáveis pelo projeto:**

São responsáveis pelo projeto empresários e investidores, proprietários de hotéis, bares e restaurantes, lojistas e etc., todos que queiram, de certa maneira, aprimorar seus serviços visando atender um público maior e talvez mais exigente que o já existente.

**6- Localização:** projeto poderá ser realizado em um sindicato de classes ou clube de serviços, sendo o mais importante a união dos esforços com mesmo interesse.

**7- Duração do projeto:** início das atividades com a ampliação das redes de relacionamento, culminando com a criação formal da Associação ou *Bureau*.

#### **8- Metodologia:**

##### **a) Reunião de interessados**

Justificar a importância da criação de uma Associação - exposição de ideias e troca de informações, para definir os objetivos e atuação da associação.

Os interessados deverão reunir-se a convite de uma liderança, expondo ideias e justificando a necessidade de não deixar apenas a cargo da Administração Pública uma atividade potencialmente econômica que já existe na cidade.

Trabalharão com o fim de uniformizar as condutas para atingir a meta comum.

**b) Registro da reunião em Ata;**

Após reunião, os presentes deverão providenciar um registro das decisões, anotando as questões de maior interesse e as metas que querem atingir.

Elaborarão uma Ata que servirá de guia para a efetiva criação da Associação.

**c) Elaboração de estatuto por meio de consulta a advogados e contadores;**

Devidamente alinhados, os interessados deverão consultar advogados e contadores que o auxiliarão na efetiva abertura da Associação, providenciando os documentos necessários e redigindo estatuto.

**d) Aprovação do estatuto e criação da Associação ou C&VB;**

Criado o Estatuto, o mesmo deverá ser submetido à apreciação dos interessados, que após análises e eventuais sugestões deverão aprová-lo, solicitando o registro do mesmo.

**e) Registro da Associação.**

Após aprovado o Estatuto, o mesmo deverá ser levado a registro, constituindo, de fato e de direito a Associação com o fim de fomentar atividades de cunho turístico.

**9- Cronograma de atividades:**

Inicialmente, pode-se “aproveitar” os Conselhos Municipais já existentes relacionados ao assunto, em específico, o COMTUR e o CONPPAC/JAHU.

Nessas células, certamente existem pessoas interessadas em dar prosseguimento, agora sem representante do Poder Público.

Realização de audiências públicas e fóruns, possibilitando a divulgação de ideias e troca de experiências, além de aumentar a rede de relacionamento.

Formalização do ato, com registro da Associação, criando-se normas internas, regras, estatuto.

Atividade	Responsável	2017/1	2017/2	2018/1	2018/2
Reunião de interessados	Lideranças Empresariais do setor de turismo				
Registro da reunião em Ata	Lideranças Empresariais e Advogados				
Elaboração de estatuto por meio de consulta a advogados e contadores	Lideranças Empresariais, Advogados e Contador				
Aprovação do estatuto e criação da Associação ou C&VB	Lideranças Empresariais do setor de turismo				
Registro da Associação	Lideranças Empresariais, Advogados e Contador				

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Plano Diretor de Turismo, aqui apresentado, contempla as demandas e estratégias para que a cidade de Jahu possa implantar seu mercado turístico e ser reconhecida como “MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO”.

Cabe ainda ao Poder Público Municipal, a continuidade dos trabalhos, desenvolvendo ações e preocupações com fatores necessários à efetivação do presente Plano.

- Programação de Calendários do Turismo Nacional.
  - Programação de prazos e metas para cada projeto.
  - Convênios com órgãos federais e municipais competentes para a contemplação dos recursos.
  - Segurança Pública e dos turistas.
  - Campanhas com conscientização da população sobre a importância da atividade turística para a economia de Pederneiras e mudanças de postura quanto à Preservação do patrimônio histórico e cultural da cidade, a preservação ambiental, a sustentabilidade a acessibilidade, a hospitalidade e o respeito ao turista.
  - Apoio irrestrito à Secretaria de Cultura e Turismo e ao CONTUR.
  - Acompanhamento e estruturação da evolução da oferta turístico da cidade,
  - Atualização e conservação permanente da sinalização turística.
  - Programa de projetos de apoio ao turismo.
- Programação permanente de Cursos de Capacitação para o desempenho de apoio às atividades turísticas.

## 7. Equipe Técnica

Luana Elis Marina Reis Sanches  
Chefe de seção - Turismóloga

Fernando Figueiredo  
Monitor de educação do Senac Jahu

Ricardo Luis Dal'Bó  
Arquiteto do departamento de Patrimônio Histórico

Ricardo de Almeida Prado Bauer  
Assessor Jurídico

Marcelo Luiz Salviato  
Diretor

Vivian Alonso  
Agente administrativo

Thiago Segolim Barrientos  
Fiscal de controle ambiental 1

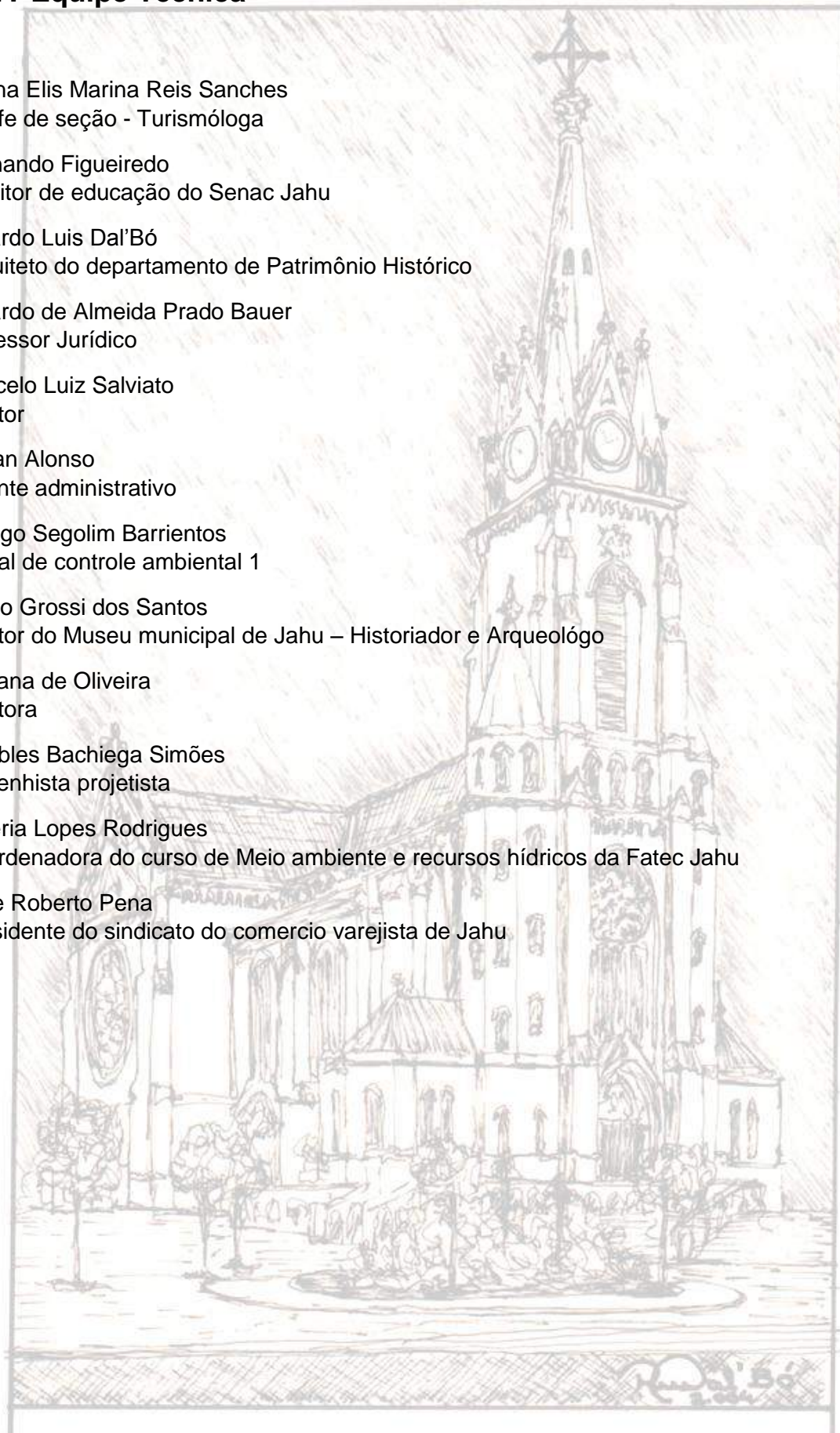
Fabio Grossi dos Santos  
Diretor do Museu municipal de Jahu – Historiador e Arqueólogo

Adriana de Oliveira  
Diretora

Deubles Bachiega Simões  
Desenhista projetista

Valéria Lopes Rodrigues  
Coordenadora do curso de Meio ambiente e recursos hídricos da Fatec Jahu

Jose Roberto Pena  
Presidente do sindicato do comercio varejista de Jahu





## 8. Referências Bibliográficas

IBGE. (1966) **Jaú – Edição comemorativa do Primeiro Centenário de criação do Município**. Rio de Janeiro: IBGE (Coleção de Monografias, v. 330).

SANTOS, Fabio Grossi. (2011). **Sítios Líticos no Interior Paulista: Um Enfoque Regional**. MAE/USP

TEIXEIRA, S. (1900) **Jahu em 1900**. Correio do Jahu, Jahu.

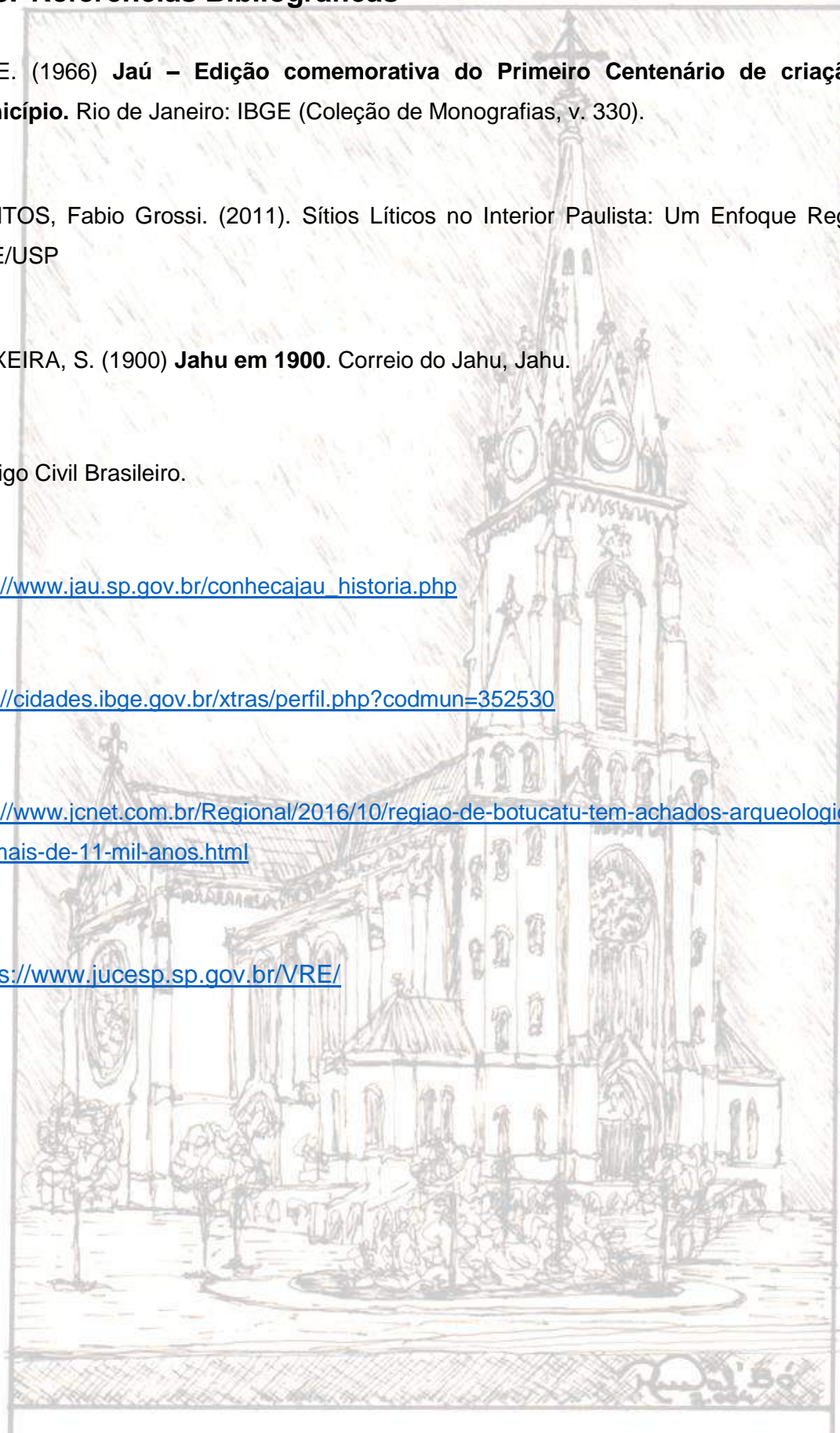
Código Civil Brasileiro.

[http://www.jau.sp.gov.br/conhecajau\\_historia.php](http://www.jau.sp.gov.br/conhecajau_historia.php)

<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=352530>

<http://www.jcnet.com.br/Regional/2016/10/regiao-de-botucatu-tem-achados-arqueologicos-de-mais-de-11-mil-anos.html>

<https://www.jucesp.sp.gov.br/VRE/>



## ESTUDO DA DEMANDA TURÍSTICA

1. Qual sua cidade de moradia?

R: \_\_\_\_\_

2. Qual sua idade?

até 16                       de 27 a 31     de 42 a 46

de 17 a 21                 de 32 a 36     mais de 47.

de 22 a 26                 de 37 a 41

3. Qual o sexo?

Masculino                 Feminino

4. Com quem você está fazendo a viagem?

Viajando só                 com a família

parentes                     por agencia de viagem

em grupo de amigos

5. Qual a sua permanência nessa cidade?

Menos de 01 dia     de 01 a 02 dias

de 3 a 4 dias             de 5 a 6 dias

mais de 7 dias

6. Qual o veículo utilizado na viagem?

Rodoviário individual     Rodoviário coletivo

Aéreo e rodoviário

7. Qual o seu gasto médio, por dia em sua viagem à Jaú, em Reais (R\$) com:

Alimentação:

de 0 a 50     de 51 a 100     acima de 101

Transporte :

de 0 a 50     de 51 a 100     mais de 101

Hospedagem

de 0 a 100                       de 101 a 200

de 201 a 300                 de 301 a 400

Compras (incluindo calçado)

de 0 a 50                       de 50 a 100

de 100 a 200                 acima de 201

8. Onde se hospedou na cidade?

Hotel/Pousada. Qual: \_\_\_\_\_

Casa de parentes/amigos

não se hospedou

9. Qual era sua expectativa antes da viagem (em uma palavra)?

R. \_\_\_\_\_

10. Em comparação com a sua expectativa após a viagem, avalie seu nível de satisfação:

Superou     Atingiu     Não atingiu as expectativas

11. Como soube da Jaú?

Amigos                       Internet

Revista                       Jornal

TV                               Outros

12. Quais atrativos/locais que visitou em Jaú?

R. \_\_\_\_\_

13. Qual o motivo da viagem?

compra de calçado (revenda/atacadista)

compra de calçado (consumo/varejo)

atividades culturais/eventos

estava de passagem pela cidade

visita a parentes ou amigos

outros: Qual \_\_\_\_\_

14. Avalie a Infraestrutura Urbana da Cidade, sendo:

1-Ruim; 2-Pouco Satisfatório; 3-Razoável;

4-Satisfatório; 5-Muito Satisfatório:

Item	1	2	3	4	5
Limpeza					
Sinalização de Rua					
Conservação de Rua					
Arborização					
Segurança					
Sinalização Turística					
Posto de informações					
Hospedagem					
Comércio/Artesanato					
Acesso/Estacionamento					