

**PLANO MUNICIPAL PARTICIPATIVO DE DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA DE  
SANTA BÁRBARA D'OESTE – SÃO PAULO**

Santa Bárbara d'Oeste

2022

2022 Gama, Bruna Neiva; Pires, Ewerthon Veloso.

Plano Municipal Participativo de Desenvolvimento da Economia Criativa de Santa Bárbara d'Oeste – SP. [manuscrito] / Bruna Neiva Gama e Ewerthon Veloso Pires – 2022. 64 f.: il.

Instituições executoras: Organização Social de Cultura Amigos da Arte; Governo do Estado de São Paulo – Secretaria de Cultura e Economia Criativa.

Instituição coexecutora: Prefeitura Municipal de Santa Bárbara d'Oeste.

Bibliografia: f. 63-64.

1. Plano Municipal Participativo. 2. Desenvolvimento da Economia Criativa. 3. Santa Bárbara d'Oeste (SP). I. Pires, Ewerthon Veloso. II. Gama, Bruna Neiva. III. Organização Social de Cultura Amigos da Arte. IV. Governo do Estado de São Paulo. V. Secretaria de Cultura e Economia Criativa. VI. Prefeitura Municipal de Santa Bárbara d'Oeste.

## **GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO**

Governador do Estado

**Rodrigo Garcia**

Secretário de Cultura e Economia Criativa

**Sérgio Sá Leitão**

Secretário Executivo de Cultura e Economia Criativa

**Rogério Custódio de Oliveira**

Chefe de Gabinete da Cultura e Economia Criativa

**Frederico Maia Mascarenhas**

Coordenador da Unidade de Difusão Cultural, Bibliotecas e Leitura

**Christiano Lima Braga**

### **AMIGOS DA ARTE**

Organização Social de Cultura

### **CONSELHO ADMINISTRATIVO**

**José Gregori**

Presidente

#### **Conselheiros**

Christiana Tess, Dyra Oliveira, Luiza Gottschalk, Maria Herminia Penteado Pacheco e Silva Moccia, Patrícia Villela Marino e Tadeu da Fonseca Jungle

### **CONSELHO FISCAL**

#### **Conselheiros**

Antonio Carlos Bonini Santos Pinto, João Otávio Pinheiro Olivério e Natanael de Souza Oscar

### **DIRETORIA**

**Danielle Barreto Nigromonte**

Diretora Geral

**Ananda Stücker**

Diretora de Desenvolvimento Institucional

**Gláucia Vanini Costa**

Diretora Administrativa Financeira

**José Mauro Gnaspini**

Diretor de Arte e Cultura

**EQUIPE AMIGOS DA ARTE**

Adjanilson Batista, Alam Medison, Alex Flavio, Ana Paula Diniz, Andressa Mancini, Bárbara Correia, Benedito Ferreira, Bruna Pardim, Bruna Provazzi, Carlos Chaves, Carolina Rocha, Caroline Liberal, Christiane Vieira, Cidalia Coelho, Clara Taneguti, Cláudia Nascimento, Cristiane Passos, Danielle Karoline, Diego Senoguchi, Douglas Chinaglia, Dyra Oliveira, Eliane Zaneti, Elisa Gudin, Emílio Rogê, Everton Maximo, Fábio Flores, Fernanda Bento, Gabriel Galasi, Geraldo Neto, Gisele Sant'Ana, Isabela Razera, Italo Henrique de Sousa, Janaina Nascimento, Joseph Azevedo, Juliana Augusto, Juliana Serette, Kelli Cristina, Kiko Azevedo, Laryssa Claret, Livia Feitoza, Luciana Esteves, Luciana Gualberto, Luís Nader, Luiz Filipe Freitas de Almeida, Maira Lima, Marcelo Nunes, Marcelo Zore., Marcio Donizeti, Marcio Gallacci, Maria Audilene, Marília Gama, Marília Tapajóz, Marisis Pacheco, Marlon Mendes, Maurício Freire, Natasha Caroline, Nathaly Avelino, Nina Dutra, Paola Valentina, Patrícia Dias, Paula Barros, Paulo Pereira, Rafael Akio, Rafael dos Santos, Ricardo Leite, Rodrigo Dantas, Rosineia Pereira, Samuel Mendes, Shirley Nozaki, Tatiana Ricci, Victor Vertullo.

**EQUIPE CRIA SP****Isabela Razera**

Coordenadora de Editais e Chamadas

**Rafael Akio**

Coordenador de Comunicação

**Carolina Rocha**

Produtora Executiva

**Equipe**

Bárbara Corrêa, Bruna Provazzi, Elisa Gudin, Emílio Rogê, Joseph Azevedo, Juliana Augusto e Juliana Serette.

**Produção e articulação**

Antonieta Alves, Gil Marçal, Janaina Fainer Bastos, Jefferson Mateus, Mariana Amaral Delfino Rodrigues e Roberta Souza Silva.

**Tom Pires** (Ewerthon Veloso Pires)  
Consultor Coordenador Técnico

**Consultora mentora**  
Bruna Neiva Gama

**Revisão e redação final**  
Joyce Pereira

**Design e projeto gráfico**  
Andrea Assunção

## **COMUNICAÇÃO**

Pridea Comunicação  
Cintia Ruiz  
Guilherme Tadashi  
Caio Polesi  
Nathalie Bragado

## **PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA BÁRBARA D'OESTE**

**Prefeito Municipal**  
Rafael Piovezan

**Vice-Prefeito**  
Felipe Sanches Silva

## **SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E TURISMO DE SANTA BÁRBARA D'OESTE**

**Secretário Municipal de Cultura e Turismo**  
Evandro Felix Carneiro

**Equipe Técnica da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Santa Bárbara d' Oeste**  
Andreia Teodoro Pinto  
Kátia Padovesi  
Natália Novaes  
Tarsila Rapassi

## **Equipe de Apoio da Consultoria**

### **Associação de Cultura Gerais (ACG)**

Mirian Rocha

Thalita Teixeira

### **Bacharel em Turismo**

Yolanda Araújo

## **REDE SBO CREATIVE CITY – 100 Criativos Participantes**

Adriano Sobral – Artesão | Aline Betim – Casa da Nonna | Amauri G. De Oliveira – CIA. Xekmat | Ana Carolina Fronza Bignotto – Cozinha Experimental PANCs e Medicinais | Anderson Féboli – ArtLive Music | André Banci – Horta Maná Orgânicos | André Cruz – Prefeitura Municipal – Secretário de Desenvolvimento Econômico | André Laudissi – Casa Florença | Benedita Apda. Soares - Conselho Municipal de Cultura – Narrativa Oral | Bernadete B. Camargo – Artesã | Bruno de Moura – Eu Amo Pastel Joel e Léia | Bruno Angolini – Rancho da Costela | Camila Alves – SEBRAE | Camila Cândida – Pão com Linguíça do Mineiro | Carlos Henrique Falcão – Aqui em Casa | Carolina Bonin – Minas Bar | Cássia – Senhora Pimenta Azeites | Daiane Neves – SEBRAE | Daniele Fernandes – Cheirinho de Bolo | Denize Ribeiro – Panificadora Buskpão | Ducimar de Jesus – Prefeitura Municipal – Assessor Secretaria Meio Ambiente | Edineuma Oliveira – Colégio Ethos | Edson de Oliveira – Café Benaco | Eduarda Virgentim – Sapezeiro's Bike | Eduardo Alves – Pedala SBO | Eduardo – Pedal Sustentável | Eliane Betim – Casa da Nonna | Eliane Raquel – Sabores da Preta | Ellen Mariana – Panificadora Buskpão | Emerson Soares e Emília Santana – Pesqueiro Santa Clara | Everton Ferreira – AEASBO – Associação de Engenheiros e Arquitetos | Fabiana – ArtLive Music | Fabiana Rocha - Delícias da Fabi | Fabiana Silva – Cozinha Medicinal | Fátima Franco – Rádio Web Dom | Gisele Emine F. Moraes – Circolo Italiano – Trattoria Il Volo | Graciano Santos – Negócios Jurídicos – Prefeitura | Helen Bego - Dona Beleza | Ivo Mazzei e André – Horta Maná Orgânicos | Jackson Parazzi – Fábrica Refrigerante Esportivo | João Antônio – Churros da Mamãe | João Leopoldo – FDA – Fraternidade Descendência Americana | Joisse Falcão - Aqui em Casa | José Carlos Armeli - Pedal Sustentável | José Carlos Naidelice – Prefeitura Municipal | Júlia Nogueira – Ki Pastel Bába e Edna | Juliana Mollon – Beco 207 Bar | Kátia Tunussi – Tunussi Orgânicos | Liciane Pimenta – Azeites Senhora Pimenta | Lucas Benati – Destilaria Santa Capela | Lucas Graciano – Pão com Linguíça do Mineiro | Luciane Manzatto | Bar e Choperia Santa Bike | Luís Antônio Mosna – Tico Doces (Bala de Coco Baiana) | Luiz Paulo Arraes – Caldo de Cana | Márcia Regina Petrini – Prefeitura Municipal – Secretaria de Justiça e de Relações Institucionais | Marco A. Tunussi – Tunussi Orgânicos | Marcos Moraes – Simple Bar e Restaurante | Marcos Teixeira – Bom Paladar | Maria Augusta – Cheirinho de Bolo | Maria Cristina Ferreira – Queijos Artesanais Sítio Matão | Marisa Yukiko Ueda – Artesã | Marta Padoveze – Rádio Web Dom | Mario Angolini – Rancho da Costela | Matheus Mutti – Dona Beleza | Milton Vieira – Silvana Bueno Massas Artesanais | Monica Tortelli – DAE | Patrícia E. Teixeira – Bom Paladar | Nair

Guimarães – Cozinha Experimental e Mediciniais | Pedro Virgentim – Sapezeiro’s Bike | Perla Tatiana Rossi – Cremosa Kombi de Chopp | Rafael Casarini – Sancta Cervejaria | Raphael Bueno – Ki Pastel Bába e Edna | Raquel de Oliveira – Silvana Bueno Massas Artesanais | Ricardo Domingues – House Açaí | Ricardo Gimenez–Cremosa Kombi de Chopp | Rita de Cássia – Azeite Senhora Pimenta | Rodolpho Bueno – Ki Pastel Bába e Edna | Rodrigo Cardoso – Orquidário Covolan | Rodrigo e Vanderlei Martignago – Rancho da Linguiça | | Rodrigo Cardoso – Orquidário Covolan | Rosemary de Souza – Churros da Mamãe | Rosivaldo “Índio” Sítio Nossa Senhora Aparecida | Sandra Edilene – CEDOC Fundação Romi | Sérgio Luiz Fronza – Artesão | Silmara | Regina de Souza – SEBRAE | Silvana Ap. Bueno – Silvana Bueno Massas Artesanais | Fábio – Sítio Tunussi Orgânicos | Tatiane Cristina – House Açaí | Tiago Souza – Shyro’s Sushi House | Valmir Weissinger – Rancho do Guitão | Vanderleia Moura Moraes – Eu Amo Pastel Joel e Léia | Vera Casarini – Sancta Cervejaria | Vitor H. Martignago – Rancho da Linguiça | Wellington Silva – CIESP.

## **MENSAGEM INSTITUCIONAL**

A cultura é um dos principais ativos de São Paulo. Gera 3,9% do PIB estadual, 1,5 milhão de empregos diretos, tem alta capacidade de geração de renda, emprego, inclusão e desenvolvimento. Reforça a identidade, qualifica os cidadãos e tem efeitos positivos sobre a educação, a saúde, a segurança pública, o turismo e os mais diversos setores e áreas da vida social.

Criado em 2022 pelo Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria de Cultura e Economia Criativa, e com gestão da Associação Paulista Amigos da Arte, o Cria SP é iniciativa pioneira no país de estímulo aos municípios do Estado de São Paulo para adoção de políticas públicas locais que posicionem a cultura e a criatividade no centro das estratégias de desenvolvimento urbano e sustentável. Por meio de mentoria especializada, os municípios recebem apoio para elaboração de planos participativos para a economia criativa, tendo também suporte para a estruturação de potenciais candidaturas à Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

Em seu primeiro ano de atividades, o Cria SP desenvolveu metodologia própria de trabalho e viabilizou o apoio a 10 municípios paulistas para a construção de agendas de ações locais para a economia criativa. A seleção desses municípios ocorreu de forma integrada ao Programa Juntos Pela Cultura, que, por meio de chamadas públicas, viabiliza a seleção de prefeituras paulistas como parceiras na execução dos principais programas estaduais para o impulsionamento do setor criativo e cultural. De caráter municipalista, os programas de investimentos integrantes do Juntos Pela Cultura visam a capilaridade e transparência dos investimentos estaduais no território e o estímulo ao desenvolvimento.

Para participar do Cria SP, os municípios interessados enviaram à chamada pública informações básicas sobre o setor criativo local, com indicações dos principais ativos, os traços identitários, os patrimônios materiais e imateriais e as iniciativas de cada cidade. As informações subsidiaram a escolha dos municípios por comissão de seleção constituída por especialistas que consideraram o potencial, maturidade, institucionalidade e oportunidades presentes nas políticas e ações existentes.

Nesta primeira edição, 2022, foram selecionados os municípios de Bauru, Cubatão, Itanhaém, Presidente Prudente, Ribeirão Preto, Santa Bárbara d'Oeste, Santa Fé do Sul, São Caetano do Sul, São Luiz do Paraitinga e Sertãozinho, que se empenharam, durante o segundo semestre de 2022 em ampla agenda de atividades.

Cada município recebeu orientação técnica para a identificação e caracterização do campo criativo em que se destaca, dentre aqueles identificados pelo programa da Rede de Cidades Criativas da Unesco como decisivos para estimular a vitalidade econômica e a inovação e reforçar a inclusão e a diversidade de expressões culturais como forma de enfrentar os desafios emergentes: Artesanato e Artes Folclóricas, Design, Cinema, Gastronomia, Literatura, Artes Midiáticas e Música.

Com o apoio do mentor, especialista no segmento criativo, cada município constituiu seu grupo de trabalho, construiu um plano de ação e estratégias de mobilização de representantes de alto nível do governo municipal, agentes do campo criativo, entidades da sociedade civil, além do setor privado, para envolvimento no processo. O lançamento do programa em cada município foi um marco local de início dos trabalhos, comunicando e convocando a comunidade à participação. Desde então foram inúmeras visitas técnicas, reuniões de mentoria, encontros de trabalho, workshops, reuniões para a sensibilização de atores estratégicos.

Os Planos de Mobilização Social e Comunicação desenvolvidos definiram estratégias de identificação, seleção e articulação dos atores, instituições e segmentos criativos que foram alvo de sensibilização, mobilização e engajamento, bem como os meios de comunicação, os recursos e formas de coletivização do processo e de publicização das ações e eventos programados, com vistas ao alcance da ampla participação da sociedade civil.

Também foram produzidos Diagnósticos Setoriais do campo criativo identificado como vocação de cada município, a partir de pesquisa, levantamento e sistematização de dados, resultando em um descritivo quantitativo e qualitativo que contempla informações geopolíticas, sociais, demográficas, características históricas, culturais e econômicas, dentre outras.

Com a elaboração dos Planos Estratégicos Setoriais, foram determinadas as diretrizes e caminhos para o desenvolvimento da economia criativa, bem como Agendas Estratégicas Setoriais, consolidando um plano de ação local. Em paralelo também foram sendo realizadas atividades para o planejamento passo a passo da elaboração dos documentos específicos necessários à uma eventual candidatura de cada município à Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

A Secretaria de Cultura de Economia Criativa de São Paulo, a Amigos da Arte e a Prefeitura de Santa Bárbara d'Oeste apresentam e celebram este Plano Municipal de Desenvolvimento em Economia Criativa como resultado colaborativo dessa política pública inovadora que mediou amplo trabalho de mentores, gestão municipal, atores criativos e o grupo de trabalho tripartite em interação com a comunidade local, esperando orientar e motivar ações futuras para a inovação e o desenvolvimento da economia da criativa no município de Santa Bárbara d'Oeste e no Estado de São Paulo. Ambiciona-se, com a conclusão desta etapa, lançar as bases para a implantação das ações propostas em nível local, para a cooperação multilateral entre as cidades criativas paulistas e quiçá com a comunidade internacional, com o objetivo comum de colocar a criatividade no centro das políticas urbanas.

**Amigos da Arte**

**Secretaria de Cultura e Economia Criativa | Governo de São Paulo**

O objetivo do nosso governo é proporcionar uma cidade cada vez melhor com políticas públicas que tenham em seu alicerce um desenvolvimento sustentável. Santa Bárbara olha muito para isso e oferece um serviço público de qualidade para perto das pessoas e das comunidades. Junto ao Poder Público, temos os empreendedores com significativa criatividade para o lançamento de negócios e construir um ambiente favorável para o desenvolvimento da sociedade.

**Prefeito Municipal de Santa Bárbara D'Oeste**

**Rafael Piovezan**

Santa Bárbara d'Oeste é uma cidade que acolhe, prestigia e admira a criatividade da sua gente. A cultura de migrantes e imigrantes contribuiu com a identidade cultural da cidade, que hoje é preservada em sabores, saberes e técnicas. Identificamos na gastronomia o grande "insight" criativo que deve ser expandido e propagado pelo mundo. Nosso diferencial gastronômico está associado há anos de história, cujo conhecimento vem sendo compartilhado há gerações; amor pela nossa terra fértil, um verdadeiro mar verde produtor de alimentos e energia; e a união da criatividade aliada à sustentabilidade, mobilidade e tecnologia.

O Programa Cria SP foi capaz de reunir diferentes protagonistas do setor criativo e estimular o sentimento de pertencimento, projetando um futuro organizado e colaborativo. O resultado conquistado com a conclusão da redação do plano é superior à reunião de informações e projeção de metas, por meio desta iniciativa, demos um passo muito importante com a criação de uma Rede efetiva de "criativos" que agora se relacionam, trocam experiências e planejam a construção de projetos que favoreçam a economia local e a geração de renda para o setor.

**Secretário Municipal de Cultura e Turismo de Santa Bárbara D'Oeste**

**Evandro Felix Carneiro**

## SUMÁRIO

<b>1 APRESENTAÇÃO</b> .....	12
<b>2 METODOLOGIA</b> .....	14
2.1 Métodos e estratégias operacionais .....	14
<b>3 DIAGNÓSTICO</b> .....	17
3.1 Santa Bárbara D’oeste: a cidade criativa da gastronomia .....	17
3.2 Matriz de consolidação do diagnóstico .....	20
3.3 Análise do setor gastronômico de SBO .....	23
3.3.1 Produtos com identidade histórica e cultural .....	23
3.3.2 Originalidade das receitas .....	24
3.3.3 A vocação gastronômica e turística .....	25
3.3.4 A usina Santa Bárbara: espaço de promoção da economia criativa .....	26
3.3.5 O diferencial competitivo gastronômico .....	27
3.3.6 A cozinha medicinal .....	28
3.3.7 Boas práticas e negócios criativos da gastronomia .....	29
3.3.8 Outros criativos identificados com potencial gastronômico .....	34
3.4 Avaliação técnica .....	36
<b>4 AGENDA ESTRATÉGICA</b> .....	40
4.1 Planejamento estratégico .....	40
4.1.1 Planejamento setorial .....	44
4.2 Plano de ação .....	51
4.2.1 Linhas gerais para a elaboração de projetos .....	52
4.3 Gestão do Plano .....	59
4.4 Mapa estratégico .....	61
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	62
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	63

## **1. APRESENTAÇÃO**

O Plano de Desenvolvimento de Economia Criativa, com foco na gastronomia, foi construído de forma participativa, por meio da proposição de ações locais, levando em consideração a opinião da sociedade civil na formulação das estratégias de desenvolvimento do setor gastronômico. Tal processo foi associado aos demais setores da economia criativa da cidade de Santa Bárbara d'Oeste - SP para fornecer suporte à estruturação do município e a candidatura à Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

O plano de trabalho foi o primeiro passo da jornada no qual foram planejadas as etapas do projeto, cronologia das atividades, metodologias, parceiros estratégicos e formatos (online/presencial) até o alcance dos resultados pretendidos. Levando em consideração que o plano de trabalho é um instrumento dinâmico, no decorrer de sua execução ajustes foram realizados com vistas ao total cumprimento de prazos e atividades.

O plano de mobilização e comunicação direcionou as estratégias para a identificação, seleção e articulação dos atores locais, bem como dos representantes de classe, instituições e líderes dos segmentos da economia criativa, tendo sido mobilizados e engajados a participar do projeto.

Igualmente se planejou como seria a comunicação das ações no território, a preparação dos eventos e a apresentação dos resultados alcançados em cada uma das etapas executadas, buscando continuamente a ampla participação da sociedade civil no processo de construção do Plano de Desenvolvimento de Economia Criativa com foco na Gastronomia no município de Santa Bárbara d'Oeste - SP.

O processo de construção do plano foi orientado a partir de mentorias periódicas e workshops, ministradas pela consultora do Programa Cria SP, Bruna Neiva e equipe, aos integrantes da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Santa Bárbara d'Oeste que compõem o grupo de trabalho criado para a organização e o planejamento de todas as atividades que envolvem o processo de construção do Plano de Economia Criativa na cidade.

O diagnóstico foi realizado em 3 etapas: Pesquisas de gabinete, com amplo mapeamento das principais informações do município; visitas de campo para o reconhecimento e análise dos potenciais criativos, com foco na gastronomia; e, a participação dos atores locais, de instituições e parceiros no processo de construção do panorama geral do município, o que permitiu identificar as oportunidades, potencialidades, os desafios e as condições para pleitear a eventual candidatura à Rede de Cidades Criativas da UNESCO, no segmento priorizado, validando informações para os próximos passos da construção do Plano de Desenvolvimento de Economia Criativa.

O plano estratégico setorial direciona as ações operacionais, dentro dos eixos estratégicos para o alcance dos resultados necessários à organização do município ao pleito e candidatura à Rede de Cidades Criativas. Isso inclui o compartilhamento da visão de futuro, objetivos, forças, recursos internos, oportunidades externas, tendências emergentes e o planejamento a curto, médio e longo prazo. Com vistas a execução das propostas de desenvolvimento do território a partir da economia criativa com o objetivo de posicionar o município de Santa Bárbara d'Oeste - SP como destino gastronômico de referência no cenário nacional e internacional.

A agenda estratégica setorial organiza as principais linhas de ação, projetos a curto prazo, parcerias e fontes de financiamento em consonância com os ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e Agenda 2030 da ONU (Organização das Nações Unidas) e os objetivos da Rede de Cidades Criativas da UNESCO. Será realizado o levantamento do orçamento geral, cronogramas, sistema de gestão compartilhada do Plano, atribuições das partes envolvidas e governança territorial, por meio de um mapa estratégico.

Em suma, a consolidação do processo de construção do Plano de Desenvolvimento de Economia Criativa, com foco na Gastronomia, culmina na preparação para o lançamento oficial da candidatura da cidade de Santa Bárbara d'Oeste à Rede de Cidades Criativas da UNESCO, no mês de dezembro de 2022, tanto na cidade quanto no Estado de São Paulo, por meio de evento organizado pelo Governo do Estado, o Programa Cria SP, a Associação Amigos da Arte, a Prefeitura Municipal de Santa Bárbara d'Oeste, a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo e demais parceiros locais.

## **2. METODOLOGIA**

O Processo de construção do Plano de Economia Criativa na cidade de Santa Bárbara d'Oeste foi realizado ao longo de um período de 5 meses em que ocorreram diversas atividades online e presencial, orientadas por uma consultoria especializada que conduziu o grupo de trabalho no processo de planejamento estratégico e participativo.

### **2.1 Métodos e estratégias operacionais**

#### **a) Mentorias**

Realização de oito mentorias online e encontros presenciais para planejamento, monitoramento e avaliação do processo de construção do Plano de Economia Criativa, com foco na Gastronomia da cidade de Santa Bárbara d'Oeste.

#### **b) Eventos**

Realização de três eventos de lançamento, mobilização e engajamento dos criativos da cidade ligados aos setores da economia criativa, especialmente o setor da gastronomia, para o fortalecimento do processo de construção do Plano de Economia Criativa de Santa Bárbara d'Oeste.

#### **c) Pesquisas de Gabinete**

Levantamento e tabulação de dados primários, secundários, quantitativos e qualitativos para análise do setor gastronômico de Santa Bárbara d'Oeste.

#### **d) Visitas de Campo**

Identificação "*in loco*" dos potenciais criativos no setor gastronômico mais representativos e que valorizam a identidade cultural da cidade de Santa Bárbara d'Oeste; Verificação "*in loco*" da vocação gastronômica da cidade, enquanto fator diferencial e competitivo de atração turística.

### **e) Workshops**

Realização de três workshops com as metodologias de enfoque participativo e Fluxonomia 4D para a construção de uma visão de futuro associada à prática das novas economias nas quatro dimensões da sustentabilidade, com o objetivo de gerar ideias e debater pontos de interesse comuns para o desenvolvimento dos setores da economia criativa na cidade, culminando na formação da REDE SBO *CREATIVE CITY*.

### **f) Cria Gastronômica**

Metodologia prática, desenvolvida pelas consultoras do Programa CRIA/SP para Santa Bárbara d'Oeste, Bruna Neiva e Mirian Rocha, para promover e estimular a criatividade, a colaboração, o compartilhamento e os famosos “*Matches*” da Fluxonomia 4D entre criativos, empresários, parceiros e gestores que, juntos, iniciaram a formação da REDE SBO *CREATIVE CITY*, inicialmente com cerca de 124 criativos reunidos em uma plataforma digital (WhatsApp) interativa e comunicativa.

Os participantes foram desafiados a desenvolver um produto inédito artesanal ou gastronômico a partir da utilização de alguns ícones que se destacaram na pesquisa de campo a qual levantou dados sobre a cultura e a identidade gastronômica que percorre a história de Santa Bárbara d'Oeste.

O resultado desse processo gerou cerca de 22 novos produtos gastronômicos e artesanais, dentre eles cabe destacar: 1) cuca esportivo de laranja; 2) azeite saborizado do cana-de-açúcar; 3) pudim com calda de cachaça; 4) caipirinha de açaí com cachaça; 5) suco de açaí com erva cidreira; 6) massa ao pesto de ora-pro-nóbis; 7) bolinho de tapioca granulada com linguiça; 8) pastel de bacalhau com ora-pro-nóbis; 9) pão com linguiça e maionese de ora-pro-nóbis; 10) churros de leite ninho com hibisco; 11) produtos artesanais em crochê (jogo americano) feito da linha de bagaço da cana-de-açúcar, dentre outros.

### **g) Cria Digital**

É uma ação conjunta, presencial e online, por meio das plataformas digitais do Instagram e WhatsApp para inovação no compartilhamento de fotos, vídeos, *reels* e depoimentos dos criativos e participantes do processo de construção do Plano de Economia Criativa.

## **h) A Candidatura**

A preparação da candidatura do município à Rede de Cidades Criativas da UNESCO é o início de uma jornada intensa de aprendizado, pesquisas, comunicação, participação, colaboração, compartilhamento, criatividade e celebração no cumprimento do planejamento dos eixos criativos da cidade de Santa Bárbara d'Oeste.

Nesse sentido, foram estabelecidas diretrizes, atividades e ações conjuntas para a implementação de projetos e programas que corroborem para a organização, qualificação e construção de uma cidade que possa ser considerada e classificada como uma Cidade Criativa.

Para uma cidade ser considerada criativa pela UNESCO, ela deve atender alguns critérios, como comprovar sua vocação na determinada área ao qual se candidatou, promover o desenvolvimento de indústrias criativas, estimular criação de riqueza e geração de emprego e, ainda, trabalhar os objetivos da área de ação que visam à missão do programa Cidades Criativas, conforme definidas na Declaração da Missão de Cidades Criativas. (SCARPATO; ASHTON; SCHREIBER, 2018, p.3).

As cidades criativas apresentam processos contínuos de inovação e criação, associados ao planejamento, com o uso de ideias, tecnologias, vivências, experiências, produtos e serviços nas mais diversas áreas de concentração. Para o desenvolvimento deste trabalho, a gastronomia foi eleita como o setor potencial da cidade de Santa Bárbara d'Oeste - SP para a preparação da candidatura e inserção na Rede de Cidades Criativas da UNESCO. É neste horizonte que os esforços serão direcionados, a partir de olhares criativos, para a construção do Plano da Cidade Criativa da Gastronomia.

A Gastronomia é atualmente considerada uma das principais vertentes de desenvolvimento, qualificação e promoção de um destino, seja ele turístico ou não, bem como fonte de criatividade que agrega valor e potencializa a imagem de localidades, cidades e regiões brasileiras. Neste sentido, o turismo gastronômico desponta como um dos maiores motivadores de viagens do mundo e seu protagonismo aumenta a cada dia.

O potencial deste segmento vem acompanhado pela valorização do caráter regional dos destinos, as peculiaridades, o patrimônio histórico e cultural, que alicerçados proporcionam experiências únicas para os visitantes.

### **3. DIAGNÓSTICO**

#### **3.1 Santa Bárbara D'Oeste: a cidade criativa da gastronomia**

O diagnóstico elaborado com base em pesquisas e visitas de campo permite-nos apresentar a candidatura da cidade de Santa Bárbara d'Oeste, em São Paulo, de acordo com os critérios estabelecidos pela UNESCO para que seja reconhecida como Cidade Criativa da Gastronomia e passe a integrar a rede internacional da entidade.

A história da cidade, a economia, a cultura, o turismo e, especialmente, o setor de gastronomia asseguram as condições necessárias para que Santa Bárbara d'Oeste, com seus empreendimentos gastronômicos e criativos inovadores, conquistem o destacado título no setor da gastronomia.

Com posição geográfica estratégica, a cidade conta com fácil acesso rodoviário e aéreo, situada a 138 km da capital paulista e a cerca de 40 minutos de distância do Aeroporto Internacional de Viracopos, em Campinas, região metropolitana à qual pertence. É uma das cidades que mais cresce no Estado de São Paulo e entre as de médio porte em todo o país foi considerada pela revista IstoÉ como a número 1 no ranking de melhor qualidade de vida.

A construção de uma capela em homenagem à sua padroeira, Santa Bárbara, o cultivo da cana-de-açúcar, os grandes engenhos e a indústria de açúcar e álcool contribuíram para a construção da história da cidade povoada por lavradores, colonos europeus, especialmente os italianos, os imigrantes norte-americanos e brasileiros migrantes de diversas regiões do país que encontraram nesse território oportunidades de trabalho na área rural e nas indústrias. Em face desse cenário, a cultura dos imigrantes e migrantes se manifesta nos costumes e tradições expressas até os dias atuais pelo povo que vive nas terras de Santa Bárbara d'Oeste.

Para preservar a memória dos norte-americanos, seus descendentes realizam anualmente, no Cemitério do Campo, a festividade onde ocorrem confraternizações e apresentações artísticas e danças típicas, além da degustação de pratos típicos estadunidenses.

Destaque no setor agrícola pela histórica produção de cana-de-açúcar que abastece os mercados internos e externos de açúcar e destilados, Santa Bárbara d'Oeste é hoje também uma cidade produtora de cachaças artesanais. Com tradição na produção do álcool para combustível, o município teve sua destilaria de álcool, fundada em 1889.

Anos mais tarde, surgiria a Usina Santa Bárbara, cuja edificação é atualmente tombada como Patrimônio Histórico Material e seu espaço utilizado para a realização de eventos na cidade. É com orgulho que os barbarenses promovem a exposição de veículos antigos, afinal foi naquelas terras que nasceu, em 1956, o primeiro automóvel brasileiro, o Romi-Isetta.

A vocação de Santa Bárbara d'Oeste para a gastronomia é de longa tradição e carrega uma identidade cultural própria na comida caipira regional. Não por acaso, sua história registra tantos títulos ligados à cultura gastronômica — “Terra das Melancias”, “Pérola Açucareira”, “Terra da Linguça”, “Terra da Costela”, “Terra das Coxinhas” e “Terra da Cachaça”.

Com tantos atributos, é natural supor que Santa Bárbara d'Oeste apresente incontáveis eventos considerados geradores de fluxo turístico, entre os quais se destaca o Festival Gastronômico, realizado duas vezes ao ano com o objetivo de promover e valorizar a gastronomia da cidade e despertar novos sabores entre os barbarenses.

Também é sucesso de público a tradicional Festa da Linguça do Santo Antônio do Sapezeiro, a qual realiza-se no bairro rural da cidade. Nessa festa caipira, a “Terra da Linguça” oferta variados tipos de linguças caseiras aos convidados, incluindo moradores das regiões do entorno paulista e de outros destinos nacionais e internacionais.

Para receber esse fluxo turístico Santa Bárbara d'Oeste dispõe de uma infraestrutura de apoio que inclui: seis hotéis e uma pousada, além de um amplo serviço de restaurantes, churrascarias, cafeterias, hamburguerias, choperias, sorveterias, empórios, bares e lanchonetes e toda a oferta dos tradicionais ranchos da região, pesqueiros e entretenimentos, como os cinemas e shoppings. Como campeã no ranking da qualidade de vida, contempla ainda praças, diversas áreas de lazer, parques, teatros e museus.

É, por sinal, no campo do meio ambiente que nasceu uma das iniciativas mais inovadoras e criativas da cidade, o Pedal Sustentável, um empreendimento que usa a energia humana acionando bicicletas para gerar eletricidade e ligar equipamentos diversos, capazes por exemplo, de produzir alimentos como o preparo do café, da pipoca e drinks exóticos. O projeto está alinhado com a Agenda 2030 da ONU, de promoção da sustentabilidade dos recursos em diversos eixos.

Oriundo do meio ambiente, outro projeto criativo e com reconhecimento internacional se refere a Cozinha Medicinal, que leva às escolas da rede pública da cidade o conhecimento acerca do uso de plantas alimentícias não convencionais, como capuchinha, malvarisco, alfavaca, hibisco, moringa, taioba, ora-pro-nóbis, dentre outras. Tal projeto visa estimular o consumo pela população de plantas com potencial nutricional elevado e que ao longo do tempo se ausentaram dos hábitos alimentares e medicinais por influência, também dos industrializados.

Da safra dos criativos, já ganhou fama o tradicional Guaraná Esportivo em mais de dez sabores, fabricado na própria cidade e de administração familiar, assim como a tradicional coxinha com massa de batata, a costela de boi assada, os peixes frescos dos pescadores e os azeites artesanais saborizados com manjeriço, alho e pimenta.

A cidade apresenta ainda um diferencial na produção de alimentação saudável, como os alimentos naturais e orgânicos de milho e derivados como a farinha de milho e o fubá, a plantação e produção de café orgânico, além das hortas de alimentos orgânicos livres de agrotóxicos.

A gastronomia é responsável por grande parte da movimentação da economia e geração de emprego e renda em Santa Bárbara d'Oeste. Em 2020, por exemplo, o setor da gastronomia contabilizava 277 empresas e outras organizações e 1.450 pessoas trabalhando na área, além de aproximadamente 1.613 microempreendedores. A cidade conta, ainda, com uma das maiores escolas do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), com potencial para formar corpo técnico especializado e garantir mão-de-obra qualificada a qualquer tipo de empreendimento industrial ou comercial no setor.

Nesse contexto, Santa Bárbara d'Oeste tem na economia criativa uma oportunidade de desenvolver-se de forma promissora, tornando-se um polo de grandes, inovadores e criativos empreendimentos no setor da gastronomia. É com essa perspectiva que os produtores criativos da cidade trabalham para que Santa Bárbara d'Oeste seja reconhecida como Cidade Criativa da Gastronomia e incluída na Rede de Cidades Criativas da UNESCO. A partir desse propósito apresenta-se a seguir, o diagnóstico em que se baseia essa candidatura.

Reitera-se que o diagnóstico foi construído de forma participativa com os criativos da cidade e servirá de base para a elaboração e construção em **REDE do Plano Municipal de Desenvolvimento da Economia Criativa - Santa Bárbara d'Oeste**. Para a elaboração deste documento técnico foram coletadas informações na internet, em estudos e documentos científicos e, ainda, informações disponibilizadas e elaboradas pela Prefeitura do Município, Secretaria Municipal de Cultura e Turismo e conteúdos provenientes de livros, artigos, sites e pesquisa de campo.

Deste modo, esse trabalho é resultado não apenas das investigações em campo, mas também das ideias geradas pelo grupo representado por criativos, empreendedores, poder público, empresários, artistas, artesãos e parceiros presentes no workshop para a validação do diagnóstico.

### **3.2 Matriz de consolidação do diagnóstico**

No dia 20 de setembro de 2022 realizou-se o primeiro workshop, coordenado pela Secretaria Municipal de Cultura e Turismo em parceria com o Programa Cria SP / SBO voltado para a validação das informações sobre o diagnóstico da gastronomia e da economia criativa na cidade.

Os participantes foram divididos em quatro grupos, tendo como base a metodologia SWOT para análise de dados. Frente a isso, os empreendedores criativos debateram os pontos fracos, elencando os principais problemas e deficiências do setor gastronômico e também os pontos fortes com as principais oportunidades e desafios para o fortalecimento do setor gastronômico.

A seguir conforme expresso no quadro 1, serão elencados os aspectos discutidos e citados pelos criativos, em consenso no workshop, para que seja possível, a partir deste momento, realizar uma análise das informações levantadas para a estruturação dos eixos para o planejamento setorial do setor da gastronomia da cidade de Santa Bárbara d'Oeste.

Quadro 1: Metodologia SWOT de Santa Bárbara d'Oeste – SP

<b>PONTOS FRACOS</b>	
<b>Problemas</b>	<b>Deficiências</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Falta de sinalização/identificação dos estabelecimentos gastronômicos;</li> <li>❖ Medo da concorrência;</li> <li>❖ Mão-de-obra pouco qualificada no setor da gastronomia da cidade;</li> <li>❖ Falta divulgação e oferta dos cursos profissionalizantes;</li> <li>❖ Dificuldade de acesso aos estabelecimentos e zona rural – ônibus e estradas;</li> <li>❖ Mobilidade – problemas com estacionamento na cidade;</li> <li>❖ Falta de conscientização de lojistas e funcionários;</li> <li>❖ Problemas para colocar cadeiras e mesas fora do estabelecimento (calçada);</li> <li>❖ Desconhecimento dos outros empreendimentos da cidade;</li> <li>❖ Desvalorização do cliente local;</li> <li>❖ Ausência de um roteiro gastronômico comercializado por operadoras e agentes de viagem;</li> <li>❖ Favorecimento de grandes empresas no festival gastronômico;</li> <li>❖ Baixa divulgação dos empreendimentos e dos atrativos naturais e culturais da cidade a exemplo das cachoeiras;</li> <li>❖ Inexistência de ciclovias e estacionamentos para bicicletas;</li> <li>❖ Falta mais segurança nos atrativos;</li> <li>❖ Carência de regulamentação da língua e embutidos, ausência do SIM (Selo de Inspeção Municipal e Federal);</li> <li>❖ Escassez de regulamentação para as atividades de <i>Food Trucks</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Deficiência de acomodação do público na feira (acessibilidade);</li> <li>❖ Deficiência de mão-de-obra qualificada no setor gastronômico;</li> <li>❖ Ausência de identificação do barbarenses com a cultura gastronômica da cidade;</li> <li>❖ Falta de estabelecimentos abertos no período da noite;</li> <li>❖ Baixa diversificação da oferta de alimentos e bebidas na cidade;</li> <li>❖ Pouca divulgação da gastronomia, inclusive à população sem meios digitais;</li> <li>❖ Desconhecimento do diferencial competitivo da cidade e dos empreendimentos;</li> <li>❖ Falta capacitação para uso das redes sociais e das plataformas digitais como estratégias de promoção e divulgação dos empreendimentos da economia criativa;</li> <li>❖ Baixo suporte municipal para investimentos e aberturas de novos estabelecimentos;</li> <li>❖ Escassez de infraestrutura e acessibilidade;</li> <li>❖ Inexistência de uma organização formal por parte dos empresários, criativos e gestores para discutir, propor e acompanhar a implementação de ações e projetos de interesses comuns.</li> </ul>

<b>PONTOS FORTES</b>	
<b>Oportunidades</b>	<b>Desafios</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Compartilhamento de agenda de eventos entre os estabelecimentos gastronômicos da cidade;</li> <li>❖ Participação de mais empreendedores do setor alimentício na agenda cultural;</li> <li>❖ Organizar, estruturar, qualificar e desenvolver roteiros de turismo gastronômico e de vivência e experiência na cidade de Santa Bárbara d'Oeste;</li> <li>❖ Desenvolver e promover mais eventos de grande e pequeno porte na cidade;</li> <li>❖ Organizar e promover um Festival Gastronômico dos empreendimentos, que aconteça dentro dos estabelecimentos como estratégia interna de divulgação dos bares, lanchonetes e restaurantes;</li> <li>❖ Criação de pratos a partir da valorização da identidade cultural da cidade referenciando pessoas históricas/famosas da cidade;</li> <li>❖ Maior uso dos parques da cidade para atividades ligadas ao fortalecimento do conceito de cidade saúde e gastronomia saudável;</li> <li>❖ Promoção da identidade cultural de Santa Bárbara d'Oeste nos níveis nacional e internacional;</li> <li>❖ Integração da cidade e empreendimentos criativos no conceito do fortalecimento do setor de gastronomia incluindo os estabelecimentos da zona leste;</li> <li>❖ Criação de um elo entre os produtores e empreendimentos;</li> <li>❖ Ampliação das oportunidades de desenvolver o potencial criativo em diversos setores;</li> <li>❖ Desenvolvimento de novos projetos estratégicos e inovadores para a estruturação e o fortalecimento do setor gastronômico e criativo da cidade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gerenciamento de resíduos – a coleta de lixo não passa em todo lugar;</li> <li>❖ Melhorar o sinal de internet em bares, restaurante e similares, inclusive nos bairros afastados;</li> <li>❖ Resgatar a identidade – exemplo: apresentar a história da melancia;</li> <li>❖ Mobilizar, sensibilizar e qualificar os profissionais e cidadãos barbarenses acerca da importância do fortalecimento da gastronomia para a promoção da identidade de uma cidade criativa;</li> <li>❖ Ampliar a rede de comunicação entre os estabelecimentos;</li> <li>❖ Formação de uma REDE entre todos os estabelecimentos e empreendimentos criativos de Santa Bárbara d'Oeste para a posterior formalização de uma Associação de Bares, Restaurantes e Similares;</li> <li>❖ Conscientizar os estabelecimentos para a importância da formação e consolidação da REDE;</li> <li>❖ Qualificar os empreendimentos para as técnicas e criação do seu storytelling como uma estratégia de valorização e promoção dos estabelecimentos criativos e gastronômicos da cidade;</li> <li>❖ Aumentar as possibilidades de divulgação dos empreendimentos gastronômicos da cidade;</li> <li>❖ Aumentar a participação dos empreendimentos criativos ligados à gastronomia nos eventos promovidos na cidade;</li> <li>❖ Aumentar e facilitar o acesso a investimentos necessários à promoção do setor da gastronomia de Santa Bárbara d'Oeste;</li> <li>❖ Desenvolver e organizar um catálogo de produtos e atividades de vivência e experiência na cidade de Santa Bárbara d'Oeste com foco na economia criativa;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Iniciar o processo de roteirização do Turismo Gastronômico e demais segmentos da cidade de Santa Bárbara d'Oeste;</li> <li>❖ Promover a comercialização e distribuição comercial dos Roteiros de Turismo de Vivência e Experiência a serem desenvolvidos com foco na gastronomia e nos setores da economia criativa relacionados e associados.</li> </ul>
--	--

Fonte: Elaboração própria.

### **3.3 Análise do setor gastronômico de SBO**

Conforme mencionado anteriormente, a análise do setor de gastronomia da cidade de Santa Bárbara d'Oeste foi além das pesquisas de campo uma vez que os criativos e empreendedores também participaram e contribuíram em workshop, para o nivelamento das informações relacionadas aos problemas e deficiências do setor gastronômico e, a partir de uma visão de futuro, foram identificadas as oportunidades e desafios para o crescimento e desenvolvimento da economia criativa na cidade.

Foram analisados de igual maneira, os aspectos mais significativos para a defesa da candidatura da cidade de Santa Bárbara d'Oeste à Rede de Cidades Criativas da UNESCO, os quais serão apresentados nos itens expressos a seguir.

#### **3.3.1 Produtos com identidade histórica e cultural**

Em campo, as consultoras do Programa Cria SP para Santa Bárbara d'Oeste, em parceria com o grupo de trabalho formado pela Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de SBO, atuaram na identificação dos pontos fortes da culinária e do setor de gastronomia presente no território de Santa Bárbara d'Oeste. Foram identificados produtos com grande valor agregado que mantêm as tradições e os modos de fazer herdados por antepassados familiares, desbravadores da cidade.

A expectativa dos produtores e proprietários de estabelecimentos é positiva quanto à formação e integração de uma REDE que conte com um catálogo de produtos de atividades de turismo, de vivência e experiência para serem comercializados por operadoras turísticas e, desta forma, posicionar a cidade no mercado como um destino turístico gastronômico.

Entre os produtos com identidade cultural analisados destacam-se: a) o refrigerante Guaraná Esportivo; b) os diversos tipos de linguiças; c) a produção de queijo e leite; d) o pastel da feira; e) as costelas de porco e boi; f) os peixes regionais; g) os salgados do mineiro; h) as coxinhas de farinha de milho do Dona Beleza; i) produtos orgânicos, como fubá, milho, café, amendoim; j) as cachaças artesanais; k) as cervejas artesanais; l) as plantas alimentícias não convencionais; m) o caldo de cana; n) os pães caseiros; o) os *bisquets*; p) os azeites saborizados; e, q) as melancias. Os referidos produtos são caracterizados como ícones de identidade histórica da cidade.

### **3.3.2 Originalidade das receitas**

A pesquisa buscou identificar demais aspectos positivos relacionados à culinária barbareense. É o caso da verificação da originalidade das receitas. Este item foi abordado como um critério na análise da origem cultural dos produtos e processos alimentícios. Identificou-se em campo que os saberes e fazeres não foram alterados ao longo dos anos, apenas incluídos novos sabores aos pratos. Existem, por exemplo, receitas de pão caseiro que seguem tradição familiar e a cultura de antepassados, inclusive no consumo do pão caseiro com a carne de costela.

Conhecimentos repassados de avós para mães e filhas permanecem preservados na comunidade. Entre os insumos mais utilizados na culinária de Santa Bárbara d'Oeste ganham destaque: Batata Binge e Asterix, Cevada, Pão caseiro, Água de Santa Bárbara, Linguiça, Costela, Carne de porco, Peixes frescos, Embutidos, Mandioca, Cana-de-açúcar, Açúcar, Azeite extravirgem, Aromas de plantas medicinais, Pimentas Cumari, Biquinho e Malagueta, Jurubeba, Manjeriço, Ora-pro-nóbis, Alho e Café orgânico.

O aperfeiçoamento técnico e científico também fez parte do processo de resgate da memória e cultura das tradições alimentares de Santa Bárbara d'Oeste. Alguns empreendedores

entrevistados mencionaram como ponto positivo o acesso aos cursos de marketing do SEBRAE para empresas e programa de capacitação rural.

### **3.3.3 A vocação gastronômica e turística**

Santa Bárbara d'Oeste começou sua história na gastronomia a partir da cultura da culinária norte-americana. Inicialmente, os norte-americanos chegaram em terras barbarenses e deram início ao setor de agricultura com as grandes plantações de melancia. A produção da fruta ganhou fama e elevou a cidade de Santa Bárbara a lugar de destaque no mercado nacional com a comercialização da melancia, chegando a receber o título de "*Terra das Melancias*". As plantações de cana-de-açúcar igualmente ganharam visibilidade, com o desenvolvimento dos engenhos, canaviais e usinas a cidade passou a ser vista como a "*Pérola Açucareira*".

Com o tempo e o desenvolvimento da agricultura e da agropecuária, as famílias tradicionais da cidade, tanto da área rural como da área urbana começaram a empreender na gastronomia a partir de processos produtivos tradicionais e projetos inovadores que tornaram a cidade conhecida dentro do setor gastronômico regional levando-a ao título de "*Terra da Linguíça*". Outros títulos também foram mencionados pelos criativos visitados em campo, tais como a "*Terra da Costela*" e a "*Terra das Coxinhas*".

Santa Bárbara d'Oeste é uma cidade que apresenta vocação gastronômica de tradição com identidade cultural na cozinha caipira, na culinária saudável e na comida gourmet. Além da vocação gastronômica, a cidade apresenta uma vocação turística bem definida. De acordo com dados levantados na pesquisa de campo, entre os empreendimentos entrevistados cerca de 75% dos estabelecimentos recebem mais turistas, oriundos de outras cidades e região do entorno para se alimentarem, do que de moradores.

A vocação gastronômica é corroborada de forma expressiva no território em que os produtores rurais ganham destaque por resgatarem as tradições das comidas caipiras, podendo também ser explorada a gastronomia líquida.

### 3.3.4 A usina Santa Bárbara: espaço de promoção da economia criativa

A pesquisa de campo identificou que os espaços públicos da cidade estão sendo explorados criativamente, conforme a opinião dos empreendedores criativos visitados. A prática da valorização e preservação da cultura tem sido citada como um aspecto positivo das últimas duas gestões municipais.

É bastante comum associar inovação às ideias disruptivas quando se trabalha o conceito de economia criativa. De acordo com o SEBRAE, a economia criativa pode ser definida como um conjunto de negócios baseados no capital intelectual e cultural e na criatividade que gera valor econômico.

As atividades criativas vêm tendo destaque nas últimas décadas passadas por uma transformação na economia global, a qual é cada vez mais baseada em conhecimento, inovação e criatividade. É possível afirmar também que a principal força propulsora da nova economia é a criatividade, enquanto responsável por aprimoramentos e inovações tornando-se agente central da vida humana. (FLORIDA, 2011, n.p).

O atrativo cultural da Usina Santa Bárbara ganha destaque entre os espaços públicos citados com maior potencial de transformação para o estímulo da economia criativa, aliando cultura, tradição e empreendedorismo, sendo este um dos lugares mais frequentados na cidade de Santa Bárbara d'Oeste.

A Usina é um local carregado de história e tradição remetendo à cultura do plantio nos canaviais e às colheitas da cana-de-açúcar, à história das famílias dos migrantes nordestinos. Atualmente, se tornou palco para a realização de eventos geradores de fluxo turístico os quais resgatam e referenciam marcos históricos da cidade, como é o caso do evento "*Encontro de Veículos Antigos*", em referência ao primeiro automóvel nacional, *Romi-Isetta*, fabricado em Santa Bárbara d'Oeste.

### 3.3.5 O diferencial competitivo gastronômico

O diferencial competitivo relevante da cidade de Santa Bárbara d'Oeste em relação às demais cidades brasileiras se refere ao fato de a cidade ocupar o primeiro lugar no ranking das cidades de médio porte, como a cidade com melhor qualidade de vida para a população no Brasil, segundo análise realizada pela Revista Istoé.

A área gastronômica se mostra extremamente desafiadora, quando se trata de qualidade de vida, ela pode ser criativa e saborosa, no entanto, está além disso. A comida consiste em uma das principais fontes de energia e saúde dos seres humanos e necessidade básica de sobrevivência.

Em distintos lugares do mundo, diversas pessoas não têm acesso à alimentação básica. Em face desse cenário, a ONU - Organização Das Nações Unidas, criou a meta de combater a fome e a desnutrição na Agenda 2030, dando o prazo de 15 anos para que esses objetivos sejam concluídos:

Objetivo 2. Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável. 2.1 Até 2030, acabar com a fome e garantir o acesso de todas as pessoas, em particular os pobres e pessoas em situações vulneráveis, incluindo crianças, a alimentos seguros, nutritivos e suficientes durante todo o ano. [...] 2.3 Até 2030, dobrar a produtividade agrícola e a renda dos pequenos produtores de alimentos, particularmente das mulheres, povos indígenas, agricultores familiares, pastores e pescadores, inclusive por meio de acesso seguro e igual à terra, outros recursos produtivos e insumos, conhecimento, serviços financeiros, mercados e oportunidades de agregação de valor e de emprego não agrícola. 2.4 Até 2030, garantir sistemas sustentáveis de produção de alimentos e implementar práticas agrícolas resilientes, que aumentem a produtividade e a produção, que ajudem a manter os ecossistemas, que fortaleçam a capacidade de adaptação às mudanças climáticas, às condições meteorológicas extremas, secas, inundações e outros desastres, e que melhorem progressivamente a qualidade da terra e do solo. (ONU, 2015, n.p).

Foram detectadas em campo iniciativas sustentáveis em Santa Bárbara d'Oeste que estão alinhadas com as práticas e contribuições para a concretização da implementação dos objetivos e metas estabelecidos pela ONU na Agenda 2030 das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável, dentre elas: tornar as cidades inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis, agricultura sustentável, educação de qualidade, saúde e bem estar, água potável e saneamento, energia limpa e acessível, trabalho decente e crescimento econômico,

indústria, inovação e infraestrutura, redução das desigualdades, cidades e comunidades sustentáveis, consumo e produção responsáveis, vida na água, vida terrestre, paz, justiça e parcerias para o desenvolvimento sustentável.

Nota-se como um diferencial competitivo da cidade a preocupação com as práticas de alimentação saudável e com um novo olhar para as curas através dos processos alimentares que promovem a qualidade de vida. As Plantas Alimentícias Não Convencionais (PANCs) na prática existem para serem utilizadas com a sabedoria e o conhecimento acessível, de forma que a população saiba identificar suas dimensões, funções, cheiros, preparos e texturas.

### **3.3.6 A cozinha medicinal**

O **Projeto Horto Medicinal e Plantas Alimentícias Não Convencionais**, objetivando criar um espaço de saúde e aprendizagem com plantas, foi lançado em 2016 o projeto de execução de um Horto de Plantas Medicinais, Aromáticas e Condimentares na esfera municipal, sendo expandido mais tarde para outras unidades. Sob as diretrizes da médica sanitária, Dr<sup>a</sup> Nair Sizuka Nobuyasu Guimarães, a ação envolveu diversos voluntários, parceiros, alunos, funcionários e a comunidade escolar, promovendo também capacitação e troca de saberes.

É importante saber identificar corretamente as plantas, as características físicas e os potenciais nutricionais. Com parcerias de botânicos e professores universitários, os saberes são ensinados para que sejam exploradas as possibilidades de uso e permitir às pessoas comuns o acesso às plantas com grandes potenciais nutricionais. Isto porque, muitas vezes não se precisa ir longe para conseguir ter no prato uma planta nutritiva. Com os conhecimentos do projeto consegue-se colher plantas do quintal ou até mesmo da rua e incluí-las nas refeições, com até mais nutrientes que os alimentos tradicionais de forma saudável.

### 3.3.7 Boas práticas e negócios criativos da gastronomia

Ao longo da pesquisa de campo, um dos critérios de avaliação do setor de gastronomia da cidade de Santa Bárbara d'Oeste foi a análise dos negócios criativos que são exemplos de boas práticas na cidade. Foram identificados diversos empreendimentos referenciados como inovadores, já em funcionamento, que impulsionam e fortalecem a economia criativa, agregando valor às cadeias produtivas associadas. Serão apresentados a seguir, a partir de um breve descritivo.

A **Sancta Cervejaria**, o nome do empreendimento é em homenagem à padroeira da cidade, Santa Bárbara, foi idealizado por um jovem criativo e artista talentoso, empresário, apaixonado pelas artes, pela gastronomia e toda a sua economia criativa. Rafael Casarini começou o empreendimento um ano antes da pandemia, montou um estabelecimento moderno e inovou nos quesitos arquitetônico, artes visuais, artes plásticas, música, história, cultura, poesias, aromas, temperos e sabores da culinária barbarensense. O espaço propõe a união da ciência com a arte e o universo cervejeiro com o objetivo de proporcionar experiências gastronômicas e memórias inesquecíveis aos clientes e visitantes.

A gastronomia é um dos pontos fortes do estabelecimento Sancta Cervejaria. O cardápio foi pensado com foco na harmonização da comida com as cervejas artesanais, contendo burgers, sanduíches, petiscos, porções e sobremesas. São privilegiados ingredientes exclusivos, que valorizam o processo produtivo local ou a coleta dos insumos no município e regiões vizinhas.

A produção artesanal das cervejas ocorre no próprio estabelecimento, um espaço que comporta, além do comércio e serviço de bar e restaurante, uma pequena fábrica aberta à visitação. Existem cerca de 12 tipos de cervejas, que registram nomes em homenagem à cidade de Santa Bárbara d'Oeste. Na Sancta, o cliente degusta as cervejas através de um *tour* pelo cardápio das cervejas que contam a história da cidade citando, inclusive, alguns dos seus principais personagens.

Entre as cervejas, são destaque: Cerveja Margarida (em homenagem à fundadora da cidade), Cerveja Pérola (referência à Pérola Byington, importante filantropa nascida em SBO), Cerveja

Bárbara, Cerveja Santa Bárbara d'Oeste, Cerveja 1818, Cerveja Sapezeiro, Cerveja Caiubi, Cerveja Benção, dentre outros tipos e drinks.

O empreendimento apresenta inúmeros exemplos de boas práticas nas quatro dimensões da sustentabilidade atuando positivamente na agregação de valor cultural nas comidas e bebidas, na apresentação de um cardápio diferenciado e digital, na valorização das manifestações culturais, nas descobertas de talentos artísticos, literários e musicais, nas artes plásticas e gráficas, no artesanato e trabalhos manuais.

Na dimensão ambiental, o empreendimento tem espaço ocioso disponível para eventos, palestras e ensaios de bandas. Na dimensão multivalores, a Sancta Cervejaria pratica ações solidárias de apoio à campanha do agasalho, cestas básicas, cooperativa de reciclagem *Juntos Somos Mais Fortes* e na doação de materiais recicláveis.

Entre as obras de arte expostas no estabelecimento, são destaque os quadros do artista plástico e artesão Adriano Sobral, o desenho e a pintura do artista sacro, reconhecido nacionalmente por suas esculturas em madeiras e artes sacras, o artista Daniel Pagotto e a arte do teto da Sancta decorado com carretéis de linhas de tecelagem, trançadas em macramê.

O **Rancho da Linguíça**, localizado no bairro de Santo Antônio do Sapezeiro, se destaca na “*Terra da Linguíça*”. As receitas tradicionais feitas desde a década de 60 pelo Sr. Amadeu é considerada um sucesso e de receita secreta, com acesso restrito aos familiares.

Idealizado por Maria Dirce e Amadeu Martignago (*in memoriam*), o Rancho da Linguíça nasceu como um pequeno armazém. Nesse momento da história, as famosas linguíças já eram produzidas e comercializadas. Com os ventos soprando a favor e a latente necessidade de expansão do negócio em decorrência do sucesso dos produtos, em meados de 1986, o casal ampliou o campo de atuação e inaugurou oficialmente o “Rancho da Linguíça”, um restaurante típico de fazenda, que agrega o melhor da comida caseira em porções e pratos à *la carte*.

Outro fator de destaque na casa e que desperta grande interesse pela visita são as deliciosas cachaças comercializadas. A qualidade e confiabilidade em todos os processos de fabricação garantem um produto com maciez e limpidez, de sabor único.

Charmosa, familiar e de clima aprazível, a casa conta com amplo bar e infraestrutura completa para acomodar e atender aproximadamente 500 pessoas, além de um pequeno espaço “kids”, parcialmente arborizado para os pequenos, fraldário, TV, som ambiente e show ao vivo mediante programação. Cabe salientar que também realizam festas e eventos no local.

O **Rancho da Costela**, foi inaugurado em 1996 por Margarida Angolini, nascida e criada em Santa Bárbara d’Oeste. Com muita dedicação conquistou clientes com seus saborosos pratos caseiros. Entre os pratos em destaque está a famosa Costela no bafo, que mesmo com o passar dos anos e com a expansão do estabelecimento, o referido prato continua com a mesma receita e sabor caseiro.

A capacidade de atendimento do Rancho é de até 350 pessoas, contando com amplo salão, cozinha profissional, playground e estacionamento. O estabelecimento já recebeu 6 premiações de excelência pelo TripAdvisor, fazendo parte do grupo seletivo de restaurantes em grande destaque na plataforma. Em 2012/13 recebeu o certificado de padrão de excelência do Chopp, realizado pela cervejaria *Heineken*, destacando-se entre os melhores estabelecimentos do país pelo Clube de Apreciadores de Chopp.

O Rancho é referência em matérias de jornais e revistas devido ao cardápio com receitas simples, bem elaboradas e que remetem ao passado, com comidas afetivas. A caipirinha com melado de cana-de-açúcar e a cachaça da Santa Capela é um dos drinks oferecidos como de grande valor agregado e identidade cultural da cidade.

O **Pesqueiro Santa Clara** é um empreendimento criativo de lazer que está há 12 anos em funcionamento na zona rural da cidade de Santa Bárbara d’Oeste. É uma excelente opção para quem deseja uma comida saudável, como por exemplo um peixe fresco, além disso é um local onde é possível descansar a mente do trabalho e da rotina do dia a dia na cidade.

Os pescadores, amadores e profissionais, são servidos à beira do lago, enquanto pescam os peixes, seja para soltar ou para se alimentar. Além dos peixes, o cardápio do empreendimento também contempla a oferta da costela e da linguiça, considerados ícones da identidade cultural gastronômica da cidade.

O estabelecimento é uma das maiores referências de pesca esportiva da região. São 5 tanques com mais de 20 espécies de peixes, incluindo peixes de grande porte da bacia amazônica, como o Pirarucu, Pirarara e Surubim chegando a pesar até 40kg. O Pesqueiro encontra-se no *Guinness Book* graças a um americano, pescador profissional conhecido como caçador de peixes, que teve êxito em fisgar nos tanques do Pesqueiro duas novas espécies inéditas de peixes para a coleção.

O **Bar e Restaurante Dona Beleza** foi criado em 2013, pelos irmãos Mateus e Thiago Mutti, que despertaram para a oportunidade de oferta gastronômica na cidade. As opções de bares e restaurantes até então eram mais tradicionais na cidade, com poucas opções com o padrão de atendimento que gostariam de consumir. Foi quando os irmãos decidiram criar um restaurante conceito, com comidas bem elaboradas criadas por um Chef, em conjunto com os irmãos. Deste trabalho saíram pratos maravilhosos e *gourmets* que conquistaram o paladar de diversos clientes.

Com capacidade para atender até 160 pessoas sentadas, o estabelecimento conta com um pequeno lago com carpas (peixes) que fazem a alegria das crianças. Um dos grandes destaques do estabelecimento é o cardápio de drinks, montado sob a consultoria de Marcelo Serrano, mixologista renomado, que criou drinks especiais para o estabelecimento, além de oferecer uma experiência aos clientes na produção dos próprios drinks, com diversas opções de frutas, especiarias e bebidas alcoólicas e não alcoólicas.

A **Santa Capela** é uma destilaria de destaque da região que mantém uma produção de destilados de excelência, com todos os processos feitos em Santa Bárbara d'Oeste. Foi projetada e construída com os melhores equipamentos e recursos com o objetivo de produzir uma linha de cachaças e outros produtos de mais alta qualidade e pureza.

A destilaria além de plantar a própria cana-de-açúcar usada nas bebidas, possui ainda um rigoroso controle de qualidade para que a matéria-prima seja sadia e livre de contaminação. A linha de produção em aço inox no padrão alimentício evita contaminações no processo. Os alambiques de cobre são modernos e contribuem para uma cachaça pura, leve e livre de contaminantes.

O processo produtivo é documentado, rastreável e utiliza as melhores práticas disponíveis em rigoroso controle de qualidade. A equipe de trabalho é composta por um grupo de profissionais competentes e comprometidos, buscando continuamente se superar. A recompensa para os empreendedores do estabelecimento encontra-se nos pequenos detalhes: um aroma novo e uma combinação de distintos sabores que fazem a alegria dos apaixonados pela cachaça.

A ideia de produção da **Cachaça Walkeriana** é uma inovação para o empreendimento que começa a se preparar para receber visitantes e oferecer experiências e vivências criativas através das plantas e da gastronomia.

O interesse pelas orquídeas começou como um hobby há 22 anos. Colecionadores de diferentes espécies de orquídeas que compravam pelo Brasil, os sócios Marcos e Rodrigo trocavam diversas espécies exóticas entre amigos. Com o tempo, o orquidário foi construído à medida em que a paixão pelas orquídeas crescia. Estudando e buscando informações deram início ao cultivo da espécie “Walkeriana” (considerada por muitos como a orquídea perfeita).

As vendas iniciaram há 10 anos, mas em grande escala e comercialmente há apenas 3 anos. O Orquidário abriga uma área de 1.080m<sup>2</sup> e possui mais de 350 cruzamentos de Cattleya Nobilior, Cattleya Walkeriana e Cattleya Amethystoglossa. A variedade de cruzamentos fez com que o empreendimento hoje se tornasse um dos três maiores orquidários do Brasil no cultivo de Cattleyas Walkerianas.

A **Fábrica do Esportivo – Irmãos Parazzi LTDA** foi criada em 1948, em Santa Bárbara d'Oeste, e por muitos anos foi dirigida pelo Sr. Hermano Parazzi, que herdou de seu pai o trabalho de fabricação dos refrigerantes. É uma fábrica familiar, administrada por quatro irmãos, que ao

longo dos anos conseguiu conquistar o coração dos consumidores e da população barbarense. A fábrica já fez parceria com escolas e organizou visitas para o conhecimento da produção do refrigerante, no entanto, atualmente as visitas foram interrompidas devido à falta de espaço e longa escala de produção.

Hoje o refrigerante esportivo é considerado um produto com identidade que representa a cultura alimentícia da cidade de Santa Bárbara d'Oeste. Diversas pessoas reconhecem e consomem os produtos, que já se tornaram tradição na cidade, especialmente na feira da madrugada com a pedida recorrente: “pastel de carne com guaraná pitchulinha”. Os refrigerantes são produzidos com água, açúcar, xarope, extrato, aroma e gás injetado no processo de envasamento das garrafas.

### **3.3.8 Outros criativos identificados com potencial gastronômico**

A seguir, serão listados outros empreendimentos no setor alimentício da cidade de Santa Bárbara d'Oeste que também foram considerados potenciais criativos os quais somam forças, conceitos e inovações no processo de fortalecimento do setor gastronômico, a saber:

1. Acarajé Sabores da Preta;
2. Aqui em Casa;
3. Azeites Senhora Pimenta;
4. Bar e Choperia Santa Bike;
5. Beco 207 Bar;
6. Café do Benaco;
7. Café Nice;
8. Caldo de Cana;
9. Casa Florença;
10. Casa da Nonna Massas;
11. Cervejaria 3 Américas;
12. Churros da Mamãe;
13. Cheirinho de Bolo;
14. Cia Xekmat;
15. Cremosa Kombi de Chopp7;
16. Circolo Italiano -Trattoria Il Volo;

17. Delícias da Fabi;
18. Destilaria Santa Capela;
19. Doceria Romera;
20. Eu amo Pastel Joel e Léia;
21. House Açáí;
22. Cozinha Experimental PANC'S e Medicinais;
23. Ki Pastel Bába e Edna;
24. Luiz Antônio - Balas de Coco;
25. Maná Orgânicos;
26. Minas Bar / Bar do Mineiro;
27. Pão com Linguiça do Mineiro;
28. Pedal Sustentável;
29. Rei do Tchay;
30. Restaurante Rancho do Guitão;
31. Rotisserie Bom Paladar;
32. Sapezeiros Bike;
33. Sítio do Pajé;
34. Sítio Tunussi Orgânicos;
35. Simple Bar e Restaurante;
36. Shyro's Sushi House;
37. Tico Doces;

OBS: retirar Bom Paladar e Sabores da preta que se repertem

### 3.4 Avaliação técnica

A presente avaliação, fundamentada em parecer técnico, tem o objetivo de justificar, defender e apresentar as reais condições e atuais potenciais criativos ativos nos setores da economia criativa com foco no setor de gastronomia, como um diferencial competitivo da cidade de Santa Bárbara d'Oeste em seu pleito na candidatura à Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

Em análise ao setor que corresponde à economia criativa no Estado de São Paulo, o PIB equivale a 3,9% e produz 1,5 milhão de postos de trabalho. Além disso, concentra cerca de 47% do “PIB criativo” brasileiro e gera cerca de R\$104,3 bilhões por ano (FIRJAN, 2022).

É considerado expressivo e diverso o potencial criativo presente nos municípios do Estado de São Paulo. Mediante a isso, o governo tem investido em ações de fomento e promoção do setor cultural e turístico, por meio de programas e projetos voltados ao desenvolvimento econômico como um dos pilares da sustentabilidade das cadeias produtivas da economia criativa. É o caso do programa Cria SP, que tem como um dos objetivos:

Estimular os municípios na elaboração de um plano de desenvolvimento participativo de economia criativa, com ações locais que levem em consideração as estratégias e as políticas de desenvolvimento cultural, criativo, econômico e de regeneração urbana, além da possibilidade de ser reconhecida como Cidade Criativa da UNESCO. (SBN, 2022, n.p).

O Estado de São Paulo esteve nos últimos anos entre as três primeiras unidades da federação com maior participação de empresas criativas do Brasil. Essa produção criativa representa cerca de 4,41% de toda a riqueza gerada no Estado. Em relação à remuneração dos criativos e, de acordo com estudo elaborado pela Firjan, em 2020 a média no Estado era de R\$ 7.748,00, superior à média nacional de R\$ 6.926,00, aproximadamente 2,4 vezes maior que os demais profissionais.

Santa Bárbara d'Oeste apresenta entre as principais instâncias de governança de apoio ao turismo a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, responsável por promover, desenvolver

e difundir as atividades ligadas à Cultura e ao Turismo. As instâncias de governança atuam em parceria com o COMTUR - Conselho Municipal de Turismo, instituído pela Lei Municipal nº 3.824, bem como o Fórum Regional de Governança Turística Bem Viver.

A cidade se destaca pelo potencial criativo presente nos segmentos do turismo gastronômico, turismo rural, turismo de negócios e eventos, turismo cultural, turismo religioso e turismo de aventura, esporte e ecoturismo, de acordo com a análise metodológica do Plano de Turismo de Santa Bárbara d'Oeste.

O **Festival Gastronômico** é um exemplo dos eventos considerados com maior potencial criativo de promoção e divulgação da gastronomia da cidade de Santa Bárbara d'Oeste. Acontece duas vezes ao ano e tem o objetivo de promover, valorizar e divulgar a gastronomia da cidade, oferecendo ao público a oportunidade de conhecer e degustar pratos típicos da cultura e identidade local que representam e evidenciam as especialidades de cada estabelecimento/empreendedor barbarenses que atua no setor gastronômico.

A **Capela de Santo Antônio do Sapezeiro** consiste em outro exemplo de potencial criativo a ser promovido. Foi construída em 1905, por doação de um terreno da família Godoy, cresceu e se tornou uma igreja onde ocorrem grandes festas religiosas, como a Festa do Padroeiro, que atraem milhares de visitantes, tanto da cidade como das regiões do entorno.

O grande diferencial competitivo da cidade de Santa Bárbara d'Oeste em relação às demais cidades brasileiras, como já mencionado anteriormente, é o fato de a cidade estar em primeiro lugar no ranking das cidades brasileiras de médio porte com a melhor qualidade de vida para a população.

Entre os 5.565 municípios do Brasil é a cidade geradora de mais empregos formais na economia. Segundo dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados, no ano de 2022, os números demonstram crescimento absoluto em vários setores. A cidade conta com 153 empresas cadastradas com CNAEs - Classificação Nacional de Atividades Econômicas no setor cultural, com um total de 1.229 profissionais.

Além disso, existem 528 Microempreendedores Individuais, consideradas as 43 ocupações permitidas na forma jurídica do MEI, que possuem CNAEs diretamente relacionadas aos CNAEs mencionados anteriormente. No setor da gastronomia, em 2020, existiam 277 empresas e outras organizações e 1.450 pessoas trabalhando, além de aproximadamente 1.613 microempreendedores.

Santa Bárbara d'Oeste carrega em sua essência o potencial criativo e já pratica uma economia criativa diversificada, o que aumenta ainda mais as chances de consolidar-se como uma cidade criativa tendo a identidade cultural da gastronomia como carro chefe.

O município se destaca no setor agrícola pela relevante e histórica produção de cana-de-açúcar, mantendo-se há anos como o produto que mais ocupa as áreas agricultáveis entre os municípios. Durante anos a cana-de-açúcar foi o principal produto das terras barbarenses, sendo ainda hoje sua maior referência agrícola. Paralelo a isso, a cidade conta ainda com empresas de grande porte em outras áreas, algumas das quais estão entre as maiores do Estado em seus respectivos nichos de atuação.

A vocação gastronômica da cidade já se apresenta de forma expressiva no território em que os produtores rurais ganham destaque por resgatarem as tradições das comidas caipiras, podendo ser explorada a gastronomia líquida e também o segmento do turismo religioso. São diversas as oportunidades que se apresentam a partir deste pleito à condição de Rede de Cidades Criativas da UNESCO, posicionando a cidade como um destino de referência, identidade e cultura criativa no setor de gastronomia.

Entre os produtos com identidade cultural analisados destacam-se: o refrigerante Guaraná Esportivo, os diversos tipos de linguiças; a produção de queijo e leite, o pastel da feira, as costelas, os peixes regionais, os salgados do mineiro, as coxinhas de farinha de milho do Dona Beleza, produtos orgânicos, como fubá, milho, café, amendoim, as cachaças artesanais, as cervejas artesanais, as plantas alimentícias não convencionais, o caldo de cana saborizado e as melancias, como ícones da identidade histórica da cidade.

As cidades criativas da UNESCO utilizam os espaços públicos para estimular negócios através da economia criativa. No caso de Santa Bárbara d'Oeste, existe um potencial para o fortalecimento e incentivo à organização de pequenas feiras de artesanato e produtos da agroindústria e feiras gastronômicas, festivais e espetáculos artísticos. Tais atrações podem acontecer por meio de um calendário permanente na Usina, unindo arte, cultura, música e gastronomia como potenciais criativos. A Usina consiste em um atrativo turístico que pode se transformar, por exemplo, em cenário para gravação de produções audiovisuais e festivais de cinema, sendo a cidade palco das artes e referências históricas e culturais brasileiras.

No campo do turismo, são imensuráveis as possibilidades de crescimento, especialmente no turismo criativo direcionado ao setor gastronômico, que tem potencial para expandir a cadeia produtiva da economia criativa associada. A cidade e os empreendedores criativos deverão se organizar para receber turistas exigentes que buscam experiências, vivências e práticas que agreguem valor à sua viagem em todos os sentidos, especialmente o gastronômico.

Entre os critérios da UNESCO para a formação da rede de cidades criativas está o atendimento à agenda 2030 da ONU, a partir da execução compartilhada de um plano global para construir um mundo melhor para todos os povos e nações. A cidade de Santa Bárbara d'Oeste alinha-se diretamente com os principais objetivos de desenvolvimento sustentável da citada agenda da ONU e já apresenta na prática empreendimentos criativos que fortalecem tais objetivos.

Todos os empreendimentos descritos e apresentados no diagnóstico, como a Cervejaria Sancta, o Rancho da Linguíça, o Rancho da Costela, o Pesqueiro Santa Clara, a Destilaria Santa Capela, o Orquidário das Walkerianas e o Restaurante Dona Beleza, dentre outros estabelecimentos gastronômicos citados, já demonstram resultados positivos quando analisados sob os fluxos da sustentabilidade, promovidas a partir das práticas das novas economias (criativa, compartilhada, colaborativa e multivalores), tendo como base os pilares de preservação, valorização, promoção e o desenvolvimento do território.

Justifica-se o pleito e a organização do território para o desenvolvimento de um plano de economia criativa para Santa Bárbara d'Oeste uma vez que tem presença ativa de

estabelecimentos na cidade que se apresentam como exemplos de boas práticas e negócios criativos e inovadores. Com infraestrutura e a oferta de bem-estar e qualidade de vida à população, o município registra altos índices de segurança, desenvolvimento e destaca-se nas áreas de educação, lazer, cultura e gastronomia.

Portanto, diante dos dados e fatos apresentados ao longo deste documento técnico de diagnóstico da economia criativa do setor gastronômico, fica evidente o potencial criativo da cidade de Santa Bárbara d'Oeste para concorrer à candidatura na Rede Criativa da UNESCO, tendo no setor da Gastronomia o seu principal e mais competitivo potencial criativo.

#### **4. AGENDA ESTRATÉGICA**

Ao longo da realização dos três workshops, na cidade de Santa Bárbara d'Oeste, os atores locais da gastronomia e dos demais setores da economia criativa puderam trocar experiências e dialogar sobre os pontos fortes e fracos, as oportunidades e os principais desafios para o fortalecimento do setor da gastronomia na cidade. A análise de tais informações gerou o indicativo dos principais eixos estratégicos a serem estruturados e desenvolvidos ao longo da execução do Plano de Economia Criativa.

##### **4.1 Planejamento estratégico**

Elaborar um plano de forma coletiva e colaborativa é uma das estratégias mais eficazes para o desenvolvimento sustentável de um território porque aponta direcionamentos para a qualificação, promoção e implementação de modelos descentralizados de gestão nos municípios, uma vez que reflete a visão e as reais necessidades da população local.

O conceito de planejamento estratégico se refere a um processo sistêmico que permite definir o melhor caminho a ser seguido por uma organização, para atingir um ou mais objetivos, dentro de um contexto previamente analisado. Isso se faz analisando cenários, definindo metas e ações que permitirão chegar onde se deseja. (SCOPI, 2021, n.p).

O processo de construção do Plano de Economia Criativa da cidade de Santa Bárbara d'Oeste envolveu mais de 100 atores locais e lideranças da cidade que, por meio de encontros presenciais, refletiram, debateram e decidiram as pautas a serem implementadas no campo

da economia criativa, considerando o setor de gastronomia como o principal diferencial competitivo.

O Programa Nacional de Municipalização do Turismo, coordenado pela EMBRATUR, nos anos de 1996-2000, por exemplo, já praticava as técnicas de planejamento participativo nas oficinas, divididas em três fases, de 90 dias, para sensibilizar, mobilizar e planejar ações e projetos técnicos de cooperação, organização e desenvolvimento do Plano de Turismo dos municípios considerados turísticos ou com potencial turístico. (COSTA, [2002], n.p).

O planejamento participativo foi construído com o apoio e a parceria do grupo de trabalho e das instituições públicas e privadas com o objetivo de potencializar os resultados que contribuirão para a transformação da cidade.

Os criativos participantes foram motivados, por meio de práticas e dinâmicas integrativas, a pensar na cidade criativa da gastronomia e identificar vocações, potenciais criativos, identidade cultural e recursos disponíveis na cidade (naturais, culturais, sociais, ambientais e econômicos) que por eles podem ser usados e compartilhados para gerar renda através de atividades e produtos da Economia Criativa.

A Secretaria Municipal de Cultura e Turismo motivou a formação de uma rede colaborativa com mais de 100 atores locais que interagiram de forma online e presencial, de acordo com o cronograma de atividades programadas para o cumprimento das etapas de construção coletiva do Plano de Desenvolvimento da Economia Criativa – Santa Bárbara d’Oeste, a Cidade da Gastronomia.

### **Visão de futuro compartilhada**

Santa Bárbara d’Oeste será uma cidade referência em economia criativa, tendo a sua identidade cultural valorizada e a gastronomia como fatores centrais de atração turística e promoção de todos os atores criativos do município.

### **Objetivo geral do Plano de Economia Criativa**

Organizar, desenvolver e promover o setor de Economia Criativa, com foco na Gastronomia de SBO, por meio de programas, projetos e ações estruturantes de gestão, infraestrutura, qualificação e promoção dos saberes e fazeres locais, tendo em vista a valorização da cultura e o estímulo ao turismo como vetores de sustentabilidade, inovação tecnológica e criativa para a geração de renda na cidade.

### **Objetivos específicos**

1. Planejar ações e atividades pautadas e alinhadas com a sustentabilidade ambiental, cultural, econômica e social da cidade, contribuindo para o alcance dos objetivos da Agenda 2030 da ONU;
2. Mapear, diagnosticar e sistematizar informações dos demais setores da economia criativa de SBO (artesanato, moda, indústria têxtil, produtos da agricultura familiar, manifestações culturais, teatro, música, dança, literatura, design etc.) em seus contextos, vocações e oportunidades, desenvolvendo estudos e pesquisas com o intuito de investigar e analisar os potenciais da economia criativa de SBO para subsidiar a formulação de políticas públicas, projetos e programas de desenvolvimento do território;
3. Estimular e fortalecer a qualificação profissional e o aperfeiçoamento dos agentes culturais locais, gestores e criativos da economia criativa nas áreas da gastronomia, gestão, comunicação, inovação tecnológica, empreendedorismo, turismo criativo, marketing digital, acesso a investimentos, dentre outras áreas;
4. Qualificar e promover o desenvolvimento de produtos turísticos que incluam a economia criativa, serviços turísticos e as atividades de vivência e experiência, na formatação de roteiros turísticos, nos diversos segmentos potenciais da cidade, incluindo o acesso aos portadores de necessidades especiais;
5. Fomentar a organização e a promoção das atividades da economia criativa em SBO para a valorização dos saberes e fazeres tradicionais e a geração de renda para os

criativos por meio da implantação de um calendário permanente e anual de eventos criativos (nacionais e internacionais) do setor da gastronomia, com oferta de vivências, experiências e atividades culturais criadas para turistas e moradores;

6. Implementar acordos de cooperação técnica que integrem os setores da cultura e turismo, do esporte, da educação, do meio ambiente e da gastronomia definindo usos e funções para o melhor aproveitamento, transformação e utilização dos espaços públicos da cidade de SBO;
7. Fortalecer a identidade cultural e gastronômica de SBO por meio da promoção e valorização da culinária local, da união entre agentes públicos com a população em geral, empreendedores e criativos para a formação, gestão e sustentabilidade da REDE de Economia Criativa da cidade.

Quadro 2: Metas, indicadores de resultados e prazos

Metas	Indicadores	Prazos
<b>Meta 1</b> - Realizar o diagnóstico dos 5 principais setores da Economia Criativa no município de Santa Bárbara d'Oeste.	Número e dados de empreendimentos identificados com potencial criativo por setor.	Até 2023
<b>Meta 2</b> - Realizar 300 cursos e/ou oficinas (profissionalização e aperfeiçoamento) e qualificar 6.000 pessoas dos setores da economia criativa e serviços turísticos, em parceria com as instituições públicas e privadas (Sistema S).	Número de cursos realizados; Número de inscritos nos cursos; Número de pessoas certificadas.	Até 2026
<b>Meta 3</b> - Realizar a qualificação e promoção de até 50 novos produtos da economia criativa e até 30 atividades turísticas por meio do desenvolvimento de um catálogo (impresso e digital) com a coleção de produtos, serviços e atividades de vivência e experiência na cidade de Santa Bárbara d'Oeste.	Número de beneficiados diretos e indiretos; Número de novos produtos e atividades geradas; 01 Catálogo em plataforma digital 100 impressos.	Até 2024
<b>Meta 4</b> - Realizar 16 eventos nacionais e 02 internacionais voltados à promoção e comercialização da gastronomia da cidade de Santa Bárbara d'Oeste, enquanto território produtivo em desenvolvimento da economia criativa. até 2026.(retirar)	Número de empresas / criativos beneficiados; Volume de negócios gerados.	Até 2026
<b>Meta 5</b> - Participar de 4 eventos nacionais e 4 internacionais voltados para a promoção da	Número de empresas / criativos beneficiados; Volume de negócios gerados.	Até 2026

gastronomia e a valorização do território, enquanto espaço de desenvolvimento da economia criativa.		
<b>Meta 6</b> - Criar, executar e avaliar 7 projetos para o desenvolvimento dos setores da economia criativa, em parceria com a Rede SBO <i>CREATIVE CITY</i> , alinhados com os objetivos da Agenda 2030.	Metrificar a quantidade de projetos desenvolvidos; Valores investidos nos projetos.	Até 2026
<b>Meta 7</b> - Aumentar em 100% o acesso às informações dos recursos financeiros e investimentos nos setores públicos e privados da economia criativa.	Número de acesso à plataforma de divulgação e número de contratos de financiamento com os bancos públicos.	Até 2026
<b>Meta 8</b> - Aumentar em até 100% o uso e o melhor aproveitamento dos espaços públicos de Santa Bárbara d'Oeste para fortalecer os setores da gastronomia e economia criativa.	Taxa de uso e frequência de público nos espaços públicos.	Até 2026
<b>Meta 9</b> - Aumentar em até 50% o número de empresas formalizadas no setor gastronômico e cultural e em até 50% o número de profissionais registrados no setor da economia criativa, cultural e turístico.	Número de MEI'S; Número de microempresas e organizações formalizadas.	Até 2026

Fonte: Elaboração própria.

#### 4.1.1 Planejamento setorial

O Planejamento Setorial é um passo importante para o desenvolvimento de um plano estratégico, uma vez que direciona os principais eixos a serem estruturados e trabalhados a partir de projetos e ações para o desenvolvimento do território.

Planejamento setorial é um processo gerencial de identificação e coordenação dos recursos (pessoas, processos, projetos, serviços, aquisições e orçamento) de uma determinada unidade, necessário para apoiar a instituição na execução de seu plano estratégico e no cumprimento de seus objetivos institucionais. (Tribunal Eleitoral Regional, n.p)<sup>1</sup>.

As análises referentes aos pontos fortes e fracos, dificuldades, deficiências e oportunidades foram divididas em 4 eixos estratégicos. Dessa forma, foi possível obter mais clareza das necessidades e projetos a serem implementados em Santa Bárbara d'Oeste.

<sup>1</sup> Disponível em: <https://www.tre-se.jus.br/o-tre/governanca/gestao-e-planejamento/gestao-de-iniciativas-estrategicas/planejamento-setorial>. Acesso em: 28 out. 2022.

Os eixos estratégicos apresentados a seguir, foram debatidos e validados pelos atores locais, gestores e parceiros que estiveram presentes ao longo da realização dos workshops 1, 2 e 3, na cidade de Santa Bárbara d'Oeste. Para os pontos fracos (atuais problemas e deficiências) do setor gastronômico e da economia criativa diagnosticados no território foram apresentadas sugestões que direcionam as grandes linhas de ação para o desenvolvimento de projetos a serem construídos coletivamente e implementados no território a partir da proposta do planejamento estratégico.

## **GESTÃO E GOVERNANÇA LOCAL**

A cidade de Santa Bárbara d'Oeste apresenta alguns desafios a serem alcançados que foram identificados pelos criativos como, por exemplo, a falta de um grupo ou uma REDE gestora de ideias e ações colaborativas para o desenvolvimento integrado e participativo dos diversos setores da economia criativa.

Foi identificada a baixa utilização da identidade cultural gastronômica como potencial criativo para a realização de negócios e geração de renda por meio de atividades de promoção e comercialização da gastronomia barbareense.

A falta de comunicação e informação no que diz respeito à divulgação dos instrumentos de apoio à captação de recursos financeiros e investimentos para aberturas de novos negócios e estabelecimentos no setor da gastronomia foi outro problema apontado.

Também foi ressaltada a necessidade da regulamentação do Selo de Inspeção Municipal e Federal (SIM) e (SIF) para a comercialização da linguiça e derivados e, ainda, a necessidade da regulamentação e promoção das atividades dos *Food Trucks*.

### **Diretrizes e Linhas de Ação**

1. Formalizar e atualizar os Marcos Legais da economia criativa no território: constituir o Conselho de Turismo e Economia Criativa, a Associação de Bares, Restaurantes e Similares de SBO, promover a regulamentação do SIM para empreendedores de linguiça e derivados, a regulamentação dos *food trucks* e fortalecer as entidades já constituídas, como o Conselho de Turismo;

2. Propor, planejar e executar acordos de cooperação técnica e/ ou convênios nos âmbitos municipal e estadual para o desenvolvimento da gestão, infraestrutura, qualificação e promoção do Setor da Gastronomia e da Economia Criativa da cidade de SBO;
3. Fortalecer a REDE SBO *Creative City* com a integração de atividades entre gestores, empreendedores e criativos para o planejamento coletivo e a formulação conjunta de políticas públicas para a cidade;
4. Promover a troca de experiências e a celebração de parcerias entre os empreendimentos do Setor da Gastronomia com os demais setores da Economia Criativa;
5. Aumentar e facilitar o acesso da população às informações sobre investimentos nas áreas de qualificação, obras e infraestrutura e o apoio à promoção e comercialização de produtos e serviços do Setor da Gastronomia;
6. Acompanhar e gerir projetos e ações colaborativas, compartilhadas e criativas para o desenvolvimento do turismo e da economia criativa.

### **INFRA-ESTRUTURA / ACESSO / SINALIZAÇÃO**

Quanto à infraestrutura, acesso e sinalização na cidade de Santa Bárbara d'Oeste indica-se o investimento em projetos de sinalização e identificação dos estabelecimentos comerciais e gastronômicos, bem como a melhoria da acessibilidade nos equipamentos de alimentação, turísticos e culturais.

Outra dificuldade a ser enfrentada se trata do acesso aos estabelecimentos da zona rural (ônibus e estradas), bem como a falta de estacionamentos para automóveis e bicicletas na zona central e, ainda, de ciclovias próximas aos restaurantes e atrativos turísticos. A abertura no período da noite dos estabelecimentos gastronômicos e bares no centro da cidade consiste em outra ação a ser implementada.

## Diretrizes e Linhas de Ação

1. Estimular a abertura e o funcionamento dos estabelecimentos do Setor Gastronômico no período noturno, na praça, além de permitir, no mesmo local e horário, o estacionamento e atividade dos *food trucks*;
2. Promover junto à população o uso dos espaços públicos para a comercialização de produtos e serviços no Setor de Gastronomia e Economia Criativa;
3. Atualizar o projeto de sinalização turística para a cidade de SBO;
4. Sensibilizar lojistas, funcionários e a população em geral para as questões dos estacionamentos no centro (zona azul);
5. Gerenciar os resíduos e ampliar a coleta seletiva de lixo para toda a cidade;
6. Melhorar o sinal de internet (Wi-Fi) em bares, restaurantes e similares, inclusive nos bairros afastados;
7. Articular, fomentar e apoiar projetos que visem a melhoria da infraestrutura, sinalização e acesso aos atrativos turísticos, culturais e gastronômicos da cidade de Santa Bárbara d'Oeste como, por exemplo:
  - ❖ Projeto para a requalificação das calçadas e iluminação de atrativos culturais e turísticos;
  - ❖ Projeto de acessibilidade para ciclistas e portadores de necessidades especiais (ciclovias, sinalização e estacionamentos para bicicletas próximos aos estabelecimentos do setor gastronômico, cultural e atrativos turísticos);
  - ❖ Projeto para a melhoria dos estacionamentos na cidade;
  - ❖ Projeto para a qualificação de obras e infraestrutura dos espaços públicos, a partir de inovações tecnológicas e sustentáveis, para divulgação e comercialização dos potenciais criativos locais;
  - ❖ Projeto para roteiros nas modalidades *Walking Tour* e *Bike Tour*.

## QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS, SERVIÇOS E ATIVIDADES TURÍSTICAS

É necessário qualificar a cadeia produtiva da economia criativa local e do setor gastronômico melhorando a oferta de profissionais qualificados, produtos, serviços e atividades que beneficiem as áreas do artesanato, da música, do teatro, da dança, das manifestações culturais, da agricultura familiar, do pólo têxtil e da moda criativa.

Santa Bárbara d'Oeste necessita, ainda, ampliar e diversificar a oferta turística e gastronômica desenvolvendo e promovendo atividades de vivências e experiências para turistas e visitantes.

### Diretrizes e Linhas de Ação

1. Articular e viabilizar a parceria para a oferta de cursos profissionalizantes para o setor da gastronomia, bem como a qualificação da cadeia produtiva da economia criativa nos diversos setores (artesanato, moda, indústria têxtil, produtos da agricultura familiar, manifestações culturais, teatro, música, dança, literatura, design, etc.);
2. Qualificar os empreendimentos para o uso das técnicas, estratégias e plataformas digitais para a valorização, divulgação e promoção dos estabelecimentos;
3. Organizar, qualificar e desenvolver roteiros turísticos nas modalidades *Walking Tour* e *Bike Tour* nos diversos segmentos potenciais da cidade;
4. Qualificar e desenvolver produtos artesanais (artesanato, moda, produtos da agricultura familiar e das manifestações culturais) e atividades de vivência e experiência (turismo) com foco na gastronomia, na economia criativa e no resgate da identidade cultural da cidade para promoção e fortalecimento da imagem do destino Santa Bárbara d'Oeste;
5. Organizar e qualificar uma agenda permanente de eventos (locais, nacionais e internacionais) para a participação integrada entre os criativos da REDE SBO *Creative City* e da população em geral;
6. Criação do Projeto das Cozinhas Experimentais – utilização de espaços públicos para a implementação de atividades de gastronomia e alimentação saudável, criados a partir

de um calendário de Oficinas Gastronômicas oferecidas às crianças, adolescentes, idosos e turistas.

## **PROMOÇÃO, MARKETING E COMUNICAÇÃO**

É necessário promover a criação de uma marca que identifique a cidade criativa da gastronomia, valorizando a identificação do barbarenses com a cidade e os aspectos culturais mais representativos de sua história. É importante aprimorar a divulgação das atividades locais, dos atrativos naturais, do diferencial criativo da cidade e dos empreendimentos. Entre as sugestões apresentadas está a criação de uma plataforma digital para a divulgação conjunta dos empreendimentos da REDE, que possa funcionar como um canal de promoção e distribuição de produtos, serviços e atividades.

A cidade deve ampliar a participação em eventos nacionais e internacionais que abordem as temáticas do turismo, da gastronomia e da economia criativa e aumentar a interatividade e o engajamento das operadoras de turismo, agências de viagens, empresas de receptivo local e hotelaria da cidade, como estratégia de promoção e divulgação da cidade como um destino da gastronomia.

### **Diretrizes e Linhas de Ação**

- 1.** Promover campanhas de marketing internas sobre a importância da economia criativa e da gastronomia, enquanto atividade criativa geradora de emprego e renda;
- 2.** Elaborar o Plano de Marketing e Comunicação da Cidade Criativa da Gastronomia;
- 3.** Organizar e promover uma Agenda Cultural Integrada de Eventos da Economia Criativa da Cidade a partir de *matches* com estabelecimentos gastronômicos, escolas, centros de cultura, espaços de arte e espaços públicos da cidade;
- 4.** Sensibilizar e ampliar a participação de empreendedores, agentes de viagens, operadores de turismo e setor hoteleiro na Agenda Cultural e de Promoção da Gastronomia e Economia criativa da cidade;

5. Captar, realizar e participar de eventos nacionais e internacionais que contribuam para a promoção da identidade e posicionamento de SBO como destino gastronômico, apoiando a comercialização nacional e internacional de roteiros de turismo, produtos, vivências e experiências na realização e participação em eventos estratégicos da Economia Criativa e do Turismo;
6. Promover o resgate da cultura e identidade das FEIRAS LIVRES diurnas e noturnas da cidade, com ações de promoção, mapa/guia e/ou aplicativo, para a divulgação dos criativos, empreendimentos da programação cultural e gastronômica das feiras.

#### **PARCEIROS ESTRATÉGICOS EM POTENCIAL**

- ❖ Governo Federal (Ministério da Cultura, Ministério do Turismo, Embratur e Ministério da Infraestrutura);
- ❖ Governo Estadual (Secretarias Estaduais nas temáticas de gastronomia, cultura, turismo e economia criativa e programas de desenvolvimento);
- ❖ Prefeitura Municipal de Santa Bárbara d'Oeste;
- ❖ Secretarias Municipais (Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Secretaria Municipal de Planejamento, Secretaria Municipal de Educação, Secretaria Municipal de Obras, Secretaria Municipal de Trânsito, Secretaria Municipal de Justiça e Relações Institucionais, Secretaria Municipal de Saúde e Departamento de Água e Esgoto);
- ❖ SUTACO – Subsecretaria de trabalho artesanal nas comunidades;
- ❖ Câmaras e Conselhos Municipais, como: o Conselho de Política Cultural, o Conselho de Turismo e o Conselho de Defesa do Patrimônio;
- ❖ SEBRAE – Serviço de Apoio à Micro e Pequenas Empresas;
- ❖ SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial / Americana;
- ❖ SESI – Serviço Social da Indústria;
- ❖ CCR – Consórcio das Concessionárias e Rodovias;
- ❖ CNC – Fecomércio e Câmaras de economia criativa e turismo;
- ❖ CIESP – Centro das Indústrias do Estado de São Paulo;
- ❖ ACISB – Associação Comercial Industrial de S. Bárbara;

- ❖ Bancos, como: BNDES, Caixa Econômica Federal, Banco do Povo, dentre outros;
- ❖ Confederação das Indústrias do Estado de São Paulo;
- ❖ DER – Departamento de estradas e Rodagens;
- ❖ Google;
- ❖ Grupos Organizados da Sociedade;
- ❖ Usinas de Santa Bárbara d’Oeste;
- ❖ Pedal Sustentável;
- ❖ Programa Bicicleta Brasil;
- ❖ Rede Trilhas;
- ❖ Empresas de compartilhamento de bicicletas;
- ❖ FGV – Fundação Getúlio Vargas;
- ❖ Fundação Romi;
- ❖ Escolas e Universidades de Gastronomia;
- ❖ Instituto Tecnológico de Alimentos;
- ❖ Associação de Engenharia de Produção;
- ❖ Grandes marcas de produtos gastronômicos;
- ❖ Consulados;
- ❖ Rotary Club;
- ❖ Operadores e agências de viagens nacionais e internacionais;
- ❖ Meios de Hospedagem;
- ❖ Transportes por aplicativo e Taxistas;
- ❖ Agências privadas de comunicação;
- ❖ Veículos de comunicação tradicional e digital;
- ❖ Gráficas;
- ❖ Profissionais da área de audiovisual;
- ❖ Influencers digitais.

#### **4.2 Plano de ação**

A realização do workshop 3, na cidade de Santa Bárbara d’Oeste, com a participação dos criativos e lideranças locais, foi fundamental para o fechamento do ciclo de debates e ideias,

já com direcionamentos para os próximos passos a serem dados rumo ao desenvolvimento do território.

Tal processo ocorrerá a partir das práticas compartilhadas e o fomento, por parte da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de SBO, para o crescimento dos setores que envolvem a economia criativa, a começar pelo setor da gastronomia.

Foram estabelecidas 6 linhas gerais para o desenvolvimento de projetos executivos que deverão contar com o apoio e acompanhamento dos integrantes da Rede SBO *Creative City*, do Conselho de Turismo e Economia Criativa, bem como dos parceiros envolvidos em cada uma das ações.

#### **4.2.1 Linhas gerais para a elaboração de projetos**

A seguir serão apresentadas as fichas técnicas que auxiliarão na elaboração dos projetos executivos, contendo os descritivos gerais das ideias debatidas ao longo de toda a construção do Plano de Economia Criativa com Foco na Gastronomia.

Estão incluídas nesta apresentação: o indicativo dos resultados esperados, os principais parceiros e papéis institucionais a serem implementados, o órgão responsável pela coordenação e execução do plano, uma estimativa com a projeção orçamentária municipal, estadual e federal, as sugestões e fontes de financiamento, além da indicação e associação para o cumprimento e alinhamento dos principais objetivos da Agenda 2030 da ONU.

Os projetos deverão ser construídos de forma participativa, com a validação consensual das atividades a serem implementadas, bem como as responsabilidades dos parceiros envolvidos, devidamente formalizados no âmbito de um acordo de cooperação técnica ou instrumento similar, a fim de que fique estabelecido a participação dos parceiros e o plano de ação com cronograma de atividades a ser seguido. Entre as linhas de ação projetadas para o desenvolvimento de projetos, são destaques:

- 1) Gestão, Governança e Marcos Legais da Economia Criativa;**
- 2) Infraestrutura, Acesso e Sinalização;**
- 3) Qualificação Profissional Nacional e Internacional;**
- 4) Qualificação de Produtos, Serviços e Atividades Culturais e Turísticas;**

5) **Promoção e Marketing Nacional e Internacional;**

6) **Comunicação e Apoio à Comercialização.**

Quadro 3: Gestão, Governança e Marcos Legais da Economia Criativa

<b>GESTÃO, GOVERNANÇA E MARCOS LEGAIS DA ECONOMIA CRIATIVA</b>
<b>PERÍODO: 2023 a 2026</b>
<p><b>DESCRIPTIVO GERAL DA IDEIA</b> Desenvolver e executar políticas públicas para o setor da economia criativa, tendo em vista a regulamentação dos marcos legais para o crescimento, a qualificação, a promoção e o apoio à comercialização dos produtos e serviços da cadeia produtiva da gastronomia e dos demais setores da economia criativa na cidade de Santa Bárbara d'Oeste.</p>
<p><b>RESULTADOS ESPERADOS</b> Alcançar o fortalecimento e a regulamentação do setor de economia criativa na cidade, a partir da formação de uma REDE colaborativa de criativos, empreendedores e gestores que assumam o compromisso de participar, propor, colaborar, compartilhar e implementar projetos, planos e programas voltados ao fomento e desenvolvimento de políticas públicas para o setor, bem como, gerar negócios e renda para criativos e empreendedores da cidade, melhorar o acesso às informações sobre recursos financeiros e investimentos nos setores públicos e privados da economia criativa disponibilizados para a população e criativos, ampliar o licenciamento e a utilização de espaços públicos transformados pela inovação da economia criativa de Santa Bárbara d'Oeste, além de aumentar o número de empresas formalizadas e profissionais registrados no setor da economia criativa, cultural e turístico da cidade.</p>
<p><b>PARCEIROS</b> Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Secretaria Municipal de Justiça e Relações Institucionais, Secretaria Municipal do Meio Ambiente, Conselho de Turismo e Economia Criativa, SEBRAE, SENAC, SESI, Pedal Sustentável e Integrantes da REDE SBO <i>Creative City</i>.</p>
<p><b>PAPÉIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gestão e Governança Institucional - Coordenação do Plano de Economia Criativa;</li> <li>❖ Gestão de projetos e ações conjuntas para o desenvolvimento do turismo e da economia criativa;</li> <li>❖ Acompanhamento de projetos e planejamento de ações colaborativas, compartilhadas e criativas em estratégia de “<i>matches</i>” entre empreendedores criativos;</li> <li>❖ Apoiar a Execução do Plano de Economia Criativa.</li> </ul>
<p><b>ÓRGÃO RESPONSÁVEL:</b> Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de SBO.</p>
<p><b>ORÇAMENTO PROJETADO:</b> Recursos institucionais, não econômicos, advindos da colaboração e compartilhamento de recursos entre Secretarias Municipais e demais Autarquias da Prefeitura Municipal de SBO e do Governo do Estado.</p>
<p><b>FONTES DE FINANCIAMENTO:</b> Recursos próprios do Município.</p>
<p><b>ODS RELACIONADOS:</b> Objetivo 8 da ODS - Trabalho decente e crescimento econômico, Objetivos 9 Indústria, Inovação e Infraestrutura e Objetivo 12 Consumo e produção sustentáveis.</p>

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 4: Infraestrutura, Acesso e Sinalização

<b>INFRAESTRUTURA, ACESSO E SINALIZAÇÃO</b>					
<b>PERÍODO: 2023 e 2026</b>					
<p><b>DESCRIPTIVO GERAL DA IDEIA</b></p> <p>Articular, fomentar e apoiar projetos que visem a melhoria da infraestrutura, sinalização, acesso aos atrativos turísticos, culturais e gastronômicos, de forma a estimular políticas e medidas para o fomento ao desenvolvimento urbano sustentável na cidade de Santa Bárbara d'Oeste. Promover projetos inovadores nas áreas de esporte, saúde, lazer, turismo e cultura, que busquem o compartilhamento de conhecimentos, melhores práticas e experiências já em funcionamento nas cidades criativas internacionais, a fim de promover inovação em mobilidade urbana sustentável e geração de energia humana e sustentável.</p>					
<p><b>RESULTADOS ESPERADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Tornar a cidade de SBO referência nacional em infraestrutura, acesso e sinalização turística, nas áreas rural e urbana;</li> <li>❖ Cidade modelo de boas práticas na transformação e utilização de espaços públicos em centros de criatividade e inovação da economia criativa, ampliando as oportunidades para criativos, empresários e profissionais do setor cultural e do turismo contribuindo para o aumento da geração de renda e negócios sustentáveis;</li> <li>❖ Estruturação dos Roteiros turísticos de <i>Walk Tour</i> e <i>Bike Tour</i>.</li> </ul>					
<p><b>PARCEIROS</b></p> <p>Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Secretaria Municipal de Justiça e Relações Institucionais, Secretaria Municipal do Meio Ambiente, Conselho de Turismo e Economia Criativa, SEBRAE, SENAC, SESI, Pedal Sustentável e Integrantes da REDE SBO <i>Creative City</i>.</p>					
<p><b>PAPÉIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gestão e Governança Institucional - Coordenação do Plano de Economia Criativa;</li> <li>❖ Gestão de projetos e ações conjuntas para o desenvolvimento do turismo e da economia criativa;</li> <li>❖ Acompanhamento de projetos e planejamento de ações colaborativas, compartilhadas e criativas em estratégia de “<i>matches</i>” entre empreendedores criativos;</li> <li>❖ Apoiar a Execução do Plano de Economia Criativa;</li> </ul>					
<p><b>ÓRGÃO RESPONSÁVEL:</b> Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de SBO.</p>					
<p><b>ORÇAMENTO PROJETADO:</b></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;"><b>Ano 2023</b> R\$ 300.000,00</td> <td style="width: 50%;"><b>Ano 2024</b> R\$ 400.000,00</td> </tr> <tr> <td><b>Ano 2025</b> R\$ 500.000,00</td> <td><b>Ano 2026</b> R\$ 600.000,00</td> </tr> </table>		<b>Ano 2023</b> R\$ 300.000,00	<b>Ano 2024</b> R\$ 400.000,00	<b>Ano 2025</b> R\$ 500.000,00	<b>Ano 2026</b> R\$ 600.000,00
<b>Ano 2023</b> R\$ 300.000,00	<b>Ano 2024</b> R\$ 400.000,00				
<b>Ano 2025</b> R\$ 500.000,00	<b>Ano 2026</b> R\$ 600.000,00				
<p><b>FONTES DE FINANCIAMENTO:</b> Recursos próprios do Município, Recursos Estaduais, Federais e Emendas Parlamentares.</p>					
<p><b>ODS RELACIONADOS:</b> Objetivo 3 - Saúde e Bem-estar e Objetivo 11 - Cidade e comunidades sustentáveis.</p>					

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 5: Qualificação Profissional Nacional e Internacional

<b>QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL NACIONAL E INTERNACIONAL</b>					
<b>PERÍODO: 2023 a 2026</b>					
<p><b>DESCRIPTIVO GERAL DA IDEIA</b></p> <p>Participar de projetos, programas ou redes nacionais e internacionais de intercâmbio profissional, cultural, artístico, tecnológico e/ou turístico, no âmbito da cooperação internacional entre cidades criativas, para a realização de estudos, pesquisas, qualificação e trocas de experiências entre criativos, com o objetivo de aperfeiçoar e inovar na qualidade dos produtos, serviços e demais atividades culturais e turísticas. Atenção aos projetos de qualificação da mão-de-obra nos processos de desenvolvimento e ampliação das oportunidades para criativos e profissionais, consolidando uma REDE colaborativa, qualificada e inclusiva.</p> <p><b>RESULTADOS ESPERADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Bolsas de estudos, pesquisas e avaliações sobre as experiências das Cidades Criativas internacionais;</li> <li>❖ Agenda de intercâmbios culturais internacionais para os empreendedores locais;</li> <li>❖ Ampliação da oferta de cursos e experiências profissionalizantes internacionais para o setor da gastronomia e da cadeia produtiva da economia criativa;</li> <li>❖ Ampliação do número de empresas formalizadas e o número de profissionais registrados no setor da economia criativa, cultural e turístico.</li> </ul>					
<p><b>PARCEIROS</b></p> <p>Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Secretaria Municipal de Justiça e Relações Institucionais, Secretaria Municipal do Meio Ambiente, Conselho de Turismo e Economia Criativa, SEBRAE, SENAC, SESI, Pedal Sustentável e Integrantes da REDE SBO <i>Creative City</i>.</p> <p><b>PAPÉIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gestão e Governança Institucional - Coordenação do Plano de Economia Criativa;</li> <li>❖ Gestão de projetos e ações conjuntas para o desenvolvimento do turismo e da economia criativa;</li> <li>❖ Acompanhamento de projetos e planejamento de ações colaborativas, compartilhadas e criativas em estratégia de “<i>matches</i>” entre empreendedores criativos;</li> <li>❖ Apoiar a Execução do Plano de Economia Criativa.</li> </ul>					
<b>ÓRGÃO RESPONSÁVEL:</b> Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de SBO					
<p><b>ORÇAMENTO PROJETADO:</b></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;"><b>Ano 2023</b> R\$ 300.000,00</td> <td style="width: 50%;"><b>Ano 2024</b> R\$ 400.000,00</td> </tr> <tr> <td><b>Ano 2025</b> R\$ 500.000,00</td> <td><b>Ano 2026</b> R\$ 700.000,00</td> </tr> </table>		<b>Ano 2023</b> R\$ 300.000,00	<b>Ano 2024</b> R\$ 400.000,00	<b>Ano 2025</b> R\$ 500.000,00	<b>Ano 2026</b> R\$ 700.000,00
<b>Ano 2023</b> R\$ 300.000,00	<b>Ano 2024</b> R\$ 400.000,00				
<b>Ano 2025</b> R\$ 500.000,00	<b>Ano 2026</b> R\$ 700.000,00				
<p><b>FONTES DE FINANCIAMENTO:</b> Recursos próprios do Município, Recursos Estaduais, Federais, Emendas Parlamentares, SEBRAE, SENAC e SESI.</p>					
<p><b>ODS RELACIONADOS:</b> Objetivo 4 - Educação de qualidade, Objetivo 8 - Trabalho decente e crescimento econômico, Objetivo 9 - Indústria, inovação e infraestrutura e Objetivo 11 - Cidades e comunidades sustentáveis.</p>					

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 6: Qualificação de Produtos, Serviços e Atividades Culturais e Turísticas

<b>QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS, SERVIÇOS E ATIVIDADES CULTURAIS E TURÍSTICAS</b>					
<b>PERÍODO: 2023 a 2026</b>					
<p><b>DESCRIPTIVO GERAL DA IDEIA</b> Desenvolver e qualificar produtos, serviços e atividades culturais e turísticas da cidade de Santa Bárbara d'Oeste, com ênfase nos setores de gastronomia e da economia criativa, promovendo vivências, experiências, intercâmbios e negócios criativos de forma que se consolide o processo de roteirização do turismo para a promoção nacional e internacional da cidade criativa da gastronomia, tendo em vista o fortalecimento da criação, produção, distribuição e difusão de bens e serviços culturais.</p>					
<p><b>RESULTADOS ESPERADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Produtos, serviços e atividades culturais e turísticas inovadoras e inclusivas, qualificados no mercado nacional e internacional;</li> <li>❖ Produtos e atividades de vivência e experiência da cidade de Santa Bárbara d'Oeste qualificados com foco na gastronomia e na economia criativa desenvolvido e promovido no âmbito das cidades criativas nacionais e internacionais;</li> <li>❖ Produtos culturais e turísticos formatados e comercializados mundialmente;</li> </ul>					
<p><b>PARCEIROS</b> Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Secretaria Municipal de Justiça e Relações Institucionais, Secretaria Municipal do Meio Ambiente, Conselho de Turismo e Economia Criativa, SEBRAE, SENAC, SESI, Pedal Sustentável e Integrantes da REDE SBO <i>Creative City</i>.</p>					
<p><b>PAPÉIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gestão e Governança Institucional - Coordenação do Plano de Economia Criativa;</li> <li>❖ Gestão de projetos e ações conjuntas para o desenvolvimento do turismo e da economia criativa;</li> <li>❖ Acompanhamento de projetos e planejamento de ações colaborativas, compartilhadas e criativas em estratégia de “<i>matches</i>” entre empreendedores criativos;</li> <li>❖ Apoiar a Execução do Plano de Economia Criativa.</li> </ul>					
<p><b>ÓRGÃO RESPONSÁVEL:</b> Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de SBO.</p>					
<p><b>ORÇAMENTO PROJETADO:</b></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;"><b>Ano 2023</b> R\$ 500.000,00</td> <td style="width: 50%;"><b>Ano 2024</b> R\$ 600.000,00</td> </tr> <tr> <td><b>Ano 2025</b> R\$ 700.000,00</td> <td><b>Ano 2026</b> R\$ 800.000,00</td> </tr> </table>		<b>Ano 2023</b> R\$ 500.000,00	<b>Ano 2024</b> R\$ 600.000,00	<b>Ano 2025</b> R\$ 700.000,00	<b>Ano 2026</b> R\$ 800.000,00
<b>Ano 2023</b> R\$ 500.000,00	<b>Ano 2024</b> R\$ 600.000,00				
<b>Ano 2025</b> R\$ 700.000,00	<b>Ano 2026</b> R\$ 800.000,00				
<p><b>FONTES DE FINANCIAMENTO:</b> Recursos próprios do Município, Recursos Estaduais, Federais, Emendas Parlamentares, SEBRAE, SENAC e SESI.</p>					
<p><b>ODS RELACIONADO:</b> Objetivo 8 - Trabalho decente e crescimento econômico, Objetivo 9 - Indústria, inovação e infraestrutura e Objetivo 12 - Consumo e produção responsáveis.</p>					

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 7: Promoção e Marketing Nacional e Internacional

<b>PROMOÇÃO E MARKETING NACIONAL E INTERNACIONAL</b>					
<b>PERÍODO: 2023 a 2026</b>					
<p><b>DESCRIPTIVO GERAL DA IDEIA</b></p> <p>Desenvolver e promover a imagem/marca da cidade criativa da gastronomia Santa Bárbara D’Oeste nos níveis nacional e internacional, projetando a identidade cultural local, o setor da gastronomia suas vocações, diferenciais competitivos e potencialidades criativas associadas a outros setores da economia criativa, por meio de parcerias, eventos, ações, projetos ou planos de comunicação, mobilização e sensibilização que fortaleçam a criação, produção, distribuição e difusão das atividades, bens e serviços culturais.</p>					
<p><b>RESULTADOS ESPERADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ População e criativos mobilizados e sensibilizados para promoção da criatividade como fator estratégico de desenvolvimento sustentável, econômico, social, cultural e ambiental;</li> <li>❖ Cidade reconhecida nacional e internacionalmente pela sua gastronomia e economia criativa, campanhas de marketing digital interno e externo contínuas, elaboração do plano de marketing e de comunicação da cidade criativa da gastronomia, agenda cultural integrada de eventos nacionais e internacionais da gastronomia e economia criativa implementada;</li> <li>❖ Aumento do fluxo turístico na cidade;</li> <li>❖ Cidade referência em espaços públicos e privados transformados pela gastronomia e economia criativa.</li> </ul>					
<p><b>PARCEIROS</b></p> <p>Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Secretaria Municipal de Justiça e Relações Institucionais, Secretaria Municipal do Meio Ambiente, Conselho de Turismo e Economia Criativa, SEBRAE, SENAC, SESI, Pedal Sustentável e Integrantes da REDE SBO <i>Creative City</i>.</p>					
<p><b>PAPÉIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gestão e Governança Institucional - Coordenação do Plano de Economia Criativa;</li> <li>❖ Gestão de projetos e ações conjuntas para o desenvolvimento do turismo e da economia criativa;</li> <li>❖ Acompanhamento de projetos e planejamento de ações colaborativas, compartilhadas e criativas em estratégia de “<i>matches</i>” entre empreendedores criativos;</li> <li>❖ Apoiar a Execução do Plano de Economia Criativa.</li> </ul>					
<p><b>ÓRGÃO RESPONSÁVEL:</b> Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de SBO.</p>					
<p><b>ORÇAMENTO PROJETADO:</b></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;"><b>Ano 2023</b> R\$ 500.000,00</td> <td style="width: 50%;"><b>Ano 2024</b> R\$ 700.000,00</td> </tr> <tr> <td><b>Ano 2025</b> R\$ 800.000,00</td> <td><b>Ano 2026</b> R\$ 1.000.000,00</td> </tr> </table>		<b>Ano 2023</b> R\$ 500.000,00	<b>Ano 2024</b> R\$ 700.000,00	<b>Ano 2025</b> R\$ 800.000,00	<b>Ano 2026</b> R\$ 1.000.000,00
<b>Ano 2023</b> R\$ 500.000,00	<b>Ano 2024</b> R\$ 700.000,00				
<b>Ano 2025</b> R\$ 800.000,00	<b>Ano 2026</b> R\$ 1.000.000,00				
<p><b>FONTES DE FINANCIAMENTO:</b> Recursos próprios do Município, Recursos Estaduais, Federais e Emendas Parlamentares.</p>					
<p><b>ODS RELACIONADOS:</b> Objetivo 11 - Cidades e comunidades sustentáveis.</p>					

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 8: Comunicação e Apoio à Comercialização

<b>COMUNICAÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO</b>					
<b>PERÍODO: 2023 a 2026</b>					
<p><b>DESCRIPTIVO GERAL DA IDEIA</b> Realizar a divulgação nacional e internacional de SBO para a promoção da economia criativa e cidade da gastronomia, como forma de apoio à comercialização de produtos, serviços, atividades, negócios criativos e gastronômicos, roteiros de vivências e experiências culturais e turísticos da cidade.</p>					
<p><b>RESULTADOS ESPERADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Geração de renda para criativos, empreendedores e empresários locais;</li> <li>❖ Ampliar número de visitantes nacionais e internacionais em SBO;</li> <li>❖ Reconhecimento nacional e internacional da cidade enquanto Cidade criativa da gastronomia;</li> <li>❖ Espaços públicos e privados como pontos criativos de apoio à comercialização;</li> <li>❖ Presença digital da REDE SBO <i>Creative City</i> nos principais meios de comunicação e promoção da economia criativa.</li> </ul>					
<p><b>PARCEIROS</b> Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Secretaria Municipal de Justiça e Relações Institucionais, Secretaria Municipal do Meio Ambiente, Conselho de Turismo e Economia Criativa, SEBRAE, SENAC, SESI, Pedal Sustentável e Integrantes da REDE SBO <i>Creative City</i>.</p>					
<p><b>PAPÉIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gestão e Governança Institucional - Coordenação do Plano de Economia Criativa;</li> <li>❖ Gestão de projetos e ações conjuntas para o desenvolvimento do turismo e da economia criativa;</li> <li>❖ Acompanhamento de projetos e planejamento de ações colaborativas, compartilhadas e criativas em estratégia de “<i>matches</i>” entre empreendedores criativos;</li> <li>❖ Apoiar a Execução do Plano de Economia Criativa.</li> </ul>					
<p><b>ÓRGÃO RESPONSÁVEL:</b> Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de SBO.</p>					
<p><b>ORÇAMENTO PROJETADO:</b></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;"><b>Ano 2023</b> R\$ 300.000,00</td> <td style="width: 50%;"><b>Ano 2024</b> R\$ 400.000,00</td> </tr> <tr> <td><b>Ano 2025</b> R\$ 500.000,00</td> <td><b>Ano 2026</b> R\$ 600.000,00</td> </tr> </table>		<b>Ano 2023</b> R\$ 300.000,00	<b>Ano 2024</b> R\$ 400.000,00	<b>Ano 2025</b> R\$ 500.000,00	<b>Ano 2026</b> R\$ 600.000,00
<b>Ano 2023</b> R\$ 300.000,00	<b>Ano 2024</b> R\$ 400.000,00				
<b>Ano 2025</b> R\$ 500.000,00	<b>Ano 2026</b> R\$ 600.000,00				
<p><b>FONTES DE FINANCIAMENTO:</b> Recursos próprios do Município, Recursos Estaduais, Federais e Emendas Parlamentares.</p>					
<p><b>ODS RELACIONADOS:</b> Objetivo 1 - Erradicação da pobreza e Objetivo 8 - Trabalho decente e crescimento econômico.</p>					

Fonte: Elaboração própria.

### 4.3 Gestão do Plano

A coordenação, execução e avaliação de ações e projetos propostos no âmbito do Plano de Economia Criativa de Santa Bárbara d'Oeste, será de responsabilidade da Prefeitura Municipal de SBO, através da gestão da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo. Para tal tarefa devem manter uma estrutura técnica de profissionais contínua até 2026, constituída por um grupo de trabalho com os representantes das principais instituições e parceiros envolvidos, para acompanhar, metrificar e monitorar a efetividade das ações e dos projetos, promovendo uma maior dinâmica de integração entre os setores da economia criativa.

A REDE SBO *Creative City*, com mais de 100 integrantes, conectados em um grupo de WhatsApp, já apresenta líderes, empresários e criativos dispostos a colaborarem na implementação das ações e metas estabelecidas no Plano de Economia Criativa. Para tanto, é importante a continuidade da mobilização e motivação dos criativos para o fortalecimento do coletivo e alcance dos resultados esperados.

As ações relacionadas à análise e avaliação dos projetos executivos, bem como a projeção de novos eixos de desenvolvimento para o setor da economia criativa deverão ser acompanhadas pelo Conselho Municipal de Turismo e Economia Criativa, de forma a reafirmar o compromisso e a responsabilidade com a gestão do plano.

Os investimentos que envolvem recursos humanos e financeiros foram projetados com base no planejamento de recursos humanos e orçamentário municipal, com perspectivas de captação de novos recursos nas fontes estaduais, federais, instituições públicas, privadas e patrocínios de grandes empresas.

#### Previsão de Investimentos Anuais

- ❖ **Ano 2023 R\$ 1.900.000,00 (um milhão e novecentos mil reais);**
- ❖ **Ano 2024 R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais);**
- ❖ **Ano 2025 R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais);**
- ❖ **Ano 2026 R\$ 3.700.000,00 (três milhões e setecentos mil reais).**

O investimento geral projetado para o Plano de Desenvolvimento da Economia Criativa no Município de Santa Bárbara d'Oeste é de **R\$ 11.100.000,00** (Onze milhões e cem mil reais) para um período de 4 anos.

#### 4.4 Mapa estratégico

Quadro 9: Mapa estratégico de Santa Bárbara d'Oeste

<b>MISSÃO</b>	<b>Desenvolvimento da Economia Criativa com foco na Gastronomia</b>			
<b>VISÃO</b>	Cidade referência em economia criativa, tendo a sua identidade cultural valorizada e a gastronomia como fatores centrais de atração turística e promoção dos atores criativos do município.			
<b>OBJETIVOS</b>	Organizar, desenvolver e promover o setor de Economia Criativa, com foco na Gastronomia de SBO, por meio de programas, projetos e ações estruturantes de gestão, qualificação, marketing e promoção dos saberes e fazeres locais, para a valorização da cultura e o estímulo ao turismo como vetores de sustentabilidade, inovação tecnológica e criativa para a geração de renda na cidade.			
<b>METAS</b>	1) Realizar 5 diagnósticos setoriais da Economia Criativa	2) Realizar 300 cursos profissionalizantes	3) Qualificar 6.000 pessoas da cidade	4) Desenvolver 50 novos produtos da Economia Criativa
	5) Realizar 16 eventos nacionais e 2 internacionais	6) Participar de 4 eventos nacionais e 4 internacionais	7) Desenvolver 7 projetos da Economia Criativa	8) Aumentar em 100% o acesso às informações
	9) Aumentar em até 50% o número de empresas formalizadas e profissionais registrados			
<b>EIXOS ESTRATÉGICOS</b>	<b>Gestão</b>	<b>Infraestrutura</b>	<b>Qualificação</b>	<b>Promoção</b>
<b>LINHAS PARA PROJETOS</b>	1) Gestão, Governança e Marcos Legais da Economia Criativa 2) Infraestrutura, Acesso e Sinalização 3) Qualificação Profissional Nacional e Internacional 4) Qualificação de Produtos, Serviços e Atividades culturais e turísticas 5) Promoção e Marketing Nacional e Internacional 6) Comunicação e Apoio à Comercialização			
<b>GESTÃO DO PLANO</b>	Secretaria de Cultura e Turismo	Conselho de Turismo e Economia Criativa	REDE SBO <i>Creative City</i>	
<b>PARCEIROS</b>	SEBRAE SENAC SESI	Secretaria de Desenvolvimento Econômico	Secretaria de Justiça e Relações Institucionais	
<b>Monitoramento e Avaliação do Plano Desenvolvimento da Economia Criativa</b>				

Fonte: Elaboração própria.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de construção do Plano de Economia Criativa de Santa Bárbara d'Oeste teve uma duração de cerca de 5 meses, período no qual foram realizadas atividades, análises, debates e trocas de ideias e experiências para o estabelecimento dos quatro eixos estratégicos de atuação que formam a base conceitual e técnica para a elaboração dos projetos, a fim de alcançar os objetivos apontados.

A cidade de Santa Bárbara d'Oeste apresenta grande potencial para a candidatura à Rede de Cidades Criativas da UNESCO, enquanto cidade criativa da **gastronomia**. A visão de futuro compartilhada entre os participantes para os próximos 4 anos é de que haja uma continuidade dos projetos planejados em REDE para melhoria da cidade, visando o desenvolvimento do setor gastronômico e da economia criativa e ampliação das oportunidades e atividades econômicas associadas à gastronomia, fomentando para os pequenos, médios e grandes empreendedores negócios na área criativa.

Espera-se que a cidade de Santa Bárbara d'Oeste torne-se referência em economia criativa, tendo a sua identidade cultural valorizada e a gastronomia como fatores centrais da atração turística, a partir do estímulo à comercialização e promoção de roteiros turísticos que valorizam saberes e fazeres locais e que contribuam para ampliar o tempo de permanência de turistas e visitantes na cidade e, ainda, promover o aumento da oferta de produtos, serviços, atividades, vivências e experiências da economia criativa.

## REFERÊNCIAS

ASHTON. M. S. G. **Cidades Criativas: Vocação e desenvolvimento**. Disponível em: <https://www.feevale.br/Comum/midias/b8f7d75d-202c-48ab-9330-6b941321df51/E-BOOK%20Cidades%20Criativas.pdf>. Acesso em: 05 de set. 2022.

COSTA, H. A. **Programa nacional de municipaliza o do turismo: Uma análise estratégica**. Disponível em: <https://www.uces.br/site/midia/arquivos/42-programa-nacional.pdf>. Acesso em: 04 de set. 2022.

DIÁRIO DE SANTA BÁRBARA D'OESTE. **Revista Istoé traz Santa Bárbara como a melhor do Brasil em qualidade de vida**. 2022. Disponível em: <https://diariosbo.com.br/noticia/28500/Cidades/Revista-IstoE-traz-Santa-Barbara-como-a-melhor-do-Brasil-em-qualidade-de-vida>. Acesso em: 08 de set. 2022.

FIRJAN. Disponível em: <https://firjan.com.br/pagina-inicial.htm>. Acesso em: 02 de set. 2022.

FLORIDA, R. **A ascensão da classe criativa**. Porto Alegre: L&PM, 2011.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Programa Nacional de Turismo Gastronômico**. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programa-nacional-de-turismo-gastronomico>. Acesso em: 02 de set. 2022.

NA OES UNIDAS BRASIL. **Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. 2015. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91863-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustentavel>. Acesso em: 12 de set. 2022.

PLANO DE A OES E AGENDA DE COMPROMISSOS DA DESIGNA O. **Belo Horizonte surpreendente na gastronomia, onde o alimento   cultura e a cultura alimenta**. Belo Horizonte, 24 de Maio de 2019.

PLANO DE TURISMO CRIATIVO DE BRASÍLIA. **Plano de Turismo Criativo de Brasília**. Governo do Distrito Federal, Secretaria de Estado do Esporte, Turismo e Lazer do DF, Secretaria Adjunta de Turismo, Brasil. Brasília: SEBRAE/DF, Escola de Criatividade, 2016.

PLANO NACIONAL DE ECONOMIA CRIATIVA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e a oes**. 2011 – 2014. Brasília, Ministério da Cultura, 2011.

PORTO ALEGRE CRIATIVA. **Plano Municipal de Economia Criativa: Diretrizes**. Comit  municipal de economia criativa, 2013.

SB NOTÍCIAS. **Estudo publicado em revista põe Santa Bárbara como melhor em qualidade de vida entre popula o de 50 a 200 mil habitantes**. Disponível em: <https://sbnoticias.com.br/noticia/Estudo-publicado-em-revista-poe-Santa-Barbara-como-melhor-em-qualidade-de-vida-entre-populacao-de-50-a-200-mil-habitantes/196671>. Acesso em: 09 de set. 2022.

SCOPI. **O que é planejamento estratégico.** 2021. Disponível em: [https://scopi.com.br/planejamento-estrategico/#o\\_que\\_e\\_pe](https://scopi.com.br/planejamento-estrategico/#o_que_e_pe). Acesso em: 09 de set. 2022.

TENDA DO SABER. **Vantagens e benefícios de se ter um planejamento escolar.** 2020. Disponível em: <http://blogtendadosaber.com.br/vantagens-e-beneficios-de-se-ter-um-planejamento-escolar/>. Acesso em: 4 set. 2022.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL – SE. **Planejamento setorial.** 2022. Disponível em: <https://www.tre-se.jus.br/o-tre/governanca/gestao-e-planejamento/gestao-de-iniciativas-estrategicas/planejamento-setorial>. Acesso em: 28 out. 2022.