

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA  
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE BOTUCATU  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA**

**LUANA MARTINS FAZZIO**

**PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DE UMA INFRAESTRUTURA FIXA DE  
ARTESANATO NA CIDADE DE BOTUCATU**

Botucatu-SP  
Dezembro – 2012

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA  
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE BOTUCATU  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA**

**LUANA MARTINS FAZZIO**

**PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DE UMA INFRAESTRUTURA FIXA DE  
ARTESANATO NA CIDADE DE BOTUCATU**

Orientador: Esp. Adolfo Alexandre Vernini

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
FATEC - Faculdade de Tecnologia de  
Botucatu, para obtenção do título de  
Tecnólogo no Curso Superior de Logística.

Botucatu-SP  
Dezembro – 2012

## **DEDICATÓRIA**

*Dedico este trabalho aos meus pais, ElioFazzio Filho (in memorian) e Itaci Martins Fazzio, e também aos meus irmãos, Danilo Martins Fazzio e Luciano Martins Fazzio.*

## **AGRADECIMENTOS**

Foi preciso muito esforço, determinação, paciência e perseverança para chegar até aqui, e nada disso eu conseguiria sozinha. Minha terna gratidão a todos que colaboraram para que esse curso pudesse ser concretizado.

Agradeço primeiramente a Deus, pelo dom da vida e pela bênção, pois sem Ele nada disso seria possível.

Agradeço ao meu pai, amigo, poeta, Elio, falecido em julho deste ano, que não pode presenciar a realização desse sonho em terra, mas que me ensinou, me ajudou e me deu forças durante a caminhada até aqui! Mas tenho certeza de que onde quer que esteja me guia e torce para que eu tenha sucesso nessa nova jornada. Obrigada pai. Saudades eternas!

Agradeço a minha mãe e melhor amiga, Itaci pela compreensão, pelo amor e por cada incentivo e orientação a meu favor, pela preocupação pra que estivesse sempre andando pelo caminho correto. Obrigada por ser uma mãe sensacional e sempre tão presente.

Agradeço aos meus irmãos, Danilo e Luciano, por todo carinho e confiança que me deram desde sempre. Amo vocês.

A minha família, que apesar da distância me apoiaram de alguma forma, em especial à minha vó Maria, que sempre rezou para que tudo desse certo, e também à minha prima Janaína que me apoiou nesse ano tão difícil, me mandando energias positivas para que eu continuasse a lutar por esse sonho.

Ao meu orientador Professor Vernini, pela paciência, por aceitar-me como orientada, por toda ajuda durante o desenvolvimento do trabalho e por acreditar que eu seria capaz.

As minhas amigas da faculdade: a Catielen que sempre esteve do meu lado; a Geysa amiga de muitas risadas e emoções; a Keila que sempre me apoiou e rezou para que tudo desse certo; a Jaqueline sempre comigo nos trabalhos e lutas durante esses três anos; a Juliana que gosta de uma conversa; a Natália que com seu jeito calmo sempre me colocou pra cima e a Simone que sempre me ajudou nos momentos difíceis e compartilhou os alegres; também não poderia deixar de citar as meninas com quem tive menos contato, mas que de alguma forma fizeram parte dessa história: Daiane, Fabi, Gleiciane, Janaina e Elisabete. Obrigada de coração, esses três anos não seriam os mesmos sem vocês.

Também agradeço aos meus amigos em especial ao Leonardo que se tornou um grande amigo no último ano, me ajudando em tudo para que eu chegasse até aqui; ao Chaguri por todos os ensinamentos e caronas dadas; e a todos os outros que me ajudaram de alguma

forma: Danilo, Lukinha, Fanton, Isaias, Rodrigo, Denis, Mateus, Flávio, João, Felipe, Edivaldo, Zé Edson e Alexandre.

As minhas amigas de anos que mesmo sem saber estavam sempre me ajudando: a Amanda minha grande amiga irmã. Obrigada pelas conversas, festas e conselhos, por não me deixar desistir nunca;a Laís que é a mais antiga de todas, me viu aprendendo a escrever e agora está compartilhando um sonho; a Mariana que é a louca do meu coração, me deixando sempre alegre e que torceu para que esse trabalho desse certo;a Cândida que além de ter sido minha professora se tornou uma amiga muito especial, sempre me ensinado coisas da vida;e a Isis e Letícia, amigas do clube, de muitas risadas e conversas.

Não poderia deixar de agradecer também a Subsecretaria de Turismo, principalmente a Casa do Artesão, onde aprendi muito e criei laços fortes. Obrigada Alessandra, Ottoni, Gustavo, Victor e Matheus.

A minha psicóloga Glória, que só pelo nome diz tudo. Obrigada!

Agradecimentos especiais à instituição FATEC Botucatu que me proporcionou 3 anos de aprendizados e histórias para a vida toda. Em especial ao diretor Roberto Colenci amigo da família de longa data, e à coordenadora do curso Bernadete.

Obrigada pela ajuda de todos, nós não seríamos nada sem ajuda, sem família e amigos. Acho que dá para entender todo o valor dessa faculdade para mim, a saudade vai se transformar numa lembrança maravilhosa e se pudermos somente lembrar em ajudar tudo terá valido a pena. Amo muitas das pessoas citadas aqui, cada um de uma maneira e do meu jeito. Obrigada!

*“Não queira ser melhor que os outros.  
Torne-se melhor para os outros!”  
(Professor Hermógenes)*

## RESUMO

No mundo contemporâneo o sucesso ou fracasso de um novo investimento dependem de um bom planejamento antes da tomada de decisão da construção de um projeto. O presente estudo propõe a possibilidade de implantar uma infraestrutura fixa de artesanato na cidade de Botucatu, comparando a situação atual dos artesãos e do artesanato com a possível implantação, que irá ajudar para a geração de trabalho e, conseqüentemente, de renda. Também contribuirá para adoção de práticas que permitam um salto de qualidade nos indicadores de desenvolvimento social e ambiental, com soluções sustentáveis inclusivas e participativas, além de atrair mais turistas para a cidade.

**PALAVRAS-CHAVE:**Artesanato. Artesão. Infraestrutura fixa.

## **ABSTRACT**

In the contemporary world the success or failure of a new investment depend on good planning before the decision is taken to build this project. The present study suggests the possibility of deploying a fixed infrastructure craft in the city of Botucatu, comparing the current situation of artisans and craft with the possible deployment, which will help to generate employment and therefore income. Also contribute to the adoption of practices that allow a qualitative leap in social development indicators and environmental solutions with sustainable and inclusive participatory and attract more tourists to the city.

**KEYWORDS:** Crafts. Craftsman.Fixed infrastructure.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura</b>	<b>Pág.</b>
Figura 01: Turismo sustentável e seus subsistemas.....	22
Figura 02: Praça do Artesanato de Barra Bonita .....	27
Figura 03: Lojas da Praça do Artesanato de Barra Bonita .....	28
Figura 04: Camelódromo de Botucatu.....	29
Figura 05: O artesanato como fonte de renda.....	32
Figura 06: Piso superior da Praça do Bosque .....	33
Figura 07: Piso superior da Praça do Bosque .....	33
Figura 08: Layout da praça.....	35
Figura 09: Toras .....	35
Figura 10 Projeto da barraca .....	36
Figura 11 Projeto da Praça do Artesanato de Botucatu .....	36

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Objetivo .....</b>	<b>11</b>
<b>1.2 Justificativa e relevância do tema .....</b>	<b>11</b>
<b>2 REVISÃO DE LITERATURA .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 Feiras de artesanato .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2 Planejamento.....</b>	<b>13</b>
<b>2.3 Acessibilidade.....</b>	<b>15</b>
<b>2.4 Sustentabilidade.....</b>	<b>16</b>
<b>2.5 Layout.....</b>	<b>18</b>
<b>2.5.1 Layout por produto .....</b>	<b>18</b>
<b>2.5.1.1 Linha de produção.....</b>	<b>18</b>
<b>2.5.1.2 Celular .....</b>	<b>19</b>
<b>2.5.2 Layout por processo ou funcional .....</b>	<b>19</b>
<b>2.5.3 Layout por posição fixa ou posicional .....</b>	<b>19</b>
<b>2.6 Turismo .....</b>	<b>20</b>
<b>2.6.1 Artesanato como produto turístico .....</b>	<b>20</b>
<b>2.7 Marketing .....</b>	<b>23</b>
<b>2.7.1 Os 4Ps: Produto, Ponto (praça), Promoção e Preço.....</b>	<b>23</b>
<b>2.7.2 Os 4Cs: Cliente, Conveniência, Comunicação e Custo .....</b>	<b>24</b>
<b>2.7.3 Os 4As: Análise, Adaptação, Ativação e Avaliação.....</b>	<b>24</b>
<b>3 MATERIAL E MÉTODOS .....</b>	<b>26</b>
<b>3.1 Material .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 Métodos .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2.1 Praça do Artesanato de Barra Bonita.....</b>	<b>26</b>
<b>3.2.2 Camelódromo de Botucatu .....</b>	<b>28</b>
<b>3.2.3 Cadastros e Avaliação dos artesãos .....</b>	<b>30</b>
<b>3.2.4 Feiras artesanais de Botucatu.....</b>	<b>31</b>
<b>3.2.5 Projeto Misericórdia.....</b>	<b>31</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES .....</b>	<b>32</b>
<b>4.1 Dos artesãos.....</b>	<b>32</b>
<b>4.2 Do local .....</b>	<b>33</b>
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>37</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>38</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O artesanato é um trabalho praticado desde o tempo antigo, na era denominada Neolítica, quando as pessoas para sua própria sobrevivência poliam pedras para produzir armas e objetos de caça e pesca, cerâmica para guardar alimentos e tecelagem para fazer roupas, redes e cobertores.

Ocorrida a Revolução Industrial, o artesanato foi fortemente desvalorizado, o trabalho manual foi trocado por máquinas.

Atualmente, o artesanato voltou a ter importância, pois é elevado o índice de pessoas que faz dele como sua única fonte de renda, garantindo o sustento da família e de muitas comunidades.

Em cada trabalho os artesãos carregam valores, crenças e culturas sendo responsável, assim, por significativa contribuição ao turismo regional, já que expõem elementos que traduzem uma identidade cultural. Em todas as regiões é possível encontrar artesanatos diversificados originados a partir da natureza típica do local e de técnicas específicas.

Em Botucatu, a Casa do Artesão vinculada com a Subsecretaria de Turismo, administra o desenvolvimento dos artesãos do município e de cidades vizinhas. É também responsável pela organização das feiras realizadas durante o ano em vários locais da cidade, no que restringe a venda dos produtos em apenas determinadas datas.

Por isso, com a implantação de uma infraestrutura fixa em local com um fluxo alto de pessoas, pode atrair mais consumidores e focalizar um espaço para que os turistas possam encontrar lembranças da cidade.

## **1.1 Objetivo**

Analisar a proposta de implantar uma infraestrutura fixa de artesanato na cidade de Botucatu, comparando a situação atual com as expectativas do planejamento de implantação de um espaço fixo.

## **1.2 Justificativa e relevância do tema**

Ao analisar a atual situação dos artesãos da cidade de Botucatu e por muitas famílias e comunidades dependerem do artesanato para o seu sustento, um local específico para esse produto seria de grande ajuda não só para os trabalhadores como também para o turismo da cidade.

O artesanato por ser um trabalho diferenciado e autêntico não compete com os outros do comércio próximo ao lugar de instalação da obra, por isso não abriria concorrência e só aumentaria o público para conhecer um pouco mais dessa arte.

Na maioria das vezes, a população tem que se deslocar até os lugares onde ocorrem as eventuais feiras artesanais e por falta de tempo, de locomoção, de clima instável ou por algum imprevisto, deixam de comparecer aos eventos.

Os artesãos, que são pessoas que trabalham com muita originalidade, criam trabalhos que levam a cultura da cidade para outros lugares do país, por meio das vendas e encomendas divulgam a história de Botucatu.

Com um lugar próprio para o artesanato e bem localizado facilita, aos turistas, a localização de lembranças da cidade, pois não dependerão de datas e horários marcados.

## **2 REVISÃO DE LITERATURA**

### **2.1 Feiras de artesanato**

A origem das feiras ocorreu da necessidade do ser humano de comercializar bens de consumo, possibilitando a aquisição de víveres a quem empregasse seu tempo em longas viagens. Seu surgimento é antigo, mas elas se intensificaram na Idade Média, pois o crescimento de produção nessa época foi grande.

Castro (2007) escreve que “as feiras foram responsáveis pelo aparecimento de muitas cidades do Ocidente europeu e a concorrência comercial estimulou os descobrimentos e a expansão da civilização europeia no século XVI”.

A concorrência por um mercado próximo fez surgir as grandes feiras em torno das praças, onde o burburinho das pessoas movimentava a vida por vezes tão tranquila. O movimento das feiras fez surgir uma interligação cultural entre os povos. Comercializava-se de tudo: alimentos, perfumes, joias, tapetes e artesanatos.

Castro (2007) distinguiu “as feiras dos mercados da época. Para ela, mercados eram pequenos negócios, onde os produtos principais eram os agrícolas, e os artesanais da localidade. Por sua vez, as feiras exerciam papel de centro distribuidor, pois eram negociadas, por atacado, mercadorias vindas de outras localidades”.

No mundo da concorrência mais competitiva, as feiras artesanais ficam numa segunda opção, tendo em vista o domínio de supermercados, lojas, shopping centers, onde também se pode encontrar de tudo um pouco, porém com uma logística diferenciada. Dentro deste complexo de comércio, existem as subdivisões que funcionam com todas as funções próprias e independentes, trabalhando a sua própria realidade.

Castro (2007) já afirmava que “uma sociedade não pode parar de produzir, tal como não pode parar de consumir”. Essa ideia está ligada ao instinto de sobrevivência, pois é o estímulo na produção que sacia a fome, os desejos e anseios de uma sociedade.

A feira pode ser vista como uma inovação para uma sociedade, quando manifesta o pensamento popular, a cultura de um local e estabelece igualdade entre pobres e ricos nos gostos e desejos.

Um lugar de todos e de ninguém. Um espaço aberto sem preconceito contra a criatividade. O consumir, o enriquecer, tudo gira em torno do lucro e da falsa elegância bem treinada para atrair o cliente.

O artesão, ao sair de casa, tem necessidade de divulgar e vender seus produtos. Ao olhar o que foi feito, separa a melhor mercadoria. Seus olhos estão cheios de alegria pelo trabalho da semana, porém seu coração está angustiado na expectativa da aceitação de seu trabalho.

## **2.2 Planejamento**

Para começar a planejar uma obra é necessário entender o que é projeto, empreendimento e obra.

Segundo Junior (2000), projeto “é um conjunto de informações e de documentos (desenhos, cálculos, memoriais, especificações) que instruem a condução ou implantação do empreendimento”. Obra “é o conjunto das atividades de construção civil necessárias para a entrega da edificação”. Empreendimento “é o conjunto de ações que abrangem desde a concepção até a entrega final da edificação”.

O processo de planejamento e gerenciamento de um empreendimento envolve uma reunião de técnicas e práticas para administrar atividades com metas bem estabelecidas que possuam início, meio e fim.

Segundo Junior (2000), o planejamento “é o processo de tornar claros os objetivos, metas e estratégias necessárias para administrar o empreendimento com sucesso dentro do seu ciclo de vida, até que o produto ou serviço entregue ocupe seu lugar na execução das estratégias do proprietário do empreendimento”.

De acordo com Junior (2000) “os empreendimentos públicos de construção no Brasil, genericamente conhecidos por obras públicas, desempenham um papel estratégico no processo de crescimento e desenvolvimento econômico do país”.

Um empreendimento público de construção não se resume apenas à execução das obras. Um empreendimento de construção possui fases anteriores e posteriores à fase de obras que caracterizam o seu ciclo de vida, que nada mais é o conjunto de fases do empreendimento que tem o propósito de definir o seu início e término, estabelecendo a abrangência e os limites do projeto.

Um possível ciclo de vida para um empreendimento público de construção seria concepção, elaboração do projeto, contratação, construção (obra) e conclusão.

Na fase de concepção, são levantadas as necessidades do órgão público em relação à obra a ser construída e começados os estudos de viabilidade do empreendimento. O órgão público também pode preparar o edital de contratação de uma empresa de engenharia consultiva para a elaboração do projeto. Geralmente esta fase é feita internamente pelos órgãos públicos com o auxílio de uma empresa de engenharia consultiva.

Depois de definida a concepção a fase de elaboração do projeto é detalhado o escopo da obra a ser construída, reformada ou ampliada, contendo desenhos, especificações e memoriais descritivos. A execução desta fase, normalmente fica a cargo de uma empresa de engenharia consultiva contratada, também chamada de projetista que é contratada através de licitação pública.

A fase seguinte é a contratação da empresa que irá executar as obras. Esta contratação envolve a preparação do edital de licitação, publicação, abertura de propostas, julgamento, aprovação e concessão da vencedora, preparação do contrato e finalmente a assinatura do contrato com a vencedora.

A fase de obras é caracterizada pela execução dos serviços de construção civil necessários para entregar a edificação pronta.

E a fase de conclusão é caracterizada pela execução de casuais correções da obra recebida. Toda organização pública ligada ao Governo do Estado de São Paulo, ao final dos empreendimentos tem um prazo para enviar toda documentação relativa à administração do contrato com a contratada para o Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, que é um órgão do poder legislativo que aprova as decisões administrativas referentes a esses contratos. A execução das atividades desta fase fica sempre a cargo do órgão público contratante.

Para construir uma obra devem-se conhecer os interessados no projeto.

Segundo Junior (2000), “um interessado no empreendimento é todo indivíduo ou organização que esteja envolvido no projeto ou cujos interesses possam ser afetados positivamente ou negativamente pelo desenvolvimento e/ou pela entrega do produto final do empreendimento”.

Os interessados num empreendimento incluem, além dos membros da equipe do projeto, pessoas ou entidades no ambiente político, econômico, social, legal e tecnológico que cercam o empreendimento.

Para que o empreendedor tenha sucesso na sua implantação deve ser paciente, pois para uma empresa assimilar novidades demanda tempo e antecipar tendências do mercado é mais lento do que se imagina. Ter calma, ser persistente, autoconfiante e acreditar sempre.

Tão importante quanto planejar a introdução do produto/serviço no mercado, é saber a hora de desistir do projeto. Para colher resultados positivos é necessário errar, pois sem os erros não seria possível evoluir, crescer, mudar e renovar.

É imprescindível o apoio de outras empresas, organizações, colaboradores e de quem está disposto a encarar novidades. Um verdadeiro líder é aquele que sabe trazer e motivar pessoas com diferentes competências para colaborar com sua meta, e dessa forma levar todos ao sucesso.

### **2.3 Acessibilidade**

Petrola (2004) afirma que, ao se pensar em implantar um novo estabelecimento, “é necessário não pensar apenas no presente, mas levar em consideração as possíveis alterações futuras do ambiente para que as estratégias desenvolvidas obtenham sucesso”. Esses fatores tornam difícil julgar o futuro sucesso do negócio, pois nada garante que o sucesso de hoje persista ao longo dos anos.

Essas constatações são vitais no caso de decisões de investimento em empreendimentos de base imobiliária em geral. Para as decisões de investimento nesses empreendimentos, faz-se necessária a construção de cenários históricos e ambientais e, portanto, fazem com que a decisão seja permeada por uma condição de elevada incerteza.

Configurações que se mostram estáveis no momento da decisão de investimento, poderão não persistir no período de operação do empreendimento, seja por alterações no perfil demográfico da região, da ação da concorrência, ou mesmo, pelo despertar de anseios e necessidades do público alvo não reconhecido inicialmente.

Petrola (2004) diz que “o consumidor está mais ocupado e, como dispõe de menos tempo para realizar compras, está constantemente procurando por lugares de compra que permitam que essa atividade ocorra de forma tanto rápida quanto prazerosa”.

Assim, verifica-se que antes de implantar um novo empreendimento é bastante recomendável analisar suas características e avaliar seus pontos fortes e fracos.

Petrola (2004) concluiu que “é recomendável que a localização se dê em uma região de tráfego considerável, sobretudo para interceptar o consumidor no trajeto a outros centros nos quais já tenha sedimentado o hábito local de compra para essas mercadorias”.

Do ponto de vista do consumidor, a acessibilidade ao local de compra sempre será considerada no momento da compra, mas, em algumas ocasiões, não será determinante na escolha do local. Existindo opções equivalentes no que concernem às demais características ofertadas por diferentes centros, ele tenderá a exercer suas compras naquele mais próximo, em função da menor demanda de recursos.

Podendo proporcionar ao comprador uma melhor escolha, a acessibilidade passa a ser secundária. Isto se verifica no caso de ocasiões esporádicas de compras e na especificidade dos produtos.

## **2.4 Sustentabilidade**

Tendo como referência o fato de a maior parte da população brasileira viver em cidades, atenta-se uma crescente degradação da qualidade de vida, refletindo uma crise ambiental. Por isso a necessidade de uma reflexão sobre os desafios para mudar as formas de pensar e agir em torno da questão ambiental numa perspectiva contemporânea.

Jacobi (2003) fala sobre “a impossibilidade de resolver os crescentes e complexos problemas ambientais e reverter suas causas sem que ocorra uma mudança radical nos sistemas de conhecimento, dos valores e dos comportamentos gerados pela dinâmica de racionalidade existente, fundada no aspecto econômico do desenvolvimento”.

A preocupação com o desenvolvimento sustentável representa a possibilidade de assegurar mudanças sociopolíticas que não comprometam os sistemas ecológicos e sociais que sustentam as sociedades.

A complexidade desse processo de transformação de um planeta, não apenas crescentemente ameaçado, mas também diretamente afetado pelos riscos socioambientais e seus danos, é cada vez mais observada.

Isso implica a necessidade de se multiplicarem as práticas sociais baseadas no fortalecimento do direito ao acesso à informação e à educação ambiental em uma perspectiva integradora. E também demanda aumentar o poder das iniciativas baseadas na premissa de que um maior acesso à informação e transparência na administração dos problemas ambientais urbanos pode implicar a reorganização do poder e da autoridade.

Nestes tempos em que a informação assume um papel cada vez mais relevante, ciberespaço, multimídia, internet, a educação para a cidadania representam a possibilidade de motivar e sensibilizar as pessoas para transformar as diversas formas de participação na defesa da qualidade de vida. Nesse sentido cabe destacar que a educação ambiental assume cada vez mais uma função transformadora, na qual a co-responsabilização dos indivíduos torna-se um objetivo essencial para promover um novo tipo de desenvolvimento – o desenvolvimento sustentável. Entende-se, portanto, que a educação ambiental é condição necessária para modificar um quadro de crescente degradação socioambiental, mas ela ainda não é suficiente, o que, no dizer de Jacobi (2003), se converte em “mais uma ferramenta de mediação necessária entre culturas, comportamentos diferenciados e interesses de grupos sociais para a construção das transformações desejadas”.

A sustentabilidade como novo critério básico e integrador precisa estimular permanentemente as responsabilidades éticas, na medida em que a ênfase nos aspectos extraeconômicos serve para reconsiderar os aspectos relacionados com a equidade, a justiça social e a própria ética dos seres vivos.

Baseado na reciclagem, o artesanato contribui para um meio ambiente mais limpo e sustentável.

“A noção de sustentabilidade implica, portanto, uma inter-relação necessária de justiça social, qualidade de vida, equilíbrio ambiental e a ruptura com o atual padrão de desenvolvimento” (JACOBI, 2003).

Nesse contexto, segundo Jacobi (2003), a “educação ambiental aponta para propostas pedagógicas centradas na conscientização, mudança de comportamento, desenvolvimento de competências, capacidade de avaliação e participação dos educandos”. Para Jacobi (2003), a “educação ambiental propicia o aumento de conhecimentos, mudança de valores e aperfeiçoamento de habilidades, condições básicas para estimular maior integração e harmonia dos indivíduos com o meio ambiente”.

A necessidade de uma crescente internalização da problemática ambiental, um saber ainda em construção, demanda empenho para fortalecer visões integradoras que, centradas no desenvolvimento, estimulem uma reflexão sobre a diversidade e a construção de sentidos em torno das relações indivíduos/natureza, dos riscos ambientais globais e locais, e das relações ambiente/desenvolvimento. A educação ambiental, nas suas diversas possibilidades, abre um estimulante espaço para repensar práticas sociais e o papel dos professores como mediadores e transmissores de um conhecimento necessário para que os alunos adquiram uma base adequada de compreensão essencial do meio ambiente global e local, da interdependência dos

problemas e soluções e da importância da responsabilidade de cada um para construir uma sociedade planetária mais equitativa e ambientalmente sustentável.

## **2.5 Layout**

De acordo com Moura (2010), “layout equivale ao arranjo e distribuição de máquinas e equipamentos em um determinado local de maneira que atendam satisfatoriamente às necessidades dos funcionários, clientes e fornecedores, com o objetivo de aumentar a produtividade com os menores custos”. O layout define, também, a forma e a aparência do espaço.

Sendo o arranjo físico um dos principais instrumentos para o estudo do planejamento do projeto, faz-se necessário que haja a decisão de todos os espaços que serão utilizados e ocupados dentro de um empreendimento.

Existem três tipos de layout, assim chamados clássicos. Em cada uma dessas três diferentes situações de layout, a movimentação exerce uma influência fundamental.

### **2.5.1 Layout por produto**

É indicado no caso de instalações que produzem um pequeno número de itens, em grande quantidade. Conseguem-se grande eficiência no que se refere à movimentação de materiais, porém não tem muita flexibilidade. Em geral, utilizam-se máquinas especiais e o investimento só compensa para um grande volume de produção.

#### **2.5.1.1 Linha de produção**

Os recursos produtivos transformadores são colocados linearmente, de acordo com a melhor conveniência do recurso que está sendo transformado. O fluxo de produtos, informações e clientes é muito claro e previsível, sendo assim fácil de controlar. É o layout mais suscetível a paradas, pois é menos flexível quanto a mudanças de produto. Os operários e as máquinas são fixos, e as tarefas são especializadas. Exemplos típicos é a indústria automobilística, programa de vacinação em massa, restaurante self-service.

### **2.5.1.2 Celular**

Utiliza o conceito de famílias de produtos ou grupos operacionais. Os recursos transformados, entrando na operação, são pré-selecionados para movimentarem-se para uma parte específica da operação (ou célula), na qual todos os recursos transformadores necessários a atender a suas necessidades imediatas de processamento se encontram, por isso tem menor movimentação de materiais.

É um método de produção de pequenos lotes que pode ser utilizado em situações de trabalhos diversos.

### **2.5.2 Layout por processo ou funcional**

Máquinas semelhantes são agrupadas em centros de produção e o produto a ser fabricado percorre os diversos centros, onde sofre as operações necessárias. É característico de indústrias de fabricação sob encomenda ou fábricas que produzem uma grande variedade de itens. Utilizam-se máquinas universais, que garantem flexibilidade de instalação, entretanto, o fluxo dos diversos produtos torna-se mais complicado. Exemplos é hospital (RX e laboratório), supermercado (comida congelada e laticínios), e biblioteca.

### **2.5.3 Layout por posição fixa ou posicional**

No layout posicional o produto a ser transformado, fica parado. A movimentação fica por conta dos recursos transformadores.

Usado no caso de itens de grande porte e, conseqüentemente difícil movimentação. Na área de construção civil, podemos visualizar casos diversos, pois existe um espaço limitado e todos os recursos são alocados no mesmo produto. O que deve ser definido para o arranjo deste projeto é a forma que ele será elaborado, para que o material chegue até ele e que todos os subcontratados possam executar suas atividades, de forma organizada. É necessário analisar todo o espaço disponível para a sua execução, para não perder tempo, material e qualidade do produto final.

As principais características do layout são a baixa produção e a complexidade do produto fabricado, já que necessitam de várias pessoas, máquinas e equipamentos em um só espaço. Além disso, o objetivo é produzir um produto específico de poucas unidades. Exemplo mais comum é dado pela construção naval.

## **2.6 Turismo**

O turismo é uma atividade que excede os setores convencionais da economia, requisitando dados de natureza econômica, social, cultural e ambiental. Os dados econômicos brasileiros mostram uma forte relação entre o ambiente econômico e o crescimento do turismo em todo o mundo.

Há um grande crescimento de vendas de produtos artesanais dentro do país, uma vez que esse ramo entrou na lista de compras da elite da sociedade, sendo também utilizado para decoração de interiores de pousadas e hotéis.

A respeito do decorrente da produção artesanal, os produtores encontram dificuldades em estabelecer uma logística de transportes para seu artesanato. Nesse sentido, as feiras e as exposições surgem como oportunidades de geração de negócios, pois é a partir destes eventos que são realizados novos contatos, facilitando o acesso a locais mais distantes.

O artesanato representa uma alavanca para o turismo de Botucatu, por meio de um grupo de artesãos que seguem uma filosofia ligada à preservação do meio ambiente e da sustentabilidade.

“Qualquer forma de desenvolvimento econômico requer um planejamento cuidadoso para atingir objetivos, que são a base do desenvolvimento” (RICCI, 2009). Essa premissa explica que o processo de planejamento do desenvolvimento envolve um cruzamento amplo de participantes que podem trazer consigo objetivos conflitantes.

Diante de um mercado competitivo há a necessidade de desenvolver os produtos turísticos.

### **2.6.1 Artesanato como Produto Turístico**

Dentre as atividades turísticas de Botucatu está o artesanato. Conforme dados da Prefeitura Municipal, há 468 artesãos na cidade, produzindo desde velas até móveis entalhados. Muitos deles fazem desta atividade um meio de sobrevivência.

Segundo Ricci (2009) confirma que “o artesanato vira fonte de renda e acaba contribuindo para o desenvolvimento econômico do município”.

Até os anos de 1960, o turismo ganhava força na preocupação básica com a ampliação da demanda turística. Esse panorama alterou-se a partir do momento em que a conscientização e a preservação do meio ambiente invadiram a esfera da gestão do turismo,

tornando-se um elemento de conflito entre a promoção e a preservação, pois a ampliação da demanda pode causar danos ao meio ambiente prejudicando a própria atividade turística.

Nesse contexto, formou-se a base de um turismo sustentável, em que há interação entre o meio urbano, o meio ambiente e a formação de profissionais.

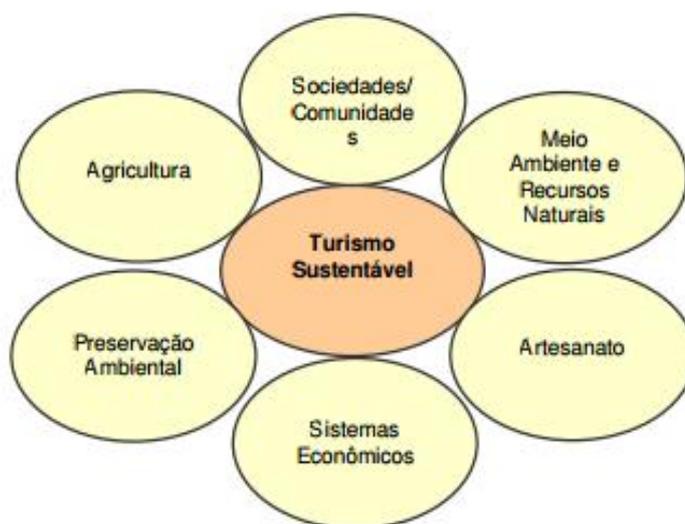
O desenvolvimento sustentável é um projeto social e político que aponta para a preparação ecológica e a descentralização territorial da produção, assim como para a diversificação dos tipos de desenvolvimento e dos modos de vida das populações que habitam o planeta.

Em busca de um turismo sustentável e baseado em alguns preceitos de Ricci (2009), aponta-se “a reciclagem de resíduos e produtos diversos como recurso de incremento do turismo, por exemplo, por meio do artesanato, o que pode reduzir o desperdício, além de contribuir para a preservação geral, de água e de energia”.

Ricci (2009) acredita que “é preciso começar a ver o turismo sustentável como parte de um sistema mais amplo de desenvolvimento sustentável, um sistema aberto, no qual cada elemento afeta os demais”.

Na Figura 1 uma mudança em qualquer elemento provocará uma reação em série nos demais elementos do sistema. Compreende-se muito bem que o turismo sustentável é uma ferramenta poderosa no auxílio à realização do desenvolvimento sustentável, agindo como catalisador para o desenvolvimento de pequenos negócios e fornecendo mercado para a produção agrícola e artesanal.

Figura 1 - Turismo sustentável e seus subsistemas.



Fonte: FÁBIO RICCI, 2009.

Por outro lado, na visão de Ricci (2009), “as associações são essenciais para o turismo sustentável, uma vez que o alcance pela política do setor público é limitado. A maioria dos órgãos públicos não tem orçamentos próprios ou capacidade para criar um impacto significativo na indústria do turismo e em suas atividades”.

“Na verdade, o turismo sustentável está ligado às pessoas interessadas, cuja participação tem de ser equilibrada, com envolvimento da comunidade como um ponto fundamental. Isso significa que não se devem esquecer as necessidades sociais dos turistas e da comunidade local” (RICCI, 2009).

Ricci (2009) destaca que “tudo isso exige ação da parte dos governos das localidades turísticas, dos turistas, da comunidade local e da indústria do turismo. Ou melhor, que as comunidades locais precisam de mais poder para que lhes seja permitido o emprego de seus direitos no planejamento do turismo e no processo de desenvolvimento”.

Ricci (2009) acredita que, “para tornar o turismo uma atividade de desenvolvimento econômico, são indispensáveis mudanças de posturas nas áreas sociais, culturais e econômicas, um triângulo sem o qual nenhuma implementação turística é viável”.

Para isso, o planejamento deve contabilizar todas as possíveis formas de impactos, prevendo, se possível, o seu alcance e consequências, elaborando-se programas que minimizem os efeitos negativos. Muitas vezes, devido à comercialização da cultura, a arte local é induzida a mudanças para agradar os turistas e vender mais. A cultura torna-se uma

mercadoria, além de poder ser descaracterizada em função de um processo de assimilação de parcelas das culturas dos turistas.

“Na verdade, é preciso reconhecer que o sistema político, tanto quanto os valores e os padrões culturais devem caminhar juntos não somente para o aumento da produção de bens e serviços como o progresso técnico-tecnológico, que irá influenciar também no nível de bem-estar e de justiça social em uma sociedade” (RICCI, 2009).

## **2.7 Marketing**

A tendência mundial em diversos países é o crescimento do papel do setor de serviços ou produtos de turismo na economia como um todo e o forte catalisador para a realização de desejos que proporcionem prazer aos turistas enquanto consumidores. Portanto o investimento em tecnologia de serviços e de marketing deve ser crescente, sobretudo como fator de diferenciação estratégica.

Segundo Cobra (2001) “com o fim da era da fidelidade do cliente, as empresas estarão buscando formas inusitadas para a realização de sonhos dos consumidores, procurando retê-los como clientes”. E isto representará um direcionamento para os valores inalcançáveis do turismo para realização das imaginações dos consumidores.

Dessa maneira, os esforços deverão estar concentrados em fatores que agreguem valor para os serviços ofertados. E a grande tônica da corrida em busca de vantagens competitivas necessitará estar concentrada na imaginação como uma fonte de inspiração, pois serviços de baixo valor agregado não terão como sobreviver em uma ação competitiva.

Dentre os fundamentos básicos de marketing destacam-se os 4Ps, do professor Jeronome McCarthy; os 4Cs, do professor Robert Lauterborn; e os 4As, do professor Raimar Richers.

### **2.7.1 Os 4Ps: Produto, Ponto (praça), Promoção e Preço**

No setor de negócios turísticos para Cobra (2001) “ter um bom produto é o primeiro e mais importante passo para atender as expectativas dos consumidores”.

Mas não basta só isto é preciso ter pontos para levar esses serviços atraentes até o cliente, ou seja, é importante trabalhar bem a distribuição por meio de lojas, internet, e outras maneiras de levar o produto, até o consumidor final.

Por meio da promoção, ou seja, a comunicação de vendas é preciso divulgar e promover o serviço que se quer vender. E para isso implica realizar propaganda para informar e persuadir o comprador, promoção para forçar uma decisão de compra de um evento qualquer, merchandising para criar um cenário propício e sedutor para estimular o comprador no ponto de venda.

E por fim, o preço é o fator chave de decisão de compra e para isso o vendedor deve saber confrontar o preço utilizando essa arma para valorizar o produto ofertado ou mesmo para estimular a compra.

### **2.7.2 Os 4Cs: Cliente, Conveniência, Comunicação e Custo**

Segundo Cobra (2001) “mais importante do que ter um produto ou serviço para oferecer é ter um cliente para satisfazer”.

Para conquistar um cliente é preciso proporcionar diversas conveniências com o objetivo de tornar esse cliente fiel, uma vez que cliente satisfeito é, ao menos teoricamente, um cliente fiel. O difícil é desenvolver um conjunto de atividades que mantenha esse cliente satisfeito, pois há uma regra que diz que um cliente nunca está totalmente satisfeito.

A expectativa do cliente é sempre receber todas as conveniências possíveis e ser atendido com cortesia e encanto.

De acordo com Cobra (2001) “a comunicação é o momento de sedução que visa empolgar o cliente a comprar o produto ofertado”. Ela precisa ser objetiva e clara para informar os principais pontos da oferta e dar oportunidade para que o consumidor fantasie a oferta, sentindo-se envolvido e comprometido com ela.

E por último o custo não pode estar acima das possibilidades e expectativas do comprador. Viabilizar um projeto pode depender de um controle perfeito de custos.

### **2.7.3 Os 4As: Análise, Adaptação, Ativação e Avaliação**

Segundo Cobra (2001) “a análise do mercado é o primeiro ponto na estratégia de marketing”. É preciso saber o que o cliente busca para depois se desenvolver um produto ou serviço adequado. Por meio da análise é possível também acompanhar os passos da concorrência para minimizar sua ação.

Após analisar o potencial de um mercado é possível desenvolver o produto que atenda a expectativas e anseios dos consumidores. A essa etapa o professor Raimar Richers chama de

“adaptação do produto ou serviço”. Essa adaptação significa desenvolver o desenho em conformidade com os desejos explícitos e implícitos dos consumidores. Significa também desenvolver uma roupagem, ou como o Raimar denomina, “a embalagem do serviço”, acompanhado de uma correta estratégia de preços e de serviços para satisfazer o cliente.

A ativação do mercado é obtida pela distribuição e logística para levar o serviço até o cliente, pelo esforço de comunicação para informar e pelo esforço de vendas para levar o cliente a comprar.

A avaliação é a tarefa de avaliar os custos incorridos e resultados alcançados.

### **3 MATERIAL E MÉTODOS**

#### **3.1 Material**

Para o desenvolvimento do trabalho foi utilizado um computador com as seguintes características:

- Intel Pentium 6 Dual Core;
- 1,6 GHz, 2GB de RAM, 40 GB de disco;
- Sistema operacional Microsoft Windows XP Professional versão 2007.

#### **3.2 Métodos**

A pesquisa feita para a possível implantação de uma infraestrutura fixa de artesanato na cidade de Botucatu foi desenvolvida embasada em outros projetos parecidos, com a mesma finalidade de gerar economia local, turismo e sustentabilidade.

Foi feito também um estudo das feiras artesanais, que é a situação atual de venda do artesanato na cidade e também uma análise dos cadastros e da forma que é feita a avaliação dos artesãos de Botucatu.

##### **3.2.1 Praça do Artesanato de Barra Bonita**

A cidade de Barra Bonita conta com a FEPATUR (Feira Paulista de Turismo) para festas e eventos. A primeira FEPATUR foi realizada no período de 12 a 21 de outubro de 1973, uma promoção pioneira, que teve como principal objetivo tornar o potencial turístico de Barra Bonita, conhecido em todo o interior paulista, e tornar notório para as autoridades do

Governo Estadual no aspecto de turismo permanente da cidade: rio, pesca, represa, esportes náuticos e a eclusa prestes a ser inaugurada.

A Feira de Turismo foi algo inédito no setor, mas ninguém esqueceu que horas antes da inauguração da feira, um forte vendaval derrubou a maioria dos estandes e barracas. A solidariedade dos barra-bonitenses se fez presente ajudando na reconstrução dos mesmos e à noite a primeira FEPATUR “abriu suas portas”, realizando os shows programados para a alegria dos visitantes, que foi um sucesso.

A segunda FEPATUR foi realizada no período de 15 a 23 de março de 1975, o público prestigiou a mostra, que ainda só dizia respeito ao Turismo.

A terceira FEPATUR só foi realizada em 1980, incluindo o artesanato no nome, nos estandes e barracas, ficando denominado: Feira Paulista de Artesanato e Turismo.

O sucesso da festa fez com que a administração pública se preocupasse em manter o artesanato com exposições permanentes em local específico para esse tipo de atividade.

Os artesãos locais e os interessados em promover esse tipo de comércio – que representava uma nova fonte de renda – “ganharam” a “Praça do Artesanato”, como mostra a figura 2, e foi assim que ficou popularmente conhecida a antiga Praça Aníbal Reginato, na Avenida Pedro Ometto, em frente ao rio. Através de cessão feita pela prefeitura, iniciou com sucesso, uma nova atividade que tem atraído muitos turistas de todo país.

Figura 2 - Praça do Artesanato de Barra Bonita



Fonte: WORDPRESS, 2009.

A partir de então, consolidou-se o artesanato local e de outras origens como a atração turística permanente, sem prejudicar a FEPATUR que conquistou renome nacional, nos anos

seguintes, graças à qualidade dos materiais e produtos expostos, bordados, rendas, porcelanas, esculturas, cerâmicas, flores, crochê, trabalhos em gesso, couro, madeira, etc., vindos do norte e nordeste do país, com aumento progressivo do número de estandes e expositores, sem esquecer o sucesso de público e dos artistas que nelas se apresentaram.

A figura 3 mostra um pedaço de alguns boxes da praça. No local existem aproximadamente, 34 boxes. Os artesãos ali instalados pagam a manutenção do local, como água e luz.

Figura 3 - Lojas da Praça do Artesanato de Barra Bonita



Fonte: WORDPRESS, 2009.

### 3.2.2 Camelódromo de Botucatu

São 47 microempreendedores individuais formalizados que atualmente fazem uso dos boxes distribuídos no Centro Popular Comercial “Ângelo Garrido Fernandes”, conforme mostra a figura 4, localizado na Rua Curuzu. Para isso foi assinado novos contratos com a Prefeitura de Botucatu que permitirão aos autorizados de utilizarem do espaço por até 16 anos.

Figura 4 - Camelódromo de Botucatu



Fonte: ITAPONNEWS, 2011.

O Centro Popular foi instituído pela Lei nº 4.531, de maio de 2004, para abrigar provisoriamente os comerciantes informais que antes ocupavam de maneira ilegal a Praça Comendador Emílio Peduti (Bosque). Desde então, esse grupo de trabalhadores continuavam usando o local através de contratos emergenciais que não previam garantias para que estes microempreendedores pudessem se estruturar e planejar o crescimento de suas respectivas empresas.

A iniciativa do Poder Público vem de encontro com a formalização destes trabalhadores que são empreendedores individuais (EI) cadastrados na Prefeitura. Caracteriza-se como empreendedor individual a pessoa jurídica que registra um faturamento bruto, anual, de até R\$36 mil e seja optante do Simples Nacional, um regime tributário diferenciado.

Com a taxa mensal de R\$30,00 paga junto à Prefeitura pelo uso do box utilizado, o empreendedor do Centro Popular Comercial de Botucatu agora recolhe junto aos governos estadual e federal as contribuições de INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) e o ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) que totalizam R\$28,25.

Assim, além da formalização exigida por lei, o ambulante é amparado com aposentadoria, tem acesso a serviços bancários e financiamentos, pode até contratar um funcionário e emitir notas fiscais, entre outros benefícios.

A intenção do Poder Público é que este seja mais um passo para conter a comercialização de produtos ilegais, que acarretam em constantes ações policiais de apreensão de mercadorias, além de desenvolver e consolidar a economia.

Àqueles que não aderiram à formalização, e conseqüentemente não obtiverem o alvará da Prefeitura, deverão desocupar o módulo para que outro empreendedor, regularmente cadastrado, usufrua do mesmo.

Com sua readequação, o Centro Popular Comercial deverá ser administrado e mantido por uma Associação dos Microempreendedores, que estabelecerá as rotinas de funcionamento e manutenção do espaço, além de propor futuras reformas com autorização prévia da Prefeitura.

### **3.2.3 Cadastros e Avaliação dos artesãos**

Os artesãos que participam das feiras são obrigatoriamente avaliados e cadastrados na Casa do Artesão para que assim adquiram sua identidade de artesão emitida pela Sutaco (Superintendência do Trabalho Artesanal nas Comunidades), que o credencia à utilização dos serviços de autarquia.

A Sutaco é uma autarquia vinculada à Secretaria de Estado do Emprego e Relações do Trabalho que tem por objetivo a promoção, o desenvolvimento, a divulgação e a comercialização de produtos artesanais, indicando um caminho a ser trilhado pelo trabalhador para fazer face às dificuldades econômicas.

Para cadastrar-se na Sutaco e ter acesso aos serviços prestados pela autarquia é necessário agendar horário, por telefone ou pessoalmente, para entrevista e avaliação do artesanato apresentado.

Serviços aos quais os artesãos devidamente cadastrados têm direito: comercialização, nota fiscal, microcrédito, orientação jurídica, ouvidoria e qualificação.

A avaliação é feita para comprovar ser artesão mediante demonstração do “fazer manual” nas modalidades técnicas credenciadas pela Sutaco.

É necessário que o artesão tenha a idade mínima de 16 anos completos na data do cadastramento. Os artesãos enquadrados na faixa etária de 16 a 18 anos deverão conciliar trabalho e estudo, nesse sentido, não poderão ultrapassar o limite médio de 4 horas/dia (5 dias por semana), conforme orientação do estatuto da criança e do adolescente.

Pela Legislação Federal, conclui-se que no artesanato (produto), na oficina (local de trabalho) e no trabalho preponderante (ofício manual de 60% a 100%), desconfigura-se a caracterização de produto industrializado, indústria e trabalho operário, respectivamente.

### **3.2.4 Feiras Artesanais de Botucatu**

As feiras artesanais de Botucatu são organizadas pela Casa do Artesão, que é vinculada com a Subsecretaria de Turismo.

No começo do ano é feito um calendário com todas as feiras que serão ocorridas durante o ano e decidido o local. São feitas, mais ou menos duas feiras por mês, menos no mês de Janeiro. Mas como imprevistos acontecem, nem sempre é seguido esse calendário, portanto, sendo sempre atualizado e deixando tanto os artesãos como o público na dúvida do evento. Muitas vezes sendo avisados na véspera da feira e por isso acaba não tendo a divulgação necessária.

Atualmente mais ou menos 60 artesãos são atuantes nas feiras realizadas durante o ano, devido à restrição de espaço físico e barracas não é possível atender um número maior, sendo que existe lista de espera para participação destes nas feiras.

Como as feiras são eventuais e acontecem cada mês em um lugar da cidade, não sendo bem anunciadas, deixam o público na incerteza de onde ocorrerá o evento.

Com barracas não padronizadas e com número de artesãos diferentes de uma feira para outra, não é feito o mesmo layout para a atração do público, portanto existe a necessidade e a dificuldade de sempre ter que fazer uma nova organização das barracas para cada evento ocorrido.

### **3.2.5 Projeto Misericórdia**

Um projeto já existente na Subsecretaria de Turismo é o de fazer o local fixo para os artesãos na Praça Isabel Arruda, em frente ao hospital Misericórdia.

No espaço teria quiosques redondos, divididos em oito partes, portanto vinte e quatro boxes para os artesãos. E também a construção de um museu de artesanato e dois banheiros públicos.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

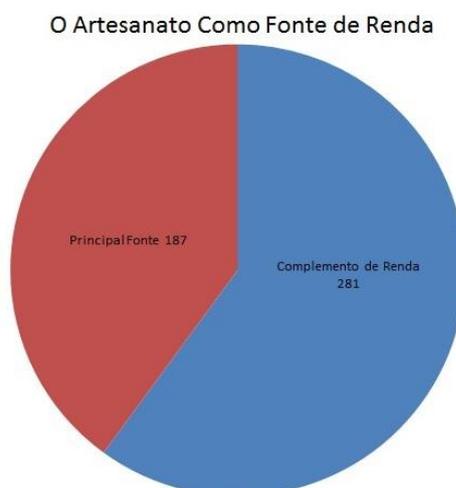
### 4.1 Dos artesãos

Tendo em vista que as feiras acontecem há mais ou menos 25 anos, verifica-se a importância de um local próprio e fixo para melhor divulgação do artesanato da cidade.

Com isso, avaliando a realização dos cadastrados na Casa do Artesão, foi analisado que teve um aumento no número de artesãos durante os últimos anos, que de alguns é a sua geração de renda.

Dos 468 artesãos cadastrados da cidade de Botucatu, desses a maioria são mulheres, 281 utilizam desse meio de trabalho como complemento de renda, sendo os outros 187 como principal fonte, conforme mostra a Figura 5.

Figura 5 - O artesanato como fonte de renda



## 4.2 Do local

Observada na Figura 6 e na Figura 7 a Praça Comendador Emílio Peduti, conhecida como a Praça do Bosque que está localizada na região central e comercial da cidade, foi o local escolhido para a implantação do espaço fixo para o artesanato de Botucatu.

Figura 6 - Piso superior da Praça do Bosque



Figura 7 - Piso superior da Praça do Bosque



A praça está acima da Rua Amando que é a principal rua de comercialização da cidade, porém o artesanato é um trabalho que não abre competitividade com os produtos industrializados, por ser diferenciado e original.

Por isso sendo localizado próximo do comércio irá atrair a população, não deixando com que um atrapalhe a venda do outro.

Com a recente revitalização da fonte luminosa e com a nova construção de um mirante, que fica no piso superior da praça, além de serem atrativos para o público, foi preservada a história e proporcionará mais espaços de lazer e cultura para a futura obra.

De fácil acesso aos consumidores e turistas, o local oferece sustentabilidade para a implantação do projeto, pois não haverá desmatamento e receberá um trabalho totalmente sustentável, baseado na reciclagem e que contribui para um meio ambiente mais limpo, o artesanato.

Também economizará com obras já construídas e recentemente reformadas, como o caso dos banheiros públicos, localizados na parte inferior da praça.

No local da Praça Isabel Arruda, em frente ao hospital misericórdia, haveria desmatamento para a construção da obra, não sendo um empreendimento sustentável desde o começo do projeto.

E também por ser em frente a um hospital não seria condizente com uma atração voltada para o comércio e turismo. A acessibilidade do local, mesmo sendo central, não tem atrativos para o público.

A fixação de um local próprio para o artesanato facilita a dos consumidores, pois não dependerão de clima bom, de data e de horário marcado, como é no caso dos eventos que ocorrem com as feiras artesanais.

O melhor layout para a disposição dos boxes é o por posição fixa ou posicional, alinhados um ao lado do outro, para melhor recepção e fluidez do público.

O projeto, observado na figura 8, foi feito de maneira simples para a visualização do futuro ambiente.

Figura 8 - Layout da praça



O material pensado para a construção das barracas seriam toras de madeiras sustentáveis, mostradas na figura 9, onde a sua extração é feita em florestas com manejo de impacto reduzido, que nada mais é que a extração feita de forma controlada, planejada e organizada na floresta. É feito um mapeamento para avaliar quais espécies deverão ser extraídas e são construídos estradas e pátios de dimensões corretas para a manobra dos caminhões que transportarão as toras. Após a extração das árvores a área é recuperada e acompanhada e em cerca de vinte a trinta anos estará pronta novamente para extração.

Figura 9 - Toras



Fonte: DISPLAYCASES, 2009.

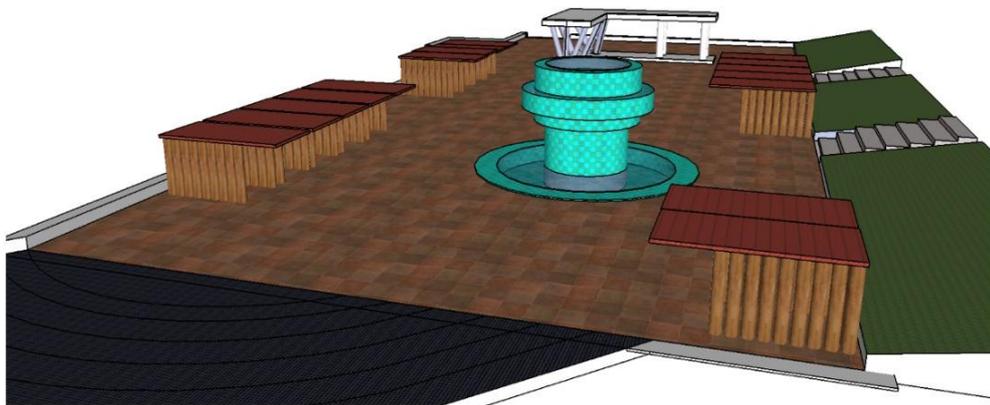
O projeto de cada barraca ficaria semelhante com a figura 10, com janelas e portas correntes de ferro, no qual não deu para ser feito.

Figura 10 - Projeto da Barraca



Pelo que foi visto na proposta da implantação de uma infraestrutura fixa de artesanato na cidade de Botucatu, o projeto acabado ficaria semelhante com a figura 11.

Figura 11 - Projeto da Praça do Artesanato de Botucatu



## 5 CONCLUSÃO

Uma obra pública mal planejada está fadada ao desperdício e ao insucesso. Portanto apresentado uma proposta com uma boa ideia, que faça da cidade um lugar mais conhecido e apreciado, nunca é demasiado para a prefeitura.

O artesanato é uma arte que está em constante evolução e muitas vezes não é tão valorizada quanto deveria, pois ele é o autêntico produto da cultura da cidade que é levado para outros lugares, casas e diferentes famílias.

Um lugar fixo não só traz benefícios para os artesãos, mas para toda a cidade e visitantes.

Fazer uma construção de uma obra pensada de maneira sustentável com um trabalho totalmente defensor da natureza, em meio a um mundo com muitos conflitos ambientais, é muito trabalhoso e complexo, pois exige maior desempenho, preocupação e conhecimento do mundo atual.

Botucatu precisa de um lugar diferenciado e de projetos novos para sua história seguir adiante.

## REFERÊNCIAS

- CASTRO, J. D. B. **Feira artesanal de Alexânia: Um modo singular de comércio.** 2007. Disponível em: <<http://www.seplan.go.gov.br/sepin/pub/conj/conj11/artigo05.pdf>>. Acesso em: 05 set. de 2012.
- COBRA, M. **Marketing de turismo.** São Paulo: Atlas, 2001.
- DISPLAYCASES. **Toras**, de 09/10/2009. Sorocaba, SP, 2009. Disponível em: <<http://www.hobbymodelismo.com.br/detalhe.asp?cod=TORAS>>. Acesso em: 15 nov. de 2012.
- ITAPONEWS. **Camelódromo Botucatu**, de 27/11/2012. Botucatu, SP, 2011. Disponível em: <<http://www.itaponeWS.com.br/v1/maisidades/botucatu/2740-camelodromo>>. Acesso em: 13 nov. de 2012.
- JACOBI, P. **Educação ambiental, cidadania e sustentabilidade.** São Paulo. 2003. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-15742003000100008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-15742003000100008&script=sci_arttext)>. Acesso em: 07 set. de 2012
- JUNIOR, L. J. M. **Uma contribuição para melhoria do planejamento de empreendimentos de construção em organizações públicas.** São Paulo. 2000. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3136/tde/publico/luizjosemarques.pdf> . Acesso em: 07 nov. de 2012
- MOURA, R.A. **Sistemas e Técnicas de Movimentação e Armazenagem de Materias.** 7. ed. rev. São Paulo: IMAM, 2010. (Série manual de logística; vol. 1).
- PETROLA, Y. 2004. **A importância na escolha do local de implantação para um shopping center.** Disponível em: <<http://www.realestate.br/images/File/arquivosPDF/PAP0988d.pdf>>. Acesso em: 07 set. de 2012.
- RICCI, F. 2009. **Desenvolvimento turístico sustentável: o artesanato local como alternativa na cidade de Santo Antônio do Pinhal.** Disponível em: <[http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/edicao4/artigo\\_5.pdf](http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/edicao4/artigo_5.pdf)>. Acesso em 08 nov. de 2012.
- WORDPRESS. **Turismo Independente**, de 02/08/2009. Rolândia, PR, 2009. Disponível em: <<http://turismoindependente.wordpress.com/2009/08/02/barra-bonitasp-090308/>>. Acesso em: 28 nov. 2012.