

Tabela 51: Quadro geral de Diretrizes e Ações

DIRETRIZ 1 Coleta, sistematização e análise de dados	DIRETRIZ 2 Qualificação e diversificação da oferta turística	DIRETRIZ 3 Qualificação de recurso humanos e técnicos	DIRETRIZ 4 Qualificação do sistema de transporte e acesso	DIRETRIZ 5 Melhoria da comunicação interna e externa e fortalecimento institucional	DIRETRIZ 6 Qualificação da acessibilidade para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida	DIRETRIZ 7 Mobilização e sensibilização dos três setores
<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolver pesquisa de Demanda Real do município de Mogi das Cruzes; - Desenvolver pesquisa de Demanda Potencial do município de Mogi das Cruzes; - Desenvolver pesquisas específicas voltadas ao trade, pólo universitário, atrativos e eventos, para detalhar o perfil do visitante; - Desenvolver conteúdo para boletins conjunturais sobre o desempenho da atividade turística na escala local e regional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Constituir uma parceria público-privada para a captação de eventos junto ao São Paulo Convention & Visitors Bureau; - Implementar atividades culturais e esportivas no Parque Centenário; - Levantar, estruturar e promover os roteiros de cicloturismo pela cidade; - Levantar, estruturar e desenvolver um circuito da cultura japonesa em Mogi - Criar um circuito cultural integrado das cidades do Alto Tietê; - Criar um roteiro autoguiado (áudio guia e sinalização) entre os atrativos mais próximos no centro de Mogi das Cruzes; - Promover os eventos esportivos de maior destaque, tornando-os atrativos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Reduzir os impostos municipais cobrados de empresas (ISS e/ou IPTU) que contratarem pessoas formadas pelo CRESCER; - Auxiliar na elaboração de um edital para contratação de profissionais para equipamentos turísticos do município; - Criar programa de atualização para o quadro dos funcionários públicos que atuam nos equipamentos turísticos municipais; - Criar uma rede de aprendizado e capacitação do trade na região do Alto Tietê; - Criar programa de qualificação voltado aos empreendedores que atuam ou tem interesse em atuar no setor de turismo em Mogi das Cruzes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Melhorar a infraestrutura das vias de acesso e circulação da cidade; - Criar oferta de transportes públicos para acesso aos atrativos e principalmente para o roteiro Mogi para Mogianos; - Melhorar a sinalização de acesso e turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - Implantar totens impressos em pontos estratégicos da cidade (estações, praças) com informações sobre os atrativos e suas localizações em mapas turísticos; - Elaborar um plano de comunicação interna com destaque para: <ul style="list-style-type: none"> - Criação de newsletter ou clipping trimestral online e impresso divulgado nas coordenadorias e em todo o trade, a respeito do desenvolvimento do turismo na cidade; - Implementação de um meio de comunicação eficiente onde todos tenham acesso. Sugestão: SLACK; Elaborar um plano de marketing com destaque para: <ul style="list-style-type: none"> - Criação da “Marca Mogi; - Desenvolvimento de divulgação direcionada à comunidade japonesa - Criação de material promocional para agências e operadoras de turismo. - Divulgação do destino Mogi das Cruzes através das mídias sociais com o aporte de um profissional de “relações públicas” - Criação e atualização do conteúdo do portal eletrônico de turismo de Mogi das Cruzes. - Criação de parceria com os meios de hospedagem para a distribuição de cartilha específica direcionada ao turista de negócios, informando sobre os atrativos. - Promoção do Expresso Turístico de Mogi das Cruzes para o turista potencial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Participar permanentemente da Caravana da Inclusão, Acessibilidade e Cidadania promovida anualmente pela Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência de São Paulo em parceria com a UVESP (União de Vereadores do Estado de São Paulo); - Treinar recursos humanos para bem-receber as pessoas com deficiência nos atrativos turísticos; - Fiscalizar os equipamentos de acessibilidade à pessoa com deficiência nos principais atrativos turísticos da cidade; - Incentivar as instituições de ensino a contemplarem o tema acessibilidade permanentemente nos cursos profissionalizantes na área de turismo; - Sensibilizar o setor privado sobre acessibilidade através da distribuição de folhetos, encontros e reuniões sobre o tema (tanto no formato workshop como de compartilhamento de experiência de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida), divulgação do uso do aplicativo de acessibilidade do Ministério do Turismo (http://www.turismoacessivel.gov.br/ta/) e incentivar sua participação em eventos sobre o tema. 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar oficinas e encontros com o setor privado para divulgação dos dados do Observatório do Turismo; - Realizar os roteiros oferecidos pelo programa “Mogi para Mogianos” com os estudantes dos ensinos fundamental e médio das escolas do município (públicas e privadas), e incentivar as escolas a desenvolver com os alunos projetos escolares relacionados ao turismo; - Realizar workshops e famtours dentro de Mogi das Cruzes e para demais municípios turísticos; - Valorizar a memória e a história da ocupação japonesa no território de Mogi das Cruzes, através do resgate da história oral por meio da produção de vídeos, tornando-a visível para o próprio mogiano que a desconhece; - Inventariar propriedades rurais com potencial turístico que ainda não são visitadas, com vista à sua sensibilização para atuar no segmento de agroturismo por meio de visitas às propriedades e oficinas.

19.1 COLETA, SISTEMATIZAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

A diretriz inclui monitoramento e desenvolvimento de pesquisas de demanda real e potencial e de pesquisas de tendências do mercado de turismo, visando fornecer informações atualizadas e que facilite investimentos voltados para a atividade turística do município como um todo, e seja suporte para eventuais correções de rumos do planejamento do destino.

Como destaca Petrocchi (2009), a coleta sistemática de dados e sua análise permite avaliar o desempenho do destino de forma contínua. Alguns indicadores de desempenho são usuais nos sistemas de turismo, como número de turistas/tempo, tempo de permanência, gasto médio per capita, origem dos turistas, organização da viagem, dados socioeconômicos, receita do turismo, meios de transporte, local de hospedagem, o que mais agrada/ desagrada o turista, frequência e avaliação de atrativos. Outras informações úteis à atividade turística são o cadastro de serviços turísticos, taxas de ocupação dos equipamentos, volume de visitantes por categoria na cidade, número de empregados na atividade, faturamento médio das empresas turísticas, impostos arrecadados com o turismo e avaliação dos turistas quanto a atrativos e serviços.

As ações a seguir estão baseadas, portanto, em debilidades encontradas por meio da análise SWOT e visam uma captação, controle e sistematização, assim como a disseminação das informações relevantes à atividade turística do município.

Tabela 52: Coleta, Sistematização e Análise de Dados - Ação 1

DIRETRIZ: Coleta, Sistematização e Análise de Dados	
AÇÃO	Desenvolver pesquisas de demanda real do município de Mogi das Cruzes.
OBJETIVOS	Conhecer a demanda real do município e captar as preferências e características mais valorizadas por esses visitantes que já frequentam a cidade por diversos motivos.
JUSTIFICATIVA	Não há estudo de demanda completo e contínuo na cidade.
PÚBLICO-ALVO	Visitantes de Mogi das Cruzes.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	<p><u>Desenvolvido pelo município:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Curto prazo: 12 Meses (2 meses de elaboração de questionário e distribuição, 8 meses de aplicação; 2 meses de tabulação e sistematização (avaliação e reformulação) Lançamento de resultados: anual <p><u>Pesquisa desenvolvida por empresa especializada:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Curto prazo: 2 Meses (10 dias de elaboração; 15 dias de aplicação; 10 dias de sistematização de dados) - Lançamento único dos resultados. <p>Média: R\$ 22.000,00</p> <ul style="list-style-type: none"> - Orçamentos recebidos das empresas Voicer Pesquisas e AGP Pesquisas Estatísticas. <p>Referente a junho 2015.</p>
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Observatório do Turismo de Mogi das Cruzes, Coordenadoria de Turismo, COMTUR, Empresas do setor privado
RESULTADOS ESPERADOS	Qualificar o produto turístico local, de acordo com sua demanda real.

Tabela 53: Coleta, Sistematização e Análise de Dados - Ação 2

DIRETRIZ: Coleta, Sistematização e Análise de Dados	
AÇÃO	Desenvolver pesquisas de demanda potencial do município de Mogi das Cruzes.
OBJETIVOS	Conhecer a demanda potencial do município e captar as preferências e características mais valorizadas por esses visitantes que podem se tornar parte de uma demanda frequente.
JUSTIFICATIVA	Não há estudo de demanda completo e contínuo na cidade
PÚBLICO-ALVO	Visitantes potenciais de Mogi das Cruzes.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	<p><u>Desenvolvido pelo município:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Curto prazo: 12 Meses (2 meses de elaboração de questionário e distribuição, 8 meses de aplicação; 2 meses de tabulação e sistematização (avaliação e reformulação) Lançamento de resultados: anual <p><u>Pesquisa desenvolvida por empresa especializada:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Curto prazo: 2 Meses (10 dias de elaboração; 15 dias de aplicação; 10 dias de sistematização de dados) - Lançamento único dos resultados. <p>Média: R\$ 22.000,00</p> <ul style="list-style-type: none"> - Orçamentos recebidos das empresas <i>Voicer Pesquisas</i> e <i>AGP Pesquisas Estatísticas</i>. Referente a junho 2015.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Observatório do Turismo de Mogi das Cruzes, Coordenadoria de Turismo, COMTUR, Empresas do setor privado.
RESULTADOS ESPERADOS	Qualificar o produto turístico local, de acordo com sua demanda potencial.

Tabela 54: Coleta, Sistematização e Análise de Dados - Ação 3

DIRETRIZ: Coleta, Sistematização e Análise de Dados	
AÇÃO	Desenvolver pesquisas específicas voltadas ao trade, pólo universitário, atrativos e eventos, para detalhar o perfil do visitante.
OBJETIVOS	Conhecer o perfil mais detalhado do visitante de Mogi das Cruzes, assim como levantar outras informações e especificidades dos visitantes, trade, atrativos, eventos (sazonalidade, sugestões e demais necessidades), e também dos estudantes, com vistas à identificação de novos nichos de mercado, a partir do desenvolvimento de questionários padronizados e direcionados.
JUSTIFICATIVA	A falta de informação dificulta projetos de investimento direcionados para o <i>trade</i> .
PÚBLICO-ALVO	<i>Trade</i> , Equipamentos Turísticos, Pólo Universitário e Visitantes de Mogi das Cruzes.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	<p><u>Estimativa de prazo:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Curto prazo: 1 ano - 1 mês de elaboração de questionário e distribuição; 9 meses de aplicação; 2 meses de tabulação e sistematização (avaliação e reformulação) - Lançamento dos resultados: Anual (ano-base anterior ao lançamento) <p><u>Estimativa de custo:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Formulação e impressão de questionários. - Disponibilização de transporte para distribuição e coleta dos questionários. - Disponibilização de profissionais para sistematização dos dados.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Observatório de Turismo de Mogi das Cruzes, COMTUR, Equipamentos turísticos, <i>trade</i>
RESULTADOS ESPERADOS	Conhecer e detalhar o público específico dos diversos atrativos, eventos e das universidades, e levantar informações úteis para a atividade turística.

Tabela 55: Coleta, Sistematização e Análise de Dados - Ação 4

DIRETRIZ: Coleta, Sistematização e Análise de Dados	
AÇÃO	Desenvolvimento de conteúdo para boletins conjunturais sobre o desempenho da atividade turística na escala local e regional.
OBJETIVOS	Publicizar o desempenho do turismo no município e região.
JUSTIFICATIVA	A falta de informação dificulta projetos de investimento direcionados ao trade.
PÚBLICO-ALVO	<i>Trade</i> e munícipes
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 6 meses de elaboração da estrutura e primeiro calendário 2015 Lançamento de resultados: Trimestral por <i>newsletter</i> desenvolvida pela comunicação. Disponibilização de profissionais para pesquisa, sistematização dos dados e elaboração de conteúdo para publicação.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Observatório de Turismo de Mogi das Cruzes, Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, COMTUR, <i>trade</i>
RESULTADOS ESPERADOS	Sensibilização do <i>trade</i> .

19.2 QUALIFICAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA

Segundo Petrocchi, “a estruturação da oferta turística representa as atividades táticas principais no destino de turismo: o planejamento, a operação e comercialização dos serviços de hospitalidade”.

Após realização de cruzamentos provenientes da análise SWOT do município de Mogi das Cruzes, surgiram ações referentes à qualificação e diversificação da oferta turística. Essas ações foram baseadas principalmente das oportunidades e forças da SWOT e tem por objetivo uma oferta qualificada de eventos, atrativos e produtos turísticos aos visitantes e turistas da cidade, movimentando, portanto, a visitação e oferecendo uma experiência diversificada e qualificada.

Tabela 56: Qualificação e Diversificação da Oferta Turística - Ação 1

DIRETRIZ: Qualificação e Diversificação da Oferta Turística	
AÇÃO	Constituir uma parceria público-privada para a captação de eventos junto ao São Paulo Convention & Visitors Bureau.
OBJETIVOS	Otimizar a utilização de espaços existentes, ampliar a captação de eventos e tornar mais efetiva a parceria da SPCVB e Mogi das Cruzes.
JUSTIFICATIVA	O SPCVB já tem interesse em distribuir os eventos do pólo paulista para cidades próximas. Intensificando a parceria, Mogi teria um fluxo maior, melhor organizado e consolidado no calendário de eventos. Distribuir os ganhos gerados pelo turismo.
PÚBLICO-ALVO	<i>Trade</i> de Mogi das Cruzes, prestadores de serviços em geral.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto/Médio prazo: 2 anos. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	SPCVB, COMTUR, Espaços para eventos públicos ou privados
RESULTADOS ESPERADOS	Consolidação de um calendário de eventos na cidade fortalecendo o segmento; utilização dos espaços disponíveis para eventos e lucratividade para a cidade a partir desse público.

Tabela 57: Qualificação e Diversificação da Oferta Turística - Ação 2

DIRETRIZ: Qualificação e diversificação da oferta turística	
AÇÃO	Implementar atividades culturais e esportivas no Parque Centenário
OBJETIVOS	Criar e implementar atividades culturais e esportivas regulares no parque centenário - durante a semana, final de semana; aulas abertas para público de todas as idades, tornando mais efetivo a sua visitação.
JUSTIFICATIVA	Com a criação de atividades frequentes o Parque Centenário se torna um atrativo com visitação regular. Junto com outras ações de transporte e comunicação o projeto o torna mais utilizado pela comunidade e visitantes.
PÚBLICO-ALVO	Visitantes em geral.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 1 ano. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	COMTUR, Prefeitura de Mogi das Cruzes, Iniciativa privada, Terceiro setor
RESULTADOS ESPERADOS	Aumento no número de visitantes regulares no parque.

Tabela 58: Qualificação e Diversificação da Oferta Turística - Ação 3

DIRETRIZ: Qualificação e diversificação da oferta turística	
AÇÃO	Levantar, estruturar e promover roteiros de cicloturismo pela cidade.
OBJETIVOS	Regularização do fluxo de cicloturistas, promoção dos roteiros e maximização do potencial da cidade para o cicloturismo.
JUSTIFICATIVA	O cicloturista tendo Mogi das Cruzes como parada utiliza de serviços e hospedagem fortalecendo a oferta da cidade e o fluxo de visitantes.
PÚBLICO-ALVO	Cicloturistas
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Médio/Longo prazo: 5 anos. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Rede Hoteleira, Restaurantes, Atrativos, Brasil Adventures, COMTUR, ADRAT, CONDEMAT
RESULTADOS ESPERADOS	Fomentar o cicloturismo em Mogi das Cruzes

Tabela 59: Qualificação e Diversificação da Oferta Turística - Ação 4

DIRETRIZ: Qualificação e diversificação da oferta turística	
AÇÕES	Levantar, estruturar e desenvolver um circuito da cultura japonesa em Mogi
OBJETIVOS	<p>Maior fluxo de visitantes de descendência japonesa</p> <p>Promoção dos roteiros</p> <p>Maximização do potencial da cidade em relação cultura japonesa</p>
JUSTIFICATIVA	Mogi das cruzeiras possui a segunda maior comunidade japonesa do Brasil, por esse motivo o município contém uma riqueza cultural muito grande em relação a essa cultura e seus costumes. Essa ação visa desenvolver e relacionar os produtos de caráter cultural da comunidade japonesa, para o melhor aproveitamento no turismo.
PÚBLICO-ALVO	Visitantes Japoneses e turistas que possuem afinidades com essa cultura.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	<p>Curto/Médio prazo: 5 anos.</p> <p>Custo a definir.</p>
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Comunidade Japonesa, COMTUR, Secretaria da Cultura.
RESULTADOS ESPERADOS	Consolidação da cultura japonesa na cidade para fins turísticos.

Tabela 60: Qualificação e Diversificação da Oferta Turística - Ação 5

DIRETRIZ: Qualificação e diversificação da oferta turística	
AÇÃO	Criar um circuito cultural integrado das cidades do Alto Tietê
OBJETIVOS	Aproximar as cidades do Alto Tietê valorizando a oferta turística e promovendo a região como um todo.
JUSTIFICATIVA	Responder ao estímulo do processo de regionalização turística emanado do Governo Federal.
PÚBLICO-ALVO	Visitantes em geral da região.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Médio/Longo prazo: 7 anos. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Setor público e privado das cidades do Alto do Tietê (Arujá, Biritiba Mirim, Ferraz de Vasconcelos, Guararema, Itaquaquetuba, Mogi das Cruzes, Poá, Salesópolis, Santa Isabel e Suzano).
RESULTADOS ESPERADOS	Gerar maior procura pela oferta turística nas cidades do Alto Tietê incluindo Mogi das Cruzes.

Tabela 61: Qualificação e Diversificação da Oferta Turística - Ação 6

DIRETRIZ: Qualificação e diversificação da oferta turística	
AÇÃO	Criar um roteiro autoguiado (áudio guia e sinalização) entre os atrativos mais próximos no centro de Mogi das Cruzes
OBJETIVOS	Incentivar e facilitar o fluxo turístico nos atrativos próximos ao centro da cidade assim como promover a história e cultura local.
JUSTIFICATIVA	O roteiro áudio guiado proporcionará maior facilidade de acesso além de promover e aquecer o fluxo de visitantes nos atrativos próximos ao centro.
PÚBLICO-ALVO	Visitantes em geral
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 2 anos. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	COMTUR, Prefeitura de Mogi das Cruzes, Secretaria da cultura.
RESULTADOS ESPERADOS	Maximizar a atividade turística no local fazendo com que o visitante possa desfrutar melhor dos atrativos próximos ao centro

Tabela 62: Qualificação e Diversificação da Oferta Turística - Ação 7

DIRETRIZ: Qualificação e diversificação da oferta turística	
AÇÃO	Promover os eventos esportivos de maior destaque, tornando-os atrativos turísticos.
OBJETIVOS	Utilização dos serviços da cidade Maior permanência do visitante Maior visibilidade para os eventos esportivos
JUSTIFICATIVA	Devido à ausência de um calendário unificado e de datas divergentes em diferentes calendários, há prejuízo na promoção dos eventos esportivos junto ao público e ao trade.
PÚBLICO-ALVO	Visitantes com interesse em eventos esportivos, moradores de Mogi das Cruzes e Região
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 3 anos. Custo a definir
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Secretaria do Lazer e do Esporte de Mogi das Cruzes, COMTUR
RESULTADOS ESPERADOS	Aumento do público e promoção dos esportes em Mogi das Cruzes, além da utilização de outros serviços na cidade.

19.3 QUALIFICAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS E TÉCNICOS

A qualificação profissional é essencial para o desenvolvimento da atividade turística, pois esta está diretamente relacionada com o atendimento e a prestação dos serviços em restaurantes, hotéis, atrativos e empresas do *trade* turístico. A “Qualificação profissional”, uma das diretrizes selecionada para a elaboração das nossas ações, foi identificada a partir do cruzamento entre Fraquezas e Forças, decorrentes da análise SWOT do município.

Através dessa, conseguimos identificar diversos pontos que tangem a necessidade de aprimoramento dos recursos humanos, sendo os principais: a falta de mão de obra qualificada e pessoal para atuação nos equipamentos turísticos durante os horários não comerciais.

A escassez de funcionários capacitados desqualifica o atrativo turístico e conseqüentemente, o turismo no município. E por essas razões, ações voltadas para a contratação e profissionalização do *trade* turístico são descritas nos quadros abaixo.

Tabela 63: Qualificação dos Recursos Humanos e Técnicos - Ação 1

DIRETRIZ: Qualificação de Recursos Humanos e Técnicos	
AÇÃO	Redução fiscal de impostos municipais (ISS e/ou IPTU) para empresas que contratarem pessoas formadas pelo CRESCER.
OBJETIVOS	Dar incentivos fiscais (redução do ISS e/ou IPTU) para que as empresas que contratarem pessoas que concluíram algum curso de qualificação oferecido pelo projeto CRESCER e que tenha relação com as áreas de turismo e hospitalidade.
JUSTIFICATIVA	Essa iniciativa agradaria os empresários que teriam uma redução na carga de impostos e também a população em busca de inserção ou recolocação profissional, pois o número de empresas com interesse de contratar seria maior e os

	profissionais estariam melhor qualificados para atender às demandas que o setor de turismo exige.
PÚBLICO-ALVO	<i>Trade</i>
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Médio prazo: 3 anos. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, COMTUR, Associação Comercial de Mogi das Cruzes, Centro de Apoio à Educação de Jovens e Adultos (CRESCER)
RESULTADOS ESPERADOS	Desenvolvimento do projeto municipal CRESCER. Empresas serão beneficiadas por terem a disposição uma oferta de profissionais mais qualificados. Maior visibilidade para a importância da capacitação profissional.

Tabela 64: Qualificação dos Recursos Humanos e Técnicos - Ação 2

DIRETRIZ: Qualificação de Recursos Humanos e Técnicos	
AÇÃO	Auxiliar na elaboração de um edital para contratação de profissionais para equipamentos turísticos do município.
OBJETIVOS	Suprir a carência de mão de obra para trabalhar nos atrativos e equipamentos turísticos do município (CITs, Observatório do Turismo, eventos públicos, museus, etc.).
JUSTIFICATIVA	Falta de mão de obra para trabalhar nesses equipamentos nos finais de semana e em outros períodos onde não há funcionários suficientes.
PÚBLICO-ALVO	Pessoas que preencham os requisitos dispostos no edital.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Médio prazo: 2 a 4 anos. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Prefeitura de Mogi das Cruzes, Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, COMTUR
RESULTADOS ESPERADOS	Preenchimento das vagas necessárias para melhor qualificar os equipamentos públicos de turismo da cidade. Melhorar a experiência turística de quem visita Mogi das Cruzes.

Tabela 65: Qualificação dos Recursos Humanos e Técnicos - Ação 3

DIRETRIZ: Qualificação de Recursos Humanos e Técnicos	
AÇÃO	<p>Criar programa de atualização para o quadro dos funcionários públicos que atuam nos equipamentos turísticos municipais.</p>
OBJETIVOS	<p>Capacitar os funcionários que já trabalham com o turismo em Mogi das Cruzes para que estes proporcionem um melhor atendimento ao turista e visão mais abrangente sobre o planejamento turístico, preservação ambiental e impactos socioeconômicos.</p>
JUSTIFICATIVA	<p>Através da realização de workshops e palestras para a capacitação destes funcionários, melhora-se a informação que será transmitida aos novos colaboradores, proporcionando a redução dos custos de treinamento e a elevação da qualidade dos serviços prestados por todos.</p>
PÚBLICO-ALVO	<p>Funcionários que trabalham nos atrativos turísticos públicos, na coordenadoria de turismo e nos CITs.</p>
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	<p>Curto prazo: 2 anos. Ações periódicas após a implantação Custo a definir.</p>
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	<p>Prefeitura de Mogi das Cruzes, Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes</p>
RESULTADOS ESPERADOS	<p>Elevar a qualidade dos serviços prestados nos equipamentos turísticos públicos. Ampliar a visão que os funcionários do poder público têm sobre o turismo. Auxiliar no treinamento de novos e atuais funcionários da prefeitura.</p>

Tabela 66: Qualificação dos Recursos Humanos e Técnicos - Ação 4

DIRETRIZ: Qualificação de Recursos Humanos e Técnicos	
AÇÃO	Criar uma rede de aprendizado e capacitação do <i>trade</i> na região do Alto Tietê.
OBJETIVOS	O objetivo central é a criação de uma plataforma que permita o compartilhamento, entre os membros da rede, de informações sobre o mercado turístico local e regional, tendências do mercado e experiências de sucesso.
JUSTIFICATIVA	Essa rede de compartilhamento permitirá subsidiar os agentes da cadeia produtiva a um melhor posicionamento, planejamento e gestão de seus negócios.
PÚBLICO-ALVO	O público-alvo são todos os <i>stakeholders</i> envolvidos no turismo da região do Alto Tietê (prefeituras dos municípios que compõem a região, associações de guias, associações comerciais, conselhos municipais e empresários).
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Longo prazo: 7 ou mais anos. Ações contínuas após a implantação Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Secretarias de turismo e órgãos responsáveis pela gestão da atividade turística das cidades que compõem a região do Alto Tietê, Secretaria Estadual de Turismo, Trade de Mogi das Cruzes e região, DADE (Departamento de Apoio ao Desenvolvimento das Estâncias) - para as cidades que já são consideradas Estâncias Turísticas, Instituições de ensino de Mogi das Cruzes e região (SENACs, FATECS, ETECs), SENAR, Observatório de Turismo de Mogi das Cruzes e de demais cidades que disponham desse órgão, CONDEMAT
RESULTADOS	Constituição de uma rede de cooperação entre os atores do

ESPERADOS	<p>setor de turismo em âmbito regional.</p> <p>Elevar a qualidade dos serviços prestados nos equipamentos turísticos públicos.</p> <p>Ampliar a visão que os funcionários do poder público têm sobre o turismo</p> <p>Auxiliar no treinamento dos atuais funcionários e de futuros contratados pela prefeitura.</p>
------------------	---

Tabela 67: Qualificação dos Recursos Humanos e Técnicos - Ação 5

DIRETRIZ: Qualificação de Recursos Humanos e Técnicos	
AÇÃO	Programa de qualificação voltado aos empreendedores que atuam ou tem interesse em atuar no setor de turismo.
OBJETIVOS	O principal objetivo é promover uma maior qualificação do trade de Mogi das Cruzes, melhorar a saúde das empresas, ampliar a visão de mercado e promover o espírito empreendedor no <i>trade</i> .
JUSTIFICATIVA	É necessário que haja mais profissionalismo nas empresas do setor turístico de Mogi, garantindo um serviço melhor estruturado e um entendimento mais claro de administração empresarial.
PÚBLICO-ALVO	Empresários e interessadas no empreendimento no setor turístico (hotéis, restaurantes, atrativos turísticos, etc.).
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	<p>Médio prazo: 3 anos.</p> <p>Atividades periódicas de qualificação</p> <p>Custo a definir.</p>
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Prefeitura de Mogi das Cruzes, Associação Comercial de Mogi das Cruzes, ADRAT, SEBRAE, BNDES, incubadoras de

	<i>start-ups</i> em instituições de ensino e pólos tecnológicos
RESULTADOS ESPERADOS	<p>Desenvolver o espírito empreendedor para trade de Mogi das Cruzes.</p> <p>Criar empresas de turismo mais sólidas e financeiramente saudáveis.</p> <p>Expandir a visão dos empresários sobre a atividade turística.</p>

19.4 QUALIFICAÇÃO DO SISTEMA DE TRANSPORTE E ACESSO

A diretriz de Qualificação do Sistema de Transporte e Acesso foi resultado do cruzamento dos parâmetros da SWOT de Ameaças x Fraquezas e Forças x Ameaças. Dentre os fatores que evidenciaram a necessidade de foco nesta diretriz foram as fraquezas relacionadas às condições precárias das vias de acesso a atrativos da zona rural e à falta de articulação sólida dos agentes receptivos cruzadas com a ameaça de transporte público que não atende à demanda da cidade.

O questionário aplicado reforça essa ideia, uma vez que nele ficou realçado que as condições das vias de acesso não facilitam a logística dentro da cidade, uma vez que o transporte público não atinge todas as regiões da cidade e há um longo tempo de espera pelos mesmos. Além disso, as forças relacionadas ao *city tour* Mogi para Mogianos que evidencia a falta de articulação do poder público junto ao empresariado; a existência de programas para pessoas com deficiência; a boa organização dos atrativos ecológicos/rurais através do ASDETUR, foram cruzadas com a ameaça de transporte público que não atende à demanda da cidade.

O Parque Centenário como principal atrativo turístico também foi cruzado com a ameaça de rodovias com tráfego intenso em períodos de férias e feriados. Estes pontos evidenciaram que o transporte nos finais de semana é reduzido e os intervalos entre os ônibus são longos, as linhas não passam por determinados pontos das cidades que são de interesse do turista, dificultando o acesso e que as

calçadas do centro e as ruas são estreitas, dificultando a locomoção de pessoas com deficiência física.

Assim, estes cruzamentos delimitaram a criação da ação de Melhoria na infraestrutura de acesso. Dentro disso foram desenvolvidos os quadros abaixo, que foram obtidos a partir da diretriz determinada, que apontam algumas ações e os pontos relevantes para o desenvolvimento turístico da região.

Tabela 68: Qualificação do Sistema de Transporte e Acesso - Ação1

DIRETRIZ: Qualificação do sistema de transporte e acesso	
AÇÃO	Melhorar a infraestrutura das vias de acesso e circulação da cidade, através da: criação de corredores de ônibus, adequação dos leitos das vias para recebimento de bicicletas e veículos pesados, restrição de acesso de veículos nas áreas centrais em horários de pico e nivelamento de calçadas e aterramento de fios nas áreas centrais.
OBJETIVOS	Diminuir o tempo de espera do serviço de transporte público, adequação as vias para circulação de bicicletas e veículos pesados, principalmente de transporte público. Além de melhorar a circulação de pedestres e veículos nos acessos aos atrativos e a acessibilidade das pessoas com deficiência.
JUSTIFICATIVA	Um dos grandes problemas identificados pelo diagnóstico foi a circulação/locomoção das pessoas na cidade, pois o tempo de percurso do centro até as regiões periféricas é muito longo e há excesso de veículos nos horários de pico nas regiões centrais. Além disso, o acesso aos atrativos está condicionado por algumas vias de terra, impedindo o tráfego de veículos pesados (atrativos rurais e ecológicos) e ruas desniveladas e com obstáculos que atrapalham a circulação das pessoas deficientes, especialmente no centro onde está concentrada a maioria dos atrativos culturais.

PÚBLICO-ALVO	Pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida, população local, poder público e <i>trade</i> .
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	<p>Longo prazo: 6 anos ou mais.</p> <p><i>Linhas de Créditos:</i> Ministério das Cidades</p> <p>Programa de Financiamento de Infraestrutura para Mobilidade Urbana – PRÓ-MOB: tem como principal objetivo a melhoria da mobilidade através de intervenções na infraestrutura (municípios com mais de 100 mil habitantes). Link para acesso: <http://www.cidades.gov.br/index.php/transporte-e-mobilidade/progrmas-e-acoes/140-secretaria-nacional-de-transporte-e-da-mobilidade/programassemob/2027-pro-mob></p> <p>- FGTS</p> <p>Pró-Transporte: É voltado ao financiamento dos setores público e privado, à implantação de sistemas de infraestrutura do transporte coletivo e à mobilidade urbana, contribuindo para a promoção do desenvolvimento físico-territorial, econômico e social, como também para a melhoria da qualidade de vida e para a preservação do meio ambiente. Link para acesso: <http://www1.caixa.gov.br/gov/gov_social/municipal/assistencia_tecnica/produtos/financiamento/pro_transporte/>.</p>
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Secretaria Municipal de Obras, Secretaria Municipal de Transportes, Coordenadoria de Turismo (responsável por definir prioridades dessas ações)

RESULTADOS ESPERADOS	Melhora no fluxo de circulação do transporte público, encorajando o uso de transporte público e meio de transporte alternativos, como o uso da bicicleta e a atração dos cicloturistas para a cidade. Também é esperada a ampliação nas condições de acesso aos atrativos das zonas periféricas e da mobilidade urbana tanto turística quanto da população local e dos deficientes.
-----------------------------	---

Tabela 69: Qualificação do Sistema de Transporte e Acesso - Ação 2

DIRETRIZ: Qualificação do sistema de transporte e acesso	
AÇÃO	Criar a oferta dos transportes públicos/privados para acesso aos atrativos distantes do centro da cidade, principalmente para o roteiro Mogi para Mogianos. Através das seguintes medidas: ampliação das linhas de ônibus municipais, assim como sua frequência, nas regiões distantes, adoção a tarifa única nos finais de semana e parcerias com o trade de transportes privados, que possam disponibilizar vans.
OBJETIVOS	Melhorar os acessos aos atrativos turísticos mais distantes, principalmente os atrativos rurais que integram o roteiro Mogi para Mogianos a fim de diminuir o custo do roteiro. Assim como, aumentar do uso do transporte público pela população e turistas aos finais de semana.
JUSTIFICATIVA	Atualmente o transporte público não atende aos atrativos turísticos localizados em regiões periféricas da cidade interferindo na operacionalização do roteiro Mogi para Mogianos, já que este roteiro é custeado pela coordenadoria de turismo. Além de ter trânsito nas vias das regiões centrais que impossibilitam o acesso rápido dos atrativos turísticos.

PÚBLICO-ALVO	Coordenadoria de Turismo, população local e <i>trade</i> .
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Médio prazo: 5 anos. <i>Linha de Crédito:</i> Ministério das Cidades Programa 9989 Mobilidade Urbana: Ação 10SS: custeia a elaboração de projetos de sistemas integrados de transporte coletivo urbano. Link para acesso: < http://gndh.cnpq.org.br/DVDGNDH/PLANOS%20DE%20MOBILIDADE%20URBANA/Manual%20de%20Mobilidade%20Urbana%20do%20Minist%C3%A9rio%20das%20Cidades.pdf >
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo, Secretaria Municipal de Transportes, Coordenadoria de Turismo, Empresas de transporte rodoviário
RESULTADOS ESPERADOS	A criação da oferta de transporte público para acesso às zonas periféricas e o aumento do uso de transporte público. E redução total de custos para transporte do roteiro Mogi para Mogianos.

Tabela 70: Qualificação do Sistema de Transporte e Acesso - Ação 3

DIRETRIZ: Qualificação do sistema de transporte e acesso	
AÇÃO	Reformular e aperfeiçoar a sinalização de acesso e turística com a implantação de placas de sinalização, principalmente para os atrativos em regiões periféricas e a regularização da sinalização turística em rodovias estaduais/federais, que indicam o acesso a atrativos distantes do centro.
OBJETIVOS	Organizar o fluxo de veículos e pedestres a fim de indicar rotas, atrativos turísticos, serviços de hospedagem e A&B, equipamentos de lazer e locais de interesse turístico a fim de facilitar a informação visual para os turistas, assim como o seu deslocamento. Também destaca que é necessário trabalhar na regularização junto aos órgãos responsáveis pelas vias da cidade.
JUSTIFICATIVA	A sinalização turística na cidade é precária e irregular, principalmente para os atrativos localizados nas regiões periféricas. Além disso, existem rotas turísticas que não estão sinalizadas adequadamente ou onde a sinalização turística inexistente.
PÚBLICO-ALVO	Turistas
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Médio prazo: 3 anos <i>Linhas de Crédito:</i> Ministério do Turismo Convênio para a sinalização turística: é necessário ter o projeto de sinalização turística baseada nas normas do Guia Brasileiro de Sinalização Turística. Os recursos disponibilizados são cerca de R\$100.000,00 para os municípios. < https://www.convenios.gov.br/siconv/ConsultarPrograma/ResultadoDaConsultaDeProgramaDeConvenioDetalhar.do?id=14511 >

PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Secretaria Municipal de Transportes, Coordenadoria de turismo (definir prioridades dessas ações, com a criação do projeto de sinalização turística), DER – Departamento de Estradas de Rodagem, Dersa Desenvolvimento Rodoviário S.A., Ministério do Turismo, IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.
RESULTADOS ESPERADOS	Acesso facilitado, aumento da qualidade dos serviços prestados e a segurança do turista.

19.5 MELHORIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA E EXTERNA E FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

Segundo a análise SWOT identificamos uma necessidade de formatação da marca do Destino Mogi, como forma de promover suas potencialidades. A partir disto foram elaboradas uma série de ações que corroboram para uma estratégia de promoção do município, incluindo seus atrativos turísticos, meios de hospedagem e o Expresso Turístico. Tais ações integram um Plano de Marketing municipal.

Também constatamos que é de extrema relevância que haja melhoria da comunicação Interna da cidade, tanto entre os atores do trade, como entre o trade e a Prefeitura Municipal de Mogi das Cruzes, promovendo o envolvimento entre colaboradores e gestores. Para a efetivação de tal diretriz, sugerem-se ações que concentrem as informações e facilitem a troca das mesmas.

Tabela 71: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 1

DIRETRIZ: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional	
AÇÃO	Implantar totens impressos em pontos estratégicos da cidade (estações, praças) com informações sobre os atrativos e suas localizações em mapas turísticos.
OBJETIVOS	Aumentar o conhecimento do próprio mogiano sobre os atrativos do município, além de auxiliar turistas e facilitar o acesso aos locais de visitação.
JUSTIFICATIVA	Com os mapas, os cidadãos e turistas poderão ter fácil acesso � informa�o sobre os atrativos de Mogi das Cruzes, o que incentiva a atividade turística e sensibiliza os Mogianos.
PÚBLICO-ALVO	Mogianos e turistas
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto Prazo: 2 anos Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECU�O	Prefeitura Municipal, COMTUR, Coordenadoria de Turismo, Trade (na elabora�o do mapa turístico completo), Coordenadoria de Comunica�o Social
RESULTADOS ESPERADOS	Ampliar o conhecimento dos atrativos da cidade, tanto pelos moradores como pelos visitantes reais e potenciais.

Tabela 72: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 2

DIRETRIZ: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional	
AÇÃO	Criação de <i>newsletter</i> ou <i>clipping</i> trimestral online e impresso sobre o desenvolvimento do turismo na cidade, informando os projetos em curso e demais atividades desenvolvidas pela Coordenadoria de turismo, pelo COMTUR, assim como informações e novidades a respeito dos atrativos e do Calendário de Eventos do Município.
OBJETIVOS	Unificar as informações de modo que todos os envolvidos possam se integrar e participar das ações que vêm sendo desenvolvidas no Setor de turismo.
JUSTIFICATIVA	A falha na comunicação entre o <i>trade</i> e os demais envolvidos é um entrave para o processo de conscientização a respeito dos atrativos que a cidade oferece. A aglutinação das informações auxiliará para que todos estejam cientes e participantes.
PÚBLICO-ALVO	<i>Trade</i> , Prefeitura (todas as secretarias) e COMTUR.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 1 ano A <i>newsletter</i> pode ser criada como um grupo de e-mails, logo não possui custos administrativos. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Coordenadoria de Turismo, COMTUR, Coordenadoria de Comunicação Social, Observatório de Turismo
RESULTADOS ESPERADOS	Espera-se que em pouco tempo as informações possam ser trocadas e divulgadas de forma a criar uma rede de comunicação, cujo responsável pela recepção, captação, junção e divulgação seja um elo de ligação entre os agentes envolvidos na troca e divulgação das informações sobre os atrativos e eventos em geral.

Tabela 73: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 3

DIRETRIZ: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional	
AÇÃO	Implementar um meio de comunicação eficiente onde todos tenham acesso. Sugestão: aplicativo para celular "SLACK".
OBJETIVOS	Tornar a comunicação entre o <i>trade</i> e as secretarias municipais mais eficiente, criando uma unificação e concentração das informações. Com a implementação do Slack como meio de comunicação oficial, mesmo os atrativos rurais terão acesso a informação.
JUSTIFICATIVA	O aplicativo é uma ferramenta (app/site) de comunicação eficiente que permite a criação de tópicos como "canais abertos" sobre diversos assuntos específicos, onde cada usuário entra no assunto no que vai participar. É possível também mandar mensagens diretas ou criar grupos privados entre pessoas específicas. Também permite o upload de arquivos, além de possuir um calendário integrado que permite a formulação de um calendário unificado do trade, melhorando a comunicação interna e permitindo um meio de comunicar a todos as reuniões do COMTUR, por exemplo.
PÚBLICO-ALVO	<i>Trade</i> , Prefeitura (todas as secretarias), COMTUR e terceiro setor.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 1 ano. O aplicativo é gratuito e pode ser usado por todos.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Prefeitura Municipal, COMTUR (na implementação e divulgação desta nova ferramenta de comunicação).
RESULTADOS ESPERADOS	Maior troca de informações entre os envolvidos, possibilitando um conhecimento maior das oportunidades e problemas a serem resolvidos no setor de Turismo da cidade.

Tabela 74: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 4

DIRETRIZ: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional	
AÇÃO	Criação da “Marca Mogi”.
OBJETIVOS	Promover uma visibilidade do Destino Mogi, atrelado a uma imagem que se torne oficial e eficaz para a promoção Turística do destino.
JUSTIFICATIVA	O destino Mogi das Cruzes possui potencialidades que não estão sendo exploradas, nem mesmo pelos próprios moradores, devido a uma falta de divulgação e ausência da "Marca" do Destino. Deverá ser feito um levantamento dos veículos mais relevantes para a divulgação da cidade, com foco para cada segmento/público-alvo específico (idosos, ecoturismo, etc.).
PÚBLICO-ALVO	Agências, Operadoras de Turismo e público final
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Médio prazo: 5 anos Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Prefeitura Municipal, <i>Trade</i> , COMTUR, Portal Alto-Tietê
RESULTADOS ESPERADOS	Fortalecimento da cidade de Mogi das Cruzes como um destino turístico.

Tabela 75: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 5

DIRETRIZ: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional	
AÇÃO	Desenvolver uma divulgação direcionada à comunidade japonesa. Realizar parceria para ação de divulgação dos atrativos rurais com operadoras de turismo que atuem no bairro da Liberdade, vinculadas a este público específico, com foco para a comunidade idosa. Confeccionar material impresso para distribuição.
OBJETIVOS	Qualificar a demanda de turistas nipodescentes já existente.
JUSTIFICATIVA	São Paulo é o grande pólo emissor de turistas nipodescentes para os atrativos rurais de Mogi, é necessária uma maior divulgação.
PÚBLICO-ALVO	Turistas e visitantes nipodescentes (grande parte da terceira idade).
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Médio prazo: 5 anos. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Agências/Operadoras de Turismo, voltadas ao público-alvo, Coordenadoria de Turismo, COMTUR, Atrativos Rurais
RESULTADOS ESPERADOS	Pretende-se divulgar os atrativos rurais já visitados por este público alvo, de forma a aumentar o fluxo de visitantes e melhorar a divulgação dos atrativos rurais da cidade.

Tabela 76: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 6

DIRETRIZ: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional	
AÇÃO	Criar material promocional para agências e operadoras de turismo.
OBJETIVOS	Promoção do Destino Mogi no Estado de São Paulo.
JUSTIFICATIVA	Devido a insuficiência da divulgação dos atrativos do município, a criação de um material promocional visa potencializar a promoção da localidade de forma mais efetiva.
PÚBLICO-ALVO	Agências/Operadoras de Turismo e público final
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Médio prazo: 5 anos. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Prefeitura Municipal, <i>Trade</i> , COMTUR, Portal Alto-Tietê
RESULTADOS ESPERADOS	Promoção do Destino Mogi em todo o Estado de São Paulo.

Tabela 77: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 7

DIRETRIZ: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional	
AÇÃO	Divulgação do destino Mogi das Cruzes através das mídias sociais com o aporte de um profissional de “relações públicas”
OBJETIVOS	Criar uma maior interação entre o visitante e a cidade de Mogi das Cruzes através das redes sociais, divulgando atrativos e eventos e estreitando os laços entre os interlocutores.
JUSTIFICATIVA	Mogi das Cruzes carece de posicionamento de segmento de mercado dentro do Setor de turismo. As redes sociais são aliadas para definir e promover a "Marca" do Turismo no município.
PÚBLICO-ALVO	Mogianos e Turistas em potencial
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 1 ano. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Coordenadoria de Turismo, Coordenadoria de Comunicação Social
RESULTADOS ESPERADOS	Uma maior interação com o visitante e com o turista em potencial, divulgando e fortalecendo os segmentos turísticos específicos de Mogi (Rural, Aventura, etc.).

Tabela 78: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 8

DIRETRIZ: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional	
AÇÃO	Criação e atualização do conteúdo do portal eletrônico de turismo de Mogi das Cruzes.
OBJETIVOS	Condensar em um único portal, que também deverá ser divulgado nas redes sociais, todas as características dos atrativos da cidade, facilitando o acesso para novos visitantes e promovendo sua divulgação e dos meios de hospedagem e A&B.
JUSTIFICATIVA	Com informações esparsas não é possível trabalhar o marketing turístico e as ferramentas tecnológicas são aliadas para impulsionar a divulgação do destino Mogi das Cruzes.
PÚBLICO-ALVO	Visitantes em potencial que buscam informações sobre a cidade. Usuários de mídias sociais em geral.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 2 anos. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Portal do Alto Tietê, Coordenadoria de Comunicação Social, Coordenadoria de Turismo, COMTUR, <i>Trade</i> .
RESULTADOS ESPERADOS	Uma ampliação do conhecimento sobre a cidade, tanto pelos moradores como pelos visitantes reais e potenciais.

Tabela 79: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 9

DIRETRIZ: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional	
AÇÃO	Criação de parceria com os meios de hospedagem para a distribuição de cartilha específica direcionada ao turista de negócios, informando sobre os atrativos.
OBJETIVOS	Aproveitar o fluxo de visitantes a negócios para que realizem outras atividades turísticas
JUSTIFICATIVA	Muitos dos visitantes a negócios não aproveitam das atividades oferecidas pelo município, somente transitando entre hotel e escritório. Para que possam conhecer e aproveitar melhor sua estadia, a elaboração de um roteiro para este perfil é indispensável.
PÚBLICO-ALVO	Executivos a negócios no município de Mogi das Cruzes.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 2 anos Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	COMTUR, Prefeitura Municipal de Mogi das Cruzes, outras pastas.
RESULTADOS ESPERADOS	Melhor aproveitamento dos estabelecimentos turísticos por parte de um público que já visita a cidade durante a semana.

Tabela 80: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 10

DIRETRIZ: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional	
AÇÃO	Promoção do Expresso Turístico de Mogi das Cruzes para o turista potencial.
OBJETIVOS	Qualificar o equipamento turístico para atrair mais visitantes.
JUSTIFICATIVA	Atualmente o Expresso Turístico com destino a Mogi das Cruzes não é atraente ao visitante a ponto de Mogi das Cruzes ser escolhida como destino final. Qualificar o Expresso é uma ação que o transformaria em um “atrativo turístico”.
PÚBLICO-ALVO	Residentes da região metropolitana de São Paulo e visitantes potenciais.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 1 ano Ação contínua. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Governo Estadual, CPTM, Prefeitura de Mogi das Cruzes, Secretaria de Transportes, Associações Culturais de Mogi das Cruzes, Portal Alto-Tietê
RESULTADOS ESPERADOS	Qualificação do Expresso como um atrativo e aumento do fluxo dos visitantes.

19.6 QUALIFICAÇÃO DA ACESSIBILIDADE PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA E/OU MOBILIDADE REDUZIDA

A diretriz apresentada a seguir diz respeito à Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida. Para que se garanta o direito de acesso deste público, foi observado, através da análise SWOT que a existência de programas voltados a eles se apresenta como uma potencialidade a ser explorada por meio de ações ofensivas que sensibilizem tanto o setor público quanto o privado de modo a não só levantar as necessidades específicas de infraestrutura que o município ainda carece como também a criação de políticas públicas e iniciativas privadas afim de fiscalizar e trazer melhorias neste setor de acordo com as leis federais e normas exigidas pela ABNT.

Tabela 81: Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida - Ação 1

DIRETRIZ: Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida	
AÇÃO	Participação permanente na Caravana da Inclusão, Acessibilidade e Cidadania promovida anualmente pela Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência de São Paulo em parceria com a UVESP (União de Vereadores do Estado de São Paulo).
OBJETIVOS	Trocar experiências e conhecimento sobre ações, projetos e boas práticas que beneficiam o dia a dia das pessoas com deficiência, debatendo suas potencialidades e particularidades, procurando oferecer uma visão ampla das políticas públicas inclusivas para toda a população.
JUSTIFICATIVA	O Art. 2º da Lei Federal 7853/1989 estabelece que "Ao Poder Público e seus órgãos cabe assegurar às pessoas portadoras de deficiência o pleno exercício de seus direitos

	básicos, inclusive dos direitos à educação, à saúde, ao trabalho, ao lazer, à previdência social, ao amparo à infância e à maternidade, e de outros que, decorrentes da Constituição e das leis, propiciem seu bem-estar pessoal, social e econômico.”
PÚBLICO-ALVO	Pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida Poder público Setores privados
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: implantação em 2 anos, mas sugere-se uma ação contínua. Custo: variável (de acordo com a cidade na qual o evento será realizado e a quantidade de pessoas envolvidas).
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Prefeitura de Mogi das Cruzes, COPEDE, Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, <i>Trade</i> , UVESP, SEDPcD
RESULTADOS ESPERADOS	Sensibilizar o poder público e privado de Mogi das Cruzes em relação às necessidades específicas do município de modo a criar políticas públicas que garantam o acesso igualitário aos bens, produtos e serviços turísticos já ofertados à sua população.

Tabela 82: Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida - Ação 2

DIRETRIZ: Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida	
AÇÃO	Treinamento de recursos humanos para que saibam bem-receber as pessoas com deficiência nos atrativos turísticos.
OBJETIVOS	Instruir os funcionários sobre como abordar, socorrer, dar informações e auxiliar na mobilidade dos visitantes com deficiência e/ou mobilidade reduzida.
JUSTIFICATIVA	Para que haja total inclusão de pessoas com deficiência nos equipamentos turísticos da cidade, do mesmo modo que sejam atendidas da melhor forma possível. O Art. 2º, inciso V da Lei Federal 7853/1989 diz que é preciso viabilizar “a formação e qualificação de recursos humanos que, nas diversas áreas de conhecimento, inclusive de nível superior, atendam à demanda e às necessidades reais das pessoas portadoras de deficiências”.
PÚBLICO-ALVO	Funcionários que trabalham em atrativos turísticos, em equipamentos de lazer, entretenimento e demais serviços ao turista.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: implantação em 2 anos, mas sugere-se uma ação contínua. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Prefeitura de Mogi das Cruzes, Secretaria de Educação de Mogi das Cruzes, COPEDE, Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes
RESULTADOS ESPERADOS	Profissionais capacitados a receber qualquer tipo de público de modo a auxiliá-los de acordo com suas necessidades específicas.

Tabela 83: Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida - Ação 3

DIRETRIZ: Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida	
AÇÃO	Fiscalização de equipamentos de acessibilidade à pessoa com deficiência nos principais atrativos turísticos da cidade.
OBJETIVOS	Garantir o atendimento às pessoas com deficiência e mobilidade reduzida nos principais atrativos turísticos da cidade de modo a conferir acessibilidade nas condições pré-estabelecidas pela ABNT NBR 9050.
JUSTIFICATIVA	<p>A Lei Federal 10098/2000 estabelece normas gerais que visam “a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, mediante a supressão de barreiras e de obstáculos nas vias e espaços públicos, no mobiliário urbano, na construção e reforma de edifícios e nos meios de transporte e de comunicação. ”, garantindo, portanto, segurança, autonomia durante o acesso e o uso do meio físico.</p> <p>Existem na cidade, espaços como o do Parque Centenário, que ainda carecem de corrimãos e de sinalização. E espaços públicos que a rampa de acesso fica fora do perímetro da faixa de pedestre, por exemplo. - Parágrafo introdutório.</p>
PÚBLICO-ALVO	Atrativos e equipamentos turísticos sob gestão pública.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	<p>Curto prazo: implantação em 2 anos, mas sugere-se uma ação contínua.</p> <p>Custo: Designação de funcionários públicos já contratados pelo município (Secretaria da pessoa com deficiência e mobilidade reduzida, Coordenadoria de Turismo) para fazer essa fiscalização.</p>

PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Prefeitura de Mogi das Cruzes, COPEDE, Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, Secretaria de Educação de Mogi das Cruzes
RESULTADOS ESPERADOS	Aprimorar a estrutura de recepção dos turistas com deficiência e/ou mobilidade reduzida: Sinalização turística específica, rampas de acesso, orelhões, placas em braile, áudios, espaços interativos, etc.

Tabela 84: Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida - Ação 4

DIRETRIZ: Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida	
AÇÃO	Incentivar as instituições de ensino a contemplarem o tema acessibilidade permanentemente nos cursos profissionalizantes na área de turismo.
OBJETIVOS	Tornar o tema acessibilidade obrigatório nos cursos de capacitação e profissionalização para os profissionais que atuam com o turismo.
JUSTIFICATIVA	Para que haja total inclusão de pessoas com deficiência nos equipamentos turísticos da cidade, do mesmo modo que sejam atendidas da melhor forma possível. O Art. 2º, inciso V da Lei Federal 7853/1989 diz que é preciso viabilizar “a formação e qualificação de recursos humanos que, nas diversas áreas de conhecimento, inclusive de nível superior, atendam à demanda e às necessidades reais das pessoas portadoras de deficiências”
PÚBLICO-ALVO	Instituições de ensino profissionalizante na área de turismo.
ESTIMATIVA DE	Curto prazo: implantação em 2 anos, mas sugere-se uma

PRAZO E CUSTO	ação contínua. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Prefeitura de Mogi das Cruzes, COPEDE, Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, Trade, Sistema S (SENAI/SENAT/SENAC/SENAR)
RESULTADOS ESPERADOS	Sensibilizar as instituições que oferecem cursos técnicos sobre a importância da acessibilidade na formação e capacitação dos profissionais de turismo.

Tabela 85: Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida – Ação 5

DIRETRIZ: Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida	
AÇÃO	Sensibilizar o setor privado sobre acessibilidade através da distribuição de folhetos, encontros e reuniões sobre o tema (tanto no formato workshop como de compartilhamento de experiência de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida), divulgação do uso do aplicativo de acessibilidade do Ministério do Turismo (http://www.turismoacessivel.gov.br/ta/) e incentivar a participação destes em eventos sobre o tema.
OBJETIVOS	Sensibilizar o setor privado sobre o tema acessibilidade para que eles possam bem-receber as pessoas com deficiência nos seus estabelecimentos.
JUSTIFICATIVA	Para que haja total inclusão de pessoas com deficiência nos equipamentos turísticos da cidade, do mesmo modo que sejam atendidas da melhor forma possível. O Art. 2º, inciso V da Lei Federal 7853/1989 diz que é preciso viabilizar “a formação e qualificação de recursos humanos

	que, nas diversas áreas de conhecimento, inclusive de nível superior, atendam à demanda e às necessidades reais das pessoas portadoras de deficiências”.
PÚBLICO-ALVO	Empresários e funcionários do setor privado de turismo.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: implantação em 2 anos, mas sugere-se uma ação contínua. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Prefeitura de Mogi das Cruzes, COPEDE, Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, <i>Trade</i> , Sistema S (SENAI/SENAT/SENAC/SENAR), Conselho Municipal de Turismo, ONGs e entidades que trabalham com pessoas com deficiência e mobilidade reduzida
RESULTADOS ESPERADOS	Estabelecimentos turísticos do setor privado estejam preparados em bem-receber os turistas com deficiência e mobilidade reduzida.

19.7 MOBILIZAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO DOS TRÊS SETORES

A partir dos cruzamentos dos pontos levantados pela análise SWOT de Mogi das Cruzes, verificou-se a necessidade de mobilizar o trade turístico, o setor público e a população do município a participarem de forma mais efetiva no desenvolvimento turístico e de sensibilizá-los acerca da importância do turismo para a cidade, resultando na diretriz de Mobilização e Sensibilização dos Três Setores.

As ações dessa diretriz foram apoiadas principalmente nas fraquezas apresentadas pelo município e nas possibilidades de resolução das mesmas, destacando a desarticulação do COMTUR; a dependência do setor privado com o SENAR, SEBRAE e a Coordenadoria de Turismo; e o isolamento do trade e dificuldade de comunicação entre si como fraquezas. Já a existência de um COMTUR, a possibilidade de mobilização do trade a partir da qualificação da atuação do Observatório, e a ameaça da troca de gestão aos projetos desenvolvidos pelo COMTUR, foram considerados como elementos importantes para a resolução dessas fraquezas.

Tabela 86: Mobilização e Sensibilização dos Três Setores - Ação 1

DIRETRIZ: Mobilização e Sensibilização dos Três Setores	
AÇÃO	Realizar oficinas e encontros com o setor privado para divulgação dos dados do Observatório do Turismo.
OBJETIVOS	Sensibilizar o trade turístico sobre a necessidade de maior presença do empresariado nas reuniões do conselho, mobilizá-los a desenvolver o turismo no município e torná-los menos dependentes de iniciativas tomadas pelo setor público.
JUSTIFICATIVA	O COMTUR possui maior participação da Coordenadoria de Turismo, fazendo com que as decisões e projetos aprovados

	sejam conduzidos majoritariamente pelo setor público. Com a participação ativa do empresariado, é possível ter a garantia da estabilidade e cumprimento de projetos estabelecidos a longo prazo, superando as instabilidades decorrentes da descontinuidade administrativa a partir da mobilização e do empoderamento do COMTUR.
PÚBLICO-ALVO	Empresários do <i>trade</i> turístico
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 1 ano. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	<i>Trade</i> Turístico, Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes
RESULTADOS ESPERADOS	Facilitar a comunicação entre os empresários e com a Coordenadoria de Turismo (COMTUR), e torná-los mais ativos e com mais credibilidade, para que possa conduzir de forma independente os projetos e ações para melhorias do turismo.

Tabela 87: Mobilização e Sensibilização dos Três Setores - Ação 2

DIRETRIZ: Mobilização e Sensibilização dos Três Setores	
AÇÃO	Realizar os roteiros oferecidos pelo programa “Mogi para Mogianos” com os estudantes dos ensinos fundamental e médio das escolas do município (públicas e privadas), e incentivar as escolas a desenvolver com os alunos, projetos escolares relacionados ao turismo.
OBJETIVOS	Tornar os atrativos do município conhecidos pela população, em especial pelos estudantes dos ensinos fundamental e médio, das redes pública (municipal e estadual) e privada. Mobilizar e sensibilizar a população acerca da importância do turismo para o município através das visitas aos atrativos.
JUSTIFICATIVA	Durante as análises realizadas e por meio de conversas com moradores de Mogi das Cruzes, percebeu-se que a população desconhece o potencial turístico do município.
PÚBLICO-ALVO	Estudantes dos ensinos fundamental e médio, da rede pública municipal. Estudantes dos ensinos fundamental e médio, da rede privada. Estudantes dos ensinos fundamental e médio, da rede pública estadual. De forma indireta, a população de Mogi das Cruzes.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 2 anos – Escolas Municipais Médio prazo: 4 anos – Escolas Particulares Longo prazo: 6 anos – Escolas Estaduais

PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, Governo do Estado de São Paulo, Secretaria de Educação de Mogi das Cruzes, Escolas Municipais, Estaduais e Particulares
RESULTADOS ESPERADOS	Maior conhecimento por parte dos estudantes e da população do município acerca dos atrativos e da importância do turismo para o Mogi das Cruzes.

Tabela 88: Mobilização e Sensibilização dos Três Setores - Ação 3

DIRETRIZ: Mobilização e Sensibilização dos Três Setores	
AÇÃO	Realizar <i>workshops</i> e <i>famtours</i> – internos (para que o próprio trade de Mogi conheça os atrativos de seu município) – e externos (para que o trade de Mogi conheça boas práticas em outros municípios).
OBJETIVOS	<p>Promover uma mobilização e integração do <i>trade</i> para que o mesmo trabalhe em conjunto, de modo a qualificar o produto turístico e oferecer uma melhor experiência ao turista.</p> <p>Ampliar e disseminar as informações sobre os atrativos da cidade.</p> <p>Proporcionar uma troca de experiências de sucesso com outros municípios turísticos.</p>
JUSTIFICATIVA	O <i>trade</i> turístico trabalha de forma isolada, sem comunicação, integração ou mobilização conjunta. Por meio desta ação, é possível articular um trabalho em conjunto, com uma consequente qualificação do produto.

PÚBLICO-ALVO	<i>Trade</i> turístico
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 2 anos. Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	<i>Trade</i> turístico, outros municípios turísticos com perfil semelhante a Mogi das Cruzes
RESULTADOS ESPERADOS	Maior mobilização do <i>trade</i> em qualificar a estada do turista na cidade.

Tabela 89: Mobilização e Sensibilização dos Três Setores - Ação 4

DIRETRIZ: Mobilização e Sensibilização dos Três Setores	
AÇÃO	Valorizar a memória e a história da ocupação japonesa no território de Mogi das Cruzes, através do resgate da história oral por meio da produção de vídeos, tornando-a visível para o próprio mogiano, que a desconhece.
OBJETIVOS	Sensibilizar os moradores de Mogi das Cruzes sobre as histórias dos imigrantes japoneses que se estabeleceram na cidade, e suas contribuições culturais para a formação e desenvolvimento do município.
JUSTIFICATIVA	Os moradores da cidade não têm conhecimento das heranças deixadas pela colônia japonesa e de sua importância. Através da herança oral, é possível disseminar o conhecimento das contribuições e o valor desses imigrantes.

PÚBLICO-ALVO	População de Mogi das Cruzes
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 1 ano Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Museu Parque Centenário, Bunkyo de Mogi das Cruzes, Casarão do Chá, ASDETUR, Colônia japonesa residente em Mogi das Cruzes
RESULTADOS ESPERADOS	Maior conhecimento e valorização das heranças da história da ocupação japonesa na cidade de Mogi das Cruzes.

Tabela 90: Mobilização e Sensibilização dos Três Setores - Ação 5

DIRETRIZ: Mobilização e Sensibilização dos Três Setores	
AÇÃO	Inventariar propriedades rurais com potencial turístico que ainda não são visitadas, com vista à sua sensibilização para atuar no segmento de agroturismo por meio de visitas às propriedades e oficinas.
OBJETIVOS	Aumentar o número de propriedades rurais envolvidas com o agroturismo do município, proporcionando uma melhor qualificação do produto turístico.
JUSTIFICATIVA	Algumas propriedades rurais possuem determinadas particularidades com potencial para o agroturismo, porém seus proprietários ainda não estão convencidos de que aderir a atividade turística poderia gerar um complemento a sua renda mensal.
PÚBLICO-ALVO	Propriedades rurais com potencial no segmento do agroturismo
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 2 anos Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	SENAR, ASDETUR, propriedades rurais com potencial no segmento do agroturismo
RESULTADOS ESPERADOS	Maior participação e mobilização das propriedades rurais para receber turistas.