



CÂMARA MUNICIPAL DE MIRACATU

Av. Washington Luis, 200 - Estação - CEP 11.850-000 - Miracatu/SP

Telefax: (13) 3847-1299 / 3847-3033

E-mail: camara@miracatu.sp.leg.br

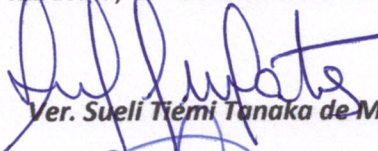
Site: www.miracatu.sp.leg.br

EMENDA MODIFICATIVA Nº 15/17

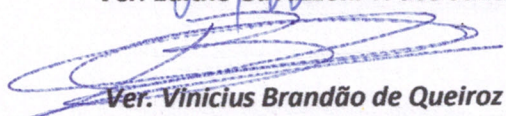
**MODIFICA A REDAÇÃO DA FOLHA QUE
ESPECIFICA DO ANEXO ÚNICO DO PROJETO
DE LEI Nº 21/17**

Modifique-se a redação da folha 483 do Projeto de Lei nº 21/17, que institui o Plano Municipal de Turismo, pela redação constante na folha anexa apresentada.

Miracatu, 27 de setembro de 2017.


Ver. Sueli Tiemi Tanaka de Matos


Ver. Edithe Gavazzoni T. dos Santos


Ver. Vinicius Brandão de Queiroz

Vinicius Brandão de Queiroz
Presidente

Pablo Lopes da Silva Pereira
Vice-Presidente

Moysés Sikorski Filho
1º Secretário

Américo Eliezer da Silva
2º Secretário

Antonio Carlos Souza de Oliveira
(Prof. Carlinhos)

Edithe Gavazzoni Tavares dos Santos
(Profª Edithe)

Jair Bezerra da Silva

José Fanes dos Santos
(Pr. Zé Fanes)

José Luiz Zezeco da Silva
(Zezeco)

Josué Afonso dos Santos Júnior
(Junior Baiano)

Sueli Tiemi Tanaka de Matos
(Tiemi)

APROVADO em	28 / 9 / 2017
	VOTOS FAVORÁVEIS
	VOTOS CONTRÁRIOS
	POR UNANIMIDADE
Em	DISCUSSÃO-VOTAÇÃO
	
PRESIDENTE	

5.7 Programa de serviços turísticos

Identidade turística

Objetivos

Desenvolver uma marca/ identidade visual capaz de promover o posicionamento do turismo no município em relação ao seu público-alvo.

Justificativa

Ao visitar um local, o turista não apenas experimenta sentimentos, vivencia valores e adquire conhecimento. ele capta imagens e mensagens que são transmitidas pelo ambiente visitado. Também, ao se considerar as diferentes formas de comunicação para acesso eficiente ao público-alvo no âmbito do turismo, admite-se a importância e a força do conceito de identidade visual ou marca local. Nesse contexto, torna-se fundamental a definição de uma marca de identidade local e visual para elementos associados ao turismo em Miracatu.

Efeitos esperados no desenvolvimento turístico

Estimular a atratividade de turistas criando uma distinção e diferenciação do município em relação a destinos concorrentes.

Ações propostas

Ações de planejamento:

- Contratar empresa especializada em comunicação e *marketing*.
- Desenvolver diretrizes gerais de identidade visual para elementos de comunicação, sinalização e programação visual associados ao turismo.
- Promover e valorizar as iniciativas já existentes de produção e comércio especializado locais, atrativos turísticos e estabelecimentos relacionados a oferta técnica (meios de hospedagem e alimentação).

Ações de operacionalização:

- Mobilizar a sociedade civil para contribuir de forma criativa e participativa nos processos de concepção da marca (projetos e concurso de ideias).
- Desenvolvimento de um manual de identidade visual.

Principais executores

- Diretoria Municipal de Cultura, Turismo e Desenvolvimento Econômico.

Parceiros prováveis/ agentes envolvidos

- COMTUR.
- Associação Comercial.
- Sindicato Rural.
- Associações e cooperativas de produtores rurais.
- Empreendedores locais.
- Sociedade civil.

Dificuldade técnica

Média.

Indicadores de acompanhamento e fontes de verificação

- Pesquisa sobre a imagem/identidade do município junto à demanda turística.
- Oficinas realizadas com atores sociais e número de participantes para a criação da identidade visual.
- Monitoramento da afluência de turistas antes e após a implantação da identidade turística.

Interdependência com outros projetos

Não se aplica.

Fonte: Elaboração Diagonal.