PLANO DIRETOR DE TURISMO

SÃO BERNARDO DO CAMPO

MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA, TECNOLOGIA, TRABALHO E TURISMO

PLANO DIRETOR DE TURISMO DO MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

CRÉDITOS:

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO
Praça Samuel Sabatini, 50 – Centro – São Bernardo do Campo – SP
Cep 09750-901 Tel: (11) 2630-4000
www.saobernardo.sp.gov.br

ORLANDO MORANDO JUNIOR
Prefeito
orlando.morando@saobernardo.sp.gov.br

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA, TECNOLOGIA, TRABALHO E TURISMO
VALTER MOURA JUNIOR
Secretário Municipal
valter.moura@saobernardo.sp.gov.br

DEPARTAMENTO DE TURISMO E EVENTOS
FERNANDO BONISIO
Diretor
fernando.bonisio@saobernardo.sp.gov.br

Colaboradores:

FERNANDA ALMEIDA DE OLIVEIRA
JANAINA SANTOS DA COSTA
KLEBER PINCELLI
LIANDRA PEROZI DE CARVALHO
LUCINÉIA SANTOS
MARCOS MATSUI
MARLÚCIA CARNEIRO DOS SANTOS
RAFAELA ROCHA DOMINGUES
VALDECI TUMAZ DE OLIVEIRA

Imagens:

Secretaria de Comunicação da Prefeitura de São Bernardo do Campo - SECOM
Departamento de Turismo e Eventos – SDECT.3
Empreendimentos turísticos da cidade utilizados para fins não comerciais por este documento

Elaboração da 1ª Revisão do Plano Diretor de Turismo do Município de São Bernardo do Campo

DEPARTAMENTO DE TURISMO E EVENTOS
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA, TECNOLOGIA, TRABALHO E TURISMO
Praça Samuel Sabatini, 50 – 11º andar – Paço Municipal "Tancredo Neves"
Centro – São Bernardo do Campo - SP
CEP 09750-001 Tel: (11) 2630-4229 / (11) 2630-4232
www.turismosaobernardo.com
www.turismoindustrialsbc.com.br

FERNANDO BONISIO
Coordenador e relator
Bacharel em Turismo pela Universidade do Grande ABC –UNIAbc, com especialização em Projetos Turísticos pela Universidade Gama Filho –UGF-RJ.

JANAINA SANTOS DA COSTA
Pesquisas webgráficas e revisão de textos
Tecnóloga em Gestão de Turismo pela Faculdade HOTEC, atuando como estagiária do Curso Técnico de Eventos – Senac São Bernardo

FERNANDA ALMEIDA DE OLIVEIRA
Diagramação, revisão e edição
Estagiária do Curso Técnico de Eventos – Senac São Bernardo

Equipe Técnica do Departamento de Turismo e Eventos
Técnicos do Departamento de Turismo e Eventos da Prefeitura de São Bernardo do Campo.

APOIO:

COMTUR SBC
CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO
SÃO BERNARDO DO CAMPO

- **Criado pela Lei Municipal nº 6.559, de 14 de junho de 2017, alterada pela Lei Municipal nº 6.651, de 08 de março de 2018.**

Membros:

Representantes da Administração Municipal

Servidores públicos da área de Cultura
Servidores públicos da área de Educação
Servidores públicos da área de Meio Ambiente
Servidores públicos da área de Turismo

Representantes da Sociedade Civil

Alimentação *
Hospedagem*
Artesanato
Comércio
Receptivo Turístico
Transportes
***** segmentos de Alimentação e Hospedagem contam com duas cadeiras no COMTUR/SBC.

Membros do COMTUR/SBC (atualizado em junho/2020)

Presidente: Robson Sanchez de Souza
Representante da Sociedade Civil – Alimentação

Carlos Alberto da Silva Miranda
Representante da Sociedade Civil- Alimentação

Cátia Rodrigues de Sant'Ana Prometi
Representante da Administração Municipal – Educação

Davison Barbosa Freitas
Representante da Administração Municipal – Educação

Eduardo TakeshiTamaiyoshi
Representante da Sociedade Civil- Transportes

Fabrício Fiorentino Lopes
Representante da Sociedade Civil- Hospedagem

Fernando Gabriel
Representante da Sociedade Civil – Hospedagem

Gilberto Lourenço Marson
Representante da Administração Municipal - Meio Ambiente

Heitor Cristofolini
Representante da Sociedade Civil – Alimentação

Jair Baltuilhe Filho
Representante da Sociedade Civil – Hospedagem

José Carlos Moretti Gabriel
Representante da Sociedade Civil – Hospedagem

Juscélio Ferreira Brito
Representante da Sociedade Civil - Transportes

Kleber Pincelli
Representante da Administração Municipal– Turismo

Marcos Antonio do Amaral Lucena
Representante da Administração Municipal- Cultura

Marcos Matsui
Representante da Administração Municipal – Turismo

Maria da Glória dos Santos
Representante da Sociedade Civil- Artesanato

Mariana Redígolo
Representante da Sociedade Civil - Receptivo Turístico

Marta Cristiane da Rocha Bello Suarez
Representante da Administração Municipal - Meio Ambiente

Paula Mota
Representante da Sociedade Civil - Comércio

Paulo dos Santos
Representante da Sociedade Civil – Comércio

Paulo Paschoalini Pinto
Representante da Sociedade Civil - Alimentação

Simone StrublicKimizuka
Representante da Administração Municipal – Cultura

Sueli Alves dos Santos
Representante da Sociedade Civil- Artesanato

Tatiane Ferreira
Representante da Sociedade Civil - Receptivo Turístico

SUMÁRIO

Caderno Alfa

Caderno Bravo

Caderno Charlie

Caderno Delta

Caderno Eco

Caderno Fox

Caderno Golf

Caderno Hotel

Glossário I

Referências webgráficas e bibliográficas IV

Imagens VI

Logomarcas VII

Realização VIII

Anexo I – Ações realizadas Plano Diretor de Turismo – LM 6560/2017 IX

Anexo II – Ações do Plano Diretor – Propostas para a 'Cidade da Criança' X

Anexo III – Projetos do Plano Diretor por área de atuação XI

Anexo IV – Matriz GUT XV

Anexo V – Lei Nº 16938/2019 – Classificação do Município de São Bernardo do Campo XIX

O PLANO DIRETOR DE TURISMO

CADERNO ALFA

SUMÁRIO

1 PLANO DIRETOR **1**
1.1 Objetivos do Plano Diretor de Turismo 2
1.2 Executores do Plano Diretor de Turismo 3
1.2.1 SDECT 3
1.2.2COMTUR 5

1. PLANO DIRETOR DE TURISMO

A Prefeitura do Município de São Bernardo do Campo, com o auxílio do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR/SBC, elaborou o presente documento intitulado 1ª Revisão do Plano Diretor de Turismo do Município de Interesse Turístico de São Bernardo do Campo, durante o primeiro semestre de 2020.

Durante o processo de elaboração foram estabelecidos diálogos constantes entre a equipe técnica, composta por colaboradores do governo, através de suas diversas Secretarias e atores da cadeia turística do município que desenvolveram atividades para elaboração deste documento técnico e executivo. A sociedade civil foi convidada a participar por meio de Edital de Chamamento Público SDECT – nº 014/2019, publicado no Jornal Eletrônico Notícias do Município, edição nº 2095, de 06 de dezembro de 2019, além de ampla divulgação nas redes sociais institucionais. Foi disponibilizado um formulário eletrônico para apresentação de propostas.

Na etapa inicial, o texto foi revisado e atualizado em sua plenitude, bem como foram modernizados todos os dados socioeconômicos do município e dados sobre a atividade turística nos âmbitos mundial, nacional e estadual. Na segunda fase, foram introduzidas as contribuições da Sociedade Civil e técnicas, todas apresentadas dentro dos prazos legais estabelecidos.

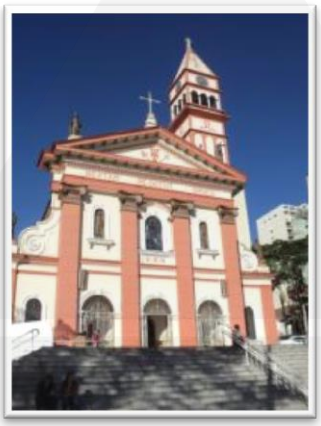
O Turismo Industrial, identidade turística de São Bernardo, que conta com capítulo específico, também teve sua trajetória atualizada, inclusive retratando o histórico de crescimento. Também foram revisados a gama de atrativos turísticos de São Bernardo do Campo, bem como introduzidos os novos eventos criados na cidade.

As propostas oriundas da Sociedade Civil e dos diversos atores da cadeia turística local foram na sua amplitude acolhidas e introduzidas neste documento. Caberá ao COMTUR/SBC a avaliação e a priorização das mesmas. A organização do conteúdo, tal qual ocorreu na formatação inicial deste Plano Diretor, ficou a

cargo da equipe técnica do Departamento de Turismo e Eventos da Prefeitura.

Desta forma, as ações inseridas neste Plano Diretor, por meio dos diversos projetos, de curto, médio e longo prazo, tem como objetivo principal fomentar o desenvolvimento contínuo do turismo de São Bernardo do Campo, garantindo a geração de trabalho e renda para a cidade.

1.1. OBJETIVOS DO PLANO DIRETOR DE TURISMO



- ✓ Consolidar São Bernardo do Campo como a Capital Brasileira do Turismo Industrial;

- ✓ Apresentar novos projetos de turismo para serem implementados pela cidade, com o intuito de propiciar contínuo crescimento da demanda turística;

- ✓ Buscar investimentos privados para o desenvolvimento e incremento dos serviços turísticos presentes na cidade;

- ✓ Buscar investimentos privados para a implantação de serviços turísticos ainda não presentes na cidade;

- ✓ Promover o contínuo desenvolvimento dos projetos turísticos em andamento no município;

- ✓ Planejar e estruturar com maior profissionalismo a atividade turística no município;

- ✓ Tornar São Bernardo do Campo, em médio prazo, uma cidade com grande projeção para consolidar-se definitivamente como destino turístico de referência;

- ✓ Integrar cada vez mais o poder público e a iniciativa privada em ações conjuntas que busquem como resultado o fomento do turismo no município;

- ✓ Contribuir para o desenvolvimento do turismo em ações relacionadas ao Esporte, Cultura e Meio Ambiente;

- ✓ Articular com instituições de ensino (Faculdades/Universidades) parcerias que busquem estruturar indicadores e processos de avaliação constantes de programas e atividades turísticas.

1.2. EXECUTORES DO PLANO DIRETOR DE TURISMO

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA, TECNOLOGIA, TRABALHO E TURISMO

1.2.1 SDECT - SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA, TECNOLOGIA, TRABALHO E TURISMO

A Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Trabalho e Turismo têm as seguintes competências:

I - o estabelecimentoe a implementação da política relacionada com o desenvolvimento da indústria, a expansão do comércio e da atividade turística;

II - a adoção de medidas que representem estímulos e incentivos à iniciativa privada, no tocante aos objetivos definidos no inciso anterior;

III - o estímulo à manutenção e ao desenvolvimento de empreendimentos industriais no Município, bem como a orientação e o apoio à localização racional de novos estabelecimentos e a relocalização dos existentes;

IV - o incentivo e a assistência às atividades do setor privado aplicadas ao comércio interno e externo;

V - a prestação de apoio e orientação técnica a micro, pequena e média empresa;

VI - a coordenação do interrelacionamento entre os setores público e privado, de modo tal que as políticas e diretrizes da administração municipal incorporem as legítimas reivindicações das classes produtoras;

VII - administração e execução dos programas de incentivo ao turismo;

VIII - a prestação de apoio e orientação técnica ao Empreendedor e ao Abastecimento;

IX - estimular, implementar e coordenar a criação de Incubadoras de Empresas, com o intuito de incentivar o desenvolvimento das Micros e Pequenas Empresas;

X - estabelecer, cumprir e fazer cumprir os convênios com Universidades, Faculdades, Escolas Técnicas, Institutos e Fundações, visando a contratação de estagiários, serviços e outros interesses objetivando atender as necessidades da Secretaria;

XI - criar mecanismos com o objetivo de captar recursos financeiros com a iniciativa privada e/ou órgãos estaduais, federais e internacionais, ONGs, instituições financeiras e assemelhadas, a fim de viabilizar os programas e projetos da Secretaria, que fomentem o desenvolvimento socioeconômico de Município;

XII - estabelecer, cumprir e fazer cumprir os convênios e parcerias com entidades particulares e governamentais, nacionais e internacionais.

1.2.2 COMTUR/SBC – CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

O COMTUR/SBC – Conselho Municipal de Turismo de São Bernardo do Campo, criado pela Lei Municipal nº 6.559, de 14 de junho de 2017, alterado pela Lei Municipal nº 6.651, de 08 de março de 2018, atua como órgão deliberativo e consultivo da Política Municipal de Turismo, vinculado à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Trabalho e Turismo - SDECT.

É constituído por 24 (vinte e quatro) Membros, sendo 12 (doze) Membros titulares e 12 (doze) Membros suplentes, 8 (oito) representantes da Administração Pública Municipal das áreas de Turismo, Cultura, Educação e Meio Ambiente e 16 (dezesseis) representantes da Sociedade Civil, indicados pelos órgãos, entidades, cooperativas, associações ou organizações dos segmentos de hospedagem, alimentação, receptivo turístico, comércio, transportes turísticos e artesanato, nomeados por Portaria do Executivo, assim composto: Presidente; Vice-Presidente;

Secretário Executivo; 1º Secretário; 2º Secretário; Membros e Gestor Administrativo.

O Conselho Municipal de Turismo de São Bernardo do Campo têm as seguintes competências:

I-estabelecer as diretrizes básicas a serem adotadas na política municipal de turismo;

II- propor medidas ou atos regulamentares referentes à exploração de serviços turísticos no Município;

III- opinar, previamente, sobre Projetos de Leis que se relacionem com o turismo ou adotem medidas que neste possam ter implicações;

IV-indicar representantes para, em nome do Município, integrar delegações a congressos, convenções, reuniões ou outras atividades que ofereçam interesse à política municipal de turismo;

V-organizar e promover amplos debates, conjuntamente com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Trabalho e Turismo - SDECT, sobre os assuntos de interesse turístico para o Município;

VI-diagnosticar e manter atualizado o cadastro de informações de interesse turístico e orientar sua melhor divulgação;

VII- propor formas de captação de recursos junto a órgãos, entidades e instituições, públicas ou privadas, nacionais e internacionais, com o objetivo de proceder intercâmbios para o desenvolvimento do turismo no Município;

VIII- colaborar na elaboração do calendário turístico do Município;

IX-elaborar o seu Regimento Interno;

X- constituir câmaras e comissões especiais, técnicas e outras, visando a análise e parecer de assuntos específicos que forem votados como necessários, propondo normas, regulamentos e soluções para o melhor funcionamento do setor, estabelecendo suas competências e composição;

XI- promover a integração do Município a programas estaduais, federais e outros, pertinentes à consecução de seus objetivos;

XII- promover e deliberar sobre a celebração de convênios e parcerias entre o COMTUR/SBC e órgãos e instituições públicos, mistos ou privados, nacionais ou internacionais de turismo ou afins ou sugeri-los, quando for o caso;

XIII- monitorar o crescimento do turismo no Município, propondo e deliberando sobre medidas que atendam à sua capacidade turística;

XIV- buscar meios para desenvolver programas e projetos de interesse turístico visando incrementar o fluxo de turistas ao Município, respeitada sua capacidade receptiva assim como seu patrimônio ambiental e cultural;

XV-propor diretrizes para um trabalho coordenado entre serviço público municipal e o prestado pela iniciativa privada e sociedade civil;

XVI- contribuir para a promoção de campanhas de conscientização da comunidade voltadas para a atividade turística;

XVII- desempenhar outras atividades previstas na legislação ou que lhe venham a ser atribuídas pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico,Ciência, Tecnologia, Trabalho e Turismo –SDECT;

O TURISMO

C A D E R N O B R A V O

SUMÁRIO

1 O TURISMO **1**

1.1 O Turismo no Mundo 1

1.2O Turismo no Brasil 3

1.2.2 *Fluxo Turístico* 5

1.3 O Turismo no Estado de São Paulo 6

1.3.1 *Principais números do Estado de São Paulo* 10

1. O TURISMO

1.1 O TURISMO NO MUNDO

O Turismo é uma atividade econômica com consideráveis impactos diretos e indiretos na economia global. No total, este impacto em 2018 gerou uma participação de US$ 8,8 trilhões ao PIB (Produto Interno Bruto) Mundial (10,4%), uma alta de 3,9%, superior à expansão da economia global (3,2%).

O setor foi responsável por 319 milhões de empregos, tornando-se protagonista da abertura de 1 em cada 10 postos de trabalho. O crescimento do mercado de viagens ficou à frente de ramos como o de cuidados com a saúde (3,1%) e tecnologias da informação (1,7%), perdendo apenas para o de manufaturas (4%).

As viagens internacionais no planeta aumentaram 6% em 2018, no comparado com o ano anterior, resultando em 1,32 bilhão de chegadas.

Revelados no último Barômetro Mundial de Turismo da Organização Mundial do Turismo (OMT), os números consolidam os fortes resultados registrados em 2017 e fazem de 2018 o segundo ano mais forte desde 2010.

De acordo com a UNWTO, o principal destino das viagens é a Europa, que recebeu cerca de 713 milhões de pessoas em 2018. Em segundo lugar está a Ásia, com 343 milhões, seguido ainda pela América, com 217 milhões.

Entre os países, a França é o mais popular: recebe aproximadamente 87 milhões de turistas. Na sequência vem Espanha (82 milhões), Estados Unidos (77 milhões), China (61 milhões), Itália (58 milhões), México (39 milhões), Reino Unido (39 milhões), Alemanha (37 milhões), Tailândia (36 milhões) e a Turquia (32 milhões).

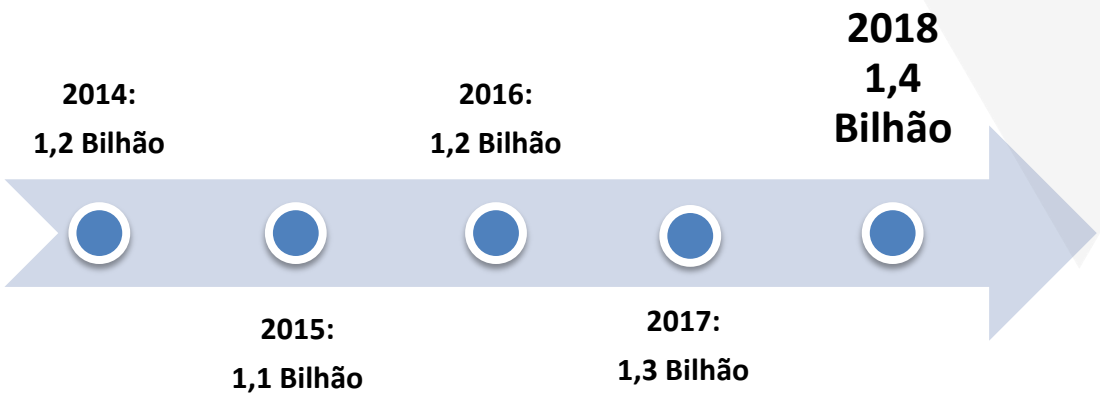
Ainda, tendo como fonte a OMT (2015), os principais destinos turísticos internacionais, considerando o número de chegadas internacionais de turistas e receita gerada são França e Estados Unidos, respectivamente.

Os Estados Unidos ocupam a 1ª posição em receitas geradas, com mais de 198 bilhões de dólares, e o 3º lugar em chegadas internacionais de turistas.

A Espanha é o 2º país com maior número de chegadas internacionais com mais de 82 milhões de turistas, gerando 90 bilhões de euros.

Receita gerada pelo turismo internacional X Crescimento global

- ✓ 2014:1,245 bilhão de viagens (Copa do Mundo);
- ✓ 2015:1,184 bilhão
- ✓ 2016:1,2 bilhão (Olimpíadas Rio de Janeiro)
- ✓ 2017:1,327 bilhão
- ✓ 2018:1,4 bilhão e gastos no mundo chegando a 1,34 trilhão, atingindo 10,4% do PIBMundial.



Para 2030, prevê-se um aumento de 3,3% ao ano no número de chegadas de turistas internacionais em todo o mundo, com números estimados em 1,8

bilhões.As chegadas em destinos emergentes deverão crescer com o dobro do ritmo dos destinos com economia avançada (OMT, 2015).

Para os próximos 15 anos, a OMT (2015) aponta as principais tendências do setor de turismo:

- ✓ Utilização da internet para busca de viagens e destinos desejados;
- ✓ Crescimento do e-commerce no setor;
- ✓ Hiperconectividade: o avanço tecnológico e os hábitos resultantes têm um importante efeito sobre a forma na qual o turismo é consumido;
- ✓ Crescente uso das redes sociais no turismo (a influência delas é clara nas decisões relacionadas ao turismo);
- ✓ Valorização da sustentabilidade (proteção do meio ambiente, valorização da cultura e geração de benefícios para comunidades);
- ✓ Forte crescimento econômico, viagens aéreas mais acessíveis, facilitação de vistos em torno do mundo aceleraram o número de 1,4 bilhões de chegadas, batendo a meta em 2 anos.

1.2 **O TURISMO NO BRASIL**

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT) o continente americano tem crescido gradativamente no setor turístico nos últimos anos, comparado a outros continentes este processo se dá de forma acelerada.

O Ministério do Turismo, que divulgou dados da pesquisa elaborada pela consultoria britânica Oxford Economics, apontou que a contribuição ao Produto Interno Bruto (PIB) cresceu 3,1%* em 2018, totalizando US$ 152,5 bilhões (8,1%).

*uma das mais elevadas altas na América do Sul, o dobro do crescimento da economia brasileira.

O Brasil recebeu em 2018 um total de 6.621.376 turistas estrangeiros, número que representa um crescimento de 0,5% em relação ao número registrado em 2017, retomando ao patamar de 6,6 milhões alcançadoem 2016, ano dos Jogos

Olímpicos do Rio de Janeiro. O Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) estima um crescimento de 3,3% até 2027, chegando à contribuição total do setor na economia em 9,1% do PIB, o equivalente a US$ 212,1 bilhões.

Argentina, Estados Unidos e Chile são as nações que mais enviaram turistas para o Brasil em 2018,representando mais de 50% de todos os estrangeiros que desembarcaram no país.

Países		**Total**		**Via de Acesso**		
	Chegadas	(%)	(%) Acumulado	Aéreo	Terrestre	Outros
Argentina	2.498.483	37,7	37,7	1.888.295	1.174.490	135.228
E.U.A	538.532	8,1	45,8	507.207	20.184	11.141
Chie	387.470	5,9	51,7	373.349	13.023	1.098
Paraguai	356.897	5,4	57,1	58.067	294.562	4.268
Uruguai	348.336	5,3	62,4	126.458	218.825	3.053
França	238.345	3,6	66,0	187.768	35.075	14.872
Alemanha	209.039	3,2	69,2	178.544	24.905	5.590
Itália	175.763	2,7	71,9	159.613	13.482	2.688
Reino Unido	154.586	2,3	74,2	124.001	20.007	10.578
Espanha	147.159	2,2	76,4	123.415	22.151	1.593
Portugal	145.816	2,2	78,6	143.159	22.151	815
Colômbia	131.596	2,0	80,6	113.810	1.824	349
Bolívia	126.253	1,9	82,5	49.599	76.524	130
Peru	121.326	1,8	84,3	91.416	29.464	446
México	79.891	1,2	85,5	70.731	8.677	483
Canadá	71.160	1,1	86,6	65.055	3.526	2.579
Suíça	70.040	1,1	87,7	62.316	6.684	1.040
Japão	63.708	1,0	88,7	58.812	4.806	90
Holanda	62.651	0,9	89,6	55.560	6.157	934
China	56.333	0,9	90,5	52.111	3.990	232
Outros	637.992	9,5	100,0	538.788	91.595	7.609

países						
TOTAL	**6.621.376**	**100,0**	**-**	**4.328.074**	**2.088.506**	**204.796**

Fonte: Ministério do Turismo

1.2.1. **FLUXO TURÍSTICO**

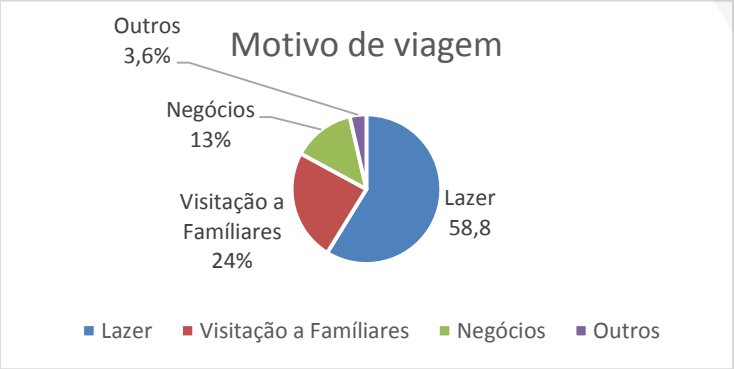
De acordo com dados da INFRAERO (Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária, 2018), o fluxo turístico no país aumenta anualmente. Este aumento deu-se nos últimos anos principalmente pela realização dos megaeventos - Copa do Mundo e Olimpíadas no Rio de Janeiro, conforme demonstram os números abaixo:

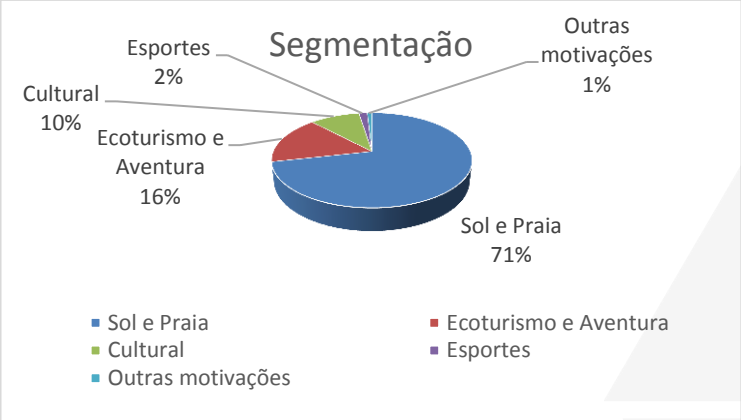
MOVIMENTO ANUAL DE PASSAGEIROS (EMBARQUES+DESEMBARQUES)

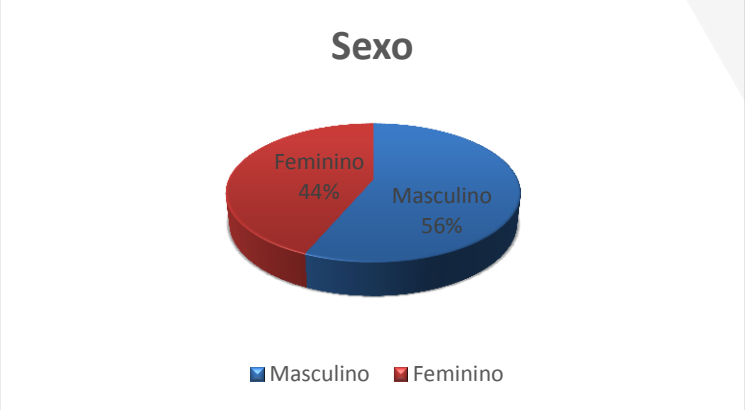
ANO	REGULAR		NÃO REGULAR			TOTAL	VARIAÇÃO ANUAL (%)
	Doméstico	*Internacional*	*Doméstico*	*Internacional*	*Executivo/Geral*		
2014	79.986.077	842.506	2.283.288	38.793	1.068.431	84.219.095	-
2015	80.048.291	785.138	2.123.443	35.751	986.214	83.978.837	-0,29
2016	75.784.906	613.939	2.231.192	23.516	890.881	79.544.434	-5,28
2017	78.034.448	731.856	2.696.320	38.267	866.294	82.367.185	3,55
2018	80.666.916	1.108.449	1.845.907	13.284	783.411	84.417.967	2,49

Fonte: Infraero

- **INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE O TURISMO INTERNACIONAL NO BRASIL EM 2018**







1.3 O TURISMO NO ESTADO DE SÃO PAULO

O Estado de São Paulo, com 45,5 milhões de habitantes, é o estado mais populoso do Brasil. O número corresponde a 21,8% da população total do país, que é de aproximadamente 210 milhões de habitantes.

Dos R$ 3,3 trilhões que constituem o PIB paulista, o turismo representa cerca de 10%. O Ministério do Turismo aponta que o Estado foi o que mais recebeu turistas estrangeiros em 2018, cerca de 2,25 milhões, 34% do total nacional.

São Paulo é a mais importante porta de entrada dos turistas estrangeiros no Brasil. O estado é o principal destino de turismo de negócios, seguido por Rio de Janeiro, Curitiba, Campinas e Porto Alegre e, o quinto colocado em viagens de lazer, de acordo com a Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil (MTur -2018), ficando atrás apenas de Rio de Janeiro, Florianópolis, Foz do Iguaçu e Armação de Búzios.

Aeroporto de Congonhas (São Paulo - SP) - Foto: Rubens Chiri

São Paulo conta com 645 municípios, sendo que 70 deles são denominados “Estâncias Turísticas”, e recentemente (desde 2015) outros 140 receberam o título de “Município de Interesse Turístico”, inclusive São Bernardo do Campo. O Estado tem como estratégia a promoção e fomento da atividade por meio das denominadas Regiões Turísticas, abaixo elencadas

- ABCTur (onde estamos presente);
- Águas do Oeste;
- Águas e Flores Paulista;
- Águas Sertanejas;
- ÁguasCultura e Negócios;
- Alta Mogiana;
- Alto Cafezal;
- Altos de Paranapiacaba;
- Bem Viver;
- Caminhos da Mata Atlântica;
- Caminhos da Mogiana;
- Caminhos do Tietê;
- Cavernas da Mata Atlântica;
- Centro Paulista;
- Circuito das Frutas;
- Circuito do Interior;
- Coração do Tietê;
- Coração Paulista;
- Costa da Mata Atlântica;
- Encantos Vale do Paranapanema;
- Entre Rios;
- Entre Serras e Águas;
- Fé;
- Grandes Lagos;
- História &Aventuras;
- Lagamar;
- Lagos do Rio Grande;
- Litoral Norte de São Paulo;
- Mananciais, Aventura e Arte;
- Mantiqueira Paulista;
- Maravilhas do Rio Grande;
- Mogiana Paulista;

- Nascentes do Tietê;
- Negócios e Cultura;
- Picos da Mantiqueira;
- Polo Turístico Cuesta;
- Pontal Paulista;
- Raízes do Interior Paulista;
- Região Turística Histórias e Vales;
- Rios do Vale;
- Roteiro dos Bandeirantes;
- Roteiro Fogão e Viola;
- Serra do Itaqueri;
- Sol do Oeste;
- Tietê Vivo;
- Trilhos e Trilhas da Baixamogiana;
- Vale Histórico;
- Vales do Rio Pardo;
- Verde Sudoeste Paulista;
- Vertente das Águas Limpas;

  além da Capital Paulista, totalizando dessa forma 51 Regiões Turísticas e uma infinidade de opções aos turistas que visitam São Paulo.

No setor aéreo também se revela um desempenho favorável, particularmente pelas 32 empresas que operam voos diretos entre São Paulo e destinos internacionais.

A vocação natural do estado é o turismo de negócios, em suas diversas possibilidades (congressos, convenções, seminários, feiras industriais, viagens de representação, compras, etc.). Cerca de 80% dos grandes eventos que ocorrem no Brasil são realizados no estado de São Paulo.

No entanto, o turismo no estado de São Paulo não se restringe ao segmento de turismo de negócios, vários eventos culturais e esportivos também atraem milhões de turistas, bem como o turismo de sol e praia, inclusive as praias lacustres e fluviais, ideais para a prática de pesca esportiva.

Também merece destaque o turismo de aventura, ecoturismo e o turismo religioso. São Bernardo do Campo foi idealizador e pioneiro no segmento de Turismo Industrial e atualmente trabalha parcerias com várias cidades do Estado e do Brasil para implantação deste inovador segmento turístico. Desta forma, o Estado de São Paulo vem promovendo estratégias e implantando ações que objetivam facilitar seu desenvolvimento, promover riqueza, gerar emprego, estimular renda, divulgar a cultura e proporcionar benefícios à sua população, aos turistas e a toda cadeia de bens, serviços e talentos que integra.

1.3.1 PRINCIPAIS NÚMEROS DO ESTADO DE SÃO PAULO:

- ✓ Estado mais cosmopolita da América do Sul, São Paulo abriga cerca de três milhões de imigrantes, de 70 diferentes nacionalidades;
- ✓ Corresponde a 31,5 do PIB do Brasil e recebe 34% dos turistas brasileiros;
- ✓ População estimada em 2019 -45 milhões - em uma área de 248 mil km²;
- ✓ 18% do remanescente de Mata Atlântica no Brasilestá em São Paulo;
- ✓ 102 Unidades de Conservação;
- ✓ A grande maioria visita o estado em carros próprios, seguido por ônibus de linhas regulares e transporte aéreo;
- ✓ Em relação ao transporte rodoviário de turistas internacionais, Paraguai, Argentina e Uruguai são os principais emissores;
- ✓ Conta com imigrantes de aproximadamente 70 nacionalidades;
- ✓ 42 aeroportos, com destaques para os Aeroportos de Congonhas, Guarulhos e Viracopos;
- ✓ Guarulhos: O maior aeroporto de cargas do hemisfério sul e o maior aeroporto de passageiros da América Latina;

Fonte: Ministério do Turismo/Embratur/Infraero/Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo/IBGE

SÃO BERNARDO DO CAMPO – MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO

CADERNO CHARLIE

SUMÁRIO

1 SÃO BERNARDO DO CAMPO – MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO 1
1.1*Histórico* 1
1.2*Aspectos Gerais* 3
1.2.1*Localização e Limites* 3
1.2.2*Território* 3
1.2.3*Acessos e Distâncias* 4
1.2.4*Clima* 5
1.2.5*Demografia* 5
1.2.6*Infraestrutura* 6
1.2.7*Economia* 7
1.2.8*Frota Municipal* 8
1.2.9*Saúde* 9
1.2.10*Educação* 11
1.3*Serviços de Apoio aos Visitantes e Turistas* 14
1.3.1*Hospedagem* 14
1.3.2*Alimentos e Bebidas* 16
1.3.3*Entretenimento* 33
1.3.4*Agências de Viagens e Operadoras* 34
1.3.5*Casa de Câmbio* 35
1.3.6*Taxi* 36
1.3.7*Locadoras de Veículos* 36
1.3.8*Marinas* 37
1.3.9*Espaços para Eventos* 37
1.3.10*CadasTur* 38

1. SÃO BERNARDO DO CAMPO – MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO

1.1. HISTÓRICO

Capital do móvel e do automóvel e 6º maior PIB (Produto Interno Bruto) do Estado de São Paulo, São Bernardo do Campo foi sede também do primeiro polo cinematográfico do país, a Companhia Vera Cruz e também do primeiro parque temático do Brasil, a Cidade da Criança.

A cidade foi fundada em 1553 por João Ramalho e era a “metade do caminho” entre São Paulo e Santos. Esta localização estratégica propiciou, no final do século 19, a vinda de um grande número de imigrantes europeus, principalmente italianos. Após a agricultura e carvoaria, surgiram as fábricas de móveis, que alçaram São Bernardo do Campo à projeção, no país, como a Capital dos Móveis.

Em 1925, o Rio Grande foi ampliado para dar origem a um dos maiores reservatórios de água da América Latina, a Represa Billings. Seu objetivo, na época, era armazenar água para o funcionamento da Usina Henry Borden, da Cia. Light & Power (concessionária de energia elétrica). Hoje, a Represa Billings abastece cinco cidades do Grande ABC, além de parte da Capital. Seu espelho d’água de mais de 106 km² contrasta com a Mata Atlântica existente na região e serve como área para contemplação, lazer e prática de esportes náuticos.

Nas décadas de 1940 e 1950, grandes transformações começaram a acontecer na cidade, partindo da emancipação do município, em 1944. Fatos importantes ocorreram neste período: a construção da Rodovia Anchieta, concluída em 1947 e a chegada de indústrias automobilísticas de grande porte, como a Volkswagen, em 1959. A Volkswagen foi precursora de outras fábricas que vieram para o município: Willys Overland (mais tarde, Ford), Chrysler (mais tarde, Mercedes-Benz), Karmann Ghia, Scania, além de diversas indústrias de peças

automotivas e do setor automobilístico, prioritariamente.

Nos anos 60, São Bernardo do Campo fabricou o primeiro automóvel 100% brasileiro: o Presidente Democrata, que foi também o mais rápido da década, montado pela Indústria Brasileira de Automóveis Presidente (IBAP).

Situada no Grande ABC, região metropolitana de São Paulo, São Bernardo do Campo é uma cidade versátil, dinâmica e inovadora. Além do grande potencial econômico, o município, que é o maior do Grande ABC, com aproximadamente 830 mil habitantes, possui extensão territorial de 408 km² e abriga um belo cenário natural e ecológico.

Polo industrial metalúrgico do Brasil e “Capital do Automóvel” por vocação, São Bernardo do Campo está localizada a 21,7 km do centro de São Paulo e a menos de 40 km do Porto de Santos, considerado o mais importante da América Latina. A cidade desfruta de uma posição privilegiada, pois passam por seu território as rodovias Anchieta, Imigrantes, Índio Tibiriçá e o trecho sul do Rodoanel. Além disso, o município fica a 20 km do Aeroporto de Congonhas, em São Paulo, e a 45 km do Aeroporto Internacional de Cumbica, em Guarulhos, o que favorece o fluxo de visitantes.

Fonte: SDECT.3

1.2 ASPECTOS GERAIS

1.2.1 LOCALIZAÇÃO E LIMITES

São Bernardo do Campo pertence à Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) e à Região do Grande ABC Paulista. Localiza-se na latitude S23°41’40’’ e longitude W 46°33’05’’.

Limites:

- Sul: Cubatão e São Vicente
- Leste: São Caetano do Sul e Santo André
- Oeste: São Paulo
- Norte: São Paulo e Diadema

1.2.2 TERRITÓRIO

Área: 408,55 km²

- 49,2% do território do Grande ABC Paulista
- 0,16% do território do estado de São Paulo

São Bernardo do Campo situa-se na bacia sedimentar de São Paulo, na porção chamada de Planalto Paulista, com relevo suavizado de morros e espigões de modestas alturas com máxima de 986,50 m e mínima de 60 m. Sua hidrografia é muito rica, formada pelas Bacias do Rio Tamanduateí (composta pelo Ribeirão dos Meninos e dos Couros e seus afluentes) e do Rio Pinheiros (composta pelo represamento do Rio Grande e seus afluentes).

- Área Urbana: 29,2%
- Área Rural: 52,2%
- Represa Billings: 18,6%
- Área de proteção aos mananciais hídricos: 53,7%
- Área de proteção ambiental: 70,8%

1.2.3.ACESSOS E DISTÂNCIAS

Aeroportos mais próximos:

- Aeroporto de Congonhas – 20 Km;
- Aeroporto Internacional de São Paulo (Guarulhos) – 45Km

Porto (marítimo / fluvial):

- Porto de Santos – 34,3 km

Estação Ferroviária mais próxima:

- Estação Pref. Celso Daniel (Santo André) – 07 Km – Linha Turquesa CPTM

Vias de acesso rodoviário:

- Via Anchieta (SP-150)
- Rodovia dos imigrantes (SP-160)
- Anel Viário Metropolitano – Corredor ABD
- Rodovia Índio Tibiriçá (SP-31)
- Rodoanel Mario Covas – Trecho Sul (SP-21)

Distâncias (em km):

- São Paulo (centro) – 21,5
- Santos (centro) – 41
- Santo André – 6
- São Caetano do Sul – 9
- Diadema – 7
- Mauá – 14
- Ribeirão Pires – 22
- Rio Grande da Serra – 40

1.2.4.CLIMA

Tropical de altitude com temperatura média de 20º, tendo as estações do ano relativamente bem definidas. Os verões se caracterizam pelo clima quente e úmido (com pluviosidade média de 248mm no mês de janeiro), enquanto os invernos têm como característica temperaturas mais amenas e menor incidência de chuvas (pluviosidade média em torno dos 68mm em julho). Primavera e outono se caracterizam como estações de transição.

1.2.5 DEMOGRAFIA

A Cidade em Números São Bernardo do Campo				
	Ano	Unidade	Valores	
Território e População				
Área	2018	Km²	408,55	-
População Total - Estimativa	2018	Pessoas	833.240	-
Densidade Demográfica	2018	Habitantes/Km²	2.039,4	-
Taxa Geométrica de Crescimento Anual - TGCA	2000/ 2010	Índice	0,85	-
Índice de Envelhecimento (Proporção de pessoas de 60 anos e mais por 100 indivíduos de 0 a 14 anos)	2018	Índice	74,73	-
População por Faixa Etária - Censo 2010				
De 0 a 14 anos	2010	Pessoas	158.544	20,8%
15 a 29 anos	2010	Pessoas	200.292	26,2%
30 a 59 anos	2010	Pessoas	328.068	43,0%
60 e mais	2010	Pessoas	76.662	10,0%
População Total	2010	Pessoas	765.463	100,0%
População por Cor/Raça - Censo 2010				
Branca	2010	Pessoas	492.840	64,4%
Preta	2010	Pessoas	37.883	5,0%
Amarela	2010	Pessoas	13.502	1,8%
Parda	2010	Pessoas	219.727	28,7%
Indígena	2010	Pessoas	771	0,1%
Sem Informação	2010	Pessoas	740	0,1%
Razão de Sexos	2010	Homens para cada 100 Mulheres	93,4	-

Fonte: www.saobernardo.sp.gov.br

- Mortalidade infantil (por mil nascidos vivos): 9,29
- IDH – Índice de Desenvolvimento Humano (2010/IBGE): 0,805

1.2.6 INFRAESTRUTURA

Apresenta 91.9% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 84.1% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 52.3% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio). Quando comparado com os outros municípios do estado, fica na posição 244 de 645, 450 de 645 e 70 de 645, respectivamente. Já quando comparado a outras cidades do Brasil, sua posição é 351 de 5570, 2070 de 5570 e 373 de 5570, respectivamente.

Fonte:https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-bernardo-do-campo/panorama

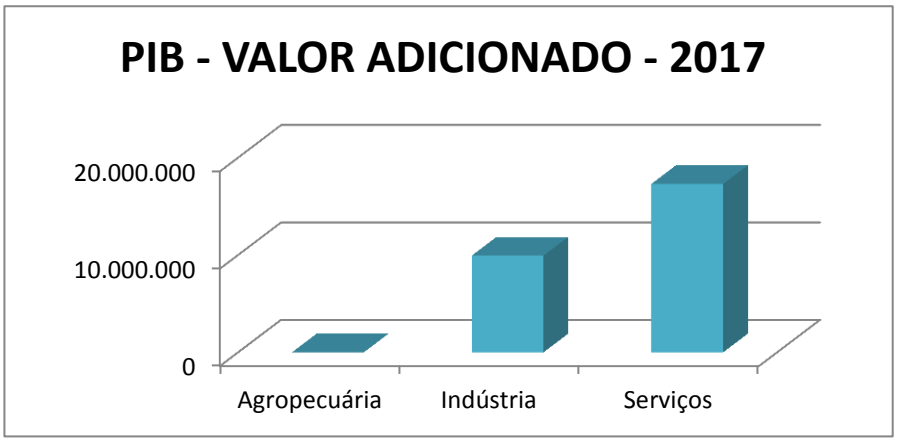
Saneamento Básico				
Zona Urbana				
Coleta de Lixo – Nível de Atendimento (Em %)	2010	Domicílios	100,0%	-
Abastecimento de Água – Nível de Atendimento (Em %)	2010	Domicílios	99,0%	-
Esgoto Sanitário – Nível de Atendimento (Em %)	2010	Domicílios	90,2%	-
Zona Rural				
Coleta de Lixo – Nível de Atendimento (Em %)	2010	Domicílios	97,5%	-
Abastecimento de Água – Nível de Atendimento (Em %)	2010	Domicílios	34,5%	-
Esgoto Sanitário – Nível de Atendimento (Em %)	2010	Domicílios	13,6%	-

Fonte: www.saobernardo.sp.gov.br

1.2.7 ECONOMIA

São Bernardo do Campo ocupa uma posição privilegiada quando o assunto é economia. Apesar da característica industrial, setores como o de comércio e serviços contribuem significativamente para o aumento do PIB e o consequente desenvolvimento econômico.

Variável	PIB Valor Adicionado
Agropecuária	*7.202,98*
Indústria	*9.186.786,28*
Serviços	*24.370.060,27*



Fonte: IBGE

PRODUTO INTERNO BRUTO – MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO- 2017

PIB A PREÇOS CORRENTES		
Série revisada	44.680.389,37	(x 1000) R$
PIB PER CAPITA		
Série revisada	53.998,54	R$

VALOR ADICIONADO BRUTO A PREÇOS CORRENTES		
Série revisada	36.572.114,96	(x 1000) R$
ATIVIDADE ECONÔMICA		
Agropecuária	7.202,98	(x 1000) R$
Indústria	9.186.786,28	(x 1000) R$
Serviços - exclusive administração, defesa, educação e saúde públicas e seguridade social	24.370.060,27	(x 1000) R$
Administração, defesa, educação e Saúde públicas e seguridade social	3.008.065,43	(x 1000) R$
IMPOSTOS, LÍQUIDOS DE SUBSÍDIOS, SOBRE PRODUTOS, A PREÇOS CORRENTES		
Série revisada	8.108.274,41	(x 1000) R$

Fonte: IBGE

1.2.8 FROTA MUNICIPAL

Frota São Bernardo do Campo 2018	
Automóvel	403.005
Caminhão	11.486
Caminhão trator	8.063
Caminhonete	33.838
Camioneta	24.763
Micro-Ônibus	2.583
Motocicleta	72.964
Motoneta	12.488
Ônibus	4.135
Trator de rodas	263
Utilitário	5.302
Outros	68

Fonte: IBGE

1.2.9 SAÚDE

São Bernardo do Campo, por meio do Sistema Único de Saúde – SUS (que conta com mais de 70 estabelecimentos), oferece atendimento médico de urgência para turistas e visitantes em diversos pontos do território, tanto em Unidades de Pronto Atendimento – UPAs, quanto em hospitais de urgência. Estão presentes também na cidade importantes clínicas e hospitais da rede privada.

SAMU 192 - Linha telefônica gratuita 192

Unidades de Pronto Atendimento – UPA's

- UPA Alves Dias/Assunção
  Av. Humberto de A. C. Branco, 4.220 - Alves Dias
  upa.alvesassuncao@saobernardo. sp.gov.br

- UPA Baeta Neves
  Rua dos Vianas, 933 - Baeta Neves
  upa.baeta@saobernardo.sp.gov.br

- UPA Demarchi/Batistini
  Rua Valdomiro Luiz, 279 - Demarchi
  upa.dembatis@saobernardo.sp.gov.br

- UPA Pauliceia/Taboão
  Rua Pedro de Toledo, 326 - Pauliceia
  upa.paultab@saobernardo.sp.gov.br

- UPA Riacho Grande
  Rua Marcilio Conrado, 333 - Riacho Grande
  upa.riachogrande@saobernardo. sp.gov.br

- UPA Rudge Ramos
  Rua Angela Tomé, 256 - Rudge Ramos
  upa.rudgeramos@saobernardo. sp.gov.br

- UPA Silvina/Ferrazópolis
  Av. José Fornari, 509 - Ferrazópolis
  pa.silvina@saobernardo.sp.gov.br

- UPA União/Alvarenga
  Est. dos Alvarengas, 5.779 - Alvarenga
  upa.uniao@saobernardo.sp.gov.br

- UPA Vila São Pedro
  Av. Dom Pedro de Alcântara, 273 - Montanhão
  upa.vilasaopedro@saobernardo.sp.gov.br

Hospital e Pronto-Socorro Central

Unidade hospitalar dedicada às urgências e emergências traumáticas e clínicas, com funcionamento 24 horas. O Pronto-Socorro Central (HPSC) é o estabelecimento da rede municipal de saúde que recebe a maior demanda de pacientes de urgência e serve de referência para as nove UPAs. Além das internações, a unidade realiza consultas, exames de análises clínicas e imagem e pequenos procedimentos cirúrgicos. Especialidades: clínica, ortopedia, cirurgia geral, pediatria e oftalmologia. As urgências e emergências em odontologia são atendidas apenas no horário das 19h às 7h, de segunda a sexta-feira. Nos finais de semana e feriados, o serviço de odontologia funciona em regime de 24 horas.
Rua SecondoModolin, 449 – Centro

Hospitais da Rede Privada

- Hospital São Bernardo

Endereço: Av. Lucas Nogueira Garcez, 400 - Jardim do Mar
www.gndi.com.br/web/gndi-mobile/hospital-sao-bernardo

- Hospital Next São Bernardo
  Endereço: Av. Lucas Nogueira Garcez, 540 - Jardim do Mar
  www.nextsaudesite.com.br

- Hospital Assunção
  Endereço: Av. João Firmino, 250 – Assunção
  www.rededorsaoluiz.com.br/hospital/assuncao

- Hospital IFOR
  Endereço: R. Américo Brasiliense, 596 – Centro
  www.rededorsaoluiz.com.br/hospital/ifor

- Hospital e Maternidade NotreCare ABC
  Endereço: Av. Pereira Barreto, 846 - Baeta Neves
www.gndi.com.br/pt/hospitalnotrecareabc

- Hospital Sancta Maggiore
  Endereço: Rua Duque d'Abruzzo, 40 - Rudge Ramos
  www.preventsenior.com.br

- Hospital Neomater
Endereço: Av. Winston Churchill, 151 - Rudge Ramos
www.neomater.org.br

1.2.10 EDUCAÇÃO

São Bernardo do Campo, conta com importante e vasta rede de ensino. Na Educação Fundamental I computa cerca de 85 mil alunos na Rede Municipal. Também registra respeitável número de escolas de ensino médio da rede privada e destacadas universidades de âmbito nacional, tais como a FEI e a Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo, colocando a cidade como grande formadora de profissionais em variados segmentos.

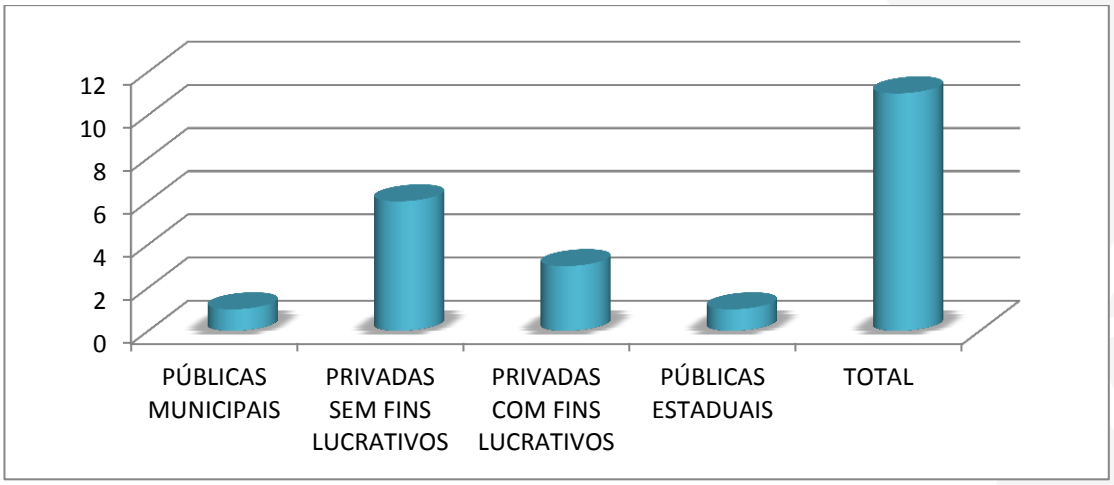
Educação				
Taxa de Analfabetismo da População de 15 Anos e Mais	2010	Pessoas	3,0%	-
Matrículas em Creche – Rede Municipal [2]	2017	Alunos	16.257	-
Matrículas em Pré-escola - Rede Municipal	2017	Alunos	17.052	-
Matrículas em Ensino Fundamental (Anos Iniciais) - Rede Municipal	2017	Alunos	43.992	-
Índice Desenvolvimento Educação Básica - IDEB - Rede Municipal	2017	Índice	6,9	-

Fonte: PMSBC

EDUCAÇÃO	
Taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade [2010]	**97,6** %
IDEB – Anos iniciais do ensino fundamental (Rede pública) [2017]	**6,9**
IDEB – Anos finais do ensino fundamental (Rede pública) [2017]	**4,9**
Matrículas no ensino fundamental [2018]	**97.226** matrículas
Matrículas no ensino médio [2018]	**30.351** matrículas
Docentes no ensino fundamental [2018]	**5.306** docentes
Docentes no ensino médio [2018]	**2.085** docentes
Número de estabelecimentos de ensino fundamental [2018]	**202** escolas
Número de estabelecimentos de ensino médio [2018]	**98** escolas

Fonte: IBGE

Instituições de Ensino Superior de São Bernardo do Campo	
PÚBLICAS MUNICIPAIS	1
PRIVADAS SEM FINS LUCRATIVOS	7
PRIVADAS COM FINS LUCRATIVOS	4
PÚBLICAS ESTADUAIS	1
TOTAL	13



Fonte: MEC

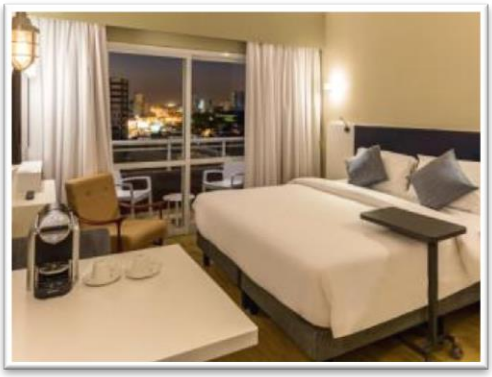
Código Mantenedora	Instituição(IES)	Sigla	Endereço	Tipo de Credenciamento	Natureza Jurídica
166	CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO EDUCACIONAL INACIANA PE SABÓIA DE MEDEIROS (FEI)	FEI	Avenida Humberto Alencar Castelo Branco - 3972 - CEP: 09850-901 - Assunção	Presencial - Superior	Privada sem fins lucrativos
16452	FACULDADE ANHANGUERA DE SÃO BERNARDO	-	Rua Atlântica - 729 - CEP: 09750-480 - Jardim do Mar	Presencial - Superior	Pessoa Jurídica de Direito Privado - Com fins lucrativos - Sociedade Civil
17532	FACULDADE DE DIREITO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO (FDSBC)	FDSBC	Rua Java - 425 - CEP: 09750-650 - JARDIM DO MAR	Presencial - Superior	Pessoa Jurídica de Direito Público - Municipal
16134	FACULDADE DE SÃO BERNARDO DO CAMPO (FAPAN)	FAPAN	Rua Marechal Deodoro - 1928 - CEP: 09710-201 - Centro	Presencial - Superior	Privada com fins lucrativos
167	FACULDADE DE SÃO BERNARDO DO CAMPO - FASB (FASB I)	FASB I	Rua Américo Brasiliense - 449 - CEP: 09715-020 - Centro	Presencial - Superior	Privada sem fins lucrativos
33	FACULDADE DE TECNOLOGIA DE SÃO BERNARDO DO CAMPO (FATEC-SB)	FATEC-SB	Avenida Pereira Barreto - 400 - CEP: 09751-000 - Vila Baeta Neves	Presencial - Superior	Pessoa Jurídica de Direito Público - Estadual
796	Faculdade de Tecnologia Senai Mario Amato (SENAI)	SENAI	Avenida José Odorizzi - 1555 - CEP: 09861-000 - Assunção	Presencial - Superior	Privada sem fins lucrativos
2092	FACULDADE DE TECNOLOGIA TERMOMECÂNICA (FTT)	FTT	Estrada dos Alvarengas - 4001 - CEP: 09850-550 - Alvarenga	Presencial - Superior	Privada sem fins lucrativos
554	FACULDADE INTERAÇÃO AMERICANA (FIA)	FIA	Avenida Lucas Nogueira Garcez - - CEP: 09750-660 - Centro	Presencial - Superior	Privada sem fins lucrativos
16298	FACULDADE MAURÍCIO DE NASSAU SÃO BERNARDO DO CAMPO (FMN SBC)	FMN SBC	Rua Tenente Salles - 229 - CEP: 09720-130 - Centro	Presencial - Superior	Pessoa Jurídica de Direito Privado - Com fins lucrativos - Sociedade Civil
222	FACULDADE NOVE DE JULHO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO (NOVE-SBC)	NOVE-SBC	Avenida Dom Jaime de Barros Câmara - 90 - CEP: 09895-400 - Planalto	Presencial - Superior	Privada sem fins lucrativos
16351	FACULDADE SÃO BERNARDO DE TECNOLOGIA (SBTEC)	SBTEC	Avenida Lucas Nogueira Garcez - 452 - CEP: 09750-660 - Centro	Presencial - Superior	Privada com fins lucrativos
123	UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO (UMESP)	UMESP	Rua do Sacramento - 230 - CEP: 09640-000 - Rudge Ramos	EAD - Superior / Presencial - Superior	Privada sem fins lucrativos

Fonte : Ministério da Educação – MEC 2020

1.3 SERVIÇOS DE APOIO AOS VISITANTES E TURISTAS

São Bernardo do Campo possui completa infraestrutura para receber os visitantes e turistas. A atuação do poder público local, associada ao interesse de investidores, vem contribuindo para a modernização e crescimento do setor de serviços. A ampliação da rede hoteleira com a chegada da Rede Francesa Accor e a instalação de novos empreendimentos gastronômicos tornam a cidade mais preparada para recepcionar todos os tipos de turistas. Completam a diversidade de serviços turísticos diversas casas de câmbio, locadoras de veículos, agências de viagens, transportes, marinas, casas de shows, espaços para eventos, entretenimento e *shoppings centers*.

1.3.1 HOSPEDAGEM



- **APARTHOTEL ADÁGIO SÃO BERNARDO DO CAMPO**
  Praça Samuel Sabatini, 222 – Bairro Centro
  www.all.accor.com

Serviços:acesso para cadeira de rodas, internet, centro de negócios, sala de reuniões, estacionamento, instalações para crianças, *pet friendly*, academia, restaurante.

- **ASTRON SAINT MORITZ**

Rua João Pessoa, 124 – Bairro Centro
www.astron.com.br
Serviços:Bar, restaurante, serviço de quarto, estacionamento com manobrista, *fitness center*, piscina , sauna, serviço de lavanderia.

- **HOTEL HETRÓPOLIS**

Avenida Paulo Afonso, 470 – Bairro Nova Petrópolis
www.hetropolishotel.com.br
Serviços:Recepção 24/7, café da manhã, sala de eventos, estacionamento.

- **IBIS BUDGET SÃO BERNARDO DO CAMPO**
  Praça Samuel Sabatini, 234 – Bairro Centro
  www.all.accor.com
  Serviços: Estacionamento com manobrista, pet friendly (15kgs), acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida, recepção 24/7, *wi-fi*, café da manhã, restaurante *buffet self-service*, bar, área para passar roupa, serviço de cópia/impressão.

- **IBIS SÃO BERNARDO DO CAMPO**

Praça Samuel Sabatini, 230 – Bairro Centro
www.all.accor.com
Serviços: Estacionamento com manobrista, pet friendly (15kgs), acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida, recepção 24/7, *wi-fi*, café da manhã, restaurante *buffet self-service*, bar, área para passar roupa, serviço de cópia/impressão.

- **PAMPAS PALACE HOTEL**

Avenida Barão de Mauá, 71 – Bairro Jardim Maria Adelaide.
www.pampaspalacehotel.com.br
Serviços:Sala para eventos, academia, *wi-fi*, piscina, bar e restaurante.

- **TWIN TOWERS FLAT**

Rua Santa Filomena, 999 – Bairro Centro
www.twintowersflat.com.br
Serviços:*wi-fi*, *transfers*, suítes (*cooktop*, microondas, frigobar e louças), estacionamento com manobrista, serviço de quarto (camareira e *roomservice*).

1.3.2 ALIMENTOS & BEBIDAS

A LA CARTE

- **DONA JOANNA ESPAÇO GOURMET**

Rua Olávo Gonçalves, 257 – Bairro Vila Goncalves
www.donajoanna.com.br

- **RESTAURANTE OTAVIANO**
  Rua Municipal, 541 – Bairro Centro
  www.restauranteotaviano.com.br

ÁRABE

- **KALIFA'S PRATOS ÁRABES**
  Rua Helena Jacquey, 149 – Bairro Rudge Ramos
  www.kalifas.com.br

- **MAKTUB – ESPECIALIDADES ÁRABES**
  Rua Gonçalves Dias, 280 – Bairro Jardim Portugal
  www.maktubarabe.com.br

- **SYRIAN FOOD – COMIDA ÁRABE**
  Rua Marli, 29 – Bairro Jardim do Mar
  www.syrianfood11.vtto.com.br

BARES / BARZINHOS

- **ADEGA DO DINO**
  Rua Jundiaí, 254 - Bairro Baeta Neves

- **BAR CENTRAL**
  Avenida Kennedy, 180 –Bairro Jardim do Mar
  www.barcentral.com.br

- **BAR DO ANDRÉ**
  Avenida Imperatriz Leopoldina, 631 - BairroNova Petrópolis

- **BOTECO ADONIRAN**
  Avenida Kennedy, 579 - Bairro Jardim do Mar
  www.botecoadoniran.com.br

- **BRASA BAR**
  Avenida Kennedy, 888 -Bairro Jardim do Mar
  www.brasabar.com.br

- **DON QUIXOTE PIZZA BAR**
  Avenida Kennedy, 605 - Bairro Jardim do Mar
  www.pizzariadonquixote.com.br

- **FLAG BAR**
  Avenida Kennedy, 304 - Bairro Vila Marly
  www.flagbar.com.br

- **LA REVOLUCIÓN BAR**
  Avenida Kennedy, 699 - Bairro Vila Dayse
  www.larevolucionbar.com.br

- **LIVERPOOL BAR**
  Avenida Kennedy, 819 - Bairro Jardim do Mar
  www.liverpoolbar.com.br

- **MACAXEIRA**
  Avenida Senador Vergueiro, 2124 - Bairro Jardim do Mar
www.macaxeirarestaurante.com.br

- **TATU BOLA**
Avenida Kennedy, 1250 - Bairro Jardim do Mar
  www.tatubolabar.com.br

CAFETERIA

- **ABBA CAFÉ**
  Rua Augusto Frederico Schimidt, 25 – Bairro Anchieta
  www.cafeabba.negocio.site

- **FRESATO CAFFÈ**
  Avenida Kennedy, 700 – Bairro Parque São Diogo (Shopping Golden Square)

- **HOFFEN CAFETERIA**
  Rua Rio Branco, 427 – Bairro Centro
  www.hoffencafeteria.com.br

- **KOPENHAGEN**
  Avenida Rotary, 624 - Bairro Centro (São Bernardo Plaza Shopping)
  Avenida Antártico, 218 – Bairro Vila Marlene
  Avenida Kennedy, 700 – Bairro Parque São Diogo (Shopping Golden Square)
  www.kopenhagen.com.br

CHINÊS

- **CHINA IN BOX**
  Rua Padre Lustosa, 22 –Bairro Centro
  www.chinainbox.com.br

- **LIG- LIG**
  Avenida Antártico, 424 – Bairro Jardim do Mar

www.liglig.com.br

- **RESTAURANTE KIRIN**
  Avenida Lucas Nogueira Garcez, 575 – Bairro Jardim do Mar

CHURRASCARIA

- **PÁRA PEDRO**
  Avenida Maria ServideiDemarchi, 2580 – Bairro Demarchi
  www.churrascariaparapedro.com.br

- **PICANHA DE OURO**
  Avenida Winston Churchill, 901 – Bairro Rudge Ramos

- **PINHEIRÃO GRILL**
  Avenida Maria ServideiDemarchi, 2142 – Bairro Demarchi
  www.pinheiraogrill.com.br

- **STAR GRILL**
  Rua Álvaro Alvim, 400 – Bairro Paulicéia
  www.stargrill.com.br

- **TENDALL GRILL**
  Avenida Dr. Rudge Ramos, 455 – Bairro Rudge Ramos
  www.tendallgrill.com.br

- **VARANDÃO**
  Rua São José, 50 – Bairro Paulicéia
  www.varandao.com.br

COMIDA TÍPICA

- **BAR DO BOLINHO (Bolinho de Carne)**

Rua João Pessoa, 262 –Bairro Centro
Rua General Osório, 43 – Bairro Centro
Av. Rotary, 624 –Bairro Ferrazópolis (São Bernardo Plaza Shopping)
www.bardobolinho.com.br

- **BERLIN (Costelaria)**
  Avenida Kennedy, 510 – Bairro Jardim do Mar
  www.costelariaberlin.com.br

- **CANTINA DO ZELÃO (Caldo de Mocotó)**

Rua Jurubatuba, 926 – Bairro Centro
www.cantinadozelao.com.br

- **CARAVANA GRILL (Comida Mineira)**

Rua Carlos Olávo Vicentini, 77 – Bairro Planalto
www.caravanagrill.com.br

- **COSTELA & CIA (Costelaria)**
  Av. Winston Churchill, 480 – Bairro Vila Caminho do Mar
  www.costelaecia.com.br

- **GALETERIA METRÓPOLIS**
  Avenida Imperatriz Leopoldina, 441 – Bairro Nova Petrópolis
  www.galeteriametropolis.com.br

- **GIJO'S RESTAURANTE (Chuleta Paulista)**
  Rua Cristiano Angeli, 930 – Bairro Assunção
  www.gijosrestaurante.com.br

- **RANCHO DO COMANCHE (Porco no Rolete)**

Rua Antônio Vertamatti, 83 – Bairro Zanzalá
www.ranchodocomanche.com.br

COZINHAINTERNACIONAL

- **AMÍ BISTRÔ (antigo Bistrô da Enoteca)**
  Avenida Kennedy, 38 – Bairro Jardim do Mar

www.amibistro.com.br

- **CENA RESTAURANTE**
  Rua Dr. Fláquer, 571 – Bairro Centro
  www.cenagastronomia.com.br

- **CENTRO EQUESTRE SÃO BERNARDO**

Estrada Marco Polo, 4934 – Bairro Batistini
www.cesb.com.br

DOCERIAS

- **BARILOCHE DOCERIA**
  AvenidaKennedy, 170 - Bairro Jardim do Mar
  www.bariloche.com.br

- **CROASONHO**
  Avenida Antártico, 321 - Bairro Jardim do Mar
  www.croasonho.com.br

- **FLAMY DOCERIA**
  Rua João Pessoa, 156 - Bairro Centro
  Site :www.flamy.com.br

- **ROYAL SWEET**
  Rua Dr. Fláquer, 565 -Bairro Centro
  www.royalsweet.com.br

- **SODIÊ**
  Avenida Antártico, 354 – Bairro Jardim do MarAvenida Kennedy, 700–Bairro Parque São Diogo (Shopping Golden Square)
  Avenida Rotary, 624 - Bairro Centro (São Bernardo Plaza Shopping)
  www.sodiedoces.com.br

ESPANHOL

- **TAPAS Y PAELLAS**
  Rua José Lobo, 44 – Bairro Jardim Maria Adelaide
  www.entretapasypaellas.com.br

EXECUTIVO/*SELF SERVICE*

- **MONTINI**

Avenida Imperatriz Leopoldina, 231 – Bairro Nova Petrópolis

- **PÁTIO MUNICIPAL**
  Rua Municipal, 106 – Bairro Centro

FAST FOOD

- **BURGER KING**
  Avenida Brigadeiro Faria Lima, 1499 - Bairro Centro
  Avenida Francisco Prestes Maia, 1001 –Bairro Nova Petrópolis
  Avenida Kennedy, 700 – Bairro Parque São Diogo (Shopping Golden Square)
  Avenida Rotary, 624 - Bairro Centro (São Bernardo Plaza Shopping)
  Praça Samuel Sabatini, 200 –Bairro Centro (Shopping Metrópole)
  www.burguerking.com.br

- **KFC**
  Avenida Rotary, 624 - Bairro Centro (São Bernardo Plaza Shopping)
  www.kfcbrasil.com.br

- **MC DONALD'S**

Avenida Kennedy, 700 – BairroParque São Diogo (Shopping Golden Square)
Avenida Rotary, 624 - Bairro Centro (São Bernardo Plaza Shopping)
Avenida Francisco Prestes Maia, 1061 –Bairro Santa Terezinha
Praça Samuel Sabatini, 200 –Bairro Centro (Shopping Metrópole)
Avenida Senador Vergueiro, 2000 –Bairro Jardim Três Marias
Avenida Brigadeiro Faria Lima, 3109 - Bairro Centro
www.mcdonalds.com.br

- **POPEYE'SLOUISIANA KITCHEN**
  Avenida Rotary, 624 - Bairro Centro (São Bernardo Plaza Shopping)
  Praça Samuel Sabatini, 200 – Bairro Centro (Shopping Metrópole)
  www.popeyesbrasil.com.br

- **SUBWAY**

Avenida Kennedy, 700 – Bairro Parque São Diogo (Shopping Golden Square)
Avenida Rotary, 624 - Bairro Centro (São Bernardo Plaza Shopping)
Praça Samuel Sabatini, 200 – Bairro Centro (Shopping Metrópole)
Avenida Francisco Prestes Maia, 1032 – Bairro Centro
Av. João Firmino, 1300 – Bairro Assunção
www.subway.com/pt-BR

FLUTUANTES

- **ATREVIDUS**

Avenida da Praia, 320 – Bairro Riacho Grande (Represa Billings)

- **CARAVELAS**
  Avenida da Praia, 320 – Bairro Riacho Grande (Represa Billings)
  www.restauranteflutuante.com.br

- **NAUTILUS IV**

Avenida da Praia, 320 – Bairro Riacho Grande (Represa Billings)
www.flutuantenautilus4.wixsite.com

- **NETUNO**

Estrada Velha do Mar – Km 35,5 – Bairro Riacho Grande (Represa Billings)
www.flutuantenetuno.com.br

FRANGO COM POLENTA

- **BOSQUE DO MORASSI**
  Estrada Assumpta Sabatini Rossi, 75 – Bairro Batistini

- **CAPASSI**
  Estrada Galvão Bueno, 4648 – Bairro Batistini

- **RESTAURANTE DO GAIA**
  Rua MateosDemarchi, 145 – Bairro Demarchi
  www.gaiarestaurante.com.br

- **SANTO ANTONIO**
  Estrada Galvão Bueno, 5070 – Bairro Batistini

ITALIANO

- **CANTINA FRATELLI D'ITÁLIA**
  Rua Dr. Fláquer, 515 – Bairro Centro
  www.cantinafratelli.com.br

- **CANTINA LA DOLCE VITA**
  Avenida Imperatriz Leopoldina, 180 – Bairro Nova Petrópolis

- **LA TRATTORIA DI JAIME**
  Rua Pedro Setti, 234 – Bairro Centro
  www.latrattoriadijaime.com.br

- **PECORINO**
  Avenida Kennedy, 700–Bairro Parque São Diogo (Shopping Golden Square)
  www.pecorino.com.br

JANTAR CASUAL

- **AMERICAN PRIME STEAKHOUSE**
  Avenida Kennedy, 700–Bairro Parque São Diogo (Shopping Golden Square)
  www.americanprime.com.br

- **OUTBACK STEAKHOUSE**
  Praça Samuel Sabatini , 200 - Bairro Centro (Shopping Metrópole)
  www.outback.com.br

JAPONÊS / TEMAKERIA

- **ASAMI SUSHI**
  Avenida das Nações Unidas, 50 – Bairro Centro
  www.asamisushi.com.br

- **BAR DO CHICO**

Rua Álvaro Alvim, 357 – Bairro Paulicéia
www.bardochicoabc.com.br

- **HEIWA RESTAURANTE**
  Rua Dr. Fláquer, 640 – Bairro Centro

- **ITOSHII SUSHI**
  Avenida Lucas Nogueira Garcez, 912 – Bairro Jardim do Mar
  www.itoshi.com.br

- **KAWAGE SUSHI**
  Rua Continental, 372 – Bairro Jardim do Mar
  www.kawagesushi.com.br

- **NAKOO SUSHI**
  Rua Baffin, 166 – Bairro Jardim do Mar
  www.nakoosushi.com.br

- **RESTAURANTE KIRIN**
  Avenida Lucas Nogueira Garcez, 575 – Bairro Jardim do Mar

- **RESTAURANTE TORÁ**
  Avenida Winston Churchill, 250 – Bairro Rudge Ramos
  www.restaurantetora.com.br

- **SR. TEMAKI**
  Rua Ártico, 108 – Bairro Jardim do Mar

- **TAMAGOCHI SUSHI GARDEN**
  Rua Flávio Fongaro, 585 – Bairro Vila Marlene
  www.tamagochisushigarden.com.br

- **YUKUSUE SUSHI**
  Avenida Antártico, 240 – Bairro Jardim do Mar
  www.yukusue.com.br

- **ZENSEI SUSHI**
  Avenida Getúlio Vargas, 47 – Bairro Baeta Neves
  www.zenseisushi.com.br

LANCHES ESPECIAIS

- **COZINHA DOS FUNDOS**
  Avenida Antártico, 261 –Bairro Jardim do Mar

- **HOCCA BAR**
  Avenida Rotary, 624 –Bairro Ferrazópolis
  www.hoccabar.com.br

- **JOHNNY ROCKETS**
  Avenida Kennedy, 700–Bairro Parque São Diogo (Shopping Golden Square)
  www.johnnyrockets.com.br

- **MADERO**
  Avenida Kennedy, 1200 – Bairro Jardim do Mar
  www.restaurantemadero.com.br

- **MY BLEND BURGUER & DRINKS**
  Avenida Kennedy, 550 –Bairro Jardim do Mar
  www.myblendburger.com.br

- **SANDUICHERIA PETRÓPOLIS**
  Avenida Imperatriz Leopoldina, 345 –Bairro Nova Petrópolis

- **THE MELLO'S BURGER**
  Praça Giovani Breda, 219 –Bairro Assunção
  www.themellosburger.com.br

- **V8 BURGUER**
  Avenida Paulo Afonso, 521 –Bairro Nova Petrópolis
  www.v8burger.com.br

MEXICANO

- **SANTO DEUS**
  Rua Dr. Baeta Neves , 136 - Bairro Baeta Neves
  Avenida Lucas Nogueira Garcez, 975 – Bairro Jardim do Mar
  www.santodeusrestaurante.com.br

- **SI SEÑOR!**
  Praça Samuel Sabatini , 200 - Bairro Centro (Shopping Metrópole)
  www.sisenor.com.br

PADARIAS E CONFEITARIAS

- **BELLA PETRÓPOLIS**
  Rua Cidade de São Sebastião, 201 – Bairro Nova Petrópolis
  www.bellapetropolis.com.br

- **KENNEDY BOUTIQUE DE PÃES**
Avenida Kennedy,535 – Bairro Vila Marlene
  www.panificadorakennedy.com.br

- **PADARIA BRASILEIRA**
  Rua Dr. Fláquer, 639 - Bairro Centro
  www.padariabrasileira.com.br

- **PADARIA CIDADE DA CRIANÇA**
  Avenida Kennedy, 20 –Bairro Jardim do Mar

- **PADARIA NOVA SÃO BERNARDO**
  Avenida Álvaro Guimarães, 443 - Bairro Planalto

- **PANIFICADORA TRANZA**
  Avenida Álvaro Guimarães, 681 -Bairro Planalto
  www.padariatranza.com.br

- **PADARIA VILA ROSA**
  Avenida Humberto de Alencar Castelo Branco, 533 - Bairro Independência
  www.panificadoravilarosa.com.br

- **PADARIA VITÓRIA REGIA**
  Rua GiacintoTognato 480 - Bairro Baeta Neves
  www.padariavitoriaregia.com.br

PARRILLA ARGENTINA

- **BRASA BAR**
  Avenida Kennedy, 888 – Bairro Jardim do Mar
  www.brasabar.com.br

- **ESTAÇÃO LEOPOLDINA**
  Avenida Imperatriz Leopoldina, 420 – Bairro Nova Petrópolis
  www.estacaoleopoldina.com.br

PASTELARIA

- **PASTEL BERTIOGA**
  Rua Frei Gaspar, 29 - Bairro Centro
  www.pasteldebertioga.com.br

- **ROTISSERIE NÁPOLI**
  Rua Oragnof, 465 – Bairro Planalto
  www.rotisserienapolinapoli.com.br

- **THE PAZTEL**
  Rua Continental, 320 – Bairro Jardim do Mar
  www.thepaztel.com.br

PEIXES E FRUTOS DO MAR

- **BELLO MAR**
  Rua Continental, 331 – Jardim do Mar

- **PRAIANO – O REI DO ABADEJO**
  Estrada Velha do Mar – SP-148 – Km 32 – Bairro Riacho Grande
  www.restaurantepraiano.com.br

- **RESTAURANTE ESTRELA MAR**
  Avenida Amazonas, 158 – Bairro Rio Grande
  www.estrelamarrestaurante.com.br

- **RESTAURANTE MARINA AWM**
  Avenida Amazonas, 254 – Bairro Rio Grande

- **RESTAURANTE MIRANTE**
  SP-148 Km 34,5 nº 6623 – Bairro Riacho Grande
  www.miranterestaurante.com.br

PERUANO

- **TUMI CEVICHERIA E RESTAURANTE PERUANO**
  Avenida Francisco Prestes Maia, 1362 – Bairro Centro
  www.tumicevicheria.negocio.site

PIZZARIA

- **CONTAINER DA PIZZA**
  Avenida Francisco Prestes Maia, 915 – Bairro Centro
  www.containerdapizza.com.br

- **DOMINO'S**

Rua Tiradentes, 492 – Bairro Santa Terezinha

Avenida Senador Vergueiro, 2123 – Bairro Rudge Ramos
Avenida Capitão Casa, 1190 – Bairro Vila Jerusalém
www.dominos.com.br

- **DON QUIXOTE PIZZARIA**

Avenida Kennedy, 605 - Bairro Jardim do Mar
www.pizzariadonquixote.com.br

- **PIZZARIA ANTÁRTICO**

Avenida Antártico, 279 – Bairro Jardim do Mar
www.pizzariaantartico.com.br

- **PIZZARIA DO GINO**

Rua Municipal, 192 – Bairro Centro
www.pizzariadogino.com.br

- **PIZZARIA GIRADINO**

Avenida Caminho do Mar, 3348 – Bairro Rudge Ramos
www.pizzariagiradino.com.br

- **SALA VIP**

Rua Bela Vista, 391 – Bairro Centro
www.salavippizzaria.com.br

- **SANTO DISCO PIZZARIA**

Rua Carlos Gomes, 314 – Bairro Centro
www.santodisco.pedircomida.com.br

- **SPETTACOLARE PIZZA E VINHO**

Rua Carlos Del Prete, 106 – Bairro Centro

PORTUGUESA

- **BACALHAU E VINHO VERDE**
  Rua Padre Lustosa, 374 – Bairro Centro
  www.emporiodobacalhau.com.br

SORVETERIA

- **BARILOCHE**
  Avenida Kennedy, 170 – Bairro Jardim do Mar

www.bariloche.com.br

- **CHIQUINHO SORVETES**
  Avenida Rotary, 624 - Bairro Centro (São Bernardo Plaza Shopping)
  Praça Samuel Sabatini, 200 – Bairro Centro (Shopping Metrópole)
  Avenida Kennedy, 700 – Bairro Parque São Diogo (Shopping Golden Square)
  www.chiquinho.com.br

- **GRANELLO SORVETES**
  Avenida Caminho do Mar, 3259 – Bairro Rudge Ramos
  www.sorvetesgranello.com.br

- **SORVETERIA E AÇAÍ MILK SHAKE MIX**
  Rua ErnestaPelosini, 82 – Bairro Nova Petrópolis
  Avenida Robert Kennedy, 3141 – Bairro Assunção

1.3.3 ENTRETENIMENTO

- **BOM BOLICHE**
  Avenida Rotary, 624 - Bairro Centro (São Bernardo Plaza Shopping)
  Rua García Lorca, 301 –Bairro Paulicéia (Extra Anchieta)
  www.bomboliche.com.br

➢ **CINEMAS**
  - São Bernardo Plaza Shopping(Cinépolis)
  - Shopping Golden Square (Cinemark)
  - Extra Anchieta (Cinemark)
  - Shopping Metrópole (Playarte)

- **ESTÂNCIA ALTO DA SERRA**
  EstradaNévioCarlone, 03 - Bairro Riacho Grande
  Atividades: *paintball*, tirolesa, arvorismo, parede de escalada, pedalinho, campo de futebol, passeio a cavalo e shows musicais.
  www.estancia.com.br

- **JUMP MANIA**
  Avenida Rotary, 624 - Bairro Centro (São Bernardo Plaza Shopping)
  www.jumpmaniabrasil.com.br

- **KART INDOOR SPEED HUNTER**
  Avenida Kennedy, 700 – Bairro Parque São Diogo (Shopping Golden Square)

- **KART SBC**
  Rua Curumins, 1 - Bairro Riacho Grande

- **POUSADA DOS PESCADORES**
  SP-148 Km 36, 6825 -Bairro Riacho Grande
  Atividades: tirolesa, passeio a cavalo, pesqueiro, fazendinha, atividades para crianças e shows musicais.
  www.pousadadospescadores.com.br

- **RANCHO MIX**
  Avenida Kennedy, 792 –Bairro Jardim do Mar
  Atividades: danceteria e shows musicais.
  www.ranchomix.com.br

1.3.4 AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORAS

- **AGAXTUR**

Avenida Rotary, 624 - Bairro Centro (São Bernardo Plaza Shopping)
www.agaxturviagens.com.br

- **AKARUI OPERADORA DE TURISMO**

Rua José Versolato, 111- Torre B - Sala 3407 –Bairro Centro
www.akarui.tur.br

- **C I INTERCÂMBIO E VIAGEM**

Rua Ártico, 300 – Bairro Vila Marlene
www.ci.com.br

- **CVC**

Avenida Rotary, 624 - Bairro Centro (São Bernardo Plaza Shopping)
Avenida Kennedy, 700 – Bairro Parque São Diogo (Shopping GoldenSquare)
Praça Samuel Sabatini, 200 – Bairro Centro (Shopping Metrópole)
Avenida Francisco Prestes Maia, 81 – Bairro Centro
Rua Marechal Deodoro, 2785 – Bairro Centro (Hiper Big SBC)
Rua Garcia Lorca, 301 – Bairro Paulicéia (Extra Supermercado)
Av. Taboão, 4177 – Bairro Taboão
Av. João Firmino, 690 – Bairro Assunção (Joanin Supermercado)
Av. Senador Vergueiro, 2100 – Bairro Anchieta (Carrefour Vergueiro)
www.cvc.com.br

- **FERIANI TURISMO**

Avenida Lucas Nogueira Garcez, 539 –Bairro Jardim do Mar
www.ferianiturismo.com.br

- **HOMETUR PREMIUM**

Avenida Pereira Barreto, 615 –Bairro Centro
www.hometur.tur.br

- **LATAM VIAGENS**

Praça Samuel Sabatini, 200 – Bairro Centro (Shopping Metrópole)
www.latam.com

- **PIQUETUR VIAGENS**
  Avenida Lauro Gomes, 1200 – Bairro Centro
  www.piquetur.com.br

- **RICKATUR VIAGENS**
  Rua José Versolato, 111 - 35º andar, Sala 3514, Torre B –Bairro Centro
  www.rickatur.com.br

- **ZADHER TURISMO**

Avenida Imperador Pedro II, 352 - 2º andar – sala 31 – Bairro Nova Petrópolis
www.zadherturismo.com.br

1.3.5 CASA DE CÂMBIO

- **CASA DE CÂMBIO DAYCOVAL**
  Rua Rio Branco, 427 – Bairro Centro
  www.portal.daycovalcambio.com.br

- **CONFIDENCE**
  Rua Mediterrâneo, 290 – Bairro Jardim do Mar
  www.confidencecambio.com.br

- **MULTIMONEY**
  Avenida Rotary, 624 - Bairro Centro (São Bernardo Plaza Shopping)

www.multimoneyinvestimentos.com.br

- **ORION CÂMBIO**

Avenida Kennedy, 700 – Bairro Parque São Diogo (Shopping Golden Square) – Unidade SBC
Avenida Pereira Barreto, 1500 – Bairro Baeta Neves (Sonda Supermercado) – Unidade ABC
www.orion-cambioturismo.com.br

- **SKY CÂMBIO GOLDEN SQUARE**

Avenida Kennedy, 700 – Bairro Parque São Diogo (Shopping Golden Square)

www.skycambio.com.br

- **TRAVEL CENTER**

Praça Samuel Sabatini, 200 – Bairro Centro (Shopping Metrópole)
www.travelcenter.com.br

1.3.6 TAXI

- **ABC RÁDIO TÁXI**

Rua Caminho do Pilar, 1737 - Bairro Vila Gilda (Santo André)
(11) 2132-8000
www.abcradiotaxi.com.br

- **MAXX RÁDIO TÁXI – ASSOCIAÇÃO DOS MOTORISTAS AUTÔNOMOS DO ABCD**

RuaJurubatuba, 1350 – Bairro Centro
(11) 4330-5604

1.3.7 LOCADORAS DE VEÍCULOS

- **ALAMO**

Avenida Kennedy, 578 – Bairro Jardim do Mar
www.alamo.com

- **LOCALIZA HERTZ**

Praça Samuel Sabatini, 200 – Bairro Centro (Shopping Metrópole)
www.localizahertz.com

- **MAXIRENT**

Avenida Senador Vergueiro, 337 - Bairro Centro
www.maxirent.com.br

- **MOVIDA**

Avenida Brigadeiro Faria Lima, 840 – Bairro Centro
Rua Garcia Lorca, 301 – Bairro Paulicéia (Extra Anchieta)
www.movida.com.br

- **UNIDAS**

Avenida Kennedy, 700 – Bairro Parque São Diogo (Shopping Golden Square)
www.unidas.com.br

1.3.8 MARINAS

- **GARAGEM NÁUTICA SAN MARCO**
  Estrada Martim Afonso de Souza, 2250–Bairro Vila Balnearia

- **IATE CLUBE CRUZEIRO DO SUL**
  Estrada Martim Afonso de Souza, 3520-4062 –Bairro Vila Balnearia

- **MARINA A.W.M**
  Avenida Amazonas, 254 - Bairro Rio Grande

1.3.9 ESPAÇOS PARA EVENTOS

- **SÍTIO SÃO JORGE**
  Rua das Araribás, 25 – Bairro dos Casa
  www.sitiosaojorge.com.br

- **SÍTIO SÃO JORGE - DEMARCHI**
  Rua Nicola Demarchi, 150 – Bairro Demarchi
  www.sitiosaojorge.com.br

- **ESPAÇO DIETERS**
  Estrada José Moura, 60 - Bairro Batistini
  www.dieters.com.br

- **ESPAÇO BLESSED BUFFET**
  Alameda Princesa Isabel, 222 –Bairro Nova Petrópolis
www.espacoblessed.com.br

- **NAPOLEÃO BUFFET**
  Rua Rio Branco, 58 – Bairro Centro
  www.napoleao.com.br

- **NEW FEST EVENTOS**
  Avenida Newton Monteiro de Andrade, 409 –Bairro Vila Dusi

- **VIRTUAL EVENTOS BUFFET**
  AvenidaCapitão Casa, 1469 –Bairro Dos Casa
www.virtualeventos.com.br

- **BUFFET EMPÓRIO**
Rua Príncipe Humberto, 620 –Bairro Centro
  www.buffetemporio.business.site

- **ILHA DE CAPRI**
Rodovia Anchieta, SP-150, km 28 –Bairro Vila Balnearia
  www.ilhadecapri.com.br

1.3.10**CADASTUR**

Cadastur é o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo.O cadastro garante diversas vantagens e oportunidades aos seus cadastrados e é também uma importante fonte de consulta para o turista.

O programa é executado pelo Ministério do Turismo, em parceria com os órgãos oficias de turismo, nos 26 estados e no Distrito Federal e visa promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no Brasil, por meio do cadastro de empresas e profissionais do setor.

Conforme a Lei nº 11.771/2008 o cadastro é obrigatório para:

- Acampamentos turísticos;
- Agências de Turismo;
- Meios de Hospedagem;
- Organizadoras de eventos;
- Parques Temáticos;

- Transportadoras Turísticas;
- Guia de Turismo (Lei nº 8.623/93)

Também, de forma opcional é disponibilizado para as seguintes atividades:

- Casas de Espetáculo;
- Centros de Convenções;
- Empreendimentos de Entretenimento e Lazer e Parques Aquáticos;
- Empreendimentos de Apoio ao Turismo Náutico ou à Pesca Desportiva;
- Locadoras de Veículos para Turistas;
- Prestadoras de Serviços de Infraestrutura para Eventos;
- Prestadoras Especializadas em Segmentos Turísticos;
- Restaurantes, Cafeterias, Bares e similares;

Dentre as ações elencadas neste Plano Diretor, poderá ser encontrada uma específica para o fomento do CADASTUR na cidade, em que pese, dentre dos segmentos obrigatórios - Agências de Viagens, Guias de Turismo, Meios de Hospedagem, Organizadoras de Eventos e Transportadoras Turísticas os números estarem em patamar elevado. A cidade não conta com reconhecidos espaços para acampamentos, no entanto, faz-se necessário a certificação da Cidade da Criança, primeiro parque temático do Brasil.

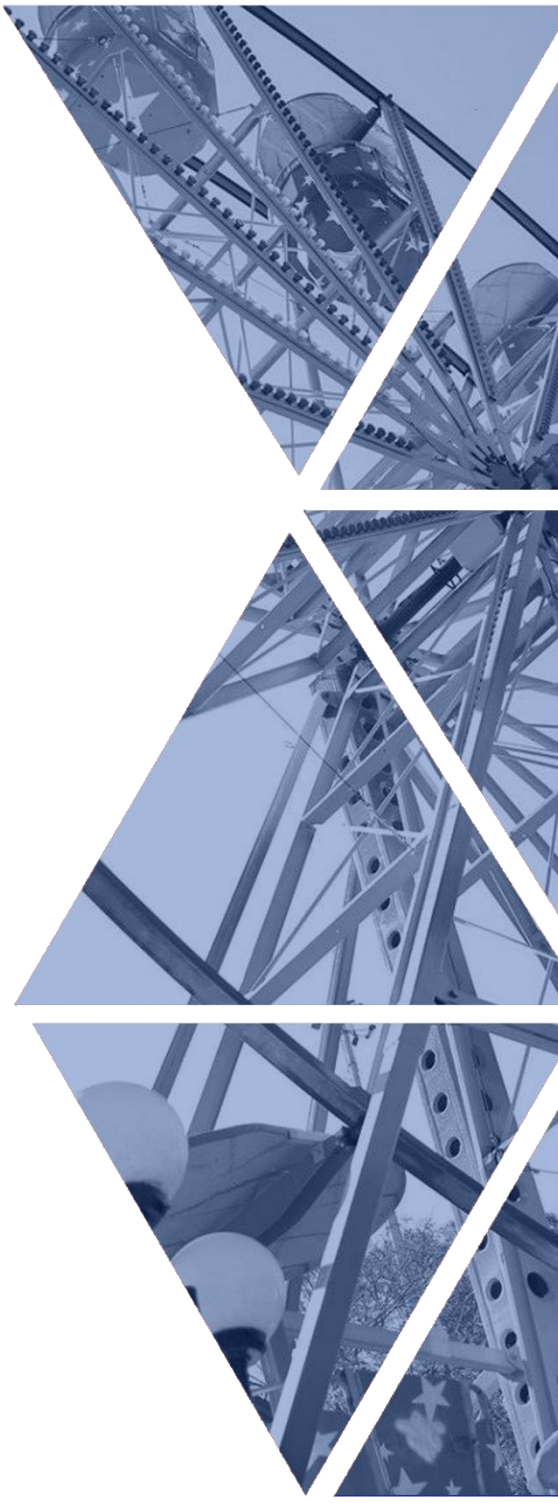
Desta forma, buscar-se-á cadastrar os demais equipamentos obrigatórios e realizar campanha para os opcionais, retratando os benefícios do cadastro, a saber:

- Acesso a financiamento por meio de bancos oficiais;
- Apoio em eventos, feiras e ações do Ministério do Turismo;
- Incentivo à participação em programas e projetos do governo federal;
- Participação em programas de qualificação promovidos e apoiados pelo Ministério do Turismo;
- Visibilidade nos sites do Cadastur e do Programa Viaje Legal.

São Bernardo do Campo **Equipamentos de Turismo com Cadastur**	
Segmento	Quantidade
Agência de Viagens	200

Guia de Turismo	130
Meios de Hospedagem	9
Organizadora de eventos	9
Transportadora Turística	36
Prestador especializado em segmentos turísticos	16
Locadora de veículos para turistas	1
Empreendimento de lazer	1
Restaurantes ,Cafeteria bar e similares	1

Fonte: CADASTUR-MTUR (2020)



ATRATIVOS TURÍSTICOS

CADERNO DELTA

SUMÁRIO

1 ATRATIVOS TURÍSTICOS..... **1**

1.1Atrativos Turísticos..... 1
1.1.1*Polo Ecoturístico Caminhos do Mar*..... 1
1.1.2*Capela Nossa Senhora da Boa Viagem*..... 1
1.1.3*Capela Santa Filomena*..... 2
1.1.4*Santuário de Nossa Senhora Aparecida – Capela da Record*..... 3
1.1.5*Mesquita Abu BakrAssidik*..... 3
1.1.6*Rua Jurubatura*..... 4

1.2 Atrativos Ecológicos e Parques Municipais..... 5
1.2.1 *Represa Billings*..... 5
1.2.2*Parque Natural Municipal Estoril*..... 6
1.2.3*ZoológicoMunicipal* 6
1.2.4*Parque Estadual Serra do Mar*..... 7
1.2.5*Parque Ecológico Imigrantes*..... 8
1.2.6*Rota Ecoturística Caminhos do Sal*..... 9
1.2.7*Rota Ecoturística Caminhos do Capivary*..... 10
1.2.8*Pesqueiros Sustentáveis*..... 11
1.2.7*Parque Salvador Arena*..... 12
1.2.8*Parque Raphael Lazzuri*..... 12

1.3 Atrativos Culturais..... 13
1.3.1 *Câmara de Cultura Antonino Assumpção*..... 13
1.3.2*Pinacoteca de São Bernardo do Campo*..... 13
1.3.2*Pavilhão Vera Cruz*..... 14

1.4 Atrativos Tombados pelo Patrimônio Histórico..... 15

1.5 Eventos..... 16
1.5.1*Festival do Cambuci*..... 16
1.5.2*Congresso Brasileiro e Internacional de Turismo Industrial*.. 17

1.5.3*Festival Bon Odori* 18
1.5.4*Turismo Industrial no Desfile Cívico Militar* 18
1.5.5*Festa de São Bartolomeo* 19
1.5.6*Procissão de Nossa Senhora dos Navegantes* 19
1.5.7*Procissão dos Carroceiros* 20
1.5.8*Rota Cicloturística Márcia Prado* 20
1.5.9*Natal Luz de São Bernardo do Campo* 20

1.6 Atrativos de Lazer e Esportes 21
1.6.1 *Cidade da Criança* 21
1.6.2*Parque da Juventude CittádiMarostica* 22
1.6.3*Ginásio Poliesportivo* 23
1.6.4*Estádio Primeiro de Maio* 23
1.6.5*Parque das Bicicletas* 24

1.7 Atrativos Gastronômicos 25
1.7.1*Rota dos Restaurantes (antiga Rota do Frango com Polenta)* 25
1.7.2*Rota do Peixe* 25
1.7.3*Avenida Kennedy* 26

1. ATRATIVOS TURÍSTICOS

1.1. ATRATIVOS HISTÓRICOS

São Bernardo do Campo tem importantes atrativos histórico-religiosos. Dentre outros, está no município a capela onde Dom Pedro parava para rezar durante viagem de São Paulo a Santos. Está também a primeira Paróquia construída no Grande ABC, a Matriz de Nossa Senhora da Boa Viagem. Somos a primeira região da América Latina em número de muçulmanos e possuímos uma das maiores mesquitas do Brasil.

1.1.1 POLO ECOTURÍSTICO CAMINHOS DO MAR

Localizado na divisa entre São Bernardo do Campo e Cubatão, “Caminhos do Mar” é formado por uma parte do Parque Estadual da Serra do Mar que contempla a Estrada Velha de Santos e todos seus monumentos históricos, destacando-se a Calçada do Lorena e o Pouso Paranapiacaba, erguido em 1922, por ocasião dos festejos do centenário da Independência do Brasil.

1.1.2 CAPELA NOSSA SENHORA DA BOA VIAGEM

A capela original de Nossa Senhora da Boa Viagem foi a primeira obra erguida nas terras do Sítio da Borda do Campo em 1812. Serviu às funções

paroquiais da região até a construção da nova matriz em 1825. Destaca-se que sua localização junto à antiga estrada que levava a Santos privilegiou o local, que acabou por se tornar ponto obrigatório de parada dos viajantes, como Dom Pedro I, para pedir a proteção e a bênção de Nossa Senhora para uma boa viagem.

1.1.3 CAPELA SANTA FILOMENA

Com a chegada dos imigrantes, principalmente dos italianos, foi trazido para São Bernardo o culto a Santa Filomena. A Capela foi construída em 1881, pelos seus fiéis, à Rua Principal (hoje Marechal Deodoro), na esquina da Avenida Imperatriz Leopoldina.

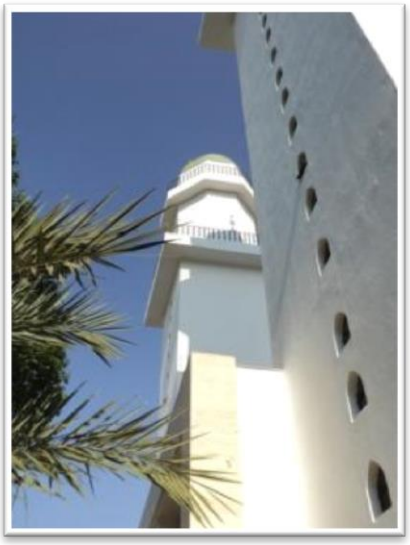
A capela mantém quase todas as características originais. Em 1950, recebeu novo piso e o altar de São José, da velha Igreja Matriz, conservando os demais traços desde 1881. O jardim do Largo Santa Filomena possui luminárias decorativas e chafariz em estilo colonial.

1.1.4 SANTUÁRIO DE NOSSA SENHORA APARECIDA – CAPELA DA RECORD

Construído em 1982, é conhecido nacionalmente como o segundo maior centro dedicado à Padroeira do Brasil e, foi erguido em razão da grande popularidade da Capela da Record, construída por Paulo Machado de Carvalho, existente na mesma praça.

1.1.5 MESQUITA ABU BAKR ASSIDIK

A Mesquita de São Bernardo do Campo foi construída em 1984, possui uma torre típica de monumentos árabes, com ponta arredondada e medindo 27 metros de altura. Abriga um tapete de 800 m² e um parlatório voltado em direção a Meca. São Bernardo do Campo também conta com uma das maiores colônias islâmicas da América Latina.

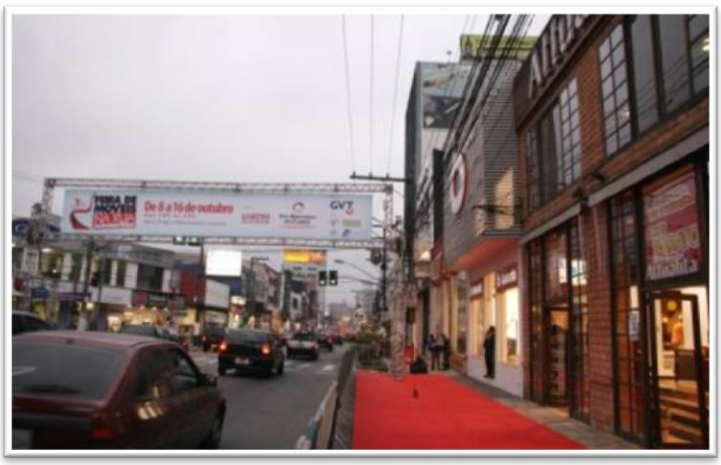


1.1.6 RUA JURUBATUBA

São Bernardo do Campo possui ligações históricas com a cadeia produtiva do mobiliário. Tradicionais famílias da cidade, principalmente de imigrantes, tiveram seus nomes associados à indústria moveleira. De fato, o município já foi a Cidade do Móvel, antes de se tornar a Cidade do Automóvel.

As Feiras de Móveis locais eram referências até o final dos anos 1950, e atualmente ocorrem anualmente a céu aberto na própria Rua Jurubatuba.

A Rua Jurubatuba, localizada no Centro de São Bernardo do Campo, concentra, em cerca de dois quarteirões, aproximadamente 80 estabelecimentos comerciais especializados no segmento moveleiro, alguns deles com produtos de fabricação própria.



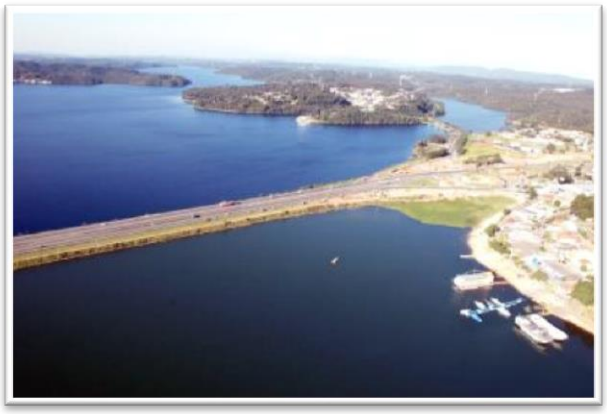
1.2 ATRATIVOS ECOLÓGICOS E PARQUES MUNICIPAIS

Cerca de 50% do território de São Bernardo do Campo está em área de proteção aos mananciais, onde se localiza a Represa Billings e a Região do Riacho Grande. A região vem recebendo investimentos que visam explorar o grande potencial turístico que possui nos campos do lazer, ecoturismo, esportes náuticos e atividades de aventura. Os parques municipaisse caracterizam também como boas opções de lazer urbano.

1.2.1 REPRESA BILLINGS

Entre 1925 e 1933 foi construído o reservatório Billings com a finalidade de produzir energia elétrica para alimentar a Usina Henry Borden, em Cubatão.

Em 1950, com o crescimento populacional da Região Metropolitana de São Paulo, a Represa Billings passou a servir como manancial de abastecimento. Mais da metade do território do município está inserido na Área de Proteção e Recuperação dos Mananciais da Billings. Em muitos trechos a represa ainda é cercada por fragmentos da Mata Atlântica, o que a torna um atrativo para o turismo de natureza e o ecoturismo. Além disso, oferece espaços para lazer, contemplação e prática de esportes náuticos.



1.2.2 PARQUE NATURAL MUNICIPAL ESTORIL

O parque possui uma área de aproximadamente 373 mil m², sendo que a maior parte é coberta por vegetação nativa, servindo de abrigo para inúmeras espécies da flora e da fauna do bioma Mata Atlântica. No parque, que em 2013 se tornou a primeira Unidade de Conservação do Município, são desenvolvidas atividades de educação ambiental, recreação e turismo ecológico. Além disso, o parque conta com diversos atrativos, com destaque para o teleférico e o Zoológico Municipal (especializado na fauna da Mata Atlântica). Localizado às margens do Reservatório Billings, a cerca de 2km da Rodovia Anchieta, o parque ainda oferece opções de atividades aquáticas, com aluguel de pranchas de *stand uppaddle* e caiaques. Também é possível locar pedalinhos para passeios na represa. A infraestrutura local conta com quiosques que oferecem lanches e refeições, vestiários, sanitários, academia da terceira idade e exposição de arte permanente.

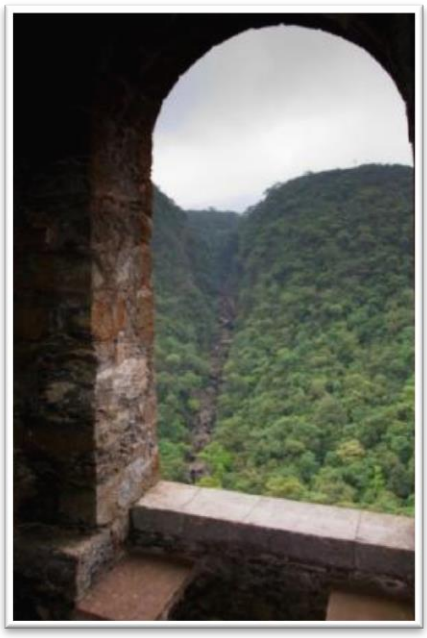
1.2.3 ZOOLÓGICO MUNICIPAL

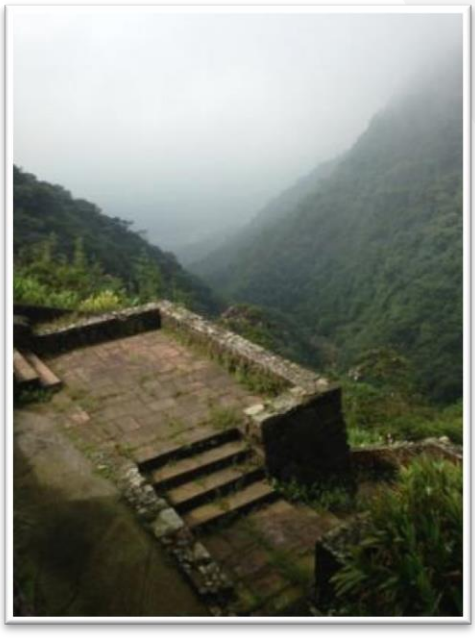
Localizado no Parque Natural Municipal Estoril, mantém em exposição cerca de 270 animais de 70 espécies da Mata Atlântica, como anta, tamanduá mirim, papagaio de peito roxo, tucano de bico verde, jacaré de papo amarelo, jiboia e jaboti, e espécies ameaçadas de extinção como a jaguatirica, eleita mascote do parque, e o tamanduá bandeira.

1.2.4 PARQUE ESTADUAL SERRA DO MAR

O Parque Estadual Serra do Mar é a maior Unidade de Conservação de toda a Mata Atlântica, com 332 mil hectares que se destinam à preservação e conservação dos recursos naturais.O parque também possui grande importância para a manutenção do clima e estabilização das encostas.

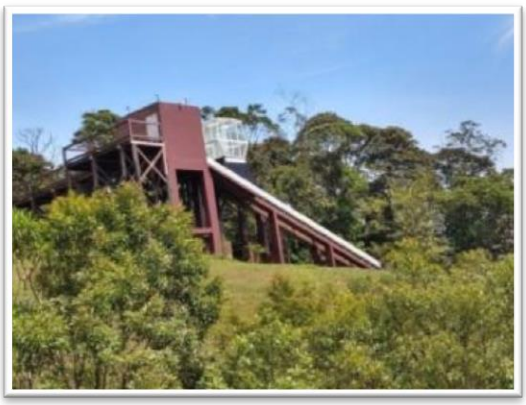
Além disso, o parque está inserido na Reserva da Biosfera do Cinturão Verde de São Paulo, cuja biodiversidade é das mais ricas do planeta. Sua função é servir como corredor ecológico entre fragmentos isolados dos ecossistemas originais, além de preservar e recompor outras porções da Mata Atlântica.

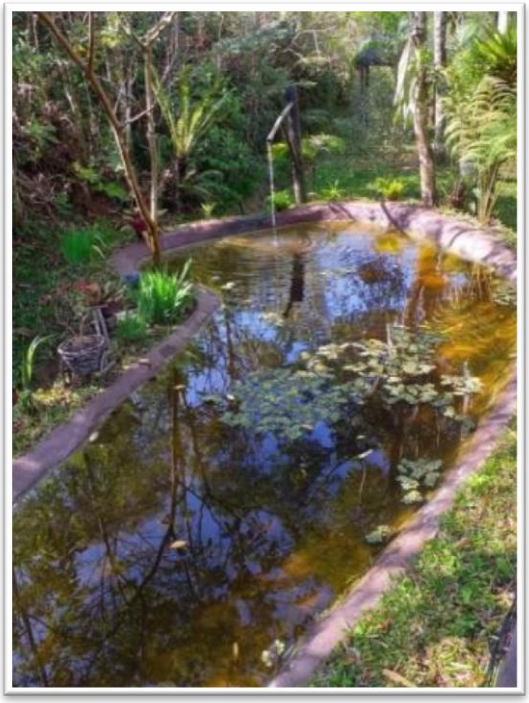


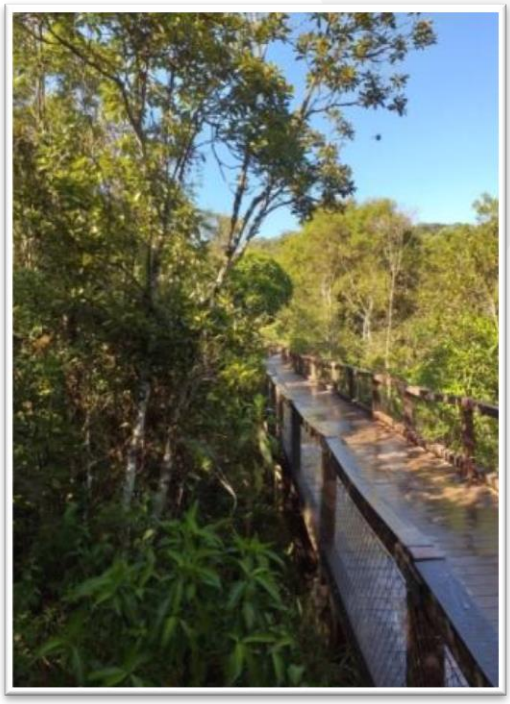


1.2.5 PARQUE ECOLÓGICO IMIGRANTES

Com área de 484 mil m² de mata preservada, o parque foi criado para promover a preservação do meio ambiente através da contemplação da Mata Atlântica e o estudo desse ecossistema. Os visitantes têm a oportunidade de compreender, através de atividades de educação ambiental, as relações do homem com a natureza. O parque é completamente adaptado para recepcionar visitantes de baixa mobilidade. De propriedade privada, o Parque Ecológico Imigrantes é gerido pela Fundação KunitoMiyasaka.







1.2.6 ROTA ECOTURÍSTICA CAMINHO DO SAL

O Caminho do Sal é uma rota ecoturística intermunicipal, de cerca de 50km, situada entre São Bernardo do Campo, Santo André e Mogi das Cruzes, no Estado de São Paulo, lançada em junho de 2014. Seus três trechos resgatam a história dos primeiros caminhos do Planalto Paulista. Percorrê-los possibilita aos visitantes o entendimento da dinâmica dos deslocamentos durante a exploração colonial.

Trecho do Zanzalá: resgata parte de um caminho de tropeiros aberto em 1640, para transporte de sal do porto de Santos até Mogi das Cruzes, mais tarde também utilizado para contrabando de pedras preciosas. Margeia o Parque Estadual da Serra do Mar e o Oleoduto da Serra, primeiro do gênero no Brasil.

Trecho dos Carvoeiros: a inauguração da estação ferroviária do Campo Grande, em 1889, pela São Paulo Railway Company, criou as condições necessárias para o extrativismo de madeira para os fornos das olarias dos núcleos coloniais de Ribeirão Pires e de São Caetano do Sul; e também contribuía com o atendimento a demandas do crescimento da capital paulista e de Santos. Este trecho resgata o papel dos carvoeiros na criação dos caminhos abertos nessa região, e sua importância no suporte do desenvolvimento industrial.

Trecho do Bento Ponteiro: conhecido como “Ponteiro” por ser construtor de pontes na mocidade, Bento José da Silva foi um dos primeiros habitantes do Alto da Serra, atual Paranapiacaba. De origem portuguesa, o comerciante e empreendedor, construiu uma estrada entre a região de Quatinga e o acampamento das obras da ferrovia, concluindo seu projeto em 1862.

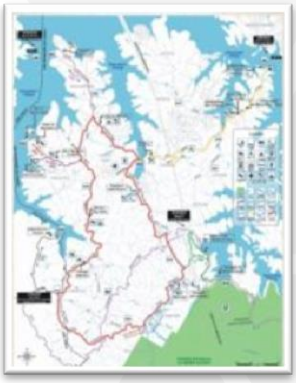
Os visitantes são encorajados a realizar o percurso de forma autoguiada ou por meio de agências/guias de turismo nas modalidades caminhada, *mountain biking* ou cavalgada. O roteiro é apropriado para turismo e práticas esportivas.

1.2.7 ROTA ECOTURÍSTICA CAMINHOS DO CAPIVARY

Lançada em dezembro de 2015 pelo Município, a rota fica localizada nas margens sul do Reservatório Billings e para acessá-la, a partir de São Bernardo do Campo, é necessário atravessar pontes ou balsas. Esta extensa área é ainda desconhecida por muitos moradores da cidade.

A rota tem aproximadamente 25km, a maior parte de estradas de terra, e conta com outros 14km de rotas adjacentes, que levam aos demais atrativos da região, se conectando, inclusive, com o Polo de Ecoturismo de São Paulo. Cercada por Mata Atlântica, a área incorpora parte do Parque Estadual da Serra do Mar e da Área de Proteção e Recuperação de Mananciais. Insere-se, ainda, no Cinturão Verde da RMSP, além de abrigar terras em processo de demarcação de Reserva Indígena. Sua colonização, por imigrantes europeus, remonta ao final do século XIX.

Os visitantes são encorajados a realizar o percurso de forma autoguiada ou por meio de agências/guias de turismo nas modalidades caminhada (em trechos específicos), *mountain biking*, cavalgada, veículo automotor próprio com tração 4x4 ou mesmo de transporte público. O roteiro é apropriado para turismo e práticas esportivas.



1.2.8 PESQUEIROS SUSTENTÁVEIS

O programa Pesqueiro Sustentável, desenvolvido pela Prefeitura de São Bernardo em parceria com oito pesqueiros do município, tem o objetivo de promover a pesca como atividade turística na região do Riacho Grande e Pós Balsa. Para isso, promove melhorias nos pesqueiros por meio da avaliação de aspectos sociais, ambientais, sanitários e de gestão do negócio, além de ofertar contrapartidas que favorecem a proteção do meio ambiente, atendem às expectativas dos turistas e fomentam a economia local. Conhecer os pesqueiros do município é uma excelente opção de lazer para a família, tanto para quem gosta de pescar quanto para quem só quer tranquilidade e curtir a natureza. Os locais oferecem estrutura para prática da pesca esportiva, com diferentes espécies de peixes, além de outras atividades como trilhas, cavalgadas, restaurantes e lanchonetes, camping, playground e muito mais. Tudo isso em meio à paisagem da Mata Atlântica.

1.2.9 PARQUE SALVADOR ARENA

Com mais de 15mil m², aberto todos os dias das 6h às 22h, o Parque conta com pista de caminhada de 400 metros, lago com chafariz e cachoeiras artificiais, teatro de arena com arquibancada para 420 pessoas, playground, área para prática de atividades físicas. Um dos seus grandes atrativos é o aquário de água doce, o maior de exposição de peixes do país, com 24 metros de extensão e 2,10 metros de altura.

1.2.10 PARQUE RAPHAEL LAZZURI

Localizado em uma das áreas mais nobres da cidade, aberto todos os dias das 6h às 22h, o parque ocupa uma área de 25 mil m², possui pistas de *cooper*com percursos de 400 e 650 metros, além de áreas destinadas à atividades físicas e playground.

1.3 ATRATIVOS CULTURAIS

São Bernardo do Campo possui diversos prédios e monumentos tombados, que fazem parte do patrimônio cultural da cidade. Além desses atrativos, que chamam a atenção pela riqueza de detalhes e pelo valor histórico e cultural que possuem, São Bernardo do Campo oferece cultura diversificada em seus espaços para teatro, dança e música.

1.3.1 CÂMARA DE CULTURA ANTONINO ASSUMPÇÃO

Construída por Giuseppe D'Angelo, em 1890, foi a 1ª Câmara Municipal de Vereadores do antigo Município de São Bernardo, que envolvia todo o atual ABC. Neste local, em 1892, tomaram posse os primeiros vereadores eleitos pelo povo. Também foi utilizada como gabinete para vários prefeitos e foi sede da Casa dos Esportes.

1.3.2 PINACOTECA DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

Com um acervo de arte que começou a ser formado no final dos anos 1960, a Pinacoteca é o maior espaço de exposição permanente de arte moderna e

contemporânea da região do ABC, com quatro espaços expositivos, auditório, biblioteca de arte e um jardim de esculturas.

1.3.3 PAVILHÃO VERA CRUZ

São Bernardo do Campo recebeu em 1949 os estúdios da Cia. Cinematográfica Vera Cruz, que produziu mais de 40 filmes nas décadas de 1950 e 1960, destacando-se os filmes de AmácioMazzaropi.

Atualmente, seus 6000 m², são utilizados prioritariamente para gravações de programas de televisão (The Wall - Tv Globo, Canta Comigo e The Four Brasil – Rede Record) e para comercias, além de sediar grandes feiras e eventos.

1.4 ATRATIVOS TOMBADOS PELO PATRIMÔNIO HISTÓRICO

Podem ser considerados atrativos turísticos também alguns bens tombados definitivamente pelo COMPAHC-SBC:

- Área da Antiga Chácara Lauro Gomes;
- Árvore dos Carvoeiros;
- Capela de São Bartolomeu;
- Capela Santo Antônio;
- Casa do Comissário do Café;
- Chácara Silvestre;
- Chaminé da Av. PeryRonchetti;
- Edifício Alfa da Universidade Metodista de São Paulo;
- EMEB Santa Terezinha;
- Igreja Presbiteriana Independente;
- Igreja Santa Maria;
- Jatobá da Vergueiro;
- Obelisco do Soldado Constitucionalista;
- Painel “ Memória de Uma Cidade”;
- Painel de Azulejo da Fonte Água Mineral São Bernardo;
- Torre da Elni;
- Cine São Bernardo;
- Área Verde da Antiga Indústria de Embalagens Matarazzo;
- Chácara Columbia;
- Terreiro Ilê AlaketuAséAirá;
- Imóvel da Família Setti (Posto de Saúde);
- Bar Expresso;
- Mizuho;
- Capela dos Quaglia;
- Capela Família Impliglia (Capela Santa Cruz);
- Edifício Wallace Simonsen (Banco Noroeste);
- Terreiro Ilê Olá OmiAséAràkà.

1.5 EVENTOS

São Bernardo do Campo possui vocação clara para o turismo de negócios e eventos. O município tem, em seu calendário de eventos, importantes manifestações culturais, festas tradicionais e feiras temáticas e de artesanato. A Cidade também incentiva e apoia grupos folclóricos tradicionais como a Congada do Parque São Bernardo, a Folia de Reis de Baeta Neves, entre outros.

Eventos organizados pelo Departamento de Turismo e Eventos:

1.5.1 FESTIVAL DO CAMBUCI

Evento familiar norteado pelo tripé: preservação do meio ambiente, alimentação saudável e *slowfood.* Ocorre normalmente no mês de abril e contempla palestras técnicas e oficinas gastronômicas na “Casa do Cambuci” e apresentações artísticas e culturais na “Tenda do Cambuci”, além de praça de alimentação temática. Já foram realizadas duas edições, em 2018 e 2019, com público estimado de 7 mil e 10 mil pessoas, respectivamente.

1.5.2 CONGRESSO BRASILEIRO E INTERNACIONAL DE TURISMO INDUSTRIAL

Evento direcionado a gestores públicos, empresas privadas e meio acadêmico, onde são apresentados em palestras, painéis, mesas redondas, salas temáticas e visitas técnicas o inovador Turismo Industrial, introduzido como segmento pela experiência de São Bernardo do Campo, que atualmente conta com 19 empresas parceiras do programa, que permite ao visitante/turista conhecer a estrutura das empresas, a forma de produzir bem como a tecnologia empregada no processo produtivo. A última edição, das três já realizadas (2016, 2017 e 2019), também contemplou sua primeira internacional, que contou com representantes da França, Argentina e Portugal, trazendo experiências com o Turismo Industrial nos continentes americano e europeu.

1.5.3 FESTIVAL BON ODORI

Evento familiar que teve sua primeira edição em 2019, concebido para homenagear a comunidade japonesa da cidade e da região. Faz parte de uma das artes populares mais estimadas pelos japoneses, realizada por meio de danças baseadas em costumes étnicos. Dança-se ao som de vários tipos de música tocada ao vivo, seja apenas voz, apenas taiko (tambores japoneses), ou incluindo outros instrumentos, como a flauta e o shamisen (instrumento de cordas japonês).

1.5.4TURISMO INDUSTRIAL NO DESFILE CÍVICO MILITAR

Tradicional desfile cívico militar realizado no dia 20 de agosto, aniversário da cidade, passou a contar desde 2019, com a Carreata do Turismo Industrial. Caminhões, vans e carros das indústrias parceiras desfilam pela Rua Marechal Deodoro, reafirmando o Turismo Industrial como identidade turística de São Bernardo do Campo.

Demais eventos geradores de fluxo turístico:

1.5.5 FESTA DE SÃO BARTOLOMEO

A Festa de São Bartolomeo é realizada sempre no último domingo do mês de agosto, no Parque Estoril, em São Bernardo do Campo. O evento é realizado pela colônia italiana da cidade desde 1958. A missa é celebrada em italiano na capela que é uma réplica da existente na província de Chiozza, na Garfagnana, região de Lucca, Itália. Além da missa, completa a tradição o ritual de fazer a benção das urnas com a terra dos túmulos de parentes mortos na Itália e no Brasil.

1.5.6 PROCISSÃO DE NOSSA SENHORA DOS NAVEGANTES

Realizada sempre no primeiro domingo de fevereiro, a Procissão de Nossa Senhora dos Navegantes integra o calendário oficial de São Bernardo do Campo. A devoção a Nossa Senhora dos Navegantes remonta aos idos de 1950, quando foram realizadas as primeiras procissões em homenagem à Santa, pelas ruas do Riacho Grande e, por barco, pelas águas da Represa Billings em direção à Capela

de Nossa Senhora dos Navegantes, atualmente no território do município de Diadema (à época, Vila Conceição).

1.5.7 PROCISSÃO DOS CARROCEIROS

A tradicional Procissão dos Carroceiros, cujo registro documental é anterior a 1888, é realizada em São Bernardo do Campo sempre no primeiro domingo de setembro. O evento encerra as festividades em comemoração a Nossa Senhora da Boa Viagem, realizada na igreja Matriz, e integra os calendários oficiais da cidade e do estado. Com cavalos, carroças, bicicletas e a pé, os fieis da região e romeiros vindos de várias cidades do estado participam da programação religiosa e cultural para demonstrar devoção à Santa.

1.5.8 ROTA CICLOTURÍSTICA MÁRCIA PRADO

A Rota Marcia Prado tem ocorrido anualmente como evento voltado ao cicloturismo, à mobilidade ativa e à proteção da vida no trânsito, desde o ano de 2009. Tem se configurado como maior evento de cicloturismo do país, em número de participantes. O nome da rota presta uma homenagem à uma ciclista que se tornou ícone da violência no trânsito. O percurso é inspirado no trajeto da última viagem de Márcia. Além de se configurar como evento, a rota é uma proposta de caminho para cicloturismo entre os Municípios de São Paulo, São Bernardo do Campo, Cubatão e Santos, totalizando aproximadamente 100km de ruas, estradas asfaltadas e de terra entre os três municípios.

1.5.9NATAL LUZ DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

Instituído em 2019, o “Natal Luz” de São Bernardo do Campo foi montado na nova esplanada do Paço Municipal. Além da tradicional árvore de Natal com 17m de altura, contou com presépio em tamanho real e diversos bonecos, como ursos polares, pinguins, soldados de chumbo, bonecos de neve e do próprio bom velhinho.

1.6 ATRATIVOS DE LAZER E ESPORTES

A cidade conta com diversos espaços para lazer e para prática de esportes, tanto amadores quanto profissionais. Os parques da cidade são ideais para atividades de lazer, entretenimento, diversão ou simplesmente uma boa caminhada. São Bernardo do Campo também é palco de importantes eventos esportivos como ginástica artística, canoagem, handebol, voleibol, futebol, tênis de mesa, entre outros.

1.6.1 CIDADE DA CRIANÇA

Construído na década de 1950, foi o primeiro parque temático do Brasil. O espaço foi concebido a partir dos antigos cenários da novela Redenção, exibida pela extinta TV Excelsior. Reaberta em 2010, com a proposta de resgatar os seus reais valores, lazer e turismo, conta com brinquedos que marcaram época, como o submarino e teleférico, além de sediar umdos Centros de Informações Turísticas do Município.

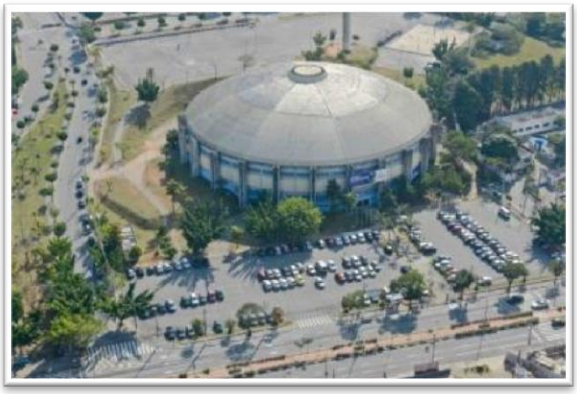
1.6.2 PARQUE DA JUVENTUDE CITTÁ DI MAROSTICA

Inaugurado em agosto de 2007, com cerca de 22 mil m², abriga de forma inédita no país, diferentes modalidades de esportes radicais, entre elas: skate, patins, BMX e escalada.Apesar de ser um espaço voltado para a prática de esportes radicais, o local também contempla o público de um parque comum, que vem para passear, fazer exercícios ou pequenas caminhadas/corridas, pois conta com uma pista de 600 metros no seu entorno.

1.6.3 GINÁSIO POLIESPORTIVO

O Ginásio Poliesportivo Adib Moysés Dib é um dos mais modernos do estado. O espaço com capacidade de público para 7 mil pessoas sedia frequentemente grandes eventos nas áreas esportiva, cultural, religiosa, educativa e de lazer.

Entre as competições já realizadas no ginásio estão o Campeonato Pan-Americano de handebol masculino e feminino, Mundialito de futebol society, Copa América de vôlei masculino, Torneio Nobuo Suga de judô, Jogos Abertos do Interior, Campeonato Brasileiro de Karatê, Mundial de Skate e a final da Superliga de Voleibol Masculino 2012.



1.6.4 ESTÁDIO PRIMEIRO DE MAIO

Também conhecido como Estádio de Vila Euclides, o estádio tem inegável importância histórica para a cidade e o país. No ano de 1979 acolheu o episódio que o tornou nacionalmente conhecido: durante a maior greve do país, atraiu mais de 70 mil metalúrgicos do ABC.

Em 1980, mais de 100 mil trabalhadores estiveram no estádio na festa do Dia do Trabalhador (1º de Maio). Este episódio, somado às greves que ali ocorreram, deu nome ao Estádio.

1.6.5 PARQUE DAS BICICLETAS

Com área aproximada de 13 mil m², o Parque conta com academia ao ar livre, bicicletário, playground, área de convivência, pista de caminhada e ciclovia, espaço pet, basquete de rua, iluminação, banheiros, entre outras benfeitorias, além da compensação ambiental de mais de 400 árvores.

1.7 ATRATIVOS GASTRONÔMICOS

São Bernardo do Campo possui características peculiares e tradições que atravessam gerações. A cidade oferece aos apreciadores de boa gastronomia diversos bares e restaurantes com culinárias típicas, tendo como principal destaque o tradicional Frango com Polenta.

1.7.1 ROTA DOS RESTAURANTES (ANTIGA ROTA DO FRANGO COM POLENTA)

A Rota do Frango com Polenta, identidade gastronômica da cidade, que contempla os bairros Demarchi e Battistini é uma herança da colonização italiana em São Bernardo, que empresta o nome a vários bairros e que tem suas raízes fincadas na cultura são-bernardense.

1.7.2 ROTA DO PEIXE

Além das belezas naturais e do clima ameno e tranquilo, o Riacho Grande, em São Bernardo do Campo, é conhecido pelos tradicionais restaurantes que compõem a Rota do Peixe. A região conta com diversos estabelecimentos que oferecem cardápio variado à base de peixes e frutos do mar.

1.7.3 AVENIDA KENNEDY

Situada em uma das áreas mais agitadas e badaladas de São Bernardo, a Avenida Kennedy possui bares e restaurantes para todos os gostos e bolsos. Os estabelecimentos são frequentados por pessoas que buscam uma opção de lazer e entretenimento sem sair da cidade, além de um atendimento de cordial.

Dentre os bares localizados na Avenida Kennedy e imediações, estão alguns dos mais premiados de São Paulo.

Também se destacam novas e pujantes ruas e avenidas com outros expressivos bares e restaurantes:

- Av. Antártico (Jardim do Mar);
- Av. Prestes Maia (Centro);
- Av. Imperatriz Leopoldina (Nova Petrópolis);

O TURISMO INDUSTRIAL

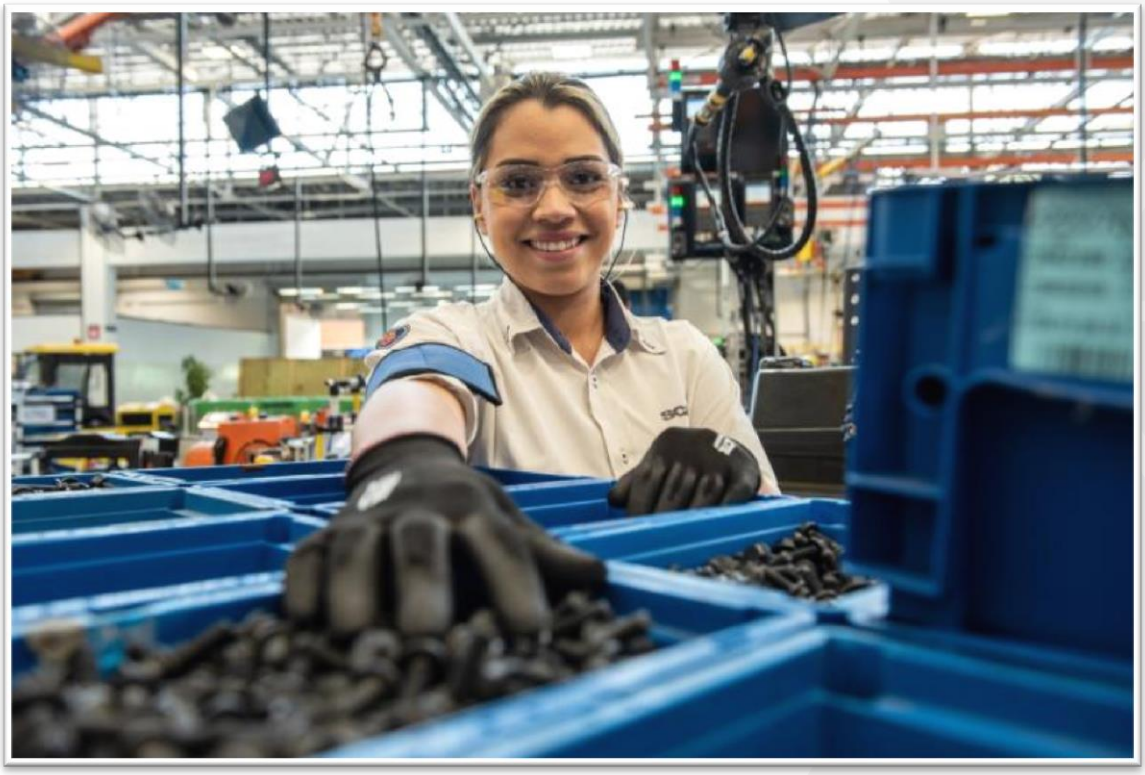
C A D E R N O E C O

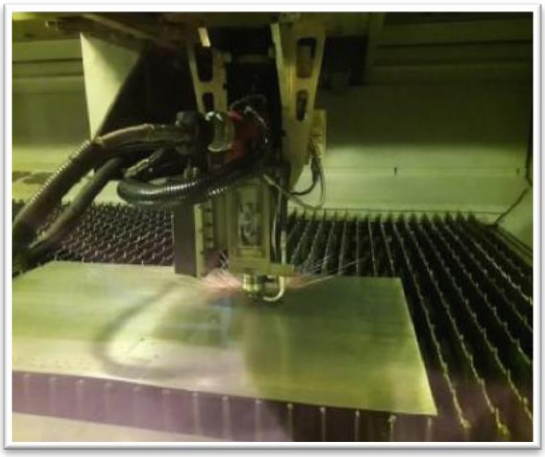
SUMÁRIO

1 O TURISMO INDUSTRIAL **1**

1.1 *História* 3
1.2 *Evolução* 4
1.3 *Números* 5
1.4 *Curiosidades* 6
1.5 *Parceria com o Trade Turístico Local* 6
1.6 *Comunicação* 7
1.7 *Regionalização do Programa* 7
1.8 *Parcerias Internacionais* 7

1. O TURISMO INDUSTRIAL





1.1 **HISTÓRIA**

Alguns países desenvolvidos já estão consolidados com experiências deste segmento de turismo que cresce a cada dia, dentre eles a França, Japão e os Estados Unidos já praticam a atividade desde o século passado.

Desde agosto de 2013, a Prefeitura de São Bernardo do Campo atua neste segmento turístico, buscando consolidar a atividade no município como identidade turística.

O Turismo Industrial consiste, na sua concepção básica, em uma visita monitorada a uma determinada empresa, onde os empreendedores abrem as suas portas para receber grupos de pessoas interessadas em conhecer a estrutura das unidades produtivas, a forma de produzir e a tecnologia empregada.

As visitas às empresas ocorrem de forma sistemática, através de roteiro específico, elaborado pela própria empresa, que determina, de forma muito flexível, as áreas a serem visitadas, os melhores dias e horários, quantidade de pessoas, restrições a imagens e outros itens que julgar importante para que ocorram em total segurança.

Além de ter um roteiro específico, a visita pode contemplar um histórico da empresa e demais informações institucionais relevantes para criar uma imagem positiva junto aos visitantes. Pode-se também disponibilizar material institucional ou brindes.

Algumas empresas mais consolidadas no mercado optam por criar uma espécie de um pequeno “museu”, onde os visitantes podem conhecer mais de perto a história e a evolução dos processos fabris da organização. Nesse espaço é possível colocar, por exemplo, imagens de pessoas, como os fundadores, primeiros trabalhadores, fotos históricas, documentos históricos e até mesmo máquinas antigas.

Essa ação contribui para criar uma imagem positiva junto ao turista, pois permite que ele, como visitante, possa visualizar o crescimento e a evolução do negócio, posicionando o empreendimento como organização de sucesso.

Ao final das visitas, a empresa terá conseguido o fortalecimento da marca, podendo, inclusive comercializar algo que lembre o empreendimento. Materiais como camisetas, chaveiros, bonés, entre outros produtos, que vão agregar valor à marca. Em outros casos, pode-se oferecer, por exemplo, um coffee-break e algum tipo de brinde, o que melhora ainda mais a percepção de ser bem recebido.

No Brasil, diferentemente da Europa e Estados Unidos, normalmente essa é uma ação institucional e não há cobranças pela visita. Pensando-se em médio prazo é possível imaginar cobranças de valores simbólicos no intuito de propiciar a contratação de mão de obra especializada para a condução das visitas (guias de Turismo industrial), cumprindo destra forma o papel desenvolvimentista de criação de emprego e geração de renda.

Busca-se com a iniciativa o fortalecimento institucional da empresa e de seu mix de produtos. O fundamental do Turismo Industrial é ter bons produtos, processos bem definidos, uma história para contar e souvenires para comercializar. Grupos de estudantes técnicos e universitários, empresários, idosos, crianças e pessoas interessadas formam a demanda para o referido segmento turístico.

1.2 **EVOLUÇÃO**

O projeto teve início no mês de agosto de 2013 com a primeira visita à indústria de vidros para os setores de perfumaria, cosméticos e farmacêuticos, WHEATON BRASIL VIDROS. Um ano mais tarde se juntou ao projeto a indústria de injeção de plásticos ZURICH TERMOPLÁSTICOS, além de renomadas montadoras como a SCANIA LATIN AMERICA e MERCEDES-BENZ DO BRASIL. No final de 2014, quatro empresas já atuavam na condição de parceiras oficiais.

Já, no início de 2015, cinco novas empresas se juntaram ao programa, foram elas: BASF - WE CREATE CHEMISTRY (Tintas Suvinil), FUNDAÇÃO ESPAÇO ECO (Sustentabilidade), FRIOZEM LOGÍSTICA (Armazéns Frigoríficos), OMNISYS ENGENHARIA (radares, sonares, peças embarcadas em satélites e mísseis) e MASIPACK (máquinas para embalagens dos ramos alimentício e farmacêutico).

Por conta da realização do 2º Congresso Brasileiro de Turismo Industrial, ocorrido em novembro de 2017, nas dependências do Senac São Bernardo, e que contou com a participação de cerca de 500 pessoas oriundas de 5 estados e 41 cidades brasileiras, foi anunciada a adesão de duas novas empresas, que passaram a fazer parte do Turismo Industrial de São Bernardo do Campo, foram elas: CERVEJARIA BALMANN (bebidas) e TOYOTA DO BRASIL (automotiva).No primeiro semestre de 2018, também passou a figurar como parceira oficial do programa a ECOVIAS.

Em razão da realização da 3ª edição do Congresso Brasileiro de Turismo Industrial, juntamente com sua primeira edição internacional, que contou com representantes da França, Argentina e Portugal, em agosto de 2019, também nas dependências do Senac São Bernardo, e que contabilizou quase 600 pessoas de 79 cidades diferentes, foram assinadas 5 novas parcerias: UNIPAR CARBOCLORO (indústria química), SANKONFORT (colchões), B.GROB DO BRASIL (metalúrgica automotiva), BRASKEM (indústria química) e a tradicional e histórica VOLKSWAGEN DO BRASIL (automotiva). Atualmente, 18 empresas fazem parte do programa.

A EMAE – EMPRESA METROPOLITANA DE ÁGUAS E ENERGIA, com visitas à Usina Henry Borden (Seções Externa e Subterrânea), localizada na divisa entre São Bernardo do Campo e Cubatão, também recebe turistas pelo programa desde fevereiro de 2015.

1.3 **NÚMEROS**

- Início do programa em agosto de 2013;
- Atualmente 18 empresas participam do programa na condição de parceiras oficiais;
- Em 2013 a oferta mensal de vagas era de 15 e, atualmente são ofertadas cerca de 470 vagas por mês;
- 52% dos turistas são provenientes de outros estados do Brasil;
- 79% dos participantes são estudantes universitários ou técnicos;
- 6 a cada 10 participantes são mulheres;

- O programa já recebeu pessoas de quase todos os estados brasileiros e de muitos países (Peru, Portugal, Paraguai, Estados Unidos, Uganda, Índia, Holanda, México, Taiwan, República Tcheca e Colômbia);

1.4**CURIOSIDADES**

São Bernardo do Campo abriga a 1ª fábrica da:

fora da

SCANIA fora da

fora da

fora da

1.5 **PARCERIA COM O TRADE TURÍSTICO LOCAL**

Foram estabelecidas parcerias com hotéis, restaurantes, bares, estabelecimentos de entretenimento e empresas de transportes para fomento de políticas de preços diferenciadas aos participantes do Turismo Industrial em São Bernardo do Campo.

Também foi firmada uma parceria com costureiras do programa “Costurando o Futuro”, desenvolvido pela Volkswagen do Brasil, onde as profissionais criaram uma linha de produtos oficiais do Turismo Industrial (porta moeda, bolsas, sacolas,

mochilas, lixeiras de carro etc), tudo confeccionado com sobras de uniformes de funcionários e restos de tecido de bancos e tapeçaria usados na planta Anchieta da Volkswagen em São Bernardo do Campo.

1.6 **COMUNICAÇÃO**

Tendo em vista a grande procura por informações, foi lançado em outubro de 2015 um site específico para o Turismo Industrial (WWW.TURISMOINDUSTRIALSBC.COM.BR), onde os interessados encontram informações detalhadas sobre as empresas parceiras, requisitos para as visitas, bem como o calendário de visitação, acordado em parceria da Prefeitura com as próprias empresas parceiras.

O Turismo Industrial de São Bernardo do Campo também está presente nas mídias sociais, contando com contas no facebook e instagram.

1.7 **REGIONALIZAÇÃO DO PROGRAMA**

Entre os diversos grupos de trabalho do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, São Bernardo do Campo atualmente participa do GT Turismo, que tem entre suas metas replicar a experiência do Turismo Industrial de São Bernardo nas demais cidades do Grande ABC Paulista, dada a similaridade da atividade fabril nas demais cidades irmãs.

1.8 **PARCERIAS INTERNACIONAIS**

São Bernardo do Campo organizou uma Missão a Portugal, em setembro de 2015, nas cidades de São João da Madeira e Marinha Grande e assinou com cada

município um Termo de Cooperação Técnica Internacional, no intuito de trocar experiências sobre a atividade de Turismo Industrial tão presente naquelas cidades. Marinha Grande atua com o Turismo Industrial nas áreas de vidro, plástico e moldes e São João da Madeira atua nas áreas de feltros, chapéus, pelos,sapatos masculinos e femininos e lápis de cor.

PROJETOS PRIORITÁRIOS PARA O TURISMO DA CIDADE

SUMÁRIO

1 PROJETOS PRIORITÁRIOS PARA O TURISMO DA CIDADE **1**

1.1 *Análise do Turismo em São Bernardo do Campo* 3

1.2 *Relação de Projetos Prioritários para com o Turismo de São Bernardo do Campo* 7

1. PROJETOS PRIORITÁRIOS PARA O TURISMO DA CIDADE

Com base no Plano Diretor de Turismo aprovado pela Lei Municipal nº 6.560, de 14 de junho de 2017, nas reuniões ordinárias e extraordinárias do Conselho Municipal de Turismo, inclusive considerando a aplicação da ferramenta de Gestão GUT (gravidade, urgência e tendência), e ainda, em reuniões com o trade turístico e demais ações análogas, entre elas pesquisas de campo, o Departamento de Turismo e Eventos da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Trabalho e Turismo, retrata e reafirma as seguintes características do município:

A demanda de turistas, durante a semana, é de pessoas predominantemente do sexo masculino que se deslocam para a cidade a negócios ou para treinamentos/capacitações nas grandes empresas localizadas no município. Observa-se, porém, que há funcionários dessas empresas em posições de direção -ou superiores- que não encontram hotéis de alto padrão na cidade e, desta forma, optam por se hospedarem na capital paulista.

Nota-se também que existe um fluxo regular de pessoas que se deslocam para a cidade na condição de “visitantes” ou “turistas de um dia”. Essas pessoas não fazem uso dos meios de hospedagem porque são provenientes de cidades da região, da capital, região metropolitana e até de municípios cerca de 100 quilômetros de distância, no entanto utilizam os atrativos e serviços turísticos locais.

Pode-se dizer que o Turismo de São Bernardo do Campo, atualmente, é considerado de abrangência seccional, onde a maioria das atividades está contemplando a população local e as cidades circunvizinhas. Este cenário revela que há moderada utilização dos meios de hospedagem disponíveis, com exceção do Turismo Industrial que se destaca por trazer à cidade turistas de diversos estados brasileiros e outros países.

Isto posto, há uma real necessidade de criação de turismo receptivo, assim como amplo incentivo para atração de novos investidores para meios de hospedagem de alto padrão.

Contudo, o município oferece uma série de atrativos turísticos de ordem ecológica, histórico, cultural, religioso, gastronômico, de lazer e de aventura, com destaque predominantemente para o Turismo Industrial e para o primeiro parque temático do Brasil, a Cidade da Criança, muito presente na memória das pessoas.

Outro fator a ser considerado no município é que apesar de sua capacidade industrial, cerca de 1400 indústrias, mais da metade do território de São Bernardo do Campo está inserido em área de preservação ambiental, com destaque para a Represa Billings, um dos maiores espelhos d'água da América Latina, o que demonstra o grande potencial para o ecoturismo e o turismo de aventura.

Registre-se por fim que o município, apesar da proximidade com a capital paulista, ainda apresenta características provincianas, há uma grande valorização da cultura daqueles povos que escolheram a cidade para viver, como os italianos, os japoneses e a comunidade islâmica. Esse apego às tradições é refletido no cotidiano dos moradores, bem como nas formas que eles encontram para demonstrar e perpetuar suas tradições.

Regionalmente, São Bernardo do Campo tem um papel relevante, pois é o maior PIB da região e um dos maiores do estado de São Paulo e do próprio país. A cidade está inserida na Região Metropolitana de São Paulo e compõe a região turística denominada ABCTur "Rota da Natureza e da Indústria", juntamente com Santo André, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra.

1.1. ANÁLISE DO TURISMO EM SÃO BERNARDO DO CAMPO

A análise SWOT (sigla em inglês) ou FOFA (sigla na língua portuguesa), que representam as iniciais dos seguintes vetores: Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças é uma ferramenta utilizada para fazer análise de cenário ou de um ambiente, sendo comumente utilizada como base para gestão e planejamento estratégico de uma corporação ou empresa, mas podendo, devido a sua simplicidade, ser utilizada para qualquer tipo de análise de cenário.

Desta forma este estudo servirá para o poder público, entidades privadas e sociedade civil de São Bernardo do Campo ter ciência das principais forças, oportunidades, fraquezas e ameaças que envolvem a atividade turística do município e, a partir daí, executar as ações propostas no Plano Diretor de Turismo para propiciar o crescimento sustentável do Turismo e consequentemente da economia da cidade, com prazos de execução pré-determinados.

Abaixo, análise SWOT realizada pelos atores responsáveis pela elaboração deste Plano Diretor:

FORÇAS
São Bernardo do Campo recebeu o título em 2018 e é reconhecida oficialmente como Município de Interesse Turístico do Estado de São Paulo;
São Bernardo do Campo cumpriu os requisitos do Ministério do Turismo e integra o Mapa do Turismo Brasileiro desde 2017;
São Bernardo do Campo foi reconhecida pela ADVB, pela SKALL Internacional e por meio de votação popular e recebeu em 2018 e 2019 o título de Top Destino Turístico na categoria "Estudos e Intercâmbio";
São Bernardo do Campo já e reconhecida como Capital Brasileira do Turismo Industrial e sediou por três vezes o Congresso Brasileiro de Turismo Industrial e sua primeira edição internacional;

Localização estratégica, fácil acesso e parque industrial estruturado;
Variedade de parques, praças e áreas verdes;
Presença de estabelecimentos de alimentação diferenciados por sua especialidade gastronômica;
Vocação para o turismo de negócios e ecoturismo;
➢ **Importantes e tradicionais instituições de ensino superior atuando no município;**
O município conta com um Conselho Municipal de Turismo representativo e atuante que busca constantemente o desenvolvimento da atividade, parcerias nos mais diversos âmbitos e esferas, além de observar fielmente os dispostos do Plano Diretor;
➢ **Qualificação constante dos atrativos e criação de eventos que remetam à cultura ou tradições locais (Congresso Turismo industrial, Festival do Cambuci, Bon Odori);**
O Turismo na cidade é fator de desenvolvimento econômico quando observamos o claro processo de desindustrialização no país;
O Turismo propicia a sensação de pertencimento aos munícipes e, certamente, melhora a autoestima da população de São Bernardo do Campo.

FRAQUEZAS
A oferta de serviços qualificados, bilíngues, e hospedagem de alto padrão ainda não são realidades no município;
Inexistência de um Centro de Eventos multifuncional com capacidade para atender eventos da proporção do município;
Ausência de roteiros turísticos, tanto em âmbito local quanto regional (exceção Turismo Industrial);
Ausência de calendário de eventos, tanto em âmbito local quanto regional;
Falta de confiança dos atores da cadeia turística em relação às diversas esferas do poder público;

Falta de conscientização por parte da maioria dos envolvidos que o Turismo, enquanto atividade econômica é um fator de desenvolvimento com importância crescente no país;

OPORTUNIDADES
O Plano Diretor, dentre suas funções, possibilita e facilita a captação de investimentos externos de organizações públicas ou privadas;
Da área total de São Bernardo do Campo, pouco mais da metade (53%) encontra-se em área de proteção aos mananciais, sendo que a Represa Billings contempla 18% da área da cidade;
Em função da Represa Billings e da Mata Atlântica, possibilidade de consolidar os segmentos de ecoturismo e turismo de aventura;
Em razão do Santuário de Nossa Senhora Aparecida e da Mesquita Abu BakrAssidik, evoluir no segmento de turismo religioso;
Implantação da Linha 10 – Turquesa, por meio do modal BRT, facilitando o fluxo da capital paulista e da região metropolitana;
São Bernardo do Campo conta com uma localização privilegiada, fica cerca de 22 kms do centro de São Paulo, 18 kms do Aeroporto de Congonhas, 45 kms do Aeroporto de Guarulhos e 50 kms do Porto de Santos, além de ser cortado pelas Rodovias Anchieta, Imigrantes, Índio Tibiriçá e o Trecho Sul do Rodoanel;
Fluxo de Turismo de negócios motivado pela presença de grandes e importantes empresas multinacionais, com destaque para as montadoras;
Incentivar a criação de cursos de guia de turismo voltados ao segmento de Turismo Industrial;
Incentivar a implantação do Convention&Visitors Bureau.

AMEAÇAS
A recorrente problemática da continuidade de projetos em função das eleições municipal, estadual e federal;
Falta de investimentos públicos e privados por conta da atual realidade econômica do país;

A falta de interesse de parte do trade turístico quanto aos processos e ações de qualificação profissional;
Falta de integração entre o trade turístico e o poder público;
Percepção negativa dos turistas em razão do tráfego constante e intenso de veículos, dificuldades de estacionamento e questões de segurança pública;
A pandemia de Coronavírus (Covid-19) em 2020 e suas consequências.

Baseando-se na análise realizada sobre os pontos positivos e negativos observados e pontuados sobre o município e os impactos que influenciam o turismo da cidade, foi possível definir melhor os objetivos que o Departamento de Turismo e Eventos da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Trabalho e Turismo pretende alcançar com os projetos que serão apresentados.

Antes da apresentação objetiva dos projetos oriundos da Sociedade Civil e da Administração Municipal e suas áreas de atuação para elaboração de cada proposta, é necessário considerar a orientação da visão, missão e valores trabalhados para a motivação da estruturação do Plano Diretor. Tais orientações permitem uma conclusão assertiva dos objetivos de cada ação.

São elas:

- MISSÃO

A Missão expressa a razão da existência deste Plano, o motivo de sua elaboração e a quem a sua execução pretende beneficiar.

"Desenvolver constantemente e sustentavelmente o turismo na cidade para promover qualidade de vida aos moradores, desenvolvimento econômico ao município, bem como fortalecer a proposta do "bem receber" aos visitantes e turistas."

- VISÃO

A Visão expressa aonde se pretende chegar e em que período de tempo. É uma projeção sobre a forma como a atividade turística precisa ser vista no futuro.

"Perpetuar o reconhecimento de São Bernardo do Campo como município turístico do Estado de São Paulo, otimizar os segmentos cuja cidade tem claro potencial e ser referência internacional no segmento de Turismo Industrial."

- VALORES

Os valores são princípios dos quais o destino não pode se desvincular para o desenvolvimento da atividade turística. Expressam atitudes e comportamentos que devem ser prezados.

- ***Bem receber***;
- ***Respeito às tradições e costumes locais***;
- ***Valorização da comunidade***;
- ***Transparência no diálogo com o trade turístico***;
- ***Qualidade de produtos e serviços***;
- ***Competitividade***.

1.2RELAÇÃO DE PROJETOS PRIORITÁRIOS PARA COM O TURISMO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

A seguir, apresentamos os projetos existentes ou sugestionados que foram considerados de maior importância neste estudo para o fomento da atividade turística da cidade de São Bernardo do Campo, porém, como a própria atividade turística é dinâmica por essência, os projetos podem ser complementados ou

ajustados conforme o cenário econômico do país e os processos de desenvolvimento.

Todos os projetos serão precedidos de complexa análise de viabilidade, comprometimento e participação efetiva da Prefeitura de São Bernardo do Campo, com especial foco do Departamento de Turismo e Eventos (SDECT) e do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR/SBC. Também será necessária a participação das demais Secretarias, do Poder Legislativo, Associações de Classe, Sindicatos, Universidades e da própria população para a execução de cada projeto aqui proposto.

Para organizar as propostas, foram estabelecidas áreas de atuação que identificam diferentes grupos de ação. Cada ação tem a própria ficha para especificações como: tempo de execução; objetivos; descrição simplificada; necessidades; parcerias que ajudarão na execução do projeto e captação de recursos. A partir desta revisão a urgência com que cada projeto precisa ser executado dependerá única e exclusivamente da avaliação do COMTUR/SBC, por meio de análise por ferramenta de gestão (ex. GUT), para definição de prioridades.

As fichas para cada projeto serão identificadas (cores) conforme as áreas de atuação propostas e abaixo elencadas:

- ✓ **PROMOVER E COMERCIALIZAR O DESTINO TURÍSTICO;**
- ✓ **ADEQUAR A INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO E AO TURISTA;**
- ✓ **IMPLEMENTAR POLÍTICAS PÚBLICAS E PARCERIAS QUE FAVOREÇAM O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO;**
- ✓ **QUALIFICAR OS SERVIÇOS E OS PROFISSIONAIS DA CADEIA TURÍSTICA;**
- ✓ **FOMENTAR O ASSOCIATIVISMO E EMPREENDEDORISMO;**
- ✓ **PRESERVAR E VALORIZAR A IDENTIDADE CULTURAL E TURÍSTICA;**
- ✓ **FOMENTAR EVENTOS DIRECIONADOS AO TURISMO NA CIDADE;**

Por conta da aprovação do Plano Diretor de Turismo, por meio da Lei Municipal nº 6.560, de 14 de junho de 2017, foram estabelecidas 78 ações prioritárias, com as devidas especificações.

A priorização de execução de cada uma delas foi objeto de análise e deliberação do Conselho Municipal de Turismo, em consonância com o Departamento de Turismo e Eventos.

Ficou estabelecido que as ações com maior nota na análise GUT (podiam variar de 001 a 125) seriam priorizadas e as demais, que não pudessem ser executadas, seriam reavaliadas por conta desta primeira revisão do Plano Diretor. A inserção de novas ações por meio de consulta pública e direcionamento da Administração Municipal, bem como do próprio COMTUR/SBC também estavam previstas.

Registre-se as ações executadas do Plano Diretor de Turismo antes desta sua 1ª Revisão:

AÇÃO PROPOSTA	AÇÕES REALIZADAS
ATUALIZAÇÃO E MODERNIZAÇÃO DO SITE DO TURISMO	Site elaborado e disponível (www.turismosaobernardo.com).
ELABORAÇÃO E PUBLICAÇÃO DE GUIAS DE ECOTURISMO NAS ROTAS IMPLANTADAS	Guias elaborados e publicados (conteúdo sob responsabilidade da Secretaria de Meio Ambiente e Proteção Animal).
IMPLANTAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE ÁUDIO NAS VISITAS MONITORADAS DO TURISMO INDUSTRIAL	Equipamentos adquiridos pela Prefeitura, devidamente registrados /patrimoniados e em plena utilização.
INTERCÂMBIO ENTRE EMPRESAS PARCEIRAS DO TURISMO INDUSTRIAL	Visitas regulares de representantes das empresas em outras do programa; atuação no Open House da Masipack (Turismo Industrial para Empresários).

AUMENTAR A CAPACITAÇÃO TÉCNICA DO DEPARTAMENTO DE TURISMO E EVENTOS E QUALIFICAR A GESTÃO DE TURISMO	Cursos de pós-graduação no segmento e de graduação por membros da equipe do Departamento de Turismo e Eventos
ENVOLVIMENTO DA CADEIA PRODUTIVA COM AS AÇÕES DE ESTRUTURAÇÃO DO TURISMO NO DESTINO	Participação de empresários do *trade* turístico local no COMTUR/SBC e em ações diversas tais como: Festivais Gastronômicos e eventos geradores de fluxo turístico.
PARCERIAS COM NOVAS EMPRESAS DO PROGRAMA DE TURISMO INDUSTRIAL	Estabelecidas parcerias com a Volkswagem, Ecovias, Braskem, Convenção, Unipar, Grob e Sankonfort.
COMTUR (CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO)	Constituído e formalizado pela Lei Municipal nº 6.559 de 14 de junho de 2017, alterada pela Lei Municipal nº 6.651, de 08 de março de 2018.
MODERNIZAÇÃO E ADEQUAÇÃO DO PARQUE DA CIDADE DA CRIANÇA	Em processo de Concessão Comum (privatização)
SEDIAR ETAPA DO FESTIVAL REGIONAL DO CAMBUCI EM SÃO BERNARDO DO CAMPO	Realização das duas primeiras edições, em 2018 e 2019.
PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS ESPECIALIZADAS	Participação efetiva na WTM LatinAmerica, Aviesp Expo, BNT Mercosul, Festival das Cataratas, AVIRRP, Salão São Paulo de Turismo, ABAV...
EVENTOS RELACIONADOS AO PROGRAMA DE TURISMO INDUSTRIAL	Realização das três edições do Congresso Brasileiro de Turismo Industrial em São Bernardo do Campo, bem como de sua primeira edição internacional.

Em virtude do processo de concessão comum do Parque Municipal Rubens Freire “Cidade da Criança”, algumas ações estão suspensas temporariamente, pois são integrantes do processo de concessão e, portanto não disponíveis para ações deliberadas pelo COMTUR/SBC ou pelo Departamento de Turismo e Eventos. No entanto, constarão desta revisão do Plano Diretor, devidamente identificadas e presentes de forma complementar no ANEXO II deste documento. São elas:

AÇÃO PROPOSTA NO PLANO DIRETOR
Modernização e adequação do Parque da Cidade da Criança
Intervenções artísticas no Teatro Amazonas da Cidade da Criança
Revitalização da Área Amazônica da Cidade da Criança
Revitalização do avião DC-3 na Cidade da Criança
Revitalização do Jardim Japonês da Cidade da Criança
Sacramentos católicos nas igrejas da Cidade da Criança *

**Ação desqualificada do Plano Diretor por falta de amparo legal. O Estado é laico e não é possível privilegiar uma segmentação religiosa em detrimento de outra(s).*

PROJETOS PRIORITÁRIOS

CADERNO GOLF

SUMÁRIO

1 ÍNDICE DOS PROJETOS PRIORITÁRIOS PARA O TURISMO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO 1

ÍNDICE DOS PROJETOS PRIORITÁRIOS PARA O TURISMO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

Neste caderno são apresentadas todas as ações por ÁREAS DE ATUAÇÃO. Na edição da Lei Municipal 6.560/2017 o documento continha sete Áreas de Atuação, no entanto, para esta 1ª Revisão, acrescentou-se uma área a mais, CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL, perfazendo, desta forma, oito áreas de atuação, abaixo elencadas:

PROMOVER E COMERCIALIZAR O DESTINO TURÍSTICO

PCDT

PCDT nº 001	RECEPTIVO TURÍSTICO – ÔNIBUS
PCDT nº 002	UNIDADE MÓVEL DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS
PCDT nº 003	APLICATIVO DE TURISMO
PCDT nº 004	ATUALIZAÇÃO E MODERNIZAÇÃO DO SITE DE TURISMO DA CIDADE
PCDT nº 005	PASSAPORTE DO TURISMO INDUSTRIAL
PCDT nº 006	PLANO DE MARKETING TURÍSTICO DA CIDADE
PCDT nº 007	DIVULGAÇÃO DAS ROTAS NO TRANSPORTE PÚBLICO
PCDT nº 008	DIVULGAÇÃO PERMANENTE DE MATÉRIAS NA MÍDIA ESPECIALIZADA
PCDT nº 009	CONCURSO DE FOTOS PARA CARTÕES POSTAIS DIGITAL
PCDT nº 010	IMPLANTAÇÃO DE PLACAS PARA IDENTIFICAÇÃO DOS PARCEIROS DAS ROTAS TURÍSTICAS

ADEQUAR A INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO E AO TURISTA

AITT

AITT nº 001	QUARTOS TEMÁTICOS DO TURISMO INDUSTRIAL
AITT nº 002	WELCOME CENTER DO TURISMO INDUSTRIAL
AITT nº 003	COMPLEMENTO E REVITALIZAÇÃO DA SINALIZAÇÃSO TURÍSTICA DA CIDADE
AITT nº 004	OBSERVATÓRIO DE TURISMO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO
AITT nº 005	AGÊNCIA RECEPTIVA ONLINE
AITT nº 006	REVITALIZAÇÃO DOS CENTROS DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS (CIT'S)
AITT nº 007	PROMOVER TRATAMENTO PAISAGÍSTICO DAS ROTAS DE ECOTURISMO EXISTENTES
AITT nº 008	IMPLANTAÇÃO DE SINALIZAÇÃO TURÍSTICA NAS ROTAS
AITT nº 009	DENOMINAÇÃO OFICIAL E SINALIZAÇÃO DE VIAS PÙBLICAS
AITT nº 010	MANUTENÇÃO DA INFRAESTRUTURA EXISTENTE NAS ROTAS TURÍSTICAS
AITT nº 011	INSTALAÇÃO DE TOTENS TURÍSTICOS BILÍNGUES E BRAILE NOS ATRATIVOS
AITT nº 012	MARINA DA PRAINHA DO RIACHO GRANDE
AITT nº 013	AQUISIÇÃO/LOCAÇÃO DE VEÍCULO TIPO VAN PARA APOIO ÀS VISITAS MONITORADAS DO TURISMO INDUSTRIAL
AITT nº 014	REVITALIZAÇÃO DO CENTRO DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS DO TERMINAL RODOVIÁRIO JOÃO SETTI

AITT nº 015	REVITALIZAÇÃO DO CENTRO DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS DO PARQUE CIDADE DA CRIANÇA (ESPAÇO REDENÇÃO)
AITT nº 016	IMPLANTAÇÃO DO CENTRO TURÍSTICO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO
AITT nº 017	IMPLANTAÇÃO DA SEDE DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO – COMTUR/SBC
AITT nº 018	IMPLANTAÇÃO DA SEDE DO CONVENTION & VISITORS BUREAU
AITT nº 019	IMPLANTAÇÃO DO AUDITÓRIO“SÃO BERNARDO TURÍSTICA “
AITT nº 020	IMPLANTAÇÃO DO CENTRO DE ACOLHIMENTO AO TURISTA
AITT nº 021	IMPLANTAÇÃO DE SALAS DE CAPACITAÇÃO “SBC MIT”

IMPLEMENTAR POLÍTICAS PÚBLICAS E PARCERIAS QUE FAVOREÇAM O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

IPPDT

IPPDT nº 001	TURISMO ACESSÍVEL
IPPDT nº 002	AUMENTAR A CAPACITAÇÃOTÉCNICA DOS SERVIDORES DO DEPARTAMENTO DE TURISMO E EVENTOS E QUALIFICAR A GESTÃO DO TURISMO
IPPDT nº 003	ENVOLVIMENTO DA CADEIA PRODUTIVA COM AS AÇÕES DE ESTRUTURAÇÃO DO TURISMO NO DESTINO
IPPDT nº 004	PARCERIAS COM NOVAS EMPRESAS DO PROGRAMA DE TURISMO INDUSTRIAL
IPPDT nº 005	“CIDADE IRMÃ” DO TURISMO INDUSTRIAL
IPPDT nº 006	CONVENTION & VISITORS BUREAU DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

IPPDT nº 007	INTERCÂMBIO ENTRE AS EMPRESAS PARCEIRAS DO TURISMO INDUSTRIAL
IPPDT nº 008	CRIAR CALENDÁRIO ANUAL OFICIAL E PERMANENTE DE EVENTOS NAS ROTAS DE ECOTURISMO
IPPDT nº 009	TURISMO DE PESCA ESPORTIVO
IPPDT nº 010	CAPACITAÇÃO DE EQUIPE TÉCNICA EM TURISMO DE NATUREZA,ECOTURISMO E TURISMO SUSTENTÁVEL
IPPDT nº 011	CRIAR E IMPLANTAR O POLO SÃO BERNARDO DO CAMPO – DESENVOLVIMENTO ECOTURÍSTICO, ECONÔMICO E SOCIOAMBIENTAL
IPPDT nº 012	FOMENTO AO TURISMO PEDAGÓGICO

QUALIFICAR OS SERVIÇOS E OS PROFISSIONAIS DA CADEIA TURÍSTICA

QSPC

QSPC nº 001	QUALIFICAÇÃO DE GUIAS PARA O TURISMO RECEPTIVO
QSPC nº 002	QUALIFICAÇÃO: “FRENTISTA AMIGO DO TURISTA”
QSPC nº 003	QUALIFICAÇÃO: “TAXISTA AMIGO DO TURISTA”
QSPC nº 004	CURSOS DE ESPECIALIZAÇÃO EM TURISMO INDUSTRIAL PARA GUIAS DE TURISMO
QSPC nº 005	MONITORAMENTO TURÍSTICO PERIÓDICO DAS ROTAS DE ECOTURISMO
QSPC nº 006	AMPLIAÇÃO DE CADASTRADOS JUNTO AO MINISTÉRIO DO TURISMO VIA CADASTUR

FOMENTAR O ASSOCIATIVISMO E EMPREENDEDORISMO

FAE

FAE nº 001	INCENTIVAR A FORMAÇÃO DE EMPREENDEDORES NA ÁREA DE TURISMO
FAE nº 002	SEMANA DA ECONOMIA CRIATIVA VOLTADA AO TURISMO
FAE nº 003	GESTÃO COMPARTILHADA DE POLO ECOTURÍSTICO “CAMINHOS DO MAR”
FAE nº 004	GRAFITURISMO
FAE nº 005	MOVIMENTO DE CICLOTURISMO
FAE nº 006	ROTAS DE ECOTURISMO
FAE nº 007	ROTAS DE TURISMO RELIGIOSO
FAE nº 008	ROTAS ESPORTIVAS
FAE nº 009	PASSEIO DE BARCO NA REPRESA BILLINGS
FAE nº 010	IMPLANTAÇÃO DE UM RESTAURANTE TEMÁTICO NO ESTÁDIO 1º DE MAIO
FAE nº 011	IMPLANTAÇÃO DA ROTA DO VINHO
FAE nº 012	PROMOVER AÇÕES DE FOMENTO AO TURISMO NA PRAINHA DO RIACHO GRANDE
FAE nº 013	ROTAS CULTURAIS
FAE nº 014	EXPOSIÇÃO INTERATIVA DO TURISMO INDUSTRIAL
FAE nº 015	TURISMO NO MERCADO MUNICIPAL

PRESERVAR E VALORIZAR A IDENTIDADE CULTURAL E TURÍSTICA

PUICT

PUICT nº 001	INTERVENÇÕES ARTÍSTICAS NO TEATRO AMAZONAS DA CIDADE DA CRIANÇA
PUICT nº 002	SELO DO TURISMO – EMPRESA AMIGA DO TURISTA
PUICT nº 003	EXPOSIÇÃO DA HISTÓRIA DA INDÚSTRIA EM SÃO BERNARDO DO CAMPO (PINACOTECA).
PUICT nº 004	MODERNIZAÇÃO E ADEQUAÇÃO DO PARQUE CIDADE DA CRIANÇA
PUICT nº 005	INTERVENÇÕES ARTÍSTICAS NAS VISITAS MONITORADAS DE TURISMO INDUSTRIAL
PUICT nº 006	INSTALAÇÃO DE TOTENS DE PARCERIA NAS EMPRESAS PARTICIPANTES DO TURISMO INDUSTRIAL
PUICT nº 007	REVITALIZAÇÃO DA ÁREA AMAZÔNICA DA CIDADE DA CRIANÇA
PUICT nº 008	REVITALIZAÇÃO DO AVIÃO DC-3 NA CIDADE DA CRIANÇA
PUICT nº 009	PORTAL DO RIACHO GRANDE
PUICT nº 010	REVITALIZAÇÃO DO JARDIM JAPONÊS DA CIDADE DA CRIANÇA
PUICT nº 011	REQUALIFICAÇÃO DA ROTA DOS RESTAURANTES (ANTIGA ROTA DOFRANGO COM POLENTA)
PUICT nº 012	ESPAÇO “HISTÓRIA DA INDÚSTRIA”
PUICT nº 013	IMPLANTAÇÃO DO GABINETE DO PREFEITO MIRIM DA CIDADE DA CRIANÇA (ESPAÇO REDENÇÃO)
PUICT nº 014	REVITALIZAÇÃO DA PRAÇA DOS MENINOS – RUDGE RAMOS

PUICT nº 015	ELEIÇÃO DO “PREFEITO MIRIM DA CIDADE DA CRIANÇA”

FOMENTAR EVENTOS DIRECIONADOS AO TURISMO NA CIDADE

FEDT

FEDT nº 001	FESTIVAL PESQUE E PAGUE
FEDT nº 002	FEIRA DE TURISMO EM SÃO BERNARDO DO CAMPO
FEDT nº 003	PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS ESPECIALIZADAS
FEDT nº 004	EVENTOS RELACIONADOS AO PROGRAMA DE TURISMO INDUSTRIAL
FEDT nº 005	EVENTOS ESPORTIVOS NA REGIÃO DO RIACHO GRANDE
FEDT nº 006	FESTIVAL DO CAMBUCI DE SÃO BERNARDO DO CAMPO
FEDT nº 007	FESTIVAL BON ODORI DE SÃO BERNARDO DO CAMPO
FEDT nº 008	FEIRA GASTRONÔNICA E DE ARTESANATO NA PRAÇA DOS MENINOS (RUDGE RAMOS)
FEDT nº 009	CARREATA DO TURISMO INDUSTRIAL NO DESFILE CÍVICO MILITAR
FEDT nº 010	CONSOLIDAR O FESTIVAL DE VERÃO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO NO CALENDÁRIO OFICIAL DE EVENTOS DA CIDADE
FEDT nº 011	CONSOLIDAR O NATAL LUZ DE SÃO BERNARDO DO CAMPO NO CALENDÁRIO OFICIAL DE EVENTOS DA CIDADE
FEDT nº 012	REALIZAÇÃO DO CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO INDUSTRIAL EM SÃO BERNARDO DO CAMPO

FEDT nº 013	REALIZAÇÃO DO CONGRESSO INTERNACIONAL DE TURISMO INDUSTRIAL EM SÃO BERNARDO DO CAMPO
FEDT nº 014	FESTIVAL MARAVILHAS GASTRÔNOMICAS DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

CDSC

CDSC nº 001	CITY TOUR PELA CIDADE
CDSC nº 002	CORRIDA DO GARÇOM
CDSC nº 003	CORRIDA DE RUA
CDSC nº 004	REVITALIZAÇÃO DO RIACHO GRANDE E PARQUE ESTORIL
CDSC nº005	VALORIZAÇÃO DA HISTÓRIA, ATRAVÉS DO MONUMENTO MMDC
CDSC nº 006	RESGATE DAS TRADIÇÔES GASTRONÔMICAS E COMIDAS TRADICIONAIS DE SÃO BERNARDO DO CAMPO
CDSC nº 007	PAINEL ELETRÔNICO MOVIDO À ENERGIA SOLAR PARA INFORMAÇÕES TURÍSTICAS E DE UTILIDADE PÚBLICA NOS PONTOS DE ÔNIBUS
CDSC nº 008	SELO MUNICIPAL DE TURISMO (PROGRAMA DE CERTIFICAÇÃO E SELO DE QUALIDADE TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO
CDSC nº 009	CONSTRUÇÃO E INTEGRAÇÃO DE CICLOVIAS
CDSC nº 010	FEIRAS E EVENTOS
CDSC nº 011	AÇÕES INTEGRADAS PARA ENCANTAR O TURISTA

CDSC nº 012	FESTIVAL DAS MARIAS - FESTIVAL MULTI ARTÍSTICO DE PROTAGONISMO FEMININO E COOPERAÇÃO BILATERAL INTERNACIONAL (BRA/POR)
CDSC nº 013	ESTRADA VELHA DO MAR – REFERÊNCIA EM ECOTURISMO E GASTRONOMIA
CDSC nº 014	FEIRA DE ARTESANATO NO PAÇO MUNICIPAL
CDSC nº 015	TURISMO ESPORTIVO – SKATE

QUADRO DEMONSTRATIVO

RAMO DE ATUAÇÃO	SIGLA	Nº DEAÇÕES	TOTAL AÇÕES	%
PROMOVER E COMERCIALIZAR O DESTINO TURÍSTICO	**PCDT**	**10**	**108**	**9,25**
ADEQUAR A INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO E AO TURISTA	**AITT**	**21**	**108**	**19,44**
IMPLEMENTAR POLÍTICAS PÚBLICAS E PARCERIAS QUE FAVOREÇAM O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO	**IPPDT**	**12**	**108**	**11,11**
QUALIFICAR OS SERVIÇOS E OS PROFISSIONAIS DA CADEIA TURÍSTICA	**QSPC**	**6**	**108**	**5,55**
FOMENTAR O ASSOCIATIVISMO E EMPREENDEDORISMO	**FAE**	**15**	**108**	**13,88**
PRESERVAR E VALORIZAR A IDENTIDADE CULTURAL E TURÍSTICA	**PUICT**	**15**	**108**	**13,88**
FOMENTAR EVENTOS DIRECIONADOS AO TURISMO NA CIDADE	**FEDT**	**14**	**108**	**12,96**
CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL	**CDSC**	**15**	**108**	**13,88**

AÇÕES JÁ REALIZADAS E MANTIDAS

As ações abaixo relacionadas já foram realizadas, no entanto, como são de caráter perene, foram mantidas nesta 1ª Revisão e são passíveis de continuidade:

- Atualização e modernização do site do turismo
- Intercâmbio entre empresas parceiras do Turismo Industrial
- Aumentar a capacitação técnica do Departamento de Turismo e Eventos e qualificar a gestão de turismo
- Envolvimento da cadeia produtiva com as ações de estruturação do turismo no destino
- Parcerias com novas empresas do Programa de Turismo Industrial
- Modernização e adequação do Parque da Cidade da Criança
- Participação em Feiras especializadas
- Eventos relacionados ao Programa de Turismo Industrial

AÇÕES JÁ REALIZADAS E RETIRADAS

As ações abaixo relacionadas já foram realizadas, no entanto, pelo caráter pontual, foram suprimidas ou tiveram seu texto adequado nesta1ª Revisão:

- Implantação de equipamentos de áudio nas visitas monitoradas do Turismo Industrial

- Elaboração e publicação de guias de Ecoturismo nas Rotas implantadas
- COMTUR (Conselho Municipal de Turismo)
- Sediar etapa do Festival Regional do Cambuci em São Bernardo do Campo

AÇÕES DESCONTINUADAS

As seguintes ações abaixo destacadaspropostas no Plano Diretor de Turismo de São Bernardo do Campo, Lei Municipal nº 6.560, de 14 de junho de 2017, foram descontinuadas/desqualificadas nesta 1ª Revisão, por não estarem em consonância com o atual Plano de Governo e Diretrizes da atual Administração Municipal ou por falta de amparo legal:

- Sacramentos católicos nas igrejas da Cidade da Criança
- Centro de Convenções e Eventos
- Hotel tipo Resort no Riacho Grande

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – PCDT 001

AÇÃO: RECEPTIVOTURÍSTICO–ÔNIBUS

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Visita aos atrativos em ônibusturístico;**
- **Comodidade e praticidade aos turistas emunícipes;**
- **Receptivo para criação de fluxoturístico.**

DESCRIÇÃO

- **Criação de dois ou mais roteiros de *city tour* em ônibus turístico passando pelos principais atrativos da cidade (possibilidade do modal *Hop on Hopoff*).**

NECESSIDADES

- **Ônibus de turismo devidamenteidentificado;**
- **Qualificação de guias de turismolocais;**
- **Criação de projeto de divulgação, estruturação econômica e técnica do city tour e sua logística.**

PARCEIROS

- **Atores da cadeia turística local;**
- **Entidades representativas do tradeturístico;**
- **Meios decomunicação;**
- **Entidades de ensino, consultorias e universidades;**
- **Assessoria de imprensa esites;**
- **Órgãos governamentais: Municipal, Estadual e Federal.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Emendasparlamentares;**
- **Convênios com órgãosgovernamentais;**
- **Merchandising/publicidade nosveículos;**
- **Investimentosprivados.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – PCDT 002

AÇÃO: UNIDADE MÓVEL DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Disponibilizar uma unidade móvel para acessar diferentes pontos da cidade, com destaque para os locais onde tenha grande fluxo de pessoas ou eventos, no intuito de repassar informações referentes à atividade turística do município.**

DESCRIÇÃO

- **A princípio, uma unidade móvel será disponibilizada, conforme cronograma previamente elaborado, em diferentes pontos da cidade, com pessoas devidamente capacitadas e munidas de informações atualizadas e material de divulgação do turismo.**

NECESSIDADES

- **Diálogo com osAtores da cadeia turística local e as empresas parceiras do Turismo Industrial para captação de recursos para o projeto;**
- **Recursos humanos qualificados;**
- **Cronograma elaborado dos pontos estratégicos de divulgação;**
- ***Criação de Layout*e preparação do material de comunicação;**
- **Aquisição de veículo devidamente adaptado (van/*trailler*).**

PARCEIROS

- **Atores da cadeia turística local;**
- **Consórcio Intermunicipal Grande ABC;**
- **Órgãos governamentais: Municipal, Estadual e Federal (MTur);**
- **Empresas parceiras do Turismo Industrial.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados;**
- **Convênio com Ministério do Turismo;**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – PCDT 003

AÇÃO: APLICATIVO DE TURISMO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Tornar as informações turísticas do município mais acessíveis através de um aplicativo para dispositivos móveis, sistemas Android e Ios.**

DESCRIÇÃO

- **Aplicativo para dispositivos móveis com sistema Android e IOS com informações organizadas do turismo de São Bernardo do Campo com hiperlinks direcionados aos sites específicos;**
- **Página inicial do aplicativo dividida por segmentos turísticos, tais como: ecoturismo, religioso, gastronômico, histórico e cultural, turismo industrial, etc.;**
- **Layout simples e organizado com possibilidade de montagem de rotas;**
- **Vinculado ao GPS e Google Maps;**
- **Link de acesso para localização de serviços turísticos incluindo hotéis, transportes, alimentação, lazer, entre outros;**
- **Possibilidade de inserção de outros idiomas.**

NECESSIDADES

- **Empresa qualificada para o desenvolvimento e o processamento do aplicativo nos dispositivos;**
- **Atualização e manutenção contínua;**
- **Elaboração do conteúdo.**

PARCEIROS

- **Atores da cadeia turística local;**
- **Iniciativa privada;**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados;**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC).**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – PCDT 004

AÇÃO: ATUALIZAÇÃO E MODERNIZAÇÃO DO SITE DE TURISMO DA CIDADE

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_x_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Reformular e dinamizar o site de turismo da cidade.**

DESCRIÇÃO

- **Otimizar a interface público-privada visando a agilidade de acesso e vínculo entre internautas e os serviços oferecidos pelo atores da cadeia turística local;**
- **Disponibilização de informações turísticas nos idiomas inglês e espanhol (parcerias);**
- **Implantação de canal direto de comunicação com o Departamento de Turismo e Eventos (fale conosco);**
- **Galeria de fotos e vídeos;.**

NECESSIDADES

- **Atualização e manutenção contínua;**
- **Elaboração e revisão dos conteúdos.**

PARCEIROS

- **Atores da cadeia turística local;**
- **Escolas de idiomas (edital de chamamento);**
- **Consórcio Intermunicipal Grande ABC (informações sobre regionalização).**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados;**
- **Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC).**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – PCDT 005

AÇÃO: PASSAPORTE DO TURISMO INDUSTRIAL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_x_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Contribuir para o desenvolvimento do Programa de Turismo Industrial por meio de instrumentos que aumentem ainda mais o vínculo entre empresa e visitante;**
- **Divulgação do Programa e das empresas parceiras do Turismo Industrial;**
- **Material gráfico complementar de divulgação que trás dinamismo para as visitas haja vista que contarão com carimbo lúdico produzido por cada empresa parceira.**

DESCRIÇÃO

- **A proposta é que o Passaporte seja uma lembrança física do Turismo Industrial. A cada visita feita pelo turista, um carimbo será aplicado pelos representantes e/ou guias técnicos das visitas. O conteúdo do Passaporte serão fotos e breves descritivos autorizados pelas empresas a cada duas páginas com um pequeno espaço em branco para carimbo.**

NECESSIDADES

- **Diálogo com empresas participantes do Programa de Turismo Industrial;**
- **Autorização das empresas para fotos e descritivos que comporão o Passaporte;**
- **Elaboração do conteúdo institucional para impressão.**

PARCEIROS

- **Empresas parceiras do Turismo Industrial.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC);**
- **Investimentos privados.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – PCDT 006

AÇÃO: PLANO DE MARKETING TURÍSTICO DA CIDADE

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_x_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **O Plano de Marketing busca auxiliar na elaboração de ações detalhadas e direcionadas ao mercado turístico, possibilitando o fomento da atividade como um todo e priorizando acaptação de potenciais visitantes/turistas para o Município de São Bernardo do Campo.**

DESCRIÇÃO

- **Esta é uma ferramenta de gestão atualizada regularmente, permitindo que o mercado turístico do município seja trabalhado e possa ser analisado, adaptando-se às constantes mudanças e identificando tendências. O Plano de Marketing possibilitará a definição de resultados que pretende alcançar e ajudará a formular ações que possam contribuir para a competitividade do destino.**

NECESSIDADES

- **Análise do ambiente, tanto externo quanto interno e quais os fatores positivos e negativos. É importante que a análise proposta inclua os fatores econômicos, culturais, sociais, políticos, tecnológicos, concorrência e as tendências deste mercado, dentro ounão da segmentação desenvolvida. Deve conter também o planejamento das ações de marketing que irão contribuir para o desenvolvimento turístico;**
- **Captação de parceiros para a implementação das ações.**

PARCEIROS

- **Atores da cadeia turística local;**
- **Órgãos governamentais: Municipal, Estadual, Federal;**
- **Consórcio Intermunicipal Grande ABC (para fins de regionalização).**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados;**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Convênios com órgãos governamentais;**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – PCDT 007

AÇÃO: DIVULGAÇÃO DAS ROTAS NO TRANSPORTE PÚBLICO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Divulgar os roteiros turísticos do município, atingindo um maior número de pessoas, com oferta de informações nos diversos meios de transporte público do município e intermunicipais.**

DESCRIÇÃO

- **Campanhas de divulgação de atrativos e roteiros turísticos de São Bernardo do Campo nos meios de transportes.**

NECESSIDADES

- **Elaboração e confecção de materiais de divulgação como cartazes e busdoor.**

PARCEIROS

- **Secretaria de Comunicação (SECOM);**
- **BR7 Mobilidade;**
- **Empresa Metropolitana de Transportes Urbanos de São Paulo S.A – EMTU;**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Investimentos privados;**
- **Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC).**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – PCDT 008

AÇÃO: DIVULGAÇÃO PERMANENTE DE MATÉRIAS NA MÍDIA ESPECIALIZADA

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (_X_) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Divulgar os roteiros turísticos do município, atingindo um maior número de pessoas, com oferta de informações básicas e complementares sintetizadas em textos e artigos de revistas, mídias sociais e sites. Divulgação em feiras especializadas no setor.**

DESCRIÇÃO

- **Elaborar e publicar em formato impresso e digital, matérias em jornais, revistas, vídeos, redes sociais e sites especializados em turismo. Criação de vídeos institucionais dos atrativos, rotas e projetos de turismo.**

NECESSIDADES

- **Elaboração de matérias de divulgação;**
- **Acompanhamento da repercussão das matérias.**

PARCEIROS

- **Empresas privadas;**
- **Secretaria de Comunicação (SECOM);**
- **Secretaria de Meio Ambiente e Proteção Animal (SMA);**
- **Secretaria de Serviços Urbanos (SU) – Zoológico / Parque Estoril.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Investimentos privados;**
- **Fundo Municipal de Turismo de São Bernardo do Campo (FUMTUR/SBC);**
- **Tesouro Municipal.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – PCDT 009

AÇÃO: CONCURSO DE FOTOS PARA CARTÕES POSTAIS DIGITAL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Incentivar a participação da sociedade civil, por meio de Convite Público, em ação dinâmica (captura de imagens) para a promoção dos atrativos turísticos da cidade por meio de fotografias que serão transformadas em cartões postais digital.**

DESCRIÇÃO

- **Realizar um concurso fotográfico amador para captação de imagens de atrativos turísticos da cidade;**
- **As imagens serão encaminhadas via e-mail para uma seleção inicial por um júri técnico formado por profissionais da área;**
- **Será realizado um evento de encerramento onde as melhores fotos serão apresentadas para um júri formado por profissionais renomados da área que farão a escolha das que comporão o rol de cartões postais da cidade.**

NECESSIDADES

- **Dar ampla publicidade ao concurso proposto;**
- **Articulação de parcerias com escolas específicas das áreas afins;**
- **Composição do grupo de seleção de imagens (profissionais da área);**
- **Convite à renomados fotógrafos dos principais veículos de comunicação da cidade e da região para a escolha final das fotos;**
- **Prospectar parceiros para viabilização de prêmios.**

PARCEIROS

- **Atores da cadeia turística local;**
- **Iniciativa privada;**
- **Senac São Bernardo;**
- **Escolas de fotografia;**
- **Mídia especializada em fotografia;**

- Secretaria de Comunicação (SECOM).

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Investimentos privados;
- Recursos direcionados ao turismo da cidade;
- Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC).

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – PCDT 010

AÇÃO: IMPLANTAÇÃO DE PLACAS PARA IDENTIFICAÇÃO DOS PARCEIROS DAS ROTAS TURÍSTICAS

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Criar uma identificação visual das rotas turísticas.

DESCRIÇÃO

- Criar identificação visual para cada rota turística. Instalar placas de identificação em cada atrativo, seja ele um prestador de serviços, uma atividade ou um equipamento, o que facilitará a identificação pelos turistas.

NECESSIDADES

- Criar a identidade visual de cada rota;
- Confeccionar e instalar as placas.

PARCEIROS

- Secretaria de Comunicação (SECOM);
- Atores da cadeia turística local;
- Empresas privadas;

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Investimentos privados;
- Tesouro Municipal.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 001

AÇÃO: QUARTOS TEMÁTICOS DO TURISMO INDUSTRIAL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Tematizar quartos de um ou mais hotéis da cidade para proporcionar ao turista que ali se hospeda um primeiro contato com o Turismo Industrial ou uma vivência complementar;**
- **Agregar a identidade turística da cidade para aqueles que a visitam.**

DESCRIÇÃO

- **Apartamentos ambientados de forma que seja identificado cada uma das empresas parceiras do Turismo Industrial. Isso se dará através da decoração, por exemplo, imagens (quadros, papel de parede personalizado, ...), objetos decorativos, móveis adaptados, roupas de cama personalizadas, etc.**

NECESSIDADES

- **Diálogo com os meios de hospedagem local e com as empresas parceiras do Turismo Industrial (intermediação);**
- **Implantação do processo de "retro-fit" nas unidades habitacionais que serão disponibilizadas para o projeto.**

PARCEIROS

- **Meios de hospedagem local;**
- **Empresas parceiras do Turismo Industrial.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 002

AÇÃO: WELCOME CENTER DO TURISMO INDUSTRIAL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) **(_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses)** **(___) LONGO (mais de 37 meses)**

OBJETIVOS

- **Espaço especialmente destinado para recepcionar, realizar uma apresentação inicial aos visitantes do Turismo Industrial e disponibilizar toda e qualquer informação necessária aos interessados.**

DESCRIÇÃO

- **Espaço onde será possível obter informações do Turismo Industrial de São Bernardo do Campo;**
- **Será possível efetuar reservas para visitação às empresas, solicitar serviço de um guia de turismo industrial, obter material gráfico específico, tirar dúvidas, além do agendamento de palestras, workshops e eventos relacionados.**

NECESSIDADES

- **Projeto elaborado de todos os serviços que serão disponibilizados no Welcome Center;**
- **Projeto arquitetônico de um novo espaço ou um espaço reestruturado;**
- **Equipamentos e mobiliário;**
- **Capacitação de recursos humanos.**

PARCEIROS

- **Empresas parceiras do Turismo Industrial.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo(DADETUR);**
- **Atores da cadeia turística local;**
- **Investimentos privados;**
- **Empresas parceiras do Turismo Industrial;**
- **Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC);**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 003

AÇÃO: COMPLEMENTO E REVITALIZAÇÃO DA SINALIZAÇÃO TURÍSTICA DA CIDADE

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (_x_) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Ampliar o número de placas indicativas dos atrativos turísticos do município, além de revitalizar a atual sinalização, implantada nos padrões do Ministério do Turismo em 2012.**

DESCRIÇÃO

- **Avaliar atrativos e equipamentos que mereçam destaque, bem como novas inserções.**
- **Reavaliar os pontos descritos nas atuais placas e a possibilidade de confecção de sinalização turística bilíngue.**

NECESSIDADES

- **Mapeamento da sinalização já existente nas vias da cidade;**
- **Análise e mapeamento dos pontos turísticos e dos atrativos;**
- **Buscar orientação no processo de implantação da sinalização pelo Guia Brasileiro de Sinalização Turística disponibilizada pelo Ministério do Turismo;**
- **Orientação para execução da ação na Secretaria de Transportes e Vias Públicas;**
- **Revitalizar as placas já existentes, inclusive reimplantando as que foram objeto de vandalismo ou furto;**
- **Buscar diálogo com os responsáveis pela sinalização às margens das Rodovias que cortam a cidade.**

PARCEIROS

- **Departamento de Estradas e Rodagem (DER);**
- **Ecovias;**
- **Secretaria de Transportes e Vias Públicas (PMSBC);**
- **Governo do Estado de São Paulo;**
- **Governo Federal (MTur).**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados (contrapartidas);**
- **Convênio com o Ministério do Turismo;**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 004

AÇÃO: OBSERVATÓRIO DE TURISMO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Apontar as tendências para promoção do desenvolvimento social e econômico do turismo no município de São Bernardo do Campo, ampliando o desempenho de suas atividades com ações que fomentem o mercado e o fluxo turístico.**

DESCRIÇÃO

- **Atuar como um núcleo de estudos e pesquisas que analisa o comportamento do setor turístico, contribuindo para que o destino se torne cada vez mais competitivo. Neste caso, São Bernardo do Campo terá seu próprio centro de pesquisas que investigará e apontará tendências para o aprimoramento do turismo da cidade.**

NECESSIDADES

- **Diálogo constante com o trade turístico e as instituições de ensino para o apoio neste projeto;**
- **Elaboração de um organograma para definir as áreas de conhecimento para investigações necessárias e uma análise mais aprofundada do setor turístico e suas tendências;**
- **Elaboração de um cronograma regular de pesquisas para cada área de investigação;**
- **Implantação de um espaço específico no site de turismo da cidade que contenha informações do Observatório para o compartilhamento das pesquisas e tendências do setor.**

PARCEIROS

- Atores da cadeia turística local;
- SPTuris;
- Fecomercio;
- Consórcio Intermunicipal Grande ABC;
- São Paulo Visitors & Convention Bureau;
- Instituições de ensino presentes no município.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Investimentos privados;
- Parcerias pública-privadas;
- Recursos direcionados ao turismo da cidade.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 005

AÇÃO: AGÊNCIA RECEPTIVA ONLINE

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Apoiar e estimular junto a empreendedores a criação de uma agência receptiva online para suporte aos turistas.

DESCRIÇÃO

- Site elaborado para a visualização de roteiros, informações necessárias, acessos e mapas das rotas;
- Informações dos serviços turísticos disponíveis como, hospedagem, aluguel de carros, sistema de agendamentos de atrativos / visitas monitoradas, alimentação etc.;
- Atendimento ao cliente por e-mail / whatsapp, ou outras formas, com resposta rápida;
- Elaboração de rotas personalizadas;
- Possibilidade de adquirir serviços e produtos pelos canais digitais;
- Material multimídia para visitantes.

NECESSIDADES

- Diálogo com os atores da cadeia turística local para a captação de empresas interessadas em operar a agência;
- Análise e aprovação do conteúdo proposto pela agência operadora.

PARCEIROS

- **Atores da cadeia turística local.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 006

AÇÃO: REVITALIZAÇÃO DOS CENTROS DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS (CIT'S)

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Revitalizar os Centros de Informações Turísticas a fim de adequar sua estrutura, capacitar colaboradores e atualizar a comunicação visual e os materiais gráficos disponibilizados aos visitantes e turistas.**

DESCRIÇÃO

- **Os Centros de Informações Turísticas são importantes canais de comunicação e prestação de informações aos turistas, daí a grande importância de contarem com recursos humanos qualificados e materiais de divulgação atualizados.**

NECESSIDADES

- **Criação e aprovação do projeto de revitalização;**
- **Criação de um layout unificado;**

PARCEIROS

- Administração do Parque Cidade da Criança;
- Administração do Terminal Rodoviário João Setti;
- Atores da cadeia turística local;

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos direcionados ao turismo da cidade;
- Investimentos privados;
- Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR);

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 007

AÇÃO: PROMOVER TRATAMENTO PAISAGÍSTICO DAS ROTAS DE ECOTURISMO EXISTENTES

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Qualificar as rotas existentes por meio de tratamento paisagístico pautado no manejo apropriado da vegetação ao longo dos percursos, inserindo, na medida do possível, espécies florísticas e frutíferas que sirvam de abrigo para fauna local e possam qualificar ainda mais a experiência do turista.

DESCRIÇÃO

- Criar e executar um plano de tratamento paisagístico para as rotas existentes, realizando tratativas específicas para o manejo da vegetação local com o setor de manutenção responsável na Prefeitura; Inserção de espécies florísticas e frutíferas nativas em propriedades públicas e privadas, em comum acordo com empreendedores e proprietários parceiros e não parceiros das rotas; Acompanhamento das mudas inseridas para melhores resultados.

NECESSIDADES

- Realização de reuniões com o setor de parques e jardins para planejamento das atividades;
- Realização de reuniões com os responsáveis pela execução dos serviços de manutenção de vias;
- Levantamento de locais que possam receber plantios e de quais espécies apropriadas para cada local, assim como suas épocas de floração e de frutificação;

- Realização de chamamento público de proprietários que possam ofertar espaços para plantio;
- Elaboração de plano paisagístico de intervenção com prazos, metas e custos;
- Utilização de mudas provenientes do viveiro municipal ou de compensação ambiental;
- Monitoramento das mudas e intervenções realizadas.

PARCEIROS

- Proprietários de terras;
- Empresas privadas;
- Secretaria de Meio Ambiente e Proteção Animal (SMA);
- Secretaria de Serviços Urbanos (SU);

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Tesouro Municipal;
- Investimentos privados.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 008

AÇÃO: IMPLANTAÇÃO DE SINALIZAÇÃO TURÍSTICA NAS ROTAS

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (_X_) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Qualificar as rotas turísticas através de uma melhor sinalização.

DESCRIÇÃO

- Avaliar serviços, atrativos, atividades e equipamentos que mereçam destaque e indicação na sinalização turística do município. Produzir e instalar placas indicativas das rotas turísticas do município, de acordo com os padrões estabelecidos no Código de Trânsito Brasileiro – CTB, Resoluções do Conselho Nacional de Trânsito – Contran, além de cumprir a legislação de preservação de sítios tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Iphan e protegidos pela Lei de Arqueologia. Acompanhar o Guia Brasileiro de Sinalização Turística, do Ministério do Turismo.

NECESSIDADES

- Mapeamento da sinalização já existente nas vias da cidade;
- Análise e mapeamento dos pontos turísticos e dos atrativos;
- Buscar orientação no processo de implantação da sinalização pelo Guia Brasileiro de Sinalização Turística disponibilizada pelo Ministério do Turismo;
- Orientação para execução da ação na Secretaria de Transportes e Vias Públicas;

- Revitalizar as placas já existentes, inclusive reimplantando as que foram objeto de vandalismo ou furto;
- Buscar diálogo com os responsáveis pela sinalização às margens das Rodovias que cortam a cidade.

PARCEIROS

- Departamento de Estradas e Rodagem (DER);
- Ecovias;
- Secretaria de Transportes e Vias Públicas (PMSBC);
- Governo do Estado de São Paulo;
- Governo Federal (MTur).

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos direcionados ao turismo da cidade.
- Convênio com o Ministério do Turismo.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 009

AÇÃO: DENOMINAÇÃO OFICIAL E SINALIZAÇÃO DE VIAS PÚBLICAS

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

-Qualificar as rotas turísticas através de uma melhor sinalização das vias e acessos.

DESCRIÇÃO

- Todas as vias e acessos que fazem parte das rotas turísticas ou dão acesso às rotas turísticas devem estar devidamente denominadas e identificadas para que o turista acesse os atrativos com maior facilidade.

NECESSIDADES

- Fazer um levantamento para identificar as vias que dão acesso ou fazem parte das rotas turísticas;
- Identificar quais vias não possuem denominação oficial;
- Oficializar a denominação das vias;
- Confeccionar e instalar placas de identificação das vias.

PARCEIROS

- **Departamento de Estradas e Rodagem (DER);**
- **Ecovias;**
- **Secretaria de Transportes e Vias Públicas (PMSBC);**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Tesouro Municipal.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 010

AÇÃO: MANUTENÇÃO DA INFRAESTRUTURA EXISTENTE NAS ROTAS TURÍSTICAS

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Manter a qualidade das rotas turísticas.

DESCRIÇÃO

- É preciso manter em bom estado de conservação as rotas turísticas. Para isso temos que assegurar que a infraestrutura existente tenha manutenções constantes e acompanhamento de serviços básicos de segurança, coleta de lixo, iluminação, entre outros.

NECESSIDADES

- **Diálogo com representantes da Secretaria de Serviços Urbanos;**
- **Diálogo com representantes da Secretaria de Segurança Urbana;**
- **Diálogo com demais órgãos: Coleta de lixo, Concessionárias, ...**

PARCEIROS

- **Secretaria de Serviços Urbanos;**
- **Secretaria de Segurança Urbana;**
- **Guarda Civil Municipal;**
- **SBCVR (Coleta de lixo);**
- **Guarda Ambiental;**
- **Polícia Militar do Estado de São Paulo.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Tesouro Municipal.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 011

AÇÃO: INSTALAÇÃO DE TOTENS TURÍSTICOS BILÍNGUES E BRAILE NOS ATRATIVOS

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (_x_) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Fornecer informações turísticas acessíveis, tanto aos munícipes quanto aos turistas de diferentes nacionalidades, com ou sem limitações.**

DESCRIÇÃO

- **A proposta é que os totens sejam estruturados e padronizados para todos os atrativos, com breves informações em português, inglês e espanhol, além de um espaço para braile, e estejam localizados nas entradas ou em local de fácil acesso nos próprios atrativos.**

NECESSIDADES

- **Projeto de design padronizado para todos os ambientes no qual os totens serão instalados;**
- **Viabilização de tradutores para a elaboração dos textos trilíngues;**
- **Viabilização de um especialista para a elaboração dos textos em braile;**
- **Implantação dos totens.**

PARCEIROS

- **Organizações mantenedoras de alguns atrativos;**
- **Governo Federal (MTur);**
- **Governo do Estado de São Paulo;**
- **Atores da cadeia turística local;**
- **Instituições de ensino (incluindo escolas de idiomas e formação em braile).**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados;**
- **Convênios com órgãos governamentais;**
- **Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (DADETUR).**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 012

AÇÃO: MARINA DA PRAINHA DE RIACHO GRANDE

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (_x_) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Implantação de instalações de apoio portuário a embarcações na Represa Billings.**

DESCRIÇÃO

- **Criação de local apropriado para servir de apoio portuário às embarcações, além das funções de atracação e amarração de embarcações. Atuará também como ponto de embarque / desembarque.**

NECESSIDADES

- **Projeto arquitetônico e de engenharia;**
- **Aprovação da Marinha do Brasil, da EMAE e dos órgãos de licenciamento ambiental.**

PARCEIROS

- **Marinha do Brasil;**
- **Governo Federal (MTur);**
- **Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (DADETUR);**
- **Empresa Metropolitana de Águas e Energia;**
- **Empresas e instituições do segmento náutico.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Emendas parlamentares;**
- **Convênios com órgãos governamentais;**
- **Investimentos privados.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 013

AÇÃO: AQUISIÇÃO/LOCAÇÃODE VAN PARA APOIO ÀS VISITAS MONITORADAS DO TURISMO INDUSTRIAL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Aprimorar a infraestrutura e a qualidade do Programa de Turismo Industrial;**
- **Melhorar a mobilidade e o acesso dos visitantes (grupos específicos) às empresas.**

DESCRIÇÃO

- **A proposta é que uma van seja utilizada durante as visitas do Programa de Turismo Industrial para o conforto e mobilidade de alguns grupos de visitantes, haja vista que para algumas visitas é imprescindível o uso de transporte no interior da empresa, o que dificulta a participação de visitantes que fazem a visita de forma individual ou grupos com necessidades especiais.**

NECESSIDADES

- **Aquisição ou disponibilização por meio de locação deveículo tipo van;**
- **Verificação de política de preço diferenciada junto às empresas parceiras do programa de Turismo Industrial para aquisição, se for o caso.**

PARCEIROS

- **Empresas parceiras do programa de Turismo Industrial;**
- **Atores da cadeia turística local.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Convênios com órgãos governamentais;**
- **Investimentos privados.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - AITT 014

AÇÃO: REVITALIZAÇÃO DO CENTRO DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS DO TERMINAL RODOVIÁRIO JOÃO SETTI

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Revitalizar espaço estratégico para divulgação das potencialidades e serviços turísticos de São Bernardo do Campo. O Terminal Rodoviário João Setti é um dos mais movimentados do Estado de São Paulo e conjuga destinos regionais, do interior do estado e de importantes capitais brasileiras.**

DESCRIÇÃO

- **Modernizar a comunicação visual existente;**
- **Modernizar mobiliário e instalar sistema de ar-condicionado;**
- **Implantar sistema audiovisual para divulgação de atrativos, serviços ou eventos;**
- **Implantar displays para folheteria específica ou promocional;**
- **Promover cursos de capacitação aos agentes do Terminal, sejam eles, do Centro de Informações, atendimento ao usuário ou da rampa de embarque/desembarque.**

NECESSIDADES

- **Articulação com a Administração do Terminal Rodoviário;**
- **Definição do layout do espaço e aprovação da Administração do Terminal Rodoviário;**
- **Aquisição de material e mobiliário;**
- **Organizar datas e horários, além de material, para capacitação técnica.**

PARCEIROS

- **Administração do Terminal Rodoviário João Setti;**
- **COMTUR/SBC;**
- **Iniciativa privada.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos Privados;**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade (Tesouro);**
- **Recursos provenientes do Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR).**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - AITT 015

AÇÃO: REVITALIZAÇÃO DO CENTRO DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS DO PARQUE CIDADE DA CRIANÇA (ESPAÇO REDENÇÃO)

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Revitalizar espaço estratégico, implantado em 2012, para divulgação das potencialidades e serviços turísticos de São Bernardo do Campo. A Cidade da Criança é o primeiro parque temático do país e o Espaço Redenção, local que abriga o CIT, foi cenário da primeira telenovela exibida no Brasil, "Redenção", na década de 1960, pela extinta Tv Excelsior.**

DESCRIÇÃO

- **Otimizar o atendimento presencial à visitantes e turistas;**
- **Ocupar local com maior espaço físico e acessibilidade plena;**
- **Modernizar e ampliara comunicação visual existente;**
- **Modernizar e ampliar o mobiliário e instalar sistema de ar-condicionado e lógica;**
- **Implantar sistema audiovisual para divulgação de atrativos, serviços ou eventos;**
- **Implantar displays para folheteria específica ou promocional.**

NECESSIDADES

- **Articulação com com Permissionário/Concessionário do Parque Cidade da Criança;**
- **Aprovação pelo COMPAHC/SBC;**
- **Aprovação pelo DADETUR (Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo);**
- **Definição do layout do espaço;**
- **Obras civis e aquisição de material e mobiliário.**

PARCEIROS

- **Permissionário/Concessionário do Parque Cidade da Criança;**
- **Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (DADETUR);**
- **COMPAHC/SBC;**
- **Iniciativa privada.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos provenientes do DADETUR (SBC MIT);**
- **Investimentos privados;**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade (Tesouro);**

- Recursos provenientes do Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR).

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - AITT 016

AÇÃO: IMPLANTAÇÃO DO CENTRO TURÍSTICO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Revitalizar espaço estratégico localizado em um dos principais acessos à São Bernardo do Campo, a Rodovia Anchieta, com acessibilidade, elevador e salas diversas. O Centro Turístico deverá abrigar a sede do Conselho Municipal de Turismo, sede do Convention&Visitors Bureau, o Departamento de Turismo e Eventos, Centro de Informações Turísticas, Centro de Acolhimento ao Turista, sala de reunião, salas de capacitação e auditório. Ocupará o segundo andar de edifício localizado no Complexo do Cenforpe.

DESCRIÇÃO

- Otimizar o atendimento presencial à visitantes e turistas;
- Ocupar local com maior espaço físico e acessibilidade plena;
- Modernizar e implantar comunicação visual;
- Modernizar e implantar mobiliário e instalar sistema de ar-condicionado e lógica;
- Implantar sistema audiovisual para divulgação de atrativos, serviços ou eventos;
- Implantar displays para folheteria específica ou promocional.

NECESSIDADES

- Aprovação de uso do espaço pelo Administração Municipal superior;
- Articulação com a Secretaria de Educação;
- Aprovação pelo DADETUR (Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo);
- Definição do layout do espaço em parceria com a SOPE;
- Obras civis e aquisição de material e mobiliário.

PARCEIROS

- Secretaria de Educação;
- Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (DADETUR);
- COMTUR/SBC ;
- Empresas parceiras do Turismo Industrial;
- Parques: Ecológico Caminhos do Mar, Ecológico Imigrantes; Cidade da Criança;
- Iniciativa privada.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos provenientes do DADETUR (SBC MIT);**
- **Investimentos privados;**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade (Tesouro);**
- **Recursos provenientes do Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR).**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 017

AÇÃO: IMPLANTAÇÃO DA SEDE DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO – COMTUR/SBC

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Constituir sede para o Conselho Municipal de Turismo de São Bernardo do Campo; Destinar espaço apropriado para encontros do Conselho e sala da presidência; Espaço destinado complementarmente para arquivo de documentação.**

DESCRIÇÃO

- **Contar com espaço físico na condição de sede própria para fins de encontros presenciais do Conselho, bem como integrar a sede ao Centro Turístico de São Bernardo do Campo, que concentrará no mesmo complexo o Departamento de Turismo e Eventos, escritório do Convention&Visitors Bureau, Centro de Acolhimento ao Turista, Welcome Center do Turismo Industrial, salas de capacitação e auditório.**

NECESSIDADES

- **Definição de espaço físico e layout;**
- **Mobiliário;**
- **Sistema de telefonia e lógica;**
- **Sistema de ar-condicionado;**
- **Comunicação visual.**

PARCEIROS

- **Secretaria Municipal de Educação;**
- **Governo do Estado de São Paulo (DADETUR).**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (DADETUR);
- Recursos direcionados ao turismo da cidade;
- Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC).

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 018

AÇÃO: IMPLANTAÇÃO DA SEDE DO CONVENTION & VISITORS BUREAU

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Constituir sede para o Convention&Visitors Bureau; Destinar espaço apropriado para o escritório de captação e apoio de eventos, que conseqüentemente trarão mais turistas para a cidade, os quais, por sua vez, ocuparão hotéis, bares, restaurantes, companhias aéreas, e outras tantas atividades; Espaço destinado complementarmente para arquivo de documentação.

DESCRIÇÃO

- Contar com espaço físico na condição de sede própria para fins de encontros presenciais e reuniões com diversos atores da cadeia turística, bem como integrar a sede ao Centro Turístico de São Bernardo do Campo, que concentrará no mesmo complexo o Departamento de Turismo e Eventos, sede do Conselho Municipal de Turismo, Centro de Acolhimento ao Turista, Welcome Center do Turismo Industrial, salas de capacitação e auditório.

NECESSIDADES

- Definição de espaço físico e layout;
- Mobiliário;
- Sistema de telefonia e lógica;
- Sistema de ar-condicionado;
- Comunicação visual.

PARCEIROS

- Secretaria Municipal de Educação;
- Governo do Estado de São Paulo (DADETUR).

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (DADETUR);
- Recursos direcionados ao turismo da cidade;
- Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC).

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 019

AÇÃO: IMPLANTAÇÃO DO AUDITÓRIO"SÃO BERNARDO TURÍSTICA "

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Implantar auditório multimídia tipo "stadium" e com cabines de tradução simultânea para recepção de grupos de turistas, eventos, capacitações, treinamentos e uso complementar das Secretarias Municipais parceiras.

DESCRIÇÃO

- Contar com espaço físico de referência para uso prioritário do turismo da cidade. O Auditório contará ainda com amplo sanitários e total acessibilidade. O auditório integrará o Centro Turístico de São Bernardo do Campo, que concentrará no mesmo complexo o Departamento de Turismo e Eventos, sede do Conselho Municipal de Turismo, sede do Convention&Visitors Bureau, Centro de Acolhimento ao Turista, Welcome Center do Turismo Industrial e salas de capacitação.

NECESSIDADES

- Definição de espaço físico e layout;
- Mobiliário;
- Sistema audiovisual;
- Sistema de telefonia e lógica;
- Sistema de ar-condicionado;
- Comunicação visual.

PARCEIROS

- Secretaria Municipal de Educação;
- Governo do Estado de São Paulo (DADETUR).

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (DADETUR);**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC).**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 020

AÇÃO: IMPLANTAÇÃO DO CENTRO DE ACOLHIMENTO AO TURISTA

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Implantar espaço apropriado e destinado ao Acolhimento de Turistas que chegam a São Bernardo do Campo e que busquem informações qualificadas para atrativos ou serviços turísticos, bem comopara grupos de outras cidades, estados ou países que se deslocam para as visitas monitoradas de Turismo Industrial.**

DESCRIÇÃO

- **Contar com espaço físico de referência para uso prioritário de turistas e visitantes, propiciando a sensação de ser bem recebido e conforto. O Centro de Acolhimento ao Turista contará ainda com amplo sanitários, fraldário, área de descanso, informações turísticas, Welcome Center do Turismo Industrial, além de ampla acessibilidade.**
- **O auditório integrará o Centro Turístico de São Bernardo do Campo, que concentrará no mesmo complexo o Departamento de Turismo e Eventos, sede do Conselho Municipal de Turismo, sede do Convention&Visitors Bureau, Centro de Acolhimento ao Turista, Welcome Center do Turismo Industrial e salas de capacitação.**

NECESSIDADES

- **Definição de espaço físico e layout;**
- **Mobiliário;**
- **Sistema audiovisual;**
- **Sistema de telefonia e lógica;**
- **Sistema de ar-condicionado;**
- **Comunicação visual.**

PARCEIROS

- **Secretaria Municipal de Educação;**
- **Governo do Estado de São Paulo (DADETUR).**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (DADETUR);**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC).**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – AITT 021

AÇÃO: IMPLANTAÇÃO DE SALAS DE CAPACITAÇÃO " SBC MIT"

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Implantar espaços apropriados e destinados à capacitação técnica para fins turísticos (cursos, seminários, treinamentos, palestras, etc).**
- **Compor a estrutura diversificada do Centro Turístico de São Bernardo do Campo.**

DESCRIÇÃO

- **Contar com espaços físicos de referência para uso prioritário do Departamento de Turismo e Eventos, do Conselho Municipal de Turismo e do *Convention&Visitors Bureau* para fins de capacitação técnica ou encontros construtivos.**
- **As Salas de Capacitação integrarão o Centro Turístico de São Bernardo do Campo, que concentrará no mesmo complexo o Departamento de Turismo e Eventos, sede do Conselho Municipal de Turismo, sede do *Convention&Visitors Bureau*, Auditório, *Welcome Center* do Turismo Industrial e o Centro de Acolhimento ao Turista.**

NECESSIDADES

- **Definição de espaço físico e layout;**
- **Mobiliário;**
- **Sistema audiovisual;**
- **Sistema de telefonia e lógica;**
- **Sistema de ar-condicionado;**
- **Comunicação visual.**

PARCEIROS

- Secretaria Municipal de Educação;
- Governo do Estado de São Paulo (DADETUR).

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (DADETUR);
- Recursos direcionados ao turismo da cidade;
- Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC).

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – IPPDT 001

AÇÃO:TURISMO ACESSÍVEL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Adequaros meios de acesso, atrativos e serviços turísticos, às pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.

DESCRIÇÃO

- Todo indivíduo tem o direito à mobilidade que facilite seu acesso por vias públicas e também o direito ao lazer. Por este motivo, as leis de acessibilidade são aplicadas obrigatoriamente nestes ambientes. Sendo assim, os atrativos turísticos precisam ser mais bem estruturados para que cidadãos/turistas com mobilidade reduzida ou algum tipo de deficiência possam usufruir da mesma forma que qualquer outro.

NECESSIDADES

- Pesquisa de planejamento urbano, junto aos órgãos competentes do município, para analisar as necessidades na infraestrutura dos ambientes turísticos;
- Consulta ao CREA sobre procedimentos exigidos;
- Elaboração de projetos básicos e arquitetônicos;
- Diálogo com representantes das organizações mantenedoras de alguns atrativos;
- Diálogo com associações que representam grupos de portadores de necessidades especiais para apresentação e validação das propostas.

PARCEIROS

- Organizações mantenedoras de alguns atrativos;
- Associações que representam portadores de deficiência;
- Órgãos governamentais (Mtur);
- Atores da cadeia turística local;
- Secretaria de Cidadania, Assuntos Jurídicos e Pessoa com Deficiência (SCJ).

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Investimentos privados;
- Convênios com órgãos governamentais (MTur);

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – IPPDT 002

AÇÃO:AUMENTAR A CAPACITAÇÃO TÉCNICA DOS SERVIDORES DO DEPARTAMENTO DE TURISMO E EVENTOS EQUALIFICAR A GESTÃO DE TURISMO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Capacitar tecnicamente a equipe do Departamento de Turismo e Eventos para aperfeiçoar a gestão e o planejamento turístico da cidade

DESCRIÇÃO

- Realização regular de cursos de capacitação, qualificação e/ou formação continuada, visando o aprimoramento dos conhecimentos da equipe.

NECESSIDADES

- Parceria do poder público com instituições de ensino especializadas no tema;
- Promover constante intercâmbio técnico com municípios que são referência na atividade turística (nacional e internacional);
- Absorção de conhecimentos técnicos com os demais setores da Prefeitura nos quais o turismo possui relação direta (questões ambientais, culturais, esportivas, urbanísticas, mercadológicas, financeiras, administrativas etc.).

PARCEIROS

- Instituições de ensino especializadas;
- Corpo técnico qualificado das Secretarias afins da Prefeitura de São Bernardo do Campo;
- Órgãos públicos de outros municípios referência na atividade turística.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos direcionados ao turismo da cidade;
- Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC);
- Investimentos privados;
- Tesouro Municipal.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – IPPDT 003

AÇÃO:ENVOLVIMENTO DA CADEIA PRODUTIVA COM AS AÇÕES DE ESTRUTURAÇÃO DO TURISMO NO DESTINO.

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Aprimorar a comunicação entre os atores da cadeia turística local e os servidores do Departamento de Turismo e Eventos (PMSBC);
- Desenvolver a atividade turística em benefício mútuo dos envolvidos;
- Divulgar regularmente as novas ações e desafios do Departamento de Turismo e Eventos;
- Divulgar regularmente as ações desenvolvidas pelosatores da cadeia turística local;
- Alinhar os interesses para otimizar ações.

DESCRIÇÃO

- Ação que busca melhorar a comunicação e desenvolver atuações conjuntas entre órgãos municipais e a cadeia turística de São Bernardo do campo, estreitando assim o relacionamento entre o setor público e privado.

NECESSIDADES

- Realizar reuniões ordinárias e extraordinárias com o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR/SBC);
- Constituir possíveis grupos de trabalho para abordar temas específicos;
- Desenvolver discussões sobre as diretrizes do Plano Diretor de Turismo e construir coletivamente

propostas para o turismo de São Bernardo do Campo.

PARCEIROS

- **Atores da cadeia turística local;**
- **Conselho Municipal de Turismo (COMTUR/SBC).**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Não se aplica.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – IPPDT 004

AÇÃO:PARCERIAS COM NOVAS EMPRESAS DO PROGRAMA DE TURISMO INDUSTRIAL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X__) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Ampliação do número de empresas parceiras do programa de Turismo Industrial.**

DESCRIÇÃO

- Abertura de diálogo com potenciais empresas parceiras para a apresentação do programa.

NECESSIDADES

- **Reuniões com possíveis novos parceiros para apresentação de dados que mostrem a efetividade do programa e os benefícios que o Turismo Industrial pode trazer tanto para a empresa quanto para o visitante.**

PARCEIROS

- **Empresas em potencial para atuarem como parceiras do Turismo Industrial.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Não se aplica.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – IPPDT 005

AÇÃO: "CIDADE IRMÃ" DO TURISMO INDUSTRIAL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (__X__) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Promover intercâmbio que incentive a troca de informações e experiências entre as cidades que desenvolvam atividades de Turismo Industrial ou semelhantes.

DESCRIÇÃO

- A política das "Cidades Irmãs" visa fomentar a troca de experiências buscando a efetiva qualificação das visitas monitoradas e do processo de gestão e planejamento do Turismo Industrial.

NECESSIDADES

- Articulações entre gestores de programas de Turismo Industrial;
- Missões técnicas;
- Elaboração de documentos específicos pela Secretaria de Relações Internacionais quando a cidade for do exterior.

PARCEIROS

- Cidades que atuam com a atividade de Turismo Industrial ou similar;
- Entidades representativas de países no Brasil.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Não se aplica.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – IPPDT 006

AÇÃO: *CONVENTION& VISITORS BUREAU* DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Concretizar São Bernardo do Campo como cidade de grande importância nos segmentos de negócios, eventos e turismo;
- Aproximar e fortalecer os municípios e as parcerias entre público e privado através de eventos corporativos;
- Aumentar a atividade econômica e turística da região.

DESCRIÇÃO

- A proposta é que o Convention & Visitors Bureau seja implantado em São Bernardo do Campo através da cooperação entre a rede empresarial da cidade, da região e do trade turístico, com a perspectiva de desenvolvimento de um portfólio para a realização de eventos corporativos que tendem a se deslocar da capital para o interior, constituindo uma nova demanda para a região metropolitana.

NECESSIDADES

- **Os Conventions&VisitorsBureaus são entidades de natureza sem fins lucrativos, e este não integra o sistema de turismo como órgão público, desta forma o desafio ésensibilizar e incentivar os principais *stakeholders* pela importância da implementação do Convention&Visitors Bureau na cidade de São Bernardo do Campo;**
- **Avaliar a proposta apresentada pelo São Paulo Visitors & Convention Bureau de implantar uma unidade regional do Grande ABC na cidade de São Bernardo do Campo;**
- **Resolver a pendência de um Convention Bureau que fora criado no início dos anos 2000 e que não está atuante.**

PARCEIROS

- **São Paulo Visitors & Convention Bureau;**
- **Atores da cadeia turística local.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Não se aplica.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – IPPDT 007

AÇÃO: INTERCÂMBIO ENTRE EMPRESAS PARCEIRAS DO TURISMO INDUSTRIAL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X__) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Promover trocas de experiências entre empresas parceiras do Turismo Industrial;**
- **Conhecimento e aprimoramento das rotinas das visitas monitoradas.**

DESCRIÇÃO

- **A proposta visa participação de representantes das empresas parceiras oficiais do programa de Turismo Industrial nas visitas que ocorrem a outras empresas parceiras, possibilitando assim a troca de experiências e o diálogo construtivo com outros gestores do Programa.**

NECESSIDADES

- **Diálogo com os representantes das empresas parceiras do Turismo Industrial;**
- **Agendamento de visitação junto ao Departamento de Turismo e Eventos.**

PARCEIROS

- Empresas parceiras do Turismo Industrial.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Não se aplica.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – IPPDT 008

AÇÃO: CRIAR CALENDÁRIO ANUAL OFICIAL E PERMANENTE DE EVENTOSNAS ROTAS DE ECOTURISMO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Divulgar os roteiros turísticos do município, atingindo um maior número de pessoas. Fomentar o aumento da frequência de visitação nas rotas. Promover a saúde física e mental da população por meio de atividades lúdicas e atividades esportivas nas rotas. Promover a utilização das rotas como fonte de conhecimento e formação em sustentabilidade.

DESCRIÇÃO

- Criar e executar calendário de atividades anual nas rotas de ecoturismo já implantadas, desenvolvendo atividades em parceria com órgãos institucionais públicos e/ou privados como: eventos esportivos,

lúdicos, de educação ambiental e festivais de assuntos temáticos. Realizar atividades em datas comemorativas como Aniversário da Cidade, Dia Mundial de Combate a Diabetes, Dia Mundial Sem Carro, Aniversário do Lançamento das Rotas.

NECESSIDADES

- **Amplo envolvimento dos atores da cadeia turística local;**
- **Definição de datas específicas para realização dos eventos;**
- **Definição dos responsáveis pela execução dos eventos;**
- **Criação das datas oficiais;**
- **Publicação de chamamento público para empresas parceiras na realização dos eventos;**
- **Divulgação dos eventos na mídia;**
- **Monitoramento e avaliação dos eventos realizados.**

PARCEIROS

- **Atores da cadeia turística local;**
- **Empresas privadas;**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Investimentos privados;**
- **Tesouro Municipal.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – IPPDT 009

AÇÃO:TURISMO DE PESCA ESPORTIVO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) **(_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses)** **(___) LONGO (mais de 37 meses)**

OBJETIVOS

- **Qualificar o turismo de pesca no município, por meio da ampliação do Programa Pesqueiro Sustentável e do fomento da pesca esportiva na Represa Billings.**

DESCRIÇÃO

- **A proposta é que o turismo de pesca esportivo seja ampliado no município, especificamente em pesqueiros e na Represa Billings, com as regularizações e adequações necessárias.**

NECESSIDADES

- Diálogo com representantes dos pesqueiros, bem como com órgãos responsáveis pela fiscalização da Represa Billings;
- Análise detalhada dos acessos, infraestrutura, horários de funcionamento dos pesqueiros, restrições etc.;
- Pesquisa dos serviços turísticos disponíveis próximos aos locais de pesca e infraestrutura de atendimento ao turista nos pesqueiros;
- Planejamento de material de divulgação e sinalização.

PARCEIROS

- Pesqueiros do município;
- Empresa Metropolitana da Águas e Energia - EMAE;
- Companhia Ambiental do Estado de São Paulo – CETESB;
- Atores da cadeia turística local.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Investimentos privados;
- Recursos direcionados ao turismo da cidade.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – IPPDT 010

AÇÃO: CAPACITAÇÃO DE EQUIPE TÉCNICA EM TURISMO DE NATUREZA, ECOTURISMO E TURISMO SUSTENTÁVEL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) **(_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses)** **(___) LONGO (mais de 37 meses)**

OBJETIVOS

- Capacitar técnicos envolvidos na elaboração de projetos e planejamento turístico.

DESCRIÇÃO

- **Realização de cursos de capacitação, qualificação e/ou formação continuada, visando o aprimoramento dos conhecimentos da equipe envolvida em projetos de turismo de natureza, ecoturismo e turismo sustentável.**

NECESSIDADES

- **Fomentar parcerias entre o poder público e instituições de ensino;**
- **Promover constante intercâmbio técnico com municípios que são referência na atividade turística (nacional e internacional).**

PARCEIROS

- **Instituições de ensino especializadas;**
- **Corpo técnico qualificado das Secretarias afins;**
- **Órgãos públicos de outros municípios referência na atividade turística.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Tesouro municipal.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – IPPDT 011

AÇÃO: CRIAR E IMPLANTAR O POLO SÃO BERNARDO DO CAMPO – DESENVOLVIMENTO ECOTURÍSTICO, ECONÔMICO E SOCIOAMBIENTAL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) **(___) MÉDIO (de 13 a 36 meses)** **(_X_) LONGO (mais de 37 meses)**

OBJETIVOS

- **Criar e implantar o Polo São Bernardo de Desenvolvimento Ecoturístico, Econômico e Socioambiental.**

DESCRIÇÃO

- **Induzir e orientar atividades que promovam o desenvolvimento sustentável da região, compatíveis com os serviços ambientais prestados pelos remanescentes florestais de Mata Atlântica e pela Bacia Hidrográfica do Reservatório Billings, promovendo geração de emprego e renda, qualidade de vida e a melhoria da qualidade ambiental, através do turismo e de seus diversos segmentos como turismo de natureza, ecoturismo, turismo de pesca, cicloturismo e outros.**

NECESSIDADES

- **Caracterizar ambientalmente a região, avaliando e mapeando potencialidades e vulnerabilidades no meio natural e antrópico;**
- **Identificar e mapear atividades existentes e potenciais de desenvolvimento socioambiental e de Ecoturismo;**
- **Identificar e mapear atores parceiros e conflitantes;**
- **Identificar e mapear demandas, oportunidades e pressões;**
- **Orientar o poder público municipal quanto aos ajustes de políticas públicas necessárias para facilitar o desenvolvimento socioambiental**
- **Produzir, de forma participativa, o Plano estratégico, com as propostas de ações, de forma a permitir a implantação, continuidade e monitoramento do Polo de Desenvolvimento Socioambiental e Ecoturismo de São Bernardo do Campo.**

PARCEIROS

- **Instituições: Secretarias Municipais, Compahc, Fundação Criança;**
- **Subcomitê da APRM-Billings; Parque Imigrantes, SEBRAE;**
- **Governo Estadual (EMAE, CETESB, SABESP, PESM);**
- **Universidades;**
- **Sociedade Civil**
- **Governo Federal (MTur).**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Convênios com o Ministério do Turismo;**
- **FEHIDRO.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – IPPDT 012

AÇÃO: FOMENTO AO TURISMO PEDAGÓGICO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) **(_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses)** **(___) LONGO (mais de 37 meses)**

OBJETIVOS

- **Divulgar o município como destino apropriado para o turismo pedagógico.**

DESCRIÇÃO

- **Divulgar, junto às agências de turismo pedagógico e instituições de ensino, atrativos e rotas de turismo e ecoturismo que possam servir ao estudo de campo em instituições de ensino públicas e privadas, nos ensinos infantil, fundamental, médio e superior.**

NECESSIDADES

- **Realizar o levantamento das instituições públicas e privadas que possam ser parceiras;**
- **Realizar levantamento das agências de turismo pedagógico num raio de distância preestabelecido;**
- **Diálogo com representantes dos pesqueiros, bem como com órgãos responsáveis pela fiscalização da Represa Billings;**
- **Análise detalhada dos acessos, infraestrutura, horários de funcionamento dos pesqueiros, restrições etc.;**
- **Pesquisa dos serviços turísticos disponíveis próximos aos locais de pesca e infraestrutura de atendimento ao turista nos pesqueiros;**
- **Planejamento de material de divulgação e sinalização.**

PARCEIROS

- **Instituições de ensino;**
- **Atores da cadeia turística local.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados;**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – QSPC 001

AÇÃO: QUALIFICAÇÃO DE GUIAS PARA O TURISMO RECEPTIVO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) **(_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses)** **(___) LONGO (mais de 37 meses)**

OBJETIVOS

- **Melhorar a receptividade turística no município através de capacitação e treinamento de guias locais e incentivar o conhecimento e o benefício do turismo da cidade no desenvolvimento econômico e na**

geração de empregos.

DESCRIÇÃO

- **A qualificação de guias receptivos locais contemplará interessados em ampliar seus conhecimentos e promoverá o turismo da cidade com a devida capacitação técnica.**

NECESSIDADES

- **Formatação de curso com conteúdo específico;**
- **Formatação de material histórico dos pontos turísticos;**
- **Possível articulação com instituição de ensino.**

PARCEIROS

- **Instituições de ensino presentes no município;**
- **Serviço de Arquivo e Memória (Secretaria de Cultura).**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC).**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – QSPC 002

AÇÃO: QUALIFICAÇÃO "FRENTISTA AMIGO DO TURISTA"

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) **(_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses)** **(___) LONGO (mais de 37 meses)**

OBJETIVOS

- **Retomar e ampliar a capacitação de frentistas da cidade na condição de agentes de divulgação do turismo, com o objetivo de dar suporte aos turistas quanto aos atrativos, direções e pontos de referência.**

DESCRIÇÃO

- **A proposta é que os frentistas colaborem com o turismo da cidade por meio de informações qualificadas e atualizadas, sendo assim, é necessário que sejam retomadas e ampliadas as ações de capacitação com esses profissionais que contam com grande simpatia e credibilidade das pessoas.**

NECESSIDADES

- **Dialogar com representantes de postos de gasolina e frentistas;**
- **Definir o melhor local para capacitar os frentistas;**
- **Elaborar material de capacitação específico;**
- **Criar identificação de frentistas capacitados.**

PARCEIROS

- **Representantes de postos de gasolina e frentistas;**
- **Sindicatos patronal e dos trabalhadores do setor;**
- **Instituições de ensino.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC).**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – QSPC 003

AÇÃO: QUALIFICAÇÃO "TAXISTA AMIGO DO TURISTA"

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Retomar e ampliar a capacitação de taxistas da cidade na condição de agentes de divulgação do turismo, com o objetivo de dar suporte aos turistas quanto aos principais atrativos, direções e pontos de referência.**

DESCRIÇÃO

- **A proposta é que os taxistas colaborem com o turismo da cidade por meio de informações qualificadas e atualizadas, sendo assim, é necessário que sejam retomadas e ampliadas as ações de capacitação com esses profissionais que contam com grande simpatia e confiança das pessoas, atuando como formadores de opinião.**

NECESSIDADES

- **Dialogar com taxistas interessados em participar do programa;**
- **Definir o melhor local para capacitar os taxistas;**
- **Elaborar material de capacitação específico;**
- **Criar identificação para os carros dos taxistas capacitados.**

PARCEIROS

- **Taxistas e prepostos;**
- **Cooperativas e Associações de Taxistas;**
- **Sindicatos patronal e dos trabalhadores do setor;**
- **Instituições de ensino.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Fundo Municipal de Turismo.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – QSPC 004

AÇÃO: CURSOS DE ESPECIALIZAÇÃO EM TURISMO INDUSTRIALPARA GUIAS DE TURISMO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Formar e capacitar guias de turismo devidamente habilitados pelo Ministério do Turismo para orientar, conduzir e intermediar as relações entre os visitantes, as indústrias e os prestadores de serviços turísticos.**

DESCRIÇÃO

- **Propiciar conhecimento das rotinas de produção, história, procedimentos de segurança e demais itens que a empresa julgar importante/necessário; Realizar o curso cujo conteúdo seja repassado por meio de materiais gráficos, audiovisuais e com instrutor designado pela empresa e na própria.**

NECESSIDADES

- **Dialogar com empresas parceiras e que atuem com o segmento de Turismo Industrial;**
- **Definir o melhor modo para capacitação;**
- **Elaborar material de capacitação específico (cada empresa);**

PARCEIROS

- **Empresas parceiras do Turismo Industrial;**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Fundo Municipal de Turismo.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – QSPC 005

AÇÃO: MONITORAMENTO TURÍSTICO PERIÓDICO DAS ROTAS DE ECOTURISMO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) **(_X__) MÉDIO (de 13 a 36 meses)** **(___) LONGO (mais de 37 meses)**

OBJETIVOS

- **Obter parâmetros de demanda turística nas rotas de ecoturismo implantadas no município e nas rotas em planejamento, ao longo dos meses, a fim de estabelecer bases sólidas para o planejamento do turismo no município.**

DESCRIÇÃO

- **Elaborar e aplicar questionários para monitoramento da demanda de ecoturismo no município, realizar contagem dos visitantes em períodos e locais específicos, identificar modais de deslocamento utilizados pelos turistas, identificar entradas e saídas, assim como obter informações sobre sua experiência na cidade, atividades desenvolvidas, expectativas, entre outros.**

NECESSIDADES

- **Elaborar pesquisas para consolidação de Estudo de Demanda Turística;**
- **Compor equipe e cronograma para aplicação de pesquisas.**

PARCEIROS

- **Universidades e instituições de ensino públicas e privadas.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Investimentos privados.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - QSPC 006

AÇÃO: AMPLIAÇÃO DE CADASTRADOS JUNTO AO MINISTÉRIO DO TURISMO VIA CADASTUR

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Ampliar o número de empreendimentos cadastrados junto ao Ministério do Turismo, via ferramenta eletrônica CADASTUR;**
- **Profissionalizar e propiciar visibilidade dos empreendimentos turísticos da cidade, promovendo a regularização junto ao Governo Federal.**

DESCRIÇÃO

- **Realizar campanha para cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo. O cadastro garante diversas vantagens e oportunidades aos seus cadastrados e é também uma importante fonte de consulta para o turista;**
- **Promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no Brasil, por meio do cadastro de empresas e profissionais do setor. Conforme a Lei nº 11.771/2008 o cadastro é obrigatório para: Acampamentos Turísticos; Agências de Turismo; Meios de Hospedagem; Organizadoras de Eventos; Parques Temáticos; Transportadoras Turísticas; Guias de Turismo (Lei nº 8.623/93);**
- **Ampliar a campanha junto atividades não obrigatórias, mas de fundamental importância para o setor: Casas de Espetáculo; Centros de Convenções; Empreendimentos de Entretenimento e Lazer; Empreendimentos de Apoio ao Turismo Náutico ou à Pesca Desportiva; Locadoras de Veículos para Turistas; Prestadoras de Serviços de Infraestrutura para Eventos; Prestadoras Especializadas em Segmentos Turísticos; Restaurantes, Cafeterias, Bares e similares.**
- **Caracterizam-se benefícios aos cadastrados: Acesso a financiamento por meio de bancos oficiais; Apoio em eventos, feiras e ações do Ministério do Turismo; Incentivo à participação em programas e projetos do governo federal; Participação em programas de qualificação promovidos e apoiados pelo Ministério do Turismo; Visibilidade nos sites do Cadastur e do Programa Viaje Legal.**

NECESSIDADES

- **Prospectar empreendimentos turísticos locais que estão em consonância com o programa;**
- **Criar cartilha com o "passo a passo";**
- **Divulgar nos canais oficiais e nas redes sociais da Prefeitura;**
- **Criar equipe para visitação e auxílio direto para o cadastramento.**

PARCEIROS

- **SENAC São Bernardo do Campo**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Não há necessidade de aplicação de recursos financeiros.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – FAE 001

AÇÃO: INCENTIVAR A FORMAÇÃO DE EMPREENDEDORES NA ÁREA DE TURISMO.

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Buscar o desenvolvimento do turismo no município, tendo como base o estímulo de novos empreendedores que transformem a economia local e do setor.

DESCRIÇÃO

- O empreendedorismo é de grande importância para o ciclo econômico do município, gerando empregos e novos mercados no setor turístico;
- A proposta contempla a disseminação de informações e oferta de cursos relacionados ao tema de empreendedorismo, como gestão financeira, marketing, administração estratégica em turismo, contabilidade etc.

NECESSIDADES

- Elaboração junto às entidades de capacitação de uma grade curricular que esteja relacionada ao empreendedorismo focado no turismo;
- Melhoria nas oportunidades e no conhecimento de quem já empreende no setor.

PARCEIROS

- Instituições de ensino;
- Sindicatos e Associações;
- Atores da cadeia turística local;

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos direcionados ao turismo da cidade;
- Investimentos privados.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – FAE 002

AÇÃO: SEMANA DA ECONOMIA CRIATIVA VOLTADA AO TURISMO.

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Estimular a economia criativa voltada ao turismo do município, incentivando grupos de indivíduos que trabalhem produtos ou serviços ligados ao desenvolvimento turístico da cidade;**
- **Incentivar o crescimento deste segmento pouco explorado pelo setor turístico da cidade.**

DESCRIÇÃO

- **A economia criativa é tema relevante em muitos países e é tendência mundial. Trata-se de poderosa força transformadora no mundo e que foca no potencial criativo de um indivíduo ou de uma comunidade, baseadas no conhecimento para a criação de bens tangíveis, intangíveis, intelectuais ou artísticos para o desenvolvimento econômico de uma região;**
- **A proposta é a realização de uma semana focada nesse segmento econômico, a partir de eventos, palestras, workshops e seminários de diferentes contribuintes em local específico ou diferentes locais da cidade.**

NECESSIDADES

- **Diálogo com grupos que atuam na Economia Criativa;**
- **Elaboração de uma agenda periódica para a Semana de Economia Criativa;**
- **Diálogo com o trade inovador do município;**
- **Elaboração do conteúdo do evento;**
- **Diálogo com instituições de ensino do município;**
- **Parceria com instituições de qualificação profissional para o desenvolvimento de seminários e/ou cursos rápidos, na semana referente ao tema.**

PARCEIROS

- **Atores da cadeia turística local e regional;**
- **Indivíduos ou grupos de indivíduos que atuem no setor;**
- **Instituições de ensino;**
- **Instituições de qualificação profissional;**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos direcionados ao turismo da cidade;
- Investimentos privados.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT –FAE 003

AÇÃO: GESTÃO COMPARTILHADA DE POLO ECOTURÍSTICO"CAMINHOS DO MAR"

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (_X_) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Realizar a gestão compartilhada de um dos principais atrativos turísticos da cidade e da região. O Caminhos do Mar é referência no ecoturismo no estado de São Paulo, aliado ao grande apelo histórico do local (monumentos erguidos em comemoração ao centenário da Independência do Brasil - 1922).

DESCRIÇÃO

- O Polo Ecoturístico Caminhos do Mar nas duas últimas décadas alternou momentos de operação e inatividade. Neste momento a gestão do Parque é realizada pela Fundação Florestal, do Governo do Estado de São Paulo. A proposta é que o município de São Bernardo do Campo pleiteie e faça a gestão do espaço em parceria com o Governo do Estado de São Paulo e com o município de Cubatão.

NECESSIDADES

- Diálogo entre o Governo do Estado de São Paulo e os municípios de São Bernardo e Cubatão;
- Estudo de custos e viabilidade econômica do uso do espaço e gestão pelos municípios.

PARCEIROS

- Governo do Estado de São Paulo;
- Prefeitura do Município de Cubatão;
- Atores da cadeia turística local;
- Ministério do Turismo (MTur).

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Investimentos privados;

- Convênios com órgãos públicos;
- Recursos direcionados ao turismo da cidade.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT –FAE 004

AÇÃO: GRAFITURISMO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (_X_) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Aumentar a oferta turística do município a partir da arte de rua e de um roteiro temático;
- Mobilizar a arte urbana e as questões sociais por meio do grafite;
- Atrair o público jovem da região para eventos referentes ao tema.

DESCRIÇÃO

- A proposta é realizar uma ação de grafite, juntamente com a Secretaria de Cultura e Juventude – Departamento de Ações para a Juventude (DAJUV), de forma experimental, contando a história da cidade, nas passarelas do entorno do Paço Municipal dando uma nova identidade visual ao centro da cidade.

NECESSIDADES

- Diálogo com a Secretaria de Cultura e Juventude (DAJUV) para a identificação de grupos de grafite;
- Elaboração e aprovação de locais onde o projeto será aplicado;
- Aprovação da ideia artística que será inserida pelos grafiteiros;
- Elaboração de rotas de grafite no município.

PARCEIROS

- Secretaria de Cultura e Juventude - DAJUV;
- Empresas de Tintas;
- Secretaria Municipal de Obras e Planejamento Estratégico;
- Grupos de grafiteiros;
- Atores da cadeia turística local.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados (possível doação de empresas de tintas);**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT –FAE 005

AÇÃO: MOVIMENTO DE CICLOTURISMO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (_X_) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Aumentar a Oferta Turística do município através de segmentos pouco explorados, mas de grande potencial;**
- **Influenciar a mobilidade para trajetos turísticos por meio de bicicletas.**

DESCRIÇÃO

- **Desenvolver e estruturar rotas de cicloturismo no município a partir do Parque das Bicicletas.**

NECESSIDADES

- **Análise das opções para compor as rotas;**
- **Análise detalhada de acessos, perigos, níveis de dificuldade;**
- **Pesquisa dos serviços turísticos disponíveis no entorno;**
- **Planejamento do material gráfico para as diferentes opções de roteiros;**
- **Capacitação de guias especializados nesse segmento;**
- **Implantação de sinalização adequada.**

PARCEIROS

- **Governo Federal (MTur);**
- **Governo do Estado de São Paulo;**
- **Grupos e Associações de Ciclistas;**
- **Atores da cadeia turística local.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Convênios com órgãos públicos;**
- **Investimentos privados.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT –FAE 006

AÇÃO: ROTAS DE ECOTURISMO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Aumentar a oferta turística do município através de segmentos pouco explorados, mas de grande potencial.**

DESCRIÇÃO

- **Desenvolver e estruturar rotas de ecoturismo na região da Serra do Mar e Represa Billings. O ecoturismo é um potencial segmento no município considerando que mais da metade de seu território está localizado em área de mananciais.**

NECESSIDADES

- **Análise das opções para compor as rotas;**
- **Análise detalhada de acesso, perigos, níveis de dificuldade, público alvo etc.;**
- **Montagem de diferentes roteiros relacionados ao ecoturismo, incluindo basicamente: trilhas, contemplação, esportes aquáticos e de aventura, eventos direcionados ao segmento e atrativos naturais;**
- **Análise dos impactos negativos e projeto que os minimize;**
- **Elaboração de um projeto de reposição aos impactos negativos inevitáveis;**
- **Pesquisa dos serviços turísticos disponíveis nos locais;**
- **Planejamento do material gráfico para as diferentes opções de roteiros;**
- **Capacitação de guias especializados nesse segmento;**
- **Implantação de sinalização adequada.**

PARCEIROS

- **Governo do Estado de São Paulo;**
- **Governo Federal (MTur);**
- **Empresa Metropolitana de Águas e Energia - EMAE;**
- **Instituto Fundação Florestal - IFF;**
- **Departamento de Estradas e Rodagem - DER;**
- **Instituições de ensino;**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados;**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Convênios com órgão públicos.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT –FAE 007

AÇÃO: ROTAS DE TURISMO RELIGIOSO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Aumentar a oferta turística do município através de segmentos pouco explorados, mas de grande potencial.**

DESCRIÇÃO

- **Desenvolver e estruturar rotas de turismo religioso na cidade. Esse segmento turístico já atrai uma quantidade considerável de turistas e necessita de roteiros que potencializem o segmento, haja vista a presença de reconhecidos templos religiosos, inclusive de apelo histórico.**

NECESSIDADES

- **Análise das opções para compor as rotas;**
- **Análise detalhada de acesso, infraestrutura, horários de abertura para visitação, restrições etc.;**
- **Composição de diferentes roteiros;**
- **Análise do perfil do público para uma melhor estratégia da ação;**
- **Pesquisa dos serviços turísticos disponíveis próximos aos locais para inclusão nos roteiros;**
- **Planejamento de material de divulgação para as diferentes opções de roteiros.**

PARCEIROS

- **Governo do Estado de São Paulo;**
- **Governo Federal (MTur);**
- **Representantes dos templos religiosos;**
- **Atores da cadeia turística local.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados;**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Convênios com órgão públicos.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT –FAE 008

AÇÃO: ROTAS ESPORTIVAS

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Aumentar a oferta turística do município através de segmentos pouco explorados, mas de grande potencial.**

DESCRIÇÃO

- **Desenvolver e estruturar roteiros que contemplem visitação aos principais equipamentos esportivos da cidade (Ginásio Poliesportivo, Estádio Primeiro de Maio, Estádio Baetão, Arena Caixa de Atletismo, Parque da Juventude, Parque Natural Municipal Estoril). São Bernardo do Campo é referência em várias modalidades esportivas, tais como: atletismo, handball, tênis de mesa, canoagem e ginástica.**

NECESSIDADES

- **Implantar visitas guiadas aproveitando recursos humanos oriundos dos próprios equipamentos esportivos;**
- **Inserir eventos esportivos no calendário turístico da cidade;**
- **Criar agenda de visitação em parceria com a Secretaria de Esportes e Lazer.**

PARCEIROS

- **Governo do Estado de São Paulo;**
- **Governo Federal (MTur);**
- **Atores da cadeia turística local;**
- **Secretaria Municipal de Esportes e Lazer - SESP.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados;**
- **Convênios com órgãos públicos;**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT –FAE 009

AÇÃO: PASSEIO DE BARCO NA REPRESA BILLINGS

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Potencializar o uso turístico da Represa Billings também por meio de passeios náuticos.**

DESCRIÇÃO

- **O passeio de barco na Represa Billings potencializará o uso de um espaço turístico pouco utilizado para este fim. Além de proporcionar um novo olhar para o turismo do município a atividade ajudará na preservação ambiental;**

NECESSIDADES

- **Definição dos trechos navegáveis;**
- **Diálogo com possíveis empreendedores interessados em operar a atividade;**
- **Elaboração de agenda e horários para operação;**
- **Pesquisa dos serviços turísticos disponíveis próximos aos locais para inclusão nos roteiros;**
- **Planejamento do material de divulgação.**

PARCEIROS

- **Marinha do Brasil;**
- **Empresa Metropolitana de Águas e Energia – EMAE;**
- **Empresas privadas;**
- **Atores da cadeia turística local.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados;**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Convênios com órgãos públicos.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT –FAE 010

AÇÃO: IMPLANTAÇÃO DE UM RESTAURANTE TEMÁTICO NO ESTÁDIO 1º DE MAIO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Aumentar a oferta turística por meio de novos atrativos na cidade que valorizem segmentações pouco exploradas como: história, cultura e esporte.**
- **Vincular a imagem do Estádio 1º de Maio como praça esportiva e local com acontecimentos históricos, que motivaram o nome do estádio.**

DESCRIÇÃO

- **A proposta é que seja operado pela iniciativa privada e construído em local de fácil acesso, priorizando a logística e o conforto dos visitantes. O empreendimento deverá oferecer infraestrutura para receber grandes eventos, feiras, congressos, conferências, exposições, entre outras atividades.**
- **Implantar um restaurante panorâmico no Estádio 1º de Maio com uma temática relacionada à história dos clubes de futebol da cidade (Aliança, Esporte Clube São Bernardo, Palestra e São Bernardo Futebol Clube) e aos acontecimentos históricos lá ocorridos, por meio de comunicação visual e sensoriais, com destaque para pratos temáticos.**

NECESSIDADES

- **Viabilizar empreendedor do ramo de alimentos & bebidas;**
- **Dialogar com a direção dosclubes de futebol da cidade;**
- **Dialogar com a Secretaria de Cultura e Juventude – Acervo e Memória;**
- **Dialogar com a Secretaria de Esportes e Lazer;**
- **Análise e aprovação do projeto do restaurante;**
- **Análise e aprovação do conteúdo e temática implantados no restaurante.**

PARCEIROS

- **Secretaria Municipal de Esportes e Lazer;**
- **Secretaria Municipal de Cultura e Juventude;**
- **Direção dos clubes de futebol da cidade;**
- **Empresas privadas do ramo de Alimentos & Bebidas;**
- **Atores da cadeia turística local.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados por meio de patrocínio (acervo histórico);**
- **Investimentos privados para concepção do restaurante.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT –FAE 011

AÇÃO: IMPLANTAÇÃO DA ROTA DO VINHO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Aumentar a oferta turística do município através de segmentos pouco explorados, mas de grande potencial.**

DESCRIÇÃO

- **Em virtude da forte influência da cultura italiana na cidade é sabido que vários imigrantes produzem, de forma artesanal, seu próprio vinho para consumo e para presentear amigos;**
- **A proposta deste projeto é que seja mantido o modo de produção artesanal por cada produtor. No entanto, pressupõe-se que seja criado um rótulo turístico para os vinhos de São Bernardo do Campo, sendo este produzido conjuntamente, em uma cooperativa, e obedecendo a legislação sanitária e tributária vigente.**

NECESSIDADES

- **Articulação com os produtores de vinho artesanal;**
- **Viabilização de uma cooperativa de produção de vinho;**
- **Criação de um rótulo para um vinho turístico;**
- **Inserção da visita da cooperativa no roteiro turístico da cidade;**
- **Análise do perfil do público para uma melhor estratégia da ação;**
- **Pesquisa de viabilidade da implantação de um empório junto à cooperativa para a comercialização do vinho e de produtos agregados.**

PARCEIROS

- **Produtores artesanais de vinho;**
- **UVA – União dos Vinicultores Artesanais de São Bernardo do Campo;**
- **Governo do Estado de São Paulo;**
- **Atores da cadeia turística local.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados;**
- **Convênios com órgãos públicos;**
- **Tesouro Municipal.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT –FAE 012

AÇÃO: PROMOVER AÇÕES DE FOMENTO AO TURISMO NA PRAINHA DO RIACHO GRANDE

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Valorização de área turística recém-revitalizada (2012);**
- **Percepção dos moradores do Riacho Grande sobre a importância do turismo para a localidade;**
- **Aumento do fluxo de turistas no local.**

DESCRIÇÃO

- **A proposta visa promover ações de fomento ao turismo, ao desenvolvimento econômico e social na orla da Prainha buscando ordenamento e qualificação do espaço.**

NECESSIDADES

- **Diálogo com a comunidade local e com comerciantes da Prainha para coleta de sugestões e esclarecimento de dúvidas relacionadas ao turismo e ao fluxo de turistas no local;**
- **Elaboração de cronograma de ações juntamente com as Secretarias de Esporte e Lazer, Cultura e Juiventude, Meio Ambiente e Proteção Animal,**
- **Viabilização de parcerias com a iniciativa privada para a promoção das ações turísticas.**

PARCEIROS

- **Secretaria Municipal de Esportes e Lazer;**
- **Secretaria Municipal de Cultura e Juventude**
- **Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Proteção Animal;**
- **Comerciantes e permissionários da Prainha e Riacho Grande;**
- **Comunidade local;**
- **Atores da cadeia turística local.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Investimentos privados.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT –FAE 013

AÇÃO: ROTAS CULTURAIS

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Aumentar a Oferta Turística do município através de segmentos pouco explorados, mas de grande potencial.**

DESCRIÇÃO

- **Desenvolver e estruturar uma rota turística que contemple os principais atrativos culturais da cidade de São Bernardo do Campo, tais como: Câmara de Cultura, Pavilhão Vera Cruz, Pinacoteca e Chácara Silvestre. Possibilidade de criar roteiro de visita guiada à pé pelo centro da cidade, partindo da Igreja de Santa Filomena e tendo como chegada a Matriz de São Bernardo, com possibilidade de subida à torre do sino para vista panorâmica.**

NECESSIDADES

- **Análise dos atrativos para composição da rota;**
- **Montagem do roteiro;**
- **Pesquisa dos serviços turísticos disponíveis no local e adjacências;**
- **Capacitação de guias capacitados para o tema em questão;**
- **Implantação de sinalização informativa adequada;**
- **Elaboração e confecção de material gráfico específico.**

PARCEIROS

- **Governo Federal (MTur);**
- **Governo do Estado de São Paulo;**
- **Secretaria Municipal de Cultura e Juventude;**
- **Atores da cadeia turística local.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados;**
- **Convênios com órgãos públicos;**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT –FAE 014

AÇÃO: EXPOSIÇÃO INTERATIVA DO TURISMO INDUSTRIAL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Implantar no futuro Centro Turístico de São Bernardo do Campo, mais especificamente, no complexo do Cenforpe, um serviço turístico voltado ao público infantil (educacional) que retrate o potencial industrial de São Bernardo do Campo, por meio de exposição interativa.**

DESCRIÇÃO

- **Esta exposição foi idealizada no intuito de apresentar a um público de crianças e jovens a essência do Turismo Industrial de São Bernardo do Campo, criado em 2013 e que atualmente conta com 19 empresas parceiras. As visitas monitoradas de Turismo Industrial permitem aos participantes tomarem contato com a estrutura das unidades produtivas, o processo de produção, bem como a tecnologia empregada na produção de bens. A Exposição terá como premissa apresentar de forma lúdica e interativa esta experiência ao público infantil (turismo educacional).**

NECESSIDADES

- **Diálogo com as empresas parceiras do programa de Turismo Industrial da cidade;**
- **Diálogo com demais empresas interessadas em participar do projeto;**
- **Desenvolver uma estrutura física voltada ao público infantil;**
- **Reestruturar ou implantar serviços de apoio aos turistas, tais como: lanchonete e sanitários;**
- **Criar projeto de marketing, de fidelização e da cultura do "bem receber", agregando a capacitação dos colaboradores e a concepção de espaços que contemplem o bem estar dos usuários;**

PARCEIROS

- **Secretaria de Educação;**
- **Empresas parceiras do Turismo Industrial;**
- **Empresas presentes na cidade e região;**
- **Investidores privados;**
- **Atores da cadeia turística local;**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados;**

- Convênios com órgãos públicos;
- Recursos direcionados ao turismo da cidade.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT –FAE 015

AÇÃO: TURISMO NO MERCADO MUNICIPAL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (_X_) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Transformar e consolidar o Mercado Municipal em atrativo turístico voltado à gastronomia.

DESCRIÇÃO

- Tendo como referência o Mercado Municipal de São Paulo e todo apelo turístico lá presente, a proposta desta ação se engaja na busca por estabelecimentos que sejam referência na gastronomia para atuarem como "âncoras" e potencializarem os demais boxes de alimentação e similares, presentes no espaço.

- O Mercado Municipal Hélio Masini em São Bernardo, inaugurado em 1968, é um dos pontos comerciais mais tradicionais da cidade, com a oferta de diversos artigos em um único espaço. Único mercado da região do Grande ABC que resistiu ao tempo, o estabelecimento registra em torno de mil visitantes por dia de semana e quase o dobro nos finais de semana.

NECESSIDADES

- Diálogo com a Secretaria de Cultura e Juventude;
- Elaborar e apresentar o projeto para avaliação dos atuais permissionários do espaço;
- Diálogo com representantes de estabelecimentos gastronômicos de referência;
- Definição de espaço estratégico para presença de estabelecimento "âncora";
- Reestruturar ou implantar novos serviços de apoio aos turistas, tais como: sanitários, fraldário, elevador e quiosque de informações turísticas;
- Avaliar a possibilidade de implantação de uma sede ou filial de Escola de Gastronomia com cursos e aulas práticas;

PARCEIROS

- Secretaria de Cultura e Juventude;
- Associação dos Permissionários do Mercado Municipal;
- Estabelecimentos gastronômicos;
- Instituições de ensino;
- Escolas de gastronomia;
- Secretaria Municipal de Saúde (Vigilância Sanitária);
- Atores da cadeia turística local.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Investimentos privados.
- Recursos direcionados ao turismo da cidade;
- Convênios com órgãos públicos.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - PUICT001

AÇÃO:INTERVENÇÕES ARTÍSTICAS NO TEATRO AMAZONAS DA CIDADE DA CRIANÇA.

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Ofertar espaço cultural intimista (cerca de 80 lugares);
- Valorizar a arte e os artistas do município;
- Otimizar a baixa frequência de uso do Teatro Amazonas.

DESCRIÇÃO

- Utilizar de forma regular o espaço cultural que é réplica do Teatro Amazonas, localizado no centro de Manaus, inaugurado em 1896, e que foi a expressão mais significativa da riqueza da cidade durante o ciclo da borracha;
- O Teatro tem capacidade para cerca de 80 pessoas, na plateia principal e no mezanino.

NECESSIDADES

- Diálogo com o Permissionário/Concessionário do Parque;
- Diálogo com os grupos artísticos da cidade;
- Definição e aprovação de agenda com os grupos;
- Patrocínio das ações propostas;
- Inserção na programação oficial da Cidade da Criança.

PARCEIROS

- Permissionário/Concessionário do Parque;
- Grupos artísticos da cidade;
- Secretaria Municipal de Cultura e Juventude;
- Administração do Parque;
- Atores da cadeia turística local.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Investimentos privados (por meio de patrocínio).

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - PUICT 002

AÇÃO: SELO DO TURISMO – EMPRESA AMIGA DO TURISTA

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Certificar empreendimentos de cunho turístico que manifestem a intenção de atuar como parceiras oficiais do turismo da cidade, incluindo as próprias empresas participantes do Turismo Industrial.

DESCRIÇÃO

- Para os empreendimentos turísticos será necessário o cadastramento junto ao CADASTUR e para as empresas parceiras do Turismo Industrial, o protocolo de intenções.

NECESSIDADES

- Diálogo com os empreendimentos turísticos;
- Criação do selo padronizado de parceria;
- Elaboração de uma cartilha sobre o CADASTUR.

PARCEIROS

- Empresas participantes do Turismo Industrial;
- Atores da cadeia turística local.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos direcionados ao turismo da cidade;
- Investimentos privados.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - PUICT 003

AÇÃO: EXPOSIÇÃO DA HISTÓRIA DA INDÚSTRIA EM SÃO BERNARDO DO CAMPO(PINACOTECA).

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Preservar a história da indústria e consequentemente do Município, por meio de conhecimento e relações do crescimento e desenvolvimento de São Bernardo do Campo com as empresas que foram erguidas na cidade e na região;**
- **Ação complementar e experimental do Turismo Industrial.**

DESCRIÇÃO

- **Proposta de exposição da história da indústria em São Bernardo do Campo, objetivando retratar para a população e os turistas o crescimento da cidade como referência industrial até se tornar o coração das indústrias na América Latina, sempre em consonância com a história do desenvolvimento econômico e social da cidade;**
- **A proposta inicial é que a referida exposição ocorresse na Pinacoteca.**

NECESSIDADES

- **Elaboração do conteúdo e layout da exposição;**
- **Definir local exato dentro da Pinacoteca para a exposição;**
- **Diálogo com representantes das Indústrias e Empresas da região;**
- **Elaboração de material gráfico e audiovisual de divulgação.**

PARCEIROS

- **Empresas do município;**
- **Empresas parceiras do Turismo Industrial;**
- **Secretaria de Cultura e Juventude (Seção de Memória e Acervo);**
- **Administração da Pinacoteca;**
- **Atores da cadeia turística local.Trade turístico.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC);**
- **Investimentos privados.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - PUICT 004

AÇÃO: MODERNIZAÇÃO E ADEQUAÇÃO DO PARQUE CIDADE DA CRIANÇA.

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) **(___) MÉDIO (de 13 a 36 meses)** **(_X_) LONGO (mais de 37 meses)**

OBJETIVOS

- **Modernizar e adequar os espaços do primeiro parque temático do Brasil implantando novos equipamentos e atrações, buscando preservar os reais valores do parque, lazer e turismo.**

DESCRIÇÃO

- **A Cidade da Criança foi o primeiro parque temático construído no Brasil na década de 1950. O espaço foi constituído a partir dos antigos cenários da novela Redenção, exibidos na extinta TV Excelsior e durante anos foi o principal atrativo turístico no município. O espaço conta com brinquedos que fizeram história, como o submarino, o teleférico e o avião DC-3 e, ainda abriga um dos Centros de Informações Turísticas da cidade.**

NECESSIDADES

- **Prospectar investidores especializados na área de parques temáticos;**
- **Desenvolver uma nova estrutura física e de atrações, obedecendo as restrições legais impostas pelo tombamento do perímetro do parque;**
- **Reestruturar os serviços de apoio aos turistas presentes no espaço, tais como: restaurantes, lanchonetes, quiosques, fraldário, sanitários e enfermaria;**
- **Criar projeto de marketing, de fidelização e da cultura do "bem receber", agregando a capacitação dos colaboradores e a concepção de espaços que contemplem o bem estar dos usuários;**
- **Avaliar o modelo de gestão do parque (permissão de uso ou concessão de uso), sempre levando em consideração o espaço público e as políticas de preços diferenciadas a munícipes.**

PARCEIROS

- **Investidores privados.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - PUICT 005

AÇÃO: INTERVENÇÕES ARTÍSTICAS NAS VISITAS MONITORADAS DE TURISMO INDUSTRIAL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) **(_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses)** **(___) LONGO (mais de 37 meses)**

OBJETIVOS

- **Incrementar o Programa de Turismo Industrial por meio de cultura e arte com artistas do próprio Município de São Bernardo do Campo, possibilitando a estes a oportunidade de demonstrarem seu talento e criando nos visitantes uma imagem multicultural da cidade. Homenagear os funcionários das empresas parceiras do programa de Turismo Industrial.**

DESCRIÇÃO

- **Realizar intervenções artísticas junto ao programa de Turismo Industrial como um atrativo paralelo durante as visitas monitoradas;**
- **A execução dessa ação deverá ocorrer em consenso com as empresas parceiras. Buscará também valorizar os funcionários através da arte sem que haja interferência na rotina da empresa.**

NECESSIDADES

- **Diálogo com as empresas parceiras do programa de Turismo Industrial;**
- **Diálogo com os grupos artísticos da cidade;**
- **Definição e aprovação de agenda com os grupos;**
- **Definição e aprovação de locais para a realização das intervenções juntamente com os grupos artísticos e com as empresas parceiras;**
- **Patrocínio das ações propostas.**

PARCEIROS

- **Atores da cadeia turística local;**
- **Secretaria de Cultura e Juventude;**
- **Empresas parceiras do Turismo Industrial;**

- Grupos artísticos da cidade.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Investimentos privados (por meio de patrocínios);
- Recursos destinados à Cultura (Secretaria Municipal);
- Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC).

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - PUICT 006

AÇÃO: INSTALAÇÃO DE TOTENS DE PARCERIA NAS EMPRESAS PARTICIPANTES DO TURISMO INDUSTRIAL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (_X__) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Informações acessíveis e objetivas sobre a parceria com as empresas e o desenvolvimento do Turismo Industrial do município aos visitantes e interessados;
- Valorizar a identidade turística do município.

DESCRIÇÃO

- Os totens serão estruturados e padronizados para todas as empresas, com data referente à parceria e logos da empresa e do Turismo Industrial.

NECESSIDADES

- Projeto de design padronizado para todos os ambientes nos quais os totens serão instalados;
- Diálogo com representantes das empresas parceiras;
- Definição exata do local onde o totem será instalado (local de passagem dos visitantes/turistas).

PARCEIROS

- Empresas parceiras do Turismo Industrial.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Investimentos privados;
- Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR/SBC);

- Recursos destinados ao turismo da cidade.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - PUICT 007

AÇÃO: REVITALIZAÇÃO DA ÁREA AMAZÔNICA DA CIDADE DA CRIANÇA

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (_X_) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Manter viva a memória e o resgate da cultura, arquitetura, costumes e tradições Amazônicas.
- Otimizar o uso da referida área, que é referência no Parque, para atrações ou atividades.

DESCRIÇÃO

- Revitalizar a área Amazônica da Cidade da Criança, obedecendo às diretrizes legais e considerando que o espaço em questão é tombado pelo Patrimônio Histórico Municipal (COMPAHC/SBC);

NECESSIDADES

- Análise da infraestrutura da Área Amazônica do Parque;
- Definição das mudanças a serem realizadas, sempre em conformidade com o que orienta o Conselho do Patrimônio Histórico Municipal;
- Projeto de uso sustentável dos atrativos que compõem a Região Amazônica;
- Integração da Área Amazônica com as demais áreas da Cidade da Criança.

PARCEIROS

- Permissionário/Concessionário do Parque;
- Iniciativa privada.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - PUICT 008

AÇÃO: REVITALIZAÇÃO DO AVIÃO DC-3 NA CIDADE DA CRIANÇA.

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) **(_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses)** **(___) LONGO (mais de 37 meses)**

OBJETIVOS

- **Revitalizar equipamento que é referência na memória coletiva dos usuários da Cidade da Criança, juntamente com o submarino e o teleférico, o Avião DC-3 é um ícone do Parque.**

DESCRIÇÃO

- **Revitalizar, otimizar e modernizar o uso deste importante atrativo por meio de reforma da estrutura externa e dos componentes internos, incluindo piso, poltronas, compartimentos, janelas e cabine de comando. Possibilidade também de implantação de sistema de áudio e vídeo e equipamentos pneumáticos para um voo simulado e panorâmico sobre São Bernardo ou transformação em local de eventos ou abrigar área de alimentação.**

NECESSIDADES

- **Prospectar investidores;**
- **Revitalizar e modernizar o avião com base em informações da Associação Brasileira de Preservação Aeronáutica;**
- **Viabilizar a implantação de equipamentos pneumáticos e sistema de audiovisual para voos simulados (caso seja a opção);**
- **Viabilizar reforma e adequação caso a opção seja local para pequenos eventos ou área para alimentação;**

PARCEIROS

- Permissionário / Concessionário do Parque;
- Associação Brasileira de Preservação Aeronáutica;
- Investidores privados;
- Atores da cadeia turística local;
- Administração do Parque.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Investimentos privados.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - PUICT 009

AÇÃO: PORTAL DO RIACHO GRANDE

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (_X_) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Promover e valorizar a localidade e criar identidade turística, bem como desenvolver a relação entre o turismo e morador.

DESCRIÇÃO

- Implantação de Portal de boas vindas ao Riacho Grande no trevo de acesso localizado no Km29 na Rodovia Anchieta. A proposta é que o projeto do portal tenha interface direta com a localidade.

NECESSIDADES

- Diálogo entre as secretarias envolvidas para desenvolver projeto;
- Diálogo com a comunidade;
- Diálogo com a Ecovias;
- Diálogo com o Departamento de Estradas e Rodagem –DER;
- Concurso com moradores para a apresentação e escolha de projeto de layout (escolas municipais).

PARCEIROS

- Comunidade local;
- Departamento de Estradas e Rodagem - DER;
- Ecovias;

- Instituições de ensino;
- Atores da cadeia turística local;
- Governo Federal (Mtur).

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos direcionados ao turismo da cidade;
- Investimentos privados;
- Convênios com órgãos governamentais.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - PUICT 010

AÇÃO: REVITALIZAÇÃO DO JARDIM JAPONÊS DA CIDADE DA CRIANÇA

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Revitalizar o marco histórico do convênio firmado entre as Prefeituras do Município de São Bernardo do Campo e da cidade de Tokuyama (Shunan);
- Resgatar as tradições que envolvem a clássica e milenar cerimônia do chá.

DESCRIÇÃO

- Revitalizar o Jardim Japonês que se encontra no interior do Parque Cidade da Criança;
- Revitalizar a Casa de Chá, obedecendo a arquitetura e ornamentação original, inclusive objeto de tombamento;
- Dar destinação correta ao espaço, respeitando as tradições culturais e, assim resgatando o orgulho da comunidade japonesa estabelecida em São Bernardo do Campo.

NECESSIDADES

- Prospecção de investidores;
- Articulação com a comunidade japonesa estabelecida na cidade (RENGOKAI);
- Aquisição de mobiliário oriundo do Japão (ex.tatames);
- Manutenção do lago de carpas e pontes;
- Paisagismo específico e tradicional.

PARCEIROS

- Comunidade Japonesa (RENGOKAI);
- Investidores privados;
- Atores da cadeia turística local;
- Permissionário/Concessionário do Parque.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Investimentos privados;

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - PUICT 011

AÇÃO: REQUALIFICAÇÃO DA ROTA DOS RESTAURANTES (ANTIGA ROTA DOFRANGO COM POLENTA)

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (_X__) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Resgatar uma das principais referências gastronômicas do Estado de São Paulo, presente na memória das pessoas.

DESCRIÇÃO

- Articular com os representantes dos restaurantes dos Bairros Demarchi e Batistini ações comerciais e de marketing visando preservar a cultura dos restaurantes locais, que tem no Frango com Polenta seu principal prato.
- O Frango com Polenta é uma herança da colonização italiana da cidade que remonta à década de 1950.

NECESSIDADES

- Articulação com os restaurantes dos bairros Demarchi e Batistini;
- Criação de um projeto de layout de revitalização da rota;
- Reestruturação dos restaurantes e modernização do cardápio;
- Eventos regulares relacionados à temática;
- Estudo para requalificação visual dos estabelecimentos e da via onde estão localizados;

- Sinalização turística referente à rota.

PARCEIROS

- Restaurantes dos bairros Demarchi e Batistini;
- Associação Comercial e Industrial de São Bernardo do Campo – ACISBEC;
- Atores da cadeia turística local.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Investimentos privados.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - PUICT 012

AÇÃO: ESPAÇO "HISTÓRIA DA INDÚSTRIA"

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (_X_) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Preservar a história da indústria e consequentemente do Município, por meio de conhecimento e relações do crescimento e desenvolvimento de São Bernardo do Campo com as empresas que foram erguidas na cidade e região.

DESCRIÇÃO

- São Bernardo do Campo possui cerca de 1400 empresas que surgiram e se desenvolveram, gerando emprego, movimentando a economia e desencadeando a história. Histórias que ajudaram no crescimento do município como um polo industrial de referência. Sendo assim, o Espaço traria essa percepção para o turista e para os moradores, identificando a Indústria como parte fundamental da história e fomentando a identidade cultural da cidade.

NECESSIDADES

- Definir um local para a implantação do Espaço da Indústria;
- Diálogo com representantes das empresas da cidade interessadas em participar do projeto;
- Desenvolvimento do layout e do conteúdo do espaço.

PARCEIROS

- Empresas do município interessadas em participar do projeto;
- Ministério do Turismo (MTur);
- Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (DADETUR);
- Atores da cadeia turística local.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Convênios com órgãos públicos;
- Investimentos privados.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - PUICT 013

AÇÃO: IMPLANTAÇÃO DO GABINETE DO PREFEITO MIRIM DA CIDADE DA CRIANÇA (ESPAÇO REDENÇÃO)

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Resgatar tradição que remonta ao ano de 1967, revitalizando espaço que serviu como Gabinete do Prefeito durante as gravações da novela Redenção, exibida pela TV Excelsior na década de 1960. Atuar em conjunto com o CIT localizado no mesmo complexo e propiciar a crianças de 10 a 12 anos, residentes na cidade, a experiência de "governar" uma cidade. São auxiliares do Prefeito Mirim, um Vice-Prefeito Mirim e Secretários Mirim de Turismo, Educação e Desenvolvimento Sustentável.

DESCRIÇÃO

- Ocupar espaço físico com acessibilidade plena;
- Instalar comunicação visual (histórica);
- Instalar mobiliário, sistema de ar-condicionado e lógica.

NECESSIDADES

- Articulação com Permissionário/Concessionário do Parque Cidade da Criança;
- Aprovação pelo COMPAHC/SBC;
- Aprovação pelo DADETUR (Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo);
- Definição do layout do espaço;
- Obras civis e aquisição de material e mobiliário.

PARCEIROS

- Permissionário/Concessionário do Parque Cidade da Criança;
- Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (DADETUR);
- COMPAHC/SBC;
- Iniciativa privada.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos provenientes do DADETUR (SBC MIT);
- Investimentos privados;
- Recursos direcionados ao turismo da cidade (Tesouro);
- Recursos provenientes do Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR).

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - PUICT 014

AÇÃO: REVITALIZAÇÃO DA PRAÇA DOS MENINOS – RUDGE RAMOS

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Recuperação de espaço simbólico da cidade que homenageia a colônia japonesa local e da região;
- Consolidar o espaço como referência para eventos de médio porte e para abrigar Feira Gastronômica e de Artesanato regular.

DESCRIÇÃO

- Revitalização e ampliação dos sanitário existentes;
- Promover a acessibilidade;
- Revitalização e adequação do sistema elétrico e hidráulico para fins de abrigar eventos e feiras;
- Manutenção no mobiliário tradicional japonês (pórtico, pontes, luminárias);
- Manutenção do jardim e lago já existente;
- Readequação e possível ampliação da área destinada para eventos (pátio interno);
- Comunicação visual e ornamentação do espaço.

NECESSIDADES

- Articulação com a Secretaria de Serviços Urbanos;
- Definição do novo layout do espaço;
- Obras civis e aquisição de material e mobiliário.

PARCEIROS

- Secretaria de Serviços Urbanos;
- Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (DADETUR);
- Iniciativa privada.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos provenientes do DADETUR (SBC MIT);
- Investimentos privados;
- Recursos direcionados ao turismo da cidade (Tesouro);
- Recursos provenientes do Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR).

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - PUICT 015

AÇÃO: ELEIÇÃO DO "PREFEITO MIRIM DA CIDADE DA CRIANÇA"

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X__) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Resgatar tradição que remonta à década de 1960 de a Cidade da Criança contar com um Prefeito Mirim, menino ou menina de 10 a 12 anos;
- Propiciar às crianças de forma lúdica a experiência de "governar" uma cidade. O 2º colocado no processo eleitoral tornar-se-á Vice Prefeito e o s três seguintes mais bem votados serão os Secretários Mirins de Turismo, Educação e Desenvolvimento Sustentável.
- Serão realizadas reuniões periódicas para apresentar questões referentes ao Parque e à Sociedade de São Bernardo do Campo.

DESCRIÇÃO

- Realizar processo eleitoral via chamamento público para estudantes da rede pública e privada da cidade;
- Condições para concorrer: ter entre 10 e 12 anos e ser morador e estudante em São Bernardo do Campo;

- Mandato de 2 anos, não sendo permitida recondução;
- Processo eleitoral em 3 fases: 1º - redação com temática específica e atual; 2ª – vídeo para votação na internet; 3º - votação presencial;
- Regras do processo eleitoral devidamente estabelecidas e ampla divulgação e publicidade;

NECESSIDADES

- Articulação com a Secretaria de Educação;
- Definição das regras do processo eleitoral e ampla divulgação junto à rede pública e privada;
- Constituir comissão eleitoral e definir cronograma de ações.

PARCEIROS

- Secretaria de Educação;
- Secretaria de Comunicação;
- Instituilções de Ensino das redes pública e privada de São Bernardo do Campo;
- COMTUR/SBC;
- Antigos Prefeitos Mirins da Cidade da Criança (palestras).

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos direcionados ao turismo da cidade (Tesouro);

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - FEDT001

AÇÃO: FESTIVAL PESQUE E PAGUE

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Realizar o festival periodicamente com o objetivo de promover o turismo de pesca na região da Represa Billings, de maneira sustentável.

DESCRIÇÃO

- A proposta é que o evento seja realizado nos pesqueiros do município, parceiros do Programa Pesqueiro Sustentável, com torneios de pesca, pratos típicos e atividades de conscientização ambiental.

NECESSIDADES

- **Ampliar diálogo com pesqueiros parceiros do Programa Pesqueiro Sustentável para organização dos eventos;**
- **Parceria com o trade turístico local para integração ao projeto (material gráfico de divulgação e brindes).**

PARCEIROS

- **Proprietários de pesqueiros do município;**
- **Secretaria de Meio Ambiente e Proteção Animal (Programa Pesqueiro Sustentável);**
- **Secretaria de Comunicação;**
- **Atores da cadeia turística local;**
- **Senar;**
- **FishTv.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos direcionados ao Turismo da cidade;**
- **Investimentos Privados.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - FEDT 002

AÇÃO: FEIRA DE TURISMO EM SÃO BERNARDO DO CAMPO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Promover feira de varejo privada com os principais atores do turismo nacional, viabilizando a comercialização de roteiros, pacotes, passagens aéreas, cruzeiros marítimos, seguros de viagem, parques temáticos, hospedagem e que contemple área exclusiva para divulgação da cidade e da região.**

DESCRIÇÃO

- **A proposta é que a Feira de Turismo aconteça a cada dois anos, com comercialização de produtos turísticos, workshops, palestras, incluindo uma área específica para a divulgação da cidade e da**

região do Grande ABC;
- A proposta prevê também a contemplação da gastronomia regional na praça de alimentação, com destaque para a Rota do Frango com Polenta, a Rota do Peixe e o Circuito do Cambuci.

NECESSIDADES

- Espaço apropriado para o evento;
- Captar empresa especializada na promoção e gestão de eventos desse porte;
- Diálogos com os principais atores do turismo nacional;
- Participação efetiva do trade turístico da cidade e região;
- Apoio do São Paulo Convention&Visitors Bureau;
- Projeto de mídia para divulgação e cobertura do evento.

PARCEIROS

- Empresas organizadoras de eventos;
- São Paulo Convention&Visitors Bureau;
- Governo Federal (MTur);
- Governo do Estado de São Paulo;
- Principais atores do turismo nacional;
- Associações e entidades ligadas ao turismo;
- Atores da cadeia turística local.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Convênios com órgãos governamentais;
- Investimentos privados.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - FEDT 003

AÇÃO: PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS ESPECIALIZADAS

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Divulgar os roteiros turísticos do município, atingindo um maior número de pessoas, de diversas regiões do país e até do exterior.

DESCRIÇÃO

- Manter a participação regular nas principais feiras do ramo de turismo (WTM LatinAmerica, Aviesp,

BTN Mercosul, Festival das Cataratas, Salão São Paulo de Turismo, AVIRRP, ABAV, Adventure Sports Fair), ou outros ramos de interesse, para divulgação dos roteiros turísticos do município.

NECESSIDADES

- **Aquisição de stand ou outro espaço para divulgação;**
- **Elaboração e confecção de material gráfico específico.**

PARCEIROS

- **Atores da cadeia turística local;**
- **Empresas privadas;**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos direcionados ao turismo da cidade;**
- **Investimentos privados.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - FEDT 004

AÇÃO: EVENTOS RELACIONADOS AO PROGRAMA DE TURISMO INDUSTRIAL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X__) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Manter e ampliar a visibilidade e o conteúdo técnico proveniente da experiência acumulada do Turismo Industrial de São Bernardo do Campo para outros municípios interessados em atuar ou qualificar suas ações nesse segmento;**
- **Ampliar o conhecimento dos gestores e parceiros do Turismo Industrial de São Bernardo do Campo por meio de troca de experiências técnicas.**

DESCRIÇÃO

- Realização e participação como convidado em eventos regulares como: workshops, congressos, seminários e palestras envolvendo e ampliando a atividade do Turismo Industrial.

NECESSIDADES

- Diálogo permanente com os diversos atores diretos ou indiretamente ligados à atividade, destacando-se: instituições de ensino, gestores públicos nacionais ou internacionais, associações relacionadas ao turismo, especialistas na área, empresas parceiras ou interessadas, atores do trade turístico e potenciais patrocinadores.

PARCEIROS

- Governo Federal (Mtur);
- Governo do Estado de São Paulo;
- Governos Municipais de cidades que atuam com o segmento turístico;
- Instituições de ensino;
- Empresas parceiras do Turismo Industrial;

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos direcionados ao Turismo da cidade;
- Investimentos privados (por meio de patrocínios).

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - FEDT 005

AÇÃO: EVENTOS ESPORTIVOS NA REGIÃO DO RIACHO GRANDE

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Captar e promover eventos esportivos que gerem impactos positivos na economia da região do Riacho Grande, tendo a Represa Billings como “palco” principal.

DESCRIÇÃO

- Sediar e realizar campeonatos, torneios, feiras e festivais de diferentes modalidades de esportes aquáticos e de verão.

NECESSIDADES

- Criar um calendário anual de eventos esportivos;
- Preparação de um plano de captação de eventos;
- Avaliar infraestrutura e realizar adequações necessárias para cada evento.

PARCEIROS

- Governo Federal (Mtur);
- Secretaria Municipal de Esportes e Lazer - SESP;
- Marinha do Brasil;
- Empresa Metropolitana de Água e Energia -EMAE;
- Entidades esportivas;
- São Paulo Convention&Visitors Bureau;
- Atores da cadeia turística local.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos direcionados ao turismo da cidade;
- Convênios com órgãos governamentais;
- Investimentos privados.

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - FEDT 006

AÇÃO: FESTIVAL DO CAMBUCI DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Realizar evento gerador de fluxo turístico que tem por base as premissas de Alimentação Saudável, SlowFood e Preservação do Meio Ambiente e da Mata Atlântica. Contar com participação efetiva de escolas e instituições de ensino da cidade para apresentações artísticas e culturais. Ter como

destaques e diferenciais uma ampla Feira do Cambuci, Oficinas Gastronômicas/Aulas Show e Praça de Alimentação Temática. Promover evento sustentável.

DESCRIÇÃO

- **Feira do Cambuci em parceria com produtores locais, regionais e estaduais;**
- **Praça de Alimentação com produtos que tenham a presença do Cambuci, seja em molhos, caldas, recheio, creme, etc;**
- **Casa do Cambuci – espaço dedicado para palestras, aulas show, oficinas gastronômicas ou similares que estejam em consonância com a temática do evento;**
- **Tenda do Cambuci – apresentações artísticas e culturais prioritariamente realizadas por escolas/instituições de ensino do município.**

NECESSIDADES

- **Espaço físico;**
- **Infraestrutura de tendas, mesas, cadeiras;**
- **Disponibilização de energia elétrica e sistema hidráulico (barracas e tendas);**
- **Sistema e operadores de som;**
- **Comunicação visual e ornamentação do espaço.**

PARCEIROS

- **Produtores de Cambuci (Associação);**
- **Senac São Bernardo;**
- **Sabor & Saber Tomazoni (Escola de Gastronomia);**
- **Escolas / Instituições de Ensino;**
- **Comerciantes (a partir da figura do MEI).**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos Privados;**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade (Tesouro);**
- **Recursos provenientes do Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR).**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - FEDT 007

AÇÃO: FESTIVAL BON ODORI DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Realizar evento gerador de fluxo turístico que tem por base a premissa do resgate de tradições culturais por meio de danças típicas tradicionais japonesa. Homenagem à colônia japonesa estabelecida em São Bernardo do Campo e região. Promover evento sustentável.**

DESCRIÇÃO

- **Bon Odori é uma festa folclórica de participação coletiva e popular. O evento contempla danças e apresentações musicais, karaokê, artesanato, produtos típicos e praça de alimentação temática.**

NECESSIDADES

- **Espaço físico;**
- **Palco e iluminação;**
- **Infraestrutura de tendas, mesas, cadeiras;**
- **Disponibilização de energia elétrica e sistema hidráulico;**
- **Sistema e operadores de som;**
- **Comunicação visual e ornamentação do espaço.**

PARCEIROS

- **União das Associações Nipo Brasileiras de São Bernardo do Campo (Rengokai);**
- **Comerciantes (a partir da figura do MEI).**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos Privados;**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade (Tesouro);**
- **Recursos provenientes do Rengokai;**
- **Recursos provenientes do Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR).**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - FEDT 008

AÇÃO: FEIRA GASTRONÔMICA E DE ARTESANATO NA PRAÇA DOS MENINOS (RUDGE RAMOS)

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses) (_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Implantar Feira Gastronômica e de Artesanato para tornar-se evento gerador de fluxo turístico e promover lazer e entretenimento para a população; Gerar renda aos comerciantes e artesãos locais.

DESCRIÇÃO

- Ocupar espaço físico promovendo a acessibilidade;
- Adequar sistema elétrico e hidráulico para acomodar os comerciantes/artesãos;
- Adequar sistema elétrico e de iluminação para as apresentações artísticas no coreto ou em palco;
- Comunicação visual e ornamentação do espaço.

NECESSIDADES

- Articulação com a Secretaria de Serviços Urbanos;
- Articulação com a Secretaria de Cultura;
- Cadastramento de comerciantes/artesãos;
- Definição da periodicidade;
- Definição do layout do espaço;
- Obras civis e aquisição de material e mobiliário, caso necessário.

PARCEIROS

- Secretaria de Serviços Urbanos;
- Secretaria de Cultura;
- Comerciantes (formalizados a partir da figura do MEI);
- Artesãos(formalizados a partir da figura do MEI);
- Iniciativa privada.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Investimentos Privados;
- Recursos direcionados ao turismo da cidade (Tesouro).

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - FEDT 009

AÇÃO: CARREATA DO TURISMO INDUSTRIAL NO DESFILE CÍVICO MILITAR(ANIVERSÁRIO DA CIDADE)

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Divulgação do programa de visitas monitoradas de Turismo Industrial junto à população de São Bernardo do Campo por conta do aniversário da cidade, no tradicional Desfile Cívico Militar;
- Consolidação do Município como "Capital Brasileira do Turismo Industrial".

DESCRIÇÃO

- Carreata motorizada de veículos, vans e caminhões das Empresas parceiras (Wheaton, Zurich, Mercedes-Benz, Scania, Basf, Friozem, Masipack, Omnisys, Toyota, Fundação Espaço Eco, Ecovias, Grob, Sankonfort, Volkswagen, Vogler....) devidamente identificados com o logo do programa.

NECESSIDADES

- Articulação com a Secretaria de Educação (coordenadora do evento);
- Articulação com as Empresas parceiras para definição do modo de participação;
- Comunicação visual (adesivos,adesivos magnéticos);
- Briefing para cerimonial do evento.

PARCEIROS

- Secretaria de Educação;
- Cerimonial do Gabinete do Prefeito;
- Empresas parceiras do Turismo Industrial.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos direcionados ao turismo da cidade (Tesouro).

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - FEDT 010

AÇÃO: CONSOLIDAR O FESTIVAL DE VERÃO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO NO CALENDÁRIO OFICIALDE EVENTOS DA CIDADE

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Consolidar o evento como gerador de fluxo turístico;**
- **Propiciar lazer e entretenimento para a população da cidade e região.**

DESCRIÇÃO

- **Shows musicais patrocinados em um ou mais finais de semana nos meses de janeiro ou fevereiro, anualmente;**
- **Evento operado por empresa privada, patrocinado, que conta com apoio efetivo da Administração Municipal no tocante aos segmentos de Trânsito, Segurança (GCM), Cultura, Saúde, Comunicação, Jurídico, Meio Ambiente, Serviços Urbanos (limpeza e fiscalização) e Turismo.**

NECESSIDADES

- **Definição do local (1ª, 2ª e 3ª edições na Prainha do Riacho Grande e 4ª Edição na Esplanada do Paço Municipal);**
- **Articulação com a Empresa promotora do evento;**
- **Articulação com as demais Secretarias da Administração Municipal;**
- **Articulação com Órgãos Estaduais (CETESB, EMAE, etc.), caso ocorra em área de preservação/mananciais;**
- **Comunicação visual e divulgação (SECOM);**
- **Aplicação de pesquisas turísticas para estudo de demanda turística.**

PARCEIROS

- **Secretarias Municipais (ST, SSU, SC, SS, SECOM, SMA, SU, SDECT; SJC, PGM);**
- **Empresa promotora do evento.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Evento patrocinado.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - FEDT 011

AÇÃO: CONSOLIDAR O NATAL LUZ DE SÃO BERNARDO DO CAMPO NO CALENDÁRIO OFICIAL DE EVENTOS DA CIDADE

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Consolidar o evento como gerador de fluxo turístico;**
- **Propiciar lazer e entretenimento envolvendo o clima natalino,para a população da cidade e região.**

DESCRIÇÃO

- **Implantação em área específica (Esplanada do Paço Municipal) de tenda ou abrigo similar com presépio, figuras natalinas e árvore de Natal;**
- **Possibilidade complementar de Papai Noel para fotos com crianças/adultos;**
- **Possibilidade complementar de ações culturais (coral, cantatas, instrumental,etc.)**
- **Evento operado por empresa privada, patrocinado, que conta com apoio efetivo da Administração Municipal no tocante aos segmentos de Trânsito, Segurança (GCM), Cultura, Comunicação, Jurídico, Serviços Urbanos (limpeza e fiscalização) e Turismo.**

NECESSIDADES

- **Definição do local (1ª Edição na Esplanada do Paço Municipal);**
- **Articulação com a Empresa promotora do evento;**
- **Articulação com as demais Secretarias da Administração Municipal;**
- **Comunicação visual e divulgação (SECOM).**

PARCEIROS

- **Secretarias Municipais (ST, SSU, SC, SECOM, SU, SDECT; SJC, PGM);**
- **Empresa promotora do evento.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Evento patrocinado.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - FEDT 012

AÇÃO: REALIZAÇÃO DO CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO INDUSTRIAL EM SÃO BERNARDO DO CAMPO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Manter o evento como referência no segmento de Turismo Industrial (1ª, 2ª e 3ª Edições realizadas em 2016, 2017 e 2019);**
- **Conservar sua característica de gerador de fluxo turístico nacional; Propiciar discussões, apresentar tendências, avaliar ações, promover a "experiência" e homenagear os diversos atores.**

DESCRIÇÃO

- **Evento bianual que retrata nas mais variadas dimensões o segmento inovador de Turismo Industrial, que fomenta o desenvolvimento local por meio de parcerias e que complementarmente movimenta a cadeia turística do município;**
- **O Congresso contempla diversas atividades teóricas e práticas, com ênfase para mesas redondas, painéis e salas temáticas. Oferece ainda palestras de interlocutores de empresas parceiras ou que atuem com visitas, de gestores públicos, homenagens, exposição, mostra científica, apresentações culturais e visitas técnicas;**
- **Para as empresas participantes, parceiras, apoiadoras e patrocinadoras são facultados espaços/momentos para a divulgação das respectivas marcas, bem como ações comerciais.**

NECESSIDADES

- **Definição do local (1ª, 2ª e 3ª Edições realizadas no Senac São Bernardo);**
- **Prospectar palestrantes no âmbito da temática do evento;**
- **Prospectar a presença de autoridades do setor;**
- **Prospectar patrocinadores e apoiadores;**
- **Articulação com as Empresas do Turismo Industrial de São Bernardo do Campo;**
- **Articulação com demais Empresas que atuem com o Turismo Industrial (visitas, portas abertas,etc.);**
- **Articulação com os atores da cadeia turística da cidade;**
- **Definição conjunta com o Senac do layout, da programação, da comunicação visual, do cerimonial e divulgação nas mídias.**

PARCEIROS

- **Senac São Bernardo;**
- **COMTUR/SBC;**
- **Iniciativa privada;**
- **Empresas parceiras do Turismo Industrial;**
- **Empresas diversas envolvidas com a temática.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados;**
- **Recursos direcionados ao turismo da cidade (Tesouro);**
- **Recursos provenientes do Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR).**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - FEDT 013

AÇÃO: REALIZAÇÃO DO CONGRESSO INTERNACIONAL DE TURISMO INDUSTRIAL EM SÃO BERNARDO DO CAMPO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Introduzir o evento no calendário internacional do segmento;Conservar sua característica de gerador de fluxo turístico nacional e internacional;**
- **Propiciar discussões, apresentar tendências, avaliar ações, promover a "experiência" e homenagear os cases de sucesso internacional.**

DESCRIÇÃO

- **Evento bianual que retrata nas mais variadas dimensões cases internacionais de Turismo Industrial;**
- **Convidados internacionais, interlocutores de Governos ou Empresas, conduzem ou compõem diversas atividades teóricas e práticas, com ênfase para mesas redondas, painéis e salas temáticas.**
- ***O Congresso Internacional ocorre simultaneamente e é parte integrante do Congresso Brasileiro de Turismo Industrial.***

NECESSIDADES

- **Prospectar palestrantes internacionaisno âmbito da temática do evento;**
- **Prospectar a presença de autoridades internacionais do setor;**
- **Prospectar patrocinadores para custeio de transporte, hospedagem e alimentação;**
- **Disponibilizar tradutores, caso seja necessário.**

PARCEIROS

- **Iniciativa privada;**
- **Atores da cadeia turística local.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Investimentos privados.**

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT - FEDT 014

AÇÃO: FESTIVAL "MARAVILHAS GASTRÔNOMICAS DE SÃOBERNARDO DO CAMPO"

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X__) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- **Criar evento gerador de fluxo turístico que tem por premissa valorizar sabores consagrados de São Bernardo do Campo.**
- **Criar material de divulgação e valorização cultural da gastronomia local.**

DESCRIÇÃO

- **Realização de concurso popular para escolha das "7 Maravilhas Gastronômicas de São Bernardo do Campo";**
- **Ao longo da história da cidade a gastronomia teve forte e marcante destaque, principalmente com a tradicional Rota do Frango com Polenta. Nesta esteira, outros pratos tornaram-se referência, como a "Rabada do Gaia", o "Bolinho do Japonês", o "Caldo de Mocotó do Zelão", a "Chuleta de Gijo", entre tantos outros. O concurso que prevê participação e votação popular, será realizado a cada 3 anos e culminará em material de divulgação turística e livreto virtual com dicas e receitas culinárias de São Bernardo do Campo.**

NECESSIDADES

- **Articulação com a Secretaria de Cultura e Juventude;**
- **Articulação com a Secretaria de Comunicação;**
- **Articulação com Sindicatos a Associações de Classe (Alimentação);**
- **Definição das regras do concurso e ampla divulgação e publicidade;**

PARCEIROS

- **Secretaria de Comunicação;**
- **Secretaria de Cultura e Juventude;**
- **COMTUR/SBC;**
- **Sindicatos a Associações de Classe (Alimentação);**
- **Segmento Turístico de Alimentos & Bebidas da cidade;**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos direcionados ao Turismo da cidade;
- Investimentos privados (por meio de patrocínios).

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – CDSC 001

AÇÃO: CITY TOUR PELA CIDADE

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Propiciar aos turistas, visitantes e munícipes a oportunidade de conhecer os pontos turísticos da cidade.

DESCRIÇÃO

- City tour pelos principais pontos da cidade, em roteiro pré-elaborado, com guias de turismo devidamentehabilitados e em veículo identificado.

NECESSIDADES

- Veículo;
- Layout e comunicação visual;
- Mão de obra especializada (alunos de cursos técnicos e/ou faculdades);
- Receptivo turístico devidamente formalizado.

PARCEIROS

- Empresa de transporte (ônibus, micro-ônibus, van)

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Parceria com a iniciativa privada.

Sugestão encaminhada pela Sra. Carla Mesto Lago Belardo(Turismóloga)
(11) 97152-3481/ carlinha.fotos@hotmail.com

*** Sugestão similar contemplada no Proposta de Ação nº SDECT – PCDT 001 ***

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – CDSC 002

AÇÃO: CORRIDA DO GARÇOM

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) **(___) MÉDIO (de 13 a 36 meses)** **(___) LONGO (mais de 37 meses)**

OBJETIVOS

- Evento proposto para valorização dos profissionais dos segmentos de alimentação & bebidas e meios de hospedagem.

DESCRIÇÃO

- Corrida de garçons pela Av. Kennedy (detalhamento será apresentado pelo proponente no momento da avaliação desta ação pelo COMTUR/SBC – convite para reunião).

NECESSIDADES

- Ações de Marketing;
- Materiais (oportunamente detalhado);
- Premiação.

PARCEIROS

- Prefeitura de São Bernardo do Campo (apoio);
- COMTUR/SBC (apoio);
- Iniciativa privada.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Parceria com a iniciativa privada (patrocínio).

Sugestão encaminhada pelo Sr. Cleiton da Silva (Sindicato dos Hoteleiros de São Bernardo do Campo)
(11) 99513-1956/ cleitondoc.usp@gmail.com

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – CDSC 003

AÇÃO: CORRIDA DE RUA

TEMPO DE EXECUÇÃO		
(_X_) CURTO (Até 12 meses)	(___) MÉDIO (de 13 a 36 meses)	(___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Corrida de Rua para atletas amadores da cidade e região, com percursos e distâncias devidamente adequadas; Fomento à prática de atividades esportivas.

DESCRIÇÃO

- Implementação de políticas que priorizem e incentivem a participação de pessoas de todas as faixas etárias. Viabilização de descontos ou gratuidade para idosos e portadores de deficiência. Promover atratividade no processo de divulgação.

NECESSIDADES

- Administração do evento pela iniciativa privada;
- Ampla divulgação;
- Articulação com a iniciativa privada e os atores da cadeia turística local.

PARCEIROS

- Iniciativa privada;
- Atores da cadeia turística local;
- Prefeitura de São Bernardo do Campo (apoio);
- COMTUR/SBC (apoio).

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Evento organizado por Empresa privada.

Sugestão encaminhada pelo Sr. Roberto Cesar Souza Faria (Auxiliar Administrativo)
(11) 6779-0776/ roberto.cesar88@hotmail.com

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – CDSC 004

AÇÃO: REVITALIZAÇÃO DO RIACHO GRANDE E PARQUE ESTORIL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses)	**(___) MÉDIO (de 13 a 36 meses)**	**(___) LONGO (mais de 37 meses)**

OBJETIVOS

- **Valorizar e dar uso sustentável à grande área verde presente na cidade, com ênfase na região do Riacho Grande (entorno da Represa Billings).**

DESCRIÇÃO

- **Melhorar a infraestrutura do Parque Natural Estoril e de seus atrativos;**
- **Aumentar a segurança e fiscalização por parte da guarda ambiental;**
- **Fomentar a realização de eventos e atividades culturais e esportivas, incluindo sua ampla divulgação;**
- **Criar projetos e campanhas com ONGs (sustentabilidade/ adoção de animais...);**
- **Articular com a iniciativa privada a revitalização dos equipamentos e serviços turísticos (alimentos & bebidas, entretenimento);**

NECESSIDADES

- **Contratação de empresa especializada;**
- **Parceria com iniciativa privada e empreendedores;**

PARCEIROS

- **Iniciativa privada;**
- **Ong's e Associações locais.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Recursos provenientes da iniciativa privada;**
- **Órgãos Governamentais: Municipal, Estadual e Federal.**

Sugestão encaminhada pelo Sr. Eduardo da Silva Correia (estudante de Administração)
(11) 96549-4200/ edu_scorreia@yahoo.com.br

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – CDSC 005

AÇÃO: VALORIZAÇÃO DA HISTÓRIA, ATRAVÉS DO MONUMENTO MMDC

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Valorizar e resgatar a história do Estado de São Paulo, através do monumento MMDC.

DESCRIÇÃO

- Tornar o local um atrativo turístico histórico.

NECESSIDADES

- Revitalização do monumento;
- Sinalização turística;
- Comunicação visual e divulgação.

PARCEIROS

- Iniciativa privada;
- Ong's e Associações locais.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos provenientes da iniciativa privada;
- Órgãos Governamentais: Municipal, Estadual e Federal.

Sugestão encaminhada pelo Sr. Eduardo da Silva Correia (estudante de Administração)
(11) 96549-4200/ edu_scorreia@yahoo.com.br

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – CDSC 006

AÇÃO: RESGATE DAS TRADIÇÕES GASTRONÔMICAS E COMIDAS TRADICIONAIS DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

TEMPO DE EXECUÇÃO

(___) CURTO (Até 12 meses)	(_X_) MÉDIO (de 13 a 36 meses)	(___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Resgatar os sabores e a história da gastronomia de São Bernardo do Campo.

DESCRIÇÃO

- Formatar atividades conjuntas para o fomento do comércio no segmento de alimentação, norteado por ações ou eventos promocionais que valorizem as tradições gastronômicas e os sabores consagrados de São Bernardo do Campo (Caldo de Mocotó do Zelão, Bolinho de Carne do Bar do Bolinho, Rota do Peixe do Riacho Grande e a tradicional Rota do Frango com Polenta, agora Rota dos Restaurantes do Demarchi/Batistini).

NECESSIDADES

- Engajamento dos atores da iniciativa privada;
- Estratégias para formatação e ampla divulgação;
- Aplicação de políticas de preços diferenciadas (descontos).

PARCEIROS

- Atores da cadeia turística da cidade, com ênfase no setor de Alimentos e Bebidas.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Recursos provenientes da iniciativa privada;
- Acisbec (apoio);
- Prefeitura de São Bernardo do Campo (apoio).

Sugestão encaminhada pelo Sr. Ronaldo Carvalho Paiva (Corretor de Imóveis)
(11) 95720-9055/ volpiinteligenciaimobiliaria@gmail.com

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – CDSC 007

AÇÃO: PAINEL ELETRÔNICO MOVIDO À ENERGIA SOLAR PARA INFORMAÇÕES TURÍSTICAS E DE UTILIDADE PÚBLICA NOS PONTOS DE ÔNIBUS

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Disponibilizar ferramenta de alto poder de comunicação em locais estratégicos da cidade.

DESCRIÇÃO

- Equipamento para divulgação de informações de utilidade pública bem como turísticas (ações culturais, programação cultural e esportiva, eventos, campanhas, etc.) nos pontos de ônibus.

NECESSIDADES

- Equipamentos;
- Produção de conteúdos.

PARCEIROS

- Empresas voltadas ao segmento de energia solar;
- Iniciativa privada (patrocínio);
- Prefeitura de São Bernardo do Campo (gestão e alimentação do conteúdo a ser veiculado).

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Iniciativa privada.

Sugestão encaminhada pela Sra. Irene Camargo Santos Pereira (Dona de casa)
(11) 4101-4166/ irenehotelaria@hotmail.com

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – CDSC 008

AÇÃO: SELO MUNICIPAL DE TURISMO (PROGRAMA DE CERTIFICAÇÃO E SELO DE QUALIDADE

TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

TEMPO DE EXECUÇÃO		
(_X_) CURTO (Até 12 meses)	(___) MÉDIO (de 13 a 36 meses)	(___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Certificar a qualidade dos serviços turísticos prestados no âmbito do município, por meio de Selo temático devidamente aprovado por Lei Municipal, que instituirá o Programa de Certificação e o Selo de Qualidade Turística no Município de São Bernardo do Campo.

DESCRIÇÃO

- O Selo Municipal de Turismo visa aumentar a competitividade do setor através da gestão da qualidade. Os empreendimentos que recebam o Certificado e o Selo de Qualidade Turística, estarão aptos a receber incentivos municipais e participar dos programas de divulgação institucional do turismo local. O programa adota um processo de certificação próprio, baseado em critérios específicos regulamentados pelo COMTUR. O Selo também proporciona a sensação de confiabilidade e estimula o desenvolvimento da capacidade turística e receptiva da cidade.

NECESSIDADES

- Estabelecer critérios e exigências para concessão do Certificado e Selo de Qualidade Turística aos profissionais de turismo, empresas, equipamentos públicos e prestadores de serviço turístico, tarefa está destinada ao Departamento Municipal de Turismo e ao Conselho Municipal de Turismo – COMTUR/SBC.

PARCEIROS

- Sebrae;
- Senai;
- Senac;

- Associações e/ou Sindicatos de Classes;
- Atores da cadeia Turística local;
- Sociedade Civil;

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Emendas Parlamentares;
- Investimentos privados;
- Convênios com órgãos governamentais;
- PPP – Parceria Pública-Privada.

Sugestão encaminhada pelo Sr. EdenirLuisBelluc (Turismólogo - Gestor Público no Município de São Simão)
(16)99220-1551/ ebelluc@hotmail.com

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – CDSC 009

AÇÃO: CONSTRUÇÃO E INTEGRAÇÃO DE CICLOVIAS

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses)	(___) MÉDIO (de 13 a 36 meses)	(___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Implantar um plano de mobilidade ciclística unindo as ciclovias de São Bernardo com as já existentes em São Paulo e desenvolver uma malha viária robusta para a locomoção por bicicletas por toda a cidade.

DESCRIÇÃO

- Traçar uma ciclovia em todas as ruas de São Bernardo de forma que seja possível se locomover por toda a cidade de bicicleta, meio de transporte barato e eficiente.

NECESSIDADES

- Traçar um plano robusto de mobilidade ciclística, com desenho das ciclovias a serem implementadas, integração do sistema e programas a curto, médio e longo prazo. A implementação é simples e barata se comparada com as grandes obras viárias.

PARCEIROS

- Comunidade ciclística de São Bernardo do Campo e da Região do Grande ABC;
- Representantes das comunidades ciclísticas de São Paulo;
- Representantes dos poderes públicos, no âmbito municipal, regional e estadual.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Convênios com órgãos governamentais.

Sugestão encaminhada pelo Sr. Gustavo ZanolloZardi (Advogado)
(11) 98014-9921/ gustavo.zanollo@hotmail.com

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – CDSC 010

AÇÃO: FEIRAS E EVENTOS

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Ação proposta para alavancar o potencial de emprego da região, atrair empresas e movimentar a economia da cidade.

DESCRIÇÃO

- Criar espaço, entrar em contato com as empresas da região para divulgação de suas marcas, gerar empregos. O espaço será voltado para a realização de feiras e eventos, com calendário definido e tendo como alvo as empresas da região que participam de eventos em outras cidades, principalmente São Paulo.

NECESSIDADES

- Espaço estratégico (preferência no centro de São Bernardo e próximo a região hoteleira;
- Parcerias e patrocínios com empresas da região;
- Ações de marketing e levantamento de potencial da região;
- Investimento em tecnologia da informação e na logística de transportes.

PARCEIROS

- Iniciativa privada;
- Atores da cadeia turística local e regional;
- Empresas de comunicação, tecnologia da informação e de logística de transportes.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Iniciativa privada;
- Órgãos governamentais.

Sugestão encaminhada pela Sra. Luzia Iagolari (Socióloga e Bacharel em Direito, Coordenadora de Eventos no segmento Feiras)
(11) 99870-3238/ luziaiagolari@gmail.com

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – CDSC 011

AÇÃO: AÇÕES INTEGRADAS PARA ENCANTAR O TURISTA

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses)	(___) MÉDIO (de 13 a 36 meses)	(___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Integrar os segmentos que atendam turistas na cidade de São Bernardo do Campo.

DESCRIÇÃO

- Para que toda a cidade participe desta vocação – Atender Bem o Turista, é necessária a participação de diversos segmentos para cursos rápidos de atendimento, encantamento, técnicas de vendas e serviços para fidelizar seus consumidores. O turista pode ser "interno", ou seja, do próprio município. A conscientização por segmento pode ser feita pelas associações de classe ou sindicatos. Exemplificando, quando o município sediar uma corrida ou caminhada, as academias devem ser ouvidas para debates...Após o evento, os atletas locais vão procurar locais para refeições (segmento de alimentação) , vão se locomover por bairros (segmento de transportes), poderão se hospedar - atletas vindo de outras cidades (segmento de hotelaria). Outras cidades do entorno podem ajudar e se beneficiar destes projetos (Regionalização), como em rotas de cicloturismo e áreas para ecoturismo.

NECESSIDADES

- Salas de aulas para execução de palestras, cursos, seminários, *workshops*, etc.;
- Empresas referência e pessoas capacitadas em encantamento, fidelização, marketing, técnica de vendas, material gráfico ou digital;
- Divulgação nas mídias.

PARCEIROS

- Sebrae;
- Senac;
- Sindicatos e Associações de Classes;
- Empresários;
- Personalidades.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Iniciativa privada.

Sugestão encaminhada pelo Sr. Dedival Taveira Massini (Advogado aposentado)
(11) 99109-0930/ taveira58@gmail.com

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – CDSC 012

AÇÃO: FESTIVAL DAS MARIAS - FESTIVAL MULTI ARTÍSTICO DE PROTAGONISMO FEMININO E COOPERAÇÃO BILATERAL INTERNACIONAL (BRA/POR)

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Ser uma mostra da excelência feminina nas artes nos países ibéricos/ latino americanos celebrando as conquistas femininas, onde há diversas vertentes da musicalidade feminina contemporânea onde possam se expressa livremente, promovendo a troca de conhecimento e experiências. A proposta é dirigida para todos os públicos proporcionando diversidade nos espetáculos e oficinas;

- Promover uma intensa troca de saberes, criações e experiências artísticas, projetos culturais e profissionais, histórias e reflexões, compondo um painel sobre as lutas das mulheres, incentivar e difundir o fazer nas artes pelo feminino, provocando reflexões sobre o impacto das desigualdades na vida das mulheres A proposta é dirigida para todos os públicos, de infantil a terceira idade com foco em todos os gêneros. Haverá diversidade nos espetáculos e oficinas afim de contemplar todos os envolvidos e audiência da região.

DESCRIÇÃO

- A primeira edição do Festival das Marias ® no Brasil está programada para além de ser um festival em que a diversidade e a riqueza das artes femininas serão exaltadas, buscar gerar diálogo acerca das questões enfrentadas por mulheres e explorar possíveis causas e soluções. O festival vem com o propósito de reafirmar as relações entre países ibéricos e irmãos, buscando criar espaços para

discussões comuns a todos os povos Abrangente nos gêneros e segmentos que trará nessa primeira edição e aos seus palcos, será dedicado a apresentar trabalhos realizados por mulheres, provocando a reflexão e encorajando a busca pela igualdade de gênero. Nascido em Portugal, em 2019, o Festival das Marias ®, é um evento de cruzamento disciplinar de carácter internacional que se centra na perspectiva da arte no feminino em várias áreas da criação artística. A proposta é manter essa programação de cooperação internacional, que promove esses encontros e debates, assim como a circulação dos envolvidos e atrai públicos de outras cidades e regiões, uma vez que haverá além de artistas locais, convidados de outros países da América Latina e Europa.

NECESSIDADES

- **Apoio financeiro para viabilização de cachês e pagamento de logística (transporte, hospedagem e alimentação), sessão de espaços para realização dos shows, espetáculos e oficinas, apoio na divulgação e pessoal para atender ao público e artistas.**

PARCEIROS

- **Para o Brasil, está sendo desenvolvido pela BelicArte.Cultura\BRASIL em parceria com a Casa da Abelha Cultural, com consultoria estratégica da Bianchi e Associados, curadoria da CADAC - Companhia Alentejana de Dança Contemporânea em parceria com a companhia de teatro Lendias d'Encantar e apoio da 365 Alentejo.**

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- **Via projeto de lei ainda a ser aprovado ou apoio de direto.**

Sugestão encaminhada pela Sra. Julia Andreatta Moro (Produtora Cultural)
(11) 98453-0333/ julia@casadeabelhacultural.com.br

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – CDSC 013

AÇÃO: ESTRADA VELHA DO MAR – REFERÊNCIA EM ECOTURISMO E GASTRONOMIA

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) **(___) MÉDIO (de 13 a 36 meses)** **(___) LONGO (mais de 37 meses)**

OBJETIVOS

- **Potencializar turisticamente estrada histórica que mantém relação direta com outro importante atrativo da cidade, o Polo Ecoturístico Caminhos do Mar (Estrada Velha de Santos e seus Monumentos) e com equipamentos de entretenimento – Estância Alto da Serra, Pousada dos Pescadores, Rancho do Comanche, Pesqueiros, Golden Lake Golf e diversos restaurantes, com destaque para o Praiano – O Rei do Abadejo e Mirante.**

DESCRIÇÃO

- **Ampla e diversificada comunicação visual e digital, abarcando sinalização turística, campanhas publicitárias (outdoor) e plataformas digitais (aplicativos).**

NECESSIDADES

- Articulação e engajamento da inciativa privada com o Poder Público.

PARCEIROS

- Comerciantes e atores da cadeia turística da região (entretenimento e alimentação).

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Iniciativa Privada.

Sugestão encaminhada pelo Sr. Robson Sanchez de Souza (Comerciante)
(11) 4351-9413/ robson.souza1978@hotmail.com

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – CDSC 014

AÇÃO:FEIRA DE ARTESANATO NO PAÇO MUNICIPAL

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses)	(___) MÉDIO (de 13 a 36 meses)	(___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Valorizar os artesãos locais, gerando emprego, renda e diversificando o cenário cultural do município, propiciando o fomento do comércio de produtos específicos oriundos de identidade cultural própria.

DESCRIÇÃO

- Organização de feira regular (proposta finais de semana: sábados e domingos).

NECESSIDADES

- Cadastramento de artesãos local;
- Barracas padronizadas para expositores;
- Comunicação visual e ampla divulgação.

PARCEIROS

- Iniciativa Privada;
- Meios de comunicação;
- Ong's e Instituições filantrópicas.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Iniciativa Privada.

Sugestão encaminhada pelo Sr. Edimilson Silva de Gusmão (Artesão e Arte-Educador)
(11) 94265-7626/ edimilsonsg@gmail.com

CONTRIBUIÇÃO DIRETA DA SOCIEDADE CIVIL

PROPOSTA DE AÇÃO Nº SDECT – CDSC 015

AÇÃO:TURISMO ESPORTIVO - SKATE

TEMPO DE EXECUÇÃO

(_X_) CURTO (Até 12 meses) (___) MÉDIO (de 13 a 36 meses) (___) LONGO (mais de 37 meses)

OBJETIVOS

- Divulgar a modalidade para jovens e crianças;
- Consolidar o Parque de Esportes Radicais CittádiMaróstica como referência para skatistas, haja vista que conta com pistas e equipamentos com padrão internacional.

DESCRIÇÃO

- Difundir a atividade e a prática do skate como esporte e lazer;

- Realização de eventos e competições de âmbito local / regional / nacional / internaiconal;
- Potencializar as atividades do Parque e sua divulgação.

NECESSIDADES

- Articulação com a Secretaria de Cultura e Juventude;
- Articulação com a Secretaria de Esporte e Lazer;
- Articulação com Federações e Confederações de Skate;
- Prospectar patrocinadores relacionados à temática.

PARCEIROS

- Secretaria de Cultura e Juventude;
- Secretaria de Esportes e Lazer;
- Feredações e Confederações de Skate;
-

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- Iniciativa Privada.

Sugestão encaminhada pelo Sr. Renan Rocha de Farias (Estudante de Turismo)
(11) 98603-4071/ rasrenan6@gmail.com

CONSIDERAÇÕES FINAIS

C A D E R N O H O T E L

SUMÁRIO

1 CONSIDERAÇÕES FINAIS 1

1. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta 1ª Revisão do Plano Diretor de Turismo de São Bernardo do Campo (LM nº 6.560/17) contempla uma análise sobre o panorama atual do turismo no mundo, no Brasil, no Estado de São Paulo e no Município de Interesse Turístico de São Bernardo do Campo e é complementado por demandas e estratégias para que a cidade tenha condições de ampliar seu potencial turístico, levando em conta o próprio planejamento estratégico e o norte determinado pela Administração Municipal.

Para que os projetos possam realmente ser colocados em prática, faz-se necessária a criação de ferramentas de planejamento, acompanhamento, gestão e avaliação, bem como definição de processos claros de melhorias e adaptações, além de preocupações constantes como:

- Parcerias público-privadas (integração);

- Fiel cumprimento aos prazos e metas estabelecidas em cada proposta;

- Constante busca por recursos, sejam eles por meio de convênios, emendas, recursos públicos ou da iniciativa privada;

- Necessidade de promover a conscientização turística dos moradores da cidade;

- Necessidade de promover a conscientização turística dos empresários ligados ao *trade* turístico da cidade;

- Promover, em especial, a conscientização turística nas crianças e jovens da cidade, até com a introdução da temática do turismo como matéria transversal na educação básica e fundamental;

- Constante promoção de campanhas de conscientização da população sobre o importante papel do turismo para o desenvolvimento econômico da cidade, promovendo a autoestima, a adoção de posturas ética e de cidadania, a preservação ambiental, a valorização da cultura e do esporte, a sustentabilidade, a hospitalidade e a acessibilidade;

- Qualificar de forma constante os gestores públicos, por meio de participação em cursos, seminários, congressos para formação ou reciclagem de conhecimentos;

- Compor uma equipe qualificada e com formação ou especialização na área;

- Atualizar de forma regular o inventário da oferta turística, considerando a infraestrutura, os equipamentos, os serviços turísticos diretos e indiretos e os atrativos;

- Fomentar os principais estudos e pesquisas que apontem dados reais sobre as demandas por segmento e os impactos econômicos da atividade no município;

- Disponibilizar ao público em geral o maior número de dados técnicos possíveis, sistematizados *online*, para acesso público e para captação de possíveis novos investidores;

-Promover o constante diálogo com as demais Secretarias da Administração visando a manutenção e qualificação da zeladoria urbana, contemplando a reforma e conservação de logradouros públicos, limpeza pública, coleta seletiva, tratamento de resíduos sólidos, paisagismo e jardinagem, além de iluminação dos principais atrativos turísticos da cidade;

Desta forma, após trabalho efetuado pela somatória de esforços do poder público, da iniciativa privada e da sociedade civil, apresentamos o resultado das ações propostas para o fomento da atividade turística no município de São

Bernardo do Campo, por áreas de atuação, prioridades e prazos ideais para implementação.

Certo relatar também que as ações apresentadas são dinâmicas, tal qual a atividade turística, sendo assim, poderão ser complementadas por novas ações ou até suprimidas por conta de avanços tecnológicos ou pelo cenário econômico vigente na época da análise/implantação.

Isto posto, ratificamos a importância deste estudo, na forma de documento, para ser um elemento que norteie as ações e políticas públicas para a consolidação de São Bernardo do Campo como destino turístico.

GLOSSÁRIO (ordem alfabética)

ABAV - Associação Brasileira de Agências de Viagem

ANAC - Agência Nacional de Aviação Civil

AVIESP - Associação das Agências de Viagem Independentes do Estado de São Paulo

AVIRRP - Associação das Agências de Viagem de Ribeirão Preto e Região

CADASTUR - Sistema de Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas que atuam no setor do Turismo

COMTUR/SBC -Conselho Municipal de Turismo de São Bernardo do Campo

FECOMERCIO - Federação do Comércio do Estado de São Paulo

FOFA- Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças

FUNTUR – Fundo Municipal de Turismo

GT - Grupo de Trabalho

GUT - Gravidade, Urgência e Tendência

IBAP - Indústria Brasileira de Automóveis Presidente

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas

IDH - Indíce de Desenvolvimento Humano

INFRAERO - Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária

MEI – Micro Empreendedor Individual

MEC – Ministério da Educação

MIT – Município de Interesse Turístico

Mtur - Ministério do Turismo

OMT - Organização Mundial de Turismo

ONG - Organização Não Governamental

OSCIP - Organização da Sociedade Civil de Interesse Público

PIB - Produto Interno Bruto

PMSBC - Prefeitura Municipal de São Bernardo do Campo

RENGOKAI – União das Associações Nipo Brasileiras de São Bernardo do Campo

RMSP - Região Metropolitana de São Paulo

SDECT - Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Trabalho e Turismo

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SECOM – Secretaria de Comunicação (PMSBC)

SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SENAR - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

SWOT - Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats

UH's - UnidadesHabitacionais

Uniabc- Universidade do Grande ABC

UNWTO - Organização Mundial do Turismo

UP CAMBUCI – União dos Produtores de Cambuci

WTTC - World Travel&TourismCouncil

REFERÊNCIA WEBGRÁFICAS E BIBLIOGRÁFICAS

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

Disponível em: <www.saobernardo.sp.gov.br> diversos acessos 2020

TURISMO INDUSTRIAL DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

Disponível em: <www.turismoindustrialsbc.com.br> diversos acessos 2020

CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

Disponível em: <www.turismosaobernardo.com> diversos acessos 2020

MTUR – MINISTÉRIO DO TURISMO

Disponível em: <www.dadosefatos.turismo.gov.br > diversos acessos 2020

MTUR – MINISTÉRIO DO TURISMO

Disponível em: <www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>diversos acessos 2020

MTUR – MINISTÉRIO DO TURISMO

Disponível em : <www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-internacional.html> diversos acessos 2020

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICAS

Disponível em : <www.cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-bernardo-do-campo/panorama. > diversos acessos 2020

CHEGADAS INTERNACIONAIS ATINGEM 1,4 BILHÃO EM 2018, DIZ OMT

Disponível em: <www.mercadoeeventos.com.br/noticias/aviacao/chegadas-internacionais-atingem-14-bilhoes-em-2018> acesso em 15 jan. 2020

TURISMO RESPONDE POR 8,1% DO PIB BRASIL
Disponívelem:<www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2019/03/turismo-responde-por-81-do-pib-brasil-veja-dados-globais_162774.html > acesso em 19 fev. 2020

ANUÁRIO ESTATÍSTICO INTERNACIONAL
Disponível em: <www4.infraero.gov.br/media/677124/anuario_2018.pdf> data de acesso 24 fev. 2020

INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS REACH 1.4 BILLION TWO YEARS AHEAD OF FORECASTS
Disponível em : <www.unwto.org/global/press-release/2019-01-21/international-tourist-arrivals-reach-14-billion-two-years-ahead-forecasts> acesso em 15 jan. 2020

WTTC – World Travel and Tourism Council. Benchmark Report – Brazil. WTTC, 2015

UNWTO – World Travel Organization. Tourism Highlights 2015 Edition. World: UNWTO.

UNWTO – World Tourism Organization. Tourism Towards 2030: Global Overview. Spain: UNWTO, 2011.

IMAGENS (fontes)

SECOM - Secretaria de Comunicação do Município de São Bernardo do Campo

SDECT.3 – Departamento de Turismo e Eventos da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Trabalho e Turismo

TURISMO SBC – Imagens de estabelecimentos da cadeia turística do município para fins de uso não comercial.

BANDEIRA DA ALEMANHA (imagem livre da internet)

BANDEIRA DO JAPÃO (imagem livre da internet)

BANDEIRA DA SUÉCIA (imagem livre da internet)

LOGOMARCAS

Assinatura oficial da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Trabalho e Turismo – SDECT

Brasão da Prefeitura do Município de São Bernardo do Campo

Cidade da Criança

Conselho Municipal de Turismo – COMTUR/SBC

Mercedes- Benz do Brasil – parceira oficial do Programa de Visitas Monitoradas de Turismo Industrial de São Bernardo do Campo

Toyota do Brasil – parceira oficial do Programa de Visitas Monitoradas de Turismo Industrial de São Bernardo do Campo

Turismo Industrial de São Bernardo do Campo

São Bernardo Turística – SDECT.3

São Bernardo do Campo – Município de Interesse Turístico

São Paulo para Todos – Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo

Scania LatinAmerica – parceira oficial do Programa de Visitas Monitoradas de Turismo Industrial de São Bernardo do Campo

Volkswagen do Brasil – parceira oficial do Programa de Visitas Monitoradas de Turismo Industrial de São Bernardo do Campo

REALIZAÇÃO:

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA, TECNOLOGIA, TRABALHO E TURISMO

COMTUR SBC

CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO
SÃO BERNARDO DO CAMPO

ANEXO I

Projetos constantes no Plano Diretor de Turismo de São Bernardo do Campo, instituído pela Lei Municipal nº 6.560, de 14 de junho de 2017 e realizados entre 2017 e 2020 (maio).

Total de ações realizadas: 12

Ações realizadas – Plano Diretor de Turismo – LM 6.560/17
Atualização e modernização do site do turismo
Elaboração e publicação de guias de Ecoturismo nas Rotas implantadas
Implantação de equipamentos de áudio nas visitas monitoradas do Turismo Industrial
Intercâmbio entre empresas parceiras do Turismo Industrial
Aumentar a capacitação técnica do Departamento de Turismo e Eventos e qualificar a gestão de turismo
Envolvimento da cadeia produtiva com as ações de estruturação do turismo no destino
Parcerias com novas empresas do Programa de Turismo Industrial
COMTUR (Conselho Municipal de Turismo)
Modernização e adequação do Parque da Cidade da Criança
Sediar etapa do Festival Regional do Cambuci em São Bernardo do Campo
Participação em Feiras especializadas
Eventos relacionados ao Programa de Turismo Industrial

ANEXO II

Ações propostas para o Parque Municipal Rubens Freire “Cidade da Criança”, atualmente em processo de concessão comum:

Ações propostas no Plano Diretor de Turismo – Lei Municipal nº 6.560/17
Modernização e adequação do Parque da Cidade da Criança
Intervenções artísticas no Teatro Amazonas da Cidade da Criança
Revitalização da Área Amazônica da Cidade da Criança
Revitalização do avião DC-3 na Cidade da Criança
Revitalização do Jardim Japonês da Cidade da Criança
Sacramentos católicos nas igrejas da Cidade da Criança *

Em tempo: * Ação desqualificada do Plano Diretor por falta de amparo legal. O Estado é laico e não é possível privilegiar uma segmentação religiosa em detrimento de outra(s).

Caso se concretize a privatização, caberá tão e somente o acompanhamento da realização/implantação dos projetos/ações acima elencados que ficarão por conta do Concessionário, que tomará ciência deste documento. No caso do equipamento permanecer sob responsabilidade da SDECT ou sob permissão de uso precária, as ações serão novamente avaliadas no momento oportuno.

ANEXO III

Projetos constantes no Plano Diretor de Turismo de São Bernardo do Campo, instituído pela Lei Municipal nº 6.560, de 14 de junho de 2017.

Total de ações propostas: 78

Área de atuação	Nº ações propostas	Porcentagem
PROMOVER E COMERCIALIZAR O DESTINO TURÍSTICO	11	14,1%
ADEQUAR A INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO E AO TURISTA	13	16,6%
IMPLEMENTAR POLÍTICAS PÚBLICAS E PARCERIAS QUE FAVOREÇAM O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO	13	16,6%
QUALIFICAR OS SERVIÇOS E OS PROFISSIONAIS DA CADEIA TURÍSTICA	04	5,12%
FOMENTAR O ASSOCIATIVISMO E EMPREENDEDORISMO	19	24,4%
PRESERVAR E VALORIZAR A IDENTIDADE CULTURAL E TURÍSTICA	13	16,6%
FOMENTAR EVENTOS DIRECIONADOS AO TURISMO NA CIDADE	05	6,5%

ÁREA DE ATUAÇÃO	AÇÃO
PROMOVER E COMERCIALIZAR O DESTINO TURÍSTICO	Atualização e modernização do site do turismo (www.turismosaobernardo.com.br)
	Passaporte do Turismo Industrial
	Divulgação das Rotas Turísticas no Transporte Público
	Divulgação permanente de matérias na mídia especializada
	Elaboração e publicação de guias de Ecoturismo nas Rotas implantadas
	Concursos de Fotos para Cartões Postais
	Unidade móvel de informações turísticas
	Aplicativo do Turismo da cidade
	Implantação de placas para identificação dos parceiros das Rotas Turísticas
	Receptivo turístico – Ônibus City Tour
	Plano de Marketing Turístico da cidade
ADEQUAR A INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO E AO TURISTA	Quartos temáticos do Turismo Industrial
	Welcome Center do Turismo Industrial
	Implantação de equipamentos de áudio nas visitas monitoradas do Turismo Industrial
	Complemento e revitalização da sinalização turística da cidade
	Observatório de Turismo de São Bernardo do Campo
	Agência Receptiva Online
	Revitalização dos Centros de Informações Turísticas (CIT's)
	Promover tratamento paisagístico das Rotas de Ecoturismo Existentes
	Implantação de sinalização turística nas Rotas
	Denominação Oficial e Sinalização de Vias Públicas
	Manutenção da infraestrutura existente nas Rotas Turísticas
	Instalação de totens turísticos bilíngues e braile nos atrativos
	Marina da Prainha de Riacho Grande
IMPLEMENTAR POLÍTICAS PÚBLICAS E PARCERIAS QUE FAVOREÇAM O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO	Intercâmbio entre empresas parceiras do Turismo Industrial
	Aumentar a capacitação técnica do Departamento de Turismo e Eventos e qualificar a gestão de turismo
	Envolvimento da cadeia produtiva com as ações de estruturação do turismo no destino
	Parcerias com novas empresas do Programa de Turismo Industrial
	"Cidade Irmã" do Turismo Industrial
	Convention Bureau de São Bernardo do Campo
	COMTUR (Conselho Municipal de Turismo)

	Criar calendário anual oficial e permanente de eventos nas Rotas de Ecoturismo
	Turismo de Pesca Esportivo
	Capacitação de equipe Técnica em Turismo de Natureza, Ecoturismo e Turismo Sustentável
	Criar e implantar o Polo São Bernardo: Desenvolvimento Ecoturístico, Econômico e Socioambiental
	Fomento ao Turismo Pedagógico
	Turismo Acessível
QUALIFICAR OS SERVIÇOS E OS PROFISSIONAIS DA CADEIA TURÍSTICA	Qualificação de guias para o turismo receptivo
	Qualificação “Frentista Amigo do Turista”
	Qualificação “Taxista Amigo do Turista”
	Monitoramento turístico periódico das Rotas de Ecoturismo
FOMENTAR O ASSOCIATIVISMO E EMPREENDEDORISMO	Incentivar a formação de empreendedores na área de turismo
	Semana da Economia Criativa voltada ao Turismo
	Gestão do Polo Ecoturístico Caminhos do Mar
	Grafiturismo
	Movimento de Cicloturismo
	Rotas de Ecoturismo
	Rotas de Turismo Religioso
	Rotas Esportivas
	Passeio de Barco na Represa Billings
	Hotel tipo Resort no Riacho Grande
	Centro de Convenções e Eventos
	Sacramentos católicos nas igrejas da Cidade da Criança
	Implantação de um restaurante temático no Estádio 1º de Maio
	Implantação da Rota do Vinho
	Promover ações de fomento ao turismo na Prainha do Riacho Grande
	Turismo de Pesca Esportiva
	Rotas Culturais
	Mini Mundo do Turismo Industrial
	Turismo no Mercado Municipal
PRESERVAR E VALORIZAR A IDENTIDADE CULTURAL E TURÍSTICA	Intervenções artísticas no Teatro Amazonas da Cidade da Criança
	Selo do turismo – Empresa amiga do turista
	Exposição da História da Indústria (Pinacoteca)
	Modernização e adequação do Parque da Cidade da Criança
	Sediar etapa do Festival Regional do Cambuci em São Bernardo do Campo
	Intervenções artísticas nas visitas monitoradas de Turismo Industrial
	Instalação de totens de parceria nas empresas participantes do

	Turismo Industrial
	Revitalização da Área Amazônica da Cidade da Criança
	Revitalização do avião DC-3 na Cidade da Criança
	Portal do Riacho Grande
	Revitalização do Jardim Japonês da Cidade da Criança
	Requalificação da Rota do Frango com Polenta
	Espaço da História da Indústria
FOMENTAR EVENTOS DIRECIONADOS AO TURISMO NA CIDADE	Festival Pesque e Pague
	Feira de Turismo em São Bernardo do Campo
	Participação em Feiras especializadas
	Eventos relacionados ao Programa de Turismo Industrial
	Eventos esportivos na região do Riacho Grande

ANEXO IV

Projetos inseridos no Plano Diretor de Turismo (2017/2020) após análise do COMTUR/SBC, tomando por base a ferramenta de gestão GUT.

Matriz GUT é uma ferramenta de gestão utilizada para priorização de tarefas. Ao identificar a urgência, a gravidade e a tendência de comportamento de cada problema, auxilia quanto a decisão do que fazer primeiro. Possibilita ainda fazer uma análise tanto do ambiente interno quanto do ambiente externo.

É uma ferramenta utilizada para a gestão de projetos e a tomada de decisões estratégicas importantes, permitindo quantificar problemas ou tarefas a serem executadas. A cada item, estabelece uma pontuação (1-5) que varia de acordo com o grau de prioridade de cada um, sendo assim, um método fácil de aplicar e de resultados eficazes.

O termo GUT é a sigla para Gravidade, Urgência e Tendência e, na essência, esse é o verdadeiro objetivo dessa ferramenta, ou seja, com base na perspectiva da gravidade do problema, na urgência que ele precisa ser solucionado e na tendência do problema se agravar de lenta ou rapidamente, pode-se priorizar as ações que devem ser tomadas.

A Matriz GUT possibilita aos gestores ter uma perspectiva do que está acontecendo, do que precisa ser feito primeiro e de como e quando executar ações para enfrentar os desafios.

MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA, TECNOLOGIA, TRABALHO E TURISMO

CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO

PLANO DIRETOR DE TURISMO - APLICAÇÃO DA MATRIZ G U T

GRAVIDADE / URGÊNCIA / TENDÊNCIA

IMPLANTAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE ÁUDIO NAS VISITAS MONITORADAS DE TURISMO INDUSTRIAL	125
AUMENTAR A CAPACITAÇÃO TÉCNICA DO DEPARTAMENTO DE TURISMO E EVENTOS E QUALIFICAR A GESTÃO DE TURISMO	125
COMTUR (CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO)	125
PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS ESPECIALIZADAS	125
INTERVENÇÕES ARTÍSTICAS NO TEATRO AMAZONAS DA CIDADE DA CRIANÇA	122,5
EVENTOS RELACIONADOS AO PROGRAMA DE TURISMO INDUSTRIAL	122,5
"CIDADE IRMÃ" DO TURISMO INDUSTRIAL	120,833
REVITALIZAÇÃO DA ÁREA AMAZÔNICA DA CIDADE DA CRIANÇA	120,05
REVITALIZAÇÃO DO AVIÃO DC-3 NA CIDADE DA CRIANÇA	120,05
ENVOLVIMENTO DA CADEIA PRODUTIVA COM AS AÇÕES DE ESTRUTURAÇÃO DO TURISMO NO DESTINO	118,75
REVITALIZAÇÃO DO JARDIM JAPONÊS DA CIDADE DA CRIANÇA	117,649
INTERCÂMBIO ENTRE EMPRESAS PARCEIRAS DO TURISMO INDUSTRIAL	116,839
PARCERIAS COM NOVAS EMPRESAS DO PROGRAMA DE TURISMO INDUSTRIAL	116,839
REVITALIZAÇÃO DOS CENTROS DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS (CIT's)	114,583
MODERNIZAÇÃO E ADEQUAÇÃO DO PARQUE CIDADE DA CRIANÇA	112,8
ATUALIZAÇÃO E MODERNIZAÇÃO DO SITE DO TURISMO (WWW.TURISMOSAOBERNARDO.COM.BR)	112,778
PASSAPORTE DO TURISMO INDUSTRIAL	106,875
APLICATIVO DO TURISMO DA CIDADE	103,178
SELO DO TURISMO - EMPRESA AMIGA DO TURISTA	99,264
GESTÃO DO POLO ECOTURÍSTICO CAMINHOS DO MAR	97,336
OBSERVATÓRIO DE TURISMO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO	93,895
SEDIAR ETAPA DO FESTIVAL REGIONAL DO CAMBUCI EM SÃO BERNARDO DO CAMPO	87,12
INSTALAÇÃO DE TOTENS DE PARCERIA NAS EMPRESAS PARTICIPANTES DO TURISMO INDUSTRIAL	85,054
ROTAS DE ECOTURISMO	81,286
SACRAMENTOS CATÓLICOS NAS IGREJAS DA CIDADE DA CRIANÇA	79,464
ROTAS CULTURAIS	77,658
FEIRA DE TURISMO EM SÃO BERNARDO DO CAMPO	77,572
INTERVENÇÕES ARTÍSTICAS NAS VISITAS MONITORADAS DE TURISMO INDUSTRIAL	74,046
DENOMINAÇÃO OFICIAL E SINALIZAÇÃO DE VIAS PÚBLICAS	71,273
PLANO DE MARKETING TURÍSTICO DA CIDADE	70,667
CRIAR E IMPLANTAR O POLO SÃO BERNARDO: DESENVOLVIMENTO ECOTURÍSTICO, ECONÔMICO E SOCIOAMBIENTAL	62,479

AGÊNCIA RECEPTIVA ONLINE	59,5
PORTAL DO RIACHO GRANDE	56,277
FOMENTO AO TURISMO PEDAGÓGICO	54,945
PASSEIO DE BARCO NA REPRESA BILLINGS	52,022
TURISMO ACESSÍVEL	49,321
IMPLANTAÇÃO DA ROTA DO VINHO	49,21
MONITORAMENTO TURÍSTICO PERIÓDICO DAS ROTAS DE ECOTURISMO	46,853
QUARTOS TEMÁTICOS DO TURISMO INDUSTRIAL	36,539
PROMOVER TRATAMENTO PAISAGÍSTICO DAS ROTAS DE ECOTURISMO EXISTENTES	32,024
CRIAR CALENDÁRIO ANUAL OFICIAL E PERMANENTE DE EVENTOS NAS ROTAS DE ECOTURISMO	30,293
ROTAS DE TURISMO RELIGIOSO	29,667
MARINA DA PRAINHA DE RIACHO GRANDE	29,292
FESTIVAL PESQUE E PAGUE	28,56
CAPACITAÇÃO DA EQUIPE TÉCNICA EM TURISMO DE NATUREZA, ECOTURISMO E TURISMO SUSTENTÁVEL	27,793
TURISMO DE PESCA ESPORTIVO	26,975
EVENTOS ESPORTIVOS NA REGIÃO DO RIACHO GRANDE	26,04
CONVENTION BUREAU DE SÃO BERNARDO DO CAMPO	25,839
ELABORAÇÃO E PUBLICAÇÃO DE GUIAS DE ECOTURISMO NAS ROTAS IMPLANTADAS	25,187
INSTALAÇÃO DE TOTENS TURÍSTICOS BILÍNGUES E BRAILE NOS ATRATIVOS	22,688
DIVULGAÇÃO DAS ROTAS TURÍSTICAS NO TRANSPORTE PÚBLICO	21,333
TURISMO NO MERCADO MUNICIPAL	21,141
EXPOSIÇÃO DA HISTÓRIA DA INDÚSTRIA (PINACOTECA)	20,736
QUALIFICAÇÃO DE GUIAS PARA O TURISMO RECEPTIVO	20,332
CONCURSOS DE FOTOS PARA CARTÕES POSTAIS	20,128
MOVIMENTO DE CICLOTURISMO	19,564
MINI MUNDO DO TURISMO INDUSTRIAL	18,225
ESPAÇO DA HISTÓRIA DA INDÚSTRIA	18,144
ROTAS ESPORTIVAS	17,25
INCENTIVAR A FORMAÇÃO DE EMPREENDEDORES NA ÁREA DE TURISMO	16,008
REQUALIFICAÇÃO DA ROTA DO FRANGO COM POLENTA	16,008
QUALIFICAÇÃO "FRENTISTA AMIGO DO TURISTA"	15,66
DIVULGAÇÃO PERMANENTE DE MATÉRIAS NA MÍDIA ESPECIALIZADA	14,766
CENTRO DE CONVENÇÕES E EVENTOS	12,144
PROMOVER AÇÕES DE FOMENTO AO TURISMO NA PRAINHA DO RIACHO GRANDE	11,88
GRAFITURISMO	11,484
SEMANA DA ECONOMIA CRIATIVA VOLTADA AO TURISMO	9,568
QUALIFICAÇÃO "TAXISTA AMIGO DO TURISTA"	8,303
TURISMO DE PESCA ESPORTIVA	8,228
IMPLANTAÇÃO DE SINALIZAÇÃO TURÍSTICA NAS ROTAS	7,875
HOTEL TIPO RESORT NO RIACHO GRANDE	6,48
IMPLANTAÇÃO DE UM RESTAURANTE TEMÁTICO NO ESTÁDIO 1º DE MAIO	5,508
RECEPTIVO TURÍSTICO - ÔNIBUS CITY TUR	5,167
IMPLANTAÇÃO DE PLACAS PARA IDENTIFICAÇÃO DOS PARCEIROS DAS ROTAS	5,014
MANUTENÇÃO DA INFRAESTRUTURA EXISTENTE NAS ROTAS TURÍSTICAS	3,679
WELCOME CENTER DO TURISMO INDUSTRIAL	3,194
UNIDADE MÓVEL DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS	3,056
COMPLEMENTO E REVITALIZAÇÃO DA SINALIZAÇÃO TURÍSTICA DA CIDADE	2,483

PROMOVER E COMERCIALIZAR O DESTINO TURÍSTICO

11 AÇÕES

ADEQUAR A INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO E AO TURISTA

13 AÇÕES

IMPLEMENTAR POLÍTICAS PÚBLICAS E PARCERIAS QUE FAVOREÇAM O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

13 AÇÕES

QUALIFICAR OS SERVIÇOS E OS PROFISSIONAIS DA CADEIA TURÍSTICA

4 AÇÕES

FOMENTAR O ASSOCIATIVISMO E EMPREENDEDORISMO

19 AÇÕES

PRESERVAR E VALORIZAR A IDENTIDADE CULTURAL E TURÍSTICA

13 AÇÕES

FOMENTAR EVENTOS DIRECIONADOS AO TURISMO NA CIDADE

5 AÇÕES

78 AÇÕES
PROPOSTAS

ANEXO V

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

LEI Nº 16.938, DE 26 DE FEVEREIRO DE 2019

(Projeto de lei nº 635, de 2018, dos Deputados Abelardo Camarinha – PSB, Adilson Rossi – PSB, Afonso Lobato – PV, Aldo Demarchi – DEM, Alencar Santana Braga – PT, Ana do Carmo – PT, Analice Fernandes – PSDB, André do Prado – PR, André Soares – DC, Antonio Salim Curiati – PP, Barros Munhoz – PSB, Beth Sahão – PT, Caio França – PSB, Campos Machado – PTB, Carlão Pignatari – PSDB, Carlos Bezerra Jr. – PSDB, Carlos Cezar – PSB, Carlos Giannazi – PSOL, Carlos Neder – PT, Cássio Navarro – PSDB, Célia Leão – PSDB, Celino Cardoso – PSDB, Celso Nascimento – PSC, Cezinha de Madureira – PSD, Chico Sardelli – PV, Clélia Gomes – AVANTE, Coronel Camilo – PSD, Coronel Telhada – PP, Davi Zaia – PPS, Delegado Olim – PP, Doutor Ulysses – PV, Ed Thomas – PSB, Edmir Chedid – DEM, Edson Giriboni – PV, EnioTatto – PT, Estevam Galvão – DEM, Feliciano Filho – PRP, Fernando Capez – PSDB, Fernando Cury – PPS, Geraldo Cruz – PT, Gil Lancaster – PSB, Gileno Gomes – PROS, Gilmaci Santos – PRB, Gilmar Gimenes – PSDB, Gustavo Petta – PCdoB, Hélio Nishimoto – PSDB, Itamar Borges – MDB, João Caramez – PSB, João Paulo Rillo – PSOL, Jooji Hato – MDB, Jorge Caruso – MDB, Jorge Wilson Xerife do Consumidor – PRB, José Américo – PT, José Zico Prado – PT, Leci Brandão – PCdoB, Léo Oliveira – MDB, Luiz Carlos Gondim – PTB, Luiz Fernando T. Ferreira – PT, Luiz Turco – PT, Márcia Lia – PT, Márcio Camargo – PSDB, Marco Vinholi – PSDB, Marcos Damasio – PR, Marcos Martins – PT, Marcos Zerbini – PSDB, Maria Lúcia Amary – PSDB, Marta Costa – PSD, Milton Leite Filho – DEM, Milton Vieira – PRB, Orlando Bolçone – PSB, Paulo Correa Jr – PATRI, Pedro Kaká – PODE, Pedro Tobias – PSDB, Professor Auriel – PT, Rafael Silva – PSB, Ramalho da Construção – PSDB, Raul Marcelo – PSOL, Reinaldo Alguz – PV, Ricardo Madalena – PR, Rita Passos – PSD, Roberto Engler – PSB, Roberto Massafera – PSDB, Roberto Morais – PPS, Roberto Tripoli – PV, Rodrigo Moraes – DEM, Rogério Nogueira – DEM, Roque Barbiere – PTB, Sebastião Santos – PRB, Teonilio Barba – PT, Vaz de Lima – PSDB, Vitor Sapienza – PPS, Wellington Moura – PRB e Welson Gasparini – PSDB)

Classifica como de Interesse Turístico os Municípios de Adamantina, Adolfo, Anhembi, Araçatuba, Araçoiaba da Serra, Barra do Turvo, Bebedouro, Bocaina, Botucatu, Divinolândia, Dois Córregos, Garça, Guaíra, Ibirarema, Icém, Igarapava, Indiaporã, Ipeúna, Itapeva, Itaporanga, Itariri, Itirapina, Jaboticabal, Jarinu, Juquiá,

Juquitiba, Lavrinhas, Marília, Mogi Mirim, Palmeira D'Oeste, Paulicéia, Pirapora do Bom Jesus, Pongaí, Porto Ferreira, Santa Albertina, Santa Clara D'Oeste, **São Bernardo do Campo**, São João da Boa Vista, São Manuel, Timburi, Três Fronteiras, Valentim Gentil e Votorantim, e dá providências correlatas.

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SÃO PAULO:

Faço saber que a Assembleia Legislativa decreta e eu promulgo a seguinte lei:

Artigo 1º - Ficam classificados como de Interesse Turístico os seguintes Municípios:

I - Adamantina;

II - Adolfo;

III - Anhembi;

IV - Araçatuba;

V - Araçoiaba da Serra;

VI - Barra do Turvo;

VII - Bebedouro;

VIII - Bocaina;

IX - Botucatu;

X - Divinolândia;

XI - Dois Córregos;

XII - Garça;

XIII - Guaíra;

XIV - Ibirarema;

XV - Icém;

XVI - Igarapava;

XVII - Indiaporã;

XVIII - Ipeúna;

XIX - Itapeva;

XX - Itaporanga;

XXI - Itariri;

XXII - Itirapina;

XXIII - Jaboticabal;

XXIV - Jarinu;

XXV - Juquiá;

XXVI - Juquitiba;

XXVII - Lavrinhas;

XXVIII - Marília;

XXIX - Mogi Mirim;

XXX - Palmeira D'Oeste;

XXXI - Paulicéia;

XXXII - Pirapora do Bom Jesus;

XXXIII - Pongaí;

XXXIV - Porto Ferreira;

XXXV - Santa Albertina;

XXXVI - Santa Clara D'Oeste;

XXXVII - **São Bernardo do Campo**;

XXXVIII - São João da Boa Vista;

XXXIX - São Manuel;

XL - Timburi;

XLI - Três Fronteiras;

XLII - Valentim Gentil; e

XLIII - Votorantim.

§ 1º - Perderá imediatamente a classificação prevista neste artigo o município em relação ao qual se constatar, após a entrada em vigor desta lei, o não atendimento, parcial ou total, dos requisitos estabelecidos na Lei Complementar nº 1.261, de 29 de abril de 2015.

§ 2º - O disposto no § 1º deste artigo aplica-se aos municípios classificados como de Interesse Turístico pelas Leis nº 16.429, de 31 de maio de 2017, nº 16.430, de

31 de maio de 2017, nº 16.566, de 1º de novembro de 2017 e nº 16.720, de 15 de maio de 2018.

Artigo 2º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Palácio dos Bandeirantes, 26 de fevereiro de 2019.

JOÃO DORIA

Vinicius Rene Lummertz Silva
Secretário de Turismo

Antonio Carlos RizequeMalufe
Respondendo pelo expediente da Casa Civil

Publicada na Assessoria Técnica da Casa Civil, em 26 de fevereiro de 2019.