PLANO DIRETOR DE TURISMO DE CESÁRIO LANGE

2016 - 2020

FICHA TÉCNICA

DEMANDANTE

Prefeitura Municipal de Cesário Lange
Endereço: Praça Adolfo Testa, 651, Centro. CEP: 18.285-000
Telefone: 15 3246 8600
Prefeito: Ramiro de Campos
Vice Prefeito: Ronaldo Paes de Camargo

REALIZAÇÃO

Universidade Federal de São Carlos – UFSCar - *campus* Sorocaba
Endereço: Rodovia João Leme dos Santos, Km-110, SP-310.
Telefone: 16 3351 6000
Reitor: Prof. Dr. Targino de Araújo Filho
Pro reitora de Extensão: Prof.ª Drª Claudia Maria Simões Martinez

Departamento de Geografia, Turismo e Humanidades (DGHT)
Chefe do departamento: Prof. Dr. Sílvio César Moral Marques

EQUIPE TÉCNICA

Coordenação Executiva: Prof. Dr. Ismail Barra Nova de Melo
Coordenação Técnica: Prof. Dr. Heros Augusto Santos Lobo
Coordenador de Inventário da Oferta Turística: MS. Tiago Juliano

Pesquisa de Campo
Heros Augusto Santos Lobo
Ismail Barra Nova de Melo
Iury Barbosa
Regiane Piato
Tiago Juliano

Pesquisa de Gabinete
Eliza Sayuri Sato
Guilherme Galvão de Camargo

MENSAGEM

O Município de Cesário Lange ao longo dos últimos anos vem se destacando como um destino regional por sua localização privilegiada, instrumentos turísticos e um povo vocacionado em receber bem as pessoas.

A elaboração do Plano Diretor do Turismo de Cesário Lange definitivamente vem contribuir com diagnósticos e informações técnicas para o planejamento e desenvolvimento do município.

Foi fundamental a parceria com o UFSCAR, com o Poder Legislativo e principalmente com a sociedade civil, que após análises e diagnósticos vão permitir a tomada de decisões e investimentos nas áreas estratégicas, além de subsidiar as empresas e instituições que contribuem para o desenvolvimento de Cesário Lange.

Integrar o município no contexto turístico regional potencializa a infraestrutura existente como resort, hotéis, empresas, turismo rural e comércio local o que permite ampliar a oferta de serviços e empregos para nossa gente, com a valorização da sua identidade local e a preservação do meio ambiente.

Temos todas as condições de sermos reconhecidos como Estância Turística e estamos perseguindo este objetivo que está cada vez mais perto de ser alcançado com o esforço de todos.

Ramiro de Campos
Prefeito Municipal

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Etapas do Plano Diretor de Turismo	11
Figura 2	Localização relativa de Cesário Lange no Estado de São Paulo	17
Figura 3	Região Metropolitana de Sorocaba	18
Figura 4	Distâncias entre Cesário e os municípios próximos	20
Figura 5	Terminal rodoviário de Cesário Lange	21
Figura 6	Instâncias da administração municipal e Cesário Lange	23
Figura 7	Composição da população de Cesário Lange, de acordo com sexo (2010)	27
Figura 8	Pirâmide etária da população de Cesário Lange (2010)	27
Figura 9	Distribuição do PIB municipal por setores econômicos	30
Figura 10	PIB municipal de Cesário Lange	31
Figura 11	Oferta turística regional	42
Figura 12	Localização das estruturas de hospedagem de Cesário Lange	44
Figura 13	Acampamento Monte Horebe	47
Figura 14	Ágape Hotel	47
Figura 15	Castelo Park Hotel	48
Figura 16	Fazendinha Greto	48
Figura 17	Resort Mavsa	49
Figura 18	Pousada 2 Irmãos	49
Figura 19	Pousada do Aleluia	50
Figura 20	Pousada Primavera	50
Figura 21	Sítio Castelinho	51
Figura 22	Localização das estruturas de alimentação em Cesário Lange	55
Figura 23	Núcleo de Integração Comunitária (NIC)	57
Figura 24	Centro de Capacitação José Trevisan	57
Figura 25	Centro de eventos (local da Festa do Peão)	58
Figura 26	Localização das estruturas de eventos de Cesário Lange	59
Figura 27	Auditório do teatro (Centro José Trevisan)	61
Figura 28	Pesqueiro Primavera	62
Figura 29	Pesqueiro do Sítio Castelinho	62
Figura 30	Estádio Casemiro de Campos	63
Figura 31	Estádio do Jardim Alvorada	63
Figura 32	Piscina pública do conjunto esportivo municipal	64
Figura 33	Ginásio do conjunto esportivo municipal	64
Figura 34	Bate-bola Bar & Society	65
Figura 35	Localização das estruturas de lazer e recreação em Cesário Lange	66
Figura 36	Localização dos atrativos e estruturas de apoio em Cesário Lange	69
Figura 37	Figueirão da Fazenda velha	71
Figura 38	Alambique do Tide	73
Figura 39	Museu do Engenho	75
Figura 40	Interior da Biblioteca Municipal	76
Figura 41	Castelo Park Aquático	78
Figura 42	Imagem de seresteiros em estabelecimento comercial no centro da cidade	82
Figura 43	Origem dos turistas por unidade da federação	89
Figura 44	Origem dos turistas paulistas por região do estado	89
Figura 45	Distribuição etária dos turistas	90
Figura 46	Distribuição dos turistas por sexo	90
Figura 47	Tipos de grupos de turistas	91
Figura 48	Presença de crianças na viagem	91
Figura 49	Composição dos grupos quanto ao número de turistas	92
Figura 50	Frequência de vista ao município	93
Figura 51	Permanência no município durante a viagem	93
Figura 52	Intenção de permanência no destino	93

Figura 53	Fontes de informação para a viagem	94
Figura 54	Motivo principal da viagem	95
Figura 55	Meios de hospedagem utilizado no município	96
Figura 56	Serviços, atrações ou passeios utilizados no município	97
Figura 57	Avaliação dos turistas quanto a aspectos da viagem com base em sua percepção e uso vivenciado	98
Figura 58	Expectativa de viagem	99
Figura 59	Distribuição etária dos turistas de segunda residência	100
Figura 60	Composição dos grupos quanto ao número de turistas de segunda residência	101
Figura 61	Avaliação dos turistas quanto a aspectos da viagem com base em sua percepção e uso vivenciado	104
Figura 62	Objetivos do desenvolvimento do turismo em Cesário Lange	107
Figura 63	Organização das diretrizes e ações do Planejamento Estratégico do Turismo	112
Figura 64	Linhas de Ação dos Eixos Temáticos do Planejamento Estratégico do Turismo	114
Figura 65	Mapa Estratégico – Planejamento do Turismo em Cesário Lange	132

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Atividades de pesquisa empregadas para a elaboração do Plano	10
Quadro 2	Organização das etapas no Plano Diretor de Turismo	12
Quadro 3	Distância entre Cesário Lange, municípios regionais de referência e a capital do Estado de São Paulo	19
Quadro 4	Principais vias de acesso rodoviário para Cesário Lange	19
Quadro 5	Empresas de transporte rodoviário regular que operam em Cesário Lange	21
Quadro 6	Aeroportos mais próximos a Cesário Lange	22
Quadro 7	Ações realizadas para a divulgação turística do município	24
Quadro 8	Cursos de capacitação na área de serviços realizados no município	25
Quadro 9	População de Cesário Lange em 2010 e 2015	26
Quadro 10	Taxas de natalidade e mortalidade de Cesário Lange e do Estado de São Paulo para o ano de 2014	28
Quadro 11	Ocupação, participação e rendimento médio da população de Cesário Lange no ano de 2014	29
Quadro 12	Principais produções agropecuárias e industriais de Cesário Lange	30
Quadro 13	Distribuição de habitações em Cesário Lange, por tipo (2010)	31
Quadro 14	Abastecimento de Água: nível de Atendimento (em %)	33
Quadro 15	Média diária de consumo de água estimado, em litros, por habitante	33
Quadro 16	Coleta semanal de lixo em Cesário Lange, por bairros	34
Quadro 17	Média anual de consumo de energia, em MWh	35
Quadro 18	Unidades de segurança e salvamento	36
Quadro 19	Unidades de atendimento de saúde e farmácias	37
Quadro 20	Estruturas de apoio	37
Quadro 21	Classificação de Cesário Lange e municípios nas imediações segundo a classificação do MTur	40
Quadro 22	Oferta de meios de hospedagem no município	45
Quadro 23	Oferta de meios de bares e restaurantes	52
Quadro 24	Oferta de estruturas para eventos	56
Quadro 25	Oferta de equipamentos de recreação e entretenimento	60
Quadro 26	Torre de Vigia-Betel	71
Quadro 27	Feira mensal de artesanato	72
Quadro 28	Alambique do Tide	72
Quadro 29	Museu do Engenho	73
Quadro 30	Centro de Cultura e Biblioteca Municipal Teresinha de Jesus Miranda	75
Quadro 31	Castelo Park Aquático	77
Quadro 32	Cavalgada	78
Quadro 33	Festa de Santa Cruz	79
Quadro 34	Festa do Peão de Boiadeiro	79
Quadro 35	Festa Julina da Comunidade Católica	79
Quadro 36	Eventos de Motocroos	79
Quadro 37	Eventos da Torre de Vigia	79
Quadro 38	Procissões Católicas	80
Quadro 39	Desfile Cívico	80
Quadro 40	Orquestra Carlos Gomes	81
Quadro 41	Pinturas de personalidades locais	81
Quadro 42	Banda Marcial	81
Quadro 43	Grupo de violas	81
Quadro 44	Grupo de violão	82
Quadro 45	Cururu	82
Quadro 46	Esforços amostrais da pesquisa de demanda: baterias de aplicação de questionários	84
Quadro 47	Informações qualitativas sobre a demanda em meios de hospedagem de	87

	Cesário Lange	
Quadro 48	Informações qualitativas e quantitativas sobre a demanda nos principais atrativos e equipamentos turísticos de Cesário Lange	88
Quadro 49	Meios de transporte utilizado para chegar ao município	95
Quadro 50	Origem do turista de segunda residência	99
Quadro 51	Distribuição dos turistas de segunda residência por sexo	100
Quadro 52	Tipo de grupos de turistas de segunda residência	100
Quadro 53	Presença de crianças no grupo	101
Quadro 54	Motivo da viagem do turista de segunda residência	101
Quadro 55	Estágio e estratégias de desenvolvimento dos segmentos turísticos de Cesário Lange	108
Quadro 56	Sensibilização da população local para o desenvolvimento do turismo	116
Quadro 57	Ordenamento da gestão pública do turismo na escala municipal	117
Quadro 58	Profissionalização da gestão do turismo	117
Quadro 59	Organização da gestão compartilhada do turismo	118
Quadro 60	Estruturação do levantamento de dados sobre o turismo como ferramenta de planejamento e gestão	119
Quadro 61	Monitoramento do Plano de Turismo	120
Quadro 62	Incentivo ao empreendedorismo local para o turismo	120
Quadro 63	Canal de comunicação digital	120
Quadro 64	Material impresso	121
Quadro 65	Sinalização Turística	121
Quadro 66	Pontos de Informação Turística	121
Quadro 67	Definição dos segmentos chave	122
Quadro 68	Criação e divulgação de uma identidade turística	122
Quadro 69	Organização institucional da promoção do destino	123
Quadro 70	Identificação das necessidades locais para a qualificação do setor	123
Quadro 71	Parcerias para a qualificação profissional	124
Quadro 72	Qualificação da gestão pública para o turismo	124
Quadro 73	Acessibilidade e mobilidade	125
Quadro 74	Implantação ou ampliação do atendimento em serviços	126
Quadro 75	Serviços de comunicação	126
Quadro 76	Estruturas para eventos	126
Quadro 77	Roteiros turísticos	127
Quadro 78	Eventos com visibilidade regional	127
Quadro 79	Valorização da cultura regional	127
Quadro 80	Desenvolvimento de novos produtos turísticos	128
Quadro 81	Integração e complementação dos atrativos turísticos locais	128
Quadro 82	Formalização da prestação de serviços de turismo	128
Quadro 83	Potencialização dos eventos locais como fator de atração de turistas	129
Quadro 84	Ampliação dos espaços públicos de lazer e cultura	129
Quadro 85	Criação de áreas naturais e educação ambiental	130
Quadro 86	Emprego do turismo como ferramenta de educação	130
Quadro 87	Diversificação do uso de estruturas existentes	131

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO 5
1 INTRODUÇÃO..... 6

2 MÉTODOS E ETAPAS 9

3 CARACTERIZAÇÃO GERAL DO MUNICÍPIO 13

3.1 HISTÓRICO 14
3.2 DADOS BÁSICOS E DE INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO... 15
3.3 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS 22
3.4 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS, ECONOMICOS E SOCIAIS..... 26
3.4.1 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS 26
3.4.2 ASPECTOS ECONÔMICOS 29
3.4.3 ASPECTOS SOCIAIS 31
3.5 INFRAESTRUTURA BÁSICA URBANA 32

4 CARACTERIZAÇÃO TURÍSTICA 38

4.1 INSERÇÃO NAS POLÍTICAS PÚBLICAS NACIONAIS E ESTADUAIS 39
4.2 SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS 43
4.3 ATRATIVOS TURÍSTICOS 68

5 ESTUDOS DE DEMANDA TURÍSTICA 83

5.1 CARACTERIZAÇÃO QUALITATIVA 85
5.2 PERFIL DA DEMANDA E MOTIVAÇÕES 88
5.2.1 PERFIL DO TURISTA DE CESÁRIO LANGE 89
5.2.2 PERFIL DO TURISTA DE SEGUNDA RESIDÊNCIA 99

6 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO TURISMO 104

6.1 INTRODUÇÃO 105
6.2 OBJETIVOS 106
6.3 DIRETRIZES E LINHAS DE AÇÃO 111
6.4 PLANO DE AÇÕES E MAPA ESTRATÉGICO 116
6.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 133

ANEXOS E APÊNDICES 137

APRESENTAÇÃO

Consciente das oportunidades que o desenvolvimento planejado do turismo implica, o município de Cesário Lange dá um passo importante ao elaborar um Plano Diretor de Turismo com o objetivo de integrar as ações de diferentes segmentos da sociedade. A partir da concretização do Plano, o município terá à disposição elementos necessários ao planejamento que fortalecerão seu reconhecimento como destino turístico no interior do estado de São Paulo.

O Plano Diretor de Turismo é um documento técnico, produzido com base na contribuição de diferentes atores locais. Esse documento apresenta uma análise do cenário presente e identifica possibilidades para o desenvolvimento do turismo no município. Assim, pretende apontar aspectos centrais a serem aprimorados e sinalizar as oportunidades e pontos fortes encontrados no cenário atual para o desenvolvimento da atividade turística.

Esse Plano é resultado de uma parceria entre a Prefeitura Municipal de Cesário Lange e a Universidade Federal de São Carlos, campus Sorocaba, apresentando os conteúdos consolidados através de um estudo realizado por docentes e discentes vinculados ao Departamento de Geografia, Turismo e Humanidades (DGHT) daquela Instituição de Ensino. As atividades foram realizadas por meio de um projeto de extensão, contando ainda com apoio de funcionários da própria Prefeitura Municipal de Cesário Lange, atores do *trade* turístico local e comunidade interessada.

Essas atividades tiveram como objetivos realizar o inventário da oferta turística, identificar o potencial turístico do município e traçar um plano de ações apresentado na forma concreta de um Plano Diretor de Turismo.

O Plano Diretor de Turismo de Cesário Lange foi elaborado com base em dois pressupostos gerais: 1) consolidar as atividades, ações e atores relacionados ao turismo no município; e 2) propor uma atuação sinérgica entre os envolvidos, por meio de um planejamento estratégico, que leve em consideração as ações a serem realizadas em distintos momentos e por diferentes meios, incluindo parcerias público-privadas e trabalhos coletivos.

A concretização desse Plano como ferramenta de planejamento pretende estruturar e articular produtos de segmentos turísticos efetivamente já observados no município, bem como de segmentos turísticos potencialmente complementares que podem aprimorar a experiência do visitante de Cesário Lange.

Além de dar visibilidade ao município no cenário turístico regional e estadual, espera-se que o processo contínuo, flexível e integrado de planejamento turístico beneficie a população local, através do fomento a oportunidades socioeconômicas, da conservação ambiental, da valorização da cultura local e do envolvimento da sociedade nas discussões, decisões, condução de ações e acesso aos benefícios que o desenvolvimento planejado do turismo pode trazer ao município de Cesário Lange.

1. INTRODUÇÃO

A importância da atividade turística para a economia de diferentes regiões do mundo é inconteste. Em países considerados emergentes, como o Brasil, a dimensão econômica que justifica o fomento ao turismo também se vincula à expectativa de valorização e uso racional de seu patrimônio natural e cultural.

Nos últimos anos, o turismo brasileiro tem ganhado evidência em virtude de uma série de mudanças normativas e institucionais que vêm aprimorando o planejamento e gestão da atividade (como a criação do Ministério do Turismo em 2003), bem como da mobilização para a realização de megaeventos sediados no país, com visibilidade mundial (como a Copa do Mundo da Fifa® de 2014 e os Jogos Olímpicos de Verão do Rio de Janeiro de 2016).

Com efeito, em 2014, o turismo contribuiu diretamente com 3,5% do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro, com uma participação de 182 milhões de reais na economia nacional, responsável por gerar cerca de 8,8 milhões de postos de trabalhos diretos e indiretos[1]. Nesse mesmo ano, estima-se que 6,4 milhões de turistas estrangeiros chegaram ao Brasil durante a realização da Copa do Mundo de Futebol da Fifa®, enquanto o ano de 2015 registrou 94,5 milhões de desembarques em voos domésticos e 10,5 milhões em voos internacionais[2].

Embora a dimensão do fluxo turístico no território nacional seja estimada de forma sistemática há mais de uma década, dados e indicadores nas escalas estaduais, regionais e municipais tendem ao caráter pontual, não regular ou mesmo inexistente. No estado de São Paulo, em 2014, foram registradas 318,8 mil ocupações nas chamadas ACT's (Atividades Características do Turismo)[3], ao passo que, em 2015, estimaram-se 2,21 milhões de turistas estrangeiros nessa unidade da federação (dos 6,3 milhões de turistas internacionais de todo o país)[4].

O turismo se consolida como uma atividade econômica importante para a geração de renda, criação de postos de trabalho e dinamização das economias locais, além de poder contribuir com atividades direcionadas à conservação do ambiente e à promoção da diversidade cultural em diferentes escalas. Assim, quando um município busca sistematizar elementos para o planejamento do turismo, reconhece-se a importância que os diferentes atores locais atribuem à preocupação com um tipo de desenvolvimento que alie oportunidades econômicas e o bem estar de seus moradores.

Nesse contexto, o Plano Diretor de Turismo de Cesário Lange compila os resultados de diferentes etapas de pesquisa, que buscaram articular dados e informações coletados em campo e através de fontes secundárias com as perspectivas de gestores públicos, empreendedores da cadeia produtiva do turismo, empregados no setor turístico e outros representantes de segmentos da sociedade local envolvidos com a atividade turística.

---

[1] World Travel & Tourism Council (2014).
[2] ANAC; Infraero (2015).
[3] As Atividades Características do Turismo (ACTs) contemplam parte dos gatos dos turistas e compreendem oito grupos de atividades para fins estatísticos: alojamento, agências de viagem, transporte terrestre, transporte aquaviário, transporte aéreo, aluguel de transportes, alimentação e cultura & lazer. Ministério do Turismo (2014).
[4] Ministério do Turismo (2015).

Sua realização justifica-se por cumprir com uma série de finalidades: o Plano atua para direcionar as ações do poder público, integrar interessados no desenvolvimento turístico local e regionalmente, traçar estratégias de posicionamento do município no cenário turístico regional e estadual, bem como permitir o acesso a políticas de incentivo ao turismo.

Organizado em Capítulos e Subseções, esse documento apresenta no Capítulo 2 os Métodos e Etapas de Pesquisa que foram empreendidos para coletar dados, analisar e interpretar cenários. As diferentes atividades de pesquisa envolvidas no estudo são apontadas, descrevendo sua operacionalização que compreendeu o inventário da oferta turística, a realização de pesquisas de demanda, bem como o diagnóstico e o prognóstico turísticos do município.

O Capítulo 3 aborda aspectos para uma Caracterização Geral do município, compreendendo elementos históricos; informações básicas sobre o território municipal; infraestrutura de apoio ao turista, destacando a dimensão da acessibilidade; aspectos de gestão pública e sua relação com a organização da atividade turística (atribuição de responsabilidades, promoção, capacitação humana, conselho municipal e políticas de turismo); aspectos demográficos, sociais e econômicos; e dimensões de infraestrutura básica urbana (água, esgoto, limpeza, energia, frota de veículos, segurança e salvamento, equipamentos médico hospitalares e outros serviços de apoio).

O Capítulo 4 se dedica, de maneira mais específica, à Caracterização Turística de Cesário Lange, analisando a inserção do município nas políticas nacionais e estaduais de turismo; os serviços e equipamentos turísticos encontrados (meios de hospedagem; bares e restaurantes; agências de viagens; estruturas e empresas organizadoras e promotoras de eventos; equipamentos de recreação e entretenimento; transporte; informações e sinalização turística); bem como informações sobre atrativos turísticos naturais e culturais; o parque aquático local; eventos locais; artesanato e trabalhos manuais; formas de expressão e manifestações culturais.

O Capítulo 5 organiza os resultados do Estudo de Demanda Turística, abrangendo uma caracterização qualitativa do fluxo turístico (perfil geral do turista e da demanda em equipamentos de lazer e entretenimento, eventos, meios de hospedagem, principais atrativos e serviços de alimentação); o perfil e as motivações do turista em atrativos e equipamentos turísticos, bem como do turista de segunda residência, atentando-se a elementos caracterizadores que envolvem a origem, distribuição etária e gênero, acompanhamento na viagem, frequência e intenção de permanência no destino, formas de obtenção de informações, motivos e organização da viagem, percepção e expectativas relacionadas à viagem a Cesário Lange.

O Capítulo 6, por fim, sinaliza elementos considerados desejáveis ao Planejamento Estratégico do Turismo. Nesse item, são propostos objetivos gerais e específicos do planejamento do turismo no município, cenário desejado, posicionamento de mercado frente a segmentos turísticos efetivos e potenciais, perfil de turista pretendido, visão, missão, fatores críticos de sucesso; bem como diretrizes estratégicas traduzidas em eixos temáticos, linhas de ação e, ainda, um conjunto de atividades, indicadores e metas que conformam o plano de ações proposto.

Cabe ressaltar que as diferentes análises e propostas que consolidam o Plano Diretor de Turismo representam um instrumento de planejamento e gestão que é, essencialmente, flexível. A governança integrada do turismo através da participação de diferentes setores e atores da sociedade local, envolvidos e interessados no desenvolvimento do turismo, compreende o olhar atento às constantes mudanças de cenários econômicos, sociais,

ambientais, culturais, normativos e institucionais, nas diferentes escalas (municipal, regional, estadual, nacional e internacional) que possam redirecionar os objetivos e as prioridades no processo desenhado previamente.

Nesse sentido, um elemento importante a ser considerado na fase inicial de concretização do Plano Diretor de Turismo de Cesário Lange é a recente alteração no quadro normativo do turismo no estado de São Paulo. Organizadas a partir de um quadro normativo elaborado há mais de quatro décadas, as políticas de turismo dessa unidade da federação passaram, a partir de 2015, a considerar novos critérios de classificação de municípios turísticos, ampliando a possibilidade de mais cidades paulistas se tornarem elegíveis ao suporte – técnico e financeiro – fornecido pelo governo do estado[5].

Conforme proposta do governo do estado, um município de interesse turístico é aquele que apresenta potencial turístico e atende o fluxo de visitantes a partir da existência de equipamentos e serviços turísticos, como meios de hospedagem locais ou da região, serviços de alimentação e de informação turística. Deve, ainda, ser dotado de infraestrutura urbana básica que suporte a população fixa e flutuante, com destaque para a gestão de recursos hídricos e resíduos sólidos; bem como atrativos turísticos expressivos de um ou mais segmentos, conselho municipal de turismo atuante e um Plano Diretor de Turismo aprovado e revisado periodicamente.

Esse cenário representa uma oportunidade para Cesário Lange desenvolver ferramentas e mecanismos para organizar o desenvolvimento do turismo em âmbito municipal e consolidar seu posicionamento no cenário regional. O Plano Diretor de Turismo busca se consolidar uma ferramenta de planejamento disponível a toda população local, tornando-se próximo e reconhecido pelos diferentes setores da sociedade como instrumento de governança do turismo em Cesário Lange.

[5] Com efeito, até 2015, setenta (70) municípios paulistas recebiam o título de uma das categorias de estâncias – hidrominerais, climáticas, balneárias e turísticas – conforme quadro normativo elaborado nos anos 1970 (sobretudo, através das leis nº 10.426/1971 e nº 1457/1977) e previsto nas Constituições Estaduais. A partir de 2015, a chamada lei complementar (lei nº 1.261/2015) alterou os critérios e classificação dos municípios turísticos do estado de São Paulo, prevendo a categorização de setenta (70) estâncias e mais cento e quarenta (140) municípios de interesse turístico, assistidos pelo Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos e cuja avaliação dos critérios classificatórios é prevista para ocorrer a cada três anos.

2. MÉTODOS E ETAPAS

Esse capítulo objetiva apresentar, descrever e relacionar as diferentes etapas do estudo sobre o turismo em Cesário Lange, bem como as técnicas de pesquisa empregadas em cada fase para coletar dados e informações que embasaram as análises e propostas que compõem o Plano Diretor de Turismo.

Cabe sinalizar que existem diferentes modelos de planejamento turístico, que priorizam determinadas informações de acordo com os objetivos do plano a ser elaborado. Frente à diversidade de caminhos metodológicos possíveis para organizar esse documento, optou-se por observar e seguir as diretrizes apontadas pela atual pasta governamental responsável pela gestão do turismo no estado de São Paulo, bem como se buscou atender o conjunto de informações requeridas nessas diretrizes.

Com efeito, a Secretaria de Turismo dessa unidade da federação tornou públicos não apenas os novos critérios e procedimentos para a categorização de um município paulista como turístico, mas também divulgou uma cartilha de orientações que contemplam as fases necessárias para apresentação da proposta do município interessado em ser reconhecido como turístico, além dos requisitos básicos para a elaboração de estudos de demanda e inventário turístico[6].

O Plano Diretor de Turismo de Cesário Lange se alinha, assim, com as premissas e os métodos sugeridos pelo próprio governo do estado, contribuindo com a padronização do processo de planejamento turístico em âmbito estadual. Esse alinhamento pode também facilitar o diálogo e a integração com outros municípios da região no que tange ao desenho e execução de ações conjuntas para o desenvolvimento do turismo.

Nas diferentes etapas que conformaram o Plano, empregaram-se dados e informações tanto de natureza primária (coletados em campo) como secundária (coletados em fontes já disponíveis), através de diferentes atividades de pesquisa. Dessa forma, os processos de trabalho para a elaboração do Plano Diretor de Turismo abrangeu um conjunto de ações complementares que visaram se atentar às peculiaridades do cenário local. Esse conjunto de atividades é sintetizado no Quadro 1:

[6] Observar a Minuta Cartilha MIT (Municípios de Interesse Turístico) elaborada pela Secretaria de Turismo do estado de São Paulo, em 2015.

Quadro 1: Atividades de pesquisa empregadas para a elaboração do Plano

Atividades	Meios empregados
Pesquisa bibliográfica	Obtenção de dados secundários para a caracterização de aspectos gerais do município, complementando os inventários realizados em campo.
Inventários de campo	Levantamentos *in loco* sobre a infraestrutura municipal e a oferta turística, registrando em formulários estruturados os elementos e equipamentos do município que contribuem direta e indiretamente com o setor de turismo.
Elaboração de mapas temáticos	Georeferenciamento e representação cartográfica de elementos identificados nas análises realizadas sobre o turismo no município.
Pesquisas de demanda geral	Distribuição de questionários em meios de hospedagem do município e aplicação direta em atrativos e eventos, levando em consideração a sazonalidade do destino: foram contemplados períodos de baixa e alta temporada, além de diferentes dias da semana (dias uteis, finais de semana e feriados) para alcançar a maior amostragem possível.
Pesquisa de demanda específica com moradores de segunda residência	Aplicação indireta de questionários de caracterização da demanda com visitantes de segunda residência, a partir do suporte da Prefeitura Municipal de Cesário Lange.
Análise de dados coletados	Abordagem de teorias de planejamento e gestão de destinos turísticos, de maneira a permitir a classificação do estado atual do destino, bem como subsidiar a elaboração de proposições de desenvolvimento futuro.
Desenho de um planejamento estratégico	Articulação entre a análise do ambiente (cenários) e as sugestões de eixos estratégicos de ação, a partir de teorias de gestão que conferem uma dinâmica ativa ao turismo e um papel protagonista ao poder público, tanto na facilitação quanto no desenvolvimento de ações que propiciem a manutenção e o desenvolvimento do setor no município.

Essas atividades de pesquisa estão presentes em uma ou mais etapas que conformaram o Plano Diretor de Turismo de Cesário Lange, o que permitiu que diferentes técnicas de levantamento de dados e análise de informações se complementassem de acordo com as necessidades identificadas ao longo do desenvolvimento dos estudos.

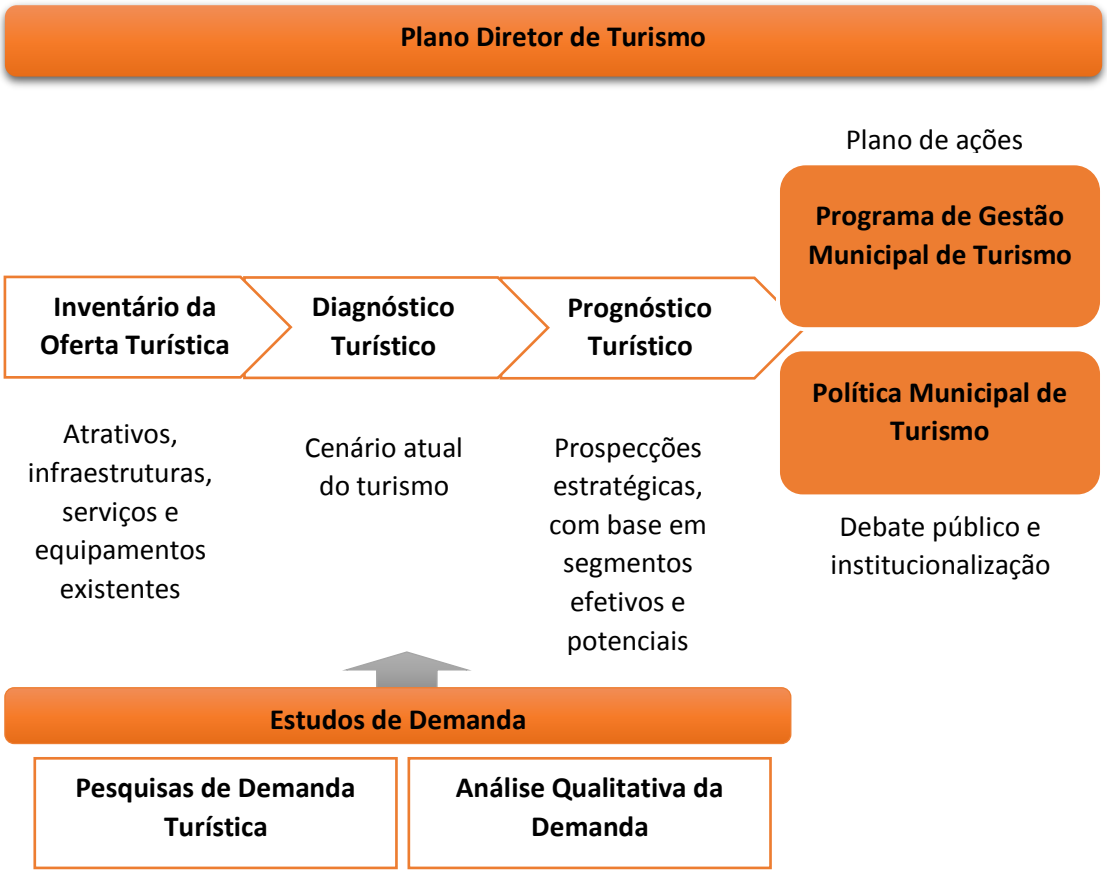
Em resumo, o Plano Diretor de Turismo se fundamenta em uma etapa inicial de Inventário Turístico, constantemente atualizado no decorrer das demais fases de planejamento, quando novos atores e informações puderam ser agregados ao levantamento realizado. Na fase inicial, também foram empreendidos os primeiros esforços de Pesquisas de Demanda, que se estenderam no curso de elaboração do Plano, a fim de atingir a maior heterogeneidade espaço-temporal possível na amostragem de turistas.

A fase de Diagnóstico permitiu analisar o cenário atual do turismo em Cesário Lange, sendo seguida pela etapa de Prognóstico Turístico, quando se elaborou um planejamento estratégico para desenvolver as ações necessárias para atingir os objetivos traçados. Posteriormente, a etapa de elaboração de um Programa de Gestão Municipal do Turismo compreendeu, em caráter mais operacional, o desenho de um plano de ações, que visa colocar em prática o Plano Diretor de Turismo.

Por fim, com base nessas etapas, uma fase final corresponderá à discussão e aprovação de uma Política Municipal de Turismo a partir da apresentação e adequação das considerações

desse Plano Diretor, a ser empreendida pelos diferentes atores envolvidos com a atividade no município (Figura 1).

Figura 1: Etapas do Plano Diretor de Turismo



A análise do processo de planejamento a partir de sua divisão em etapas tem por finalidade organizar e facilitar a interpretação do trabalho desempenhado para a elaboração do Plano Diretor de Turismo. Convém ressaltar que apesar da apresentação lógica e da finalidade organizativa do sequenciamento de fases, o processo de planejamento tem sido cíclico e interativo, uma vez que as informações de um dos estágios do Plano alimentaram e foram alimentadas por outros estágios anteriores e/ou posteriores.

O Quadro 2 ilustra as etapas descritas e sua organização ao longo do Plano Diretor de Turismo.

Quadro 2: Organização das etapas no Plano Diretor de Turismo

Etapa do Plano	Objetivos	Atividades	Capítulo do PDTur
Inventário da Oferta Turística	Levantar e atualizar dados primários e secundários sobre a oferta turística (atrativos, serviços, equipamentos e infraestruturas) no município.	- Atividades de campo; - Pesquisa bibliográfica;	Capítulos 3 e 4
Pesquisa de Demanda	Caracterizar o perfil do fluxo turístico e identificar informações quantitativas preliminares.	- Aplicação direta e indireta de questionários de demanda, em diferentes locais e períodos de tempo. - Análise descritiva por meio de entrevistas com atores locais.	Capítulo 5
Diagnóstico	Traçar a situação atual do turismo no município.	- Análise dos dados coletados, incluindo o perfil da demanda turística e níveis de integração regional.	Capítulos 5 e 6
Prognóstico	Desenhar projeções de turismo (objetivos, posicionamento de mercado, cenários) possíveis e desejadas, identificando segmentos efetivos e potenciais.	- Análise estratégica do turismo.	Capítulo 6
Programa de Gestão Municipal do Turismo	Desdobrar a análise estratégica em planejamento de natureza tática e operacional	- Proposição de um plano de ações para o desenvolvimento do turismo.	Capítulo 6
Politica Municipal de Turismo	Apresentar o plano à população, estimulando ampla participação e ajustes.	- Institucionalizar o plano por meio da aprovação de uma política municipal de turismo.	N/A

Nota: N/A – não se aplica: A institucionalização da política municipal de turismo será resultado das discussões e formalização de um conjunto de ações para o desenvolvimento do turismo no município que terão como base o Plano Diretor de Turismo.

3. CARACTERIZAÇÃO GERAL DO MUNICÍPIO

3.1 HISTÓRICO[7]

Em torno de 1850, José Justino Inocêncio vendeu terras incultas a sertanistas, na altura de um lugar conhecido como Passa Três, no caminho de Braganceiros (Pereiras) e de Santo Antônio do Rio Feio (Porangaba). Por volta de 1872, um destes sertanistas, José Mendes de Almeida pensou em erigir uma capela para os moradores daquelas matas, em um lugar conhecido como Passa Três, por conta de um ribeirão com este nome.

O ribeirão nasce na altura da Fazenda Monte Alegre e desagua no Ribeirão da Onça e é conhecido como Passa Três por cortar três vezes a mesma sesmaria, que havia pertencido a uma personagem mítica da região, certa Francisca de Tal Godoy, a 'Chica Braba', que se tornou lendária por sua crueldade com os escravos.

O latifúndio da senhora Francisca compreendia terras das atuais cidades de Laranjal Paulista, Tietê e Cesário Lange e a sede da propriedade seria próxima ao Bairro dos Pedros, hoje Fazenda Nova Esperança. Após a abolição, Francisca haveria se retirado para Tatuí até sua morte. Suas terras haveriam sido parte vendida à família Guedes de Tatuí e parte herdada por parentes. Outra parte haveria sido, ainda, completamente abandonada, dando origem ao atual distrito Fazenda Velha. Este distrito foi ocupado por posseiros no início do século 20, sendo que até hoje a maior parte dos seus moradores permanecem sem títulos de propriedade.

José Mendes de Almeida contou com o apoio de outros moradores para construir uma pequena capela de pau e barro em homenagem à Santa Cruz e, na ocasião, Severino Alves de Oliveira doou um terreno fronteiro à capela para servir-lhe de pátio e onde fosse possível realizar procissões, montar barracas, botequins e paliçadas em dias de festa, que ali se faziam mensalmente. Esse terreno se tornaria a atual Praça Padre Adolfo Testa.

Em 1878, rezou-se a primeira missa na capela de Santa Cruz de Passa Três e se realizou o primeiro batizado, o de Joaquim Mendes de Almeida, neto de José Mendes de Almeida. A data da primeira missa é considera a fundação do povoado. A primeira casa edificada, à direita da capela, foi a de Pedro Rodrigues Machado, que havia contribuído com seus serviços de carpintaria. Pedro Machado deixou um espaço, que foi aproveitado como travessa.

Ao longo dos anos, surgiria um pequeno povoado em torno da capela de Passa Três. Desde 1879, funcionava na casa de José Mendes da Silva (filho de José Mendes de Almeida), uma escola para crianças na atual rua dos Mendes. Vindo de Nazaré Paulista, **Cesário Lange Adrien** foi um dos professores dessa escola. José Mendes de Almeida, Cesário Lange e José Francisco de Oliveira resolveram ampliar a capela de Santa Cruz por esta época e, em 1893, o primeiro adquiriu uma casa para uso da igreja, que se tornaria a antiga casa paroquial na atual Rua do Comércio.

Como até então, os mortos do povoado eram sepultados em Tatuí ou Pereiras, a capela de Santa Cruz conquistou um terreno doado por volta de 1885 para a construção do cemitério. Em 1897, Cesário Lange Adrien, um dos benfeitores da capela de Santa Cruz, foi transferido para Tatuí.

---

[7] *Fonte das informações: Prefeitura Municipal de Cesário Lange e Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).*

Em virtude do aumento da população do povoado, Aristides Vasconcelos e José Fernandes com o apoio de Cornélio Vieira de Camargo, político de Tatuí, conseguiram efetivar a elevação do povoado a Distrito de Paz, em 1908, que recebeu o nome de Cesário Lange, em homenagem ao primeiro professor da Capela Passa Três. O distrito foi elevado à categoria de município em 1959, desmembrando-se de Tatuí e tendo como sede o antigo distrito de Cesário Lange.

3.2 DADOS BÁSICOS E DE INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO

INFORMAÇÕES BÁSICAS

Prefeito (2013-2016): Sr. Ramiro de Campos (PSDB)
Vice-prefeito (2013-2016): Sr. Ronaldo Pais de Camargo (PR)
Endereço da Prefeitura Municipal: Praça Padre Adolfo Testa, 651, Centro.
CEP: 18285-000 – Cesário Lange, SP.
Telefone: (015) 3246 8600
E-mail: gabinete@cesariolange.sp.gov.br
Site oficial: www.cesariolange.sp.gov.br

DELIMITAÇÃO DA ÁREA

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), o município de Cesário Lange abrange uma área de 190,39 Km².

LOCALIZAÇÃO

Cesário Lange está situado na porção centro-sul do estado de São Paulo, conforme a Figura 2 que mostra a localização relativa do município no estado. Com altitude média de 590 metros e coordenadas geográficas 23º13’36’’ Sul e 47º57’11’’ Oeste, sua distância rodoviária até a capital do estado corresponde a cerca de 150 Km.

O município pertence à Região de Governo de Itapetininga, bem como a outras divisões político-administrativas estaduais: Região Administrativa e Região Metropolitana de Sorocaba; Mesorregião de Itapetininga e Microrregião de Tatuí.

A Figura 3 ilustra a Região Metropolitana de Sorocaba, destacando-se Cesário Lange. O município possui seis municípios limítrofes: Laranjal Paulista e Pereiras ao Norte; Tatuí e Quadras ao Sul; Cerquilho a Leste; e Porangaba a Oeste.

De acordo com a Secretaria de Turismo do estado de São Paulo, Cesário Lange está inserido na Macrorregião Turística Sudoeste Paulista; e na Região Turística Itupararanga-Sorocabana.

Figura 2: Localização relativa de Cesário Lange no Estado de São Paulo.

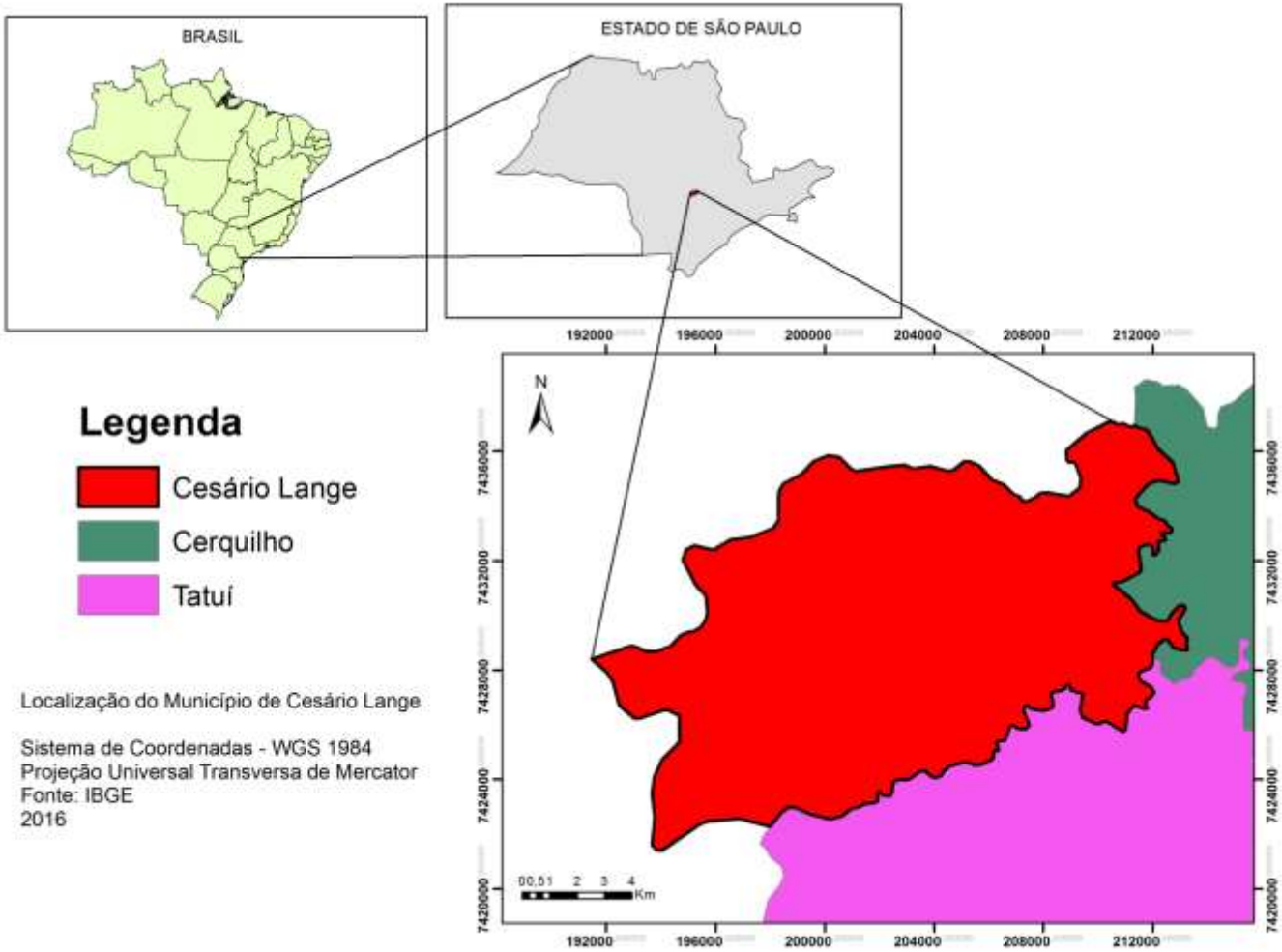
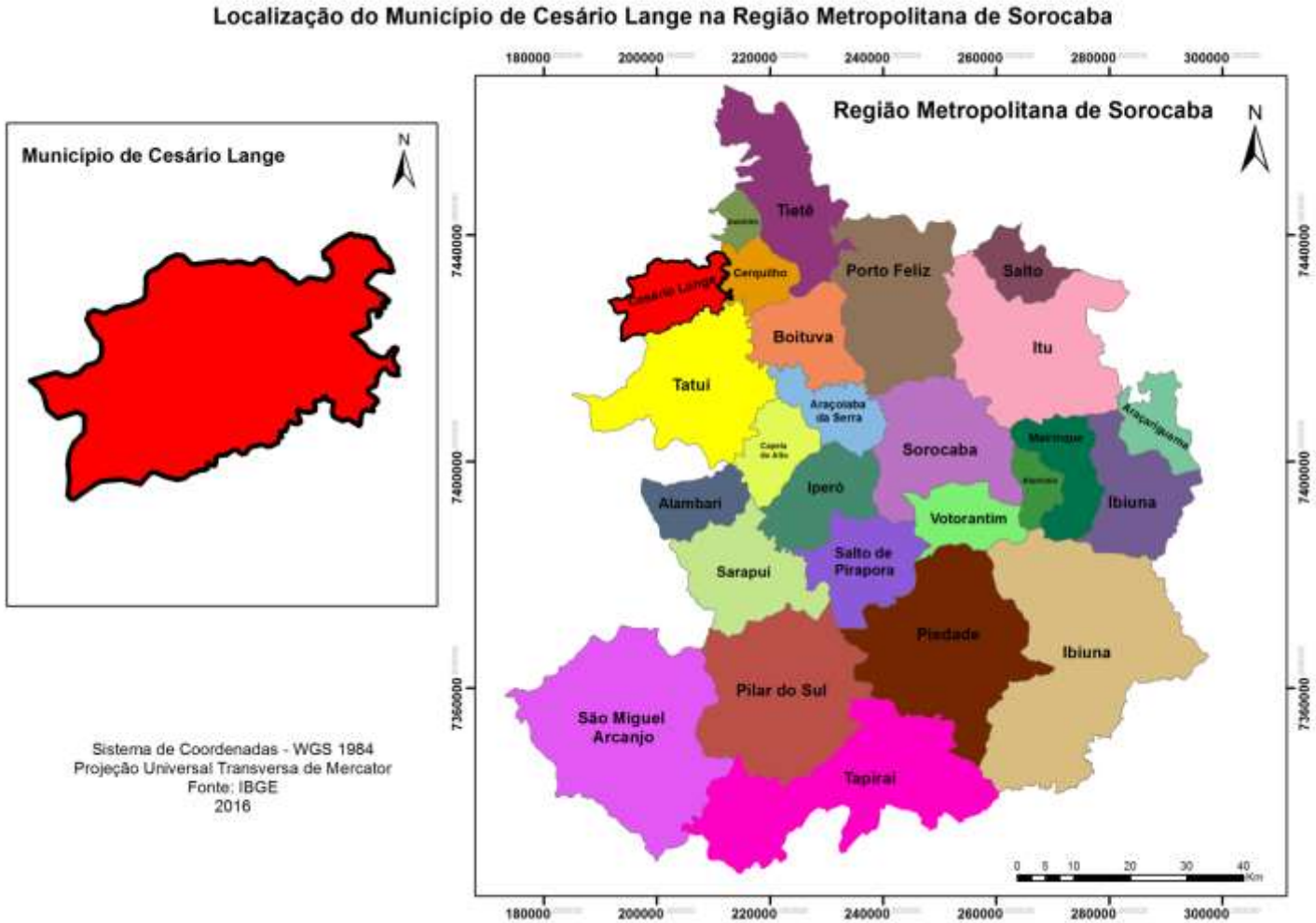


Figura 3: Região Metropolitana de Sorocaba



ACESSOS

A distância entre Cesário Lange e os municípios regionais de referência e a capital do estado são apresentadas no Quadro 3. Em seguida, o Quadro 4 apresenta as principais vias de acesso rodoviário que servem o município. A Figura 4 mostra as distâncias entre Cesário Lange e os municípios próximos.

Quadro 3: Distância entre Cesário Lange, municípios regionais de referência e a capital do Estado de São Paulo

Município	Distância (Km)
Tatuí	19
Tietê	49,4
Itapetininga	60,4
Sorocaba	70
Piracicaba	87,6
Botucatu	93,8
Campinas	138
São Paulo	153

Fonte: Site distanciacidades.com

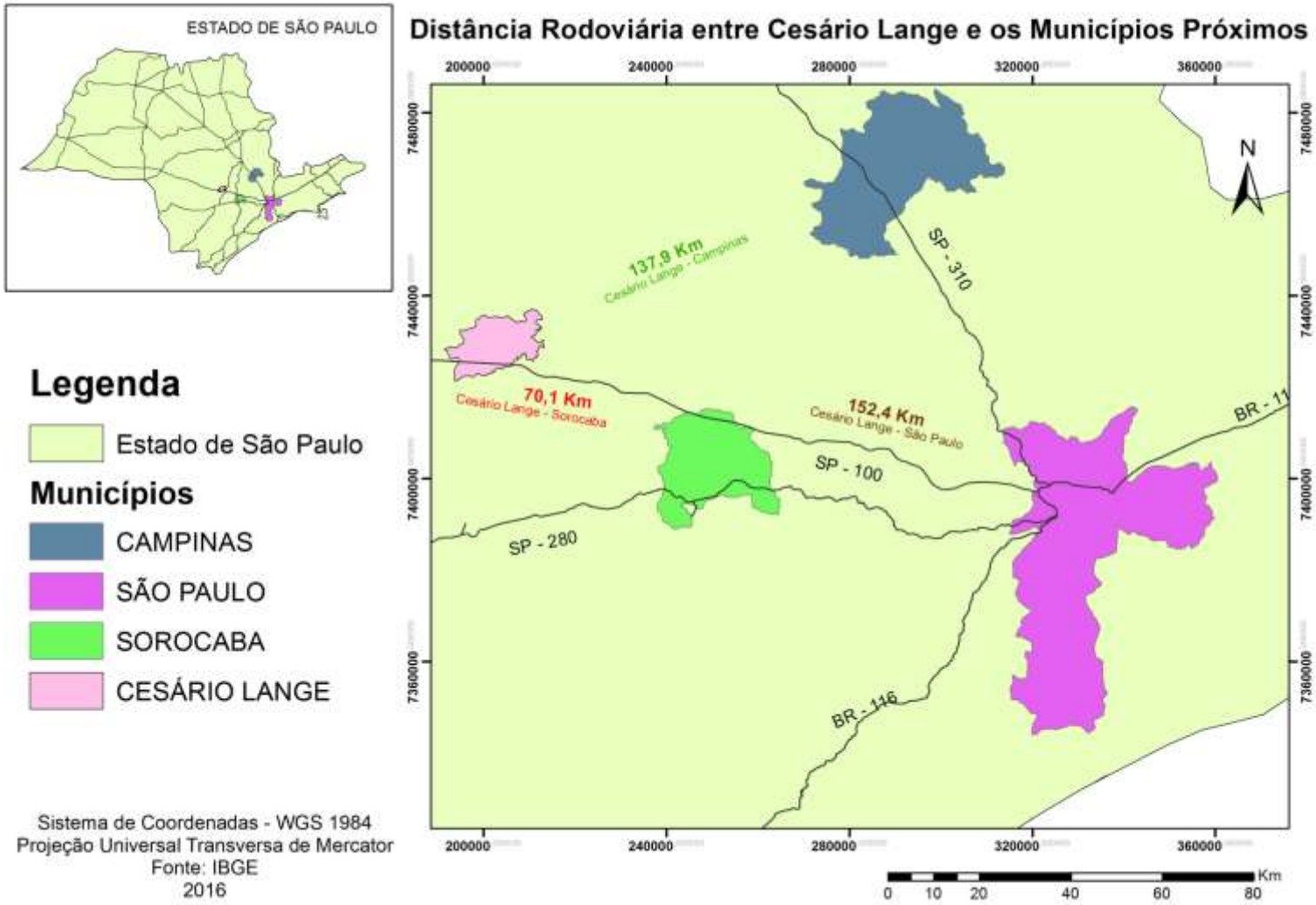
Quadro 4: Principais vias de acesso rodoviário para Cesário Lange

Vias de acesso
• Rodovia Presidente Castelo Branco (SP 280)
• Rodovia Marechal Rondon (SP-300)
• Rodovia Cesário Lange-Porangaba (SP-141)
• Rodovia Cesário Lange-Tatuí (SP-127)
• Rodovia Otávio Pilón, vicinal Cesário Lange-Cerquilho/Rodovia do Açúcar

Fonte: Prefeitura Municipal de Cesário Lange

O estado de conservação das vias mencionadas no Quadro 2 é bastante variado. Enquanto algumas rodovias possuem praças de pedágio e serviços de apoio ao usuário (exemplo: SP 280 e SP 300), outras são atendidas de forma mais precária por serviços de reboque do próprio Departamento de Estradas e Rodagem (DER) do Estado de São Paulo. A conservação das vias de rodagem também é bastante discrepante, entre as rodovias pedagiadas e aquelas em que não há cobrança de serviços.

Figura 4: Distâncias entre Cesário e os municípios próximos



TRANSPORTES

Cesário Lange conta com um terminal rodoviário, localizado na Rua 9 de Julho, s/n, Centro. O espaço possui ponto de venda de alimentos e bebidas, ponto de taxi, além de caixas eletrônicos e sanitários. Possui três vagas para estacionamento de ônibus e conta com 45 assentos para espera (Figura 5).

Figura 5: Terminal rodoviário de Cesário Lange

Autoria: UFSCar

As principais linhas regulares que atendem o município são operadas pelas empresas do Quadro 5:

Quadro 5: Empresas de transporte rodoviário regular que operam em Cesário Lange

Empresas	Destinos/frequência
Rápido Fênix	São Paulo (duas frequências diárias)
Rápido Campinas	Bofete (duas frequências diárias). Botucatu, Sorocaba e Tatuí (quatro frequências diárias). A mesma linha atende ainda: Porangaba, Capela do Alto, Anhumas, Pereira, Conchas e os bairros Adélio e Rubião Junior.
Tieteense	Cerquilho e Tietê (duas operações diárias). Atende bairros internos: Torninos, Fazenda Velha, Alemão, Mato Seco e Pilón.

AEROPORTOS E AERÓDROMOS

Não há registros de aeródromos públicos ou privados junto à ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil) no município de Cesário Lange. Porém, no raio de 150 Km, há aeroportos de importância nacional e regional, conforme sintetizado no Quadro 6:

Quadro 6: Aeroportos mais próximos a Cesário Lange

Aeroporto	Distância de Cesário Lange (Km)	Informações do aeroporto
Aeroporto Internacional de Viracopos-Campinas	125	3240m de pista; VFR[8] diurno/noturno; IFR[9] diurno/noturno; Aeródromo público.
Aeroporto de Sorocaba	66	1480m de pista; VFR diurno/noturno; Aeródromo público.
Aeródromo Estadual de Campinas (Amarais)	147	1200m de pista; VFR diurno/noturno; Aeródromo público.
Aeroporto de Tietê	47	850m de pista; VFR diurno; Aeródromo público.
Aeroporto de Tatuí	16	1100m de pista; VFR diurno; Aeródromo público.

Fonte das distâncias: GoogleMaps

3.3 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

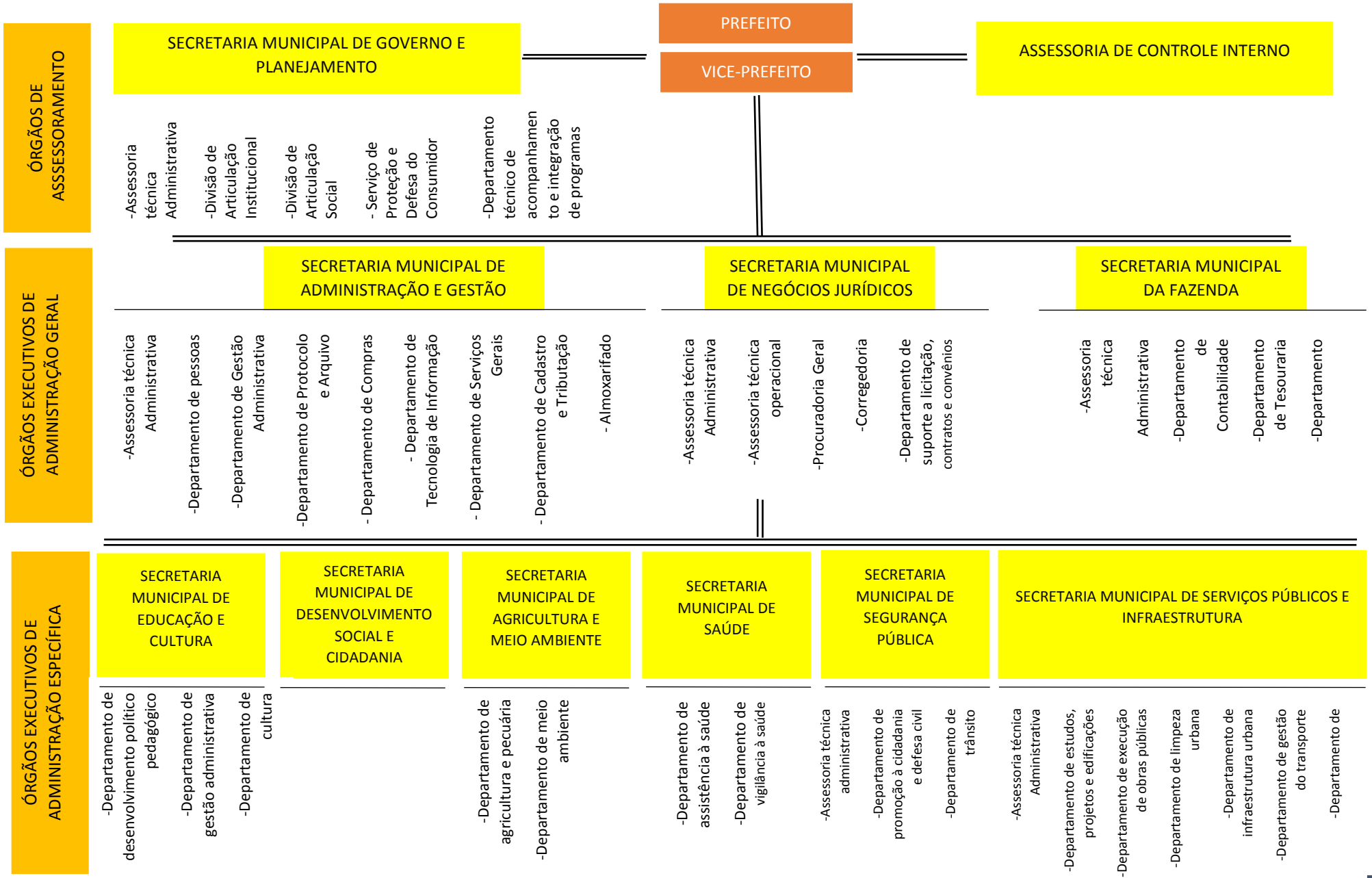
ORGANOGRAMA GERAL

A Figura 6 esquematiza os órgãos que compõem a atual estrutura administrativa municipal de Cesário Lange, conforme a Lei Orgânica Municipal e legislação correlata (decretos nº 2.205/2009; 2.206/2009; 2.207/2009; 2.402/2011; 2.403/2011; 2.432/2011; 2.974/2016/ 2.975/2016).

[8] O Voo VFR é aquele em que o piloto pode controlar visualmente a altitude do avião e ter contato visual com o tráfego aéreo, sem a necessidade de controladores em solo. É proibido acima de 14.500 pés e feito somente por aeronaves de pequeno porte.

[9] O Voo IFR é também denominado "Voo por instrumentos". Nele, quem mantém a aeronave longe do trafego aéreo e de obstáculos é o órgão ATC, ou seja, o controle de tráfego aéreo, um serviço prestado por controladores, em terra, nas chamadas "Torres de Controle", que acompanham, orientam e monitoram o percurso de aeronaves tanto no ar como no solo.

Figura 6: Instâncias da administração municipal de Cesário Lange



ÓRGÃO OFICIAL DE TURISMO

Atualmente, não existe na estrutura administrativa de Cesário Lange um órgão com responsabilidade exclusiva ou formalmente definida para o planejamento e gestão do turismo. Na prática, assuntos referentes ao setor, como a própria coordenação para a elaboração de um Plano Diretor de Turismo, estão sob a gerência da Secretaria de Planejamento e Governo.

Secretaria de Planejamento e Gestão

Responsável (2013-2016): Sra. Silvia Aparecida Ricci
Endereço: Praça Padre Adolfo Testa, 651, Centro (prédio da prefeitura).
Telefone: (015) 3246 8604

Cabe registrar, ainda, que no quadro funcional da administração municipal não existem profissionais de turismo atuando no município e que estejam envolvidos diretamente com a gestão da atividade.

PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO DO TURISMO

O município não conta um plano de marketing turístico, tendo em vista a necessidade de elaboração prévia de um plano de ações estruturantes. Ainda que não haja oficialmente estratégias sistemáticas para a promoção e divulgação de atrativos e empreendimentos turísticos locais, foram identificadas ações já existentes que podem ser fomentadas, melhoradas ou articuladas, como resumido no Quadro 7:

Quadro 7: Ações realizadas para divulgação turística do município

Meio	Ações
Site institucional da prefeitura	Divulgação de alguns empreendimentos (hospedagens e restaurantes) e equipamentos turísticos (teatro).
Perfil da prefeitura em uma rede social	Divulgação de alguns empreendimentos e equipamentos turísticos.
Televisão	Parceria com emissora regional (TV TEM/afiliada da Rede Globo) para divulgação de vídeos de curta duração, com atrativos do município (edições de 2011 e 2014).
Calendário turístico do estado de São Paulo	Inclusão da Festa de Peão do Boiadeiro de Cesário Lange.

Dessa forma, as mídias utilizadas para divulgação dos atrativos e eventos do município são predominantemente canais virtuais (site da prefeitura e perfil em rede social) e a televisão.

CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO

O município possui Conselho Municipal de Turismo foi instituído formalmente, com caráter consultivo e deliberativo. Entretanto, este fórum não é atuante, não tendo realizado reuniões para discutir e definir ações para o setor.

CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL EM TURISMO

Não se encontram instituições de ensino (superior ou técnico) que promovam cursos regulares de capacitação na área de turismo ou afins. Porém, a gestão municipal tem ofertado vagas em cursos variados, organizados pela própria Prefeitura ou em parcerias com outras instâncias governamentais. O Quadro 8 indica a relação de cursos realizados desde 2009:

Quadro 8: Cursos de capacitação na área de serviços realizados no município

Período	Financiamento do curso	Curso	Vagas
2009 - 2014	Parceria com o Governo do estado	Padaria artesanal	200
2010 - 2014	Prefeitura Municipal	Costura básica	120
2010	Prefeitura Municipal	Cuidados de idosos	30
2012	Parceria com o Governo do estado	Assistente administrativo	30
2013	Parceria com o Governo do estado	Analista de crédito e cobrança	30
2013	Prefeitura Municipal	Elétrica predial	20
2014	Parceria com o Governo do estado	Garçom	30
2014	Parceria com o Governo do estado	Metrologia	60
2015	Parceria com o Governo Federal	Produção de panetone	20
2016	Parceria com o Governo do estado	Refrigeração e climatização	45
2016	Parceria com o Governo do estado	Garçom, barman e camareira.	Ainda não realizado

Existe, ainda, a possibilidade de atuação na área de qualificação profissional através de parceria com a ETEC Sales Gomes, do município de Tatuí. Em parceria com a Prefeitura Municipal, esta ETEC mantem uma sala descentralizada em Cesário Lange.

Além disso, identificou-se que são realizados encontros e cursos sobre o segmento de turismo rural pelo SENAR (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural). Contudo, esses cursos são realizados por particulares e ainda não possuem algum tipo de vínculo com a gestão municipal.

3.4 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS, ECONÔMICOS E SOCIAIS

3.4.1 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

COMPOSIÇÃO DA POPULAÇÃO

No ano de 2015, de acordo com as projeções mais recentes elaboradas pela Fundação SEADE, Cesário Lange apresentava uma população de 16.616 habitantes, representando aproximadamente 0,04% da população do estado de São Paulo no mesmo ano (Quadro 9).

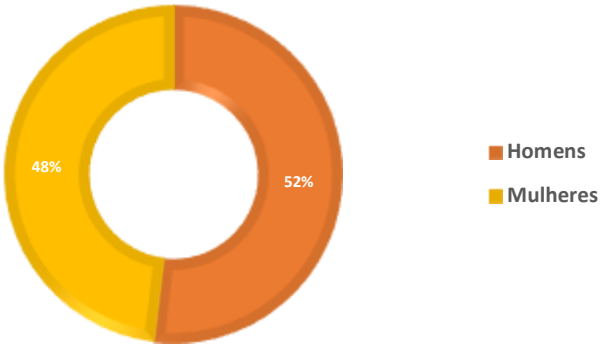
Quadro 09: População de Cesário Lange em 2010 e 2015

Ano	População
2010 (CENSO)	15.540
2015 (SEADE)	16.616

Fonte: IBGE, 2010; Fundação SEADE, 2016.

A população do município, no ano de 2010, de acordo com o IBGE, era composta por 8.063 homens e 7.477 mulheres, como ilustra a Figura 7.

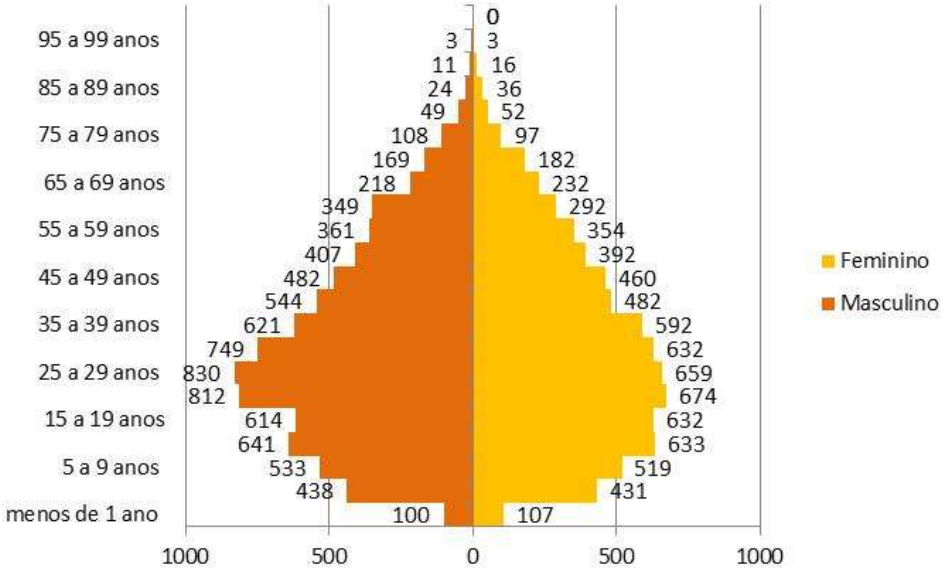
Figura 7: Composição da população de Cesário Lange, de acordo com sexo (2010)



Fonte: IBGE, 2010

Esses números podem ser mais bem analisados a partir do momento em que se tem contato com dados referentes ao sexo e à idade da população, a partir dos quais se pode elaborar a pirâmide etária do município, observada na Figura 8. Essa forma de apresentação de dados torna mais fácil o entendimento da estrutura populacional e pode até mesmo servir como instrumento no planejamento de políticas públicas.

Figura 8: Pirâmide etária da população de Cesário Lange (2010)



Fonte IBGE, 2010

DISTRIBUIÇÃO TERRITORIAL DA POPULAÇÃO

Cesário Lange possui áreas rurais e urbanas que totalizam 190,39 Km². Segundo a Fundação SEADE, sua densidade demográfica em 2015, ou seja, a relação entre a população residente e a área abrangida pelo município, era de 86,75 habitantes/km². Em comparação com a densidade demográfica do estado de São Paulo no mesmo ano, que era de 173,42 habitantes/km², considera-se que o município não se apresenta como um espaço de grandes concentrações populacionais.

Sua taxa de urbanização, ou seja, o percentual da população urbana em relação à população total do município é de 67,52%, sendo inferior à média da Região de Governo onde ser encontra (88,63%) e à do estado de São Paulo (96,21%).

TAXA DE NATALIDADE E MORTALIDADE

As taxas de natalidade e mortalidade referentes à população adulta no ano de 2014 são apresentadas no Quadro 10.

Quadro 10: Taxas de natalidade e mortalidade de Cesário Lange e do Estado de São Paulo para o ano de 2014

Taxas	Cesário Lange	Estado de São Paulo
Taxa de natalidade (por mil hab.)	15,88	14,66
Taxa de mortalidade infantil (por mil)	7,72	11,43
Taxa de mortalidade na infância (por mil)	7,72	13,10
Taxa de Mortalidade da População entre 15 e 34 Anos (por cem mil)	208,42	117,60
Taxa de Mortalidade da População de 60 Anos e Mais (por cem mil)	3.737,42	3.486,44

Fonte: Fundação SEADE, 2016

Os dados do Quadro 10 merecem atenção, sobretudo, pelo fato de o valor na faixa de idade entre 15 e 34 anos ser superior ao do estado de São Paulo. Assim, deve-se atentar a esse fato e buscar pelos fatores que causam o aumento da taxa de mortalidade nas diferentes faixas etárias, uma vez que variáveis como a saúde e a violência também colaboram para o aumento ou diminuição do fluxo turístico no município.

3.4.2 ASPECTOS ECONÔMICOS

OCUPAÇÃO, PARTICIPAÇÃO E RENDIMENTO MÉDIO DA POPULAÇÃO

Em Cesário Lange, observa-se que o setor de serviços, no qual o turismo se insere, possui a maior participação no total de empregos formais (35, 59%), mas apenas o terceiro maior rendimento médio (R$1.921,25), menor do que o rendimento médio observado para indústria e construção, mas superior ao rendimento do setor primário e do setor de comércio. A comparação entre os setores produtivos do município é sintetizada no Quadro 11.

Quadro 11: Ocupação, participação e rendimento médio da população de Cesário Lange no ano de 2014

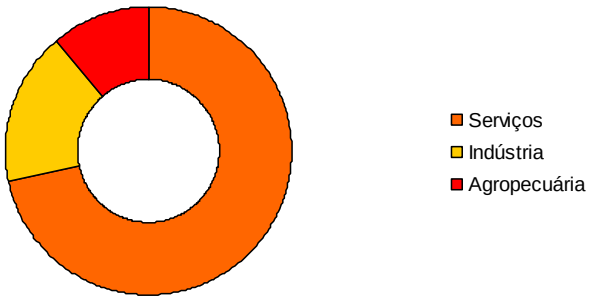
Ocupação	Participação no total de empregos (em %)	Rendimento médio (R$)
Agricultura, Pecuária, Produção Florestal, Pesca e Aquicultura	11,84	1.297,14
Indústria	30,96	1.977,23
Construção	1	1.911,10
Comércio Atacadista e Varejista e do Comércio e Reparação de Veículos Automotores e Motocicletas	20,61	1.380,58
Serviços	35,59	1.921,25
Rendimento médio total (R$)	1.719,13	

Fonte: Fundação SEADE, 2016

FONTES DE RECEITA

A Figura 9 ilustra a distribuição do Produto Interno Bruto Municipal entre os setores de agropecuária (11,15%), industrial (17,29%) e de serviços (71,56%):

Figura 9: Distribuição PIB municipal por setores econômicos



Fonte: Seade 2013

Além do setor de serviços, o principal gerador de renda para o município, as principais produções agrícolas e industriais são elencadas no Quadro 12, no qual pode se analisar a importância das produções de cana-de-açúcar, laranja, produtos granjeiros (ovos) – no setor primário – e de produtos químicos e alimentícios – no setor secundário.

Quadro 12: Principais produções agropecuárias e industriais de Cesário Lange

Setor	Produtos/valor da produção em mil reais
Produções agrícolas	Abacaxi (68), arroz (12), banana (40), batata inglesa (6.712), café (52), cana de açúcar (19.048), feijão (172), laranja (7.106), milho (1.620), soja (828), tangerina (372), tomate (168), trigo (18), triticale (58)
Produções pecuárias	Leite (956) e ovos de galinha (1.186)
Produções industriais	Indústrias extrativas (833); minerais não metálicos (26.020); produtos de metal (244); produtos químicos (35.944); vestuário e acessórios (187); edição, impressão e gravação (165); produtos alimentícios (20.900); e outras atividades industriais (3.177)

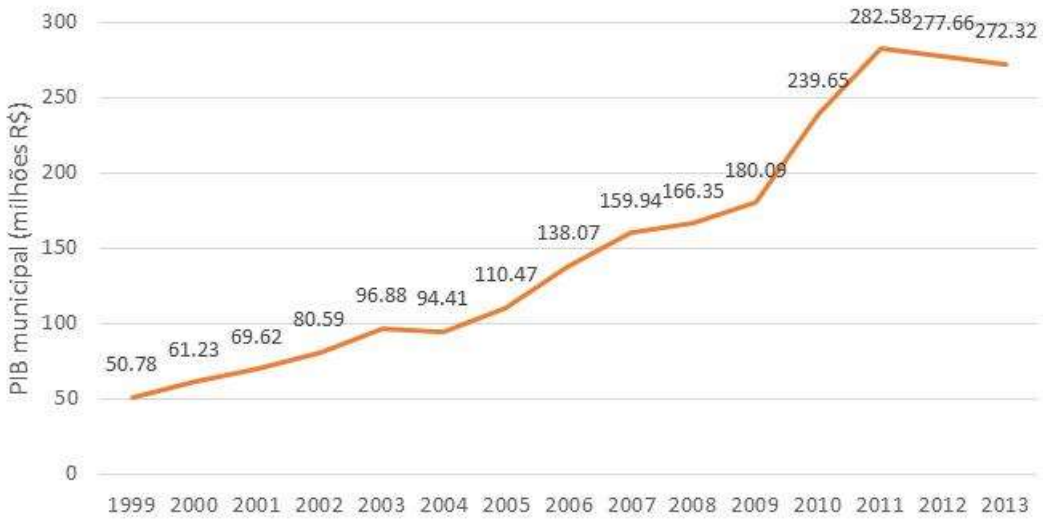
Fonte: Seade 2012

PIB MUNICIPAL

Em 2013, o PIB municipal foi de R$ 272,32 milhões, representando 0,016% do PIB estadual e um PIB per capita de R$ 16.906,01. Nesse mesmo ano, o município contava com 881 empresas atuantes, gerando 4.264 ocupações, sendo 3.306 ocupações assalariadas. Essas empresas pagavam nesse ano R$ 62.771 em salários, representando um salário médio de 2,3 por ocupação assalariada (IBGE).

A trajetória dos valores do PIB municipal de Cesário Lange pode ser observada na Figura 10:

Figura 10: PIB municipal de Cesário Lange



Fonte: SEADE, 2016.

3.4.3 ASPECTOS SOCIAIS

HABITAÇÃO

Em 2010, segundo o IBGE, Cesário Lange possuía um total de 4.469 domicílios particulares permanentes, cuja distribuição, por tipo, é representada pelo Quadro 13:

Quadro 13: Distribuição de habitações em Cesário Lange, por tipo (2010)

Tipologia	Quantidade
Casa	4.460
Casa de Vila ou em Condomínio	3
Habitação em casa de cômodos, cortiço ou cabeça de porco	6
Total	4.469

Fonte: IBGE, 2010

EDUCAÇÃO

O município apresentava em 2010, segundo o IBGE, tanto uma taxa de analfabetismo de pessoas com 15 anos ou mais (5,45%) maior que a taxa do estado de São Paulo (4,33%), quanto um percentual da população de 18 a 24 anos com, pelo menos, ensino

médio completo (49,3%) inferior ao do Estado (57,89%), colocando-o abaixo da média estadual em questões de educação.

IDHM

O IDHM (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal) brasileiro considera, para a realização do seu cálculo, as mesmas três dimensões do IDH Global (longevidade, educação e renda), mas adequa essa metodologia ao contexto brasileiro e à disponibilidade de indicadores nacionais. De acordo com o Atlas Brasil (2013),[10] apesar de medir os mesmos fenômenos que o IDH, "os indicadores levados em conta no IDHM são mais adequados para avaliar o desenvolvimento dos municípios e regiões metropolitanas brasileiras. "

No caso de Cesário Lange, seu IDHM no ano de 2010 era de 0,706, número considerado como de alto desenvolvimento humano na atual classificação brasileira, sendo um fator positivo tanto para os habitantes locais, quanto para o incentivo da atividade turística.

3.5 INFRAESTRUTURA BÁSICA URBANA

ABASTECIMENTO DE ÁGUA

Instituição responsável: SABESP
Localização: Rua 7 de Setembro, 1.499, Vila do Cruzeiro – Cesário Lange
Contato: (15) 3246-1349

A Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo (SABESP) é a empresa responsável pelos serviços de abastecimento de água, coleta e tratamento de esgotos de Cesário Lange. O Sistema de Abastecimento de Água de Cesário Lange abrange, além da sede, o distrito de Fazenda Velha e os bairros de Torninos e Campininha.

De acordo com a SEADE, em 2010, o município de Cesário Lange obteve um nível de abastecimento de água de 96,29%, tendo em vista sua população total (correspondente a 15.540 pessoas), calculada pelo CENSO 2010. Esse número

[10] IPEA. 2013. Atlas de Desenvolvimento Humano.

corresponde a um índice menor do que o apresentado pela Região de Governo de Itapetininga (97,38%) e pelo total do Estado de São Paulo (97,91%), como comparado no Quadro 14:

Quadro 14: Abastecimento de Água: nível de Atendimento (em %)

Localidade	Nível de Atendimento – Abastecimento de água em 2010 (em %)
Total do Estado de São Paulo	97,91
Total da Região de Governo de Itapetininga	97,38
Total de Cesário Lange	96,29

Fonte: SEADE, 2016

Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), cada pessoa necessita de 3,3 m³ de água por mês, ou seja, um número correspondente a cerca de 110 litros de água por dia. Levando-se em consideração o consumo total de água em Cesário Lange, de acordo com o portal DeepAsk (2016), pode se concluir que a cidade está acima da média estabelecida pela ONU, conforme pode ser observado no Quadro 15.

Quadro 15: Média diária de consumo de água estimado, em litros, por habitante

Ano	Consumo médio per capita em litros p/habitante p/dia
2010	151
2011	142,1
2012	152,7
2013	152,7

Fonte: Adaptado de DeepAsk

REDE DE ESGOTO

Instituição responsável: SABESP
Localização: Rua 7 de Setembro, 1.499, Vila do Cruzeiro – Cesário Lange
Contato: (15) 3246-1349

De acordo com o Plano Municipal Integrado de Saneamento Básico de Cesário Lange (2011), o município possui duas redes coletoras de esgoto sanitário, ambas operadas pela SABESP:

- Sede Municipal: Atende a 87% da população urbana da sede do município (aproximadamente 8.055 habitantes). Os esgotos ali tratados são lançados, através de um emissário final, no Rio Aleluia.
- Fazenda Velha: Atende a 83% da população urbana desse distrito (cerca de 1.014 habitantes). Seus efluentes tratados são lançados no Ribeirão da Onça.

Os bairros Torninos e Campininha carecem de coleta e tratamento de esgotos, sendo estes lançados em fossas sépticas ou fossas negras.

LIMPEZA PÚBLICA

Instituição responsável: Secretaria Municipal de Serviços Públicos
Localização: Garagem Municipal
Contato: (15) 3246 8627

De acordo com o Plano Municipal Integrado de Saneamento Básico de Cesário Lange (2011), o município gera a média de 15 toneladas de resíduos sólidos domiciliares por dia, o que corresponde a 1,04 Kg de lixo per capita. Destes, cerca de 30% são componentes recicláveis e 63% matéria orgânica.

O nível de atendimento de coleta de lixo no município, de acordo com a SEADE (2016), tomando como base o CENSO 2010, corresponde a 99,78% e é realizada de acordo com o cronograma semanal do Quadro 16:

Quadro 16: Coleta semanal de lixo em Cesário Lange, por bairros

Dia de coleta	Bairros atendidos
Segunda-Feira	Centro, Vila Nova, Jardim Alvorada, Haras do Sul, Jardim Europa e Jardim Monte Alegre.
Terça-Feira	Torninos, Fazenda Velha, Três Dias, Jardim das Flores, Dom Lázaro, Benetton Primavera e Distrito Industrial.
Quarta-Feira	Centro, Vila Nova, Jardim Alvorada, Haras do Sul, Jardim Europa, Vila Brasil e Jardim Monte Alegre.
Quinta-Feira	Torninos, Fazenda Velha, Campininha e Centro.
Sexta-Feira	Vila Nova, Jardim Alvorada, Haras do Sul, Jardim das Flores, Dom Lázaro, Jardim Primavera, Distrito Industrial e Jardim Monte Alegre.
Sábado	Centro, Vila Brasil e Jardim Europa
Domingo	N/A

Fonte: Prefeitura Municipal de Cesário Lange-SP.

ENERGIA ELÉTRICA

Instituição responsável pela distribuição: Elektro S/A
Localização: Rod. Mario Batista Mori, 46, Jardim Europa, Cesário Lange
Contato: 0800 701.0102

De acordo com a SEADE, tomando como base o CENSO 2010, o nível de atendimento de energia elétrica de Cesário Lange corresponde a 99,79%. A média anual de consumo de energia elétrica no município é representada no Quadro 17:

Quadro 17: Média anual de consumo de energia, em MWh

Período	Consumo total em MWh/ano
2010	44.091
2011	47.917
2012	51.539
2013	52.652
2014	55.637

Fonte: Adaptado de SEADE, 2016

FROTA DE VEÍCULOS

Segundo o Departamento Nacional de Trânsito (DENATRAN, 2014), o município de Cesário Lange possui uma frota de 9.101 veículos, divididos em Automóveis (5.620); Caminhões (395); Caminhões tratores (35); Caminhonetes (653); Camionetas (278); Micro-ônibus (58); Motocicletas (1.841); Motonetas (150); Ônibus (50); Tratores de rodas (1); e Utilitários (20).

Este número corresponde a aproximadamente 0,035% do total da frota de veículos do Estado de São Paulo (25.718.248); 0,12% do total da frota de veículos da capital paulista (7.323.775); e indica que a população cesariolangense, em média, possui 0,36 automóveis per-capita, comparada à relação de 0,62 automóveis per-capita da capital paulista.

SISTEMA DE SEGURANÇA E SALVAMENTO

Instituição responsável: Secretaria Municipal de Segurança Pública
Localização: Praça Adolfo Testa, 651, Centro, Cesário Lange.
Contato: (15) 3246 2151

Cesário Lange conta com unidades de segurança e resgate destinadas ao atendimento da população e ao suporte a eventos realizados no próprio município, bem como é servida por unidades localizadas em município vizinho, conforme reunido no Quadro 18. Destaca-se a brigada de bombeiros própria da Torre de Vigia (Betel), que além do atendimento interno à organização, colabora com a prestação de serviços de utilidade pública e de emergência em bairros do município quando necessário.

Quadro 18: Unidades de segurança e salvamento

Unidades	Quantidade	Localização e Contato
Delegacia de Polícia	01	Endereço: Avenida 13 de maio, 1048, Centro. Contato: (15) 3246.1222
Batalhão de Polícia Militar	01	Endereço: Rua dos Mendes, 899. Contato: (15) 3246.1575
Guarda Municipal	01	Endereço: Rua dos Mendes, s/n. Contato: (14) 346.1356
Corpo de Bombeiros	02	- Unidade da Torre de Vigia. Rodovia Mário Batista Mori, Km 43. Contato: (15) 3251.1432 - Unidade do município de Tatuí-SP. Avenida Domingos Bassi, Cecap, 855, Tatuí. Contato: (15) 3251.1432

EQUIPAMENTOS MÉDICO-HOSPITALARES

De acordo com a SEADE (2015), o município de Cesário Lange conta, atualmente, com 30 leitos de internação, ou seja, aproximadamente 1,93 para cada 1.000 habitantes. Destes, 17 são leitos do SUS (Sistema Único de Saúde), representando uma relação de 1,1 para cada 1.000 habitantes.

O estado de São Paulo conta com uma média de 95.877 leitos de internação (2,25 para cada 1.000 habitantes), sendo 58.322 do SUS (1,37 para cada 1.000 habitantes), enquanto que a capital paulista conta com 29.327 leitos de internação (2,25 para cada 1.000 habitantes), 15.084 do SUS (1,31 para cada 1.000 habitantes). Assim, pode-se considerar que 0,03% dos leitos de internação do estado de São Paulo estão localizados no município de Cesário Lange.

O município é atendido por unidades de pronto socorro, posto de saúde e unidades básicas de saúde em alguns bairros. Em 2016, existe um total de sete farmácias na cidade, localizadas em sua região central. Estes estabelecimentos (farmácias) funcionam aos finais de semana, porém, nenhum deles possui atendimento 24 horas. O quantitativo das unidades de atendimento de saúde e de farmácias de Cesário Lange é compilado no Quadro 19.

Quadro 19: Unidades de atendimento de saúde e farmácias

Unidades	Quantidade	Atendimento	Localização (bairros)
Santa Casa	01	24 horas	-Avenida São Paulo, 340.
Unidade Básica de Saúde	04	Segunda à sexta	- Centro; - Jardim Alvorada; - Torninos; - Distrito Fazenda Velha.
Farmácias	07	Funcionam aos finais de semana, mas não atendem 24 horas	- Centro.

OUTRAS ESTRUTURAS DE APOIO AO TURISTA

O Quadro 20 reúne serviços encontrados no município que podem dar suporte ao turista:

Quadro 20: Estruturas de apoio ao turista

Serviço de apoio	Quantidade	Localização
Caixa eletrônico 24 horas	03	Restaurante Frango Assado e Terminal Rodoviário
Bancos	05	Região central da cidade: Caixa Federal Banco do Brasil Bradesco HSBC Sicob
Postos de Combustível	05	Rodovia Castelo Branco e principais avenidas de acesso à cidade
Borracheiros	03	Diferentes pontos da cidade
Serviços de cabelereiro e barbeiro	06	Predominantemente na região central da cidade

4 CARACTERIZAÇÃO TURÍSTICA

4.1 INSERÇÃO NAS POLÍTICAS PÚBLICAS NACIONAIS E ESTADUAIS

POLÍTICAS PÚBLICAS NACIONAIS DE TURISMO

No âmbito nacional, as políticas públicas de Turismo vêm sendo conduzidas desde 2003 pelo *Ministério do Turismo* - MINTUR. A criação desta pasta elevou o *status* estratégico do turismo no país, que até então, era gerido pelo *Instituto Brasileiro do Turismo – EMBRATUR.*

Foi por meio da EMBRATUR que se consolidou no país a iniciativa da descentralização da gestão do turismo, com a criação do *Programa Nacional de Municipalização do Turismo* – PNMT. Posteriormente, o MINTUR deu continuidade a esta política por meio do programa *Regionalização do Turismo*, que buscou, entre outros, a consolidações de regiões turísticas do país por meio dos denominados "municípios indutores".

Com os desdobramentos das ações deste programa, realizou-se um inventário dos municípios das regiões turísticas brasileiras, os quais foram divididos em 5 categorias (A,B, C, D e E), que foram criadas em função de aspectos de maior ou menor relação com o turismo, identificados por meio de critérios como o número de empregos formais no setor de hospedagem e a estimativa de turistas a partir do estudo da demanda doméstica, por exemplo[11]. Os municípios que apresentam melhores condições para o turismo estão listados na Categoria A, enquanto que a Categoria E é reservada para aqueles com as condições mais inadequadas para o turismo, dentre os municípios que foram analisados.

A última atualização do mapa[12] foi publicada em julho de 2016. O Quadro 21 apresenta alguns municípios das imediações de Cesário Lange e sua respectiva classificação segundo as categorias vigentes do MTur.

[11] Conforme metodologia da cartilha *Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro*, Ministério do Turismo, 2015. Disponível em: <http://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/downloads/pdf/categorizacao/Cartilha_da_Categorizacao.pdf>. Acesso em: 25.jul16

[12] Disponível em: < http://mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acesso em: 25.jul.16

Quadro 21: Classificação de Cesário Lange e municípios nas imediações segundo a classificação do MTur

Município	Classificação
Sorocaba	B
Itu	B
Tatuí	C
Laranjal Paulista	D
Cesário Lange	-

Como demonstrado no Quadro 21, o município de Cesário Lange ainda não foi considerado na análise dos municípios turísticos feita pelo MTur, por não atender aos critérios de análise para enquadramento nas classes estabelecidas.

POLÍTICAS PÚBLICAS ESTADUAIS DE TURISMO

No âmbito estadual, o setor do Turismo é tema de uma pasta específica, a Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo. Tomando por base o ano de 2016, as principais políticas a programas que atendem ao Turismo por meio da Secretaria são:

- Estâncias
- Municípios de Interesse Turístico (MIT)
- Caminha São Paulo
- Turismo do Saber
- Roda SP
- Melhor Viagem
- Festival de Sabor de SP.

Nenhum destes programas ou políticas atendem diretamente Cesário Lange na atualidade. Outros municípios de seu entorno próximo já foram beneficiados por meio destas ações e políticas, como é o caso das Estâncias Turísticas de Salto e Itu.

No âmbito localizacional segundo a lógica de divisão turística do Estado proposta pela Secretaria, Cesário Lange está localizada entre duas regiões turísticas (RTs): a RT do Polo Cuesta e a RT Itupararanga Sorocabana.

Neste sentido, o inventário realizado no município evidencia que Cesário pode desenvolver ações para se incluir na perspectiva regional de planejamento turístico de ambas, por seu caráter variável entre os potenciais cultural e rural.

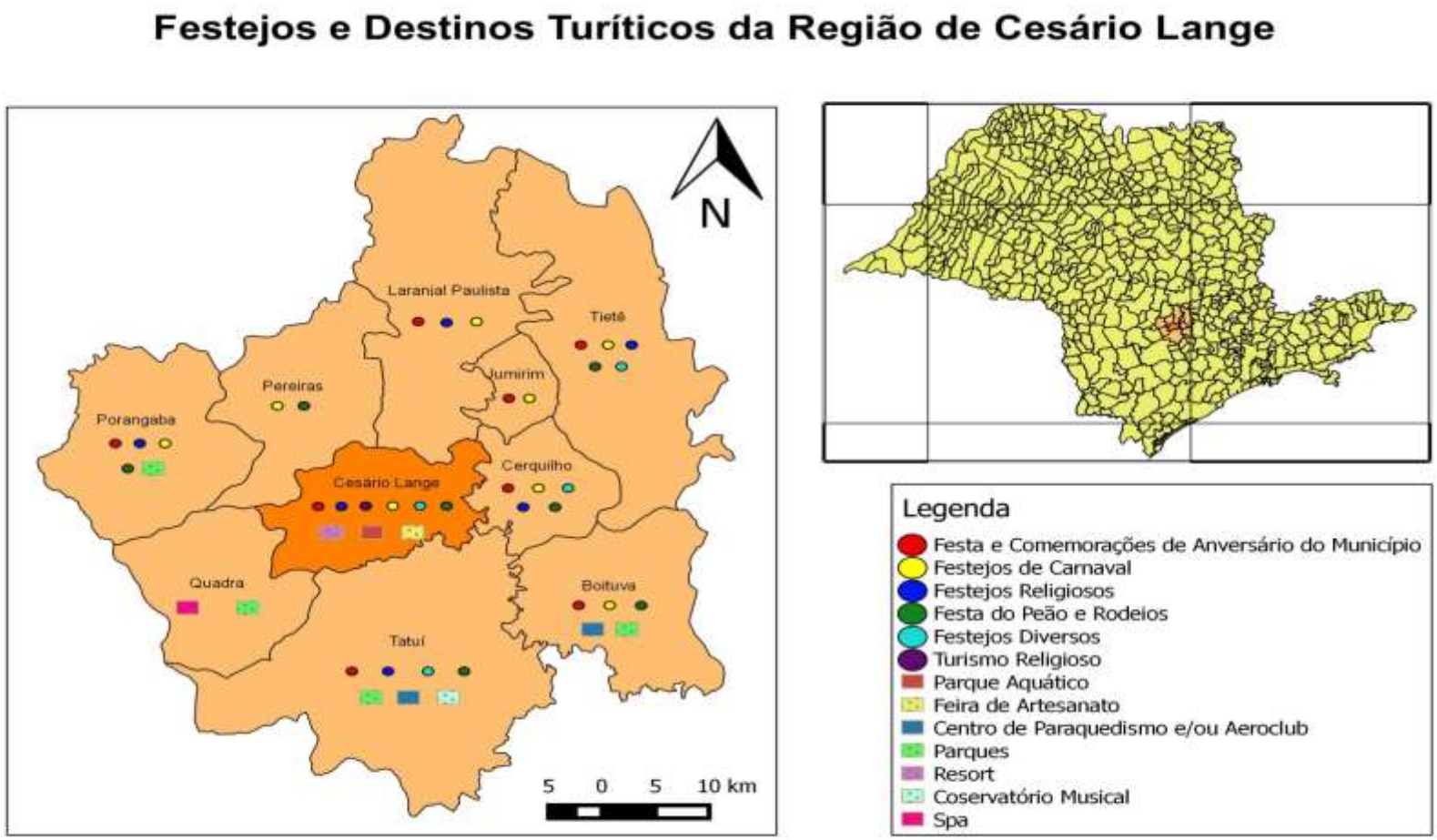
Além das políticas estaduais e da possibilidade de integração regional, destacam-se também alguns atrativos já consolidados na região que possuem destaque no turismo receptivo. A Fig. 12 mostra os principais eventos da região de Cesário Lange.

- **Tatuí:** Conservatório Dramático e Musical "Dr. Carlos de Campos"
- **Boituva:** Centro Nacional de Paraquedismo.

A existência de fluxo consolidado para estes atrativos pode beneficiar, indiretamente, o turismo em Cesário Lange – sobretudo em caso de demanda excedente por hospedagem, ou mesmo para usufruto complementar dos atrativos do município.

A Figura 11 representa cartograficamente os principais produtos, equipamentos e segmentos de turismo, além de eventos com potencial de atração de visitantes em Cesário Lange e região.

Figura 11: Oferta turística regional



4.2 SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

MEIOS DE HOSPEDAGEM

O município de Cesário Lange possui 14 meios de hospedagem, distribuídos em 5 categorias: Cama e Café, Hotel, Hotel Fazenda, Pousada e Resort[13]. A oferta de hospedagem do município se caracteriza pela heterogeneidade de dimensões e segmentos potencialmente atendidos: predominam hotéis e pousadas de pequeno porte (em torno de 30 unidades habitacionais), porém, a presença de um resort (com 150 unidades habitacionais) e outros empreendimentos com maior capacidade de atendimento também são representativas para a oferta de hospedagem no município.

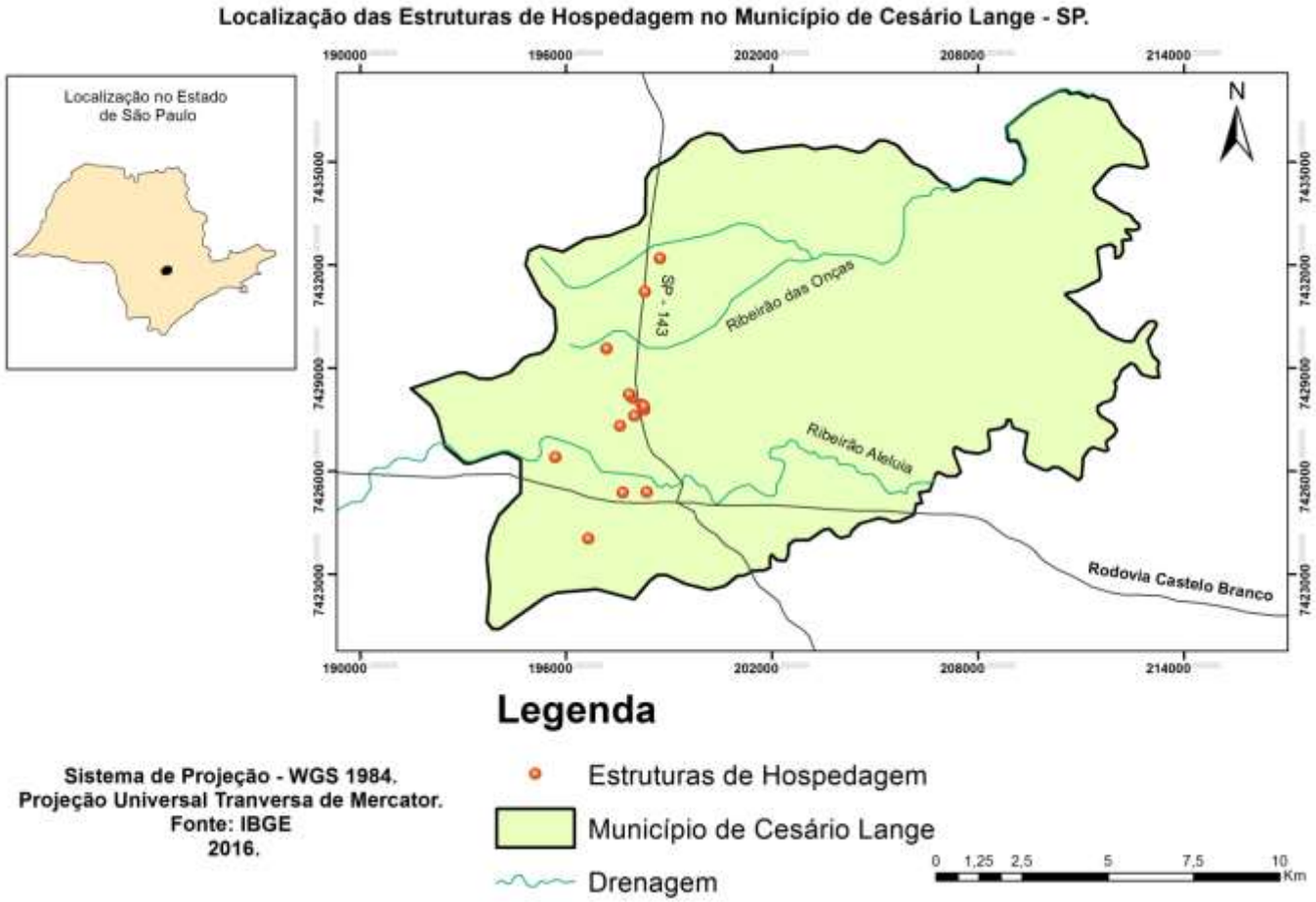
No conjunto dos meios de hospedagem existentes, apenas dois deles possuem o Cadastur[14]: o resort Mavsa e o hotel Castelo Park. Os meios de hospedagem de Cesário Lange são elencados no Quadro 22.

A Figura 12 mostra a localização das estruturas de hospedagem do município.

[13] A classificação dos meios de hospedagem inventariados observou os critérios verificados durante visitas técnicas aos empreendimentos, de acordo com a proposta do Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (2010), resultante de uma parceria entre o Ministério do Turismo, Sociedade Brasileira de Metrologia e segmentos da sociedade civil.

[14] O Cadastur é o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam na cadeia produtiva do turismo, sendo considerado obrigatório para a prestação de serviços no setor de hospedagem. O cadastramento visa promover o ordenamento, fiscalização e organização da prestação de serviços turísticos no território nacional.

Figura 12: Localização das estruturas de hospedagem de Cesário Lange



Quadro 22: Oferta de meios de hospedagem no município

Nome	Classificação	CADASTUR	Endereço	Contatos	Empregados	UH
Acampamento Monte Horebe	Hotel	-	Rod. Castelo Branco, Km 146	Site: www.montehorebe.org.br E-mail: montehorebe@montehorebe.org.br Telefone: (15) 3246-3266 / 3246-2350	F: 6 T: 0	55
Ágape Hotel	Hotel	-	Rod. Mário Batista Mori.	Site: www.agapehotel.com.br E-mail: contato@agapehotel.com.br Telefone: (15) 3246-1569	F: 7 T: 0	18
Castelo Park Hotel	Hotel	2603241120001-2	Rod. SP 143, Km 3,5	Site: www.casteloparkhotel.com.brE-mail: reservas@casteloparkhotel.com.br Telefone: (15) 3246-3580	F: 10 T: 6	60
Fazendinha Greto	Hotel Fazenda	-	Rod. Floriano de Camargo Barros, Km 4,5	Site: www.hotelfazendinhagreto.com.br E-mail: faleconosco@fazendinhagreto.com.br Telefone: (15) 3246-1260 / 3246-1369	F: 14 T: 9	34
Hotel Fiusa	Hotel	-	Av. Osvaldo Vieira de Camargo, 461	Site: www.hotelfiusa.com.br Telefone: (15) 3246-1651	F: 13 T: 2	35
Hotel Pousada Poles	Hotel	-	Rua do Comércio, 837	Site: www.hotelpoles01.com.br E-mail: hotelpoles@hotmail.com Telefone: (15) 3246.1429	F: 4 T: 1	30
MAVSA	Resort	26.001847.10.0001-3	Av. 3 de Maio, 2500	Site: www.mavsaresort.com E-mail: reservas@mavsaresort.com.br Telefone: (15) 3246-8200 / 0800 770 8210	F: 230 T: 30	150
Pousada 2 Irmãos	Pousada	-	Rod. Mário Batista Mori, Km 43	Site: www.pousada2irmaos.com.br E-mail: pousada2irmaos@gmail.com Telefone: (15) 3246-3575	F: 12 T: 0	27
Pousada Ana Rosa	Pousada	-	Rod. Mário Batista Mor, Km 43	Telefone: (15) 3246-2217	F: 2 T: 0	15
Pousada do Aleluia	Pousada	-	Estrada dos Carreiros, Vale do Aleluia, 3	Site: www.valedoaleluia.com.br E-mail: sueli@hotmail.com Telefone: (11) 95138-6818	F: 1 T: 3	24
Pousada Hotel Terraço	Pousada	-	Av. Osvaldo Vieira de Camargo, 351	Site: www.hotelterraco.com.br E-mail: hotelterraco@hotmail.com Telefone: (15) 3246-1339	F: 6 T: 0	30

Nome	Classificação	CADASTUR	Endereço	Contatos	Empregados	UH
Pousada Novo Mundo	Cama e Café	-	Rua das Orquídeas, 123	N/I	N/I	3
Pousada Primavera	Pousada	-	Rod. SP 143, Km 1	Site: www.pesqueiroepousadaprimavera.com.br Telefone: (15) 3246-1539	F: 4 T: 2	5
Sítio Castelinho	Hotel Fazenda	-	Rod. Castelo Branco, Km 146	Site: www.sitiocastelinho.com.br E-mail: sitiocastelinho@gmail.com Telefone: (11) 94017-7449	F: 14 T: 10	32

Legenda: F: número de funcionário fixos do equipamento de hospedagem / T: número de funcionário temporários do equipamento de hospedagem / UH – unidades habitacionais

O conjunto formado pelas Figuras 13 a 21 ilustra a maior parte da oferta de hospedagem existente no município.

Figura 13: Acampamento Monte Horebe

Autoria: UFSCar

Figura 14: Ágape Hotel

Autoria: UFSCar

Figura 15: Castelo Park Hotel

Autoria: UFSCar

Figura 16: Hotel Fazendinha Greto

Autoria: UFSCar

Figura 17: Resort Mavsa

Autoria: UFSCar

Figura 18: Pousada 2 Irmãos

Autoria: UFSCar

Figura 19: Pousada do Aleluia

Autoria: UFSCar

Figura 20: Pousada Primavera

Autoria: UFSCar

Figura 21: Sítio Castelinho

Autoria: UFSCar

PRINCIPAIS BARES E RESTAURANTES

Foram identificados 28 estabelecimentos prestadores de serviços de alimentos e bebidas, que são ou podem ser utilizados por turistas no município. Assim como os meios de hospedagem, esses empreendimentos se caracterizam por dimensões e capacidade de atendimento heterogênea. Predominam, porém, estabelecimentos de pequeno porte e fornecedores de comida caseira (culinária não especializada).

Em termos de dimensão e capacidade de atendimento, destacam-se empreendimentos localizados nas adjacências das principais rodovias de acesso ao município, como o Restaurante Chicago (localizado no território de Quadra), a rede Frango Assado e o Restaurante Galpão Gaúcho. Pontualmente, a oferta de bares e restaurantes de Cesário Lange abrange esfiharias, cachaçaria e restaurante especializado em culinária oriental. O Quadro 23 lista os empreendimentos levantados no município e a Figura 22 mostra a distribuição dos bares e restaurantes.

Quadro 23: Oferta de bares e restaurantes

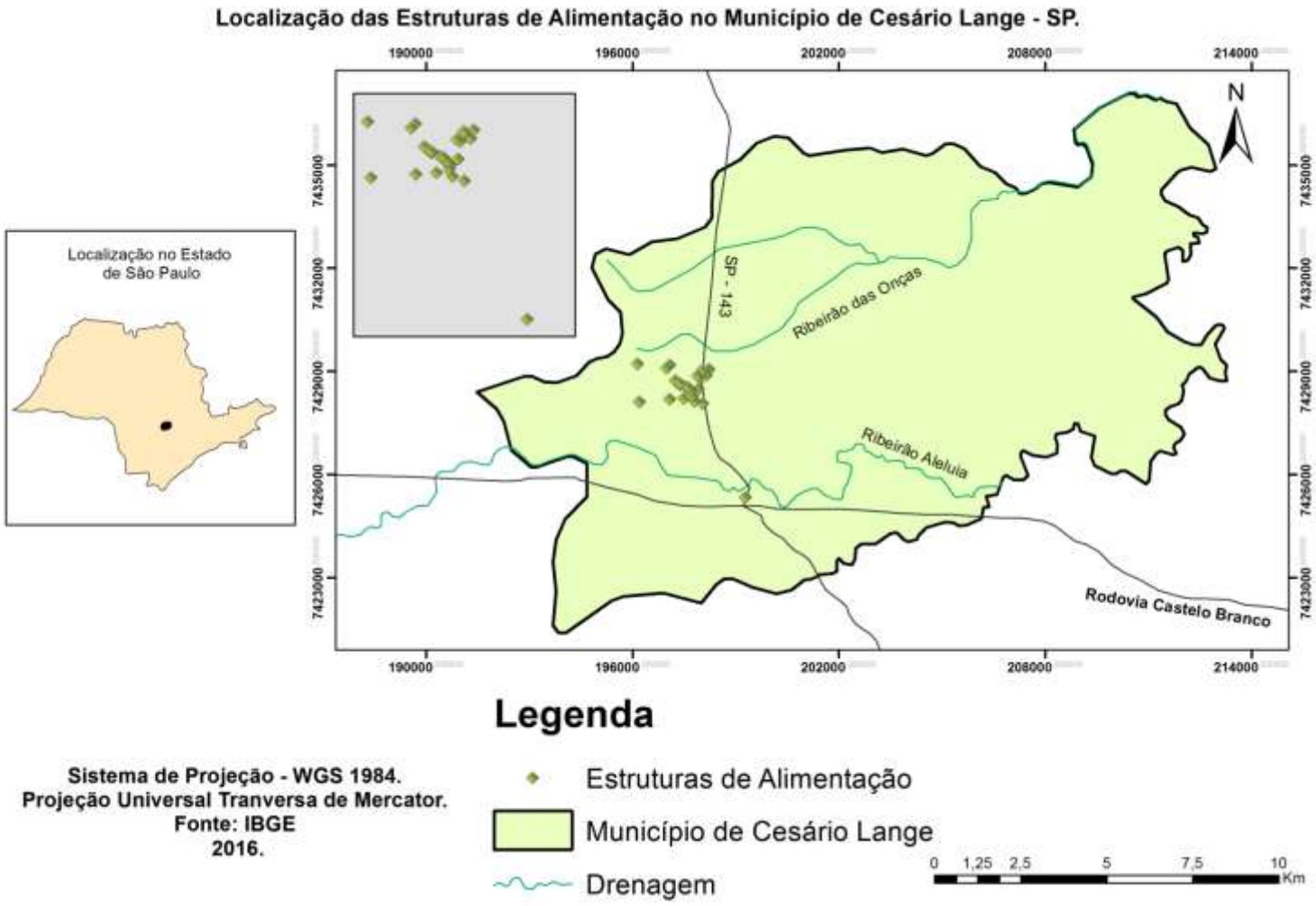
Nome	Tipo	Endereço	Contatos	Empregados	Capacidade	Gastronomia
Chicago Restaurante Lanchonete 24h	Restaurante/ Lanchonete	Rod. Castelo Branco, Km 149	Telefone: (15) 3246-3117 E-mail: sandrochicago@hotmail.com	F: 36 T: 3	150	Comida caseira
Galpão Gaúcho	Restaurante	Rod. Floriano Camargo Barros, 1570	Telefone: (15) 3246-3300 E-mail: contato@galpaodogaucho.com.br Site: www.galpaodogaucho.com.br	F: 12 T: 15	190	Rodízio de carnes
Restaurante Duarte Filho	Restaurante/ Lanchonete	Rod. Floriano Camargo Barros, 581	N/A	F: 3 T: 0	39	Comida Caseira
Tchê Grelhados	Restaurante	Rod. Floriano Camargo Barros, nº	Telefone: (15) 99736-3184 E-mail: madeireiracatarinense@gmail.com	F: 4 T: 3	80	Comida Caseira e Grelhados
Lanchonete Primavera	Restaurante	Rod. SP 143, km 1	Telefone: (15) 3246-1539 Site: www.pesqueiroepousadaprimavera.com.br	F: 4 T: 2	100	Porções de Peixes
Frango Assado	Restaurante	Rod. Castelo Branco, Km 146	Telefone: Site: www.redefrangoassado.com.br	F: 55 T: 0	220	Padaria
Bate Bola Bar & Society	Lanchonete	Av. 7 de Setembro, 2096	Telefone: (15) 3246-3619 E-mail: reservabatebola@hotmail.com	F: 4 T: 4	80	Lanches e Porções
Restaurante Dorinete	Restaurante	Av. 3 de Maio, 1920	Telefone: (15) 99690-3898	F: 3 T: 0	16	Comida Caseira
Empório da Cachaça Mendes	Cachaçaria	Av. 3 de Maio, 1780	Telefone: (11) 97420-5544	F: 2 T: 0	10	Cachaça envelhecida de MG, bebidas e embutidos artesanais
Sushi Bar Restaurante Japonês	Restaurante	Rua Joaquim Ribeiro da Silva, 141	Telefone: (15) 99829-3950	F:6 T: 3	38	Rodízio Japonês ou opção à la carte
Restaurante do Dede	Restaurante	Rua Theodoro Vieira de Camargo, 137	Telefone: (15) 99737-3416	F: 1 T:0	20	Comida Caseira

Nome	Tipo	Endereço	Contatos	Empregados	Capacidade	Gastronomia
Padaria Realeza I	Padaria e Cafeteria	Rua José Vieira de Miranda, 748	Telefone: (15) 3246-1101 / 99727-9352	F: 4 T: 5	20	Pães, doces e salgados de fabricação própria
Esfiharia Paulista	Lanchonete	Rua 9 de Julho, 744	Telefone: (15) 3246-3688	F: 1 T: 10	Atende cerca de 100/dia	Esfihas
Bar Foramiglio	Bar	Rua Tiradentes, 949	Telefone: (15) 99799-0045	F: 1 T: 2	40	Bebidas Alcoólicas e Espetinhos
Padaria e Confeitaria Vitória	Padaria, Doceria e Cafeteria	Rua 9 de Julho, 790	Telefone: (15) 3246-3994 E-mail: Wilson.cj.vitoria@terra.com.br	F: 10 T: 13	50	Pães, doces e salgados de fabricação própria
Empório do Sorvete	Sorveteria	Rua 9 de Julho, 880	Telefone: (15) 99799-8682	F: 2 T: 4	60	Sorvetes de fabricação própria
Restaurante e Choperia Leal	Bar, Self Service e Restaurante	Rua José Vieira de Miranda, 811	Telefone: (15) 3246-1482	F: 2 T: 8	110	Bebidas e porções
Restaurante Don Pepe	Self Service/ Restaurante	Rua Aristides Vasconcelos Leite, 889	Telefone: (15) 3246-3489 / 99822-6464	F: 4 T: 5	60 sentadas 100 em pé	Comida Caseira e Feijoada
Lanchonete da Claudia	Lanchonete/ Restaurante	Rua José Vieira de Miranda, 931	Telefone: (15) 99618-2004	F: 1 T: 4	10	Comida Caseira e marmitas
Top Coxinhas	Lanchonete	Rua 9 de Julho, 744	Telefone: (15) 99712-3189	F: 1 T: 2	40/dia	Coxinhas
Bar do Buiú	Bar	Rua do Comércio, 937	Telefone: (15) 99799-0045 E-mail: buiu.marcondes@hotmail.com	F: 1 T: 2	40	Bebidas Alcoólicas e Espetinhos
Bar do Dino	Bar	Rua do Comércio, 720	Telefone: (15) 3246-3659 E-mail: cesaraugustoclemente@gmail.com	F: 1 T: 4	50	Bebidas Alcoólicas e Porções
Padaria e Confeitaria Chaves Galdino	Padaria e Cafeteria	Rua 9 de Julho, 1541	Telefone: (15) 3246-1296	F: 2 T: 6	40	Pães, doces e salgados de fabricação própria
Parada dos Pães	Padaria	Rua José Vieira de Miranda, 1058	Telefone: (15) 3246-1721 E-mail: Fabiana.brito.silva@bol.com.br	F: 1 T: 3	150/dia	Pães, doces e salgados de fabricação própria
Ponto da Esfiha	Lanchonete	Rua José Vieira de Miranda, 730	Telefone: (15) 3246-3646	F: 7 T: 7	100	Esfihas abertas e fechadas

Nome	Tipo	Endereço	Contatos	Empregados	Capacidade	Gastronomia
Langelatto	Sorveteria	Rua do Comércio, 708	Telefone: (15) 99656-4077 E-mail: raelfefafa@gmail.com	F: 1 T: 5	150/dia	Sorvetes artesanais
Mel Milk Shake	Sorveteria	Rua do Comércio, 926	Telefone: (15) 99700-7302	F: 2 T: 2	100/dia	Milk Shakes diversos
Sorveteria Paradyse	Sorveteria	Rua do Comércio, 818	Telefone: (15) 99692-3234	F: 1 T: 1	250/dia	Sorvetes e doces de fabricação própria

Legenda: F: número de funcionário fixos do equipamento de hospedagem / T: número de funcionário temporários do equipamento de hospedagem

Figura 22: Localização das estruturas de alimentação em Cesário Lange.



AGÊNCIAS DE VIAGENS

Em Cesário Lange, não se encontram agências de viagens ou serviços de receptivo para visitantes. A oferta mais próxima desses serviços está disponível no município de Tatuí.

ESTRUTURAS PARA EVENTOS

Os principais espaços e estruturas para realização de eventos no município de Cesário Lange abrangem a oferta própria dos meios de hospedagem (resort e os maiores hotéis), bem como a oferta de estruturas públicas. Nesta categoria, o município conta com um clube social com salão de eventos, um auditório multiuso e uma área descoberta onde podem ser realizados eventos para grandes públicos, a exemplo de shows, festas do peão e campeonatos de *motocross*. O Quadro 24 resume informações sobre estas estruturas, enquanto a Figura 26 representa a distribuição desses espaços.

Quadro 24: Oferta de estruturas para eventos

Local	Tipologia	Área Coberta	Área descoberta	Endereço	Empregados	Capacidade (pessoas)	Tipo
Núcleo de Integração Comunitária (NIC)	Público	658 m²	1026 m²	Rua Pedro Miranda Campos, 1273.	F: 01	400	Salão de eventos
Centro de Capacitação José Trevisan	Público	410 m²	N/A	Avenida 03 de maio, 1845, Vila Nova.	F: 06	214	Auditório
Centro de eventos 'João Batista Inácio'	Público	N/A	34.299 m²	Rua Lazaro Batista Ribeiro, s/n.	N/A	15 mil a 20 mil	Terreno aberto para montagem de estruturas
Associação Caritas Nostra	Privado	640 m²	20 m²	Rua Padre Gravina, 210, Centro	F: 0 T:0	300	Salão de eventos
Barracão de Igreja	Privado	N/I	N/I	Igreja Matriz, Cento	F:0 T:0	N/A	Barracão

Legenda: F: número de funcionário fixos do equipamento de hospedagem / T: número de funcionário temporários do equipamento de hospedagem / N/A: não se aplica

As Figuras 23, 24 e 25 ilustram parte dessas estruturas:

Figura 23: Núcleo de Integração Comunitária (NIC)

Autoria: UFSCar

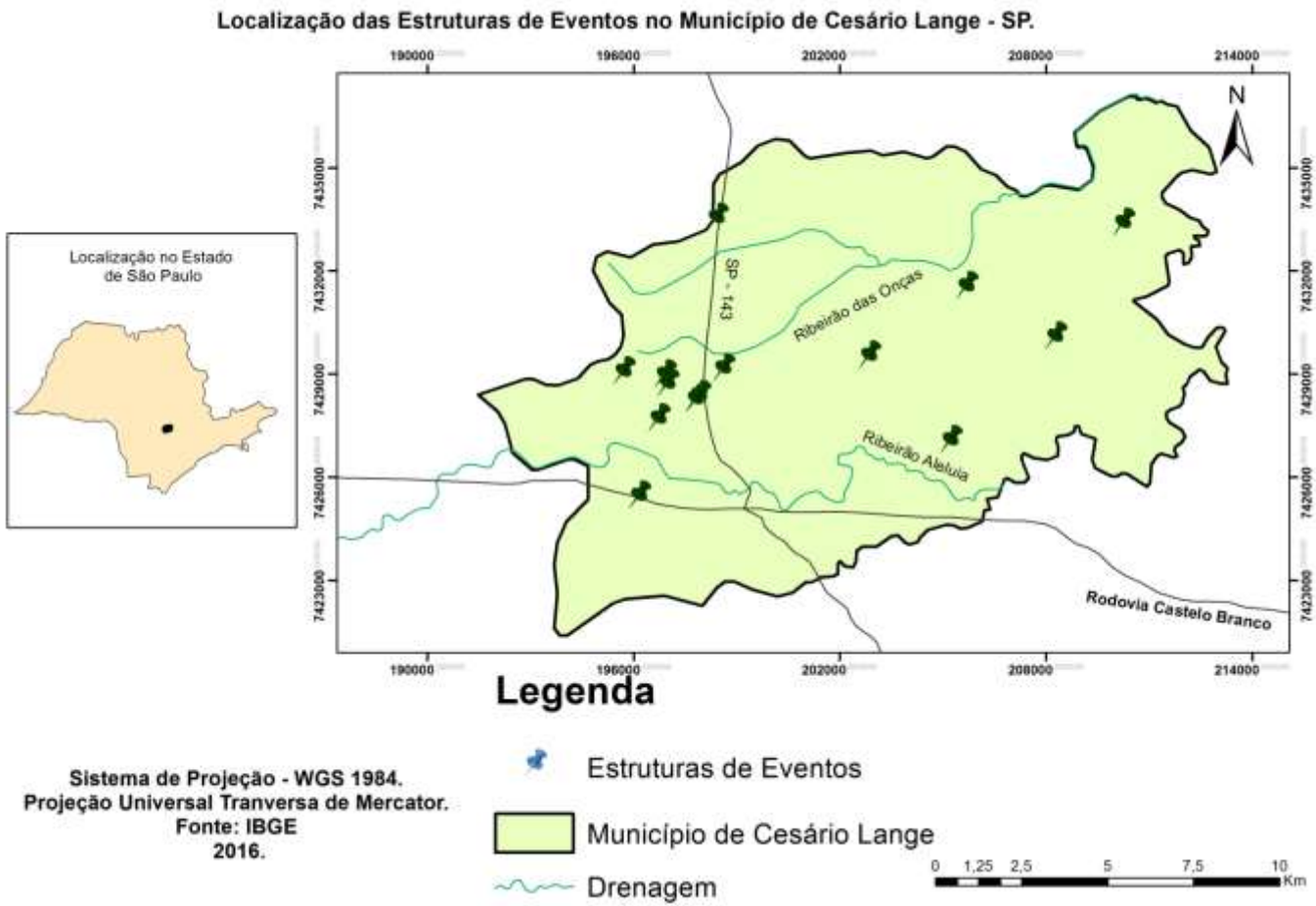
Figura 24: Centro de Capacitação José Trevisan

Autoria: UFSCar

Figura 25: Centro de eventos (local da Festa do Peão)

Autoria: UFSCar

Figura 26: Localização das estruturas de eventos de Cesário Lange[15]



[15] As estruturas de eventos espalhadas pelo município correspondem aos barracões da Igreja Católica: Bairro Torninos - Capela São José; Bairro Fazenda Velha - Capela São Roque; Bairro Mato Seco - Capela de Santa Cruz; Bairro dos Duartes - Capela São Roque; Bairro do Turvo - Capela Nossa Senhora Aparecida; Bairro Campininha - Capela São Roque; Bairro Agua Branca - Capela Cristo Rei; Bairro Haras do Sul - Capela Santa Terezinha Vila Cruzeiro - Capela Nossa Senhora do Carmo; Vila Brasil - São Roque e Nossa senhora Aparecida; Centro – Matriz

EQUIPAMENTOS DE RECREAÇÃO E ENTRETENIMENTO

Em Cesário Lange, a oferta atual de equipamentos de recreação e entretenimento abrange equipamentos de teatro, cinema, pesqueiros, estádios de futebol, conjunto esportivo com piscina pública, clube social e pista de skate. Foram identificados, ainda, trilhas percorridas por grupos de *motocross* no município.

O Quadro 25 resume informações sobre estes equipamentos e atividades. Por sua vez, alguns dos equipamentos de recreação e entretenimento são abrangidos pelo conjunto das Figuras 27 a 34. A figura 35 representa a distribuição desses equipamentos.

Quadro 25: Oferta de equipamentos de recreação e entretenimento

Equipamento	Capacidade	Endereço	Descrição
Teatro do Centro de Capacitação José Trevisan	214 assentos	Rua Pedro Miranda Campos, 1273	Equipado com sistemas de som e de projeção de imagem próprios. No espaço funcionam outras atividades relacionadas ao atendimento do Banco do Povo
Cinema São José	100 lugares	Rua 9 de Julho, 671	Possui dala climatizada, equipada com 3D digital som Dolby 7.1
Pesqueiro Primavera	100 pessoas	Rodovia SP 143, km 1	Horário de funcionamento: 7h às 18h. Equipado com três tanques para pesca. Aluga equipamentos de pesca e guarda-sol.
Pesqueiro Sítio Castelinho	140 pessoas	Rodovia Castelo Branco, Km 146	Possui equipe para apoio e suporte da pesca para não hóspedes.
Estádio João Casemiro de Campos	2 mil pessoas	Rua Pedro Miranda Campos, s/n. Centro.	Campo de 105x75m, arquibancada descoberta e vestiário.
Estádio Alípio de Paula	100 pessoas	Rua Washington Luiz, s/n. Jardim Alvorada.	Equipado com vestiário e academia ao ar livre.
Conjunto Esportivo	- Piscina: 100 pessoas; - Ginásio: 740 a 1000; - Estádio José Casemiro de Campos: 2000 pessoas; - Área do Clube: 400 pessoas	Rua Nossa Senhora Aparecida, s/n. Centro.	Principais eventos esportivos do ginásio: Copa TV Tem de Futsal Masculino e Feminino; Etapa Paulista de Judô; Apresentações particulares de ballet.
Trilhas de motocross	N/A	N/A	O município conta com 03 trilhas de motocross: - Jararaca (leve, duração de 40 minutos); - Tatu (pesada, duração de 02 horas);

			- Queijo (leve, duração de 40 minutos). As trilhas não possuem manutenção periódica e não há uma capacidade de carga definida. Não existe um ponto de apoio nas trilhas. O grupo Treme Terra, formado por 25 'trilheiros', percorre as trilhas da cidade desde 2012. Pessoas externas ao grupo também podem percorrê-las.
Clube social (NIC – Núcleo de Integração Comunitário)	400 pessoas em pé na área coberta	Rua Pedro Miranda Campos, 1273.	Espaço para eventos sociais, anexa ao conjunto esportivo.
Pista de Skate	N/A	Bairro Vila Nova	Estrutura pública de pequena dimensão.
Bate Bola Society	120 pessoas em pé	Av. 7 de Setembro, 2096	Equipado com salão de 122 m² para realização de eventos sociais. Funciona como bar, onde a principal proposta é a transmissão de jogos de futebol no telão. O espaço é formado pelo salão, 1 quadra de futebol *society* com grama sintética, 02 vestiários e 02 churrasqueiras.

Figura 27: Auditório do teatro (Centro José Trevisan)

Autoria: UFSCar

Figura 28: Pesqueiro Primavera

Autoria: UFSCar

Figura 29: Pesqueiro do Sítio Castelinho

Autoria: UFSCar

Figura 30: Estádio Municipal Casemiro de Campos

Autoria: UFSCar

Figura 31: Estádio do Jardim Alvorada

Autoria: UFSCar

Figura 32: Piscina pública do conjunto esportivo municipal

Autoria: UFSCar

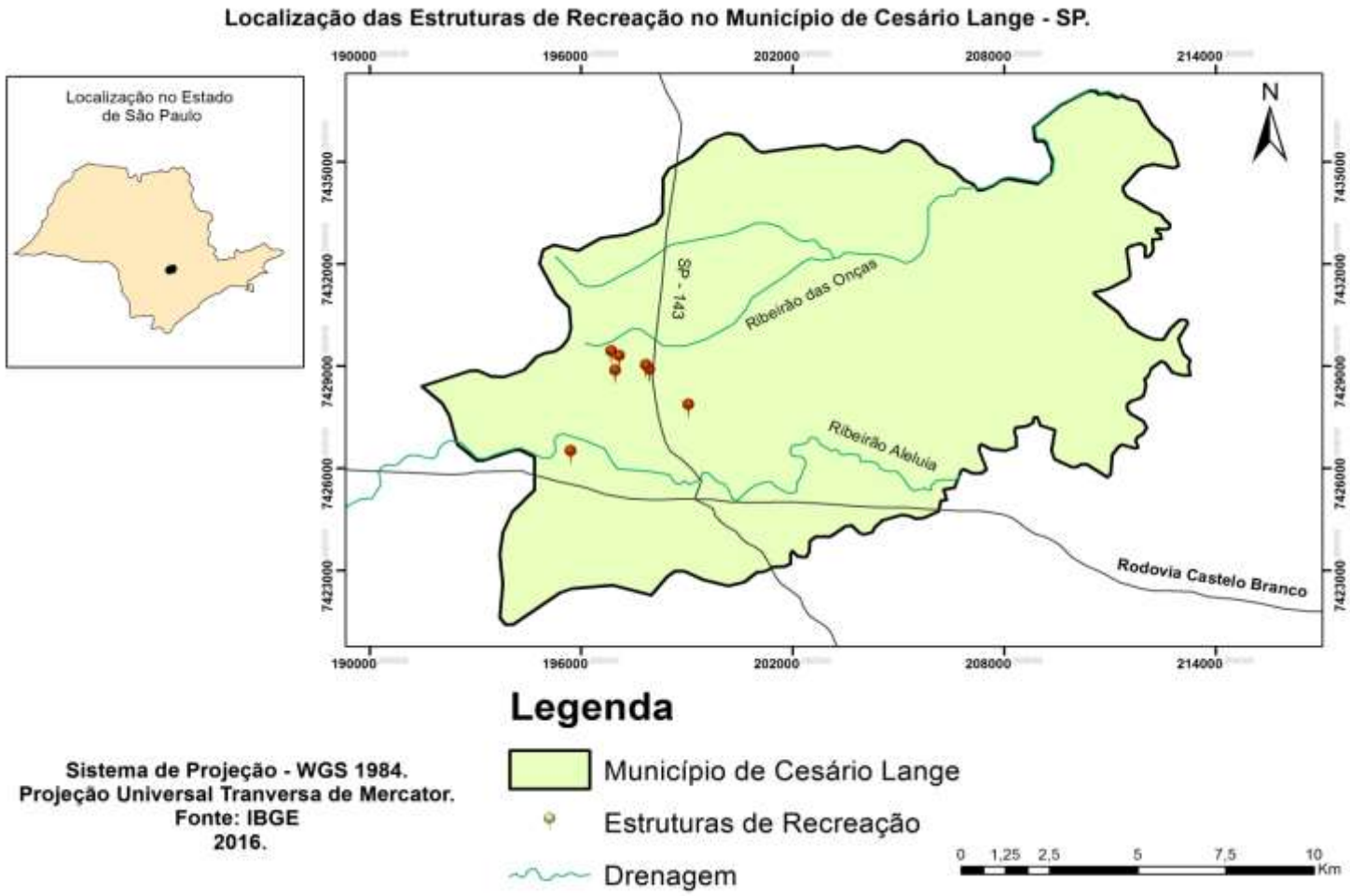
Figura 33: Ginásio do conjunto esportivo municipal

Autoria: UFSCar

Figura 34: Bate-bola Bar & Society

Autoria: UFSCar

Figura 35: Localização das estruturas de lazer e recreação em Cesário Lange



TRANSPORTES

A oferta de transportes no município de Cesário Lage é conformada por poucos empresários individuas (físicos e jurídicos) que locam seus veículos para fins de fretamento, como alternativa à ociosidade da atividade de uso principal (locação para o transporte de grupos escolares). Além disso, outro grupo de prestadores de serviços trabalha com a oferta de taxis, cujo atendimento ocorre principalmente por meio de contato prévio com os mesmos, embora exista um ponto destinado aos taxis no terminal rodoviário.

O Apêndice A compila uma listagem dos prestadores de serviços cadastrados junto à Prefeitura Municipal, acompanhados pelo tipo de transporte disponível. No total, é possível encontrar 07 vans e 02 ônibus para fretamento, além de 12 taxistas em Cesário Lange.

INFORMAÇÕES TURÍSTICAS

Cesário Lange não possui uma CIT (Central de Informações Turísticas) em operação. Entretanto, o pórtico de entrada do município, localizado na ligação entre a Rodovia SP-143 e a Rua Mendes, principal acesso ao centro, foi construído com este propósito.

SINALIZAÇÃO TURÍSTICA

A única placa de sinalização turística do município está instalada na Rua 3 de Maio, indicando o Resort MAVSA. Demais empreendimentos, como o Castelo Park Aquático e alguns meios de hospedagem, possuem placas de sinalização próprias. Portanto, não há uma padronização da sinalização turística no município.

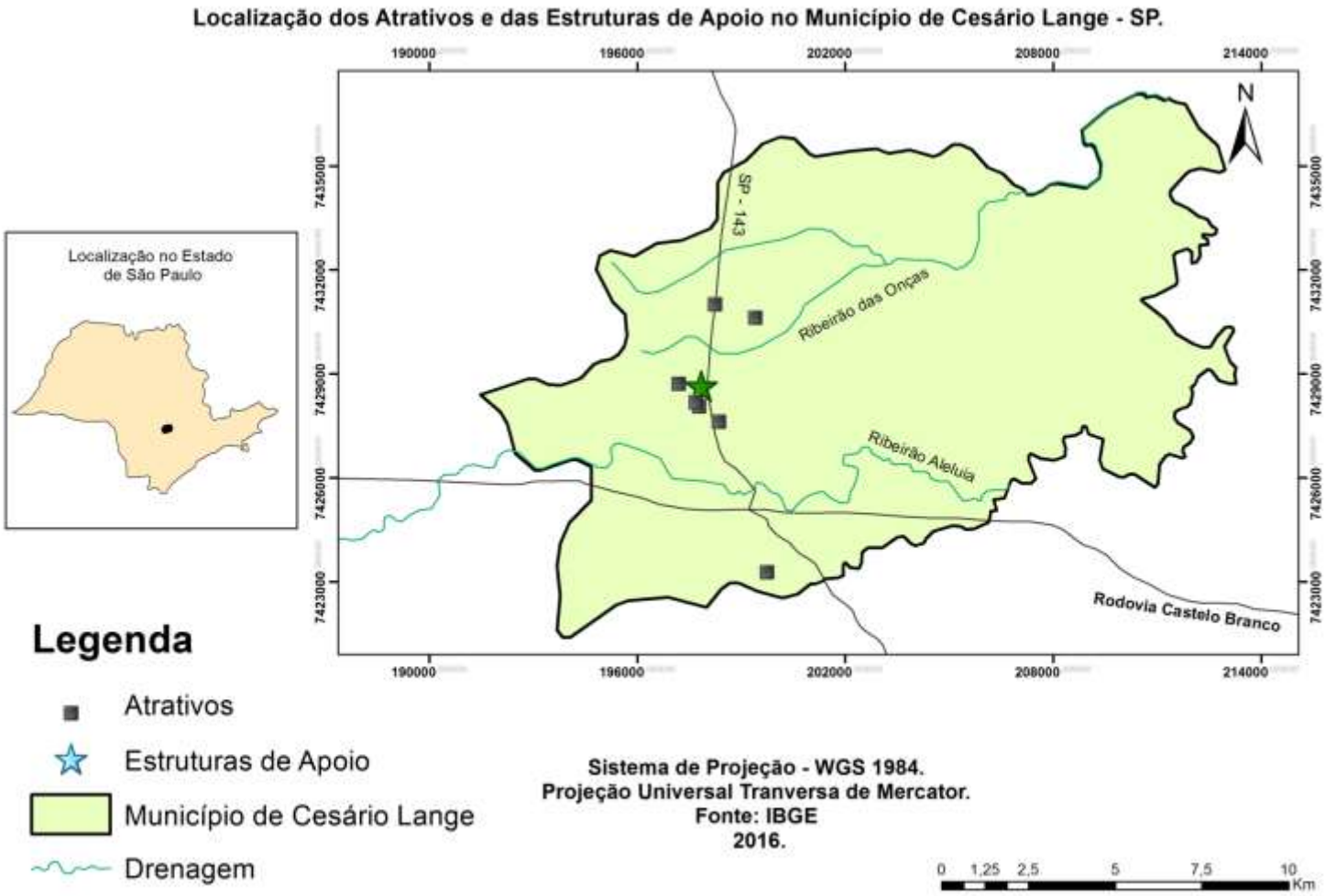
4.3 ATRATIVOS TURÍSTICOS

O território de Cesário Lange ainda não possui áreas naturais protegidas em nenhuma esfera (federal, estadual ou municipal), resultando na ausência de parques, reservas particulares e outras categorias de conservação ambiental com potencial de visitação. No âmbito cultural, destaca-se o fluxo turístico relacionado às visitas à Torre de Vigia, sede das Testemunhas de Jeová no Brasil.

Outros segmentos turísticos importantes no município são o de parques temáticos, representado pela estrutura do Castelo Park Aquático; e o de lazer, trabalhado pelos maiores meios de hospedagem encontrados.

As fichas seguintes resumem informações básicas sobre os atrativos turísticos levantados no município. A Figura 36 mostra a localização dos atrativos e estrutura de apoio no município.

Figura 36: Localização dos atrativos e estruturas de apoio em Cesário Lange.



ATRATIVOS NATURAIS

Figueirão da Fazenda Velha
A figueira do distrito Fazenda Velha, conhecida como 'Figueirão', é um bem tombado pela Lei Municipal nº 1.273/2010. A árvore localiza-se na continuação de um calçamento, próximo à escola do distrito. Não existe praça ou vegetação contínua à árvore. Não há sinalização ou meios interpretativos. Existem sinais de depredação na figueira e há fios de eletricidade passando por ela. O valor simbólico da árvore está relacionado a lendas locais, como descrito no Anexo A.

Figura 37: 'Figueirão' da Fazenda Velha

Autoria: UFSCar

ATRATIVOS CULTURAIS

Os quadros e imagens a seguir apresentam uma caracterização dos atrativos culturais de Cesário Lange.

Quadro 26: Torre de Vigia-Betel

Torre de Vigia – Betel	
Tipo	Lugar de manifestação de fé e visitação de cunho religiosa
Endereço	Rodovia Mario Batista Mori, Km 43
Contato	vricio@jw.org
Número de empregados	1000 voluntários
Aberto à visitação	Sim
Cobrança de entrada	Não
Fluxo de visitantes	Estimativa de 75 mil por ano
Sinalização	Não
Receptivo	Sim
Acompanhamento obrigatório	Visitas em grupo devem ser agendadas
Tombamento	Não
Outras funções e usos	Impressão de materiais para divulgação e pregação da religião. O local é a sede das testemunhas de Jeová no Brasil. No local vivem cerca de 1000 pessoas, trabalhando voluntariamente na gráfica e nas demais funções dos chamados lares de Betel. A visitação não é restrita aos membros da religião. A Torre não é aberta à visitação aos sábados e domingos. Existe um roteiro pelas dependências da gráfica e um museu, cujo foco é resgatar como a pregação ocorria antigamente. A capacidade para recepção de visitantes é de 55 ônibus ao dia. Também existe uma brigada de incêndio própria da Torre

Quadro 27: Feira mensal de artesanato

Feira mensal de artesanato	
Tipo	Feira
Endereço	Praça Padre Adolfo Testa
Contato	Sra. Magali (organizadora) – (15) 99737 8735
Número de empregados	A feira reúne um total de 25 artesãos expositores.
Aberto à visitação	Sim
Cobrança de entrada	Não
Fluxo de visitantes	Variável conforme a época
Sinalização	Não
Receptivo	Não
Acompanhamento obrigatório	Não
Tombamento	Não
Descrição do lugar	Grupo de 25 artesãos de Cesário Lange e região expõem mensalmente, no segundo domingo do mês, na praça central. São produzidos artesanatos diversificados, bem como produtos gastronômicos artesanais. Os artesãos não possuem uma sede fixa e se organizam de forma independente para a exposição na praça central, com estrutura móvel.

Quadro 28: Alambique do Tide

Alambique do Tide	
Tipo	Arquitetura industrial/agrícola
Endereço	Rodovia Floriano de Camargo Barros, Km 4,5 (acesso por estrada de terra). Estrada municipal Estância Peres, s/n.
Contato	(15) 99628-2352
Número de empregados	04 fixos
Aberto à visitação	Sim
Cobrança de entrada	Não
Fluxo de visitantes	Média de 80 pessoas/mês
Sinalização	Não
Receptivo	Não
Acompanhamento obrigatório	Realizado pela família que reside no local
Tombamento	Não
Ano de construção	O local funciona há três anos. O alambique de cobre possui cerca de 80 anos (data imprecisa).
Descrição do lugar	No local encontra-se um barracão com os equipamentos para a fabricação da cachaça artesanal e um salão com 18 barris de carvalho. Os equipamentos são a moenda da cana, caixa de fermentação e alambique de cobre com

	capacidade de 600 litros. A cana provém da propriedade da família. Em 2015, a safra rendeu 8 mil litros no ano. Não existe receptivo, roteiro de visitação, locais para alimentação. Proprietários têm interesse em elaborar um produto para visitação. A venda da cachaça do Tide é feita apenas no local, não havendo capacidade de produção para comercializar em outros locais da cidade.

Figura 38: Toneis no Alambique do Tide

Autoria: UFSCar

Quadro 29: Museu do Engenho

Museu do Engenho	
Tipo	Museu
Endereço	Rua Sete de Setembro, s/n.
Contato	N/A
Número de empregados	0
Aberto à visitação	Sim
Cobrança de entrada	Não
Fluxo de visitantes	Indeterminado
Sinalização	Não
Receptivo	Não
Acompanhamento obrigatório	Não
Tombamento	Não
Ano de construção	A moenda, cuja data de implantação no antigo engenho é

	desconhecida, foi transferida para o local onde se localiza atualmente em 1985.
Descrição do lugar	O museu é composto por uma moenda de cana em área aberta (Praça Zaqueu Batista). A moenda fica protegida por uma estrutura de telhado e alambrado. Não há sinalização ou meios interpretativos. O portão de entrada é aberto quando o funcionário responsável pela manutenção da praça está no local. A moenda pode ser observada externamente, de fora do alambrado. Segundo a administração municipal, o engenho velho foi concebido segundo os engenhos mineiros, tendo pertencido a uma fazenda de Laranjal Paulista e transladado para a fazenda do Sr. João Miranda, onde se tornou fonte de produção de açúcar mascavo. Funcionou até poucos anos após o fim da Segunda Guerra Mundial, quando deixou de funcionar devido à concorrência do açúcar refinado produzido em grandes usinas. Mas no período anterior à sua desativação, forneceu açúcar ao mercado consumidor local, principalmente devido às mudanças na economia industrial proporcionada por esse conflito, que direcionou parcela significativa da produção industrial nacional para o exterior. Desativado, esse engenho começou a deteriorar-se, até que em 1985, a prefeitura decidiu adquiri-lo, instalando-o no local público onde se localiza. Esse monumento passou por algumas reformas ao longo destes tempos, devido à deterioração do telhado e do apodrecimento de sua madeira, mas o seu estilo original foi preservado. Fonte: Prefeitura Municipal de Cesário Lange.

Nota: N/A – não se aplica.

Figura 39: Museu do Engenho

Autoria: UFSCar

Quadro 30: Centro de Cultura e Biblioteca Municipal Teresinha de Jesus Miranda Ramos

Centro de Cultura e Biblioteca Municipal Teresinha de Jesus Miranda Ramos	
Tipo	Biblioteca
Endereço	Rua José Vieira de Miranda, 1108, Centro.
Contato	bibliotecamcesariolange@yahoo.com.br / (15) 3246-3702
Número de empregados	01 fixo
Aberto à visitação	Sim
Cobrança de entrada	Não
Fluxo de visitantes	Cerca de 560 usuários cadastrados, com média de 150 empréstimos ao mês.
Sinalização	Não
Receptivo	01 atendente
Acompanhamento obrigatório	Sim
Tombamento	Não
Ano de construção	Funciona no local desde 20102
Descrição do lugar	Criada em 1970, a biblioteca municipal funcionava originalmente no NIC (clube). O Centro Cultural e Biblioteca Pública Municipal foram criados em 1993 e, em 2003, passou a homenagear a professora Teresinha de Jesus Miranda Ramos, que atuou em escolas da cidade. Instalada no atual prédio desde 2010, a biblioteca é composta por duas salas, em construção anexa à atual Secretaria de Educação do município.

	Funciona das 07 às 11 horas e das 12 às 16 horas. Em espaços na mesma construção ocorrem outras atividades de educação, como atendimento psicopedagógico, aulas de viola e violão e espaço do Acessa SP. A biblioteca conta com aproximadamente 5,6 mil exemplares impressos, cerca de 140 CDs e DVDs, 92 audio livros e 62 volumes em braile. O acervo encontra-se em fase de cadastramento. As categorias do acervo contemplam: literatura (infantil, infanto juvenil, brasileira, estrangeira, contos, poesias, biografias, memórias e crônicas), religião, enciclopédias, direito, administração, economia, contabilidade, política, artes (plásticas, teatro, musica e cinema), pedagogia, sociologia, ciências (ecologia, meio ambiente e saúde), língua portuguesa (redação, dicionários e gramática), matemática, física, biologia, química, história e geografia. O acervo não conta com documentos, mapas ou livros históricos do município, mas possui uma coletânea de registros escritos por alunos das escolas públicas sobre fatos e contos da cidade (projeto "meu primeiro livro") e um DVD com informações sobre a história e cultura do município. Uma vez por semana, há visita de uma turma de ensino infantil (pré-escola), acompanhado de professor para a "hora do conto". O público é predominantemente local e diversificado: diferentes faixas etárias e procedentes tanto da zona rural quanto urbana. Os períodos de maior movimento são os semestres letivos.
Outras funções e usos	Não

Figura 40: Interior da Biblioteca Municipal

Autoria: UFSCar

PARQUE TEMÁTICO

O Quadro 31 e a Figura 41 apresentam uma caracterização do parque temático *Castelo Park*, localizado em Cesário Lange.

Quadro 31: Castelo Park Aquático

Castelo Park Aquático	
Endereço	Rodovia SP 143, Km 3,5
Site	casteloparkaquatico.com.br
Contatos	comercial@casteloparkaquatico.com.br / (15) 3246 11 37 ou (15) 3246 3586
Número de empregados	40 fixos e 30 temporários
Descrição	As principais atrações do parque são: - *Aqcua kids* (esguichos, chafarizes e duchas infantis); - Piscina aquecida (Coliseu Quente); - *Half pipe* (rampa de descida com boia); - Lago do tubarão (piscina com pinturas e cestos que jorram esguichos d'água); - Piscina cachoeira (com queda d'água); - Piscina de bolhas; - Piscina de ondas; - Rio lento (percurso para percorrer com boias); - Toboáguas; - Área de descanso com redes. O parque possui estacionamento, ambulatório, fraldário, armário para guarda de pertences (não incluso no preço do ingresso), 03 lanchonetes, 01 restaurante self service, sorveteria, ponto de recarga (para consumo interno). Não é necessário exame medico para utilizar o parque. Não é permitida a entrada com alimentos ou bebidas. Valores do ingresso: semana R$ 60,00 e final de semana/feriados R$ 78,00. Estudantes, professores do ensino público e idosos possuem direito à meia-entrada. Horário de funcionamento: finais de semana e feriados: das 10 às 18 hrs. Dias de semana: das 10 às 17 hrs.
Fluxo	Estimativa de 70 mil por ano
Tipo	Parque Aquático

Figura 41: Castelo Park Aquático

Autoria: UFSCar

EVENTOS

Em termos de dimensão do público e divulgação, os principais eventos que ocorrem em Cesário Lange estão relacionados às comemorações do aniversário da cidade, realizadas em maio, a exemplo da Festa do Peão do Boiadeiro, inserida no calendário turístico do estado de São Paulo. Além disso, eventos de natureza religiosa atendem uma demanda de dimensão nacional ao longo do ano, como se verifica nos congressos e assembleias organizados pela Torre de Vigia. Eventos religiosos católicos, esportivos e culturais de menor dimensão complementam o conjunto de realizações no município, embora ainda não exista um calendário turístico oficial de eventos.

As fichas seguintes resumem informações básicas sobre os principais eventos dos municípios:

Quadro 32: Cavalgada

Cavalgada	
Descrição	O evento ocorreu pela primeira vez em 2012, sendo um percurso de 12 Km, com um almoço tropeiro no final.
Demanda	Local e temática.
Organização	Sr. Marco Magno (15) 99773 5890
Fluxo	Cerca de 300 cavaleirs

Quadro 33: Festa de Santa Cruz

Festa de Santa Cruz (SETEMBRO)	
Descrição	A festa católica ocorre no recinto da Paróquia de Santa Cruz.
Demanda	Local e religiosa.
Organização	Comunidade católica 15 3246 1854
Fluxo	6 mil pessoas, segundo a Prefeitura Municipal.

Quadro 34: Festa do Peão de Boiadeiro

Festa do Peão de Boiadeiro de Cesário Lange (MAIO)	
Descrição	Realizada no centro de convenções, cuja capacidade é para até 20 mil pessoas, a festa está inserida no calendário de eventos turísticos do estado de São Paulo (lei nº 13.623/2009). É organizada no aniversário da cidade.
Demanda	Regional e comemorativa.
Organização	Prefeitura Municipal
Fluxo	Estimativa média de 20 mil pessoas, nos quatro dias de evento.

Quadro 35: Festa Julina da Comunidade Católica

Festa Julina da Comunidade Católica (JULHO)	
Descrição	A festa julina ocorre nos recintos das igrejas católicas do município.
Demanda	Local e comemorativa
Organização	Comunidade católica 15 3246 1854
Fluxo	3 mil pessoas, segundo a Prefeitura Municipal

Quadro 36: Eventos de Motocroos

Eventos de Motocroos (ENTRE AGOSTO E OUTUBRO)	
Descrição	Etapa do Campeonato do Leste Paulista de Motocross.
Demanda	Regional e esportiva.
Organização	Prefeitura Municipal
Fluxo	Estimativa média de 10 mil pessoas, nos três dias do evento

Quadro 37: Eventos da Torre de Vigia

Eventos da Torre de Vigia: Congressos (ENTRE JULHO E SETEMBRO) e Assembleias (ENTRE OUTUBRO E MAIO)	
Descrição	Eventos da comunidade JW (Testemunhas de Jeová) que recebem brasileiros e estrangeiros na Torre de Vigia.
Demanda	Nacional e religiosa
Organização	Torre de Vigia

Fluxo	Não informado.

Quadro 38: Procissões católicas

Procissões católicas: Nossa Senhora Aparecida, Nossa Senhora do Carmo e do Domingo de Ramos (QUANDO)	
Descrição	As procissões católicas ocorrem junto com o dia de Corpus Christi (15 de junho), os festejos de Santa Cruz (14 de setembro) e os festejos em comemoração a Nossa Senhora Aparecida (12 de outubro).
Demanda	Local e religiosa.
Organização	Comunidade católica 15 3246 1854
Fluxo	4 mil pessoas em cada evento, segundo a Prefeitura Municipal

Quadro 39: Desfile cívico

Desfile cívico	
Descrição	O desfile cívico ocorre em comemoração ao aniversário de emancipação do município de Cesário Lange (3 de maio), ocorrendo na Praça Matriz da cidade.
Demanda	Local e temática
Organização	Prefeitura Municipal
Fluxo	2 mil pessoas, segundo a Prefeitura Municipal

ARTESANATO E TRABALHOS MANUAIS

Cesário Lange conta com um grupo de 12 artistas locais que expõem mensalmente no segundo domingo do mês, na praça central, produtos artesanais diversificados: bordados, crochês, tricôs; artesanatos de madeira (caixinhas, brinquedos lúdicos, pinturas); trabalhos com bambus e sementes (oratórios e cabaças); bonecas de feltro; roupas de criança em crochê. São expostos, ainda, produtos alimentícios artesanais: pães, doces, antepastos e tapiocas. O grupo também apresenta o trabalho em outras cidades e recebem artesão da região na feira de Cesário (Boituva, Tatuí, Laranjal, Avaré). As feiras costumam reunir em torno de 25 artesãos.

Não existe um produto artesanal específico de Cesário Lange, assim como não há bens tombados. O grupo, articulado pela Sra. Magali, não dispõe de uma sede física, nem possui intenção de formar uma associação. Existem, regularmente, cursos oferecidos pelo SENAR (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural) em espaço oferecido pela Sra. Magali.

FORMAS DE EXPRESSÃO E MANIFESTAÇÕES CULTURAIS

É possível encontrar referências à tradição musical das serestas de Cesário Lange em estabelecimentos comerciais, hotéis e na conversa com moradores locais (Figura 39). Dessa maneira, as principais formas de expressão no município estão relacionadas à música e cultura caipira, a exemplo do grupo de violas, violão e cururu. Na sequência, as fichas reúnem uma caracterização sucinta dessas manifestações culturais locais que podem ser incorporadas no produto turístico de Cesário Lange.

Quadro 40: Orquestra Carlos Gomes

Orquestra Carlos Gomes	
Tipo	Música
Período de ocorrência	Apresentações periódicas em festas cívicas e comemorações religiosas.
Tombamento	Não
Organizador	Zé Paulo Molitor (15) 99837 1627

Quadro 41: Pinturas de personalidades locais

Pinturas de personalidades locais – 'Seu Toninho'	
Tipo	Pintura
Período de ocorrência	N/A
Tombamento	Não
Organizador	3246 1740

Quadro 42: Banda Marcial

Banda Marcial	
Tipo	Música
Período de ocorrência	Apresentações em eventos no município de Cesário Lange (inaugurações, aniversário do município e outros eventos cívicos)
Tombamento	Não
Organizador	Maestro Cuca (15) 99806 9286

Quadro 43: Grupo de Violas

Grupo de Violas	
Tipo	Música
Período de ocorrência	O grupo de violas funciona como um grupo de formação para novos músicos, com inscrições todo início de ano. As aulas ocorrem todas as quintas feiras, na biblioteca do município de Cesário Lange.
Tombamento	Não
Organizador	Professor Ricardo Anastácio: (15) 3411 4010 / (15) 99701 7068

Quadro 44: Grupo de violão

Grupo de Violão	
Tipo	Música
Período de ocorrência	Sem periodicidade.
Tombamento	Não
Organizador	Professor Alberto (15) 99711 0513

Quadro 45: Cururu

Cururu	
Tipo	Música
Período de ocorrência	Sem periodicidade
Tombamento	Não
Organizador	Guto Moraes (15) 99751 0456

Figura 42: Imagem de seresteiros em estabelecimento comercial no centro da cidade (referência à tradição musical do município)

Autoria: UFSCar

5. ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA

Conhecer o turista real e potencial de Cesário Lange é uma etapa que complementa a caracterização geral e turística do município (Capítulos 3 e 4) e também pode ser considerado um passo fundamental para definir os objetivos e as estratégias para o desenvolvimento da atividade (Capítulo 6). Assim, o estudo de demanda turística objetiva identificar o perfil do turista de Cesário Lange por meio de pesquisas de campo, caracterizando o fluxo de visitantes no município, sobretudo, por meio de uma análise qualitativa.

Esse estudo compila resultados procedentes da coleta de dados e informações primários, realizada tanto diretamente com visitantes efetivos do município como indiretamente através da análise do perfil dos turistas reais e potenciais em equipamentos e atrativos turísticos. Embora a análise qualitativa do perfil do turista de Cesário Lange indique elementos descritivos do fluxo turístico real e evidências do fluxo turístico potencial, importantes para o planejamento da atividade, o estudo de demanda também traz um conjunto de informações preliminares de natureza quantitativa sobre o turismo.

Dessa forma, a pesquisa de demanda turística apresenta resultados procedentes de dois tipos de esforços amostrais:

1) levantamento do perfil do turista em empreendimentos e atrativos, a partir de entrevistas com gestores e empreendedores locais;

2) aplicação de questionários fechados sobre aspectos relacionados à origem e perfil do visitante; frequência da visita e permanência no destino; organização da viagem (transporte, hospedagem, atrações visitadas e serviços utilizados); obtenção de informações sobre o destino; motivação da viagem; características dos grupos de turistas; bem como quanto à percepção do visitante em relação a componentes da experiência de viagem e às expectativas individuais.

O primeiro levantamento foi realizado concomitante à fase de inventário turístico, empreendido entre dezembro de 2015 e julho de 2016. Nessa etapa, foram realizados contatos com diferentes atores envolvidos com o turismo no município, os quais foram questionados sobre aspectos da demanda turística durante as visitas de campo.

Obteve-se uma descrição do perfil do turista real e potencial a partir de informações coletadas junto a 14 meios de hospedagem; 28 bares, restaurantes e afins; equipamentos de lazer e entretenimento; principais atrativos turísticos do município; organizadores e realizadores de eventos e de manifestações culturais locais; além dos gestores públicos municipais. Essas informações estão presentes na análise que compõe o item 5.1 – Caracterização Qualitativa do Estudo de Demanda Turística.

Por sua vez, os questionários de caracterização da demanda foram aplicados em diferentes locais e épocas do ano, de forma a priorizar a diversidade de perfis dos turistas abordados. Adotou-se como estratégias tanto a aplicação direta dos questionários nos principais atrativos (turistas abordados pela equipe da pesquisa) como a aplicação indireta em meios de hospedagem (hóspedes convidados a responder a pesquisa por colaboradores do empreendimento). Também foi empregada a aplicação indireta dos questionários na abordagem de turistas proprietários de segunda residência ou que alugam residências por temporada no município.

Levando-se em consideração os esforços amostrais com sucesso de retorno, o estudo de demanda contou com quatro baterias de pesquisa aplicada (Quadro 46), que contemplam diferentes locais de interesse turístico, perfis de turistas potencialmente variados e épocas do ano diversificadas.

Quadro 46: Esforços amostrais da pesquisa de demanda - baterias de aplicação de questionários

Bateria	Local de aplicação	Período de aplicação	Forma de aplicação	Retornos bem sucedidos
1ª	Atrativo âncora (parque aquático)	Feriado estadual (Janeiro/2016)	Aplicação direta	30 retornos
2ª	Meios de hospedagem	Férias escolares do começo do ano/2015 (janeiro/fevereiro)	Aplicação indireta	15 retornos
3ª		Férias escolares meio do ano/2015 (junho/julho)		
4ª	Segunda residência	2º semestre 2016 (agosto/setembro)	Aplicação indireta	10 retornos
Total de questionários com sucesso de retorno				55 retornos

Para organizar a análise dos dados coletados por meio dos questionários, os resultados estão agrupados em duas categorias que correspondem aos turistas abordados (direta e indiretamente) em atrativos ou meios de hospedagem e aos turistas de segunda residência. Esses grupos correspondem aos itens 5.2.1 e 5.2.2, respectivamente.

Cabe ressaltar que além das baterias apontadas no Quadro 46, que representa as aplicações com retornos efetivamente obtidos, foi realizado um conjunto maior de esforços amostrais no município, abrangendo atrativos (Torre de Vigia), eventos (Feira de Artesanato), além de meios de hospedagem de diferentes dimensões (resort, hotéis e pousadas). Registrou-se baixo retorno de questionários nos meios de hospedagem do município e o não retorno em dois dos principais atrativos locais (resort e Torre de Vigia).

5.1 CARACTERIZAÇÃO QUALITATIVA

O fluxo turístico em Cesário Lange é predominantemente regional, com significativa participação de outros municípios da Região Metropolitana de Sorocaba, beneficiado pela facilidade e qualidade de acesso rodoviário. Como ocorre para grande parte dos destinos do interior do estado de São Paulo, a capital paulista e sua região metropolitana também conformam um importante centro emissor para a demanda turística de Cesário Lange, tanto no se que se refere aos atrativos como às segundas residências. Dessa forma, o turista de Cesário Lange é majoritariamente procedente do próprio estado de São Paulo, embora a Torre de Vigia seja responsável por atrair fluxos de visitantes procedentes de outros estados brasileiros.

As principais motivações para visitar Cesário Lange são de natureza religiosa e de lazer, indicando os dois segmentos turísticos efetivos observados no município. Constata-se que essas motivações estão associadas a atrativos ou equipamentos específicos, sobretudo, aos atrativos âncoras: parque aquático (lazer), Torre de Vigia (religioso) e resort (lazer e eventos corporativos). Verifica-se que negócios e trabalho são motivos decisivos na visita à cidade para dois grupos de turistas: os que ficam hospedados nos hotéis da cidade e os turistas de segunda residência, que buscam aliar trabalho e descanso na temporada que passam no município.

Os eventos religiosos da Torre de Vigia proporcionam um fluxo turístico relativamente constante ao longo do ano. Esse fluxo é responsável por criar ou sustentar parte da demanda por outros atrativos e equipamentos turísticos no município, como o parque aquático, meios de hospedagem e serviços de alimentação. No entanto, a natureza dos serviços oferecidos por outros atrativos centrais (resort e parque aquático) ainda permite identificar a sazonalidade do fluxo turístico em Cesário Lange, uma vez que o período de maior demanda corresponde aos meses da estação de verão.

O perfil do turista atual de Cesário Lange é diversificado no que tange aos padrões socioeconômicos. Essa diversificação é sinalizada pela própria caracterização da oferta dos meios de hospedagem locais, que abrangem tanto serviços de alto padrão e com preços mais elevados (representado principalmente pelos hóspedes do resort) como serviços mais elementares com preços destinados a outro perfil de público (representado pela maior parte dos meios de hospedagem do município).

Com base nos resultados da pesquisa de demanda, sugere-se que o turista de Cesário Lange é predominantemente adulto (com mais de 30 anos), sendo a distribuição de gêneros (homens e mulheres) equilibrada. É um turista que viaja majoritariamente em família, com crianças e em grupos de 04 a 05 pessoas. O tamanho dos grupos de turistas corresponde à principal forma de deslocamento à cidade: o automóvel. Por outro lado, embora o automóvel seja o principal meio de transporte usado para chegar a Cesário Lange, os serviços de fretamento de ônibus continuam sendo uma importante forma de acesso, sobretudo, para os grupos procedentes de outros estados brasileiros que participam dos eventos da Torre de Vigia.

O perfil desse turista sinaliza um visitante que tende a estar realizando sua primeira viagem ao município e não possui intenção atual de prolongar sua estada. Portanto, trata-se de um visitante que não se hospeda no município ou na região e que ainda consome pouco na cidade, limitando-se, em geral, aos serviços de alimentação. Para obter informações sobre o município busca sites eletrônicos na internet e indicações de amigos ou parentes.

Os aspectos que o turista atual melhor avalia em Cesário Lange são a rodovia e sinalização de acesso, bem como a conservação das vias públicas, limpeza e arborização do município. Os aspectos que prejudicam a satisfação do visitante tendem a ser a ausência de sinalização turística e a dificuldade para encontrar serviços de bancos e caixas eletrônicos.

DEMANDA EM EQUIPAMENTOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO

Em Cesário Lange, o conjunto de equipamentos de lazer e entretenimento atende predominantemente aos moradores locais. Pode, por vezes, suportar a demanda por eventos de pequeno porte, sem periodicidade definida e de escala regional, como jogos ou campeonatos esportivos.

DEMANDA EM EVENTOS

Os locais e equipamentos para realização de eventos em Cesário Lange atendem demandas diversificadas que abrangem motivações de eventos sociais, religiosos ou técnicos. Destacam-se os eventos religiosos da Torre de Vigia ao longo do ano (assembleias e congressos), com maior fluxo no período entre Julho e Setembro. Por sua vez, o principal evento do município em termos de dimensão de público (Festa do Peão) atende uma demanda regional que congrega entre 15 e 20 mil pessoas por edição no mês de Maio.

DEMANDA EM MEIOS DE HOSPEDAGEM

Os meios de hospedagem de Cesário Lange abrangem uma oferta diversificada que atende demandas com diferentes expectativas de serviços e preços. No entanto, considerando-se o perfil geral do turista do município, os meios de hospedagem tendem a responder a uma demanda composta por famílias que buscam lazer nos períodos de recesso escolar e feriados ao longo do ano. Participantes de eventos corporativos, sobretudo no resort local, conformam um perfil de visitante complementar ao primeiro grupo. O Quadro 47 resume informações qualitativas básicas sobre a demanda coletadas em parte desses empreendimentos:

Quadro 47: Informações qualitativas sobre a demanda em meios de hospedagem de Cesário Lange

Meio de Hospedagem	Período de maior demanda	Perfil do turista	Procedência
Fazendinha Greto	- Feriados; - Férias escolares.	- Famílias com crianças; - Grupos religiosos; - Grupos de terceira idade; - Escolas.	- Capital; - Região.
Hotel Ágape	- De julho a setembro; - Feriados.	- Famílias (parque aquático); - Grupos religiosos; - Viajantes a trabalho.	- Sem predominância específica
Pousada 2 Irmãos	- Feriados; - Férias escolares.	- Grupos religiosos.	- -
Pousada Ana Rosa	- Feriados; - Férias escolares (julho).	- Grupos religiosos	- -
Pousada Primavera	- Feriado da sexta feira santa.	- Famílias; - Grupos a lazer.	- Região.
Acampamento Monte Horebe	- Feriados; - Férias escolares (dezembro a fevereiro).	- Grupos religiosos; - Outros grupos (jovens).	- -
Sítio Castelinho	- Feriados; - Férias escolares (dezembro a fevereiro).	- Famílias.	- Capital.
Mavsa Resort	- Férias escolares (dezembro a fevereiro; julho).	- Famílias; - Participantes de eventos corporativos.	- Capital.
Castelo Park Hotel	- Feriados; - De setembro a janeiro; - Carnaval.	- Famílias; - Visitantes da Torre de Vigia.	- Capital; - Região.

Legenda: (- -) Informação não obtida durante a visita ao empreendimento.

DEMANDA NOS PRINCIPAIS ATRATIVOS

Com base no fluxo estimado de visitantes, os principais atrativos e equipamentos turísticos de Cesário Lange atendem demandas com motivações de viagem distintas, mas complementares. O Quadro 48 resume informações qualitativas e quantitativas sobre o perfil do turista nos principais atrativos e equipamentos:

Quadro 48: Informações qualitativas e quantitativas sobre a demanda nos principais atrativos e equipamentos turísticos de Cesário Lange

Atrativo ou Equipamento	Período de maior demanda	Motivação	Fluxo estimado
Torre de Vigia	- Julho a Setembro	- Religiosa	75 mil pessoas/ano
Parque Aquático	- Setembro a Janeiro	- Lazer	70 mil pessoas/ ano
Resort	- Janeiro; - Dezembro a fevereiro.	- Lazer; - Eventos corporativos.	5 mil pessoas/ano
Acampamento Monte Horebe	- Dezembro a fevereiro.	- Lazer.	3 mil pessoas/ano

DEMANDA EM RESTAURANTES, BARES E SIMILARES

Embora os restaurantes, bares e similares de Cesário Lange atendam predominantemente a demanda local, os serviços de alimentação são apontados como o tipo de serviço mais utilizado pelos turistas em visita à cidade. Os estabelecimentos com maior capacidade de atendimento também absorvem a demanda de cidades da região, principalmente, aos finais de semana.

5.2 PERFIL DA DEMANDA E MOTIVAÇÕES

O objetivo desse item é detalhar elementos de análise que complementam a descrição qualitativa anterior e subsidiam a compreensão preliminar do perfil do atual turista que visita Cesário Lange. Com base nos resultados de questionários aplicados direta e indiretamente no município, a amostra de turistas abordados indica características da demanda turística que devem ser consideradas nas diferentes etapas de planejamento, como a análise da situação atual e a definição do posicionamento do destino no mercado turístico regional e estadual.

Foram categorizados dois grupos de turistas: um formado por visitantes que frequentava um dos atrativos turísticos do município e/ou se hospedava na cidade, além de outro grupo composto por turistas que possui ou aluga segundas residências para passar temporadas no município. O perfil e as motivações desses dois grupos são apresentados e discutidos nos itens 5.2.1 e 5.2.2, respectivamente.

5.2.1 PERFIL DO TURISTA DE CESÁRIO LANGE

ORIGEM DO TURISTA

Todos os turistas abordados na pesquisa de demanda eram brasileiros e, em sua maioria, procedentes do próprio estado de São Paulo. Em adição, os visitantes tinham como origem predominante os municípios da própria Região Metropolitana de Sorocaba e da Região Metropolitana de São Paulo.

Dessa forma, o fluxo turístico de Cesário Lange apresenta como características sua natureza regional, complementada pelo papel da capital paulista e seu entorno como centro emissor de visitantes para o município.

As figuras 43 e 44 ilustram a distribuição dos turistas abordados pela pesquisa de campo, conforme sua origem:

Figura 43: Origem dos turistas por unidade da federação

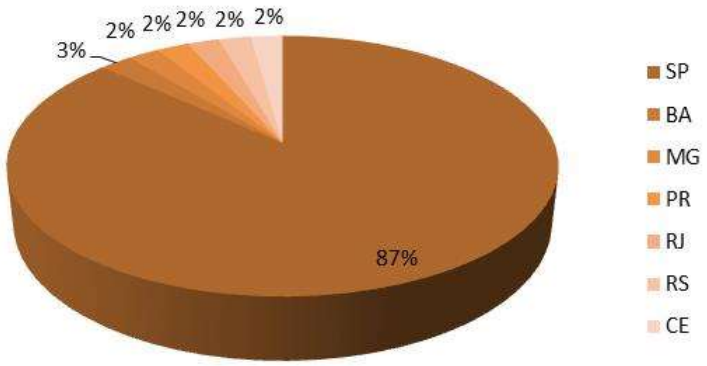
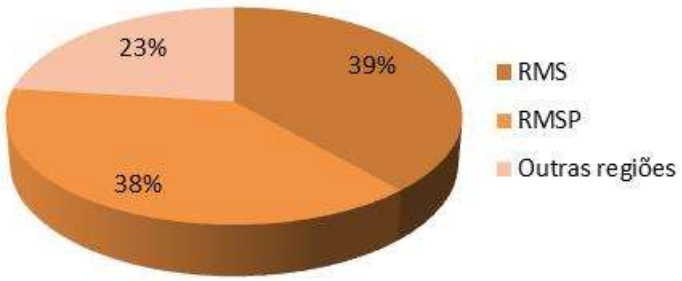


Figura 44: Origem dos turistas paulistas por regiões do estado



Legenda: RMS – Região Metropolitana de Sorocaba; RMSP – Região Metropolitana de São Paulo.

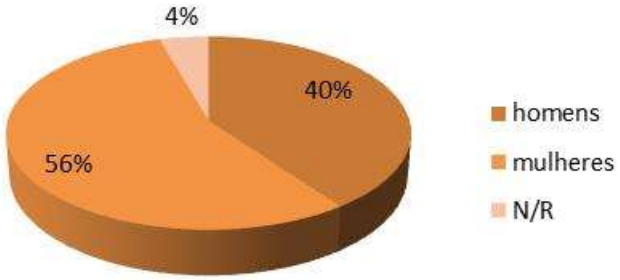
Cabe destacar que nas pesquisas de campo foram identificados, ainda, turistas procedentes de outros estados da região Sudeste (Minas Gerais e Rio de Janeiro), bem como das regiões Sul (Paraná e Rio Grande do Sul) e Nordeste (Bahia e Ceará). Ressalta-se também que, embora não mensurada, uma demanda turística externa ao estado de São Paulo tem como importante fonte de atração atividades da Torre de Vigia, responsáveis por fluxo turístico interestadual.

PERFIL DO TURISTA

A maior parte dos turistas abordados em campo possui idade entre 30 e 50 anos, com pequena diferença na distribuição dos gêneros dos visitantes. Os resultados referentes à distribuição etária e ao sexo dos turistas são representados pelas figuras 45 e 46.

Figura 45: Distribuição etária dos turistas

Figura 46: Distribuição dos turistas por sexo



Legenda: N/R – não respondeu.

ACOMPANHAMENTO NA VIAGEM

A maior parte dos turistas respondentes viaja em família e predominantemente com crianças. O tamanho dos grupos de viagem mais comum indica conjuntos de 04 e 05 pessoas.

Apesar desse perfil predominante, também foram encontrados turistas viajando desacompanhados ou com amigos, indicando heterogeneidade na composição e tamanho dos grupos de turistas que visitam o município.

As figuras 47, 48 e 49 apresentam os resultados para o tipo de grupo, presença de crianças e tamanho do grupo, respectivamente.

Figura 47: Tipos de grupos de turistas

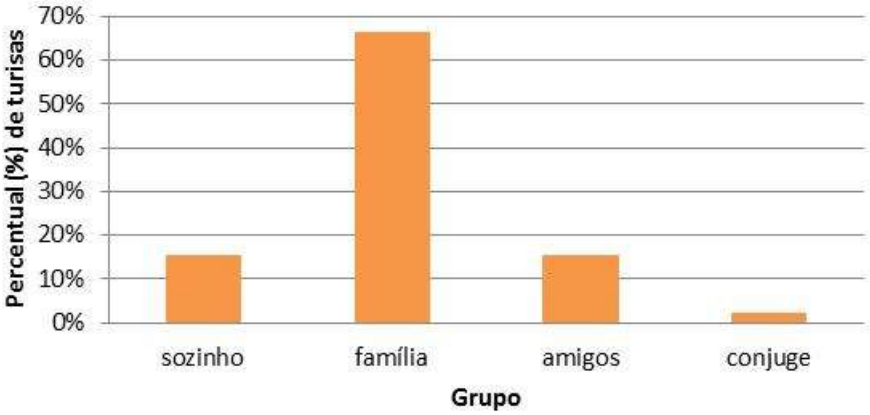
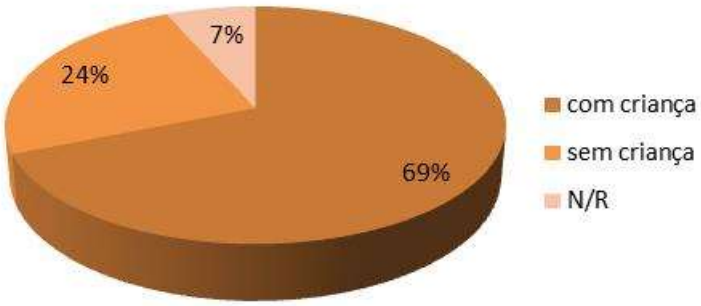
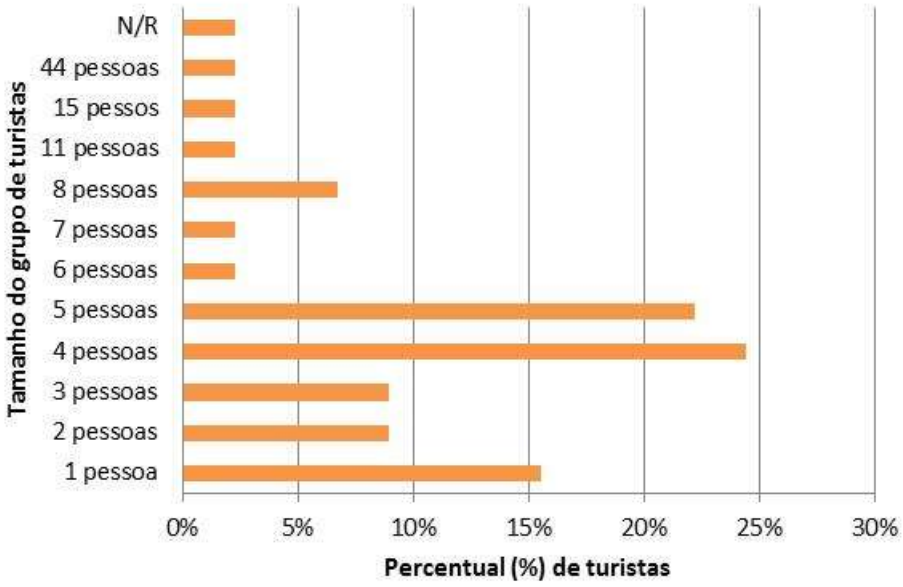


Figura 48: Presença de crianças na viagem



Legenda: N/R – não respondeu.

Figura 49: Composição dos grupos quanto ao número de turistas



Legenda: N/R – não respondeu.

FREQUÊNCIA DE VIAGEM E INTENÇÃO DE PERMANÊNCIA

A amostra de turistas abordados no município indicou que os visitantes realizavam sua primeira viagem ao município. Como segunda opção mais citada, indicaram que visitavam o destino uma vez ao ano. Além disso, trata-se de um visitante que permanece na cidade apenas um dia e que afirma que atualmente não possui intenção em prolongar o número de dias permanecidos no município.

Portanto, o turista de Cesário Lange ainda conhece pouco a cidade e, por apresentar um padrão de baixa permanência no destino, limita-se a consumir poucos serviços de apoio (como os de comércio) e a organizar sua viagem a partir do interesse centrado em um atrativo específico. Esse perfil de demanda indica um turista cujo conhecimento sobre outros atrativos e serviços do município e região pode ser explorado visando despertar maior interesse em permanecer mais tempo na cidade.

As figuras 50, 51 e 52 resumem os resultados coletados com turistas em campo no que se refere à frequência, permanência e intenção de permanência, respectivamente.

Figura 50: Frequência de visita ao município

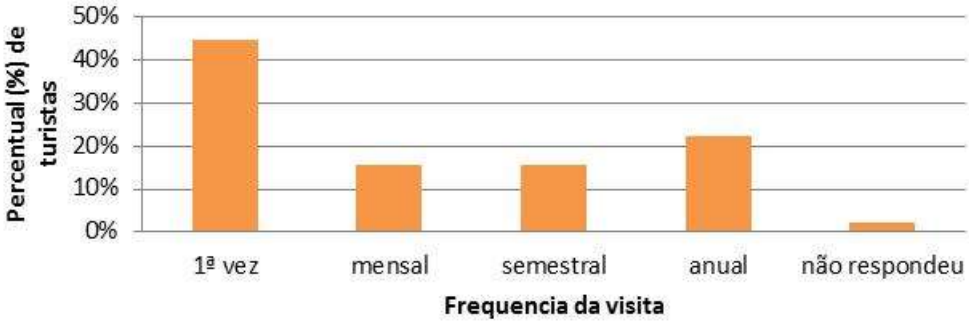
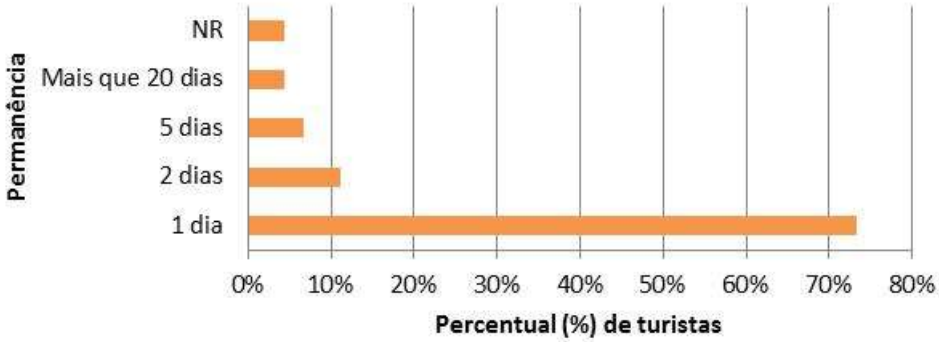
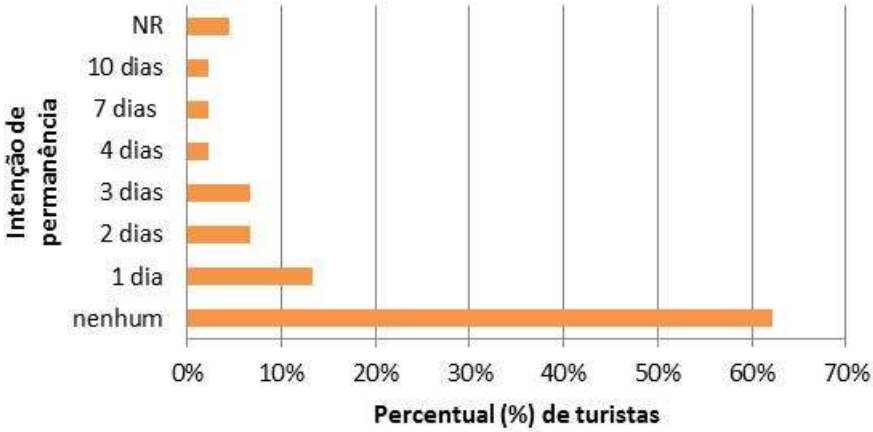


Figura 51: Permanência no município durante a viagem



Legenda: N/R – não respondeu.

Figura 52: Intenção de permanência no destino



Legenda: N/R – não respondeu.

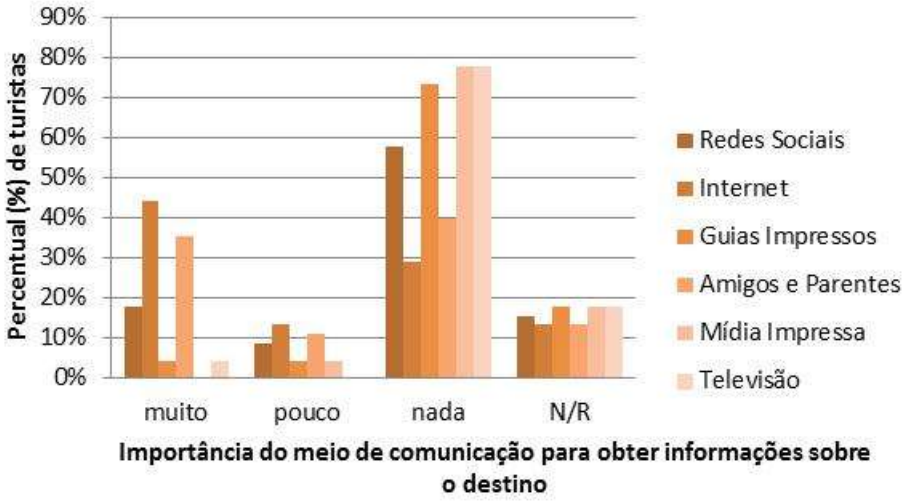
INFORMAÇÕES SOBRE O DESTINO

Para conhecer os atrativos, equipamentos e serviços turísticos de Cesário Lange, os visitantes entrevistados sinalizaram que sites eletrônicos na internet e indicações de amigos e parentes são as principais fontes de obtenção de informações. Guias turísticos, mídia impressa e televisão apresentam pequena participação nas informações demandas para organizar a viagem. Destaca-se que, embora a internet tenha sido apontada como o meio mais utilizado, as redes sociais ainda são pouco exploradas pelos visitantes abordados no que tange à sua finalidade como canal de informações e divulgação turística de Cesário Lange.

As características levantadas na pesquisa de campo revelam, assim, um turista que prefere meios de comunicação que consumam pouco tempo para obter informações sobre a viagem planejada. O visitante tende a buscar informações pontuais e claras em sites eletrônicos de atrativos e equipamentos específicos ou mesmo com pessoas próximas. Essa característica revela que seu interesse por outros pontos turísticos do município pode ser despertado através de estratégias de comunicação integrada.

A figura 53 representa a importância, com base no nível declarado de uso, dos diferentes meios utilizados para obter informações para a viagem realizada:

Figura 53: Fontes de informação para a viagem



Legenda: N/R – não respondeu.

MOTIVO DA VIAGEM

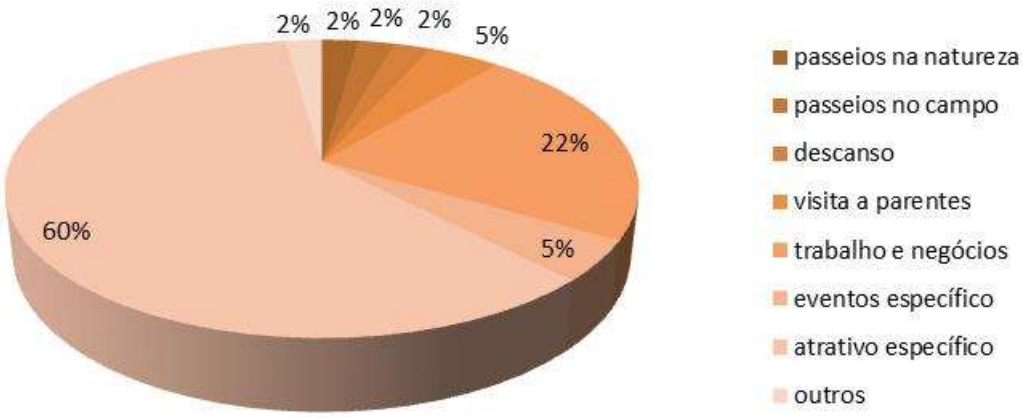
Para os turistas entrevistados, a visita a Cesário Lange é motivada predominantemente por atrativos específicos. Nesse sentido, confirma-se a importância dos atrativos já consolidados para o processo de decisão de viagem, uma vez que foi pouco representativa a participação de outras razões indicadas pelos turistas: passeios no campo, passeios na natureza, visita a parentes, eventos específicos e outros.

Assim, a demanda turística apresenta um perfil de visitante que se desloca à cidade por conta de um atrativo particular e que, eventualmente, pode complementar a experiência de viagem com outros serviços turísticos. Esse comportamento é observado, por exemplo, com turistas que se dirigem a Cesário Lange em função de eventos ou atividades na Torre de Vigia, mas também podem se hospedar na cidade ou região e, ainda, frequentar o parque aquático.

Motivos relacionados a trabalho e negócios também foram citados pelos turistas, sobretudo, os que estavam hospedados na cidade. Os dados sugerem, portanto, que enquanto turistas de lazer tendem a organizar viagens de um dia, turistas a trabalho demandam serviços de meios de hospedagem no município ou região.

Dessa forma, o motivo da viagem indica que a demanda turística do município está concentrada em torno de um dos três principais atrativos locais: parque aquático, Torre de Vigia ou resort. A figura 54 permite verificar a relevância dos atrativos específicos na motivação da viagem:

Figura 54: Motivo principal da viagem



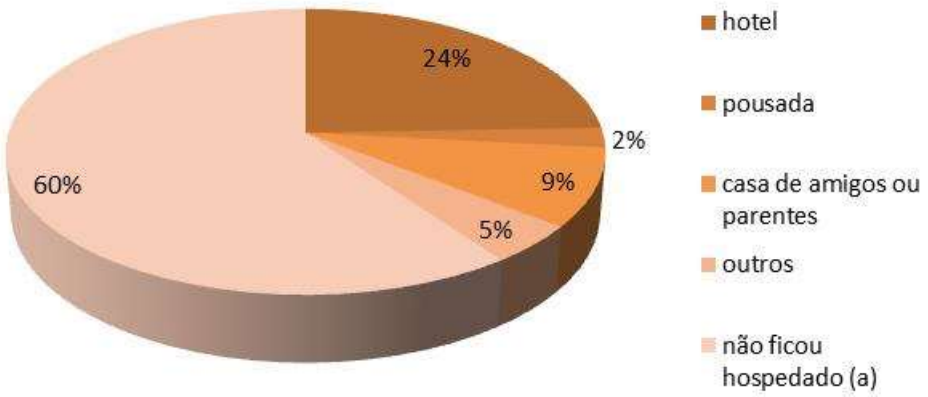
ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM

Quase a totalidade dos turistas abordados pela pesquisa utilizou o automóvel como meio de transporte (Quadro 49), sendo que a maioria dos visitantes não ficou hospedada no município. Quando indicaram pernoite, por sua vez, o meio de hospedagem mais utilizado foi o hotel, seguido por casa de amigos e parentes (Figura 55).

Quadro 49: Meios de transporte utilizado para chegar ao município

Meio de transporte utilizado	Percentual (%) de respostas
Automóvel	89%
Ônibus	4%
Não respondeu	7%

Figura 55: Meio de hospedagem utilizado no município

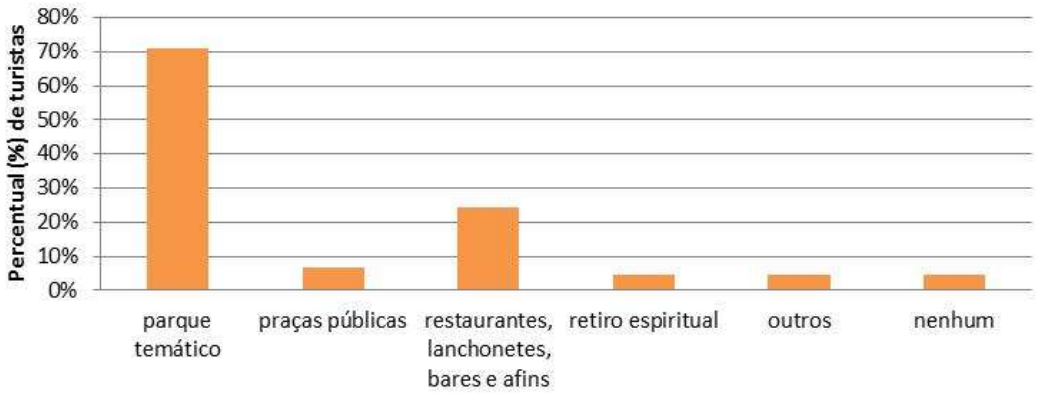


É relevante notar que a opção pelo automóvel como meio de transporte está associada a um conjunto de fatores que caracterizam a oferta e a demanda turística de Cesário Lange: a qualidade do acesso rodoviário, a predominância de famílias em grupos de até cinco pessoas e a pequena disponibilidade de linhas e horários regulares de ônibus. Apesar disso, ônibus fretados ainda são relevantes para a chegada de grupos de turistas procedentes de outros estados brasileiros, sobretudo, de grupos religiosos que se destinam à Torre de Vigia.

No que tange às atrações, passeios ou serviços utilizados na cidade, os turistas abordados pela pesquisa reforçam o perfil de visitante que tem como motivação um atrativo particular, limitando a organização da viagem a um equipamento turístico específico e explorando de forma pouco significativa outros serviços existentes ou potenciais no município. Com efeito, além do atrativo que consiste no principal motivo da viagem a Cesário Lange, o turista atual se restringe a consumir serviços mais básicos, notadamente aqueles ofertados por empreendimentos do setor de alimentação.

A figura 56 permite analisar o nível de uso desses serviços no município:

Figura 56: Serviços, atrações ou passeios utilizados no município



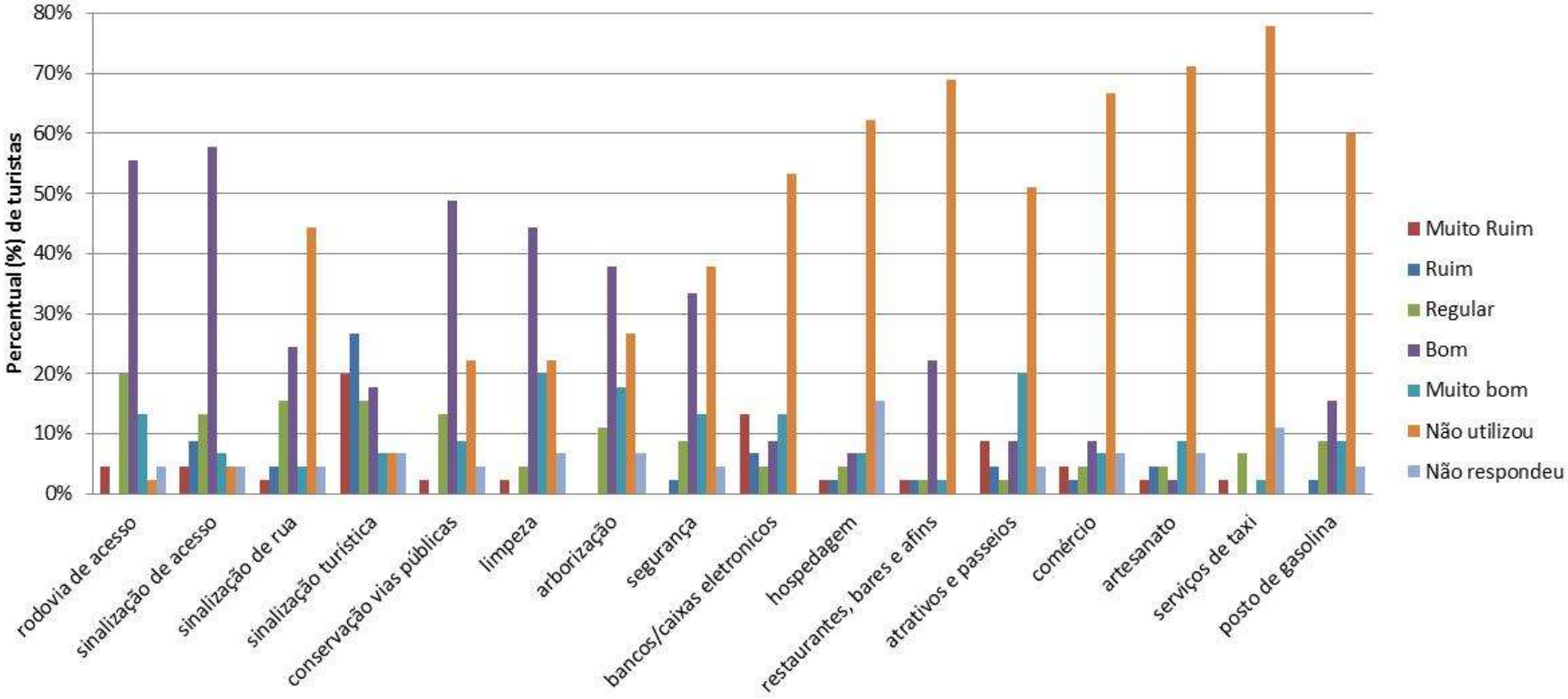
PERCEPÇÃO E EXPECTATIVAS DA VIAGEM

A avaliação de aspectos relacionados ao destino a partir da percepção dos turistas abordados pela pesquisa de demanda revela que grande parte dos elementos que podem compor a experiência de viagem no município não costuma ser utilizada. Com efeito, quando solicitados para selecionar em uma escala entre 'muito ruim' e 'muito bom', acrescida da opção 'não utilizado', a maior parte do grupo de turistas entrevistados indicou não ter utilizado 10 dos 16 itens avaliados: sinalização de rua; segurança; bancos e caixas eletrônicos; hospedagem; restaurantes, bares e afins; atrativos e passeios; comércio; artesanato; serviços de taxi; e postos de gasolina.

Os aspectos melhor avaliados foram rodovia e sinalização de acesso ao município, além da conservação das vias públicas, limpeza e arborização da cidade, que foram consideradas 'boas' na percepção da maior parte dos turistas. Os aspectos pior avaliados foram sinalização turística, considerada 'ruim' ou 'muito ruim' pela maioria dos entrevistados; bem como serviços de banco e caixas eletrônicos, que embora não utilizados pela maior parte dos turistas, quando utilizados foram considerados em sua maioria 'muito ruim'.

A figura 57 representa a escala de avaliação conforme a percepção e uso vivenciado pelos turistas abordados pela pesquisa de demanda, com base dos diferentes aspectos que compõem a experiência de viagem ao destino.

Figura 57: Avaliação dos turistas quanto a aspectos da viagem com base em sua percepção e uso vivenciado



Por fim, Cesário Lange se apresentou como um destino que atende as expectativas do visitante, uma vez que a maior parte dos turistas respondentes da pesquisa afirmou que a cidade corresponde ao esperado. A segunda resposta mais frequente indicou que o município superou as expectativas da viagem. A figura 58 ilustra a avaliação dos turistas abordados quanto às ideias prévias que apresentava sobre o destino.

Figura 58: Expectativa de viagem

Legenda: N/R – não respondeu.

5.2.2 PERFIL DO TURISTA DE SEGUNDA RESIDÊNCIA

ORIGEM DO TURISTA DE SEGUNDA RESIDÊNCIA

Participaram da pesquisa de demanda dez turistas que passam, com frequência, temporadas no município de Cesário Lange em propriedade rurais, como chácaras ou sítios de lazer. Dos participantes da pesquisa, verifica-se que a maior parte é procedente da capital paulista, como indica o Quadro 50.

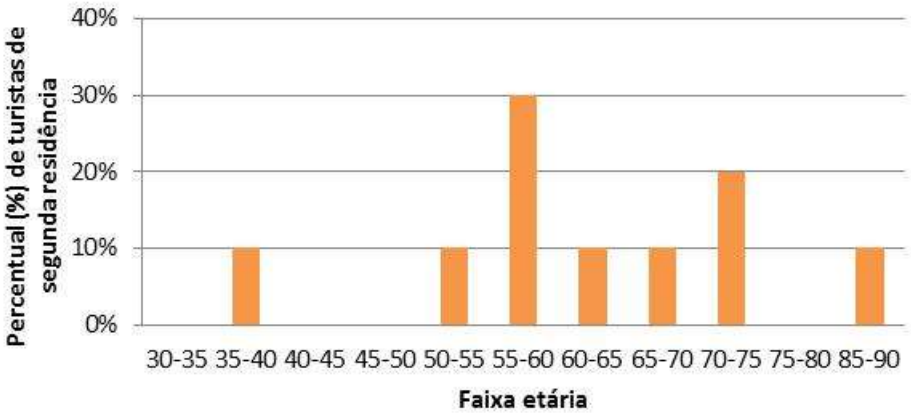
Quadro 50: Origem do turista de segunda residência

Cidade de residência primária	Percentual (%) de turistas
São Paulo (capital)	90%
Campinas-SP	10%

PERFIL DO TURISTA DE SEGUNDA RESIDÊNCIA

Os turistas de segunda residência que participaram da pesquisa de demanda apresentam uma faixa etária mais elevada que os turistas entrevistados em equipamentos turísticos descritos anteriormente. Com efeito, a maior parte dos entrevistados possui acima de 50 anos (Figura 59) e é majoritariamente do sexo masculino (Quadro 51).

Figura 59: Distribuição etária dos turistas de segunda residência



Quadro 51: Distribuição dos turistas de segunda residência por sexo

Gênero	Percentual (%) de turistas
Homens	90%
Mulheres	10%

ACOMPANHAMENTO NA VIAGEM

Os turistas de segunda residência que participaram da pesquisa de demanda viajam, em sua maioria, acompanhados por membros da família (Quadro 52). Embora não exista um padrão quanto à presença de crianças (Quadro 53), o número de pessoas do grupo que viaja para a residência temporária é de 04 pessoas (Figura 60).

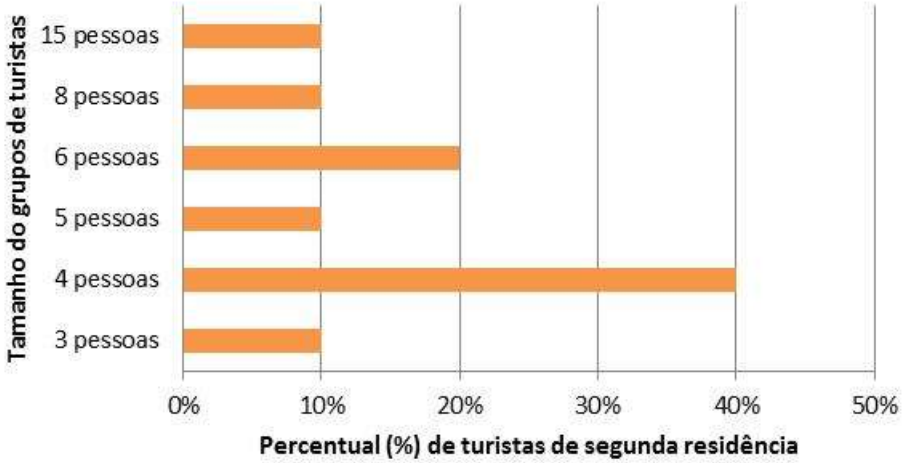
Quadro 52: Tipo de grupos de turistas de segunda residência

Grupos	Percentual (%) de turistas
Sozinho	10%
Família	90%
Amigos	0
Conjunge	0

Quadro 53: Presença de crianças no grupo

Grupos	Percentual (%) de turistas
Com crianças	50%
Sem crianças	40%
Não respondeu	10%

Figura 60: Composição dos grupos quanto ao número de turistas de segunda residência



INFORMAÇÕES SOBRE O DESTINO

Uma característica que chama a atenção quanto ao grupo de turistas de segunda residência que participaram da pesquisa de demanda é o fato de não usarem fontes de informação sobre Cesário Lange. Com efeito, todos os entrevistados indicaram que redes sociais, sítios eletrônicos na internet, guias turísticos, indicações pessoais, mídia impressa e televisão não são empregados no planejamento da viagem. Esse perfil do turista de segunda residência pode estar associado ao conhecimento prévio que o mesmo possui acerca dos serviços e equipamentos encontrados na cidade.

MOTIVO DA VIAGEM

São duas as principais razões apontadas pelos turistas para a escolha de Cesário Lange como destino de segunda residência: apenas descanso e a conjunção de descanso com trabalho (Quadro 54).

Quadro 54: Motivo da viagem do turista de segunda residência

Motivos central da viagem	Percentual (%) de turistas
Descanso	50%
Trabalho e negócios	50%

Dessa forma, embora o perfil do turista de segunda residência possa sugerir que a principal motivação é formada por facilidades que o visitante encontra na própria residência onde passa a temporada para descanso (em geral, propriedades rurais), a indicação que o trabalho também é um dos motivos para o deslocamento ao destino revela que a satisfação na experiência de viagem desse turista também pode se associar aos serviços encontrados no município que atendem necessidades de trabalho desse tipo de visitante.

ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM

O automóvel também é o meio de transporte utilizado para acessar o destino pelos turistas de segunda residência. Os respondentes que participaram da pesquisa são, na totalidade, proprietários de segunda residência, não sendo identificados visitantes que alugavam residências por temporada. Os turistas de segunda residência indicaram, ainda, que os serviços mais comuns utilizados na cidade são os de alimentação (40% dos respondentes).

PERCEPÇÃO E EXPECTATIVAS DA VIAGEM

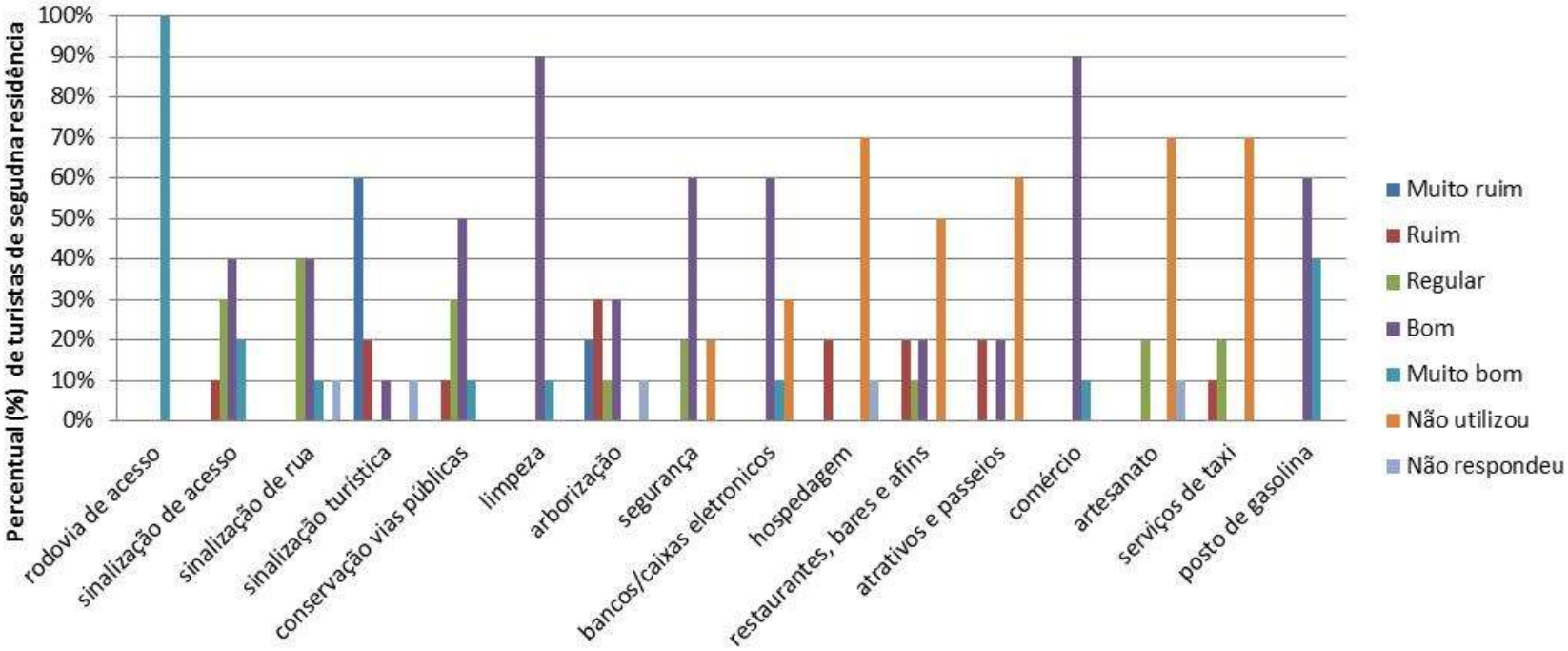
Para os turistas de segunda residência, os aspectos melhor avaliados em sua percepção do destino é a rodovia de acesso, considerada 'muito boa' por todos os respondentes; além da limpeza e o comércio do município, considerados bons para a maioria dos respondentes. Por outro lado, a sinalização turística foi considera 'muito ruim' para a maior parte do grupo de turistas que participou da pesquisa de demanda.

A maior parte desses visitantes afirmou não utilizar parte dos aspectos avaliados que poderiam compor a experiência de viagem. Além da hospedagem, foram citados como 'não utilizados' os restaurantes, bares e afins; atrativos e passeios; artesanato; e serviços de taxi.

A sinalização de acesso e a sinalização de rua foram consideradas como 'regulares' ou 'boas', ao passo que conservação das vias públicas; segurança; serviços de bancos e caixas eletrônicos; e postos de gasolina foram considerados 'bons'. A figura 61 representa a avaliação dos turistas de segunda residência com base na percepção e uso vivenciado de aspectos que podem compor a experiência de viagem.

Quanto às expectativas em torno da visita a Cesário Lange, a maior parte dos turistas de segunda residência (90%) que participaram da pesquisa indicou que o destino atende o que esperava previamente.

Figura 61: Avaliação dos turistas quanto a aspectos da viagem com base em sua percepção e uso vivenciado



6. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO TURISMO

6.1 INTRODUÇÃO

O Plano Diretor de Turismo de Cesário Lange deve ser compreendido como um documento de natureza técnica, que visa orientar a trajetória da atividade turística no município a partir de uma avaliação do seu estado atual e da identificação das principais vocações turísticas locais. Dessa forma, o Plano intenciona ser um facilitador para os diferentes setores da sociedade envolvidos com o turismo, mediando uma análise dos aspectos que precisam ser aprimorados, bem como aqueles onde se encontra o maior potencial para o desenvolvimento da atividade turística.

O processo de construção do Plano Diretor de Turismo contemplou diferentes etapas e atividades. Até o presente momento, apresentou-se uma caracterização de dimensões gerais que afetam e são afetadas pelo turismo (como aspectos de localização e acesso; de gestão pública; econômicos; demográficos; sociais; e de infraestrutura urbana geral), uma caracterização mais detalhada de aspectos atinentes à atividade turística no município (desde sua inserção regional a aspectos organizacionais e de infraestrutura, serviços e equipamentos turísticos) e uma análise do perfil atual dos visitantes do município.

Dentro do Plano Diretor, o item referente ao Planejamento Estratégico do Turismo, por sua vez, agrega as análises realizadas nas etapas anteriores, consolidando propostas para os principais objetivos, diretrizes e linhas de ação para o turismo no município. Essas propostas serão a base para a formulação de uma política municipal de turismo.

Cabe destacar que tanto na definição das ações estratégicas, quanto nas etapas precedentes buscou-se uma perspectiva participativa. Privilegiou-se o contato direto e *in loco* com os principais cidadãos envolvidos com o turismo durante a fase de inventariação, registrando-se suas principais demandas quanto ao planejamento do turismo, bem como se discutiu o plano de intenções estratégicas por meio da apresentação e do debate público, aberto aos diferentes setores da sociedade interessados.

Ao traduzir as análises das etapas anteriores em propostas de ação, o Planejamento Estratégico consolida o Plano Diretor de Turismo de Cesário Lange enquanto um investimento para o desenvolvimento, em base planejada, do turismo no município, que tem como fim beneficiar a população local, seja por meio dos efeitos potencialmente positivos da atividade (renda, emprego, conservação ambiental e valorização da cultura), seja por meio da maior articulação e envolvimento da sociedade com a atividade turística. Em adição, ao ordenar e integrar esforços, o Plano Diretor de Turismo é entregue como um legado da atual governança municipal para colocar em prática as ações necessárias ao desenvolvimento do turismo conforme os interesses atuais e futuros da população de Cesário Lange.

O Plano Estratégico, detalhado na sequência, contempla a definição dos objetivos almejados para o desenvolvimento do turismo no município, as diretrizes estratégicas que devem orientar o plano de ações propostas, organizadas por meio de um

mapeamento dessas ações, bem como dos indicadores e metas definidos para cada uma delas.

6.2 OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

O Planejamento Estratégico do Turismo em Cesário Lange tem como objetivo geral posicionar o município como um destino turístico reconhecido no interior do estado de São Paulo, tanto através da melhoria e consolidação dos segmentos hoje existentes quanto da diversificação da oferta turística através da estruturação de novos produtos turísticos complementares.

OBJETIVOS ESPECÍFCOS

Para atender esse objetivo mais abrangente, é necessária atenção a objetivos estruturantes e específicos, que subsidiam a concretização do objetivo geral (Figura 62):

- organizar e ordenar a governança do turismo no município, de forma setorialmente integrada;

- elaborar ações de comunicação, informação e promoção turística, destinadas à demanda efetiva e potencial;

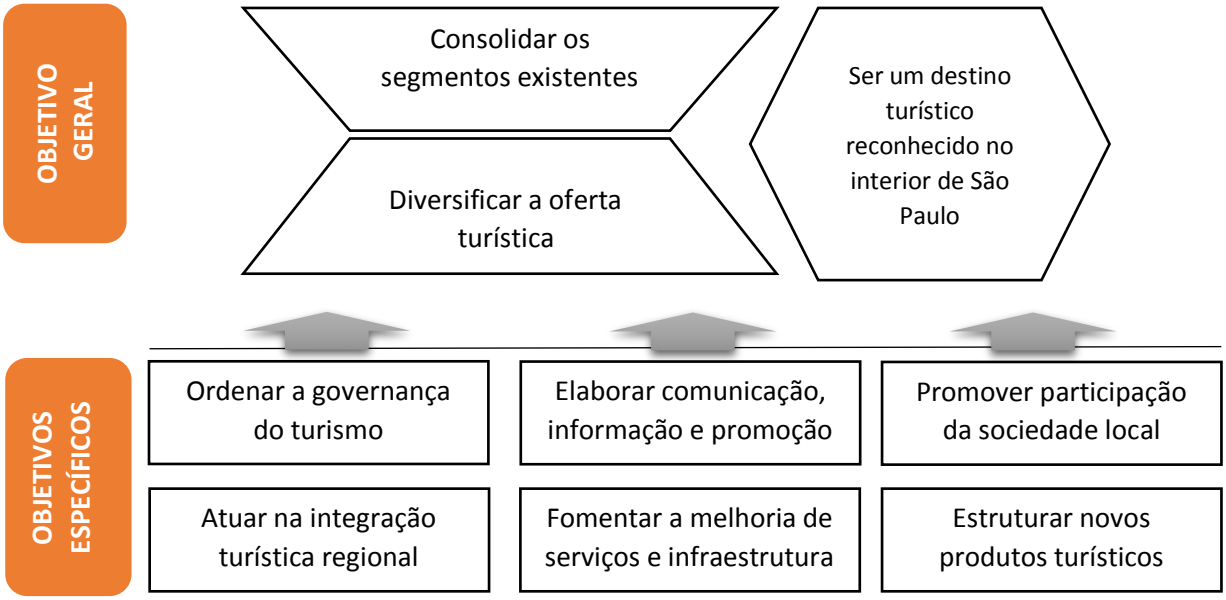
- promover a sensibilização, a participação e o envolvimento da população local com os objetivos e estratégias de desenvolvimento do turismo;

- reforçar a inserção do município no contexto turístico regional;

- qualificar a experiência do visitante com a melhoria dos serviços urbanos e da infraestrutura de apoio;

- estruturar produtos turísticos complementares aos atuais atrativos âncoras, aumentando o fluxo de visitantes e o seu tempo de permanência no município e na região.

Figura 62: Objetivos do desenvolvimento do turismo em Cesário Lange



CENÁRIO FUTURO

Cesário Lange pautará o desenvolvimento da atividade turística em segmentos efetivos, como o turismo religioso e o de lazer, bem como em segmentos turísticos potenciais, destacando-se o turismo rural. A estruturação e complementariedade da oferta turística de Cesário Lange lhe permitirão ser reconhecido, em seis anos, como um dos municípios turísticos do estado de São Paulo[16].

Para alcançar o cenário desejado, a governança do turismo não deverá ficar restrita apenas a decisões e ações do poder público municipal. Órgãos de consulta e deliberação na arena do turismo, a exemplo do Conselho Municipal de Turismo, bem como outras organizações da sociedade civil serão fundamentais para a discussão das propostas, para a participação na execução das ações e para o monitoramento e a avaliação do curso tomado pelo planejamento estratégico do turismo no município. A governança do turismo de Cesário Lange deverá ser parceira, ainda, de governanças em escala regional (como os governos municipais das cidades integrantes de possíveis roteiros turísticos) e estadual (representada pela pasta, pelos fóruns e pelos

[16] De acordo com a lei revisional que orienta as políticas de turismo do estado de São Paulo (lei nº 1.261/2015), os municípios turísticos abrangem as 'estâncias turísticas' e os 'municípios de interesse turístico'. O atual quadro normativo prevê que o órgão executivo estadual responsável pelo turismo escalonará os municípios turísticos que podem cambiar de categoria (estância e de interesse turístico) na análise revisional realizada a cada três anos. Esse mesmo ato legal prevê um conjunto de setenta (70) estâncias turísticas e cento e quarenta (140) municípios de interesse turístico no estado que se tornam elegíveis à complementação orçamentária e suporte técnico do governo do estado. Nesse cenário normativo, definiu-se o período de seis anos, correspondente ao tempo necessário para preparação de Cesário Lange orientado pelos objetivos e ações descritos no Plano Diretor de Turismo e a submissão do projeto solicitando enquadramento na categoria de município turístico.

departamentos envolvidos com o turismo nessa escala), bem como de instituições de ensino e pesquisa inseridos na região.

Para que Cesário Lange se torne competitivo no mercado turístico regional e concretize o cenário delineado, é fundamental a articulação de ações para a governança do turismo, a melhoria da infraestrutura e serviços de apoio, o envolvimento da população local e o investimento em comunicação, informação e promoção de produtos turísticos dos segmentos priorizados e de outros complementares que serão estruturados.

POSICIONAMENTO DE MERCADO

Os segmentos turísticos efetivos e potenciais de Cesário Lange se encontram em estágios diferentes de desenvolvimento e organização. O cenário atual requer, portanto, atividades de planejamento específicas para cada um desses segmentos, sem perder de vista o caráter complementar dos produtos que o compõem e cuja integração objetiva aumentar o fluxo de visitantes e a permanência dos mesmos na cidade. O Quadro 55 busca esquematizar os principais segmentos identificados, relacionando-os com as estratégias específicas a seu estágio atual.

Quadro 55: Estágio e estratégias de desenvolvimento dos segmentos turísticos de Cesário Lange.

Segmento	Turismo Religioso	Turismo de Lazer	Turismo Rural
Composição	Conformado pela visitação e pelos eventos promovidos pela Torre de Vigia (Sede das Testemunhas de Jeová no Brasil) e por atividades em pousadas e acampamentos ecumênicos.	Conformado pelas atividades do parque aquático e pela oferta dos meios de hospedagem do município, com destaque para a estrutura e programação diversificada do resort.	Será conformado por atividades em pesqueiros, alambique, haras, propriedades rurais que produzam elementos com valor agregado ao turismo. Captarão os turistas dos segmentos religiosos e de lazer como oferta complementar, bem como fomentará um novo fluxo de visitantes no município.
Estágio	Efetivo	Efetivo	Potencial
Estratégias	Qualificar serviços; melhorar infraestrutura; e ofertar produtos complementares.	Qualificar serviços; melhorar infraestrutura; e ofertar produtos complementares.	Desenvolver produtos; articular diferentes serviços e infraestruturas.

Considerando-se o cenário desejado e os estágios dos diferentes segmentos turísticos identificados, Cesário Lange adotará como estratégia de posicionamento no mercado regional a orientação que consiste em:

Ser um município turístico do interior de São Paulo nos segmentos de turismo religioso e de lazer e que ofereça ao visitante, ainda, experiências de turismo rural.

PERFIL DO TURISTA

Cesário Lange acolherá um púbico de visitantes diversificado e, ao mesmo tempo complementar, que será estimulado a permanecer no município por mais tempo:

- O segmento de turismo religioso continuará atendendo tanto aos visitantes da Torre de Vigia, procedentes de todas as regiões do país e do exterior; quanto participantes de eventos que disfrutam da hospitalidade local em acampamentos e pousadas de natureza ecumênica, cuja procedência é regional;

- O segmento de turismo de lazer continuará atendendo tanto aos visitantes procedentes de cidades da região e da capital do estado que buscam o entretenimento e o descanso no parque aquático do município; bem como os serviços de alto padrão encontrados em um dos melhores resorts do estado, fator de atração de pessoas de todo o país, com destaque para a capital paulista;

- O segmento de turismo rural, por sua vez, será estruturado de forma a complementar a experiência dos turistas que se enquadram nos dois segmentos anteriores, bem como se constituirá um fator de atração para novos visitantes de Cesário Lange, atendendo demandas de recreação, eventos e descanso no campo para famílias procedentes de cidades da região e da capital paulista, além de grupos de escolares, sobretudo, do ensino fundamental.

Considerando-se a possibilidades efetivas e potenciais de turismo no município, o perfil desejado de turista que visita Cesário Lange será caracterizado por:

Famílias e grupos que buscam o clima calmo do interior do estado de São Paulo por motivos religiosos, de lazer ou de descanso no campo e que se sentirão motivados a conhecer outros atrativos da cidade e da região.

MISSÃO

Estruturar e articular produtos nos segmentos de turismo de lazer, religioso e rural de maneira a aprimorar a experiência do visitante em relação aos serviços e infraestruturas existentes, bem como a qualidade de vida dos cidadãos locais, construindo um destino marcado pela receptividade do interior paulista e pela integração regional sustentável.

VISÃO

Em seis anos, ser reconhecido como município turístico do estado de São Paulo, dotado de infraestrutura, serviços e produtos de qualidade em viagens com motivação religiosa, de lazer e de contato com o ambiente rural.

FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

Perspectiva de sustentabilidade

Na proposição e execução de atividades de governança do turismo, considerar: limites ecológicos, inclusão social, diversidade cultural, discussões transparentes e éticas, geração de emprego e renda.

Visão participativa e integrada

Somar esforços para promover integração intrasetorial (gestão transversal do turismo na estrutura administrativa pública), intersetorial (atuação conjunta da governança pública com demais segmentos da sociedade que possam impactar e/ou ser impactado pelo turismo) e regional (busca de estratégias comuns e compartilhamento de ações e recursos na promoção do turismo com municípios vizinhos e da região);

Fomento à criatividade e ao empreendedorismo

Estimular e apoiar ações inovadoras tanto que no tange a negócios e serviços que podem melhorar a experiência do visitante e da população local, quanto à ação de organizações da sociedade civil ou mesmo a inovações na governança pública que possam estimular o desenvolvimento do turismo, reduzindo custos e consolidando parcerias.

Valorização do turismo

Criar e difundir uma cultura de compreensão da importância econômica, social, cultural e ambiental do turismo pela sociedade local, bem como pelos membros da gestão pública atual e futura, de forma a traduzir a atividade como ferramenta de conservação e valorização da identidade e dos recursos naturais locais.

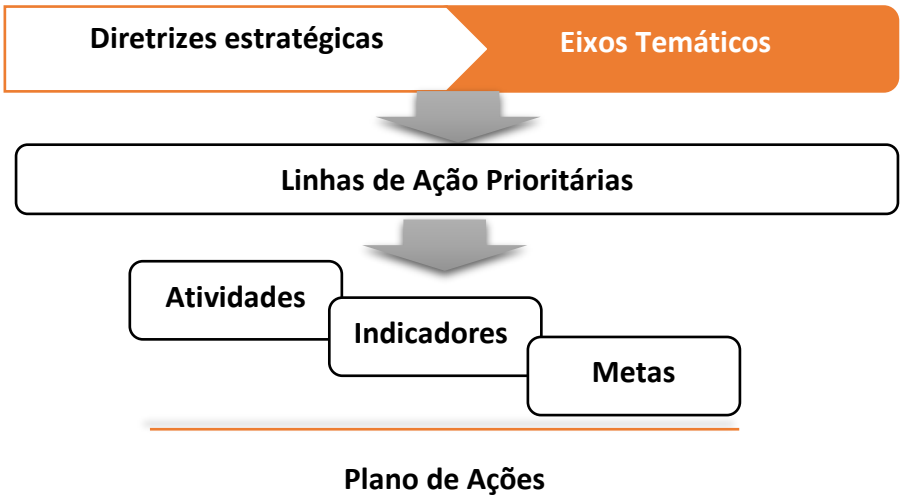
Segurança

Primar pela integridade dos visitantes, dos trabalhadores e dos demais atores envolvidos com atividades no setor de turismo, preservando a saúde das pessoas e do ambiente.

6.3 DIRETRIZES E LINHAS DE AÇÃO

As propostas para o desenvolvimento do turismo em Cesário Lange foram definidas a partir da organização de diretrizes estratégicas em eixos temáticos, que se desdobraram em linhas de ação atinentes a cada um desses eixos. Neste item, serão discutidas a natureza dessas diretrizes e as linhas de ação consideradas prioritárias para caminhar em direção aos objetivos traçados visando à estruturação da atividade turística no município. No próximo item, as ações serão detalhadas de maneira a conformar um plano de ações, com o apontamento dos seus respectivos indicadores e metas, bem como serão sumarizadas e esquematizadas na proposta de um mapa estratégico. A organização das diretrizes e ações do Planejamento Estratégico do Turismo em Cesário Lange é representada pela Figura 63:

Figura 63: Organização das diretrizes e ações do Planejamento Estratégico do Turismo



As diretrizes indicadas na forma de eixos temáticos visam relacionar as questões mais prementes que foram identificadas para o desenvolvimento planejado do turismo em Cesário Lange com grupos de estratégias propostas para atuar sobre estas questões centrais. Ao agrupar as estratégias em linhas de ação dentro de cada eixo temático, o Planejamento Estratégico do Turismo visa facilitar a organização da gestão da atividade e direcionar os esforços que deverão ser priorizados.

A realidade atual e o cenário desejado para o turismo em Cesário Lange apontam que o planejamento e a governança da atividade turística devem ser orientados por seis eixos temáticos e estratégicos, que priorizam as ações fundamentais para se aproximar dos objetivos definidos:

EIXO ESTRATÉGICO 1 – GOVERNANÇA INTEGRADA DO TURISMO

Proposto a partir da identificação da necessidade de ações que organizem a gestão pública do turismo no município e a relação com os diferentes segmentos da sociedade que impactam ou são impactados pela atividade turística. Abrange ações específicas tanto para os órgãos municipais quanto para outros atores locais.

EIXO ESTRATÉGICO 2 – COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO E PROMOÇÃO DO TURISMO

Proposto por conta da ausência diagnosticada de canais de comunicação, dados e informações que possam facilitar tanto a experiência do visitante real ou potencial do município, bem como a atuação de empresários ou gestores da cadeia produtiva do turismo. Contempla atividades para a definição dos meios de informação turística elementar (digital, impressa e local), além de propostas de promoção do município enquanto destino turístico.

EIXO ESTRATÉGICO 3 – INVESTIMENTO EM CAPITAL HUMANO PARA O TURISMO

Proposto por se constituir uma demanda marcante nas entrevistas com os atores envolvidos com o turismo localmente, sobretudo, durante a fase de inventariação do plano. Aborda além da necessidade de identificar os principais campos de aprimoramento profissional e humano para a qualidade dos serviços em empreendimentos turísticos do município, ações para aprimorar a gestão pública da atividade.

EIXO ESTRATÉGICO 4 – MELHORIA DE SERVIÇOS URBANOS E INFRAESTRUTURA DE APOIO

Proposto devido à necessidade de aprimoramento de serviços e infraestruturas potencialmente demandados pelos visitantes no município, seja de natureza pública ou privada. Agrupa ações para a melhoria da experiência do turista e da população local em campos relacionados à mobilidade no município, serviços comerciais, comunicação, bem como o melhor aproveitamento dos equipamentos existentes.

EIXO ESTRATÉGICO 5 – INSERÇÃO REGIONAL

Proposto em decorrência da atual não participação do município em roteiros e circuitos turísticos regionais e da não identificação de articulação com cidades vizinhas em termos de parcerias ou promoções turísticas conjuntas. Propõe ações de roteirização, bem como a valorização cultural regional como estratégia de integração no cenário turístico.

EIXO ESTRATÉGICO 6 – ESTRUTURAÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS

Proposto com base na caracterização da atual realidade turística do município, que sugere a necessidade de consolidar segmentos de turismo já aproveitados por um fluxo efetivo de visitantes, bem como diversificar a oferta local por meio da estruturação de produtos turísticos complementares, que podem conformar segmentos potenciais. Compreende ações para definição dos atrativos e segmentos prioritários, para a definição de novos produtos turísticos e para a articulação entre os diferentes segmentos, além do fomento ao turismo através da formulação ou do melhor aproveitamento de atrativos em áreas de cultura, lazer, ambiente, eventos e educação.

Dentro de cada um dos Eixos Temáticos do Planejamento Estratégico do Turismo em Cesário Lange, desdobraram-se Linhas de Ações prioritárias que visam embasar as diretrizes do planejamento turístico. A Figura 64 aponta as Linhas de Ação propostas que compõem cada Eixo Temático:

Figura 64: Linhas de Ação dos Eixos Temáticos do Planejamento Estratégico do Turismo

Eixos Temáticos	Linhas de Ação
Governança Integrada do Turismo	• Sensibilização da população local para o desenvolvimento do turismo; • Ordenamento da gestão pública do turismo na escala municipal; • Profissionalização da gestão do turismo; • Organização da gestão compartilhada do turismo; • Estruturação do levantamento de dados sobre o turismo como ferramenta de planejamento e gestão; • Monitoramento do Plano de Turismo; • Incentivo ao empreendedorismo local para o turismo.
Comunicação, Informação e Promoção do Turismo	• Canal de comunicação digital; • Material impresso; • Sinalização turística; • Pontos de informação turística; • Definição dos segmentos chave; • Criação e divulgação de uma identidade turística; • Organização institucional da promoção do destino.

Investimento em Capital Humano para o Turismo

- Identificação das necessidades locais para qualificação no setor;
- Parcerias para qualificação profissional;
- Qualificação da gestão pública para o turismo.

Melhoria de Serviços Urbanos e Infraestrutura de Apoio

- Acessibilidade e mobilidade;
- Implantação ou ampliação do atendimento em serviços;
- Serviços de comunicação;
- Estrutura para eventos.

Inserção Regional

- Roteiros turísticos;
- Eventos com visibilidade regional;
- Valorização da cultura regional

Estruturação de Produtos Turísticos

- Desenvolvimento de novos produtos turísticos;
- Integração e complementação dos atrativos turísticos locais;
- Formalização da prestação de serviços de turismo;
- Potencialização dos eventos locais como fator de atração de turistas;
- Ampliação dos espaços públicos de lazer e cultura;
- Criação de áreas naturais para recreação e educação ambiental;
- Emprego do turismo como ferramenta de educação;
- Diversificação do uso de estruturas existentes.

6.4 PLANO DE AÇÕES E MAPA ESTRATÉGICO

A partir das linhas de ações prioritárias de cada eixo temático e estratégico, foi detalhada uma relação de atividades que atuam como orientadoras para o desenvolvimento do turismo no município, sobretudo, em relação ao seu planejamento de natureza tática e operacional. Para o acompanhamento da execução dessas atividades, são propostos indicadores e metas como ferramentas de gestão, cujo conjunto (ações, indicadores e metas) conforma o Plano de Ações do Planejamento Estratégico do Turismo de Cesário Lange. Na sequência, o Plano de Ações é apresentado com base nos eixos temáticos e nas linhas de ação descritas no item anterior.

GOVERNANÇA INTEGRADA DO TURISMO

Quadro 56: Sensibilização da população local para o desenvolvimento do turismo

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Mobilizar segmentos chaves da sociedade, envolvidos com o turismo: taxistas, frentistas, funcionários de padarias e restaurantes, funcionários de hotéis, comerciantes e outros atores que possam ser importantes.	Número de programas de mobilização para o turismo	2 programas de sensibilização para o turismo ao ano
Elaborar projeto de educação sobre o patrimônio natural, cultural e histórico da região em escolas públicas do município.	Número de projetos de educação patrimonial	1 projeto de educação patrimonial trabalhado ao longo do ano/por escola
Elaborar cartilhas e outros materiais impressos sobre a importância do 'bem receber' o visitante.	Número de materiais produzidos	Triagem de mil unidades/ano
Promover campanhas em mídias locais, como rádios, para a conscientização dos benefícios diretos e indiretos do turismo.	Número de campanhas	1 campanha/ semestre
Organizar uma feira de turismo destinada à população local, aproximando as empresas que atuam no setor aos cidadãos que não interagem cotidianamente com as atividades turísticas.	Número de eventos realizados; Percentagem de empresas de turismo participantes	1 feira por ano; Mais de 50% das empresas do setor participando do evento

Quadro 57: Ordenamento da gestão pública do turismo na escala municipal

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Vincular o turismo oficialmente a uma das pastas na estrutura organizacional municipal à qual se possa atribuir a responsabilidade pela condução das atividades do setor.	Ato oficial que inclui o turismo em uma das pastas oficiais	Até o final do primeiro ano da aprovação do Plano Diretor de Turismo
A partir do Plano Diretor de Turismo, discutir, votar e aprovar a lei municipal de turismo.	Aprovação da lei	Até o final do primeiro ano da aprovação do Plano Diretor de Turismo
Elaborar políticas públicas para o setor e fomentar a relação do turismo com políticas públicas de outros setores.	Número de projetos apresentados e aprovados	2 projetos relacionados ao turismo por ano

Quadro 58: Profissionalização da gestão do turismo

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Viabilizar a contratação de um profissional técnico em turismo para atuar na estrutura administrativa local.	Número de técnicos responsáveis pelo setor de turismo	1 técnico na estrutura administrativa até o final do segundo ano após aprovação do Plano Diretor de Turismo
Debater e definir ações, orçamento e qualificação do corpo administrativo que será responsável pelo turismo no município.	Aprovação e divulgação dessas definições	Até o final do primeiro ano da aprovação do Plano Diretor de Turismo
Definir um programa de *benchmarking* para os membros da gestão pública, empresários locais e representantes da sociedade civil, com a finalidade de conhecer boas práticas de gestão em turismo.	Participação em cursos; Número de visitas a outros destinos.	1 curso e 2 destinos visitados no primeiro ano.
Oportunizar eventos no município com entidades representativas do setor, como a ABIH[17], ABAV[18] e FC&VBureau-SP[19] com a finalidade de trocar conhecimentos sobre governança do turismo.	Número de eventos realizados	2 eventos ao ano

[17] ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis;
[18] ABAV- Associação Brasileira de Agências de Viagens;
[19] FC&VBuereau-SP – Federação de *Convention & Visitors Bureaux* de São Paulo

Quadro 59: Organização da gestão compartilhada do turismo

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Rever a legislação e reestruturar a composição e as atividades do Conselho Municipal de Turismo.	Novo regimento interno do Conselho; Divulgação dos membros componentes do Conselho	Até o final do primeiro ano da aprovação do Plano Diretor de Turismo
Definir o sistema municipal de turismo: quais serão as instâncias de coordenação e execução; quais serão as instâncias de consulta e deliberação; quais serão os instrumentos de gestão (Plano Diretor de Turismo, Lei Municipal de Turismo, Deliberações do Conselho Municipal de Turismo); quais serão os instrumentos de execução financeira (orçamento próprio, parcerias com o governo do estado, parcerias com o governo federal, possíveis aportes do Fundo dos Municípios Turísticos do estado).	Número de reuniões do Conselho Municipal de Turismo; Aprovação da lei municipal de turismo	Até o final do primeiro ano da implantação do Plano Diretor de Turismo
Apresentar o Plano de Turismo e buscar constante apoio nas pastas administrativas já existentes, visando o desenvolvimento integrado do turismo com outros setores.	Apresentações e reuniões com outros setores da administração pública	1 apresentação sobre o Plano de Turismo por semestre para outras pastas públicas
Aprimorar os canais de relacionamento entre as instâncias de governança municipal e empreendimentos do setor de turismo por meio de capacitações, parcerias, certificações.	Número de ações; Número de participantes das ações.	1 capacitação por ano; 1 parceria com empresas do setor por ano
Estruturar grupos de trabalho e planos de ação específicos nas áreas de segurança, saneamento e coleta de resíduos na ocasião de eventos no município.	Número de planos de ação ou grupos de trabalho; Número de envolvidos; Percentagem de eventos realizados com participação da pasta do turismo	Mais de 50% dos eventos realizados com envolvimento dos representantes da governança do turismo nas atividades de organização e operacionalização do evento

Quadro 60: Estruturação do levantamento de dados sobre o turismo como ferramenta de planejamento e gestão

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Estruturar e viabilizar procedimentos para levantamento periódico de dados e informações sobre a cadeia produtiva do turismo: oferta e taxa de ocupação nos meios de hospedagem; diárias médias praticadas; fluxo de visitantes nos principais atrativos; número médio de clientes e capacidade de atendimento nos principais bares, restaurantes e afins; número de funcionários fixos e temporários dos empreendimentos do setor; períodos de maior visitação; e estimativa de receita gerada pelo fluxo de turistas no município, através de um censo realizado pela própria gestão municipal ou órgão parceiro.	Número de levantamentos realizados; Periodicidade dos levantamentos de dados sobre o turismo	1 levantamento geral anual
Aplicar pesquisas nos principais eventos realizados na cidade sobre o perfil do turista, bem como buscar caracterizar o turista dos principais atrativos.	Número de pesquisas aplicadas; Número de turistas abordados; Numero de eventos cobertos com pesquisas	Cobrir, no mínimo, um evento por semestre
Dar suporte à realização de estágios ou pesquisas na área de turismo no município, com a finalidade de ampliar as fontes de informação sobre a atividade.	Número de pesquisas sobre o turismo no município; Parcerias para realização de estágios na gestão pública do turismo	1 pesquisa a cada dois anos sobre o turismo no município; 1 estagiário por ano
Criar um cadastro e mantê-lo atualizado sobre os prestadores de serviços turísticos no município.	Divulgação do cadastro a partes interessadas	Até o final do primeiro ano da aprovação do Plano Diretor de Turismo

Quadro 61: Monitoramento do Plano de Turismo

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Garantir o funcionamento sistemático do Conselho Municipal de Turismo como ferramenta de monitoramento e avaliação acerca da implantação das ações previstas no Plano Diretor de Turismo.	Número de reuniões do Conselho; Assiduidade dos membros do Conselho	1 reunião mensal do Conselho; Participação média de mais de 50% dos membros do Conselho
Promover reuniões periódicas, com ampla participação da sociedade local, para discutir o desenvolvimento de ações no campo do turismo, os resultados alcançados e as estratégias para corrigir ou alterar objetivos não atingidos.	Número de eventos (reuniões) realizados, além das reuniões do Conselho	1 reunião semestral
Elaborar informe periódico, com avaliações e análises das reuniões na área de turismo, fins difundir e tornar o curso das ações transparentes: notas no site da prefeitura, notas em jornais de circulação local, memorandos ou balanço de ações da gestão municipal para um determinado período.	Número de divulgações; Quantidade de canais de divulgação	1 nota mensal sobre atividades na área de turismo em pelo menos 1 canal de comunicação oficial

Quadro 62: Incentivo ao empreendedorismo local para o turismo

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Fomentar o arranjo da cadeia produtiva local para o turismo: difundir a importância de articulação entre os diferentes empreendimentos do setor e reconhecer esforços, ações bem sucedidas e novos negócios no turismo.	Número de eventos voltados à cadeia produtiva; Número de ações voltadas à cadeia produtiva	1 evento por semestre; 1 ação âncora para o empreendedorismo por ano
Apoiar organizações do terceiro setor na área de cultura e ambiente.	Número de projetos apoiados no terceiro setor	1 projeto por ano

COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO E PROMOÇÃO DO TURISMO

Quadro 63: Canal de comunicação digital

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Reestruturar a página oficial da prefeitura municipal, visando uma melhor apresentação dos atrativos e segmentos turísticos existentes, bem como difundido uma identidade turística a ser definida.	Página oficial reestruturada	Até o final do primeiro ano da aprovação do Plano Diretor de Turismo
Definir as responsabilidades pela atualização e gerenciamento do portal de turismo no site da prefeitura municipal.	Definição aprovada e divulgada	Até seis meses da aprovação do Plano Diretor de Turismo

Quadro 64: Material Impresso

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Elaborar folder e mapa turístico do município, destinado ao visitante real e potencial.	Número de materiais	1 folder/ano, com triagem de 5 mil exemplares 1 mapa/ano, com triagem de 3 mil exemplares
Definir locais para distribuição dos materiais turísticos impressos na cidade.	Divulgação da lista de locais para distribuição do material impresso	Até o final do primeiro ano da aprovação do Plano Diretor de Turismo

Quadro 65: Sinalização Turística

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Estruturar e implantar projeto de sinalização padronizada para o turismo no espaço urbano do município.	Número de placas padronizadas implantadas	Indicar os principais atrativos e equipamentos até o segundo ano de aprovação do Plano Diretor de Turismo
Estruturar e implantar projeto de sinalização indicativa dos principais atrativos turísticos e pontos de apoio ao turista nos acessos à cidade.	Número de placas indicativas nos acessos à cidade	Sinalizar os principais acessos até o segundo ano da aprovação do Plano Diretor de Turismo
Estruturar e implantar projeto de sinalização interpretativa nos principais atrativos turísticos públicos: praças, museu, áreas naturais, espaços culturais.	Número de placas interpretativas	Implantar sinalização interpretativa nos principais atrativos até o segundo ano da aprovação do Plano Diretor de Turismo

Quadro 66: Pontos de Informação Turística

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Qualificar equipe e implantar sistema de informação turística de caráter itinerante, atuando em pontos turísticos de acordo com o calendário de eventos: quiosque, carro ou trailer que funcione como ponto de informação.	Número de pessoas capacitadas para informação turística; Número de eventos cobertos com pontos de informação itinerante	Capacitar quadro de 20 pessoas para atuar com informação turística itinerante na cidade; Cobrir mais de 50% dos eventos realizados no município com pontos itinerantes de informação turística
Estudar a implantação de aplicativos com informações turísticas do município para dispositivos móveis: Q-code, guias offlines.	Número de projetos propostos e aprovados	1 projeto em até 3 anos

Quadro 67: Definição dos segmentos chave

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Definir e divulgar para a população os segmentos turísticos priorizados para o desenvolvimento da atividade no município: efetivos e potenciais.	Notas em mídias locais; Materiais impressos; Eventos de turismo	1 nota em mídias locais por mês; 1 publicação impressa por semestre; 1 evento ao ano
Priorizar estratégias de promoção nos atrativos âncoras, concentradores do fluxo turístico atual: distribuição de materiais promocionais do turismo no município, realização de oficinas e visitas de campo para que os funcionários que atuam nos principais atrativos conheçam e promovam outros pontos de interesse no município.	Número de ações realizadas	1 ação por semestre
Estimular o visitante dos principais segmentos turísticos a conhecer a cidade e permanecer pelo menos mais um dia: campanhas de promoção, códigos promocionais no comércio da cidade, pontos de informação turística em períodos de eventos no município.	Número de ações realizadas	1 ação trimestralmente

Quadro 68: Criação e divulgação de uma identidade turística

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Definir e atuar sobre uma identidade turística para o município, explorando elementos diferenciadores: a tradição musical, o cotidiano do interior, a hospitalidade do campo e outros.	Divulgação da identidade turística definida	Até seis meses após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Criar uma marca para o destino: identidade visual, padronização de cores, significado dos elementos.	Divulgação da marca turística	Até um ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Cativar a população local com a identidade turística definida: programas de educação patrimonial nas escolas, ensino de música e o papel da música na história local, promoção de eventos culturais, oficinas culturais e formação de grupos culturais que contribuam para explorar e popularizar a identidade turística do município (a marca e a ideia que se quer associar ao turismo).	Número de ações realizadas	1 ação por semestre
Apoiar a produção artesanal local associada à identidade turística do município e a elementos culturais, históricos e populares da região.	Número de projetos de apoio ao artesanato local	1 projeto apoiado por semestre

Quadro 69: Organização institucional da promoção do destino

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Definir responsabilidade e orçamento para a elaboração de materiais turísticos impressos.	Definição aprovada e divulgada	Até seis meses após aprovação do Plano Diretor de Turismo
Atualizar vídeos promocionais do turismo no município e de empreendimentos locais na mídia regional.	Número de vídeos ou campanhas	1 vídeo novo por ano
Intensificar a participação em feiras de turismo regionais e estaduais, além de apoiar a participação dos empreendedores locais na divulgação dos equipamentos e atrativos turísticos do município em eventos.	Número de feiras com participantes do município	1 feira regional por ano; 1 feira estadual por ano
Mediar a realização de *press trips* e a recepção de blogueiros na área de viagens e turismo junto aos principais empreendimentos turísticos.	Número de ações	1 ação por ano

INVESTIMENTO EM CAPITAL HUMANO PARA O TURISMO

Quadro 70: Identificação das necessidades locais para qualificação no setor

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Levantar demandas de qualificação voltadas tanto a funcionários de empreendimentos quanto a gestores e empreendedores do setor turístico, abrangendo áreas de conhecimentos operacionais (recreação, garçons e camareiras) e de habilidades e competências profissionais (liderança, proatividade e comunicação).	Plano de qualificação para o setor, com previsão de áreas e tipos de cursos necessários	Até um ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Identificar segmentos e atores específicos que podem se beneficiar através do acompanhamento e orientação técnica de órgãos como o Sebrae, fomentando o empreendedorismo local, com destaque para a necessidade de estruturar o segmento de turismo rural.	Relação de segmentos e atores que serão priorizados com acompanhamento técnico	2 parcerias com órgãos de orientação técnica de negócios por ano
Apoiar técnica e institucionalmente, por meio de equipe própria ou parcerias, a elaboração de planos de negócios na área de turismo para empreendedores e gestores interessados.	Número de planos de negócios apoiados	2 planos de negócios por ano

Quadro 71: Parcerias para qualificação profissional

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Oficializar parcerias com escola técnica local e universidades ou centros universitários da região para a promoção de oficinas, cursos, seminários, treinamentos e eventos voltados ao desenvolvimento de capacidades pessoais e profissionais da mão de obra local, atual e futura, em áreas relacionadas ao turismo.	Número de instituições parceiras; Número de qualificações realizadas ou previstas Número de pessoas qualificadas.	1 escola técnica parceira na região; 1 universidade parceira na região; 1 qualificação profissional por semestre
Apoiar e ampliar os cursos do SENAR[20], visando fomentar o segmento de turismo rural no município.	Número de eventos realizados; Número de participantes dos eventos	1 evento por semestre; 1 projeto de turismo rural apoiado ao ano

Quadro 72: Qualificação da gestão pública para o turismo

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Buscar a inserção do corpo técnico da administração pública em qualificações, como eventos e cursos de captação de recursos para projetos, junto ao órgão responsável pelo turismo no estado ou outros órgãos.	Número de eventos; Número de membros da gestão pública participando de qualificações na área de turismo	2 eventos por ano; 1 membro da gestão pública participando de qualificações na área de turismo por semestre

[20] SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

MELHORIA DE SERVIÇOS URBANOS E INFRAESTRUTURA DE APOIO

Quadro 73: Acessibilidade e mobilidade

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Implantar transporte público no município que atenda a população local, visitantes e funcionários de empreendimentos, sobretudo, de localizações mais afastadas do centro.	Número de linhas públicas de ônibus	Atender todos os atrativos e equipamentos turísticos com linhas públicas de ônibus até o final do terceiro ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Incentivar a presença de taxis na rodoviária e outros pontos estratégicos, como a praça central.	Número de pontos fixos com taxistas	1 ponto fixo com taxista
Melhoria dos serviços de atendimento e da infraestrutura do terminal rodoviário: material informativo, mapas, área de espera.	Número de ações na rodoviária	1 ação de infraestrutura e 1 ação de informação por ano
Estudar pontos e intervenções necessárias para adaptar o mobiliário urbano a pessoas com locomoção reduzida e incentivar empreendimentos locais a adotar políticas de acessibilidade.	Quantidade de intervenções no mobiliário urbano; Número de empresas locais com boas práticas de acessibilidade	Adaptações na região central da cidade até o final do segundo ano após a aprovação do Plano Diretor; Apoio a pelo menos 1 projeto de acessibilidade em empreendimentos por ano
Promover melhorias no trevo principal de acesso à cidade, contemplando sinalização, recapeamento de vias, acostamento, lombadas, paisagismo.	Número de intervenções; Periodicidade da manutenção	Promover intervenções até o final do primeiro ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo; Manutenção mensal
Estudar e planejar local para eventual estacionamento de ônibus de excursão na região central do município.	Definição e adaptação do local	Até seis meses após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Identificar empreendimentos de turismo cujo acesso demanda intervenções de melhoria, como reparos em estradas.	Número de empreendimentos levantados	Intervenções até o final do primeiro ano da aprovação do Plano Diretor de Turismo; Manutenções conforme demanda

Quadro 74: Implantação ou ampliação do atendimento em serviços

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Fomentar a oferta e o horário de atendimento de serviços de apoio ao turista, destacando-se farmácias 24 horas, serviços de alimentação no período noturno que atendam no local ou por entrega nos hotéis e caixas eletrônicos.	Número de estabelecimentos criados ou que ampliaram o atendimento	1 farmácia 24 horas 2 restaurantes com cardápio variado com *delivery* noturno 1 caixa 24 horas na região central
Estimular a prestação de serviços turísticos por empresas locais ou da região, como receptivo, fretamentos e empresas organizadoras de eventos: incentivos fiscais, selo 'empresário parceiro do turismo', divulgação sem ônus e outros estímulos.	Número de empresas fomentadas; Número de iniciativas de fomento	1 iniciativa por ano

Quadro 75: Serviços de comunicação

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Mediar com as empresas prestadoras de serviços de comunicação (telefonia e internet) a melhoria e abrangência de sinal, sobretudo, nos empreendimentos mais afastados.	Quantidade de empreendimentos beneficiados com a melhoria dos serviços de comunicação	Melhorar sinais de comunicação dos empreendimentos mais afastados até o final do segundo ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo

Quadro 76: Estrutura para eventos

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Ampliar o uso do atual espaço do Centro de Eventos do município, buscando parcerias e investimentos para adaptações físicas necessárias e realização de novos eventos nesse local.	Número de instalações ou intervenções na área; Número de novos eventos realizados no local	Realizar as principais intervenções identificadas até o final do primeiro ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo; 1 novo evento no local, por ano.

INSERÇÃO REGIONAL

Quadro 77: Roteiros turísticos

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Estruturar roteiros de visitação turística no município, indicando pontos de interesse para visitação, atividades, transportes, alimentação, recepção, destacando-se o segmento rural.	Número de roteiros criados	1 roteiro rural até o final do segundo ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Estruturar roteiros de visitação turística em parceria com municípios limítrofes e da região, visando fortalecer a visibilidade do município como destino turístico.	Número de roteiros ou circuitos com municípios parceiros	Inclusão em 1 roteiro ou circuito regional até o final do terceiro ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Integrar-se às políticas de turismo desenvolvidas na região.	Número de projetos	2 projetos regionais até o final do terceiro ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo

Quadro 78: Eventos com visibilidade regional

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Promover eventos e fóruns de discussão em escala regional sobre o turismo, convidando representantes de municípios da região.	Número de eventos; Número de municípios participantes	1 evento regional por ano
Apoiar eventos e roteiros de passeio de motocicletas, abrangendo outros municípios.	Número de passeios de motociclistas	1 evento em escala regional por ano
Atrair investimentos para o setor turístico: estudar incentivos e promover rodadas de negócios no município.	Número de ações de atração de investimento	1 ação por ano

Quadro 79: Valorização da cultura regional

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Realizar levantamento e cadastro de artistas e artesão locais e da região.	Divulgação do levantamento a partes interessadas	Até o final do primeiro ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Apoiar produções associadas ao turismo, sobretudo, no segmento de turismo rural.	Número de produtos apoiados	2 produções associados ao turismo apoiadas por ano
Reconhecer empresas locais que incentivam projetos e programas de valorização cultural no município.	Número de ações de reconhecimento	1 ação por ano

ESTRUTURAÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS

Quadro 80: Desenvolvimento de novos produtos turísticos

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Fomentar o desenvolvimento e divulgação de atrativos e segmentos turísticos potenciais: cachaça produzida em alambique local; produção e comercialização do artesanato local; segmento de criação de cavalos nos haras do município.	Número de atrativos ou segmentos fomentados	2 atrativos por ano; 1 segmento potencial até o segundo ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Estudar a viabilidade de novos empreendimentos de lazer (kartódromo, campo de golfe) e empreendimentos voltados a públicos específicos (terceira idade e turismo acessível).	Número de empreendimentos propostos	2 novos empreendimentos até o quarto ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Estimular programação de eventos e produtos turísticos para o período de inverno, compensando a queda nas atividades de lazer.	Número de novos eventos no período	1 novo evento

Quadro 81: Integração e complementação dos atrativos turísticos locais

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Definir os produtos turísticos do município e integrar os atrativos existentes e potenciais por meio de roteiros, circuitos ou eventos.	Divulgação dos produtos turísticos; Número de roteiros, circuitos ou eventos integradores dos produtos turísticos	Definição dos produtos turísticos até o final do primeiro ano; Roteiro ou evento integrando diferentes atrativos até o final do segundo ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Atuar na complementação de atrativos com produtos específicos para cada segmento: hóspedes do resort (pesqueiros, alambique, artesanato e roteiro rural), visitantes da Torre de Vigia (parque aquático, artesanato e roteiro rural) e frequentadores do parque aquático (alambique, artesanato e roteiro rural).	Número de produtos estruturados	1 produto turístico complementar estruturado para cada segmento efetivo (religioso e de lazer) por ano

Quadro 82: Formalização da prestação de serviços de turismo

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Incentivar o cadastro de empreendimentos turísticos (Cadastur), promovendo cursos sobre o cadastramento e os benefícios da formalização para o setor.	Número de eventos; Percentual de empresas cadastradas	1 evento por ano 2 novas empresas com registro no Cadastur por ano

Quadro 83: Potencialização dos eventos locais como fator de atração de turistas

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Definir e divulgar calendário oficial de eventos do município.	Divulgação do calendário	Definir o Calendário de Eventos até o final do primeiro ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Identificar, apoiar e divulgar eventos culturais no município como forma de diversificação do atual calendário de eventos, destacando-se a Cavalgada e eventos musicais, mostras culturais e festivais que utilizem a infraestrutura de eventos existentes (teatro, dança, viola, literatura etc).	Número de eventos culturais realizados no município	3 novos eventos culturais até o final do segundo ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Elaborar edital de apoio financeiro para a realização de novos eventos na cidade.	Publicação do edital; Número de eventos apoiados	Aprovação do edital de apoio a eventos até o final do primeiro ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo; 1 evento apoiado por ano
Apoiar e divulgar realização de evento relacionado ao grupo de motocross do município e da região.	Realização do evento de motocross; Número de participantes	1 evento de motocross por ano

Quadro 84: Ampliação dos espaços públicos de lazer e cultura

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Elaborar projeto para um Museu ou Centro de Cultura no município	Implantação do Museu ou Centro Cultural	Até o final do terceiro ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Estruturar ou apoiar a instalação de um espaço físico para o trabalho, exposição e comercialização dos artesãos locais.	Implantação de Espaço para os Artesãos	Até o final do terceiro ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Ampliar outros espaços públicos de lazer e cultura para a população local.	Número de espaços de lazer e cultura criados ou ampliados	1 espaço de lazer e 1 espaço de cultura novos até o final do segundo ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo

Quadro 85: Criação de áreas naturais para recreação e educação ambiental

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Definir locais potenciais para a criação de áreas naturais, na escala municipal, visando a implantação de parques urbanos ou ecológicos e locais de difusão de projetos de educação ambiental.	Definição e divulgação de um plano de intenções para criação de áreas naturais no município; Número de locais identificados	Até o final do segundo ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Incentivar e apoiar a análise de viabilidade para a implantação de áreas naturais particulares no município.	Número de áreas potenciais identificadas	Até o final do segundo ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo

Quadro 86: Emprego do turismo como ferramenta de educação

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Desenvolver projeto de educação com a comunidade do distrito Fazenda Velha, visando explorar o potencial simbólico e histórico da figueira associada à imagem do bairro.	Número de projetos; Número de cidadãos envolvidos	1 projeto até o final do primeiro ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Implantar programas de educação ambiental relacionados ao setor de turismo: atividades de sensibilização para moradores, proprietários rurais e escolas; coleta de óleo em bares e restaurantes do município; monitoramento de impactos ecológicos em áreas de lazer popular, como locais às margens do rio Sorocaba frequentados por pescadores.	Número de programas de Educação Ambiental; Número de cidadãos beneficiados	1 novo projeto por ano

Quadro 87: Diversificação do uso de estruturas existentes

Plano de Ações	Indicadores	Metas
Analisar a viabilidade de uso do portal turístico da cidade como ponto de informação turística em períodos de eventos e mirante panorâmico.	Número de eventos ou datas em que o Portal será usado como ponto de informação turística; Visitas testes para analisar a viabilidade de seu uso como mirante	Até o final do primeiro ano após a aprovação do Plano Diretor de Turismo
Melhorar o aproveitamento da estrutura pública para eventos existentes no município (Clube NIC, Complexo Esportivo e Centro de Convenções), por meio do suporte à realização de eventos em escala regional, de pequeno ou médio porte: encontro de professores, jogos regionais, etapas de concursos de beleza, peças teatrais e eventos de natureza técnica.	Número de novos eventos realizados nas estruturas existentes	2 eventos regionais de pequeno ou médio porte por ano

O Plano de Ações compreende, portanto, sugestões de atividades consideradas necessárias para dar suporte à concretização das linhas de ações prioritárias que conformam as diretrizes do Planejamento Estratégico do Turismo de Cesário Lange.

Cabe ressaltar que, como qualquer processo de planejamento, a governança do turismo requer constante avaliação e revisão de suas estratégias de ação. Nesse sentido, as atividades propostas correspondem a uma avaliação do contexto político e econômico específico do período de realização do Plano Diretor de Turismo, não limitando a proposição de ações suplementares ou a revisão de estratégias conforme novos fatores internos ou externos possam influenciar o desenvolvimento do turismo no município.

Os elementos do Planejamento Estratégico do Turismo são resumidos e esquematizados no Mapa Estratégico ilustrado na sequência. Essa ferramenta de planejamento tem como objetivo facilitar a ordenação das propostas discutidas anteriormente e relacionar as diferentes ações que compõem os distintos níveis de planejamento.

Fig. 65. MAPA ESTRATÉGICO – PLANEJAMENTO DO TURISMO EM CESÁRIO LANGE

OBJETIVOS

Geral
Posicionar Cesário Lange como destino turístico reconhecido no interior do estado de São Paulo: a) Melhorar e consolidar segmentos existentes; b) Diversificar oferta turística (estruturar produtos complementares).

Específicos
1) Organizar e ordenar a governança integrada do turismo; 2) Elaborar comunicação, informação e promoção turística; 3) Promover sensibilização e participação da população local; 4) Reforçar a inserção regional do município; 5) Melhorar serviços urbanos e infraestrutura de apoio; 6) Estruturar produtos complementares

MISSÃO

Estruturar e articular produtos turísticos de maneira a aprimorar a experiência dos visitantes e a qualidade de vida dos cidadãos, construindo um destino marcado pela receptividade do interior e pela integração regional.

VISÃO

Em seis anos, ser reconhecido como Município Turístico, dotado de infraestrutura, serviços e produtos de qualidade em viagens com motivação religiosa, de lazer e contato com o ambiente rural.

DIRETRIZES

EIXOS TEMÁTICOS E ESTRATÉGICOS

GOVERNANÇA INTEGRADA DO TURISMO	COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO E PROMOÇÃO	INVESTIMENTO EM CAPITAL HUMANO	MELHORIA SERVIÇOS E INFRAESTRUTURA	INSERÇÃO REGIONAL	ESTRUTURAÇÃO PRODUTOS TURÍSTICOS

LINHAS DE AÇÃO

-População sensibilizada; -Gestão pública do turismo ordenada, profissionalizada e compartilhada; -Levantamento de dados; -Monitoramento; -Empreendedorismo local.	-Comunicação digital e impressa; -Sinalização turística; -Pontos de informação; -Segmentos chave; Identidade turística; Institucionalização da promoção.	-Identificação das necessidades locais para qualificação do setor; -Parcerias para qualificação; -Qualificação da gestão pública para o turismo.	-Acessibilidade e mobilidade; -Implantação e ampliação de atendimento em serviços; -Serviços de comunicação; -Estrutura para eventos.	-Roteiros locais e regionais; -Eventos com visibilidade regional; -Valorização da cultura como meio de integração regional.	-Produtos novos, integrados e complementares; -Formalização; -Eventos como atração turística; -Espaços de lazer, cultura e áreas naturais; -Turismo e educação; -Diversificação do uso

PLANO DE AÇÕES | ATIVIDADES | INDICADORES | METAS

CENÁRIO: Cesário Lange será reconhecido como um dos **municípios turísticos** do estado de São Paulo.

POSICIONAMENTO: Município turístico do interior de São Paulo nos segmentos de **turismo religioso** e **de lazer** e que oferece, ainda, experiências de **turismo rural**.

TURISTA: Famílias e grupos em busca do clima calmo do interior por motivos religiosos, de lazer ou de descanso no campo, que s sentirão motivados a conhecer melhor a cidade.

SUTENTABILIDADE I PARTICIPAÇÃO I INTEGRAÇÃO I EMPREENDEDORISMO I VALORIZAÇÃO DO TURISMO I SEGURANÇA

6.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Planejamento Estratégico do Turismo de Cesário Lange consolida um conjunto de diretrizes de ações prioritárias que pretendem instrumentalizar a governança do turismo em diferentes níveis para alcançar o cenário desejado para a atividade no município e região, conforme apontamentos realizados pelos atores locais e pelos representantes da gestão municipal durante as diferentes fases de elaboração do Plano Diretor de Turismo.

O desenvolvimento planejado do turismo permitirá que o município de Cesário Lange consolide sua posição como destino turístico do interior do estado de São Paulo. Para tanto, a governança integrada da atividade turística, envolvendo órgãos públicos, empresários, sociedade civil e instituições parceiras, deverão somar esforços para aprimorar e consolidar produtos turísticos de segmentos que já contam com um fluxo efetivo de visitantes, além de diversificar a atual oferta turística por meio da criação de produtos em segmentos potenciais e com caráter complementar.

Uma das etapas fundamentais para concretizar essa soma de esforços corresponde à institucionalização do Plano Diretor de Turismo no âmbito normativo da esfera municipal. Em outras palavras, com a apresentação e o debate público sobre as análises e propostas que conformam o documento, as diretrizes do Plano Diretor de Turismo de Cesário Lange ganham a dimensão de lei municipal após aprovação pelos órgãos competentes. A **Política Municipal de Turismo de Cesário Lange**, portanto, é a tradução normativa do Plano Diretor de Turismo em Lei Municipal.

Nesse processo, por sua vez, um dos grandes desafios que se apresentam ao município é a reestruturação do Conselho Municipal de Turismo, oficialmente existente, porém, não atuante. A gestão pública e os setores da sociedade civil local serão responsáveis para, em conjunto, rever e aprovar nova composição e atribuições desse conselho, enquanto fórum de discussão e legitimação da política municipal de turismo. Os Anexos B e C apresentam elementos considerados fundamentais para guiar a proposta de reestruturação do Conselho Municipal de Turismo de Cesário Lange, no que tange à lei de criação e ao regimento interno desse fórum participativo.

O caminho para atender os objetivos de desenvolvimento do turismo também compreende outras ações, como organizar efetivamente a governança da atividade no município; ordenar ações de comunicação, informação e promoção necessárias para atingir a demanda turística; construir um processo de sensibilização, envolvimento e garantia de participação dos cidadãos com a implantação, monitoramento e revisão de projetos na área de turismo; inserir o município no contexto turístico regional; atender e superar expectativas do visitante com a melhoria de serviços urbanos e infraestruturas de apoio; e estruturar novos produtos turísticos, bem como a articulá-los com os já existentes, motivando o turista de Cesário Lange a permanecer mais tempo no município, ampliar sua margem de gastos na região e divulgar sua experiência turística para pessoas próximas, aumentando o fluxo de visitantes em Cesário Lange.

Pretende-se, assim, que o cenário futuro do turismo em Cesário Lange esteja fundamentado no turismo religioso e de lazer (segmentos efetivos) e no turismo rural (segmento potencial), sendo considerado um destino regional capaz de estruturar e diversificar uma oferta turística de qualidade. A partir do Plano Diretor de Turismo, Cesário Lange trabalhará para ser reconhecido como um dos municípios turísticos do estado de São Paulo, conforme preconiza a atual política de turismo dessa unidade da federação, em um prazo de seis anos, considerado necessário para concretizar as ações prioritárias. No cenário desejado, os turistas do município serão formados principalmente por famílias e grupos em busca de um local com identidade interiorana, seja por motivos religiosos, de lazer ou descanso no campo e que se sentirão acolhidos e bem recebidos a ponto de desejar conhecer outros atrativos da cidade e da região.

As etapas de inventariação, diagnóstico e análise situacional estratégica permitiram identificar aspectos gerais e turísticos que canalizaram os esforços ao se traçar diretrizes estratégicas para o atual cenário turístico de Cesário Lange. Com efeito, foram desenhados seis diretrizes, ou eixos temáticos, que articulam a realidade diagnosticada no município com os objetivos e cenários desejados para o desenvolvimento do turismo no município.

Cabe ressaltar que no conjunto das diferentes diretrizes, alguns valores perpassam transversalmente todas as etapas de planejamento e execução de ações no turismo e se constituem fatores críticos para manter a uniformidade das intenções delineadas. O turismo em Cesário Lange deverá ser pensado e gerido a partir de uma perspectiva de sustentabilidade em suas diferentes dimensões, orientar-se por uma visão de governança participativa e integrada, fomentando a criatividade e o empreendedorismo dos atores locais, além de enfrentar o desafio de promover a valorização do turismo entre membros da sociedade e da própria gestão pública, primando pela segurança das pessoas e do ambiente.

Com base nesses valores, as diretrizes do Planejamento Estratégico de Turismo de Cesário Lange abrangem a Governança Integrada do Turismo; a Comunicação, Informação e Promoção do Turismo; o Investimento em Capital Humano para o Turismo; a Melhoria de Serviços Urbanos e Infraestrutura de Apoio; a Inserção Regional; e a Estruturação de Produtos Turísticos. O Planejamento Estratégico desdobrou estes eixos temáticos em linhas de ação, bem como sugeriu um plano de ação.

Uma governança integrada do turismo pressupõe sensibilizar a população local em relação ao desenvolvimento do turismo, ordenar oficialmente a gestão pública municipal da atividade, profissionalizar a governança do turismo, organizar a gestão compartilhada da atividade, estruturar sistema de levantamento e tratamento de dados turísticos, monitorar os desdobramentos do plano e incentivar o empreendedorismo de diferentes atores locais.

Trabalhar no campo de comunicação, informação e promoção do turismo no município aponta a necessidade de reelaborar um canal de comunicação turística digital, produzir e distribuir material turístico impresso, implantar sinalização turística, efetivar um sistema de pontos de informação turística itinerante, definir os segmentos turísticos chave, criar e divulgar uma identidade e uma marca turística, além traçar

definições institucionais sobre responsabilidades e orçamentos para a promoção da atividade turística do município.

Investir em capital humano para o turismo é uma diretriz essencial para o desenvolvimento da atividade em Cesário Lange e este eixo estratégico compreende identificar quais são as necessidades de qualificação (áreas e tipos de qualificação), as possíveis instituições parceiras para os aprimoramentos profissionais realizados e ações para que a própria gestão pública esteja permanentemente atualizada para garantir competitividade turística do município.

Em adição, é preciso melhorar serviços urbanos e infraestruturas que suportam o fluxo ou a permanência de visitantes no município. Estas preocupações envolvem ações, intervenções e manutenções em termos de acessibilidade e mobilidade física, bem como a criação ou a ampliação do horário de funcionamento de serviços fundamentais, como os comerciais e o de comunicação, além do melhor aproveitamento do centro de eventos do município, que pode ser beneficiado com a criação de facilidades suplementares, hoje não existentes.

O município de Cesário Lange tem reconhecido a importância da integração com municípios limítrofes e outras cidades da região visando à soma de esforços e redução de custos para o desenvolvimento do turismo. Nesse sentido, o planejamento do turismo deve aprofundar sua inserção regional no cenário turístico, estruturando ou se integrando a roteiros e circuitos turísticos, bem como promovendo eventos que deem à cidade maior visibilidade regional. Outra linha de ação potencial é explorar traços culturais regionais, sobretudo no que tange à tradição musical da região, cuja valorização pode se mostrar um meio criativo de integração com outros municípios.

Para estruturar produtos turísticos, os atores envolvidos com o planejamento do turismo em Cesário Lange deverão perseguir ações tanto para desenvolver novos produtos e segmentos, quanto integra-los aos já existentes, complementando a oferta turística do município. Estruturar um produto turístico também compreende investimentos na formalização das atividades e serviços do setor e requer aproveitar oportunidades, a exemplo dos eventos locais que podem ser formatados e divulgados como fatores de atração de visitantes para o município. Cesário Lange tem como desafio ampliar espaços públicos de lazer e cultura, compreendendo que um destino turístico apenas poderá ser reconhecido por sua boa receptividade quando a população local sentir-se envolvida e acessível aos produtos turísticos. Nesse sentido, sugere-se estudar locais e a viabilidade para implantação de áreas naturais, públicas e/ou privadas, que possam atender atividades de educação ambiental e recreação em contato com a natureza. Revelou-se importante, ainda, diversificar o uso dos equipamentos de eventos existentes no município, que apresentam capacidade para sediar encontros de pequeno ou médio porte, em escala regional. No conjunto de esforços para estruturar os produtos turísticos de Cesário Lange, também existe espaço para vincular a atividade turística com projetos educacionais, formais e informais, cumprindo com uma das funções sociais do turismo e beneficiando tanto a qualidade da experiência do visitante como a população local.

Cada uma dessas linhas de ação conta com um conjunto de ações táticas e/ou operacionais, indicadores e metas, que foram descritos no Plano de Ações enquanto ferramentas práticas para efetivação do Planejamento Estratégico do Turismo.

Compete sinalizar que estas propostas respondem ao cenário atual e devem ser constantemente revisadas, monitoradas, avaliadas, modificadas ou suplementadas conforme diferentes fatores possam interferir na realidade para a qual foram delineadas.

Assim como as demais etapas do Plano Diretor, o Planejamento Estratégico do Turismo de Cesário Lange foi construído a partir do ordenamento de dados e informações de diferentes naturezas: dos secundários aos coletados em campo; das entrevistas com atores locais à atuação conjunta com a gestão municipal; além da apresentação e do debate público acerca das diretrizes definidas.

Ao consolidar propostas para o Plano Diretor de Turismo, o Planejamento Estratégico atende aos desafios de um contexto de crescente competividade entre municípios, decorrente das características do quadro normativo do turismo do estado de São Paulo e mesmo da própria dinâmica e natureza da atividade turística.

No entanto, a concorrência entre destinos turísticos não significa que a equação de esforços entre municípios de uma região não possa ocorrer. Na realidade, a cooperação regional é essencial para fortalecer e consolidar ações no cenário turístico e quando somada às ações internas para a estruturação dos produtos turísticos do município, se aposta em um caminho seguro e estratégico para inserir Cesário Lange como destino turístico nos segmentos religioso, de lazer e rural no interior do estado de São Paulo.

ANEXOS E APÊNDICES

APÊNDICE A

Prestador de Serviços	Contato	Quantidade/Tipo de transporte
Sr. Milton	(15) 9 9786-3004	- 3 Vans com 16 lugares cada.
Sr. Junior e Débora	(15) 9 9671-7828 / 9 9671-8182	- 2 Vans com 16 lugares cada
Sr. Ludgero	(15) 9 9717-8037	- 1 Van com 16 lugares cada.
Canguru Travel	(15) 9 9761-4717/ 9 9705-3637	- 1 Van equipada com ar condicionado e TV, com 15 lugares; - 2 ônibus de 46 e 48 lugares.
Sr. Joaquim Bertins da Silva Ribeiro	(15) 9 9791-6680	- 1 taxi
Sr. Felício Cavazani	(15) 9 9776-7269	- 1 taxi
Sra. Sonia Maria Lorena de Miranda	(15) 3246-3090	- 1 taxi
Sra. Naize Onisse Cavazani	(15) 9 9776-7269	- 1 taxi
Sr. Sinésio Anselmo	(15) 3246-3150	- 1 taxi
Sr. Jonis de Oliveira Machado	(15) 3246-3150	- 1 taxi
Sr. João Luis Beu	(15) 3246-3280/ 9 9666-3842	- 1 taxi
Sr. Eber Alves Dutra	(11) 9 9978-6199	- 1 taxi
Sr. Felício Cavazani Filho	(15) 3246-3460	- 1 taxi
Sr. Fernando Jan Wronski	(15) 3246-1618	- 1 taxi
Sr. Sérgio Felipe dos Santos	(15) 9 9706-7871	- 1 taxi
Sr. João Carlos Gonçalves	(15) 3246-3787/ 9 8115-1426	- 1 taxi

ANEXO A

Lenda do 'Figueirão' da Fazenda Velha

Envolta em lendas, a velha figueira da Fazenda Velha é um patrimônio cultural de sua população, talvez o único símbolo coletivo que une aquela comunidade carente, sem história e sem heróis capazes de proporcionar a necessária auto-estima arquetípica para a auto-estima coletiva. Essa árvore frondosa é remanescente da vegetação natural que formava aquela área geográfica, hoje totalmente eliminada pela ocupação humana predatória desse bioma.

Como única denúncia viva dessa devastação, essa figueira tornou-se uma lenda vingativa de suas antepassadas, e aceitou transformar-se em teatro folclórico de uma história produzida pela liberdade imaginária do coletivo, que alimenta os sentimentos contraditórios de horror mítico e cumplicidade marota dos moradores da Fazenda Velha. Conta a lenda que em tempos passados um apaixonado casal de jovens encontrava-se protegido pelo silêncio da noite indecifrável, já que seu sincero e mútuo amor estava proibido pelas suas famílias por velhas animosidades mútuas e irreversíveis. Como o amor encantado entre esses jovens era irrefreável e movesse os amantes para os encontros vetados, seus pais decidiram aprisioná-los em casa. Desesperados pela solidão, apelaram seus rogos de liberdade para a magia de suas respectivas fadas madrinhas. Compadecidas, estas fadas transformavam esses jovens em pássaros noturnos, que à noite voavam até à figueira, onde extravasavam o seu amor. Mas, em certa noite fatídica, os jovens transformados em pássaros são abatidos por impiedosos caçadores, e morrem assumindo suas feições humanas. Mas nem a morte violenta separou o amor desse casal, pois nas sextas-feiras de Lua cheia seus espíritos se encontram em baixo dessa figueira. Nos tempos , quando apenas o luar iluminava as trevas noturnas, vários moradores da Fazenda Velha juraram ter visto os espectros desses amantes perambulando no local. Mas, a luz da eletricidade contribuiu para amenizar a sensação coletiva de estar vivendo com a presença noturna dessas almas, criaturas do além, e transformou um mito desafiador em uma amena lenda do folclore local. E assim, hoje, ninguém mais se benze ao passar em frente da velha figueira, que assumiu a função recreativa de proteger da luz solar os alunos da escola onde essa árvore reina soberana.

Fonte: Prefeitura Municipal de Cesário Lange

ANEXO B

Modelo de Projeto de Lei Municipal para Criação do Conselho de Turismo

Lei nº XXXX

DISPÕE SOBRE A CRIAÇÃO DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO E DÁ PROVIDÊNCIAS

O Prefeito Municipal de _____ faz saber que a Câmara Municipal aprovou e que ele sancionou a seguinte lei:

Artigo 1º. Fica criado o **COMTUR - CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO**, que se constitui em órgão local na conjugação de esforços entre o Poder Público e a Sociedade Civil, de caráter deliberativo e consultivo para o assessoramento da municipalidade em questões referentes ao desenvolvimento turístico da cidade de _____.

Parágrafo 1º. O Presidente será eleito na primeira reunião dos anos pares.

Parágrafo 2º. O Secretário Executivo será designado pelo presidente eleito, bem como o Secretário Adjunto quando houver necessidade de tal cargo.

Parágrafo 3º. As Entidades da iniciativa privada acolhidas nesta Lei indicarão os seus representantes, titular e suplente, que tomarão assento no Conselho com mandato de dois anos, podendo ser reconduzidos por suas Entidades.

Parágrafo 4º. Na ausência de Entidades específicas para outros segmentos, as pessoas que os representem poderão ser indicadas por profissionais da respectiva área ou, então, pelo COMTUR, desde que haja aprovação de dois terços dos seus membros, podendo ser reconduzidas por quem os tenham indicado.

Parágrafo 5º. As pessoas de reconhecido saber em suas especialidades e aquelas que, de forma patente, possam vir a contribuir com os interesses turísticos da cidade poderão ser indicadas pelo COMTUR para um mandato de dois anos, com a aprovação de dois terços dos seus membros e, também, poderão ser reconduzidas pelo COMTUR.

Parágrafo 6º. Os representantes do poder público municipal, titulares e suplentes, que não poderão ser em número superior a um terço do COMTUR, serão indicados pelo Prefeito e terão mandato até o último dia dos anos pares, também podendo ser reconduzidos pelo Prefeito.

Parágrafo 7º. Para todos os casos dos parágrafos 3, 4, 5 e 6 do presente artigo, após o vencimento dos seus mandatos, os membros permanecerão em seus postos com

direito a voz e voto enquanto não forem entregues à Presidência do COMTUR os ofícios com as novas indicações.

Parágrafo 8º. As indicações citadas nos parágrafos 3, 4 e 5 deste artigo poderão ser feitas em datas diferentes, em razão das eleições em diferentes datas nas Entidades e, portanto, com diferentes datas para o vencimento dos seus mandatos, datas que serão controladas pelo Secretário Executivo.

Parágrafo 9º. Em se tratando de representantes oriundos de cargos estaduais ou federais, agraciados por esta Lei, automaticamente serão considerados membros aqueles que sejam os titulares dos cargos, e os quais indicarão os seus respectivos suplentes.

Artigo 2º. O COMTUR fica assim constituído por:
- Indicar a composição dos membros do Conselho Municipal de Turismo: representantes de setores do turismo e de áreas afetas (cultura, esporte, lazer, transporte, meio ambiente e outras).

Artigo 3º. Compete ao COMTUR e aos seus membros:

a) Avaliar, opinar e propor sobre:

1) Política Municipal de Turismo;
2) Diretrizes Básicas observadas na citada Política;
3) Planos anuais ou trianuais que visem o desenvolvimento e a expansão do Turismo no Município;
4) Instrumentos de estímulo ao desenvolvimento turístico;
5) Assuntos atinentes ao turismo que lhe forem submetidos.

b) Inventariar, diagnosticar e manter atualizado o cadastro de informações de interesse turístico do Município e orientar a melhor divulgação do que estiver adequadamente disponível;

c) Programar e executar debates sobre os temas de interesse turístico para a cidade e região, assegurando a participação popular;

d) Manter intercâmbio com as diversas Entidades de Turismo do Município ou fora dele, sejam ou não oficiais, para um maior aproveitamento do potencial local;

e) Propor resoluções, instruções regulamentares ou atos necessários ao pleno exercício de suas funções, bem como modificações ou supressões de exigências administrativas ou regulamentares que dificultem as atividades de turismo em seus diversos segmentos;

f) Propor programas e projetos nos segmentos do Turismo visando incrementar o fluxo de turistas e de eventos para a Cidade;

g) Propor diretrizes de implementação do Turismo através de órgãos municipais e os serviços prestados pela iniciativa privada com o objetivo de prover a infraestrutura local adequada à implementação do Turismo em todos os seus segmentos;

h) Promover e divulgar as atividades ligadas ao Turismo do Município participando de feiras, exposições e eventos, bem como apoiar a Prefeitura na realização de feiras, congressos, seminários, eventos e outros, projetados para a própria cidade;

i) Propor formas de captação de recursos para o desenvolvimento do Turismo no Município, emitindo parecer relativo a financiamento de iniciativas, planos, programas e projetos que visem o desenvolvimento da Indústria Turística em geral;

j) Colaborar com a Prefeitura e suas Secretarias nos assuntos pertinentes, sempre que solicitado;

k) Formar Grupos de Trabalho para desenvolver estudos em assuntos específicos, com prazo para a conclusão dos trabalhos e apresentação de relatório ao plenário;

l) Sugerir medidas ou atos regulamentares referentes à exploração de serviços turísticos no Município;

m) Sugerir a celebração de convênios com Entidades, Municípios, Estados ou União, e opinar sobre os mesmos quando for solicitado;

n) Indicar, quando solicitado, representantes para integrarem delegações do Município a congressos, convenções, reuniões ou quaisquer acontecimentos que ofereçam interesse à Política Municipal de Turismo;

o) Elaborar e aprovar o Calendário Turístico do Município;

p) Monitorar o crescimento do Turismo no Município, propondo medidas que atendam à sua capacidade turística;

q) Analisar reclamações e sugestões encaminhadas por turistas e propor medidas pertinentes à melhoria da prestação dos serviços turísticos locais;

r) Conceder homenagens às pessoas e instituições com relevantes serviços prestados na área de turismo;

s) Eleger, entre os seus pares, o seu Presidente em votação secreta na primeira reunião de ano ímpar;

t) Organizar e manter o seu Regimento Interno.

Artigo 4º. Compete ao Presidente do COMTUR:

a) Representar o COMTUR em suas relações com terceiros;

b) Dar posse aos seus membros;
c) Definir a pauta, abrir, orientar e encerrar as reuniões;
d) Acatar a decisão da maioria sobre a frequência das reuniões;
e) Indicar o Secretário Executivo e, quando necessário, o Secretário Adjunto;
f) Cumprir as determinações soberanas do plenário, oficiando os destinatários e prestando contas da sua Agenda na reunião seguinte;
g) Cumprir e fazer cumprir esta Lei, bem como o Regimento Interno a ser aprovado por dois terços dos seus membros;
h) Proferir o voto de desempate.

Artigo 5º. Compete ao Secretário Executivo:

a) Auxiliar o Presidente na definição das pautas;
b) Elaborar e distribuir a Ata das reuniões;
c) Organizar o arquivo e o controle dos assuntos pendentes, gerindo a Secretaria e o Expediente;
d) Controlar o vencimento dos mandatos dos membros do COMTUR;
e) Prover todas as necessidades burocráticas;
f) Substituir o Presidente nas suas ausências.

Artigo 6º. Compete aos membros do COMTUR:

a) Comparecer às reuniões quando convocados;
b) Em votação pessoal e secreta, eleger o Presidente do Conselho Municipal de Turismo;
c) Levantar ou relatar assuntos de interesse turístico;
d) Opinar sobre assuntos referentes ao desenvolvimento turístico do Município ou da Região;
e) Não permitir que sejam levantados problemas políticos partidários;
f) Constituir os Grupos de Trabalho para tarefas específicas, podendo contar com assessoramento técnico especializado se necessário;
g) Cumprir esta Lei, cumprir o Regimento Interno e as decisões soberanas do COMTUR.
h) Convocar, mediante assinatura de vinte por cento dos seus membros, assembleia extraordinária para exame ou destituição de membro, inclusive o presidente, quando este Estatuto ou o Regimento Interno forem afetados.
i) Votar nas decisões do COMTUR.

Artigo 7º. O COMTUR reunir-se-á em sessão ordinária uma vez por mês perante a maioria de seus membros, ou com qualquer quorum trinta minutos após a hora marcada, podendo realizar reuniões extraordinárias ou especiais em qualquer data e em qualquer local.

Parágrafo 1º: As decisões do COMTUR serão tomadas por maioria simples de votos, exceto quando se tratar de alteração do Regimento Interno, caso em que serão necessários os votos da maioria absoluta de seus membros ou, ainda, nos casos previstos nos Parágrafos 4º e 5º do Artigo 1º e do Artigo 12º.

Parágrafo 2º: Quando das reuniões, serão convocados os titulares e, também, os suplentes.

Parágrafo 3º: Os suplentes terão direito à voz mesmo quando da presença dos titulares, e, direito à voz e voto quando da ausência daquele.

Artigo 8º. Perderá a representação o Órgão, Entidade ou membro que faltar a 3 (três) reuniões ordinárias consecutivas ou a 6 (seis) alternadas durante o ano.
Parágrafo Único: Em casos especiais, e por encaminhamento de dez por cento dos seus membros, o COMTUR poderá deliberar, caso a caso, a reinclusão de membros eliminados, mediante a aprovação em votação pessoal e secreta e por maioria absoluta.

Artigo 9º. Por falta de decoro ou por outra atitude condenável, o COMTUR poderá expulsar o membro infrator, em votação secreta e por maioria absoluta, sem prejuízo da sua Entidade ou categoria que, assim, deverá iniciar a indicação de novo nome para a substituição no tempo remanescente do anterior.

Artigo 10º. As sessões do COMTUR serão devidamente divulgadas com a necessária antecedência, inclusive na imprensa local, e abertas ao público que queira assisti-las.

Artigo 11º. O COMTUR poderá ter convidados especiais, sem direito a voto, com a frequência que for desejável, sejam personalidades ou entidades, desde que devidamente aprovado por maioria absoluta dos seus membros.

Artigo 12º. O COMTUR poderá prestar homenagens a personalidades ou entidades, desde que a proposta seja aprovada, em votação secreta, por dois terços de seus membros ativos.

Artigo 13º. A Prefeitura Municipal cederá local e espaço para a realização das reuniões do COMTUR, bem como cederá um ou mais funcionários e os materiais necessários que garantam o bom desempenho das referidas reuniões.

Artigo 14º. As funções dos membros do COMTUR não serão remuneradas.

Artigo 15º. Os casos omissos serão resolvidos pela Presidência, “ad referendum” do Conselho.

Artigo 16º. Esta Lei entrará em vi vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Fonte: SÃO PAULO. Secretaria de Turismo. Guia de Criação de Fortalecimento de Conselhos Municipais de Turismo. 2015.

ANEXO C

Modelo de Regimento Interno para o Conselho Municipal de Turismo

Regimento Interno

Artigo 1º O CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO rege-se pela Lei nº _____, que o criou e é composto por membros constantes da mesma (ou: empossados conforme Decreto nº ____) e por este Regimento Interno.

I. O Presidente, escolhido entre os seus pares, será eleito na primeira reunião dos anos ímpares, em escrutínio secreto;

II. O Secretário Executivo será designado pelo Presidente eleito, bem como o Secretário Adjunto, quando houver previsão de tal cargo;

III. Cada Membro do Conselho terá um Suplente que substituirá o primeiro, obrigatoriamente, em seus impedimentos ou faltas;

IV. Os Suplentes terão direito à voz quando da presença dos Titulares e, direito à voz e voto quando na ausência daquele.

V. O mandato dos titulares e suplentes encerram-se oficialmente decorridos 24 meses de sua posse, mas podem ser reconduzidos. Tais Conselheiros permanecerão com plenos poderes a partir do 25º mês se e enquanto não houver a indicação ou nomeação de novos nomes para os seus respectivos lugares.

VI. Em se tratando de representantes oriundos de órgãos estaduais e federais que venham a fazer parte do Conselho, serão considerados Membros os que sejam os Titulares daqueles cargos, Membros estes que indicarão os seus próprios Suplentes. Tais Titulares serão automaticamente substituídos no Conselho em qualquer época e quando forem substituídos em seus próprios cargos em suas respectivas Repartições.

Artigo 2º A Competência do Conselho e a dos seus Membros estão exaradas na Lei º _____.

Artigo 3º. O Conselho reunir-se-á em sessão ordinária o mínimo de uma vez por mês perante a maioria dos seus membros, ou com qualquer quorum trinta minutos após a hora marcada, podendo realizar reuniões extraordinárias ou especiais em qualquer data e local.

Parágrafo 1º: As decisões do Conselho serão tomadas por maioria simples de votos, exceto quando se tratar de alteração do Regimento Interno, caso em que serão necessários os votos da maioria absoluta de seus membros.

Parágrafo 2º: A votação será pessoal e secreta quando for o caso de: 1) alteração do Regimento Interno; 2) no caso de homenagens do Conselho a pessoas ou entidades (exceto os diplomas de honra ao mérito, que podem ser conferidos a pedido de qualquer membro, com dispensa de discussão ou votação); 3) no caso de eleições, mesmo que haja apenas um candidato = (no caso de um só candidato, e este não obter o número mínimo de votos, forçosamente o Conselho terá de lançar um novo nome, enquanto que o nome recusado somente só poderá voltar a ser submetido na eleição seguinte, dois anos depois).

Artigo 4º As convocações para as reuniões serão postadas nos Correios com o mínimo de 7 (sete) dias antes, recomendando-se a reconfirmação por telefone até um dia antes. Procurar gratuidade do jornal local para fazer tais convocações, com o que ninguém poderá alegar ignorância.

Artigo 5º As Pautas deverão obedecer a um padrão: a) iniciando pela leitura, discussão e votação da Ata da reunião anterior; b) leitura da correspondência recebida e expedida; c) Palavra aberta aos Membros do Conselho (mínimo 30min e máximo 60 min.); d) Apresentação de itens específicos ou painéis, desde que os mesmos preencham ou se enquadrem nos objetivos exarados nos Estatutos; e) Toda discussão polêmica que não se enquadrar no Parágrafo 2º do Artigo 3º será decidida com votação aberta e nominal; f) Por fim: Comunicados da Presidência.

Artigo 6º Todos os demais casos omissos serão deliberados pelo Presidente, ad-referendum do Conselho.

Fonte: SÃO PAULO. Secretaria de Turismo. Guia de Criação de Fortalecimento de Conselhos Municipais de Turismo. 2015.