

**FACULDADES INTEGRADAS “ANTÔNIO EUFRÁSIO DE TOLEDO”**  
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS E ADMINISTRATIVAS  
DE PRESIDENTE PRUDENTE

**TURISMO RECEPTIVO REGIONAL**

Fernando Santello Bertaco  
Carolina de Andrade Caminha Costa  
Luiz Antônio Botigelli Júnior

Presidente Prudente/SP

2002

**FACULDADES INTEGRADAS “ANTÔNIO EUFRÁSIO DE TOLEDO”**  
**FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS E ADMINISTRATIVAS**  
**DE PRESIDENTE PRUDENTE**

**TURISMO RECEPTIVO REGIONAL**

Fernando Santello Bertaco  
Carolina de Andrade Caminha Costa  
Luiz Antônio Botigelli Júnior

Monografia apresentada como requisito parcial de  
Conclusão de Curso para obtenção do grau de Bacharel  
em Administração, sob orientação do Professor João  
Cezário Giglio Marques.

Presidente Prudente/SP

2002

## **TURISMO RECEPTIVO REGIONAL**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Prof. Ms. João Cezário Giglio Marques

Prof. Ms. Jorge Luiz Galvão

Prof. José Carlos Cavalcante

Presidente Prudente, 29 de novembro de 2002.

*“Muitos tem idéias e são criativos, alguns fazem das idéias sonhos, e são persistentes. Raros são os que transformam os sonhos em realidade, e são estes que movem o mundo.”*

Steven Jobs

## **AGRADECIMENTOS**

Homenageamos o Mestre João Cezário Giglio Marques e a Sra. Myriam Costa, que nos mostraram ser possível acreditarmos em nossos sonhos, coordenando-nos para que conseguíssemos concluir esta monografia, que demonstra a importância do Turismo Receptivo como forma de alavancar a Economia de nossa região.

## RESUMO

O estudo abordou as bases de criação do produto e serviço direcionado ao Turismo Receptivo Regional. Teve como sustentação uma base teórica sobre conceitos turísticos e uma ampla pesquisa com agentes turísticos, infra-estrutura hoteleira e elementos de atratividade turística.

Conclui com uma sugestão de roteiro e um instrumento de divulgação editada como um “folder” que agregou os 3 principais pólos da região: Presidente Prudente, Presidente Epitácio e o Pontal do Paranapanema.

## **ABSTRACT**

The study approached the bases of creation of the product and service addressed to the Regional Receptive Tourism. It had a theoretical base on tourist concepts and a wide research with tourist agents, hotel infrastructure and elements of tourist attractiveness.

The project ends with a route suggestion and a popularization instrument edited as a " folder " that joined the 3 principal poles of the area: Presidente Prudente, Presidente Epitácio and the Pontal do Paranapanema.

## SUMÁRIO

1-INTRODUÇÃO.....	10
2 BASE TEÓRICA	
2.1 - Turismo e definições .....	11
2.2 - Turismo receptivo e segmentação de mercado.....	20
2.3 - Estratégia de marketing.....	22
3 POTENCIALIDADES TURÍSTICAS REGIONAIS	
3.1 - Ambiente de turismo regional.....	26
3.2 - Pesquisa nas agências de Presidente Prudente.....	30
3.3 - Pesquisa nos hotéis da cidade.....	34
3.4 - Pacotes de turismo receptivo propostos .....	35
3.5 – Presidente Prudente.....	36
3.6 – Teodoro Sampaio.....	50
3.7 – Presidente Epitácio.....	64
4 CONCLUSÃO.....	81
BIBLIOGRAFIA.....	82
ANEXO	

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES / ANEXOS

### FIGURAS

FIGURA 1 - Mapa do Estado de São Paulo com subdivisões por Regiões Administrativas.....	29
--	----

### FOTOS

FOTO 1 - Sede da empresa de Turismo “Maffeitur” .....	30
FOTO 2 - Centro Olímpico em Presidente Prudente.....	43
FOTO 3 - Morro do Diabo.....	54
FOTO 4 - Satélite – Morro do Diabo.....	64
FOTO 5 - Pôr do Sol.....	67

### GRÁFICOS

GRÁFICO 1: - Existência de operação de pacotes.....	33
GRÁFICO 2: - Tipo de operação.....	33
GRAFICO 3: - Justificativas pela não existência de Turismo Receptivo Regional em Presidente Prudente.....	34

### QUADROS

QUADRO 1 – Pesquisa feita com as Agências de Turismo de Presidente Prudente.....	32
QUADRO 2 -Rodovias de acesso (PP).....	39
QUADRO 3 -Dados Populacionais (PP).....	40
QUADRO 4 -Dados Econômicos (PP).....	40
QUADRO 5 -Quantidade de Estabelecimentos do Setor Comercial (PP).....	41
QUADRO 6 -Quantidade de Empresas e Profissionais da Área da Saúde (PP).....	42
QUADRO 7 -Quantidade de Empresas da área de Lazer e Cultura (PP).....	44

QUADRO 8 -Quantidade de Empresas da Área de Comunicação (PP).....	47
QUADRO 9 - Quantidade de Hotéis e Restaurantes (PP).....	47
QUADRO 10 -Quantidade de Empresas de Transporte (PP).....	48
QUADRO 11 -Quantidade de Estabelecimentos de Ensino (PP).....	48
QUADRO 12 – Distribuição Demográfica (Teodoro).....	58

## **1. INTRODUÇÃO**

A área do trabalho de pesquisa e estágio supervisionado foi a de Marketing, no sentido de verificar e pesquisar a viabilidade de um produto e serviço de turismo receptivo para uma agência de viagens e turismo de Presidente Prudente.

Justificou-se este produto pela não exploração, de maneira conveniente, deste produto de turismo receptivo, pela não organização e sistematização e pelo seu aspecto de ser um dos propulsores de desenvolvimento regional.

O objetivo de estudo e pesquisa das principais variáveis turísticas complementam-se pela descrição da organização turística da região, com um respectivo inventário das três principais cidades com potencial turístico, elaboração de roteiros turísticos, incluindo material promocional.

A metodologia utilizada foi a de pesquisa exploratória, quantitativa e qualitativa.

As técnicas principais de pesquisa utilizadas foram de consulta ao material bibliográfico, ao orientador; entrevista com gerentes e proprietários de agências de turismo e diversos sites sobre a região.

## 2. BASE TEÓRICA

### 2.1 Turismo e definições

O turismo vem cada vez mais consolidando sua importância na composição de forças que regem a economia mundial. Globalização, diminuição do tempo de viagem obtida através de novas tecnologias e vantagens trabalhistas oferecidas pela administração pós-moderna, entre outros fatores contribuiu para que o turismo se tornasse, além de uma tendência, um fenômeno.

O conceito original traz em seu bojo dois fatores principais: a motivação do turista (que nem sempre é por prazer) e a localidade de destinação (que nem sempre é escolhida porque desperta interesse).

O conjunto dos serviços necessários para atrair aqueles que fazer turismo é dispensar-lhe atendimentos por meio de provisão de itinerários, guias, acomodações, transportes, etc. A diferença com o conceito original é o do envolvimento de múltiplos interesses conjugados numa atividade econômica. Já o conceito de *mercado turístico* e de *indústria do turismo* são os que implicam a existência de um mercado turístico, num conjunto de atividades econômicas em torno de produtos turísticos, através das quais diversos agentes buscam satisfazer suas necessidades e obter benefícios, transacionando tais produtos. A *indústria do turismo* é representada a partir do momento em que o *produto turístico* passa a exibir uma demanda constante e a oferta é desenvolvida dentro de uma perspectiva de economia industrial: os *pacotes* são produzidos regularmente, tanto para atender a demanda existente como estimular demandas latentes. Esse é o nível da atividade turística em que o Marketing Turístico começa a operar efetivamente.

O *Marketing Turístico* é aquele no qual se traduz numa perspectiva operacional centrada no agente, que busca obter resultado econômico em troca da satisfação de necessidades que os seus produtos oferecem aos consumidores.

O composto mercadológico orienta a ação de marketing para a identificação dos principais problemas, e para uma conseqüente ação concentrada nos fatores relevantes para a solução dos mesmos. Porém, não

desconsideram os demais aspectos, que são enfocados a partir de sua representatividade para a obtenção dos resultados objetivados. Constitui, assim, um modelo gerencial que oferece maiores opções para a tomada de decisões pertinentes ao problema e importantes para a solução.

O **composto mercadológico** adotado compreende oito fatores, cuja ação se desenrola numa determinada seqüência: Projeto, Preparo, Poder, Política de Relacionamento, Produto, Preço, Promoção e Praça.

O **projeto** deve conter uma ação de marketing turístico, no qual há um projeto inicial que contenha a idéia central do que se pretende desenvolver, (no nosso caso, um projeto de receptivo para o turismo ecológico), no qual deve haver os objetivos a serem atingidos e prazos pré-definidos, uma estratégia preliminar dos programas a cumprir e a concretização das metas estabelecidas. É uma base que começa com uma decisão política, no caso das localidades, com uma decisão empresarial, no caso das organizações do *trade turístico*, ou com uma decisão conjunta do setor público e da iniciativa privada, quando a ação envolve a cooperação de ambos os setores.

A **pesquisa** envolve um levantamento da situação atual da localidade no mercado de turismo, a análise de sua potencialidade e a avaliação de oportunidades. São os estudos que acusam a posição da organização turística ou da localidade no mercado e apontam eventuais alternativas de exploração mercadológica.

O **planejamento** deve ser elaborado após a pesquisa, no qual são estabelecidos objetivos exeqüíveis, dentro de prazos compatíveis com as possibilidades. Define-se então o conjunto de estratégias e ações necessárias ao cumprimento dos objetivos.

O **preparo** deve ser realizado para se colocar em prática o projeto, para que as organizações turísticas possam investir em uma estrutura que ofereça condições para o desenvolvimento do trabalho a ser feito. Essa preparação significa contar com recursos financeiros, materiais e humanos adequados à tarefa que se pretende empreender, bem como um eficiente sistema operacional e gerencial. Muitas das ações mercadológicas fracassam pela falta de entrosamento interno da organização, da concatenação de atividades e, também, por falhas de comunicação e relacionamento interpessoal.

O **poder**: para atingir os objetivos mercadológicos, muitas vezes é necessário que a organização turística exerça algum tipo de pressão sobre determinadas esferas decisórias. Essas ações buscam influenciar situações futuras, de modo que favoreçam os interesses das localidades e empresas envolvidas.

A atividade de *lobby*, que está na raiz do fator Poder, pode ser desenvolvida em diferentes escalas, desde trazer eventos de médio e pequeno portes para uma localidade, como para mudar projetos de lei que venham a comprometer o desempenho de algum setor. É um tipo de ação que, na grande maioria, transcorre a logo de prazos dilatados, requerendo persistência e investimento continuado na perseguição dos objetivos.

Uma vez determinados os objetivos e procedimentos básicos para a ação de marketing, é necessário desenvolver os preparativos preliminares para a viabilização do projeto. Isso significa articular parcerias comerciais e estabelecer alianças institucionais na busca de apoios importantes para concretizá-lo.

Nesta fase do processo de planejamento mercadológico, a localidade procura parcerias junto ao *trade turístico*, para canalizar os esforços do poder público com a iniciativa privada ligada ao setor e com outros municípios e órgãos governamentais que possam somar aos objetivos de intensificar o turismo. De modo semelhante, a operadora ou outra empresa que produz e vende o produto turístico necessita juntar forças com outras organizações.

Para uma localidade turística desenvolver adequadamente essa etapa, avaliando a necessidade de uma política de relacionamento continuado, é preciso ponderar sobre o seu grau de suficiência turística, colocando-se as seguintes questões:

a - A localidade é auto-suficiente em atratividade turística? Em caso positivo, pode ser considerada suficiente, desenvolvendo programas autônomos. Esta é, portanto, uma posição ocupada em geral apenas por localidades de altíssima projeção no mercado.

b - A localidade pode melhorar a sua demanda se participar de ações conjuntas com outras localidades? Neste caso, a ação conjunta é recomendável, pois vem complementar o desempenho turístico da localidade.

c - A localidade depende de outras localidades para atrair turistas? Se a demanda turística de uma localidade for função de um conjunto de atrativos

oferecidos por várias localidades, temos uma situação de dependência, e a ação conjunta torna-se obrigatória.

É também função da Política de Relacionamento a inserção do produto na indústria do turismo, através do desenvolvimento de ações consistentes de articulação com fornecedores para oferecer condições atrativas às operadoras, bem como ações conjuntas com operadores e fornecedores, como: participação em feiras e exposições, *famtours* (viagens de familiarização), *roadshows* (divulgação itinerante), *workshops* (sessões de negociação) e feiras profissionais.

Nos estágios iniciais do composto mercadológico (projeto e preparo), o **produto** já está determinado, mas não finalizado. Normalmente, ainda passa por mudanças, decorrentes de circunstâncias internas, que aparecem na fase de preparo e, principalmente, por alterações surgidas no processo de articulação de parcerias nas fases de Poder e Política de Relacionamento.

Somente após as conversações que estabelecem as condições viáveis para introduzir o produto no mercado é que surgem as definições finais do produto, suas características e componentes essenciais, bem como o posicionamento mercadológico que deverá adotar.

Nos mercados turísticos a demanda é variada, de acordo com os tipos de ofertas, épocas de utilização, preços e condições de pagamento e financiamento, porém em qualquer situação encontramos três características principais:

- **Elasticidade** – O turismo é um fenômeno dinâmico marcado por contínuos movimentos de crescimento e diminuição em sua demanda devido a oscilações das condições financeiras e econômicas dos indivíduos. Não é consumido com regularidade, pois a prioridade das pessoas é pela aquisição de bens e serviços que sejam mais urgentes. Os próprios atrativos turísticos, por serem permanentes e estatísticos, induzem psicologicamente ao adiamento das viagens, sempre que surgem outras prioridades.
- **Sensibilidade** – Os indivíduos poderão deixar de consumir serviços turísticos se houver riscos ou incertezas quanto a sua segurança pessoal e de seus familiares; se ele perceber insegurança ou dúvida por parte da operadora ou do agente de viagens no momento da venda; se houver publicidade negativa, seja pelos meios de comunicação de massa ou através de amigos e parentes.

- **Sazonalidade** – O produto turístico de maneira geral é concentrado em certos períodos do ano. É o que se conhece como alta e baixa temporada. Podemos destacar como característica da sazonalidade: as condições climáticas dos locais, regiões ou países; épocas de férias escolares; feriados prolongados; férias coletivas de empresas; realizações de eventos esportivos ou culturais.

Cada fornecedor de serviços turísticos tem política própria de **preços**, normalmente apresentando alguma articulação com outros estabelecimentos de sua categoria. Preços de diárias em hotéis variam a partir de fatores como nível do hotel, tipo de hóspede, época do ano e outros. De modo semelhante funcionam os transportes, restaurantes e outras categorias.

Para que a localidade possua competitividade mercadológica, para que seja absorvido pela indústria do turismo, esse conjunto de preços, além de ser acessível ao turista, deve oferecer vantagens aos intermediários, operadores e agentes de turismo.

Ao setor público compete fomentar o entrosamento entre os vários setores do *trade turístico*, no sentido de promoverem custos que viabilizem a inclusão da localidade em pacos turísticos. Isto significa aplicar uma política na fixação de preços e condições de pagamento.

Pronto o produto para ser lançado no mercado à etapa seguinte é a sua divulgação em todos os segmentos, finais e intermediários, importantes para a consolidação do produto, o que exige uma seleção estratégica dos diferentes tipos de mídia e dos respectivos veículos de comunicação, bem como a elaboração de mensagens eficientes e compatíveis com o repertório dos públicos visados.

Finalmente, o produto turístico precisa ser colocado à disposição do consumidor, e isso pode ser feito através de vários canais de distribuição, desde a representação comercial de uma operadora junto às agências de viagens e setores especiais, como imprensa e associações, até a venda pessoal, que propicia o relacionamento mais direto do comprador com o vendedor, passando pelo tradicional setor de varejo, constituído pelas agências de viagens. É necessário, para tanto, um estudo adequado que direcione a distribuição e venda de pacotes nos centros emissores selecionados como pontos de concentração do público alvo.

- **Motivo da viagem**

Entender o motivo que leva uma pessoa a viajar, a fazer turismo, bem como as circunstâncias que condicionam a escolha são fundamentais para o sucesso dos produtos turísticos. Isso leva aos agentes turísticos saber o que deve ser feito para que se agrade o público consumidor (turista). Todavia, uma análise mais aprofundada da motivação no turismo exige a consideração de outros fatores e questões. Para esse propósito, pode-se lançar mão das seguintes perguntas clássicas:

- **Quem viaja ou deseja viajar?**

Tem o propósito de identificar o turista, quantitativa e qualitativamente.

- **Por que as pessoas viajam?**

Objetiva identificar as necessidades e desejos do turista.

- **O que as pessoas buscam nas viagens?**

Procura identificar os benefícios proporcionados pelos produtos turísticos.

- **Como preferem fazer turismo?**

Tem por fim identificar as atividades através das quais o turista encontra ou pretende encontrar os benefícios procurados.

- **Onde preferem fazer turismo?**

Objetiva identificar as localidades que possuem as condições de oferecer os benefícios procurados pelos turistas.

- **Quando preferem fazer turismo?**

Procura identificar os períodos mais propícios para a viagem turística.

- **Quanto deseja gastar para fazer turismo?**

Refere-se tanto ao valor monetário (preço) como ao valor percebido (o valor propriamente dito) e ao tempo despendido.

- **Quem são as pessoas que viajam?**

Um procedimento recomendável de pesquisa para qualquer ação de Marketing é considerar a situação atual do mercado em que se insere a organização turística. Assim, é prudente pesquisar de início a demanda existente: os visitantes atuais de uma localidade, os clientes atuais de um hotel ou restaurante, os clientes de agência de viagens. Parte-se assim, do pressuposto de que o objeto de estudo mercadológico – uma localidade, um pacote, um equipamento turístico – já possui um público, ainda que pequeno.

A esse tipo de pesquisa denomina-se estudo de demanda, que fornece um ponto de partida para a expansão do mercado, através de indícios sobre preferências emergentes e prováveis novos segmentos a serem explorados.

É evidente que, no caso de introdução de um produto novo, como o nosso projeto, a realização de um estudo de demanda deve levar em conta outras fontes de pesquisa. O que não invalida, entretanto, a sondagem dos aspectos que condicionam mercadologicamente esse produto novo. Afinal, se o Poder Público de uma cidade não-turística resolve elaborar um projeto turístico para beneficiar a economia local, não poderá prescindir de um estudo de demanda sobre a modalidade de turismo que pretende desenvolver, envolvendo dados sobre seus concorrentes, estrutura e investimentos necessários.

De modo semelhante, se uma operadora turística decide montar um pacote de uma modalidade turística pouco ou nada explorada, como era o caso do ecoturismo no início dos anos 80, precisará de uma pesquisa sobre a demanda atual do segmento e as tendências de crescimento.

A identificação dos turistas que visitam a região (ou as pessoas que preferem a modalidade de turismo em estudo, no caso da operadora) pode ser feita através de uma pesquisa, baseada em entrevistas, tendo um questionário como elemento central de coleta de informações, no qual as perguntas são concatenadas de modo a fornecer, ao final, um perfil da demanda atual.

- **Por que as pessoas viajam?**

O elemento que está na origem da motivação pode pertencer a uma ou algumas esferas de pressão a seguir especificadas:

Uma pessoa que pode fazer turismo por um desejo pessoal de conhecer uma determinada localidade, de viajar em um transporte nunca experimentado (navio, por exemplo), como também por problemas de saúde, como a necessidade de fazer um tratamento diferenciado. Em casos assim, a fonte que dá origem ao motivo é a própria pessoa, seja por questões de ordem física ou psicológica.

Compromissos familiares, como visita a um parente, o comparecimento a solenidades (formaturas, casamentos) ou eventos como aniversários e batizados todos têm origem no núcleo familiar e, em geral, não são determinados por escolha da pessoa, mas pelo grau de obrigatoriedade que o compromisso impõe.

De modo semelhante às obrigações familiares, as pessoas pode ser levadas a viajar por obrigações sociais, decorrentes da participação em grupos comunitários, esportivos, associativos em geral.

Em muitos casos, o envolvimento com uma determinada organização (o cargo ocupado, a responsabilidade por determinado setor) podem determinar a obrigatoriedade de uma viagem, que parte dos compromissos da própria organização. Isso ocorre nas empresas, que definem a viagem de um profissional para resolver certa questão de interesse da organização, ou de uma associação, cujo presidente ou diretor deverá representar a instituição em algum congresso.

A partir dessas fontes, a necessidade de viajar abre-se em um leque de crescentes graus de escolha, desde a livre escolha, quando nenhum fator condicionante exterior ocorre, até a completa contingência que uma obrigatoriedade inapelavelmente impõe, passando por diversas etapas intermediárias de opções negociadas.

Pressionadas por necessidades diversas de origens interna e externa e em diferentes graus de intensidade, as pessoas buscam benefícios que atendam às privações experimentadas, que representem compensações aos fatores de cuja falta se ressentem. Os principais tipos de benefício são a seguir abordados.

Antes, porém, é importante dizer que, assim como não são inequivocamente associáveis as necessidades e os interesses, torna-se muito difícil estabelecer correlações entre uma determinada necessidade e um benefício. Uma necessidade de relacionamento social, por exemplo, pode ser satisfeita por um cruzeiro marítimo, em determinadas esferas de convivência, enquanto em outras um roteiro cultural é o que oferecerá o benefício do reconhecimento comunitário.

Mudança de ambiente este é certamente o benefício mais característico do turismo, uma motivação que mais se acentua à medida que o ambiente cotidiano, principalmente nas grandes cidades, torna-se mais opressivo. A descoberta ao vivo, in loco, dos espaços, parece que continuará fascinando as pessoas, mesmo com a revolução das comunicações, que permitem o acesso fácil a informações visuais e sonoras das localidades e, com a realidade virtual, a impressões táteis, de olfato e paladar.

Um dos benefícios que a viagem de turismo pode proporcionar é constituir um intervalo de descanso, dentro do ritmo agitado das atividades profissionais e das tensões geradas pelo acúmulo de responsabilidades. Esse repouso pode vir a propósito de necessidades de saúde, para combater o estresse, por exemplo, como pela necessidade de um ambiente tranqüilo, propício à concentração e reflexão.

Situando-se quase em oposição ao benefício anterior, a recreação é buscada por pessoas que necessitam de atrações e divertimentos para contrabalançar as tensões do dia-a-dia, pessoas extrovertidas com temperamento alegre. É a busca do lazer e da descontração, através do uso de equipamentos de diversão e da participação em eventos festivos.

As características distintivas básicas anteriormente descritas colocam três fatores como elementos fundamentais do produto turístico. Primeiramente, em face do contrato a *posteriori* do cliente como o produto, torna-se essencial o apelo que a localidade exerce sobre o turista. Em segundo lugar, diante das preocupações com a qualidade do produto, há necessidade de uma relação de confiança muito forte entre consumidor e produto. Finalmente, como decorrência conjunta das duas características, gera-se uma determinada expectativa no consumidor, que deve ser satisfeita e, se possível, ultrapassada.

Portanto, são três fatores principais que concorrem para induzir o consumidor a comprar o produto turístico: o apelo da destinação, a sua atratividade, o grau de confiança no produto do pacote e serviços oferecidos (pacote) e o desempenho esperado, que tem relação com o atendimento às expectativas do cliente e à sua superação.

## **2.2 Turismo receptivo e segmentação de mercado**

Embora as técnicas mercadológicas possam ser aplicadas aos diversos tipos de organização do Turismo Receptivo, para atender direcionadamente os interesses específicos de cada uma (hotel, centro de lazer, organizadores de passeios), é conveniente adotar sempre o ponto de vista da destinação, ângulo comum a todos os fornecedores de bens e serviços que constituem o produto turístico. Essa abordagem pode ser resumida na seguinte objetivação: “O público alvo de uma destinação é predefinido pelas características de seu produto”.

Isso significa que cada localidade é marcada por uma ou algumas atrações que constituem seu diferencial próprio. Cidades como Aspen (EUA), Bariloche (Argentina) ou Cortina d’Ampezzo (Itália) têm o seu público definido pelo interesse na prática esportiva do esqui e por uma preferência climática (frio, neve).

Cabe ressaltar que o mercado é, tão somente, definido – mas não delimitado – pelas características da destinação. Uma atração turística pode ser implantada numa determinada localidade e criar uma característica mercadológica até então inexistente. No caso deste projeto, um dos públicos alvos visado são pessoas que gostam do turismo ecológico.

Com o público definido pelas características do produto, a ação do Marketing Receptivo tem por finalidade localizar, identificar e conquistar clientes potenciais para o seu produto. É uma básica de atraírem turistas, trazê-los para a localidade.

O aumento de ofertas de produtos (em geral) no mercado globalizado e o uso de novas tecnologias capazes de fabricar produtos mais baratos e de melhor qualidade têm levado ao acirramento da concorrência entre os produtores. As exigências de produtos e serviços de qualidade a preço justo por parte dos clientes conduziram as empresas a se adequar aos novos tempos. O eixo central

dessa adequação esta no desenvolvimento de uma administração de marketing que garanta a satisfação do cliente, ou seja, o passageiro que saiu dos grandes centros com São Paulo ou Rio de Janeiro que esta procurando um lazer diferenciado que envolva principalmente natureza.

A administração de marketing consiste na “análise, planejamento, implantação, e controle de programas destinados a levar a efeito as trocas desejadas com públicos visados (primeiramente executivos de bancos, faculdades, e outras empresas que possuem matriz nas grandes capitais que visitam a região por motivos profissionais, e logo após a aceitação desse público, vamos nos direcionar ao público em geral que gosta de eco-turismo) e tendo por objetivo o ganho pessoal ou muito”, isto é, na profissionalização na execução das relações de troca utilizando mais esforços do que tempo, energia, habilidade e supervisão para garantir que ela ocorra. Podemos afirmar que a administração de marketing se constitui em sua prática e se aplica na teoria da ação.

As trocas podem tanto abarcar transações de compras. No primeiro caso envolvem trocas sem outras implicações e sem relações duradouras. No segundo, vão além das trocas, pois buscam relações contínuas de compras.

A administração de marketing tem como objetivo estabelecer uma relação de trocas podendo consistir em serviços e/ou bens materiais e trocas psicológicas referentes à organização, pessoas, lugares e idéias, que são praticadas tanto pelo vendedor como pelo comprador.

O marketing é, portanto, o resultado de várias ações (desde o transporte, acomodação no hotel até os passeios ao Morro do Diabo e Rosana, por exemplo) que visam proporcionar utilidades que são adquiridas por meio dos bens e serviços trocados em sociedade.

A satisfação dos clientes é obtida por um processo de planejamento e execução no qual as decisões de marketing são estudadas e tomadas utilizando-se de atividades integradas. Essas decisões estão envolvidas com o desenvolvimento do pacote turístico que estamos organizando: decisões de preço, decisões promocionais e decisões de distribuição.

Para compreender as decisões é preciso verificar o composto de marketing. Tratam-se de uma junção ordenada de variáveis controladas que um executivo de marketing oferece aos consumidores, no nosso caso, os passageiros que vamos receber. Esse composto de marketing visa proporcionar o máximo de

satisfação ao passageiro. Para conseguir tal objetivo o executivo de marketing deverá conhecer os desejos dos passageiros em potencial.

A finalidade geral do marketing é satisfação, e na economia a satisfação recebe o nome de utilidade. Para que o processo de marketing como um todo tenha eficácia, deve-se criar quatro tipos de utilidades: forma, tempo, lugar e posse.

Ao preocupar-se com utilidade, a empresa estará orientando sua produção para o cliente. Ela geralmente usa o marketing integrado, ou seja, um planejamento total e sua execução (analisa o projeto Turismo na Região de Presidente Prudente como um todo). O objetivo é satisfazer os compradores, igualando suas necessidades como o pacote que oferece para garantir fidelidade à empresa/agência de turismo ou aos seus bens e serviços.

### **2.3 Estratégia de marketing**

Como a qualidade do nosso receptivo regional é um fator essencial para o sucesso da agência de turismo que estamos fazendo estágio, ela deve estar concebida em função dos desejos futuros clientes que comprarão o pacote proposto pela gente.

Para administrar um sistema de marketing, torna-se necessário compreender as variáveis de demanda (será que nosso público-alvo vai mesmo querer conhecer a nossa região?), da decisão (nosso projeto é viável), do composto (quais passeios devemos incluir no roteiro?), do esforço (um roteiro padrão para todos ou personalizado?), da alocação da estratégia (onde vamos colocar nossos recursos?), da resposta de mercado (os resultados, vamos ter lucro com esse projeto?) e das metas.

No âmbito administrativo, a estratégia de marketing pode ser compreendida como: “o modo pelo qual as operações de marketing serão conduzidas antes da implementação.

Diferentemente de como acontece com o ambiente externo, a empresa tem controle completo sobre os métodos de marketing que irá empregar para atingir seus objetivos”.

A estratégia de marketing envolve duas idéias básicas: a seleção dos mercados-alvos e a seleção do composto mercadológico. Na primeira, medem-se

oportunidades surgidas (a região não tem “concorrentes” turísticos perto) nos diversos mercados e, na segunda, seleciona-se o composto mercadológico mais oportuno para os variados segmentos.

As empresas podem adotar duas linhas de estratégia de marketing quando se dirigem ao mercado: a difusão e a segmentação. A difusão consiste em colocar um produto no mercado sem a preocupação com as diferenças existentes entre os consumidores (montamos um pacote padrão para todos os passageiros, variando apenas o hotel escolhido), e a segmentação parte de uma premissa inversa, pois vê a demanda como heterogênea, concentrando esforços de marketing em determinadas fatias do mercado (o passageiro escolhe o hotel, quantos dias querem ficar, quais passeios querem fazer, se preferem avião ou ônibus...).

As estratégias de segmentação são maneiras de encontrar caminhos para determinar ações e obter coerência ao implementar o composto mercadológico. É importante levar em conta o público-alvo que se deseja atingir e os níveis de serviços a serem ofertados. “Segmentação significa: a concentração consciente e planejada de uma empresa em parcelas específicas de seu mercado. O que queremos enfatizar nesta colocação é que a empresa opta voluntariamente por concentrar todos seus esforços de marketing em determinados segmentos de mercado, possivelmente abandonando outros segmentos, mesmo que constituam potencial”.

Ao segmentar o mercado, estamos identificando compradores com comportamento de compras homogêneas quanto aos gostos e preferências. Ele é constituído por pessoas que são individuais nas suas preferências, necessidades, gostos... Por isso a necessidade de termos pacotes mais flexíveis para oferecer aos nossos passageiros. Para segmentá-lo é preciso conhecer, por meio de pesquisas, as necessidades dos compradores-alvo, bem como as suas atitudes e comportamentos mais usuais de compra.

Após a análise dos fatores, pode-se adotar duas estratégias de segmentação: o marketing diferenciado e o marketing concentrado. No marketing diferenciado, os esforços serão direcionados de maneira diferente para os diversos segmentos da empresa, podendo levar a um crescimento no volume de vendas, à obtenção de maior rentabilidade e ao bom posicionamento em cada um dos segmentos. Apesar dessas vantagens, os custos para atuar em várias frentes

poderão não compensar a segmentação. No marketing concentrado, os esforços serão destinados a um único segmento. Com isso, a empresa pode obter um posicionamento mais sólido. Indica-se essa estratégia principalmente para as empresas com recursos limitados. Há de se observar que pode ocorrer um aumento de riscos, tanto por causa da vulnerabilidade do setor como das ações dos concorrentes. No caso da Maffeur aconselhamos esse tipo de marketing, pois esta empresa tem um posicionamento forte no turismo emissor (a parte rodoviária é fraca, mas a empresa não se interessa em desenvolver essa parte, por achar que não combina com a linha de produtos que seus clientes estão acostumados a comprar) e pretende se lançar neste novo mercado de turismo receptivo.

Nas últimas décadas, o desenvolvimento tecnológico dos transportes, o maior tempo livre e as melhores condições econômicas das pessoas, aliados às necessidades de evasão, de fuga dos grandes centros, alterou o setor turístico (daí surgiu a idéia de lançar um novo produto, visando satisfazer essas pessoas oferecendo lazer junto com a natureza).

Como resultados obteve-se o acréscimo no número de pessoas que viajam e o desenvolvimento da infra-estrutura e dos equipamentos turísticos. “A partir dos anos 60, com o uso de aviões de grande porte, vôos fretados e o aumento do rendimento das classes médias dos países ocidentais industrializados, além das férias legalizadas e remuneradas, o turismo mudou de escala, passando de um bem superior, característicos do consumo das elites, para a categoria dos bens de consumo”.

Diante da realidade do aumento do consumo de produtos turísticos e de incremento do turismo de massa, outros novos produtos começam a surgir para atender cada vez mais os turistas. O nosso projeto “Turismo Receptivo Regional” é mais uma opção para quem procura natureza, caminhadas ecológicas, mergulho no rio e não quer viajar até o Pantanal, ou já conhece.

O que agrega valor a um serviço de turismo não é exatamente aquilo que a empresa acredita, pois o valor percebido pelo cliente nem sempre é o mesmo que a empresa valoriza. Ou seja, um hotel só agrega valor aos seus serviços de atendimento de quarto, refeições, por exemplo, se o cliente percebe esse serviço como sendo de seu agrado e, portanto, de interesse.

Acreditamos que um bom atendimento e a flexibilidade do nosso pacote seja um valor alto que queremos passar para cada um de nossos passageiros. Lógico, não esquecendo da estrutura e fazendo um feedback para analisarmos o grau de satisfação desses clientes, e se os valores dele estão sendo atendidos e se esses valores são os mesmo valores que a empresa leva em conta.

### 3. POTENCIALIDADES TURÍSTICAS REGIONAIS

#### 3.1 Ambiente de turismo regional

De acordo com o jornal “Oeste Notícias” de 07 de Outubro deste ano, que se reportou ao 1º Simpósio de Turismo e Hotelaria, realizado no Shopping Americanas em Presidente Prudente, simultaneamente com a 1ª Feira do Turismo e Hotelaria, conclui-se que o potencial turístico da região concentra-se nas seguintes áreas:

- Turismo de Pesca Esportiva;
- Turismo Náutico;
- Turismo Rural;
- Turismo Ecológico;
- Turismo de Eventos;
- Viagens e turismo ligados a serviços de educação e saúde.

Os dois primeiros são ligados principalmente às cidades de Presidente Epitácio e Rosana, devido ao grande lago formado pelo represamento do Rio Paraná e pela área entre os Rios Paraná e Paranapanema, com reflexos evidentes nas áreas de comércio e hospedagem na cidade de Presidente Prudente, como iremos observar mais adiante.

O Turismo Rural, ainda incipiente na região, poderia ser mais bem explorado, como é feito pela Hotel Fazenda Campo Belo, o único com estrutura e serviços de um hotel rural.

O Turismo de Eventos é ligado a serviços de educação e saúde; e é o que mais dinamiza a cidade de Presidente Prudente, movimentando serviços de hospedagem, alimentação, transporte, passeios e comércio, e abrindo-se potencialmente para os três primeiros (Pesca Esportiva, Náutico e Rural). A Unoeste é a principal responsável pelo Turismo de Eventos, pois a grande maioria de seus estudantes é de fora e também é a Unoeste que tem a maior infraestrutura em saúde (tanto medicina, quanto fisioterapia e odontologia) da região, o Hospital Universitário é o maior e mais bem equipado da América Latina.

Segundo o Coordenador da Faculdade de Turismo da Unoeste, Dr. Armando Garms, nos seminários foram debatidos vários temas sobre o turismo na região de Presidente Prudente e dentre as várias conclusões do simpósio a principal foi que o turismo finalmente terá novas metas na região, principalmente com alunos do curso de turismo voltados para o visado mercado turístico.

Essas metas estão subdivididas em segmentos que o turismo deve aprofundar-se e especializar-se, inclusive pré-estabelecer seu público alvo. Como já dissemos anteriormente. São eles: Turismo Náutico e Pesca, Turismo Rural, Turismo de Negócios, Eventos, Educação e Saúde e Turismo Ecológico.

Alguns eventos promovidos pelas prefeituras municipais da região nos mostram que há um esforço em conjunto com a iniciativa privada de promover o turismo regional. Um exemplo é a recém acontecida “Pruden-Folia”, promovida pela prefeitura municipal de Presidente Prudente, que contou com o apoio de uma rádio local e um canal local de tv. A prefeitura municipal de Presidente Epitácio também está promovendo o turismo na cidade, prova disto é a “Fenapesca” que acontecerá de 14 a 18 de Novembro e terá como atração a revelação de grandes talentos da beleza paulista, bem como difundir a Pesca Esportiva, o Fly, conscientizando para a necessidade da preservação cada vez maior da flora, fauna e de todo o meio ambiente. Além disto o evento terá shows com Jota Quest, Ivete Sangalo e Daniel, que são nomes que com certeza ajudarão no sucesso do evento. O passaporte custará R\$18,00 e é válido nos cinco dias do evento. Outro evento que também acontecerá em Presidente Epitácio é o “Epi Verão” um pré-carnaval que conta com a participação do Bloco “Me toque” e vai de 30 de novembro a 02 de dezembro.

Mas não é só a prefeitura de Presidente Epitácio que está investindo pesado neste novo segmento. Os hotéis e pousadas da cidade também estão promovendo seus próprios estabelecimentos. Afinal, são eles um dos maiores beneficiados. O Itaverá Hotel dispõe de 28 apartamentos e 6 suítes, um salão de convenções para 80 pessoas e restaurante para 42 pessoas. Piscina, lavanderia, estacionamento coberto, sala de reuniões e guarda bagagem. Os quartos tem ar-condicionado, frigobar, televisão em cores, telefone e música ambiente. A Pousada Mãe D’água também está preocupada em investir no público em potencial e dispõe de piscina, hidromassagem ao ar livre, parque infantil, campo de areia, barcos profissionais, piloteiros, motores e equipe treinada para pesca.

Arquitetura em madeira e vidros, as diárias incluem café da manhã e quartos com ar-condicionado, ventilador de teto e tv em cores.

Esses dois hotéis investiram em folders que são distribuídos juntos com os folders dos eventos realizados pela prefeitura. Quem sabe aí esta nascendo uma parceria de sucesso?

Presidente Bernardes também esta apostando no turismo. O Balneário Bom Futuro já foi inaugurado e ainda tem construções para serem terminadas, com lago artificial, lanchonete, chafariz, caiaque e pedalinho, campo de futebol, quadra de vôlei, quiosques e churrasqueiras. Isso não é o suficiente para atrair um publico de grandes centros urbanos como São Paulo e Rio de Janeiro, mas é uma grande novidade para a população regional que sempre ficou esquecida em relação a lazer. E eu acredito que isso é apenas o primeiro passo para grandes investimentos na região para que futuramente aqui se torne um lugar onde as pessoas estão dispostas a saírem do conforto de suas casas para visitar Presidente Prudente e região com a mesma infra-estrutura de outros locais turísticos.

Um dos mais promissores pontos turísticos e ecológicos da região é o município de Rosana e o Distrito de Porto Primavera que tem como principal produto turístico a pesca e as hidrelétricas. Rosana inclusive integra o Programa Nacional de Municipalização do Turismo, tendo recebido da Embratur e do Governo do Estado, o Selo de Município Prioritário para o Desenvolvimento do Turismo. Porto Primavera esta sendo beneficiado com a construção da hidrelétrica, cuja eclusa permite a interligação fluvial entre os países do Mercosul. A hidrelétrica Eng. Sérgio Motta (Primavera) e a hidrelétrica de Rosana transformaram o Pontal do Paranapanema em uma das mais importante região do estado de São Paulo. É bom lembrar que as hidrelétricas formaram o lago e a possibilidade de navegação (tanto comercial como a de lazer). Isto é mais um ponto positivo para a implementação do turismo na região. Segundo a CESP “O turismo náutico constitui uma atividade emergente, com tendência de crescimento, devendo eclodir com força nos próximos anos”. Além disso, tira a imagem negativa da região que é conhecida pelas invasões dos sem-terra.

Presidente Prudente é a principal cidade do Sul do Oeste Paulista, sua localização privilegiada transformou-a em importante pólo socioeconômico

regional, abrangendo a Alta Sorocabana, Alta Paulista, Pontal do Paranapanema, Norte do Paraná e Sul do Mato Grosso do Sul.

Localizada no oeste paulista, Presidente Prudente é a 10ª região administrativa do Estado de São Paulo e denominada Capital da Alta Sorocabana. Sua situação geográfica coloca-a em contato com os Estados de Mato Grosso do Sul e Paraná. É considerada a Capital Paulista do Mercosul.

A área total do município é de 530, 89 Km<sup>2</sup>.

**FIGURA 1:** Mapa do Estado de São Paulo com subdivisões por regiões administrativas



### Distâncias

- São Paulo - SP: 565 Km
- Fronteira do Mato Grosso do Sul: 90 Km
- Fronteira do Paraná: 75 Km
- Curitiba - PR: 600 Km
- Marília – SP: 193 km
- Aeroporto de Viracopos: 558km
- Porto de Santos: 650 km

Presidente Prudente está situada a uma altitude de 472 metros acima do nível do mar. A temperatura média é de 28°, com massas de ar Tropicais e Polares. Chuvas em todas as estações do ano. Apresenta uma estação de inverno fria e seca e um verão quente e chuvoso.

### • A Empresa

Fundada em 1992 por Lélío Maffei, originando o nome da empresa, a mesma foi vendida em 1996 ao Sr. Carlos Hashinaga, passando dois anos mais tarde, em Junho de 1998, a administração atual, composta pelo Sr. Carlos e pela Sra. Myriam Costa. Com a nova diretoria, a empresa obteve uma nova sede própria com estacionamento e ampliação no quadro de funcionários, que passarão a ter

treinamentos constantes sobre o serviço turístico oferecido, além de técnicas para o bom atendimento ao cliente. A cultura organizacional também sofreu diversas mudanças, passando a ter como produto principal os pacotes aéreos, nacionais e internacionais, e não mais o rodoviário. A empresa conta com alguns roteiros de receptivo, dependendo do público.

A infra-estrutura na consulta e emissão de passagens também foi modificada, contando agora com modernos programas de softwares “Proctor” e “Amadeus”. Segundo a empresa aérea “Varig”, a Maffeur está entre as dez maiores agências emissoras de bilhetes internacionais do estado de São Paulo.

A empresa está afiliada a Embratur, Aviesp e conseguiu recentemente o mais novo certificado: o do “SNEA”.

**FOTO 1:** Sede da empresa de turismo “Maffeur”



### **3.2 Pesquisa nas agências de Presidente Prudente**

Foram realizadas pesquisas na forma de entrevistas com 12 agências de Presidente Prudente.

Encontramos dificuldades para conseguir as informações a seguir, pois as agências acreditavam se tratar de espionagem comercial. Depois de quebradas a barreira inicial, pôde observar que 3 agências se dispunham em estruturar um pacote de acordo com o pedido do cliente, ou seja, esses pacotes não tem saídas regulares, nem fazem parte do “carro-chefe” das agências. A Wellingtur organiza

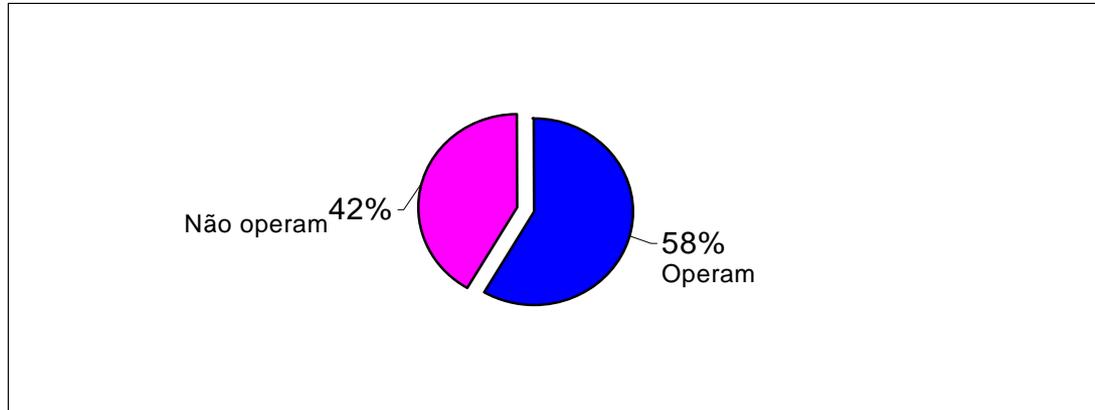
o receptivo para o Congresso de Odontologia e o Congresso de Cirurgia Plástica, e no dia de folga do congresso, oferecem ao passageiro um pacote de apenas um dia de pesca em Presidente Epitácio. A Maffeur oferece um pacote de também apenas um dia que atende o seguinte roteiro: Rancho Quarto de Milha, Cidade da Criança, Curtume Touro e TV Fronteira (a primeira emissora digitalizada do país). Myriam Costa, diretora da agência, conta que o citytour era uma idéia antiga, que, segundo ela, apenas faltava o público. Mas a chance de colocar sua idéia em prática aconteceu durante um congresso que a UNESP estava realizando na região. Os alunos e palestrantes vindos de outras partes do país queriam conhecer a cidade e prontamente “compraram” o pacote receptivo regional que a Maffeur oferecia. Myriam lembra que contratou um guia formado pelo SENAC e que ficou muito satisfeita com o serviço prestado. “As pessoas estão começando a enxergar a importância do turismo para a nossa região” comenta a diretora da Maffeur. A seguir os dados da pesquisa:

**QUADRO 1:** Pesquisa feita com agências de turismo em Presidente Prudente

Agências de turismo	Opera viagens?	Qual?	Receptivo Regional	Porque?	Produtos e serviços
Vedovati Turismo	Sim	Rodoviário	Não	Terceirizam o serviço	Pacotes aéreos e rodoviários
Grin Tur Turismo	Sim	Rodoviário	Não	Terceirizam o serviço	Viagens Nacionais e Internacionais, passagens aéreas, hotéis e carros.
Koemtur Cambio e Turismo	Não		Não	Não responderam	Passagens aéreas, Reservas de carro e hotel, pacotes nacionais e internacionais e vistos
Balbinotur Viagens	Sim	Rodoviário	Não	O pólo turístico da cidade e região não está sendo explorado ainda.	Assessoria em vistos, reserva de hotéis e locação de carro, passagens aéreas e rodoviárias, pacotes nacionais e internacionais, cursos no exterior.
Alantur Agência de Viagens	Não		Não	Falta de mão de obra qualificada	Pacotes nacionais e internacionais, passagens aéreas, cruzeiros, assessoria em vistos, reservas de hotéis.
Mundo Azul Turismo	Não		Não	Falta público, falta estrutura e atrativos turísticos.	Assessoria em vistos, reserva de hotéis e locação de carro, passagens aéreas e rodoviárias, pacotes nacionais e internacionais e cruzeiros marítimos.
Kin Guin Turismo	Sim	Rodoviário	Não	Não tem público, a região não oferece pontos turísticos, apenas uma boa rede hoteleira.	Pacotes nacionais e internacionais, reservas de carro e hotéis e fretamento de ônibus.
Maffeitur Viagens	Sim	Rodoviário	<b>Sim</b>	Rancho Quarto de Milha, Cidade da Criança, Curtume Touro e Tv Fronteira.	Pacotes aéreos, rodoviários e marítimos, passagens aéreas e rodoviárias, reserva de hotéis e locação de veículos, vistos.
Wellingtontour Turismo	Sim	Rodoviário	<b>Sim</b>	Congresso de Odontologia e de Cirurgia Plástica e pesca em Epitácio	Pacotes aéreos, rodoviários e marítimos nacionais e internacionais, passagens aéreas, reserva de hotéis e locação de veículos.
Cacilda Tour	Sim	Rodoviário	Há possibilidade	De acordo com o pedido do cliente	Pacotes turísticos, aéreos, marítimos.
Oeste Tur	Sim	Rodoviário	Há possibilidade	De acordo com o pedido do cliente	Pacotes para o Nordeste, fretamento de ônibus e viagens nacionais e internacionais.
Vencestur Viagens	Sim	Rodoviário	Há possibilidade	De acordo com o pedido do cliente	Assessoria em vistos, reserva de hotéis e locação de carro, passagens aéreas e rodoviárias, pacotes nacionais e internacionais e cruzeiros marítimos.

Veremos agora o resultado da pesquisa em gráficos:

**GRÁFICO 1:** Existência de operação de pacotes

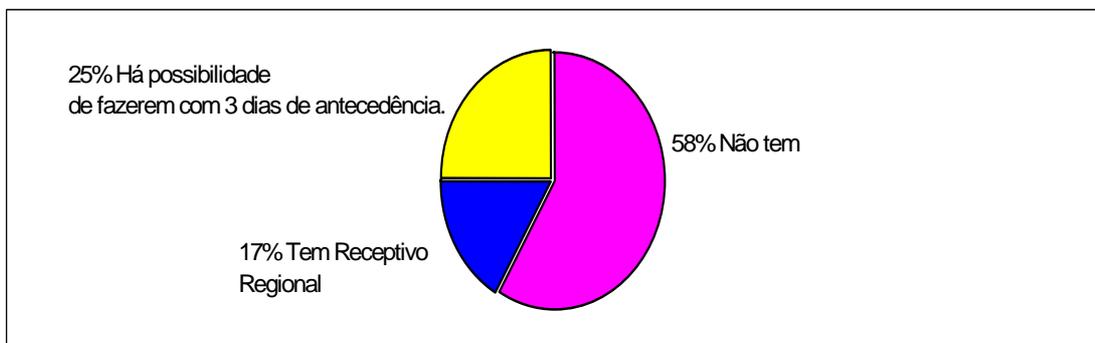


Fonte: Pesquisa desenvolvida pelos autores

Agências de viagem que operam pacotes são as agências que não só vendem os pacotes prontos de operadoras tais como CVC, Visual, Queensberry, RCA... Elas também montam o seu próprio pacote e repassam para outras agências venderem sob comissão, os pacotes operados por elas.

Normalmente as agências operam viagens rodoviárias para Camboriú, Bonito, Holambra, Rodeio de Barretos. Os fretamentos aéreos implicam em um investimento muito alto que talvez não tenha o retorno desejado por não haver um número necessário de passageiros para realização da viagem sem prejuízos.

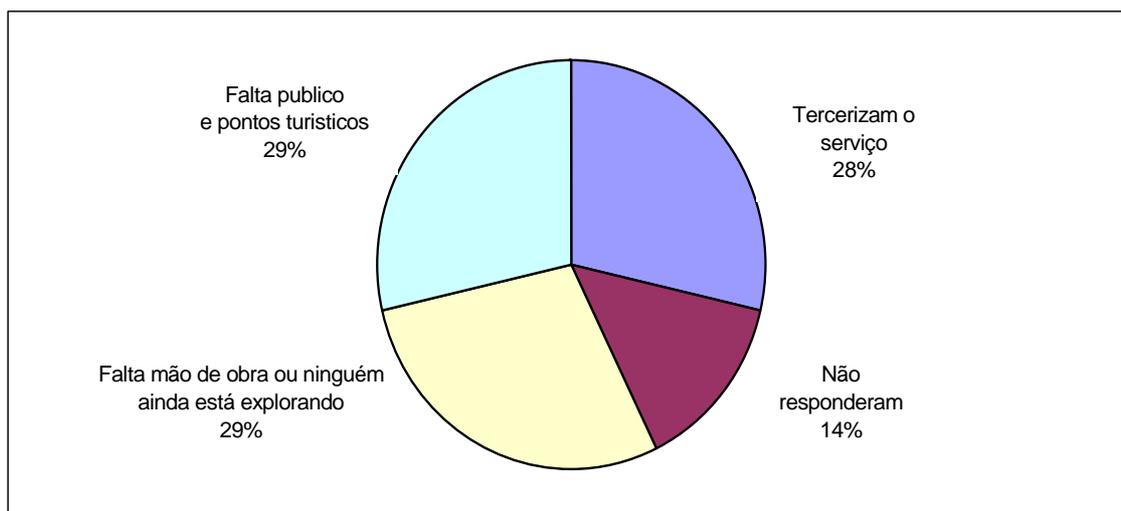
**GRÁFICO 2:** Existência de Turismo Receptivo Regional



Fonte: Pesquisa desenvolvida pelos autores

A maioria das empresas não tem receptivo regional por não acreditarem que a região tenha um potencial turístico capaz de atrair públicos de outras localidades.

**GRÁFICO 3:** Justificativas pela não existência de Turismo Receptivo Regional em Presidente Prudente



Fonte: Pesquisa desenvolvida pelos autores

Todas as agências que operam viagens, utilizam-se de transportes rodoviários e justificam-se que não é viável fretar uma aeronave com 100 lugares, pois o custo é alto e não há público para atender essa demanda. Sendo assim constatou-se que a utilização de transporte rodoviário é o que melhor atende as necessidades dos “turistas prudentinos”.

### 3.3 Pesquisa nos hotéis da cidade

Realizamos também uma pesquisa nos hotéis da cidade, para avaliarmos a infra-estrutura hoteleira para recebermos os turistas.

A pesquisa realizada pelo grupo, identificando e coletando a ficha técnica dos hotéis, nos revelou que a maior parte da rede hoteleira em nossa cidade está voltada ao público alvo de homens, entre 30 e 45 anos, vindos principalmente do interior de São Paulo com seus próprios automóveis a negócios (viajantes / representantes de grande empresas, vendedores), tendo quase toda sua infra-estrutura voltada a este tipo de cliente.

A maior demanda ocorre durante os dias de semana, principalmente as quartas-feiras. Estes hotéis, com exceção de três que se preocupam com um público de maior poder aquisitivo (diretores de companhias, em geral), não possuem quadra esportiva, sauna, piscina, sala de ginástica ou outras comodidades voltadas ao lazer.

Seus quartos são principalmente “duplos”, com mais de oitenta por cento dos quartos voltados a este segmento. Os funcionários destes hotéis (com a exceção dos mesmos três hotéis), recebem pouco ou nenhum tipo de investimento em treinamento. Aprendem os serviços a serem feitos e permanecem fazendo-o da mesma forma, a não ser que algo (compra de algum novo equipamento) venha mudar sua rotina.

A perspectiva de crescimento é através da construção de novos quartos, e não através do investimento em treinamento.

Devido ao grande número de “turistas temporários”, Presidente Prudente é considerada como cidade turística, fato este confirmado ano passado (2001) durante o período de racionamento de energia elétrica ocorrido em nosso país, o qual favoreceu as cidades turísticas, sendo esta cidade inclusa na lista das cidades que poderiam consumir mais energia (turismo de negócios).

### **3.4 Pacotes de turismo receptivos propostos**

- **Teodoro Sampaio / Morro do Diabo**

Saídas todos os sábados às 07:00h. Com destino ao Morro do Diabo, caminhada até o topo do morro e retorno por volta de 10:30 ou 11:00 horas da manhã. Passeio ao lago formado pela hidrelétrica de Rosana e Porto Primavera, retorno ao parque para o almoço (pago a parte na hora) ou piquenique quem levar, e para conhecer o projeto do Parque Estadual do Morro do Diabo. Retorno para Presidente Prudente previsto para às 16:00h.

- **Presidente Epitácio**

Saídas todos os domingos às 10:00h. Com destino a Presidente Epitácio, lá serão divididos quem participará do turismo de pesca, que serão encaminhados para seus respectivos barcos e pilotos que serão

divididos de acordo com o grupo. Quem fará turismo náutico será encaminhado para o Navio Epitácio Pessoa onde será realizado um passeio pelo Rio Paraná, será servido uma peixada no almoço e logo após tem baile com música ao vivo no deck do navio. Retorno previsto para 17:30 ou 18:00h.

### **3.5 Presidente Prudente**

O município de Presidente Prudente foi criado pela Lei Estadual n.º 1.798/21 de 28 de novembro de 1.921, sendo instalado em 27 de agosto de 1.923. A comarca foi criada em 8 de dezembro de 1922 pela lei n.º 1.887/22, desmembrando-se de Assis e sendo instalada em 13 de março de 1.923. Na ocasião da criação do município, este tomou o nome da estação ferroviária, já batizada com o nome de Presidente Prudente, visto a importância relevante da estrada de ferro para o desenvolvimento do município e região.

A colonização da região foi feita inicialmente por migrantes vindos do sul de Minas Gerais, comandados por José Teodoro de Souza, mineiro de Pouso Alegre, atraído pelas terras férteis do sudoeste Paulista e também porque o café era uma boa opção de trabalho no estado de São Paulo.

Com a expansão da Estrada de Ferro Sorocabana, uma importante forma de penetração e uma via de escoamento da produção cafeeira, a colonização tornou-se mais fácil e rápida. Ao longo da ferrovia multiplicaram-se os núcleos urbanos, dentre os quais Presidente Prudente cuja origem está ligada a dois coronéis, - os senhores Francisco de Paula Goulart e José Soares Marcondes.

O Coronel Goulart abriu a primeira clareira no local onde fica a estação da Estrada de Ferro Sorocabana. Algum tempo depois, o Coronel Marcondes dono da Companhia Marcondes de Colonização, adquiriu 4.700 alqueires de terras, dividindo-os em lotes e instalando os primeiros patrimônios da região.

Desta forma instalaram-se a Vila Goulart e a Vila Marcondes, sendo separadas apenas pelos trilhos da estrada de ferro. O objetivo principal destas vilas era o de abastecer de gêneros alimentícios e de ferramentas de trabalho os compradores de terras, assegurando assim a fixação dos colonos na região.

A rivalidade estabelecida entre a Vila Goulart e a Vila Marcondes, tornou-se extremamente benéfica para o povoado ao passo que foram criadas condições favoráveis para quem desejasse instalar um ponto comercial. Os lotes eram oferecidos a preços baixos ou em muitos casos gratuitamente, a fim de atrair mais moradores.

Tanto os coronéis Goulart como Marcondes trataram de ligar suas vilas aos patrimônios, por eles fundados, abrindo assim as primeiras vias da região.

A Região de Presidente Prudente atravessou distintas fases econômicas desde a extração da madeira, a criação de gado, passando pelo café (décadas de 20 e 30), do algodão (décadas de 30 e 40), da menta, do amendoim e novamente o predomínio do gado até os dias atuais.

A fase do café foi muito próspera na qual a região de Presidente Prudente e outras áreas do Estado puderam desfrutar de um crescimento econômico acentuado, proporcionados pelos lucros da monocultura cafeeira. A necessidade de grande quantidade de mão de obra fez com que a região de Presidente Prudente acabasse sendo povoada, a fim de, produzir o chamado "ouro verde" símbolo de riqueza e poder regional.

Com a decadência do café no Brasil e na região, nos fins da década de 1920 os preços do produto tornam-se pouco compensadores e seu cultivo deixa de ser atraente por auferir poucos lucros, ocorrendo outras atividades agrícolas em substituição a esta cultura.

Introduziu-se o algodão de fibra longa, que apresentava um mercado internacional com preços ascendentes, bem como a introdução da pecuária de corte na região, agora com ênfase comercial, diferentemente da época de colonização.

A fase do algodão prospera e declina, com o aparecimento da fibra sintética. Os solos já empobrecidos pelo café foram os que receberam o cultivo do algodão, não dando suporte para esta nova atividade agrícola. Instalavam-se então novas lavouras, como o amendoim.

A partir da década de 40 a atividade econômica que passa a ser predominante na região é a pecuária de corte que, trazida pelos desbravadores mineiros, encontra condições satisfatórias para desenvolver-se graças à tradição criatória destes colonizadores que utilizavam o gado como fornecedor de alimentos, bem

como animais de tração, duas funções básicas para a sobrevivência dos colonizadores.

O município adquire independência político-administrativa rapidamente, impondo a sua presença no contexto regional, seja com a instalação de agências bancárias, dentre as quais o Banco do Brasil, dos armazéns do I.B.C. (Instituto Brasileiro do Café), com as serrarias, chegando a atingir um total de 19 em 1936, as máquinas de beneficiar o algodão ao longo das décadas de 40, 50 ou 60, ou com os primeiros frigoríficos (nas décadas de 50 e 60) até a implantação do Distrito Industrial, o que acaba por conferir à cidade de Presidente Prudente a condição de principal centro regional.

O movimento comercial e de serviços ao longo dos anos além de ampliar-se, diversificou para atender as necessidades do crescimento constante da população e porque a cidade passava a ser um dos pontos de referência da região. Cabe lembrar que Presidente Prudente ao longo de sua história conquistou o título de Capital Regional, visto que a cidade, graças a sua privilegiada localização geográfica, tornou-se ponto de passagem para aqueles que se dirigiam para o Paraná e Mato - Grosso e ponto de chegada para aqueles que se dirigiam para o Oeste Paulista, conferindo-lhe o direito de ser centro fornecedor e receptor de mercadorias, produtos e serviços. Atualmente a cidade é pólo comercial e prestador de serviços e considerada Capital do Oeste Paulista.

- **Localização**

Distritos Administrativos: Montalvão, Eneida, Floresta do Sul e Ameliópolis.

Municípios limítrofes:

NORTE: Flora Rica, Flórida Paulista;

SUL: Pirapózinho, Regente Feijó;

LESTE: Caiabú, Mariápolis;

OESTE: Alfredo Marcondes, Álvares Machado, Santo Expedito.

- **Infra-estrutura de acesso**

A infra-estrutura de acesso à Presidente Prudente é composta de:

**QUADRO 2:** Rodovias de acesso

RODOVIA	<p>A cidade é servida por três rodovias:</p> <p><b>SP 270:</b> Rodovia Raposo Tavares – Ligando São Paulo à Presidente Prudente, e Presidente Epitácio à Mato Grosso do Sul.</p> <p><b>SP 501:</b> Rodovia Júlio Budisk – Ligando Presidente Prudente à SP 294 Comandante João Ribeiro de Barros, (Alta Paulista – Osvaldo Cruz – Dracena – Adamantina).</p> <p><b>SP 425:</b> Assis Chateaubriant – Ligando Presidente Prudente com Santo Inácio – PR e posteriormente a São José do Rio Preto e divisa com Minas Gerais.</p>
FERROVIA	<p>Servido pela malha ferroviária troncal da Malha Paulista. Ferrovia: FERROBAN – Ferrovia Bandeirante – São Paulo – Presidente Prudente – Presidente Epitácio.</p>
HIDROVIA	<p>Situa-se às margens da Hidrovia Tietê-Paraná.</p> <p>O Rio do Peixe e o Rio Santo Anastácio são os principais Rios do Município, que demandam o Rio Paraná e Paranapanema.</p>
AEROPORTO	<p>Aeroporto internacional, apresentando-se como o 2º em movimentação do interior do Estado de São Paulo. Possui vôos para as principais cidades do Estado e Regiões Brasileiras. São aproximadamente 270 passageiros e 50 decolagens e pousos diariamente.</p>

Fonte: Prefeitura Municipal de Presidente Prudente

- **População**

A população total do município, segundo o IBGE é de 177.367 habitantes, dos quais 91,53% encontram-se nas áreas urbanas do município. Acrescente-se a estes números a população flutuante da cidade, que atinge mais de 20.000 pessoas, composta principalmente por universitários.

**QUADRO 3:** Dados Populacionais

<b>POPULAÇÃO</b>	<b>QUANTIDADE</b>
Total	177.367
Urbana	173.339
Rural	4.028
Masculina	86.558
Feminina	90.809
Flutuante	20.000
Densidade Demográfica	320 hab. Km <sup>2</sup> .
Nº Eleitores (aprox.).	122.305
Taxa de Urbanização	96,83%

Fonte IBGE, 1998.

De acordo com o site [www.acipp.com.br](http://www.acipp.com.br), a população atual está estimada em 221.408 habitantes. A população da área metropolitana, incluindo cidades próximas num raio de 200km é de 759,2 mil habitantes.

- **Dados econômicos**

Segundo a pesquisa da Revista Exame, em sua edição de Dezembro de 1996, Presidente Prudente é a 20ª cidade brasileira em qualidade de vida.

A classe socioeconômica predominante, de acordo com publicação de sites locais é a classe média. Os dados econômicos da cidade de Presidente Prudente estão mencionados no quadro abaixo:

**QUADRO 4:** Dados Econômicos

Renda per capita/ano	R\$ 2.820,00
Número de Veículos Automotores	53.165
Classe socioeconômica predominante	Classe média
Classificação nacional	20ª cidade em qualidade de vida
Número de casa com energia elétrica	55.897
Consumo de Energia Elétrica	26.176.747 kWh (maio/99)

Fonte: IBGE, 1998

Fonte: Revista Exame, 1996

- **Vocação empresarial da região**

Presidente Prudente possui um total de 15.194 estabelecimentos cadastrados na Prefeitura Municipal, divididos em:

- 7.913 estabelecimentos de serviços
- 6.836 estabelecimentos comerciais
- 445 indústrias

- **Comércio**

A diversificação do setor comercial do município de Presidente Prudente levou a cidade a tornar-se um parque atacadista e varejista de grande porte, especialmente em produtos alimentares, derivados de petróleo, eletrodomésticos, máquinas e implementos agrícolas, produtos farmacêuticos e perfumarias, cosméticos, veículos e autopeças, vestuário.

Três Shopping Centers – Prudenshopping, Shopping Americanas e Oeste Shopping - e as atividades comerciais do centro da cidade, são responsáveis por atender um público consumidor regional estimado em mais de um milhão de pessoas. Conta ainda o centro urbano de Presidente Prudente, com boa rede de supermercados, na qual destacam-se o Carrefour (02 lojas), Luzitana, Casa Rio Branco, Dias Pastorinho (02 lojas) e Baselar (02 lojas).

**QUADRO 6:** Quantidade de Estabelecimentos Comercial

RAMO DE ATIVIDADE	QUANTIDADE
Cafés e Bares	466
Farmácias e Drogarias	60
Jornais	03
Livrarias e Gráficas	46
Supermercados	14
Shoppings	02
Outros	6272
<b>TOTAL</b>	<b>6.863</b>

Fonte: Prefeitura Municipal de Presidente Prudente

- **Serviços**

Segue a descrição das áreas de saúde, rede bancária, serviço de apoio a empresas, lazer e cultura, esporte, eventos, comunicação, hotéis e restaurantes, igrejas, transporte e instituições de ensino.

- **Saúde**

A área da saúde destaca-se com o desenvolvimento Médico-hospitalar e Odontológico, poucas vezes igualadas no País. A cidade recebe visitantes de quase todo o Estado de São Paulo, do Norte do Paraná e do Sul do Mato Grosso do Sul, em busca desses serviços especializados.

**QUADRO 6:** Quantidade de Empresas e Profissionais da Área da Saúde

RAMO DE ATIVIDADE	QUANTIDADE
Médicos	350
Dentistas	420
Postos de saúde	20
Hospitais <ul style="list-style-type: none"> <li>• 01 Hospital Universitário</li> <li>• 01 Hospital Estadual (*)</li> <li>• 01 Spa</li> <li>• 05 Hospitais Psiquiátricos</li> <li>• 05 Particulares</li> <li>• 01 Instituto do Coração</li> <li>• 01 Santa Casa</li> </ul>	15 hospitais oferecendo 1.615 leitos

Fonte: Prefeitura Municipal de Presidente Prudente

O Hospital Estadual "Dr. Odilo Siqueira" de Presidente Prudente ganhou do Ministério da Saúde (MS), o Prêmio Qualidade Hospitalar. A entidade foi classificada com o 20º melhor do Brasil, 16º da região Sudeste e 12º do Estado, pela pesquisa do Ministério da Saúde junto aos usuários do Serviço Único de Saúde (SUS), realizada no primeiro trimestre de 2000. A média final do hospital

foi de 9,22. Fundado há 9 anos, o Hospital Estadual é o único da região que atende 100% SUS, com 82 leitos. O estabelecimento de saúde atende toda à área de pediatria, inclusive com UTI neonatal. Por dia são 80 atendimentos de ambulatório e cerca de 250 partos por mês.

- **Rede bancária e casas de câmbio**

A cidade de Presidente Prudente conta com:

- 20 Bancos, totalizando 41 agências bancárias, entre eles: Banco do Estado de São Paulo S/A, Caixa Econômica Estadual (Nossa Caixa), Banco Brasileiro de Descontos S/A, Banco do Brasil S/A, Banco do Itaú S/A, Banco de Crédito Nacional S/A, Banco do Estado do Paraná S/A, Banco Real S/A, HSBC Bank Brasil S/A, Caixa Econômica Federal, Banco Santander S/A, etc.
- 01 Banco do Povo;
- 01 Casa de Câmbio.

- **Lazer e cultura**

O Município de Presidente Prudente conta com três Teatros, sendo eles: o Teatro Municipal "Procópio Ferreira", o Teatro Cristo Rei e o Teatro "César Cava" pertencente a UNOESTE (Universidade do Oeste Paulista).

**FOTO 2:** Centro Olímpico em Presidente Prudente



No que tange a anfiteatros, o Município conta com o Anfiteatro do Palácio da Cultura "Dr. Pedro Furquim", com capacidade de 90 lugares, os Anfiteatros I e II da UNESP, com 176 e 85 lugares respectivamente, o Anfiteatro da Instituição

Toledo de Ensino "Salão Nobre Dr. Eufrásio de Toledo" com capacidade de 400 lugares, o Anfiteatro da Sociedade de Medicina "Casa do Médico" com 272 lugares, além do Anfiteatro do SENAC.

Em Dezembro deste ano, será inaugurado o Planetário "Dr. Odorico Nilo Menin Filho", situado na Cidade da Criança. O mesmo tem como equipamento principal, o moderno projetor ZKP3, produzido pela empresa alemã "Carl Zeiss Jena GmbH". Isto coloca Presidente Prudente na rota da modernidade, nos colocando em igualdade com os mais modernos planetários da Europa e EUA. O planetário ZKP3 tem a possibilidade de avançar ou regressar no tempo, reproduzindo, com a máxima precisão, a noite de qualquer data escolhida, em qualquer região da Terra, até 3,000 anos antes ou depois da data presente. O turismo cultural deverá trazer alunos e fãs de Astronomia de vários Estados adjacentes, aumentando ainda mais o turismo receptivo.

Os Clubes Sociais e de Recreação são: ACAE, APEA, TENIS CLUBE, IPANEMA, AABB, BANESPA, SESI, SAN FERNANDO, MERIDIONAL, LUSO BRASILEIRA, POLICIA MILITAR, AFUSCAPP, ITAÚ. Os Clubes de Serviços são: Rotary Club, Lions Club.

**QUADRO 7:** Quantidade de Empresas da área de Lazer e Cultura

RAMO DE ATIVIDADE	QUANTIDADE
Teatros	03, aproximadamente 650 lugares.
Anfiteatros	07, totalizando 1070 lugares.
Cinemas	04, totalizando 820 lugares.
Clubes	15
Balneários	02
Bibliotecas	05
Planetário	01

Fonte: Prefeitura Municipal de Presidente Prudente

A cidade conta também com lugares de passeio, listados abaixo:

- **Parque do Povo:** área urbanizada e arborizada, com pistas de cooper, bicicross, quadras esportivas, pista de skate, campo de futebol suíço, playground e praça de alimentação.
- **Cidade da Criança:** são 70 hectares de área verde, com infra-estrutura de fácil acesso, possui como atrativos: teleférico, trilha ecológica, parque infantil, 02 lagos e um cartódromo, além de um dos mais modernos planetários do mundo, equipado com o projetor ZKP3, a ser inaugurado no fim deste ano, devendo atrair pessoas de todo o país (só há 13 planetários no Brasil).
- **Thermas de Prudente:** piscinas com águas bicarbonatadas e sulfatadas, tem propriedades terapêuticas, antiinflamatórias, antialérgicas e sedativas. A temperatura da água nascente é de 61° C, sendo classificada como Fonte Hipertermal. Nas piscinas sua temperatura oscila entre 40° até a temperatura ambiente.
- **Museu Histórico Municipal:** Prédio do antigo matadouro Municipal, construído em 1930, restaurado recentemente, apresenta em seu acervo, documentos e utensílios doados por famílias que ajudaram a construir a cidade.

- **Esporte**

A infra-estrutura de esportes da cidade é representada por:

- Estádio de Futebol = 02 com a capacidade para 63.000 lugares
- Estádio Municipal "O Prudentão" com capacidade de 60.000 lugares. Presidente Prudente tem sido sede de jogos importantes, transmitidos ao vivo para todo país.
- Estádio de Beisebol = 04
- Estádio de Gateball = 12
- Cartódromo = 01
- Aerodelismo = 02
- Ginásio de Esportes = 06 + PUM (Parque de Uso Múltiplo)
- Centro Olímpico – com piscina olímpica aquecida naturalmente
- Pista de Atletismo com piso revestido com Rubertan.

- **Principais eventos**

Os principais eventos da cidade, que englobam seminários, feiras, exposições e rodeios são:

- Verão Vivo durante o mês de Janeiro
- Carnaval data móvel
- Mercadão de Ofertas – mês de Março
- Feira de Informática e Telecomunicações - mês de Maio
- Seminário Mercosul - mês de Agosto
- Exposição de Flores – mês de Julho
- Mercadão de Ofertas – mês de Agosto
- Festival de Pipas – mês de Agosto
- Exposição de Animais – mês de Setembro
- Aniversário da Cidade – 14 de Setembro
- MODEPP – Feira de móveis e decorações – mês de Outubro
- Criança Parque – mês de Outubro
- FICOM – Feira da Indústria e Comércio – mês de Novembro
- Festas das Nações – mês de Outubro
- Salão de Artes Plásticas – mês de Novembro
- Feira de Pequenos Animais – mês de Dezembro
- Rodeio de Campeões – mês de Junho – é realizado na maior arena coberta da América Latina, a qual tem sido sede também de outros eventos de níveis Nacionais e Internacionais.
- Sushifest
- Feira de Agronegócios
- Infoeste – Semanas de Estudos e Debates da Faculdade de Informática de Presidente Prudente, em sua 13ª edição.
- FENTEPP – Festival Nacional de Teatro de Presidente Prudente

- **Comunicação**

A privilegiada posição geográfica de Presidente Prudente levou a escolha da cidade, para o lançamento do serviço de correio específico para o Mercosul: Sur-Postal (serviços integrados entre os correios dos países integrantes do Mercosul).

Na cidade também foi instalado a Globalstar, um sistema de telefonia global via satélite (SMVS – Sistema Móvel Via Satélite). Com uma constelação de 56 satélites de baixa órbita, vai levar a telefonia aos lugares mais insólitos do planeta.

**QUADRO 8:** Quantidade de Empresas da Área de Comunicação

RAMO DE ATIVIDADE	QUANTIDADE
Emissoras de rádio AM	06
Emissoras de rádio FM	03
Jornais diários	02
Jornais semanais	01
Revistas	02
Canais de tv locais	03
Canais de tv retransmissores	05

Fonte: Prefeitura Municipal de Presidente Prudente

- **Hotéis e restaurantes**

A cidade de Presidente Prudente possui uma rede hoteleira com capacidade para 2.100 vagas. No segmento de restaurantes, destacam-se as churrascarias.

**QUADRO 9:** Quantidade de Hotéis e Restaurantes

RAMO DE ATIVIDADE	QUANTIDADE
Hotéis	45
Restaurantes	19

Fonte: Prefeitura Municipal de Presidente Prudente

- **Igrejas**

Atualmente o município de Presidente Prudente possui 25 igrejas.

- **Transportes**

Presidente Prudente possui inúmeras empresas de transportes rodoviários, interligando-a com as principais capitais brasileiras e com o interior de São Paulo, Paraná e Mato Grosso do Sul. Em 1998, o movimento total de ônibus ultrapassou a 100.000 partidas do Terminal Rodoviário, transportando cerca de 200.000 passageiros/mês. Companhias Aéreas que operam em Presidente Prudente são: TAM, Pantanal Linhas Aéreas e BRA .

**QUADRO 10:** Quantidade de Empresas de Transporte

RAMO DE ATIVIDADE	QUANTIDADE
Transporte Rodoviário	14
Transporte Ferroviário	01
Transporte Aeroviário	03

Fonte: Prefeitura Municipal de Presidente Prudente

- **Ensino**

A educação infantil (0 a 6 anos) possui 45 estabelecimentos. O ensino fundamental e médio representa um total 43.381 alunos , com 47 escolas da rede estadual e 24 escolas da rede pública, sendo que são 34.513 alunos no primeiro grau e 8.868 alunos no segundo grau.

**QUADRO 11:** Quantidade de Estabelecimentos de Ensino

RAMO DE ATIVIDADE	QUANTIDADE
Educação Infantil	45
Ensino fundamental e médio	71
Ensino superior	04
Ensino profissionalizante	08

Fonte: Prefeitura Municipal de Presidente Prudente

No ensino superior, o município constitui pólo regional, atendendo, principalmente o sudoeste paulista, noroeste paranaense e o Estado de Mato Grosso do Sul. As instituições de ensino superior de Presidente Prudente são: UNESP - Universidade Estadual Paulista (universidade pública), UNOESTE - Universidade do Oeste Paulista (universidade particular), Instituição Toledo de Ensino (instituição particular) e IESPP – Instituto de Ensino Superior de Presidente Prudente.

O ensino profissionalizante do município é oferecido pelas instituições:

- SESI = Serviço Social da Indústria, com 2.064 alunos, distribuídos em 5 áreas;
- SENAC = Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, com 2.364 alunos, distribuídos em 10 áreas;
- SENAI = Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, com 436 alunos, distribuídos em 3 áreas.
- Colégio Braga Mello
- Colégio Criarte
- Colégio Estadual Agrícola
- UD
- Cólégio de Curtimento de Couro

- **Indústria**

Predomina a produção de bens de consumo não-duráveis, relacionados à produção agropecuária. Principais produtos: produtos pecuários e frigoríficos, alimentos, óleos e gorduras vegetais.

O setor secundário do município apresenta cerca de 445 indústrias cadastradas na Prefeitura Municipal, que empregam 6.461 pessoas, ou seja, 14,8% do total de empregos do município. Complementando o contingente de mão-de-obra deste setor, há a construção civil que gera 4.727 empregos, o que significa 10,8% do total do município.

Presidente Prudente tem instalado 03 Distritos Industriais, dos quais 02 são não poluentes, com uma área total de 1.030.000 m<sup>2</sup>, e um novo em fase de implantação, cuja área será de 299.300 m<sup>2</sup>.

Distrito Industrial = área total de 45 Alqueires

- NIPP II - Núcleo Industrial de Presidente Prudente com uma área de 18 alqueires, em fase de implantação.
- NIPP III – Núcleo Industrial Não Poluente "Belmiro Maganini", com uma área aproximada de 04 alqueires, 51 indústrias, destacando-se aquelas de aparelhos eletrônicos, equipamentos rodoviários, cozinha industrial, indústria de plásticos, equipamentos agrícolas, química, confecções, aparelhos hospitalares, esquadrias metálicas, produtos farmacêuticos, cosméticos, calçados, refrigerantes, serralherias, móveis entre outras.
- NIPP IV - Distrito Industrial Não Poluente "Antônio Onofre Gerbasi" que ocupa cerca de 03 alqueires com 24 indústrias tais como de pré-moldados, baterias, produção de sementes, lajes, argamassa, lapidação de pedras, mármore e granito, madeiras, serralherias, móveis, entre outras.

Atualmente, Presidente Prudente possui 105 indústrias nos distritos industriais, atendendo as necessidades da região, bem como exportando produtos para o exterior.

Estes números expressam o grau de importância da cidade no contexto regional, abrangendo cerca de 58% das sedes de indústrias associadas a FIESP/CIESP, que se encontram instaladas na 10ª Região Administrativa.

Principais Produtos Industrializados em Presidente Prudente: Produtos Alimentícios, Bebidas, Laticínios, Usina de Álcool e Açúcar, Curtumes e derivados do Couro, Calçados, Vestuário e Artefatos de Tecidos, Metalúrgicas, Gráfico, Mobiliária, Químico, Farmacêutico e Veterinário, Borracha, Materiais Eletrônicos e de Comunicação, Plásticos, Produtos Agropecuários, etc.

### **3.6 TEODORO SAMPAIO**

Infra-estrutura de apoio turístico e informações básicas do município

- **Datas principais**
    - Fundação: 07 de janeiro de 1952.
    - Emancipação Municipal: 28 de fevereiro de 1964. Aniversário: 07 de janeiro de 1952
- Nome do Santo Padroeiro: NOSSA SENHORA APARECIDA

- **Origem do nome:**

O nome do povoado foi em homenagem ao engenheiro que fez o primeiro levantamento das terras do Pontal do Paranapanema (1886) — Engenheiro THEODORO FERNANDES SAMPAIO.

- **Histórico da região do pontal do paranapanema**

A área do território paulista denominado Pontal do Paranapanema situa-se no extremo oeste do Estado de São Paulo, no triângulo formado pelos rios Paraná e Paranapanema. O Pontal é parte integrante da região chamada Alta Sorocabana.

Em meados do século XIX, o território do oeste paulista era desconhecido e despovoado. Apenas ocorriam esparsos agrupamentos indígenas, quase todos de origem Tupi-Guarani, dispersos pela área.

O trabalho de caráter científico mais antigo que se conhece sobre o Vale do Paranapanema - “Considerações Geográficas e Econômicas sobre o Vale do Paranapanema” - do. Engenheiro Theodoro Sampaio, que, participando da Comissão Geográfica e Geológica do Estado de São Paulo, explorou em 1886 o Rio Paranapanema desde a nascente até a foz do Rio Paraná.

Os índios existentes na região foram praticamente exterminados, com a “colonização”, salvo uns poucos que fugiram para o Paraná e Mato Grosso do Sul. Atualmente, da civilização indígena, restam apenas algumas peças de cerâmica que fazem parte do acervo do Museu do Parque Nacional do Morro do Diabo.

A ocupação do Oeste Paulista somente se efetivou com a abertura da Estrada de Ferro Sorocabana.

- **Histórico do município:**

Teodoro Sampaio ocupa terras que faziam parte da Fazenda Cuiabá. A escritura da fazenda é datada de 11 de janeiro de 1853, transcrita em 28 de junho de 1880, em Santa Cruz do Rio Pardo.

Após sucessivas vendas a fazenda foi dividida em três “quinhões” conforme decisão processada pelo juízo de Direito de Presidente Prudente.

O primeiro quinhão, com 19.840 alqueires, pertencia ao Sr. Cândido Alves

Teixeira, que vendeu 1.200 alqueires para o Coronel José Pires de Andrade, em 09 de agosto de 1949, que por sua vez os vendeu em 30 de abril de 1951 para a Organização Colonizadora Engenheiro Theodoro Sampaio S/C, firma fundada em 18 de outubro de 1950, na cidade de Marília (SP), por José Miguel de Castro Andrade e Odilon Ferreira.

Dentro da área adquirida pela Organização Colonizadora, foi idealizada a formação de um patrimônio. Em 07 de janeiro de 1952 (dia e mês coincidentes com o nascimento do Engenheiro Theodoro Sampaio — ocorrido em 07 de janeiro de 1855) José Miguel de Castro Andrade e Odilon Ferreira fundam o povoado de Theodoro Sampaio. Na época da fundação o governador do Estado de São Paulo era Lucas Nogueira Garcez. Despontou assim um núcleo habitacional que logo foi elevado a distrito pela lei n.º 5.285 e instalado em 03 de abril de 1960.

Em 28 de fevereiro de 1964, a lei 8.092 criava o município de Teodoro Sampaio, desmembrando-se do município de Marabá Paulista. O governador de Estado na época era o Sr. Ademar Pereira de Barros. A primeira eleição municipal ocorreu em 07 de março de 1965, sendo eleitos o comerciante José Natalício dos Santos para prefeito, e o administrador Pedro Ginez Abellan para vice. A posse do Prefeito, do Vice-Prefeito e da Câmara Municipal ocorreu em 21 de março de 1965, data em que se comemora a emancipação política-administrativa do município de TEODORO SAMPAIO.

O atual Prefeito é Paulo Alves Pires, com mandato até 31/12/2004.

- **Feriados municipais**

Dia: 21 de março

Motivo: Emancipação política-administrativa do município.

Dia: Paixão (data móvel)

Motivo: Sexta feira Santa

Dia: Corpus Christi (data móvel)

Motivo: feriado religioso

Dia: 02 de novembro

Motivo: Finados

- **Localização**

Latitude 22°. 31' 52" latitude sul (5).

Longitude.: 52°. 10' 03" longitude oeste (W).

No Estado de São Paulo o município de Teodoro Sampaio está situado no extremo oeste, na região do Pontal do Paranapanema, fazendo parte da 10ª. Região Administrativa de Presidente Prudente, na Alta Sorocabana. No Brasil, o município faz parte da região Sudeste e da região geoeconômica do Centro-Sul.

- **Limites**

*Norte:* com os municípios de Presidente Epitácio e de Marabá Paulista.

*Sul:* com o Estado do Paraná, tendo como divisa natural o rio Paranapanema.

*Leste* com o município de Mirante do Paranapanema.

*Oeste:* com os municípios de Euclides da Cunha Paulista e de Rosana, e com o Estado do Mato Grosso do Sul, tendo como divisa natural o Rio Paraná.

- **Fuso horário**

O município se encontra no segundo fuso horário brasileiro (horário de Brasília) — 03 horas a menos de Greenwich.

- **Dimensões**

Área 1.556,6 km<sup>2</sup>

- **Relevo**

O município de Teodoro Sampaio está situado no Planalto Ocidental Paulista, uma subdivisão do Planalto Meridional ou Arenito-Basáltico. O relevo apresenta terrenos planos com leves ondulações, inclinando-se em direção aos rios Paraná e Paranapanema.

O solo da região é derivado de rochas sedimentares, formadas principalmente por arenito-caiuá — resultado da compactação da areia.

- **Vegetação**

A cobertura vegetal outrora existente em todo o Pontal do Paranapanema é encontrada hoje apenas no Parque Estadual do Morro do Diabo e em alguns

pontos esparsos da região. A vegetação é classificada como Floresta Latifoliada Tropical Semidecídua, constituindo a maior porção contínua de Mata Atlântica do interior do Estado de São Paulo. Essa floresta tem como característica principal a queda parcial das folhas durante a época da seca, em algumas espécies, como ipês, cedros, guaritás e cajaranas.

O Parque Estadual Morro do Diabo — localizado no município de Teodoro Sampaio — com uma área de 33.845,33 hectares, guarda a última grande área de floresta de planalto, uma vegetação que um dia já cobriu todo o Oeste Paulista. Por essa razão, é a área natural de maior importância a ser preservada em todo o Oeste do Estado de São Paulo.

A antiga Reserva do Morro do Diabo, criada em 1941 para fins de conservação da flora e da fauna e para o estabelecimento de florestas protetoras remanescentes, passou à categoria de Parque Estadual por força do Decreto nº 25.342, de 4 de junho de 1986, abrindo amplas perspectivas para a proteção, conservação e planejamento de uso da área. O Instituto Florestal, órgão da Coordenadoria de Informações Técnicas, Documentação e Pesquisa Ambiental da Secretaria de Estado do Meio Ambiente é o responsável pelo gerenciamento e manejo desta e de outras Unidades de Conservação no território paulista, perfazendo uma superfície superior a 800 mil hectares, correspondendo a cerca de 3% da área total do Estado.

**FOTO 3:** Morro do Diabo



Com suas características de solo, flora e fauna próximas da situação primitiva, representa os ecossistemas originais da região, destruídos pela

ocupação e pelo desmatamento irracionais. Classificada como floresta estacional semidecidual, a floresta desta importante unidade de conservação tem como característica principal a queda das folhas durante a época da seca, em algumas espécies como ipês, cedros e guaritás. O Parque abriga a maior reserva de peroba-rosa do Estado, espécie ameaçada pelo desmatamento, devido à grande procura por sua madeira.

A unidade abriga ainda grande parte das espécies da nossa fauna silvestre. Pode-se perceber a riqueza faunística por pegadas deixadas à beira de córregos, caminhos e estradas internas, sendo comum avistar-se indivíduos e até bandos de animais. Por ser uma das últimas florestas do interior, a sobrevivência dessa fauna está intimamente ligada à integridade da floresta, de onde provém sua alimentação e abrigo. O Parque possui pelo menos 300 espécies de aves das 1.600 conhecidas no Brasil e animais de grande porte como a anta e a onça pintada, entre outros. As matas protegidas são um dos últimos refúgios, no mundo, para o mico-leão-preto, uma das espécies ameaçadas de extinção que vivem no Parque Morro do Diabo.

O Parque dispõe de centro de visitantes, trilhas interpretativas monitoradas e hospedaria, destinadas a apoiar as atividades de educação ambiental desenvolvidas na unidade. A visitação pública é geralmente constituída por estudantes e outros grupos organizados. Para tanto é necessário marcar as visitas com antecedência, uma vez que a procura é grande e a capacidade de atendimento é de 50 pessoas por dia, limite estabelecido para minimizar os impactos causados pelo uso público na área.

São recebidas exclusivamente as visitas marcadas com antecedência. Deve-se sempre obedecer às instruções do guia. Não é permitida a entrada de bebidas alcoólicas em qualquer local do parque. Há espaço para lanche no alto do morro, contanto que se leve de volta o lixo que for produzido. É proibida a coleta de plantas ou animais. O traçado da trilha deve ser respeitado, não abrindo picadas ou atalhos. Os limites para locais perigosos ou trechos interditados não devem ser ultrapassados. Não é permitido correr ou brincar pelas trilhas ou pontos, tampouco atirar objetos em lagos ou rios. Escrever em árvores, pedras ou construções é um ato condenável, assim como fumar ou produzir fogo em

qualquer localidade do parque. O acesso à sede do Parque é feito pela rodovia vicinal do Córrego Seco.

- **Hidrografia**

O município faz parte da bacia hidrográfica do Paraná, ficando situado entre dois grandes rios: Paraná, ao norte e o seu afluente Paranapanema, ao sul. As águas dos dois rios foram represadas devido à construção das Hidrelétricas Escola Politécnica (Taquaruçu) e Rosana, no rio Paranapanema, e Engenheiro Sérgio Motta (Porto Primavera), no rio Paraná. O município de Teodoro Sampaio teve parte de suas terras alagadas pelos reservatórios das usinas de Rosana e Engenheiro Sérgio Motta.

Entre os afluentes do Paraná e do Paranapanema, situados no município de Teodoro Sampaio ou nas divisas dele, citamos:

- a) afluentes do rio Paraná (margem esquerda): ribeirão Água Sumida (ou da Lagoa ou da Cachoeira), ribeirão das Pedras, córrego da Areia Branca, ribeirão Laranja Azeda, ribeirão Laranjeira e córrego Guaná;
- b) afluentes do rio Paranapanema (margem direita): ribeirão Cuiabá, córrego Águas Claras, córrego Seco, córrego Cana Brava (ou Criciúma), córrego São Carlos, córrego Sete de Setembro, córrego Sapé (ou do Diabo ou Tuiuiú), ribeirão Cachoeira do Estreito (ou Bonito), córrego do Evaristo (ou da Estação ou do Estreito) e ribeirão do Engano.

- **Altitude**

A altitude da cidade de Teodoro Sampaio é de 321 metros acima do nível do mar. No distrito de Planalto do Sul a altitude é de 385 metros.

A altitude máxima do município é a do MORRO DO DIABO — 599,5 metros.

- **Clima**

O município está localizado na zona climática tropical. O clima apresenta característica de transitoriedade entre o *tropical*, que domina a maior parte do Planalto Ocidental Paulista e o *subtropical*, típico do interior da Região Sul. O Pontal do Paranapanema mantém contatos com as massas de ar tropical (quente) e polar (fria) durante todo o ano.

- **Economia**

As principais atividades econômicas do município foram à cotonicultura (cultura do algodão) e a cafeicultura. Atualmente, a criação de gado bovino de corte e leiteiro toma conta do setor. A área de pastagens cultivadas no município chega a 71,260 hectares.

Já a agricultura, que ocupa uma área de 13.630 hectares, é mais diversificada, com lavoura de cana-de-açúcar, milho, algodão e mandioca. O maior estabelecimento industrial do município é a Usina de Álcool e Açúcar — Destilaria Alcídia, que produz álcool anidro, álcool hidratado e açúcar cristal. Diversas olarias se encontram próximas ao rio Paranapanema, bem como nas proximidades do perímetro urbano de Teodoro Sampaio. Produzem lajotas, tijolos, telhas, capas, atendendo o município e a região.

- **Educação**

O município de Teodoro Sampaio pertence à Delegacia de Ensino de Mirante do Paranapanema. Conta com uma Escola Municipal, dez Escolas Estaduais e duas Escolas Particulares. O número de alunos matriculados (em 1996): Rede Municipal - 668, Rede Estadual - 5.522 e Rede Particular - 99.

- **Saneamento básico**

O abastecimento de água e a coleta de esgoto estão sob a responsabilidade da Sabesp. O abastecimento de água chega a 100%. O sistema de esgoto tem um índice de 70% de coleta.

- **Energia elétrica**

A energia elétrica do município é fornecida pela Cesp, proveniente da subestação da Usina Hidrelétrica de Taquaruçu.

- **População**

**QUADRO 12:** Distribuição Demográfica

Área Urbana	15.920 habitantes
Área Rural	4.081 habitantes

Fonte: IBGE

A população urbana do município chega a 79% (censo de 2.000). Em 1996 era de 85%. Nota-se que a população urbana do município diminuiu de 1996 a 2000, enquanto que a população rural cresceu no mesmo período. O maior crescimento da população rural do município ocorreu devido à implantação dos assentamentos de reforma agrária.

Dos 15.920 habitantes da zona urbana em 2000, 14.806 moravam na cidade de Teodoro Sampaio e 1.114 na área urbana do distrito de Planalto do Sul.

- **Densidade demográfica**

A densidade demográfica, ou população relativa, é o número de habitantes por área, e é encontrado dividindo a população absoluta (20,001 habitantes) pela área do município (1.556,6 km<sup>2</sup>). A densidade demográfica do município de Teodoro Sampaio é de 12,8 hab. / km<sup>2</sup>. Essa baixa densidade demográfica classifica o município como pouco povoado.

- **Sistema de transportes**

Sistema Rodoviário - duas rodovias municipais passam pelo município de Teodoro Sampaio:

- a) Rodovia Arlindo Bétio — SP 613 — liga Teodoro Sampaio a Euclides da Cunha Paulista, Primavera e Rosana, interligando o norte do Paraná e o sul de Mato Grosso do Sul (por balsa).
- b) Rodovia General Euclides de Figueiredo — SP 563 — conhecida por Rodovia da Integração, liga a sede do município à Presidente Venceslau e ao trevo da rodovia Olímpio Ferreira da Silva (SP-272), interligando as cidades de Mirante do Paranapanema e Presidente Prudente (através da rodovia Assis Chateaubriand — SP 425). Um prolongamento da Rodovia da Integração liga o trevo da cidade

de Teodoro Sampaio à Usina Hidrelétrica de Taquaruçu e ao norte do Paraná.

As principais rodovias vicinais do município são: SPV-31 que liga Teodoro Sampaio ao distrito de Planalto do Sul; SPV-28, entre Teodoro Sampaio e o bairro rural Córrego Seco e a sede do Parque Estadual Morro do Diabo; e a SP-24 que vai do trevo da SP 613 à Destilaria Alcídia.

O transporte intermunicipal é efetuado pela Empresa de Transportes Andorinha, de Presidente Prudente(SP), que interliga o município com as demais localidades.

Sistema Ferroviário - o município era servido pela Fepasa, através do ramal de Dourados, atualmente desativado.

Sistema Hidroviário - situado entre dois grandes rios, Paraná e Paranapanema, o transporte hidroviário (o mais barato) deveria ser mais utilizado. A construção de uma eclusa na Usina Hidrelétrica de Porto Primavera ligará o lago de Itaipu com o sistema de navegação do rio Tietê, via Jupia e Três Irmãos, ampliando assim a Hidrovia Tietê-Paraná.

*Sistema Aéreo* - o município conta com um aeroporto asfaltado, situado a 7 km da cidade, com capacidade para pouso e decolagem de aviões do tipo Bandeirantes e similares.

- **Comércio**

O município conta com vários estabelecimentos comerciais e de serviços que dão atendimento à sua população.

- **Serviços bancários**

A cidade de Teodoro Sampaio conta com as seguintes agências bancárias: Banco do Brasil S.A., Banespa e Bradesco.

- **Hotelaria**

Hotel Brasil, Hotel Comercial e Mini Hotel, todos localizados na principal via da cidade - Avenida Cuiabá.

- **Saúde pública**

O município conta com um Hospital Regional, mantido pela Associação Filantrópica de Teodoro Sampaio, situado à Alameda Juscelino Kubistchek, 1.430. O Hospital está equipado com duas salas de cirurgia e uma de parto, e 67 leitos — entre apartamentos, quartos, maternidade, pediatria e enfermaria, sendo duas para isolamento. Há também um Centro de Saúde — Rua José Miguel de Castro Andrade, 1.186, três P. A. 5. (Posto de Atendimento de Saúde (Bairro da Estação, Planalto do Sul e Gleba Água Sumida), um Centro de Reabilitação Humana (fisioterapia), dois Laboratórios de Análises Clínicas (um municipal e outro particular), seis Farmácias (sendo uma no distrito de Planalto do Sul) e vários consultórios médicos e clínicas odontológicas. Funciona também no município a Vigilância Sanitária da SUCEM.

- **Comunicações**

- a) Telefonia - serviços sob a responsabilidade da Telesp.
- b) Correios - agência situada à Rua Victório Scapin, 915. CEP da cidade 19280-000.
- c) Sinais de IV - Rede Globo (via TV Fronteira), Rede Cultura, Rede Bandeirantes, Rede Manchete e SBT.
- d) Emissora de Rádio - Rádio Universal - AM;
- e) Jornais - “O Pontal de Teodoro Sampaio — publicação quinzenal, circula nas cidades do Pontal do Paranapanema.

- **Eventos culturais, cívicos, religiosos e esportivos**

Principais eventos do município:

- *Janeiro* - Folia de Reis.
- *21 de março* - aniversário de emancipação política-administrativa de Teodoro Sampaio (desfile, ato cívico, atividades culturais, recreativas e esportivas).
- *Março* — data móvel - festa do Peão Boiadeiro, no recinto municipal de exposições e eventos, sob a promoção do Clube de Laço Cinco Pontas

(montarias em cavalos e touros, mesa da amargura, fest-bois, provas do laço, shows musicais, desfiles de cavaleiros).

- *Data móvel* — Corpus Christi - procissão pelas ruas da cidade, enfeitadas com tapetes de serragem, pó de café, flores, etc.).
- *Segunda quinzena de maio* - corrida de pedestres Romualdo Andrade.
- *Junho* — Festas Juninas nas escolas do município.
- *07 de setembro* - Torneio de Futebol Sete de Setembro — Estádio Sebastião Furlan.
- *12 de outubro* - festa da Padroeira NOSSA SENHORA APARECIDA promovida pela paróquia e comunidade católica.

- **Lazer**

Áreas de lazer do município:

- Piscina Pública Municipal;
- Quadra Municipal “Bonifácio Rodrigues da Silva”
- Zerão ( pista para caminhadas na Vila São Paulo);
- Prainha do Ribeirão Cuiabá;
- Clubes Recreativos — Taquaruçu, Clumig (Clube Minas Gerais), Pontal Country Club, AATS (Associação Atlética Teodoro Sampaio), Banespinha, AABB (Associação Atlética Banco do Brasil), Kaikan, Associação Sabesp e SAPS (Sociedade Amigos do Planalto do Sul).

- **Parque estadual “Morro do Diabo”**

As lendas que explicam o nome diabólico do Morro são muitas. Acredita-se que os índios kaiaking, que viviam na região no início do século, eram guerreiros. Numa das missões bandeirantes, eles teriam lutado e matado os brancos, enterrados seus corpos no topo do Morro e deixado amostra sua fúria para quem chegasse. Outra lenda diz que aquele lugar era muito difícil de ser alcançado, era quente e reservava doenças para os viajantes — o Morro era “coisa do diabo”.

Para chegar ao topo do Morro há uma subida dura — uma trilha de 1.300

metros, que leva em média 40 minutos para ser percorrida. A paisagem vai ficando ainda mais deslumbrante conforme se conquista mais altura. De cima é possível se ter uma vista geral do Parque e do seu entorno.

Eis uma das frases extraídas de uma placa de madeira na entrada da trilha para o morro:

*“Aqui, nada se mata, a não ser o tempo...*

*Nada se tira, a não ser fotografias...*

*Nada se deixa, a não ser pegadas...*

*Nada se leva, a não ser boas recordações...”*

- **Rio Paranapanema**

O rio Paranapanema pode ser aproveitado como potencial turístico para pesca esportiva e esportes náuticos. Fica a 2 km de Teodoro Sampaio.

- **Rio Paraná – Porto X**

Há potencial para pesca esportiva e profissional, ideal para implantação de projetos visando o Turismo da Pesca. Localiza-se no município de Teodoro Sampaio, a 50 km da cidade.

- **Ribeirão Cuiabá**

Rio de águas rasas, a 3 km da cidade, próximo ao trevo. Bom para banhos no verão e ótimo para prática de esportes náuticos. Com potencial para construção de um balneário.

- **Parque aquático “Pouso da Garça”**

Localizado às margens do Rio Paranapanema, com piscinas, brinquedos para crianças, praia artificial, pedalinho e prática de esportes náuticos.

- **Sítios arqueológicos do Paranapanema**

Os registros dos arqueólogos mostram que a Bacia do Paranapanema já era habitada há 8 mil anos. Os sinais da presença humana podem ser observados nos vestígios arqueológicos encontrados. A região fértil formada pela Bacia do Paranapanema foi propícia aos grupos de caçadores e coletores, bem como à formação das primeiras tribos indígenas da região, resultado de migrações de várias etnias.

Os índios caçadores-coletores lascavam pedras para fabricar ferramentas e pontas de flecha para caçar os animais. Eles buscavam regiões abundantes em rochas areníticas que apresentassem condições ideais para lascas, como ocorre em toda a Bacia do Paranapanema e no Sul do Brasil.

- **Teodoro Sampaio atual**

O potencial turístico da região de Teodoro Sampaio está apenas começando a ser explorado. É um município de pequeno porte, com atrativos e recursos naturais e que precisa de planejamento que fundamente as políticas públicas e privadas do turismo.

As atrações naturais são os rios Paraná e Paranapanema e o Parque Estadual Morro do Diabo. Os dois rios podem ser aproveitados como potencial turístico para a pesca esportiva e a prática de esportes náuticos, principalmente o rio Paranapanema — mais próximo da cidade. Está sendo estudada a viabilização de um balneário.

O sítio arqueológico é rico em informações dos primeiros habitantes da região — os índios Tupi-Guaranis. Por meio de artefatos e pinturas rupestres os cientistas têm a possibilidade de desvendar a cultura dos nossos antepassados e de entender o presente. O sítio arqueológico é muito pouco divulgado e visitado.

Estratégias, diretrizes e plano de desenvolvimento turístico estão sendo discutidos, através de uma parceria entre o SEBRAE e a Prefeitura de Teodoro Sampaio com a participação da comunidade local. O SEBRAE efetua seus estudos com base na metodologia do PNMT.

Em Teodoro Sampaio, em março de 2002, foi formado o Conselho Consultivo do SNUC — Sistema Nacional de Unidades de Conservação, onde

foram propostas as atividades que poderão ser desenvolvidas no entorno do Parque, segundo a resolução do CONAMA — Conselho Nacional do Meio Ambiente.

O desenvolvimento do Turismo passa por uma vontade política e decisão de todos aqueles que estão efetivamente empenhados no desenvolvimento do turismo local.

#### **FOTO 4 - Satélite – Morro do Diabo**



### **3.7 Estância turística de Presidente Epitácio**

- **História do município**

Presidente Epitácio tem suas raízes fincadas em um solo muito fértil: o Oeste do Estado de São Paulo. Um Território descoberto em meados do século 19 por desbravadores mineiros, quando ainda era um vasto sertão de campos e matas exuberantes, de quem o restante do País apenas começava a ouvir falar. Embora tendo sido visitada pelo homem branco, que veio confrontar-se com os índios nativos, esta região continuou por mais dezenas de anos, aparecendo nas cartas geográficas primitivas, como território desconhecido. Só em 1905, foi projetada a primeira estrada que iria cortar o sertão, a partir de Campos Novos do Paranapanema, no Paraná e dali, transpondo as águas, ao Estado do Mato Grosso.

O iniciador dessa empreitada foi o médico paulista Francisco Tibiriçá, que obteve concessão governamental para construção da estrada. Foi uma jornada colossal. Por essa via de chão bruto aberto dentro da floresta escura, e que recebeu o nome de boiadeira, seria transportado o gado comprado no Mato Grosso, por fazendeiros de São Paulo.

Mas, para as rezes cruzarem as águas, era preciso construir também um porto, no rio Paraná, que divide os dois Estados. Francisco Tibiriçá determinou que as obras fossem ameaçadas. No entanto, doente, Tibiriçá voltou para São Paulo. Substitui-o na jornada, seu sócio, o Coronel Arthur de Aguiar Diederichsen que contratou para administrar o projeto, o gerente das suas fazendas em Ribeirão Preto, Francisco Witaker.

Muitos trabalhadores foram mortos pelos índios, os bichos selvagens e as doenças, comuns na frente de desbravamento. As adversidades não foram suficientes para impedir a marcha daqueles homens audazes, que a todo custo queriam domar o imenso sertão. A Estrada Boiadeira foi concluída, o Porto Tibiriçá (homenagem a Francisco Tibiriçá), ficou pronto em 1908. A ingente batalha tinha sido finalmente vencida.

Naquele mesmo ano, a empresa Diederichsen & Tibiriçá (fundada por Francisco Tibiriçá e o Coronel Arthur de Aguiar Diederichsen), trocou o nome. Passou a chamar-se Companhia de Viação São Paulo - Mato Grosso. Seus negócios se expandiram, um deles, a compra de gado do Mato Grosso, o transporte pela Boiadeira, e venda aos criadores do Estado de São Paulo.

Porto Tibiriçá ganhou forte impulso. Ao seu redor, nasceu um patrimônio, batizado de Vila Tibiriçá. Em 1919, recebeu outro nome, Presidente Epitácio, homenageando o presidente da República, Epitácio Pessoa da Silva. A ferrovia chegou ao local em 1922, trazendo com ela mais gente, mais negócios, mais progresso.

Dia 13 de maio de 1936, Presidente Epitácio foi promovida a distrito de paz. Logo, a comunidade iniciou o movimento por nova ascensão. Deu certo. Em 24 de dezembro de 1948, tornou-se município, instalado em 27 de março de 1949. Dia 31 de dezembro de 1958, foi criada a comarca, e instalado no dia 20 de dezembro de 1963.

Entretanto, era preciso ainda ascensão, esta, com base no turismo, por ser o lugar contemplado pela natureza com ar puro, muito verde, um rio de

muitos atrativos, que é o Rio Paraná.

- **Gestão turística**

No município de Presidente Epitácio, há muitos programas relacionados à atividade turística. Atualmente existem mais de 36 programas. Os programas relacionados à Educação Ambiental são: Programa de Educação Ambiental; Curso para formar agentes ambientais; Reflorestamento; Resgate arqueológico; Monitoramento de clima (antes e depois); Controle de erosão; Repovoando o rio com os peixes de várias espécies; PNMT ; PDAT (Sebrae); CONTUR; CESP.

- **Navegando pelas águas do Rio Paraná**

A CESP com a formação do reservatório da UHIE, engenheiro Sérgio Motta (Porto Primavera), localizado no Rio Paraná, está provocando a submersão de uma intensa área. Como uma das medidas, vem desenvolvendo um Programa de Educação Ambiental, que visa informar e conscientizar a população direta e indiretamente afetada pelo complexo hidrelétrico dos principais aspectos do empreendimento e seus impactos sobre os meios físicos e sócio-econômicos, bem como das medidas tomadas para minimizar os impactos. Desta forma a população ciente das conseqüências advindas desse empreendimento poderá cooperar com a preservação e recuperação dos remanescentes naturais

- **Objetivos gerais do programa**

Formar multiplicadores de informação e parceiros na preservação e recuperação dos remanescentes naturais dos municípios impactados pelo reservatório através das redes escolares e pessoas diretamente impactadas; como oleiros; pescadores; produtores rurais e beneficiários aos programas de reassentamento urbano.

**FOTO 5:** Pôr do Sol



- **Atividades**

Atividades educativas no Rio Paraná, com o Barco Água Vermelha, com capacidade para transportar 40 passageiros, equipado com som, retroprojeto, televisão, vídeo cassete e ar condicionado.

As atividades no barco consistem em uma palestra e percurso de 1:30h, navegando pelo Rio Paraná e afluentes, possibilitando aos participantes uma visão diferenciada do rio, suas ilhas, margens, problemas ambientais e suas belezas naturais.

- **Público atingido**

O público atingido nesta atividade até novembro de 2001 foi de aproximadamente 25.000 pessoas.

- **Planejamento, limpeza pública – Grande prioridade.**

Atendendo determinações do prefeito Adhemar Dassie. o Secretário Municipal de Planejamento e Engenharia, Luiz Antônio Raizaro, desenvolveu no ano de 1999 uma série de programas visando à melhoria na limpeza pública do município. Foram contratados novos “garis e margaridas” para a varrição, mais

homens para a capinação e ainda a aquisição de um caminhão F —16000, zero quilômetro, com capacidade para seis toneladas para coleta do lixo da cidade. Com a necessidade de mudar o local do lixão de local — o antigo já não comportava mais e a Justiça condenou a prefeitura e os proprietários do terreno para essa mudança, Dassie solicitou aos secretários de planejamento e obras a criação de uma usina de reciclagem de lixo, a fim de solucionar o problema e gerar renda para a cidade.

Um terreno na vicinal Epitácio/Caiuá já estava destinado para a construção da usina de reciclagem de lixo, mas com o alto custo da mesma e a não realização de um consórcio intermunicipal, o prefeito decidiu construir, dentro das normas da Cetesb, um novo aterro sanitário, onde todo o lixo já está resolvido. O aterro sanitário de Presidente Epitácio é o primeiro a ser autorizado pela Cetesb em toda a região.

- **Horto florestal**

Sob a responsabilidade da Secretaria de Planejamento, o Horto Florestal Municipal produziu em 1999 mais de três mil mudas de oitis, quinhentas mudas de pingo-de-ouro e mais de sessenta cambarás. Estas mudas estão sendo plantadas em todo o município de Epitácio com orientação técnica aos moradores.

As mudas de oitis não danificam as calçadas e são distribuídas gratuitamente no Horto Florestal. Somente em 99 foram entregues mais de 2.500 mudas de árvores nativas para moradores da área rural, principalmente onde existem rios e córregos, para ampliação da mata ciliar.

- **Uma cidade em obras**

O maior desenvolvimento turístico, urbano, rural e administração está acontecendo na Estância Turística de Presidente Epitácio. Obras que totalizam mais de R\$ 100 milhões estão sendo executadas no município da Estância Turística de Presidente Epitácio, com recursos oriundos da Companhia Energética de São Paulo (CESP), da Companhia de Saneamento Básico de São Paulo (SABESP), do Departamento de Estradas de Rodagem (DER), da

Secretaria de Esportes e Turismo (SEI), bem como com recursos próprios.

O Novo Parque Municipal O Figueiral, o Cais do Porto, a Proteção das Encostas, o Anel Viário, o Trevo de acesso à cidade, asfaltos, duplicação de rodovias, a construção de rede de esgoto, implantação de galerias de águas pluviais, ampliação e reforma da Santa Casa.

Obras já concluídas:

Trevo — Na rodovia Raposo Tavares (SP-270). Obra do Departamento de Estradas de Rodagem — DER — com recursos do pedágio. Valor orçado em R\$ 3.6 milhões.

Recapeamento asfáltico da vicinal para o Campinal — Obra da Cesp que acabou com vários problemas causados pelos enormes buracos da rodovia num trecho de mais de 20 quilômetros.

Recapeamento e alargamento do acesso ao Novo Figueiral — Obra da Cesp que ainda tem a terceira faixa (acostamento), ciclovia e paisagismo, trecho entre a cidade e o novo parque.

Proteção das encostas — A Cesp está construindo gabiões com telas e pedras para proteger o barranco e a encosta, devido às altas ondas que se formam no Grande Lago, num trecho de mais de 10 quilômetros.

Reforma e ampliação da Santa Casa — Obras da Cesp que estão mudando a cara do mais importante centro de atendimento hospitalar, além da ampliação em mais de 1.500 metros quadrados.

Rede coletora e usina de tratamento de esgoto — Obras da Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo — Sabesp —, que passou de 30% a mais da 90% da rede de esgoto e ainda a construção de uma moderna usina de tratamento que despeja o esgoto tratado no rio Paraná.

Oficina de artesanato — A Cesp está construindo no Distrito do Campinal três barracões do Curso de Artesanato para alunos que querem trabalhar com as próprias mãos e ter renda própria. Vale ressaltar que Epitácio é o único município que tem dois locais para cursos de formação de mão de obras da Cesp

Reforma total do Centro de Saúde do Campinal — Atrves de convênio e parceria, a Prefeitura está reformando totalmente o Centro de Saúde do Campinal, com troca total do telhado, do piso, da rede elétrica, sanitária e hidráulica. Foram colocados azulejos em todas as salas e corredores, pintura

total, calçadas e muros em volta e ainda ampliação com construção de garagem para ambulância e alojamento para o motorista de plantão.

Novo Cais do Porto — O Novo Cais de Porto com dois berços (atracadouros). sendo um no rio Paraná e outro na foz do Caiuázinho. O Novo Cais deverá receber embarcações de grande porte que navegam pelo Mercosul.

Casas populares — Somente administração atual foram entregues 391 casas populares construídas pela Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano — CDHU —, sendo 205 no Jardim Alto do Mirante. 50 no Jardim das Paineiras I construídas por empreitadas, além de 111 no Jardim das Paineiras II e 25 no Distrito do Campinal, construídas pelo sistema habiteto — mutirão — onde o mutuário constrói sua própria casa com custos mais baixos. Já estão iniciadas as obras de mais 60 casas que estão sendo construídas no Jardim das Paineiras III, pelo mesmo sistema, o habiteto.

Obras a serem iniciadas:

Carreira para embarcações — A Cesp deverá construir duas carreiras, sendo uma para oficinas de consertos de embarcações que cruzam o rio Paraná e outra para fabricação de novas embarcações.

Galerias de águas pluviais — Com início previsto para os próximos dias, a Cesp deverá construir galerias de águas pluviais na rua Rio Branco e avenida Tibiriçá, com tubos de concreto, acabando com um sério problema de enchentes vivido pelos moradores daqueles locais.

Urbanização da Orla — Já está previsto e em breve a Cesp deverá construir, entre o Novo cais do Porto e a Praia da Orla, vários equipamentos turísticos.

Casas populares Cesp — A empresa constrói 180 casas populares no Jardim Alto do Mirante para ribeirinhos atingidos pelo reservatório e novo cais do porto.

Casas populares CDHU — Serão construídas mais 300 casas populares pela CDHU nas proximidades do Jardim Alto do Mirante.

Asfalto Campinal/Rio do Peixe — São mais de cinco quilômetros de pavimentação asfáltico entre o Distrito do Campinal e a ponte do Rio do Peixe.

Recapeamento asfáltico na cidade — A Cesp deverá recapear 150 mil metros quadrados em ruas já pavimentadas em toda a área urbana.

Cobertura Praça da Criança — Através de convênio já assinado entre

o prefeito Dassie e o secretário de Estado de Esportes e Turismo, Marcos Arbaitman, será construído a cobertura total das quadras da Praça da Criança, possibilitando um melhor aproveitamento do local para as mães e para as próprias crianças. Esta obra está orçada em R\$ 136.715,00.

Iluminação do Pirangueiro — A iluminação do Estádio Municipal O Pirangueiro, que para isso, o Governo do Estado está liberando verba no valor de R\$ 30 mil.

Centro Poliesportivo — Um novo centro com campo de futebol, quadras poliesportivas e até pista de atletismo deverá ser construído pelo Governo do Estado, no valor de R\$ 211 mil.

Camarotes de fechamento do Sambódromo — Os R\$ 110 mil que seriam destinados ao Fenapesca serão usados para a aquisição de camarotes e Fechamento total do sambódromo da avenida Juliano Lima.

**PMAT:** Programa de modernização da administração tributária e da gestão dos setores sociais básicas.

- **Objetivo geral das obras**

- Melhorar a qualidade dos serviços prestados aos munícipes;
- Democratizar o acesso às informações municipais, permitindo à sociedade maior controle sobre as ações da Prefeitura;
- Criar urna estrutura Gerencial, simples, dinâmica e eficiente para a Administração Tributária, em todos seus aspectos.
- Arrecadação,
- Cobranças administrativas e judiciais. Fiscalização.
- Planejamento e estudos econômicos tributários.
- Ampliar a base de arrecadação objetivando a.
- Redução da carga tributária do município, favorecendo seu desenvolvimento.

- **Objetivos específicos**

- Principais Iniciativas a Serem Desenvolvidas
- Revisão/Redesenho dos principais processos de trabalho,

- Informatização de todos os Processos e Unidades Administrativas;
  - Instituição de Indicadores de Gestão;
  - Implantação de Contabilidade de Custos;
  - Instituir um Programa de Valorização do Servidor;
  - Instituição do Planejamento Estratégico; e,
  - Diagnóstico das Fontes de Rendas.
  - Metas e Resultados a Serem Alcançados
  - Processos Operacionais:
    - a) Melhoria na qualidade dos serviços prestados aos munícipes;
    - b) Agilidade e eficiência nos processos burocráticos internos, principalmente no atendimento ao Município e Sistema Licitatório;
    - c) Eficácia na alocação de recursos: humanos, materiais e financeiros;
    - d) Padronização de procedimentos para fins de informatização;
    - e) Padronização de custos objetivando estender o Planejamento Orçamentário às menores Divisões Administrativas: Divisões, Setores. Obras. Projetos e,
    - f) Redistribuição das Funções dentro do Organograma da Prefeitura, objetivando maior similaridade, coerência e sinergia entre as atividades das Secretarias;
- 
- **Tecnologia da informação**
    - a) Eliminar etapas dos processos de trabalho;
    - b) Sintetizar ou eliminar documentos/formulários e registros desnecessários, com aval do TC;
    - c) Viabilizar o controle de Custos e Análise de Desempenho; e,
    - d) Centralizar atividades segmentadas de atendimento ao público;
- 
- **Indicadores de gestão**
    - a) Medir a eficiência das ações governamentais em todos os níveis;
    - b) Servir de parâmetro para o Planejamento Estratégico; e,
    - c) Constituir-se em compromisso Público da Prefeitura com a qualidade dos serviços municipais;

- **Contabilidade de custos**
  - a) Mensurar os custos das Divisões, Setores, Obras, Projetos, etc., em nível de atividades, operações e itens aplicados; controlando de fato, a execução orçamentária, sob uma ótica gerencial;
  - b) Atribuir responsabilidades, a quem de fato executa o orçamento;
  - c) Servir de parâmetro para a Otimização dos Processos de Trabalho e,
  - d) Servir de parâmetro para o Planejamento Estratégico.
  
- **Valorização dos servidores**
  - a) Qualificar o funcionário público, através de aprimoramento técnico e do desenvolvimento de novas habilidades para sua readequação a novas realidades criada pelo redesenho dos processos e a informatização;
  - b) Preparar o servidor para conviver com um ambiente onde terá que cumprir metas e ser avaliado por seu desempenho e,
  - c) Instituir um Sistema de Remuneração que premie e incentive o bom desempenho, principalmente nas atividades ligadas à fiscalização e atendimento ao público.
  
- **Planejamento estratégico**
  - a) Expansão da metodologia do planejamento e controle orçamentário para todas as unidades administrativas, mesmo as menores, como Setores; este procedimento obriga o indivíduo a repensar e aprimorar, continuamente, sua forma de trabalhar, inclusive na elaboração do Planejamento; e
  - b) Criar ferramentas de gestão para o Secretariado e Prefeito;
  
- **Diagnóstico das fontes de rendas**
  - a) Determinar, através de análises comparativas de procedimentos e constituição, por *benchmark* com Administrações de Ponta, a eficácia do Sistema Legislativo Tributário de arrecadação própria;
  - b) Determinar, através de análise de processos de informação ao contribuinte, arrecadação, fiscalização e cobrança, também através de *benchmark* a eficácia do Sistema Adotado, e
  - c) Propor e implementar soluções, para Modernização do Código Tributário e Sistema de Arrecadação.

- **Calendário de eventos 2002**

- FEVEREIRO - Carnaval
- MARÇO — de 25 a 31 Aniversário do Município
- MAIO — de 01 a 05 Festa do Trabalhador / de 18 a 19 Jet Ski 2002 (2ª.Etapa)
- JUNHO — de 28 a 30 Festa do Padroeiro
- AGOSTO — dia 15 Festa de Nossa Senhora dos Navegantes
- OUTUBRO — de 06 a 14 festival Nacional de Pesca
- NOVEMBRO — 2a. quinzena Epiverão (Carnaval Temporão)
- DEZEMBRO — de 23 a 31 Natal Iluminado

- **O Carnaval**

A cidade de Presidente Epitácio já conquistou o título de melhor Carnaval de todo o Oeste Paulista. Suas Escolas de Samba produzem na Avenida Juliano Ferraz Lima (sambódromo) a maior alegria e energia já encontrada em passarelas do samba. Unidos da Ribeira e Vila Maria dividem a cidade com suas torcidas e fazem o Carnaval a maior festa do Rei Momo de toda a região. Além, é claro, do carnaval popular de 2002, sendo o 1º. Carnaval da Orla Fluvial no sambódromo e leva milhares de foliões para sacudirem alegria pelas ruas da cidade. A expectativa de público para 2002 é de 10 mil pessoas. A animação será do Grupo Herança e estarão disponíveis camarotes para oito pessoas a R\$ 300, mesas para quatro pessoas a R\$ 120 e o ingresso individual será R\$ 8, na pista próxima ao palco, será montada uma arquibancada para quatro mil pessoas com preço de ingresso de apenas um real.

- **Semana da cidade**

O aniversário do município é no dia 27 de março e tem participação ativa das escolas estaduais e municipais da cidade com desfile cívico e várias atrações e inaugurações durante a programação da semana alusiva. Efetiva participação das entidades de classe e serviços, organizações militares e importantes segmentos do comércio e indústria.

- **Festa do padroeiro**

Uma das maiores festas religiosas de toda a região é a de São Pedro, Padroeira de Presidente Epitácio. Na véspera do dia 29 de junho, dia dedicado ao Santo e feriado municipal, é realizado o Fogueirão. O Fogueirão atrai milhares de turistas de toda a região e do Mato Grosso do Sul que participam de grandes shows musicais, shows pirotécnicos, muita pipoca, milho verde, amendoim e quadrilhas abrilhantam a festa. A festa acontece no Parque Municipal Figueiral.

- **Páscoa dos militares**

No dia 29 de junho acontece a tradicional Páscoa dos Militares, onde uma missa é realizada, às 10 horas, rezada pelos padres epitacianos e por um Capelão da Polícia Militar. O ato religioso reúne militares de todas as forças.

- **Nossa Senhora dos Navegantes**

Outra festa religiosa que envolve os municípios de Presidente Epitácio e Bataguassu -Ms onde acontece uma procissão com mais de 60 embarcações entre o distrito de Nova Porto XV e Presidente Epitácio.

- **Fenapesca**

Mega shows musicais, muita beleza, feira náutica, esportes náuticos e terrestres, feira de alimentação e, principalmente, a pesca esportiva fazem parte da maior festa epitaciana, o Festival Nacional de Pesca- FENAPESCA. O Parque Municipal O Figueiral, o evento atraía cerca de 250 mil pessoas por ano, a previsão é de que esse número seja bem superior, devido à entrega das instalações do Novo Parque Municipal O Figueiral. O Fenapesca acontece em 2002 no período de 06 a 14 de Outubro.

- **Miss turismo regional**

O Fenapesca também se transforma em passarela da beleza feminina cerca de 30 candidatas ao Concurso Miss Turismo Regional concorrem ao título e a um automóvel zero Km.

- **Micareta**

Três dias de folia fora de época, assim é o Epiverão, um Carnaval que acontece em novembro e que atraiu em 1999 mais de 30 mil pessoas na Avenida Presidente Vargas e Praia da Orla. Um trio elétrico, sempre do Nordeste, anima os foliões que participam do Bloco Jacaré Elétrico; além dos pipocas que acompanham o grande caminhão rumo ao sambódromo da Avenida Juliano Ferraz Lima, onde estão instalados os camarotes.

- **Fluxo turístico**

A demanda turística no município é tanto nacional quanto regional. A maioria dos turistas que lá chegam são da região de Presidente Epitácio e há ocorrências de turistas originários dos Estados do Mato Grosso do Sul e Paraná.

Em relação ao tipo de turista, há uma grande variedade de jovens que buscam o lazer náutico e grandes eventos que acontecem no município; a terceira idade que busca o Parque Figueiral; grupos escolares e excursões são em sua maioria executados nos fins de semana e em feriados prolongados.

- **Atrativos turísticos**

Presidente Epitácio, Estância Turística por lei estadual, tomou-se o maior pólo turístico regional, com a presença de milhares de turistas que visitam a cidade para: Pesca Esportiva, Lazer, Esportes Náutico, Praias, Gastronomia e os Grandes Eventos.

Antes da formação do reservatório da Usina Hidrelétrica “Engenheiro Sérgio Motta”, ex-Porto Primavera, as águas do Rio Paraná já eram um grande atrativo, principalmente com suas imensas ilhas. Hoje o grande Lago já virou

atrativo para pescadores, que buscam peixes nobres.

O Rio Paraná é o terceiro rio mais importante do país, parte integrante da hidrovía Tietê-Paraná com seus 2.400 km navegáveis interligando Minas Gerais, Goiás, Paraná e São Paulo no Brasil e Paraguai e Argentina, na rota de desenvolvimento do Mercosul, identificando 17 pólos de turismo, 23 pólos industriais e 12 centros para distribuição de insumos agropecuários. Estimando investimentos privados da ordem de U\$ 7,8 bilhões, gerando cerca de 900 mil novos empregos nos próximos 15 anos.

No Rio Paraná, além dos recursos naturais preservados, o turista pode praticar a pesca, pois encontra uma enorme variedade de peixes, como pacu, pintado, jaú, corimba, tucunaré e o famoso dourado. É freqüente a captura de exemplares de mais de 20 kg. Vale a pena conhecer os pesqueiros mais famosos da região.

- **Pontos turísticos**

- 1 — Ponte Prof Maurício Joppert da Silva
- 2 — Novo Parque Figueiral
- 3 — Praia da Orla
- 4 — Thermas de Epitácio
- 5 — Yate Club Rio Paraná
- 6 — Vila Tibiriça
- 7 — Marina Porto Príncipe
- 8 — Lago Sérgio Motta
- 9 — Horto Florestal
- 10 — Casa do Artesão
- 11 — Colônia Alpadi
- 12 — Nova Porto XV—MS
- 13 — Toca do Peixe — MS

- **Ponte Prof. Mauricio Joppert da Silva**

A ponte Prof. Maurício Joppert da Silva mais o canal de navegação e aterro formam o complexo que interligam São Paulo com Mato Grosso do Sul.

- **Novo Parque Figueiral**

Localizado na barranca do lago, o novo Parque Figueiral, distante 3 km do centro da cidade possui 58.000 m<sup>2</sup> de áreas verdes e completa infra-estrutura, como quiosques, praia, parque infantil, área para camping, atração e rampa para embarcações. O local possui o maior palco para shows da América Latina, com cobertura de lona francesa, camarins, sala de imprensa, cerca de 20 lanchonetes, restaurante, parque infantil, camping, mirante, sanitários, bebedouros, estacionamento para 5000 veículos, pesqueiro, praia e rádio local do recinto. É o local no qual se realizam os principais eventos do município.

- **Praia da Orla**

O Parque da Orla, localizado na via marginal Juliano Ferraz Lima, numa extensão de aproximadamente 3 km entre o estádio Pirangueiro e a Praia da Orla será um dos melhores pontos de atração turística de toda região. Para tanto, serão construídos vários locais de lazer, que darão apoio aos usuários. Como:

- **Píer turístico**

Local para atracar embarcações de passageiros, com bilheterias, sala de espera, sanitários e infra-estrutura voltada ao turista.

- **Pista de cooper**

Área para caminhadas e corridas de pedestres.

- **Área para ginástica**

Para manter a forma serão construídas duas áreas para essa prática.

- **Lanchonetes**

Serão construídas lanchonetes em pontos estratégicos do Parque, para alimentação dos visitantes.

- **Playground**

Parques infantis para a criançada que visita o Parque da Orla.

- **Pergolários**

Locais com sombras para refrescar o ambiente.

- **Praças e jardins**

Paisagismo com bancos para relaxamento total.

- **Auditório**

Um anfiteatro para 200 espectadores com ar condicionado central, onde acontecerá shows, convenções, palestras e peças teatrais.

- **Marquise**

Local para exposição de arte, feiras shopping e feiras de outras naturezas.

- **Sambódromo**

Local definitivo para desfile de escolas de samba, com iluminação adequada, 500 metros de pista de passarela do samba, arquibancadas, camarotes, concentração e dispersão para os sambistas de Epitácio e Região.

- **Thermas de Epitácio**

Complexo turístico no qual possui piscinas, sauna, cascatas, toboágua, restaurantes, lanchonetes, quadras esportivas, salões de festas e hotel fazenda. Águas termais com 72 graus Celsius.

- **Casa do artesão**

Projetada para comercializar e expor obras de artistas e artesãos do município, centro de atrações pela diversidade, qualidade e beleza das peças em exposição, localizada à Rua Porto Alegre, esquina com a Av. Presidente Vargas.

#### **4. CONCLUSÃO**

O trabalho e relatório de Estágio Supervisionado atingiram seus objetivos propostos na sua introdução e ensinou a todos.

Os ensinamentos provocados pelo processo envolveram todos os elementos de uma vivência prática: a escolha do tema; a investigação inicial de sua base teórica; a divisão do trabalho entre os componentes da equipe; as fases de planejamento, execução e relato das pesquisas realizadas e as reflexões que as informações coletadas suscitaram.

A área de turismo é extremamente atraente e, quando focada em uma perspectiva, assume característica desenvolvimentista, trazendo investimentos e fazendo com que a renda aumente.

O estudo de viabilidade de desenvolvimento do Turismo Receptivo Regional, mostrou que é possível implementar tal produto, pois as atratividades da região são múltiplas e potencialmente positivas.

Novos fatos estão sendo agregados a esta, como por exemplo o novo planetário na cidade da criança.

Apesar de não haver sistematização efetiva das agências de turismo relacionadas ao produto “Turismo Receptivo Regional”, demonstrou-se a sua viabilidade econômica e operacional, desde que modulada para diversos tamanhos de grupos de visitantes interessados.

Este estudo não se encerra porque a área de administração de serviços turísticos é extremamente dinâmica e aberta a novos fatores de atratividade, requerendo do empreendedor que a explore continuo monitoramento de tendências e decisões estratégicas deliberadas e emergentes.

## BIBLIOGRAFIA

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Turismo – Como Aprender Turismo Como Ensinar** - Vol 2. São Paulo : Senac, 1999

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Turismo – Segmentação de Mercado**  
São Paulo : Futura, 2000

BENI, Mário. **Análise Estrutural do Turismo**. 1.ed.  
São Paulo: SENAC, 1998

COOPER, Chris – **Educando os Educadores em Turismo** – 1. Ed.  
São Paulo : ROCA, 2000

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Como Aprender Turismo Como Ensinar** – Vol 1,  
São Paulo : Senac, 1999

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Turístico – Receptivo e Emissivo**. 1.ed.  
São Paulo : Pioneira, 1999

[www.inprudente.com.br](http://www.inprudente.com.br)

[www.presidenteprudente.sp.gov.br](http://www.presidenteprudente.sp.gov.br)

[www.prudensite.com.br](http://www.prudensite.com.br)

[www.maisprudente.com.br](http://www.maisprudente.com.br)

[www.turismoopontal.com.br](http://www.turismoopontal.com.br)

[www.terra.com.br/cidades](http://www.terra.com.br/cidades)

[www.citybrazil.com.br](http://www.citybrazil.com.br)

[www.presidenteprudente.com.br](http://www.presidenteprudente.com.br)

[www.culturapp.com.br](http://www.culturapp.com.br)

[www.maffeitur.com.br](http://www.maffeitur.com.br)