DIÁRIO OFICIAL
MUNICÍPIO DE PARDINHO

Conforme Lei Municipal nº 1.325, de 11 de dezembro de 2017

www.pardinho.sp.gov.br | www.imprensaoficialmunicipal.com.br/pardinho

SUMÁRIO

PODER EXECUTIVO DE PARDINHO 2
Conselhos Municipais 2
Conselho Municipal de Turismo de Pardinho - COMTUR P 2

EXPEDIENTE

O Diário Oficial do Município de Pardinho, veiculado exclusivamente na forma eletrônica, é uma publicação das entidades da Administração Direta e Indireta deste Município, sendo referidas entidades inteiramente responsáveis pelo conteúdo aqui publicado.

ACERVO

As edições do Diário Oficial Eletrônico de Pardinho poderão ser consultadas através da internet, por meio do seguinte endereço eletrônico: www.pardinho.sp.gov.br
Para pesquisa por qualquer termo e utilização de filtros, acesse www.imprensaoficialmunicipal.com.br/pardinho
As consultas e pesquisas são de acesso gratuito e independente de qualquer cadastro.

ENTIDADES

Prefeitura Municipal de Pardinho
CNPJ 46.634.150/0001-58
Rua Sargento José Egídio do Amaral, 235
Telefone: (14) 3886-9200
Site: www.pardinho.sp.gov.br
Diário: www.imprensaoficialmunicipal.com.br/pardinho

Câmara Municipal de Pardinho
CNPJ 01.632.524/0001-68
Rua Batista Caldardo, 25
Telefone: (14) 3886-1435 | (14) 3886-1455
Site: www.camarapardinho.sp.gov.br

Diário Oficial Assinado Eletronicamente com Certificado Padrão ICPBrasil, em conformidade com a MP nº 2.200-2, de 2001

O Município de Pardinho garante a autenticidade deste documento, desde que visualizado através do site www.pardinho.sp.gov.br

Compilado e também disponível em www.imprensaoficialmunicipal.com.br/pardinho

PODER EXECUTIVO DE PARDINHO

Conselhos Municipais

Conselho Municipal de Turismo de Pardinho - COMTUR P

CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE PARDINHO

ATA – SESSÃO ORDINÁRIA

1. **DATA, HORA E LOCAL:** Dia 21 de Agosto de 2020, às 17h00 às 21hs – opção presencial na Câmara municipal
Online - Pardinho/SP, 18640-000.

PRESENTES: Ana Sílvia Frutuoso Costa; Gislene Aparecida Fonseca dos Santos; Robson Roder; Sérgio Vieira, Francisco Almeida; Carlos Lima; Sérgio Garcia, Baldoino Foge, Eduardo Pedrozo.

Online: Ana Cury, Milena Moreira, Raphael Riello, Arlindo Maluli, Andreia Bosco, Alexandre Vicentin, Elaine Abramides, Mirella Ferreira, Nivaldo Cruz, Mayane Oliveira (entregou posteriormente)

2. **MESA:** Ana Silvia Frutuoso Costa (Sylviah)

ORDEM DO DIA E DELIBERAÇÕES:

Pauta:

1- Considerações sobre a atualização do Plano Diretor;
2- Explanação sobre conceitos: Recurso turístico – Atrativos Naturais e culturais
3- Análise Swot
4- Hierarquização

Houve um considerável atraso, em função da abertura da sala online. Iniciando as 18hs, foram dispensados os protocolos e Sylviah apresentou a proposta da sessão com um breve relato sobre a documentação: O objetivo é fazer a avaliação e ranqueamento dos atrativos e serviços para orientar as ações de atualização do Plano diretor de Turismo. Antes de começar lembrou sobre a disponibilidade da Milene dentro das ações do PDL Retomada para auxiliar no Cadastur que agora tem a novidade do Selo Turismo seguro e a maior abrangência de segmentos. Cobrou os presentes para fazerem evidenciando a facilidade e a disposição da Milene. Pediu para o Robson que fez das MEIs da família que compõem os empreendimentos do seu sitio comentar. Ele reforçou a facilidade e a importância e passou recado da Milene que não estava conseguindo nem mandar áudios nem

mensagem no Chat. Chamando atenção da importância do selo neste momento de Retomada. Sylviah comentou que estava previsto fazer as audiências em abril, mas a pandemia alterou toda a rotina, as audiências foram suspensas. Na sessão e maio, junho e julho estava previsto para dar sequência, mas pautas emergenciais modificaram as prioridades. A reforma do prédio associada ao isolamento atrasaram a conclusão das avaliações e agora a Setur fixou prazo de entrega para 15 de agosto. Conseguimos preparar a documentação básica de avaliação, mas devido problemas na plataforma foi adiado para dia 30 de agosto favorecendo a possibilidade desta sessão participativa. As informações coletadas hoje com estas metodologias norteiam a prospecção do Plano de Trabalho tanto da Coordenadoria quanto do Conselho. Sylviah esclareceu que decidiu fazer uma aulinha introdutória sobre os conceitos relacionados ao que será avaliado para maior assertividade na avaliação. Explanou sobre: Recursos turísticos, Atrativos Naturais e Culturais dando exemplos da realidade local. Recurso turístico: Sitio do Gerson Pauletti, melhor vista do gigante adormecido, visitação constante, mas nenhum tipo de cobrança ou intervenção em infraestrutura, ou seja o recurso é qualquer manifestação natural (rios, cachoeiras, matas, lagos, paisagens...) ou cultural (propriedades públicas ou privadas com manifestações artísticas, monumentos, ...) que tenha capacidade de atrair interesse de um público e potencial para formatação de um produto seja em propriedades públicas ou privadas. Atrativo natural: recurso natural formatado em negócio que atende as especificações para comercialização e recepção de turistas. Exemplo: Recurso – o Sitio Nossa Senhora Aparecida – Atrativo natural: passeio de Buggy, tirolesa... Atrativo cultural: pão de fermento de litro da Vó Mima. Robson questionou sobre a atividade turística que na definição exige permanência de pelo menos um dia e como fica no nosso caso que a maioria é bate volta. Sylviah explicou que sim, na definição de atividade turística obrigatoriamente envolve e permanência e o consumo. No nosso caso, temos os atrativos turísticos e oferecemos serviços diferenciados, mas nossa atividade turística é muito baixa em relação permanência, daí o constante incentivo para que invistam em pousadas, chalés... Este processo é natural identifica –se o potencial - recurso turístico e o nosso é riquíssimo, acontece as intervenções, ou seja investimento e o conjunto destes investimentos passam a atrair mais iniciativas incluindo o setor de

hospedagem Sendo o setor hoteleiro e o de eventos comerciais os responsáveis pelo crescimento das atividades turísticas e geração de empregos e renda. Sergio Vieira pediu a palavra questionando sentiu falta de foto do Centro Max Feffer, na apresentação, já que ele tem um grande valor turístico cultural. Sylviah comentou que a ausência da imagem não significa um esquecimento, mas sim devido a temática da apresentação que se refere a questões conceituais e que o CCMF não foi usado como exemplo por seu diferencial de gestão. Chico se solidarizou com a queixa do Sergio e Sylviah enfatizou que apenas não o utilizou como exemplo e que vários outros não tem suas fotos ou sequer foram citados. Votando a explicação enfatizando a conceito de produto turístico e seus níveis. Ao perguntar se havia dúvidas, o pessoal online avisou que estavam sem acesso a sala de conversa, foi testado os microfones. Dando continuidade salientou que o que faz a pessoa vir para cá e não outro lugar são os diferenciais. Chico falou da Radio Web Casa dos Caipiras e sua abrangência e que o Instituto jatobás está investindo num estúdio para rádio e Tv web e que não sabem ainda se terá sede em Pardinho ou São Paulo. E do início da reforma para exposição do acervo do Tião Carreiro que irá movimentar um grande público. Sylviah lembrou que a reforma se deve ao recurso do MIT e retornou a explanação. Nova queixa do Chico em relação ao favoritismo para os Atrativos dos Eixos e esquecimento do Centro, Sylviah comentou que cada espaço tem seu público especifico e quem escolhe aonde vai passar é o Turista e que este é um dos desafios de fazer roteiros integrados com eventos para que as pessoas circulem e se hospedem. Salientou que está história de que o Turismo não olha para a parte urbana tanto não procede que foi nomeado um eixo especificamente para evidenciar o Centro Cultural e a Praça da Matriz a ponto de dois dos cinco recursos pleiteados até agora são para o CCMF para a sala de exposição Tião Carreiro e reserva técnica do acervo e para a Praça, que é o calçadão da Matriz. Seria muito proveitoso se fosse feita a devida propaganda destes investimentos para destinados exclusivamente para intensificar o fluxo urbano. Esclarecido Sylviah perguntou se alguém tinha alguma dúvida sobre os conceitos apresentados. Ana Cury pediu a palavra dizendo que tinha vergonha de ofertar Pardinho para o pessoal de fora porque tem vergonha de mostrar falta infraestrutura da cidade, principalmente da entrada. Perguntou o que precisa ser feito para melhorar a entrada da cidade e sugeriu que as

empresas fossem acionadas em troca de descontos nos impostos. Outra queija em relação a falta de sinalização para acesso a cidade e a todos pontos turísticos, segundo ela isto prejudica muito o acesso das pessoas e que precisa ampliar a estrutura hoteleira e cuidar do asfalto iluminação e sinalização adequada na "serra" de Pardinho. Comentou ainda que precisa facilitar a abertura das empresas em Pardinho, segundo ela é muita burocracia para abertura de empresa aqui, por isto ela acabou abrindo em Botucatu que foi rapidinho. Milene pediu a palavra. Chamou atenção da Ana que as questões que ela levantou já foram cuidadas pela prefeitura, e que agora são os processos naturais do sistema. A Coordenadoria, a Prefeitura, todos fizeram a lição de casa, a prefeitura conseguiu a aprovação da verba para sinalização. Lembrando que a regionalização tem esta tarefa de suprir questões como as da hospedagem integrando os serviços regionalmente. Sylviah, agradeceu e pediu para iniciar a analise SWOT fazendo uma retrospectiva de 2019 com 2017 quando iniciamos e como foi este processo. Relembrou a metodologia salientando que levassem em conta os conceitos que hoje apresentado. Revendo as estratégias e como foram ou não aproveitadas, como utilizamos de todo este imenso potencial natural e cultural que temos disponível e identificar qual será nossos desafios e de que forma podemos ameniza –los, supera-los. A partir desta analise iremos elaborar a tabela de hierarquização baseado no momento atual (2019 – 2020). Deu 15 minutos para que cada empresa trabalhasse na sua análise. (DESAFIOS – FORTALEÇAS – AMEAÇAS E FORTALEÇAS). Elaine perguntou se poderia falar, se apresentou: Sou Elaine Abramides - Diretora executiva da Agência Infobibos - organização de eventos científicos e idealizadora e apresentadora do canal Cuesta Interativo Sou formada em Marketing e não é segrego para ninguém que acho Pardinho é uma cidade linda pela suas belezas naturais e abençoada por Deus, que tem um povo acolhedor, mas que precisa se conhecer mais. Precisamos criar ações de endomarketing. Nem as pessoas de Pardinho sabem o que tem em Pardinho. Precisa ser trabalho o marketing local intenso. Reforçou que tem que se melhora os acessos pelo Castelo Branco, que está péssimo devido a "serra" onde a manutenção é precária e os carros tem que competir com as carretas que lá trafegam deixando a perigosa. A entrada da cidade está sem atrativo, falta ser arborizada e está sem pórtico. A rodoviária que é tão importante para uma cidade turística

está em péssimo estado de conservação com banheiros em condições precárias. E o Meio ambiente precisa haver um projeto de educação ambiental. Melhorar o atendimento treinando os comerciantes a tratar melhor os turistas. Um exemplo a ser seguido é a simpatia do Robson e alegria do Eurico. Precisa ter novas atrações sazonal, como o fenômeno do campo de girassóis. Precisa colocar o mapa da cidade pelo aplicado QR CODE, em cada comércio colocar o QRCode para o mapa Hoje todos tem celular e criar a #visitepardinho a Cultura e Turismo devem andar juntos pois, pelo que entendi tem uma certa preocupação em estar seletivando turista, eu tenho a minha opinião sobre isso. Turista bom é aquele que se for bem recebido voltará sempre e como sempre falo e volto a falar ninho verde é um grande potencial no quesito "Turista", mas falta que o olhar esteja mais voltado para o local. Passaria dias e dias falando sobre sugestões de ações. Sylviah, agradeceu e que comentou que sim, falta as pessoas saberem mais sobre Pardinho. Explicou que os recursos são destinados em sessões públicas e baseadas nas demandas apresentadas, e que sim a rodoviária precisa de reforma, mas que em relação ao Turismo, exclusivamente carro próprios, família amigos, grupos. Não temos ainda espaço para ônibus e que está é uma pauta que deve ser direcionada ao Conselho para que se estude a viabilidade e sobre os demais assuntos passaria as informações, mas que ela desse uma olhadinha no Descubra. Perguntou se podia iniciar o retorno das análises passando a palavra para os presentes. As analises estão em anexo. Sylviah justificou a ausência do Mapa turístico devido o próprio processo de formação e organização do trade turístico, mas que no início do ano teve uma ação dos atrativos para rateio do folder com o mapa que a partir de setembro estará numa boa hora para retomar. Apresentadas as análises (em anexo) partiu para a explicação da Hierarquização. Sérgio Vieira perguntou se a questão do uso do espaço refere – se a capacidade atual ou potencial e se infraestrutura considerava já a reforma. Ficou decidido que capacidade iremos adotar potencial, aonde se pode chegar do momento atual e infraestrutura de 2019. O pessoal online se desligou no final da apresentação online, então ficou para Sylviah entrar em contato é finalizar a tabela. Sergio Garcia deu a dica de olharem na nota do Google e ir se balizando. Seguiu – se para os encaminhamentos. Sylviah comentou que espera fazer mais duas audiências, mas a votação dos Planos deixará para depois das eleições.

CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE PARDINHO

Lembrou do PDL Retomada estará finalizando suas atividades agora em setembro e se tudo correr bem estarão voltando para o prédio do Turismo e fechando as atividades com um evento, ainda que restrito.

Encaminhamentos:

1- Trazer o regulador do tempo para as próximas reuniões;
2- Marcar as próximas audiências;
3- Finalizar a entrega do ranqueamento.

ENCERRAMENTO, LAVRATURA E APROVAÇÃO DA ATA: Nada mais havendo a tratar, o Sr. Presidente deu por encerrados os trabalhos, lavrou-se a presente Ata a que se refere esta Sessão do Conselho Municipal de Turismo que, após lida e aprovada, foi assinada pela unanimidade dos membros do Conselho Municipal de Turismo presentes, dia 21 de Agosto de 2020. Em conformidade:

Robson Luiz Roder
Presidente Substituto do COMTUR Pardinho
Roder Turismo

Referência bibliográfica:

SP_cadernodeatrativosturisticoscompleto.16.pdf.pdf

Anexo 1 – Sessão Ordinária

Lista de Presença ; Analise SWOT , Tabela de Hierarquização

Pardinho, 21 de Agosto de 2020

Anexo 1 – Sessão Extraordinária 21 de agosto de 2020

Baldoino A. Foge - TOP AÇAI
FRANCISCO PETRONIO DE ALMEIDA - CASA DOS CAIPIMS
EDUARDO AP. PEDROZO - SABOR & PRAÇA PARDINHO.
SERGIO Vieira - CENTRO MAX Fatfor
Carlos Lima
Robson Luiz Rocha
Mulene Miguel Moreira Duarte - Moreira Consultorias
Claire S. Abrahão - Imobibras
ARLINDO MARIM Jr. - ARJ [illegible] EMPREI.

NOME DA EMPRESA:RODER'S TURISMO__QUEM PREENCHEU:ROBSON RODER

DESAFIOS	FORTALEÇAS	AMEAÇAS	OPORTUNIDADES
FRIO,CHUVA,CRESCER,AMPLIAR NEGÓCIOS,PARCEIROS+INVESTIMENTO NO TURISMO, DAR CONTA DE ATENDER TODOS OS TURISTAS	UNIÃO DOS ATARATIVOS REGIÃO NATURAL PRONTA POVO ACOLHEDOR	POPULAÇÕA NÃO APOIA O TURISMO, PARDINHO NÃO TEM INFRAESTRUTURA ADEQUADA PARA ATENDER A DEMANADA	CRIAR MAIS HOSPEDAGEM RURAL, POVO ACOLHEDOR, APROVEITAR OS RECURSOS NATURAIS,SINALIZAÇÃO,DESCOBRIR NOVOS PARCEIROS

Classificação ranking: 24

Nota Google: 4,9

NOME DA EMPRESA :CENTRO MAX FEFFER QUEM PREENCHEU:SERGIO VIEIRA

DESAFIOS	FORTALEÇAS	AMEAÇAS	OPORTUNIDADES
FAZER COM QUE OS VISITANTES DE FINS DE SEMANA DO EIXO VIVAN VISITEM O MAX FEFFER. COMUNICAR NOS ATRATIOVS A EXISTENCIA DO CENTRO DE CULTURA DE FORMA EFETIVA COMO PARCERIA SE CAPACITAR NESTE MOMENTO DE PANDEMIA	O ESPAÇO É UM ATRATIVO POR SI SÓ(A CONSTRUÇÃO SUSTENTÁVEL). TEM ATENDIMENTO COM VISITAS GUIADA. TEM GRUPOS CAPACITADOS PELO INSTITUTO JATOBÁS E PREFEITURA QUE PODEM SER ATRATIVOS CULTURAIS,NÃO SÓ MÚSICA RAIZ,TAMBEM CAPOEIRA,HIP HOP,TEATRO... SITE ATUALIZADO COM EQUIPE DE COMUNICAÇÃO.	GRANDE FLUXO DE MOTOS COM VANDALOS QUE BEBEM ,USAM LOCAL,DESTROEM LIXO INADEQUADAMENTE.	FAZER UM ACORDO CULTURAL QUE ATENDA PÚBLICO VISITANTES COBRAR DOS GRUPOS LOCAIS PARA FAZER PRESTAÇÃO NOS PONTOS TURÍSTICOS COMO VENDAS,TIROLESA,CAFÉ,PAINEIRA,CASARÃO,MALULI ETC MUSEU TIÃO CARREIRO HISTÓRIA DO BAMBUPARA VISITAR ,GUIAS COMO ESCOLAAR,GRUPOS TRANSMISSÃO ON LINE

Classificação ranking:

Nota Google:

NOME DA EMPRESA : CASA DOS CAIPIRAS QUEM PREENCHEU_: CHICO ALMEIDA

DESAFIOS	FORTALEÇAS	AMEAÇAS	OPORTUNIDADES
TORNAR CAIPIRAS ATUAIS UM ATRATIVO TURISTICO	ORGANIZAR ATIVIDADES E ROTEIROS COM OS GRUPOS	FALTA DE INCENTIVOS	ROTEIRO TURISTICO

Classificação ranking:

Nota Google:

BIO CUESTA EIRELI – CUESTA CAFÉ

Mayane Oliveira e Caio Doiche

DESAFIOS

- Estrutura operacional ainda pequena (cozinha, área de produção, área de vendas);
- Área descoberta sujeita ao clima (ventos, chuva, frio);
- Área de estacionamento ainda deficiente.

FORTALEZAS

- Fazenda/Torrefação/Café (Fazenda/Ind./Varejo) no mesmo local;
- Cafés de alta qualidade;
- Terroir único (Clima, Relevo, Solo);
- Produção artesanal/própria na cafeteria;
- Paisagem privilegiada (vista da cuesta, pôr do sol, lago);
- Possibilidade de abrigar eventos turísticos/esportivos;
- Profissionais qualificados e treinamento constante;
- Consultoria de profissionais especializados (Agrônomo/Torra/Barista);
- Fácil acesso (ponto na beira da pista).

AMEAÇAS

- Abertura de um negócio no mesmo segmento e com mesmo atrativo turístico (vista/paisagem);
- Clima frio/chuvoso;
- Rodovia vicinal demanda maior manutenção e sinalização.

OPORTUNIDADES

- Demanda crescente por cafés especiais;
- Capacidade para expansão/ crescimento;
- Demanda crescente por turismo/lazer ao ar livre ou com a família;
- Demanda por Coffee Tour (passeios educativos guiados pela fazenda e torrefação);
- Ecoturismo (cachoeiras, lago, trilha interna);
- Próximo de grandes centros (SP, Campinas, Sorocaba, Piracicaba, Bauru);
- Região servida com ótimas rodovias (Castello, Marechal).

Classificação ranking: 21

1º Lugar no TripAdvisor (Categoria Café e chá em Pardinho), nota 4,0/5,0 de 120 avaliações
Facebook: 4,7/5,0 (318 pessoas)
Instagram: 16,7 mil seguidores
Google: 4,6/5,0 de 2.300 comentários

Avaliação Real: 3 (Alto)

Grau de uso atual: 3 (Alto);
Representatividade: 2 (Médio): Estamos estudando outras opções turísticas (Coffee Tour, Eventos Esportivos, Ecoturismo) que irão aumentar nossa representatividade.
Apoio local e comunidade: 2 (Médio) – Valorizamos o apoio da prefeitura e órgãos públicos, porém entendemos que a população local ainda não vê o valor turístico e fluxo de pessoas que trazemos como desenvolvimento para o município.
Estado de conservação da paisagem circundante: 2 (Médio) – Nos empenhamos para manter o ponto turístico limpo, organizado e seguro. Ainda temos pontos de melhoria, principalmente paisagísticos.
Infraestrutura: 2 (Médio) - Citado na Análise SWOT: melhoramos em banheiros, dispositivos de comunicação, porém consta em nosso planejamento de investimentos outras melhorias em infraestrutura.
Acesso: : 2 (Médio) - Acreditamos que apesar de a região ser bem servidas em rodovias, e nosso ponto estar à beira de uma estrada vicinal, a mesma ainda é esburacada em alguns pontos (mais próximo à Castello Branco) e com sinalização deficiente, mato alto às margens.

NOME DA EMPRESA: PREFEITURA – CIT PAR QUEM PREENCHEU: ANDRÉIA

DESAFIOS	FORTALEÇAS	AMEAÇAS	OPORTUNIDADES
Funcionário não capacitado e falta de material de divulgação (folder do municipio)	Localização de fácil acesso (entrada da cidade)	Empresas de fora enxergarem as nossas oportunidades e levar vantagens com isso	Favorecer a ligação dos pontos turisticos (organizar pacotes)

Classificação ranking: 22

Nota Google: 4,8/5

Atrativo	Potencial da atratividade (x 2)	Grau de uso atual	Representatividade raridade (x 2)	Apoio local	Estado de conservação da paisagem	Infra estrutura	Acesso	Total
Tirolesa do gigante	6	2	6	2	3	2	3	24
Vista do gigante	6	2	6	2	2	1	2	21
Mirante Cuesta Café	4	2	4	2	3	2	2	19
Deck 976	6	2	4	2	3	2	2	21
Rancho Maluli	6	2	4	2	3	3	2	22
Passeios buggy	4	2	2	2	3	2	2	17
Quadriciclos	4	3	4	3	3	3	3	23
Centro Max Feffer	6	2	6	1	3	2	3	23
Paineira Velha	4	3	2	3	2	1	2	17
Venda Vivian	4	3	2	2	2	1	2	16
Casarão Vivan Res.	4	2	2	1	3	3	2	17
Pardinho Artesanal	6	2	2	1	3	3	3	20