



Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Mogi das Cruzes

São Paulo
2015

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo

PREFEITURA DE MOGI DAS CRUZES
COTUR – Coordenadoria de Turismo

Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Mogi das Cruzes

Trabalho realizado por meio de convênio entre o Curso de Turismo da ECA-USP e a Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, no âmbito da disciplina: Planejamento e Organização do Turismo de agosto/2014 a julho/2015. Equipe: Alunos do Curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP. Turma 2012/2015. Coordenação: Profa. Dra. Clarissa M. R. Gagliardi e Profa. Dra. Karina Toledo Solha.

São Paulo

2015

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	18
PARTE I – CARACTERIZAÇÃO DA CIDADE DE MOGI DAS CRUZES	22
1 ASPECTOS GERAIS	22
1.1 DELIMITAÇÃO DA ÁREA	23
1.2 REGIÃO TURÍSTICA DO ALTO TIETÊ.....	24
1.3 BACIA HIDROGRÁFICA: ALTO TIETÊ.....	26
1.3.1 <i>Proteção aos Mananciais</i>	26
1.3.2 <i>Bacia Hidrográfica</i>	26
1.3.3 <i>Relevo</i>	27
1.3.4 <i>Vegetação</i>	28
1.3.5 <i>Drenagem</i>	29
1.4 LEIS DE ZONEAMENTO	33
1.4.1 <i>Zoneamento Ambiental</i>	33
1.4.2 <i>Zoneamento Urbano: uso e ocupação do solo</i>	35
1.4.3 <i>Unidades de Conservação</i>	36
1.4.4 <i>RPPNs</i>	37
2 DEMOGRAFIA	39
2.1 ESTRUTURA ETÁRIA	39
2.2 DENSIDADE DEMOGRÁFICA.....	39
2.3 GRAU DE URBANIZAÇÃO	40
2.4 CONDIÇÕES DE VIDA	41
2.4.1 <i>IPRS</i>	41
2.4.2 <i>IPVS</i>	42
3 ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS.....	47
3.1 EVOLUÇÃO ECONÔMICA RECENTE DE MOGI.....	47
3.2 PERFIL ECONÔMICO SETORIAL.....	49
3.3 PERFIL ECONÔMICO ESPACIAL DA ÁREA.....	52
3.4 EMPREGO E DESEMPREGO	56
4 INFRAESTRUTURA BÁSICA	59
4.1 SANEAMENTO BÁSICO.....	59
4.2 LIMPEZA E DISPOSIÇÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS URBANOS	63
4.3 TRANSPORTES	65
4.3.1 <i>Transporte Rodoviário</i>	65
4.3.2 <i>Transporte coletivo</i>	75
4.3.3 <i>Transporte aéreo</i>	85
4.4 SAÚDE	86
5 SISTEMA DE ENSINO	90
5.1 EDUCAÇÃO BÁSICA.....	91
5.1.1 <i>Ensino Infantil</i>	91
5.1.2 <i>Ensino Fundamental</i>	91

5.1.3	<i>Ensino Especial</i>	91
5.1.4	<i>Educação de Jovens e Adultos</i>	92
5.2	ENSINO PROFISSIONALIZANTE	92
5.3	CAPACITAÇÃO DA POPULAÇÃO	93
5.3.1	<i>Educação da comunidade para o turismo</i>	93
5.3.2	<i>Capacitação do profissional para o turismo</i>	95
6	ACESSIBILIDADE	97
6.1	CARTÃO ESTACIONAMENTO.....	98
6.2	CENSO INCLUSÃO	98
6.3	ROTA INCLUSIVA	99
6.4	SOU CONSCIENTE.....	99
6.5	TERMINOLOGIA CORRETA	99
6.6	PARADESPORTE.....	100
6.7	TURISMO E ACESSIBILIDADE.....	101
7	GESTÃO DO TURISMO E DOS RECURSOS HUMANOS.....	102
7.1	CAPACIDADE INSTITUCIONAL – MUNICIPAL	102
7.1.1	<i>Roda São Paulo</i>	111
7.1.2	<i>Mogi para Mogianos</i>	111
7.1.3	<i>Caminho do Sal</i>	112
7.1.4	<i>Rota do Cambuci</i>	113
7.1.5	<i>Circuito Turístico das Nascentes</i>	114
7.2	CAPACIDADE DO SETOR PRIVADO	114
<u>PARTE II – DIAGNÓSTICO DE EQUIPAMENTOS, SERVIÇOS E ATRATIVOS TURÍSTICOS.....</u>		117
8	MEIOS DE HOSPEDAGEM	117
9	ALIMENTOS & BEBIDAS	124
10	LAZER E ENTRETENIMENTO.....	130
11	OUTROS SERVIÇOS DE APOIO	140
12	ATRATIVOS.....	145
12.1	EVENTOS.....	145
12.2	ATRATIVOS RURAIS E HISTÓRICO-CULTURAIS	169
12.3	MATRIZES DE AVALIAÇÃO DOS ATRATIVOS.....	174
12.3.1	<i>Matrizes Atrativos Rurais e Ecológicos</i>	178
12.3.2	<i>Matrizes Atrativos Histórico-Culturais</i>	187
<u>PARTE III – ESTUDO DE DEMANDA</u>		198
13	ANÁLISE DE MERCADO E DEMANDA TURÍSTICA: CONTEXTO NACIONAL E REGIONAL	198
13.1	DEMANDA TURÍSTICA DO ESTADO DE SÃO PAULO.....	202

14 ANÁLISE DOS ESTUDOS DE DEMANDA DO OBSERVATÓRIO DE TURISMO DE MOGI DAS CRUZES.....	210
13.2 ANÁLISE DOS EVENTOS EM MOGI DAS CRUZES	211
13.3 ANÁLISE DO SISTEMA HOTELEIRO DE MOGI.....	216
15.3 ANÁLISE DOS PROGRAMAS E ATRATIVOS	217
15 ANÁLISE DOS DADOS DE DEMANDA TURÍSTICA.....	222
15.1 PERFIL DO TURISTA.....	223
15.2 OUTRAS CARACTERÍSTICAS DO TURISTA.....	227
15.3 TURISTA DE LAZER X TURISTA DE NEGÓCIOS	243
15.4 CONSIDERAÇÕES	252
<u>PARTE IV – ANÁLISE SWOT</u>	<u>254</u>
16 CATEGORIZAÇÃO E CRUZAMENTO DAS VARIÁVEIS	270
<u>PARTE V – OBJETIVOS E DIRETRIZES ESTRATÉGICAS.....</u>	<u>276</u>
17 OBJETIVOS DO PLANO DIRETOR DE TURISMO.....	276
18 DIRETRIZES ESTRATÉGICAS PARA O PLANO DE AÇÕES	276
19 PLANO DE AÇÕES	280
19.1 COLETA, SISTEMATIZAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS	282
19.2 QUALIFICAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA	286
19.3 QUALIFICAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS E TÉCNICOS	294
19.4 QUALIFICAÇÃO DO SISTEMA DE TRANSPORTE E ACESSO.....	300
19.5 MELHORIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA E EXTERNA E FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL.....	306
19.6 QUALIFICAÇÃO DA ACESSIBILIDADE PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA E/OU MOBILIDADE REDUZIDA	317
19.7 MOBILIZAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO DOS TRÊS SETORES	324
20 CRONOGRAMA PRELIMINAR DE AÇÕES.....	331
<u>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</u>	<u>336</u>
21 PUBLICAÇÕES	336
22 DOCUMENTOS ELETRÔNICOS.....	336
23 WEBSITES.....	338
<u>APÊNDICES</u>	<u>345</u>
24 APÊNDICE A – CONTATO E ALUNOS PARTICIPANTES	345
25 APÊNDICE B – ATA E LISTA DE PRESENÇA DA OFICINA PARTICIPATIVA PARA APRESENTAÇÃO DA ANÁLISE SWOT.....	346

26	APÊNDICE C – ATA E LISTA DE PRESENÇA DA AUDIÊNCIA PÚBLICA PARA VALIDAÇÃO DO PLANO DIRETOR	351
27	APÊNDICE D – FOTOS REGISTRADAS NA OFICINA PARTICIPATIVA E DA AUDIÊNCIA PÚBLICA	360
28	APÊNDICE E – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE DEMANDA REAL ...	362

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa da divisão territorial municipal do Estado de São Paulo: Mogi das Cruzes indicado em vermelho	23
Figura 2: Mapa – Macros e Regiões Turísticas do Estado de São Paulo	25
Figura 3: Mapa das áreas de proteção aos mananciais	26
Figura 4: Mapa das sub-bacias do Alto Tietê	27
Figura 5: RPPN de Botujuru com vegetação nativa da Mata Atlântica.....	29
Figura 6: Mapa do zoneamento ambiental de Mogi das Cruzes	33
Figura 7: Mapa dos zoneamentos especiais de desenvolvimento econômico.	34
Figura 8: Unidade de Conservação Itapeti	37
Figura 9: Divisão do IPRS - Região Metropolitana de São Paulo.....	42
Figura 10: Mapa das áreas de reflorestamento e hortifrutigranjeiro	53
Figura 11: Investimentos – Parque Industrial do Taboão	54
Figura 12: Mapa da área urbana de Mogi das Cruzes	55
Figura 13: Mapa da área ocupada pelas indústrias em Mogi das Cruzes	56
Figura 14: Mapa rodoviário - RMSP	67
Figura 15: Mapa do traçado do Rodoanel	69
Figura 16: Principais acessos a Mogi das Cruzes – Volume diário médio de tráfego	70
Figura 17: Mapa do transporte público de Mogi das Cruzes	79
Figura 19: Mapa do Sistema de Transporte Metropolitano de São Paulo	84
Figura 20: Coordenadoria de Turismo.....	104
Figura 21: Localização dos meios de hospedagem analisados em Mogi das Cruzes	118
Figura 22: Localização dos meios de hospedagem analisados em Mogi das Cruzes – Região Central.....	118
Figura 23: Localização dos meios de hospedagem analisados em Mogi das Cruzes - Região Central.....	124
Figura 24: Localização dos equipamentos de lazer e entretenimento analisados em Mogi das Cruzes.....	130
Figura 25: Parque Centenário da Imigração Japonesa	134
Figura 26: Kosmos Clube de Mogi das Cruzes	134
Figura 27: Mogi Bowling & Bar	135
Figura 28: Mogi Skate Park.....	135
Figura 29: Parque Botyra Camorin Gatti	136
Figura 30: Mirante Pico do Urubu.....	136
Figura 31: Brasil Adventure Sports.....	137
Figura 32: Vila Santista Esporte e Recreação.....	137
Figura 33: Localização dos equipamentos de outros serviços de apoio analisados no município	141
Figura 34: Bonecões do Carnaval de Sabaúna.....	150
Figura 35: Cartaz de Divulgação III Etapa da Copa Paulista.....	151
Figura 36: Logo Rota do Cambuci.....	152
Figura 37: VI Rota Gastronômica do Cambuci – 2014	153
Figura 38: Apresentação musical.....	154

Figura 39: Pavilhão hortifrutigranjeiro.....	155
Figura 40: O Rei da Montanha - Participantes	159
Figura 41: A Rainha da Montanha – Largada.....	159
Figura 42: O Rei da Montanha Noturna – Largada	160
Figura 43: O Rei da Montanha – Parque das Neblinas – Corrida	160
Figura 44: Cartaz de divulgação da 24 ^o edição, em 2014	164
Figura 45: Cartaz de divulgação do 14 ^o Encontro, em 2014	166
Figura 46: Paraglider no Pico do Urubu	168
Figura 47: Demonstração do esporte no campeonato	169
Figura 48: Orquidário Oriental	178
Figura 49: Localização – Orquidário Oriental	178
Figura 50: Fruticultura Hoçoya	179
Figura 51: Localização – Fruticultura Hoçoya	179
Figura 52: Chácara Santo Antônio	179
Figura 53: Localização – Chácara Santo Antônio	179
Figura 54: Sítio Querência.....	180
Figura 55: Localização – Sítio Querência.....	180
Figura 56: Sítio Matsuo	180
Figura 57: Localização – Sítio Matsuo	180
Figura 58: Sítio Nakahara	181
Figura 59: Localização – Sítio Nakahara.....	181
Figura 60: Fazenda Rio Grande.....	181
Figura 61: Localização – Fazenda Rio Grande	181
Figura 62: Paraíso das Microorquídeas	182
Figura 63: Localização – Paraíso das Microorquídeas.....	182
Figura 64: Fazenda 5 Pedras.....	182
Figura 65: Localização – Fazenda 5 Pedras	182
Figura 66: Sítio Águas da Mata	183
Figura 67: Localização – Sítio Águas da Mata	183
Figura 68: Fazenda São José	183
Figura 69: Localização – Fazenda São José.....	183
Figura 70: Sítio Recanto das Águas.....	184
Figura 71: Localização – Sítio Recanto das Águas	184
Figura 72: Parque das Neblinas	184
Figura 73: Localização – Parque das Neblinas	184
Figura 74: Sítio Cachoeira da Serra	185
Figura 75: Localização – Sítio Cachoeira da Serra	185
Figura 76: Escola Municipal Coronel Almeida	187
Figura 77: Localização – Escola Municipal Coronel Almeida	187
Figura 78: Mosteiro Camaldolense.....	188
Figura 79: Localização – Mosteiro Camaldolense.....	188
Figura 80: Mesquita Islâmica.....	188
Figura 81: Localização – Mesquita Islâmica.....	188
Figura 82: Casarão do Carmo	189
Figura 83: Localização - Casarão do Carmo	189
Figura 84: Igrejas da 1 ^a e 2 ^a Ordem do Carmo	190
Figura 85: Localização – Igrejas da 1 ^a e 2 ^a Ordem do Carmo	190
Figura 86: Museu Histórico Professora Guiomar Pinheiro Franco	190

Figura 87: Localização - Museu Histórico Professora Guiomar Pinheiro Franco ...	190
Figura 88: Centro da Cultura e Memória Expedicionários Mogianos	191
Figura 89: Localização - Centro da Cultura e Memória Expedicionários Mogianos	191
Figura 90: Theatro Vasques	192
Figura 91: Localização – Theatro Vasques	192
Figura 92: Catedral de Sant’Anna	193
Figura 93: Localização - Catedral de Sant’Anna	193
Figura 94: Casarão do Chá	193
Figura 95: Localização - Casarão do Chá	193
Figura 96: Obelisco	194
Figura 97: Localização - Obelisco	194
Figura 98: Estação Sabaúna (Museu Ferroviário)	194
Figura 99: – Estação Sabaúna (Museu Ferroviário)	194
Figura 100: Praça do Imigrante	195
Figura 101: Localização – Praça do Imigrante	195
Figura 102: O Bandeirante	196
Figura 103: Localização - O Bandeirante	196
Figura 104: Macros e regiões turísticas do Estado de São Paulo	199
Figura 105: Circuitos turísticos do Estado de São Paulo	200
Figura 106: Locais/atrativos mais citados como visitados ou com intenção de serem visitados por turistas de Mogi das Cruzes.....	226
Figura 107: O que você mais gosta/gostou em Mogi das Cruzes?.....	227
Figura 108: O que você menos gosta/gostou em Mogi das Cruzes?.....	228
Figura 109: Matriz SWOT – Sobreposição.....	241
Figura 110: Estratégias a partir do cruzamento da SWOT.....	260
Figura 111: Legenda do Cruzamento.....	261
Figura 112: Cruzamento da análise SWOT e ponderação.....	261
Figura 113: Organograma Quantitativo – Cruzamento de Elementos.....	278

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Estrutura etária da população de Mogi das Cruzes.....	40
Tabela 2: Componente dos indicadores sintéticos das dimensões	43
Tabela 3: Grupos do IPVS 2010.....	43
Tabela 4: Indicadores que compõem o Índice Paulista de Vulnerabilidade Social - IPVS de Mogi das Cruzes.....	44
Tabela 5: Produto Interno Bruto de Mogi das Cruzes	47
Tabela 6: Produto Interno Bruto Per Capita – Brasil – 2007 a 2013.....	47
Tabela 7: Contribuição dos setores da economia no PIB do município (% do total do valor adicionado)	48
Tabela 8: Participação dos setores no total de empregos formais – em %.....	48
Tabela 9: Orçamento de Turismo no Município de Mogi das Cruzes.....	50
Tabela 10: Histórico do Turismo no Município de Mogi das Cruzes.....	50
Tabela 11: Censo agropecuário de Mogi das Cruzes	52
Tabela 12: Utilização da terra de Mogi das Cruzes em dimensões espaciais.....	53
Tabela 13: Habitações em Mogi das Cruzes.....	60
Tabela 14: Saneamento básico.....	60
Tabela 15: Quadro de abastecimento de água, coleta de lixo e atendimento de esgoto sanitário: Diadema x Mogi das Cruzes.....	61
Tabela 16: Indicadores de habitação em Mogi das Cruzes.....	61
Tabela 17: Ranking Nacional de Saneamento: Perdas de faturamento e distribuição	62
Tabela 18: Variação anual de mortalidade (por 100 mil habitantes) segundo tipo de transporte, nas Regiões de Saúde de RMS - 2005 a 2008	73
Tabela 19: Evolução da quantidade de passageiros pagos transportados, 2004 a 2013.....	85
Tabela 20: Leitos de internação (Coeficiente por mil habitantes).....	88
Tabela 21: Mapeamento das Escolas – ETEC Presidente Vargas: Mogi das Cruzes	95
Tabela 22: Plano Plurianual (2014-2017).....	106
Tabela 23: Dotação turismo 2016 – Coordenadoria de Turismo	106
Tabela 24: Dotação Turismo 2015 - FUMTUR	110
Tabela 25: Matriz Quantitativa dos Meios de Hospedagem	121
Tabela 26: Legenda da Matriz Quantitativa dos Meios de Hospedagem	121
Tabela 27: Matriz Qualitativa dos Meios de Hospedagem	122
Tabela 28: Matriz Qualitativa dos Serviços de Alimentação.....	127
Tabela 29: Classificação das potencialidades dos equipamentos de lazer e entretenimento de Mogi	132
Tabela 30: Legenda da Matriz Qualitativa dos Equipamentos de Lazer e Entretenimento	133
Tabela 31: Matriz Qualitativa dos Equipamentos de Lazer e Entretenimento	134
Tabela 32: Legenda da Matriz Quantitativa de Equipamentos de Lazer e Entretenimento	138
Tabela 33: Matriz Quantitativa dos Equipamentos de Lazer e Entretenimento	139
Tabela 34: Matriz Qualitativa dos Outros Serviços de Apoio	143
Tabela 35: Eventos Oficiais do Município de Mogi – 2015.....	147

Tabela 36: Legenda da Matriz Qualitativa dos Atrativos Rurais e Ecológicos.....	178
Tabela 37: Matriz Qualitativa dos Atrativos Rurais e Ecológicos.....	178
Tabela 38: Legenda da Matriz Quantitativa dos Atrativos Rurais e Ecológicos	185
Tabela 39: Matriz Quantitativa dos Equipamentos de Lazer e Entretenimento	186
Tabela 40: Legenda da Matriz Qualitativa dos Atrativos Culturais	187
Tabela 41: Matriz Qualitativa dos Atrativos Culturais	187
Tabela 42: Legenda da Matriz Quantitativa de Atrativos Histórico-Culturais.....	196
Tabela 43: Matriz Quantitativa dos Atrativos Culturais.....	197
Tabela 44: Chegadas de turistas ao Brasil (em milhões), por vias de acesso, segundo Unidades da Federação 2012-2013.....	203
Tabela 45: Expresso Turístico – Estatísticas 2013.....	220
Tabela 46: Matriz SWOT – Mogi das Cruzes	256
Tabela 47: Categorização das Forças.....	270
Tabela 48: Categorização das Fraquezas.....	271
Tabela 49: Categorização das Oportunidades	272
Tabela 50: Categorização das Ameaças.....	272
Tabela 51: Quadro geral de Diretrizes e Ações.....	281
Tabela 52: Coleta, Sistematização e Análise de Dados - Ação 1.....	283
Tabela 53: Coleta, Sistematização e Análise de Dados - Ação 2.....	284
Tabela 54: Coleta, Sistematização e Análise de Dados - Ação 3.....	285
Tabela 55: Coleta, Sistematização e Análise de Dados - Ação 4.....	286
Tabela 56: Qualificação e Diversificação da Oferta Turística - Ação 1.....	287
Tabela 57: Qualificação e Diversificação da Oferta Turística - Ação 2.....	288
Tabela 58: Qualificação e Diversificação da Oferta Turística - Ação 3.....	289
Tabela 59: Qualificação e Diversificação da Oferta Turística - Ação 4.....	290
Tabela 60: Qualificação e Diversificação da Oferta Turística - Ação 5.....	291
Tabela 61: Qualificação e Diversificação da Oferta Turística - Ação 6.....	292
Tabela 62: Qualificação e Diversificação da Oferta Turística - Ação 7.....	293
Tabela 63: Qualificação dos Recursos Humanos e Técnicos - Ação 1	294
Tabela 64: Qualificação dos Recursos Humanos e Técnicos - Ação 2	296
Tabela 65: Qualificação dos Recursos Humanos e Técnicos - Ação 3	297
Tabela 66: Qualificação dos Recursos Humanos e Técnicos - Ação 4	298
Tabela 67: Qualificação dos Recursos Humanos e Técnicos - Ação 5	299
Tabela 68: Qualificação do Sistema de Transporte e Acesso - Ação1.....	301
Tabela 69: Qualificação do Sistema de Transporte e Acesso - Ação 2.....	303
Tabela 70: Qualificação do Sistema de Transporte e Acesso - Ação 3.....	305
Tabela 71: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 1.....	307
Tabela 72: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 2.....	308
Tabela 73: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 3.....	309
Tabela 74: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 4.....	310
Tabela 75: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 5.....	311
Tabela 76: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 6.....	312

Tabela 77: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 7.....	313
Tabela 78: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 8.....	314
Tabela 79: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 9.....	315
Tabela 80: Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional - Ação 10.....	316
Tabela 81: Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida - Ação 1	317
Tabela 82: Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida - Ação 2	319
Tabela 83: Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida - Ação 3	320
Tabela 84: Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida - Ação 4	321
Tabela 85: Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida – Ação 5	322
Tabela 86: Mobilização e Sensibilização dos Três Setores - Ação 1	324
Tabela 87: Mobilização e Sensibilização dos Três Setores - Ação 2	326
Tabela 88: Mobilização e Sensibilização dos Três Setores - Ação 3	327
Tabela 89: Mobilização e Sensibilização dos Três Setores - Ação 4	328
Tabela 90: Mobilização e Sensibilização dos Três Setores - Ação 5	330
Tabela 91: Cronograma de ações	332

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Território e População - taxa geométrica de crescimento anual da população 2010/2014 - 2014: Estado de São Paulo, Região Metropolitana de São Paulo e Município de Mogi das Cruzes	39
Gráfico 2: Território e População - Densidade demográfica 2014: Estado de São Paulo, Região Metropolitana de São Paulo e Município de Mogi das Cruzes	40
Gráfico 3: Distribuição dos municípios segundo grupos do IPRS do Estado de São Paulo.....	42
Gráfico 4: Distribuição da população, segundo grupos do Índice Paulista de Vulnerabilidade Social - IPVS: Estado de São Paulo e Município de Mogi das Cruzes - 2010	46
Gráfico 5: Participação dos empregos formais em Mogi das Cruzes 2013 (em %)...	57
Gráfico 6: Renda, Pobreza e Desigualdade em Mogi das Cruzes	58
Gráfico 7: Taxa de mortalidade em cem mil habitantes por acidentes de transporte nas regiões de saúde da RMSP em 2008	72
Gráfico 8: Frota total de veículos de Mogi das Cruzes.....	74
Gráfico 9: Estabelecimentos de saúde em Mogi das Cruzes	87
Gráfico 10: Renda familiar.....	207
Gráfico 11: Motivo principal da viagem.	207
Gráfico 12: Motivo da viagem a lazer	208
Gráfico 13: Sazonalidade de ocupação dos hotéis	216
Gráfico 14: Faturamento do setor hoteleiro em Mogi das Cruzes	217
Gráfico 15: Gênero dos turistas de Mogi das Cruzes.....	223
Gráfico 16: Local de origem dos turistas de Mogi das Cruzes.	223
Gráfico 17: Faixa etária dos turistas de Mogi das Cruzes	224
Gráfico 18: Estado civil dos turistas de Mogi das Cruzes.....	224
Gráfico 19: Grau de instrução dos turistas de Mogi das Cruzes	225
Gráfico 20: Ocupação dos turistas de Mogi das Cruzes	226
Gráfico 21: Renda familiar mensal dos turistas de Mogi das Cruzes	226
Gráfico 22: Meio de transporte utilizado pelos turistas de Mogi das Cruzes	227
Gráfico 23: Transporte do aeroporto	228
Gráfico 24: Com quem veio a cidade de Mogi das Cruzes?	229
Gráfico 25: Motivação da viagem dos turistas de Mogi das Cruzes	229
Gráfico 26: Motivação de lazer dos turistas de Mogi das Cruzes.....	230
Gráfico 27: Motivação de negócios dos turistas de Mogi das Cruzes	230
Gráfico 28: Como ficou sabendo do destino Mogi das Cruzes?.....	231
Gráfico 29: Buscou informações da cidade de Mogi das Cruzes?	232
Gráfico 30: Como buscou informações da cidade de Mogi das Cruzes?	232
Gráfico 31: Pernoitou na cidade de Mogi das Cruzes?	233
Gráfico 32: Meio de hospedagem dos turistas de Mogi das Cruzes	234
Gráfico 33: Hotel escolhido por turistas de Mogi das Cruzes	234
Gráfico 34: Frequência de viagens dos turistas de Mogi das Cruzes.....	235
Gráfico 35: Gastos na cidade por turistas de Mogi das Cruzes.....	236
Gráfico 36: Classificação da infraestrutura da cidade por turistas de Mogi das Cruzes	236

Gráfico 37: Classificação da infraestrutura turística da cidade por turistas de Mogi das Cruzes.....	238
Gráfico 38: Visitou ou tem intenção de visitar atrativos turísticos de Mogi das Cruzes?	238
Gráfico 39: Proveniência dos turistas de Mogi das Cruzes interessados em comprar.	240
Gráfico 40: Possibilidade de retorno do visitante de Mogi das Cruzes.....	242
Gráfico 41: Possibilidade de indicação da cidade pelos visitantes de Mogi das Cruzes	242
Gráfico 42: Turista de Lazer x Turista de Negócios da cidade de Mogi das Cruzes	243
Gráfico 43: Gênero do turista de negócios da cidade de Mogi das Cruzes.....	243
Gráfico 44: Gênero do turista de lazer da cidade de Mogi das Cruzes	243
Gráfico 45: Local de origem do turista de lazer da cidade de Mogi das Cruzes.....	244
Gráfico 46: Local de origem do turista de negócios da cidade de Mogi das Cruzes	244
Gráfico 47: Faixa Etária do turista de lazer da cidade de Mogi das Cruzes	245
Gráfico 48: Faixa etária do turista de negócios de Mogi das Cruzes	245
Gráfico 49: Grau de instrução do turista de lazer de Mogi das Cruzes	246
Gráfico 50: Grau de instrução do turista de negócios de Mogi das Cruzes.....	246
Gráfico 51: Ocupação do turista de lazer da cidade de Mogi das Cruzes	247
Gráfico 52: Ocupação do turista de negócios da cidade de Mogi das Cruzes	248
Gráfico 53: Renda familiar mensal do turista de negócios de Mogi das Cruzes.....	248
Gráfico 54: Renda familiar mensal do turista de lazer da cidade de Mogi das Cruzes	248
Gráfico 55: Acompanhante do turista de negócios da cidade de Mogi das Cruzes.....	249
Gráfico 56: Acompanhante do turista de lazer a cidade de Mogi das Cruzes	249
Gráfico 57: Pernoites dos turistas de lazer e de negócios de Mogi das Cruzes.....	250
Gráfico 58: Meios de hospedagem do turista de lazer da cidade de Mogi das Cruzes	250
Gráfico 59: Gastos do turista de lazer da cidade de Mogi das Cruzes.....	251
Gráfico 60: Gastos do turista de negócios da cidade de Mogi das Cruzes	252

LISTA DE SIGLAS

A&B - Alimentos & Bebidas
ABB - Associação Brasileira de Bumerangue
ABEOC - Associação Brasileira de Empresas de Eventos
ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
AC - Áreas Contaminadas
ACMC - Associação Comercial de Mogi das Cruzes
ADRAT - Agência de Desenvolvimento Regional do Alto do Tietê
AHPCE - Associação Holística de Participação Comunitária Ecológica
AMAT - Associação dos Municípios do Alto Tietê
ANPF - Associação Nacional de Preservação Ferroviária
APA - Área de Proteção Ambiental
ASDETUR - Associação dos Empresários de Turismo Rural
BNDES- Banco Nacional do Desenvolvimento
BOM - Bilhete Ônibus Metropolitano
BUNKYO - Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa e de Assistência Social
CAGED - Cadastro Geral de Empregados e Desempregados
CBI - Campeonato Brasileiro Indoor de Bumerangue
CCAMC - Clube dos Carros Antigos de Mogi das Cruzes
CETEC - Unidade do Ensino Médio do Centro Paulo Souza
CETESB Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental
CIESP - Centro das Indústrias do Estado de São Paulo
CIP - Centro de Integração Profissional Deputado Maurício Nagib Najjar
CIT - Central de Informação Turística
CMAPD - Conselho Municipal para Assuntos da Pessoa com Deficiência
CNT - Confederação Nacional do Transporte
COMPHAP - Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico-Cultural, Artístico e Paisagístico de Mogi das Cruzes
COMTUR - Conselho Municipal de Turismo
CONDEMAT - Consórcio de Desenvolvimento dos Municípios do Alto Tietê

CONDEPHAAT - Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico

COPEDE - Coordenadoria da Pessoa com Deficiência e Mobilidade Reduzida

CPTM - Companhia Paulista de Trens Metropolitanos

CRAS - Centros de Referência em Assistência Social

CRESCER - Centro de Apoio à Educação de Jovens e Adultos

DADE - Departamento de Apoio ao Desenvolvimento das Estâncias

DER - Departamento de Estradas de Rodagens

DETRAN - Departamento Estadual de Trânsito de São Paulo

DPRN - Departamento Estadual de Produção de Recursos Naturais

DUSM - Departamento de Uso do Solo Metropolitano

ECA - Escola de Comunicações e Artes

EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo

EMESP - Escola Municipal de Educação Especial

EMPLASA - Empresa Paulista de Planejamento Metropolitano

EMTU - Empresa Metropolitana de Transportes Urbanos de São Paulo

ETEC - Escola Técnica Estadual

FIA - Fundação Instituto de Administração

FJP - Fundação João Pinheiro

FUMTUR - Fundo Municipal de Turismo

FUSP - Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo

GPS - Global Positioning System

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDHM - Índice de Desenvolvimento Humano Municipal

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

IPRS - Índice Paulista de Responsabilidade Social

IPVS - Índice Paulista de Vulnerabilidade Social

ISPER - Informações para o Sistema Público de Emprego e Renda

ISS - Imposto sobre Serviços

JICA - Japan International Cooperation Agency

MCVL - Mogi Clube de Voo Livre

MTUR - Ministério de Turismo
NBB - Novo Basquete Brasil
OMS - Organização Mundial da Saúde
ONU - Organização das Nações Unidas
PDDT - Plano de Desenvolvimento Turístico
PIB - Produto Interno Bruto
PME - Plano Municipal de Educação
PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PSF - Programa Saúde da Família
RFFSA - Rede Ferroviária Federal Sociedade Anônima
RMSP - Região Metropolitana de São Paulo
RPPN - Reserva Particular do Patrimônio Natural
SABESP - Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo
SAS - Sociedade Amigos de Sabaúna
SEADE - Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados
SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo
SEDPcD - Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência
SEMAE - Serviço Municipal de Água e Esgoto
SENAR - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
SENAT - Serviço Nacional de Transporte
SESI - Serviço Social da Indústria
SIM - Sistema de Informações sobre Mortalidade
SIM - Sistema Integrado Mogiano
SINCOMÉRCIO - Sindicato Patronal do Comércio Varejista
SNUC - Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza
SP - Estado de São Paulo
SPCVB - São Paulo Convention & Visitors Bureau
STM - Secretaria de Estado dos Transportes Metropolitanos
SUS - Sistema Único de Saúde
TURSP - Empresa Paulista de Turismo e Eventos
UBC - Universidade Braz Cubas
UC - Unidades de Conservação

UH - Unidade Habitacional

UMC - Universidade de Mogi das Cruzes

USP - Universidade de São Paulo

UTGR - Unidade de Tratamento e Gestão de Recursos Sólidos

UVESP - União de Vereadores do Estado de São Paulo

ZEDE - Zonas Especiais de Desenvolvimento Econômico

ZEIS - Zonas Especiais de Interesse Social

APRESENTAÇÃO

Em meados de 2014 foi estabelecido um convênio entre a Prefeitura Municipal de Mogi das Cruzes, por meio da Coordenadoria de Turismo (COTUR) e a Universidade de São Paulo (USP), através do curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes (ECA). Essa parceria permitiu que os alunos dos 6º e 7º períodos desenvolvessem o Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico de Mogi das Cruzes (PDDT), na esfera das disciplinas i) Planejamento e Organização do Turismo (POT), que se articula em dois semestres e visa capacitar o aluno para envolver-se em processos de planejamento e organização da atividade turística e ii) Projeto Interdisciplinar de Turismo (PIT), que o orienta no desenvolvimento de projetos. Tais disciplinas baseiam-se em discussões teóricas e experiências práticas nos municípios com potencial turístico conveniados com a USP a fim de que alunos e professores vivenciem e compartilhem a aplicação dos princípios acadêmicos, adequando-os à realidade local e interagindo com os diferentes atores sociais envolvidos na atividade turística.

O projeto foi orientado pelas professoras responsáveis pela disciplina, Dr.^a Karina T. Solha e Dr.^a Clarissa M. R. Gagliardi e acompanhado pela coordenadora do curso, Prof.^a Dr.^a Débora C. Braga, de agosto de 2014 a dezembro de 2015. Além disso, é importante ressaltar que no início de 2014, os alunos do 1º semestre realizaram um inventário turístico preliminar no município, com o intuito de envolver uma parcela maior de discentes e ampliar a percepção do objeto estudado.

A grande oferta de atrativos de Mogi das Cruzes constitui importante potencial turístico no contexto regional. Todavia, para qualificar o município para a atividade turística, garantir seu desenvolvimento sustentável e atender às demandas locais é importante planejar ações de curto, médio e longo prazo, organizadas em um Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal (PDDTM).

No âmbito do PDDTM, foi desenvolvido um diagnóstico, iniciado em março de 2014 e desenvolvido entre agosto de 2014 e março de 2015. Esta etapa do trabalho foi realizada com base em pesquisas de gabinete e fontes secundárias, visitas técnicas, entrevistas, observação e levantamento de dados *in loco*, junto aos órgãos da administração municipal e agentes locais, além da aplicação de

questionários para analisar o perfil da demanda turística real. Com a participação dos três setores em uma Oficina Participativa realizada na Ilha Marabá em 16 de maio de 2015, a equipe concluiu o diagnóstico através da análise dos pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças no contexto do desenvolvimento turístico de Mogi das Cruzes. O diagnóstico permitiu que a equipe identificasse algumas diretrizes que se mostram estratégicas para o desenvolvimento turístico do município, a partir das quais foi elaborado um plano de ação que indica intervenções importantes para a consolidação do turismo local nos próximos anos, tanto na escala local, quanto na região do Alto do Tietê. Os objetivos do Plano, as diretrizes estratégicas e o plano de ação foram submetidos à análise da comunidade em audiência pública realizada no Auditório CEMFORPE no dia 20 de junho de 2015, tendo sido definida uma consulta pública para a seleção de ações prioritárias durante o mês de julho, a partir da disponibilização do material produzido no site da Prefeitura de Mogi das Cruzes.

A execução deste trabalho envolveu a coleta de dados - através de pesquisas de gabinete, baseada em fontes documentais, bibliográficas e estudos já realizados sobre a região em tela - e trabalho de campo - baseado em observações, entrevistas com informantes qualificados e visitas técnicas a equipamentos e atrativos turísticos -, especialmente importantes para o conhecimento da realidade municipal e dos problemas a serem solucionados em termos de desenvolvimento e organização da atividade turística. As análises geradas também foram pautadas na discussão dos referenciais teóricos estudados no decorrer do curso de Turismo, concernentes à gestão e ao planejamento do turismo.

Também foram relevantes alguns levantamentos sobre as cidades da região do Alto do Tietê, uma vez que contribuíram para o entendimento da dinâmica regional.

Além dos contatos *in loco*, o suporte da Coordenadoria de Turismo e o apoio da ASDETUR (Associação dos Empresários de Turismo Rural) permitiram constante diálogo durante o desenvolvimento do trabalho, tendo sido fundamentais na viabilização e no acompanhamento das atividades de campo. Destaca-se ainda, a participação especial ao longo do trabalho, do presidente da Skal São Paulo Aristides Cury, associação internacional de profissionais de turismo que objetiva promover o turismo local, nacional e mundial através de *network* voltado ao turismo.

O PDDTM está estruturado em duas partes principais: inicialmente uma caracterização e diagnóstico realizados a partir de pesquisas de gabinete, aplicação e análise de questionários para o estudo da demanda, trabalhos de campo, entrevistas e oficinas colaborativas com o *trade* do município. A segunda parte é resultado da análise dos aspectos que configuram forças, fraquezas, oportunidades e ameaças para o desenvolvimento turístico, que subsidiaram a elaboração das diretrizes e de um plano de ações estratégicas.

O cronograma a seguir evidencia as atividades realizadas e o prosseguimento do trabalho:

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES PARA REALIZAÇÃO DO PDDTM DE MOGI DAS CRUZES																					
Ação/Mês-ano	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14	jan/15	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15	set/15	out/15	nov/15	dez/15
Parceria USP/Prefeitura de Mogi Das Cruzes																					
Inventário preliminar (alunos do 1º ano)																					
Pesquisa de gabinete (fontes secundárias)																					
Visitas técnicas																					
Aplicação de questionários para estudo de demanda																					
Sistematização de dados e elaboração de texto																					
Elaboração da análise SWOT																					
Oficina participativa																					
Conclusão de diagnóstico																					
Definição de objetivos e diretrizes																					
Desenvolvimento do plano de ação preliminar																					
Análise das fontes de financiamento																					
Audiência pública para validação do PDDTM																					
Definição de projetos prioritários conforme audiência pública																					
Conclusão do PDDTM																					
Entrega do PDDTM para a Prefeitura																					
Elaboração dos projetos prioritários (Projeto Interdisciplinar de Turismo - PIT)																					
Oficinas participativas																					
Apresentação pública dos PITs																					
Entrega dos PITs e encerramento da cooperação																					

Legenda: Etapas realizadas Etapas planejadas

PARTE I – CARACTERIZAÇÃO DA CIDADE DE MOGI DAS CRUZES

1 ASPECTOS GERAIS

Mogi das Cruzes está situada a Leste da Região Metropolitana da Grande São Paulo, no compartimento hidrográfico do Alto Tietê-Cabeceiras, a aproximadamente 50 km da nascente do Rio Tietê no município paulista de Salesópolis, vertente da Serra do Mar. O divisor natural de águas é a Serra do Itapeti que abriga afluentes das Bacias do Paraíba do Sul e do Rio Tietê. É cortado também pelo compartimento hidrográfico pertencente à Bacia do Itapanhaú, que é o mais importante eixo de drenagem na Região Metropolitana da Grande São Paulo.

A malha urbana da cidade desenvolve-se às margens de extensas áreas de várzeas, que cortam Mogi de leste a oeste, elevando, por conta disso, a preocupação do município com as questões ambientais, principalmente pelo rápido crescimento socioeconômico do mesmo, do qual decorrem algumas políticas públicas em prol da preservação e sustentabilidade, como as listadas abaixo:

- Inserção de parte do território municipal na área protegida através da legislação metropolitana de proteção aos mananciais (parte das bacias: do Tietê; do Taiaçupeba; do Jundiaí; do Biritiba Mirim; do Itatinga);
- Abrangência de parte da várzea do rio Tietê contida no Município (1.553,05 ha) pela APA - Área de Proteção Ambiental da Várzea do Tietê;
- Abrangência de parte do território municipal (303,19 ha) na delimitação do Parque Estadual da Serra do Mar;
- Abrangência de parte do território municipal (4.095,00 ha) na delimitação da Área Natural Tombada da Serra do Mar e Paranapiacaba;
- 89,47 ha de área do Município ocupando a Estação Ecológica Estadual do Itapeti;
- Controle do uso e ocupação do solo na região da Serra do Itapeti, com vistas à melhoria da qualidade do meio ambiente na Região Metropolitana da Grande São Paulo;

1.1 DELIMINATAÇÃO DA ÁREA

Situada ao leste da Região Metropolitana do Estado de São Paulo, Mogi das Cruzes ocupa área de 721 km² ¹ e se localiza a 63 km do município de São Paulo, como pode ser observado na Figura 1.

Figura 1: Mapa da divisão territorial municipal do Estado de São Paulo: Mogi das Cruzes indicado em vermelho



Fonte: MBI, 2010. Disponível em: < <http://www.mbi.com.br/mbi/biblioteca/artigos/2010-01-cartografia-municipal/>>. Acesso em: 06 mai. 2015.

Seu ponto de referência é o marco zero, um obelisco instalado na Praça Coronel Benedito de Almeida, em frente à Igreja Matriz Catedral Sant'Ana, localizado à 23°31'20" de Latitude Sul e 46°01'92" de Longitude Oeste de Greenwich.

Os limites territoriais administrativos são Arujá a noroeste, Santa Isabel a noroeste e norte, Guararema a nordeste, Biritiba Mirim a leste, Bertiooga e Santos a sul, Santo André a sudoeste, Suzano a sudoeste e oeste e Itaquaquecetuba a oeste.

Conforme a Lei Complementar Nº 46, de 17 de novembro de 2006, o município de Mogi das Cruzes está dividido em oito distritos, sendo estes: Sede,

¹ Durante a pesquisa foram encontradas divergências na área de território do Município de Mogi das Cruzes, variando entre 714 e 721 km² nas fontes utilizadas. Adotou-se a medida de 721 km² por esta ser a medida constante no site da Prefeitura de Mogi das Cruzes.

Biritiba-Ussu, Brás Cubas, César de Souza, Jundiapéba, Sabaúna, Taiaçupeba e Quatinga.

1.2 REGIÃO TURÍSTICA DO ALTO TIETÊ

O Estado de São Paulo está ordenado em 34 regiões turísticas que se inserem em 15 macrorregiões. Tal divisão foi feita por dirigentes municipais (conselhos, prefeituras, coordenadorias e secretarias). Levou-se em consideração a proximidade geográfica e a afinidade entre produtos turísticos, como história e atrativos. Esta forma de organizar o Estado foi criada para facilitar a aplicação e o desenvolvimento de programas e projetos.

O turismo da região do Alto Tietê é coordenado pela Agência do Alto Tietê, responsável pelo circuito que reúne as 11 cidades: Arujá, Biritiba Mirim, Estância Hidromineral de Poá, Estância Turística de Salesópolis, Ferraz de Vasconcelos, Guararema, Guarulhos, Itaquaquecetuba, Mogi das Cruzes, Santa Isabel e Suzano, mais Ribeirão Pires.

Dois municípios da região, Poá e Salesópolis, por serem estâncias turísticas, receberão aporte de 9,6 milhões de reais do Fundo de Melhoria das Estâncias, destinados a obras turísticas. Além do repasse, também foi anunciada a construção da Central de Informações Turísticas de Guarulhos, que ocupará um terreno de 27,8 mil metros quadrados localizados na Praça IV Centenário. Também serão feitos investimentos em diversas outras áreas como: transporte público, saúde, desenvolvimento urbano, gestão ambiental, segurança pública e educação da região.

Dentro das propostas de melhorias, foram contemplados projetos de sinalização turística e implantação de ecoturismo e esportes de aventura por conta da vocação natural da região de elaboração de um Plano Diretor de Turismo, e da inserção de turismo náutico em represas e rios. Ainda, apresentaram detalhes do segundo caminho peregrino do programa Caminha São Paulo, a Rota Franciscana, que possui parte do percurso passando pelo Alto Tietê e tem lançamento previsto para maio deste ano.

Figura 2: Mapa – Macros e Regiões Turísticas do Estado de São Paulo



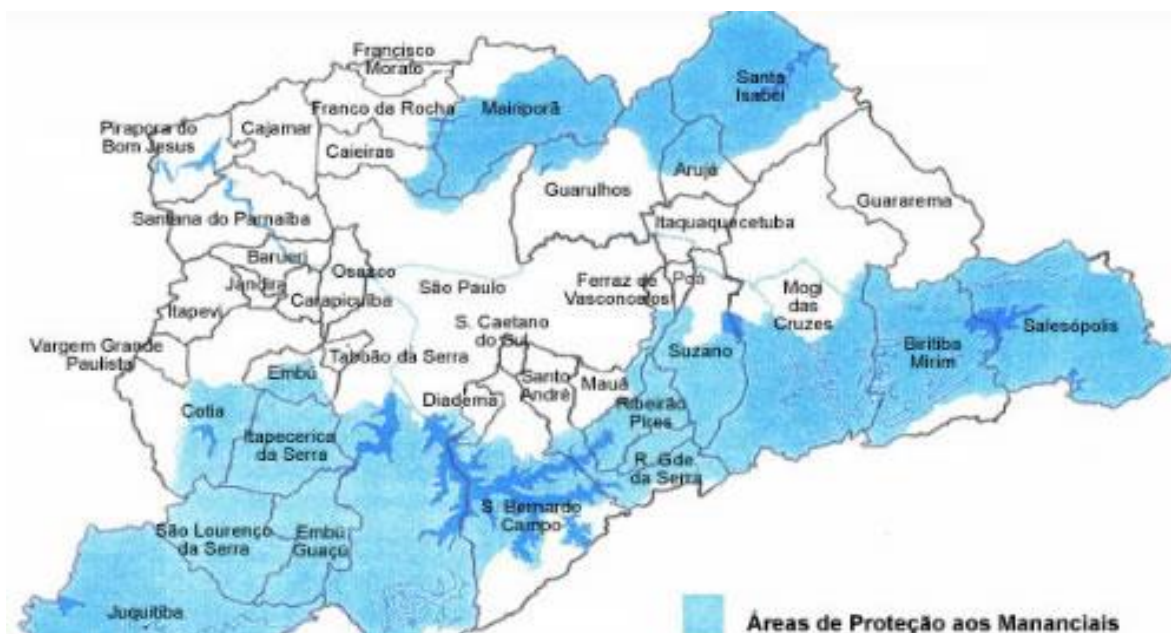
Fonte: Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo. Disponível em:
<<http://www.turismo.sp.gov.br/images/stories/Email/mapa10full.jpg>>. Acesso em: 06 mai. 2015.

1.3 BACIA HIDROGRÁFICA: ALTO TIETÊ

1.3.1 Proteção aos Mananciais

Como está localizada na Região do Alto Tietê, Mogi das Cruzes está próxima às áreas de Proteção aos Mananciais. Com uma expansão urbana descontrolada e não planejada, a possibilidade de contaminação dos mananciais com lixo, produtos químicos e poluição aumentam exponencialmente. Contudo, segundo estudos do plano de saneamento básico de Mogi das Cruzes, grande parte do sistema de esgoto vai para estação de tratamento municipal ou para a estação de esgoto da SABESP.

Figura 3: Mapa das áreas de proteção aos mananciais

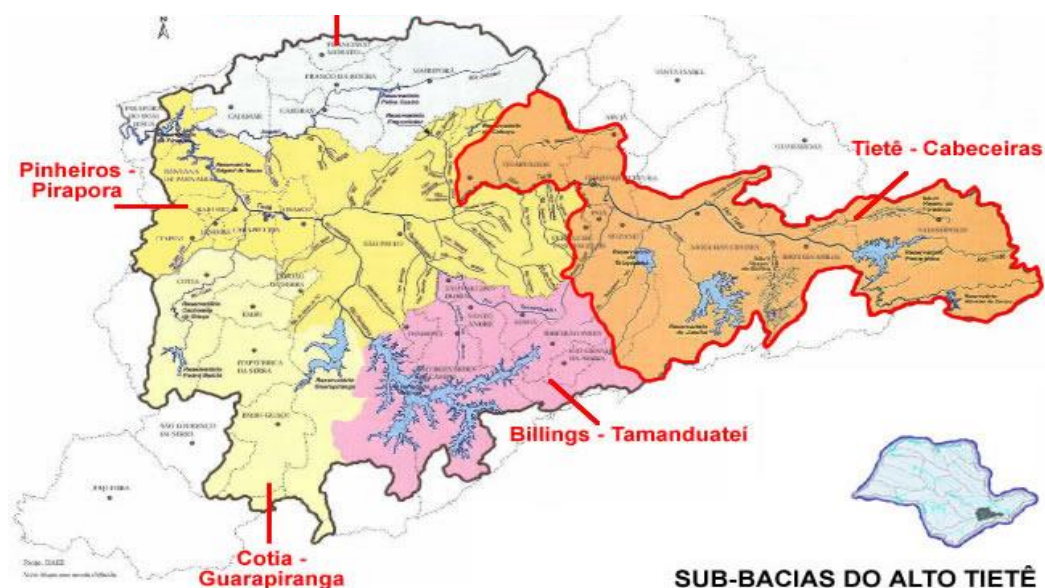


Fonte: FIA - Fundação Instituto de Administração. Disponível em: http://www.fundacaofia.com.br/gdusm/sub_bacia_at.htm. Acesso em: 06 mai. 2015

1.3.2 Bacia Hidrográfica

Os rios Claro, Paraitinga, Jundiáí, Biritiba Mirim e Taiacupeba, que desembocam no Rio Tietê, formam a principal fonte de abastecimento para a cidade de Mogi das Cruzes, segundo informações do plano de saneamento. Juntos, esses seis rios são os maiores cursos d'água da sub-bacia Cabeceiras.

Figura 4: Mapa das sub-bacias do Alto Tietê



Fonte: FIA – Fundação Instituto de Administração. Disponível em: http://www.fundacaofia.com.br/gdusm/sub_bacia_at.htm. Acesso em: 06 mai. 2015.

Em um plano da Bacia do Alto Tietê, realizado pela Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo (FUSP), em 2009, foram enumeradas mais de 45 Unidades de Conservação (UCs) da Bacia do Alto Tietê. Áreas protegidas pelo Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC) conforme a Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000.

1.3.3 Relevo

Mogi das Cruzes situa-se a uma altitude média de 780 metros. Seu ponto mais alto é o Pico do Urubu com 1160 metros, localizado na Serra do Itapeti, e seu ponto mais baixo fica na divisa com o município de Santa Isabel, apresentando 592 metros acima do nível do mar. As diferenças de relevo são nítidas se comparadas as regiões norte e sul do município, sendo a Serra do Itapeti e o Rio Tietê seus divisores, que cruzam transversalmente a área municipal, de leste a oeste.

As áreas ao sul desses divisores, até a Falha de Cubatão, apresentam declividades suaves. As áreas ao norte dos mesmos divisores apresentam amplitude

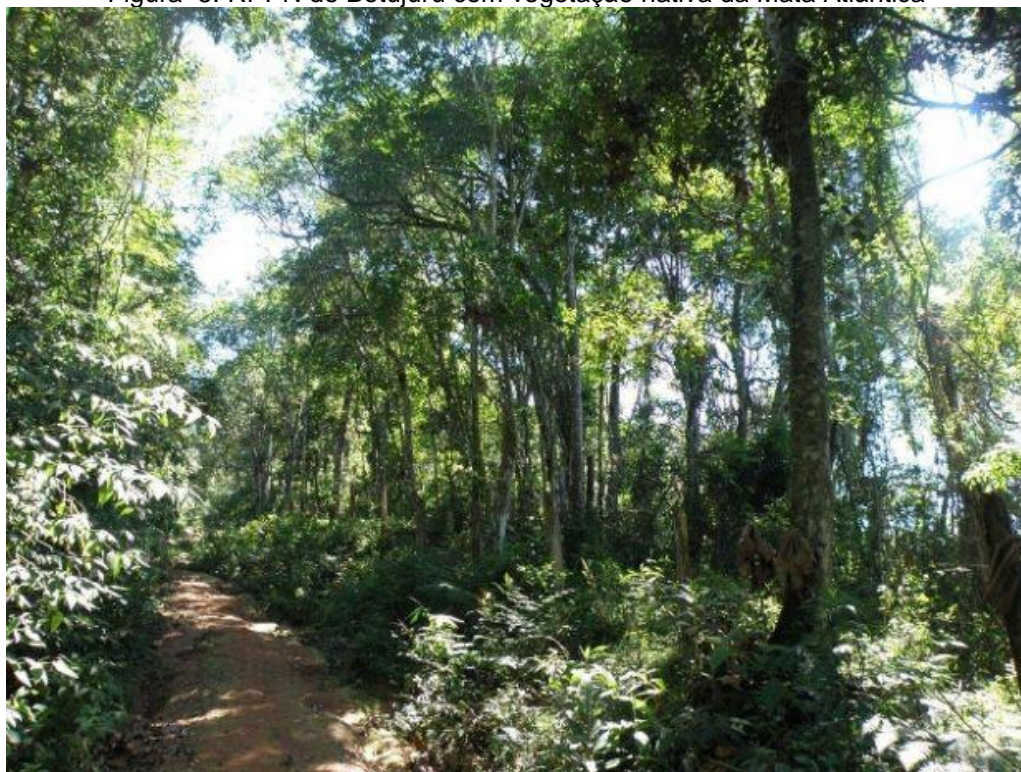
topográfica de 40 m, sendo encostas suavemente inclinadas e topos achatados, com terrenos de formação em morros cristalinos.

1.3.4 Vegetação

O encontro das Florestas Ombrófilas, Florestas Secundárias e de Mata Atlântica nativa presentes nas Serra do Itapeti, na Serra do Mar e ao longo do rio Tietê, criam um grande potencial na cidade de Mogi das Cruzes para a exploração turística dessas áreas.

Segundo informações do site oficial de Mogi, mais de 65% da área do município está inserida dentro de áreas de preservação ambiental. Essas áreas podem ser utilizadas tanto para educação quanto para o turismo, em projetos semelhantes ao do Parque da Neblina, que oferece trilhas, cachoeiras, entre outras atividades. Grande parte da manutenção e fiscalização dessas unidades é decorrente das leis que resguardam a biosfera das Unidades de Conservação. Algumas dessas UCs, segmentadas em categorias, possibilitam a realização de atividades turísticas e de pesquisa, como a categoria do Parque Nacional.

Figura 5: RPPN de Botujuru com vegetação nativa da Mata Atlântica



Fonte: Fundação Florestal. Disponível em: <<http://fflorestal.sp.gov.br/>>. Acesso em: 06 mai. 2015.

1.3.5 Drenagem

A Drenagem Urbana consiste no gerenciamento da água da chuva que escoar no meio urbano. Mogi das Cruzes tem seu índice pluviométrico anual em torno de 1.300mm, segundo o site da própria Prefeitura. No plano diretor de Mogi das Cruzes (2006) há uma Seção referente à Drenagem Urbana, citada abaixo:

“Seção I - Da Drenagem Urbana

Art. 53. A política municipal de infraestrutura e serviços urbanos terá os seguintes objetivos para a drenagem urbana:

I. Assegurar, por meio de sistemas físicos naturais e construídos, o escoamento das águas pluviais em toda a área do Município, priorizando as áreas sujeitas a inundações;

II. Promover ações preventivas e corretivas sobre as causas e os efeitos das inundações, visando a proteger a população e as atividades econômicas sediadas no Município;

III. Prever a segurança às margens de cursos d'água e outras áreas de fundo de vale, onde haja risco de inundações de edificações e seus agravos.

Art. 54. A política municipal de infraestrutura e serviços urbanos terá as seguintes diretrizes para a drenagem urbana:

I. Implantação de obras de abertura e adequação de canais de escoamento de águas pluviais e de remoção das interferências existentes;

II. Implantação de obras de proteção de áreas sujeitas a inundações;

III. Implantação de obras de contenção dos picos de cheias;

IV. Implantação de programas integrados de reurbanização com remanejamento de interferências e ou relocação de habitações, quando couber, com o objetivo de implantar e adequar as obras de macrodrenagem;

V. Promoção de programas para revegetação de matas ciliares;

VI. Adoção de padrões de pavimentação dos espaços públicos, que garantam elevados índices de permeabilidade do solo, incentivando a adoção desses padrões inclusive nos passeios;

VII. Implantação de programas de contingência para eventos críticos de cheias;

VIII. Promoção de programas de educação da comunidade e de divulgação de ações para melhoria e proteção do sistema de drenagem;

IX. Capacitação dos quadros técnicos da Municipalidade para o aprimoramento de suas ações diretas e indiretas nas questões relacionadas com a drenagem urbana;

X. Implementação de instrumentos de controle do parcelamento, uso e ocupação do solo, resguardando várzeas e promovendo a manutenção dos índices de impermeabilização do território nos níveis planejados;

XI. Controle da erosão e assoreamento, resguardando a capacidade de escoamento dos canais de drenagem.

Parágrafo único. O Poder Executivo deverá implementar o Plano Diretor de Macro-Drenagem por meio de ações e medidas estruturais, conforme estabelecido nesta Lei Complementar. ”

A Prefeitura vem implantando ações e obras para seguir o plano de Drenagem, como a Drenagem Urbana Sustentável no Córrego de Canudos e a Canalização dos Córregos Lavapés e Canudos. Segundo a Prefeitura de Mogi das Cruzes (2011):

[...] ao todo, serão implantados 800 metros de rede de drenagem, 1,4 mil metros de redes de água e outros 1,4 mil metros de redes de esgoto na extensão desde as proximidades do Terminal Central até o cruzamento com a Rua Padre João e na Praça Monsenhor Roque Pinto.

Mogi das Cruzes tem importância quando se fala de drenagem urbana em São Paulo, pois contribui diretamente para a Bacia Hidrográfica do Alto do Tietê com dois reservatórios, o Jundiaí e o Taiaçupeba, como cita o canal online De Olho nos Mananciais (2011):

A Bacia Hidrográfica do Alto Tietê – Cabeceiras tem 1.889 km² de área de drenagem e é constituída pelos rios Tietê (desde sua nascente até a divisa com Itaquaquecetuba), Claro, Paraitinga, Biritiba-mirim, Jundiaí e Taiaçupeba-mirim. Nesta bacia, estão presentes os reservatórios Ribeirão dos Campos, Ponte Nova (no município de Salesópolis), Jundiaí (em Mogi das Cruzes), Taiaçupeba (na divisa de Mogi das Cruzes e Suzano), Biritiba (em Biritiba-Mirim) e Paraitinga (em Salesópolis).

O Portal do Departamento de Águas e Energia Elétrica do Governo de São Paulo cita duas barragens presentes em Mogi, que visam a contenção de enchentes e o abastecimento público para a região metropolitana de São Paulo. Elas se encontram justamente nos rios Jundiaí e Taiaçupeba e fazem parte do Sistema Produtor do Alto Tietê.

Juntos, os reservatórios têm uma área de drenagem de 340 km², como vemos nas descrições abaixo, extraídas do Portal do Departamento de Águas e Energia Elétrica de São Paulo:

a) Jundiá

- Localização: Rodovia Francisco Ribeiro Nogueira, Km 70,0 – Bairro das Aroeiras, Município de Mogi das Cruzes/SP. Concluída: 1989.
- Área de drenagem: 116 Km²
- Área de inundação: 17,424 Km²
- Volume útil do reservatório: 74,0931 x 10⁶ m³
- Nível máximo normal: 754,50 m; Nível máximo Maximorum: 756,76 m
- Nível mínimo: 748,42 m
- Cota da Crista: 758,00 m
- Comprimento: 690,00 m; Largura: 10,00 m
- Altura máxima: 23,00 m
- Volume de escavação: 1.476.000 m³; Volume de aterro: 1.925.000 m³

b) Taiapuêba

- Localização: Rodovia Engenheiro. Candido do Rego Chaves, n.º 3500 - (SP 39 km 49,00) - Bairro de Jundiapuêba, Município de Mogi das Cruzes/SP
- Concluída: 2008 (fechamento definitivo)
- Área de drenagem: 224 Km²
- Área de Inundação: 19,36 Km²
- Volume útil do reservatório: 85,2012 x 10⁶ m³
- Nível máximo normal: 747,21 m; Nível máximo Maximorum: 749,33 m
- Nível mínimo: 739,50 m
- Cota da Crista: 751,50 m
- Comprimento: 3040,00 m; Largura 8,00 m
- Altura máxima: 20,50 m
- Volume de escavação: 700.000 m³; Volume de aterro: 2.400.000 m³

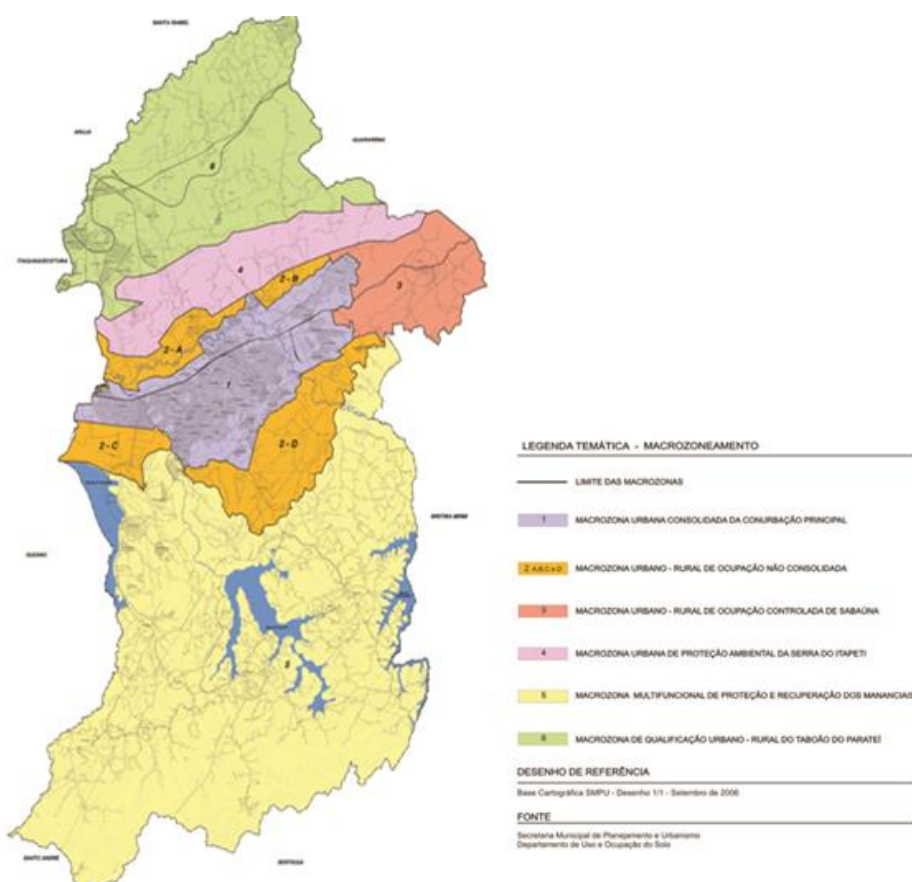
1.4 LEIS DE ZONEAMENTO

1.4.1 Zoneamento Ambiental

Segundo o plano diretor de Mogi das Cruzes, inserido no ano de 2006, o município é dividido em macrozonas conforme o mapa abaixo, delimitando cada segmento com suas particularidades, que não se faz necessário detalhá-las neste momento.

Focaremos em algumas localidades que oferecem um potencial e pré-disposição para o turismo, como a Macrozona Urbano-Rural de Ocupação Controlada de Sabaúna, indicado pela zona três no mapa, a Macrozona Multifuncional de Proteção e Recuperação dos Mananciais, indicado pela zona cinco e a Macrozona de Qualificação Urbano-Rural do Taboão do Parateí, indicado pela zona seis da Figura 6.

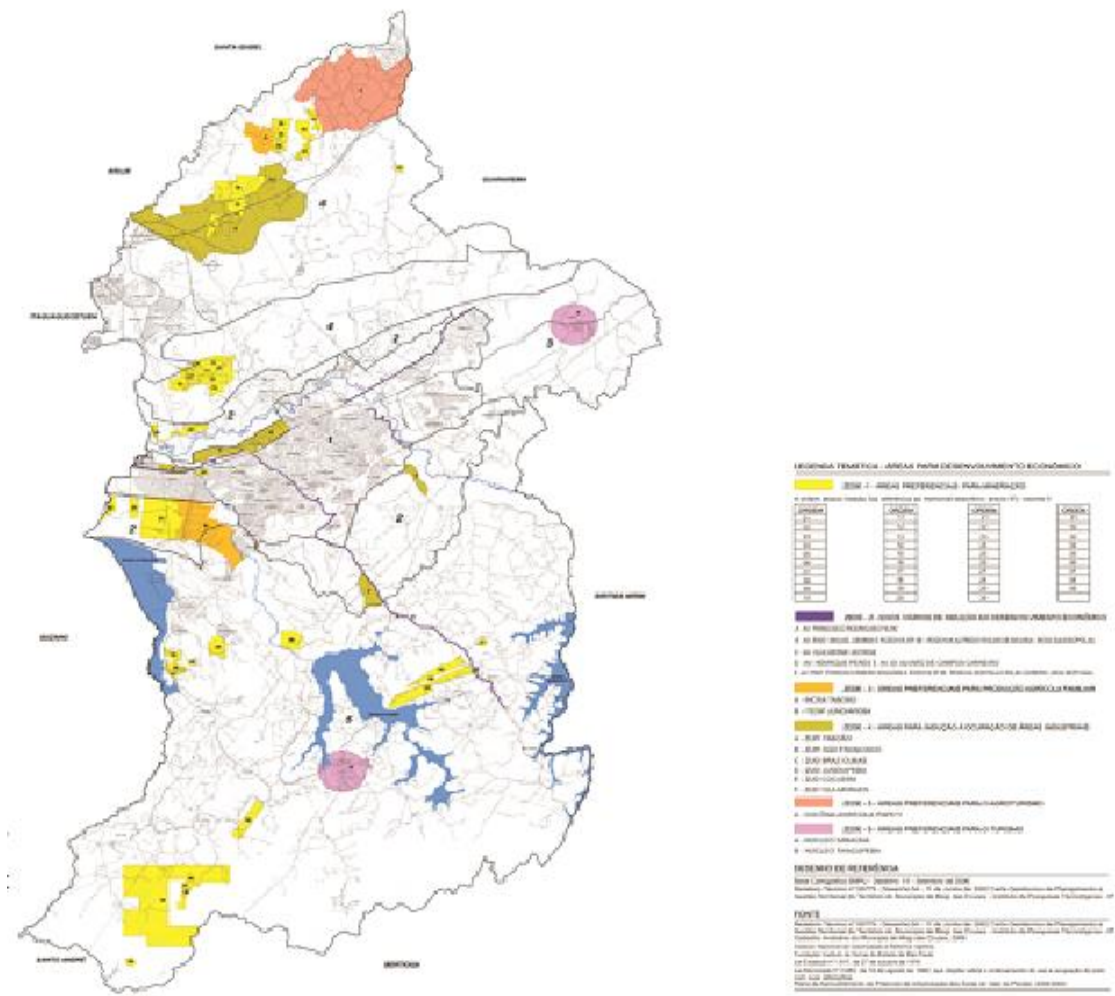
Figura 6: Mapa do zoneamento ambiental de Mogi das Cruzes



Fonte: Plano Diretor de Mogi das Cruzes, 2006. Disponível em: <http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/planejamento/arquivos/planodiretor.pdf>. Acesso em: 06 mai. 2015

No mapa seguinte (Figura 7) encontraremos dentro dessas macrozonas os núcleos voltados para o turismo. Em uma grande área, pequenas manchas representam as regiões preferenciais para essa economia, fornecendo uma pequena expressividade em relação às outras atividades econômicas descritas no Plano Diretor de Mogi das Cruzes.

Figura 7: Mapa dos zoneamentos especiais de desenvolvimento econômico.



Fonte: Plano Diretor de Mogi das Cruzes, 2006. Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/planejamento/arquivos/planodiretor.pdf>>. Acesso em: 06 mai. 2015.

A mancha avermelhada localizada na Macrozona Rural do Taboão do Parateí indica o Núcleo Agrícola Itapeti, voltado preferencialmente para a economia de agroturismo; a mancha rosada localizada nas Macrozonas de Ocupação Controlada

de Sabaúna e de Proteção e Recuperação de Mananciais tem sua economia voltada preferencialmente para o turismo.

1.4.2 Zoneamento Urbano: uso e ocupação do solo

Da área territorial de Mogi, 65,55% (472,61 km²) encontra-se em área de proteção ambiental, de acordo com dados da prefeitura municipal.

Conforme citado anteriormente, o município se divide em 08 distritos, sendo que os de Sede, César de Souza e Brás Cubas se destacam pela centralidade e adensamento. Com exceção de Jundiapéba, os demais distritos encontram-se afastados da região central e com baixa ocupação do solo. O Plano Diretor Municipal e a Lei 2683/82 – Legislação de Ordenamento e Uso do Solo determinam a divisão de uso e ocupação do solo em:

- a) *Zonas Residenciais; Zonas Industriais; Zonas Comerciais e de Serviços;*
- b) *Zonas Institucionais; Zonas Mistas; Zonas de Transição.*

Na região central, as Zonas Mistas são mescladas com usos comerciais e residenciais apresentando também zonas institucionais. No entorno dessa região, encontram-se áreas de ocupação não consolidadas, com deficitária infraestrutura urbana, composta basicamente de residências e comércio local. Vê-se também a presença de zonas industriais ao norte do município e no distrito de Jundiapéba.

De acordo com o Plano Diretor Municipal, também estão previstas áreas de ZEIS – Zona Especial de Interesse Social. Um importante instrumento urbanístico para Mogi das Cruzes, que tem o fim de regularizar as regiões que receberão assentamentos habitacionais de população de baixa renda. O distrito de Quatinga está inserido na área de ZEIS, em toda sua extensão; já os demais distritos possuem áreas isoladas de ZEIS.

As Zonas Especiais de Desenvolvimento Econômico, segundo o plano diretor, têm como objetivo demarcar “áreas de interesse estratégico para manutenção, qualificação e indução à implantação de empreendimentos e atividades econômicas

no Município, visando à promoção do desenvolvimento socioeconômico e da geração de emprego e renda.” (Plano Diretor Mogi das Cruzes, 2006).

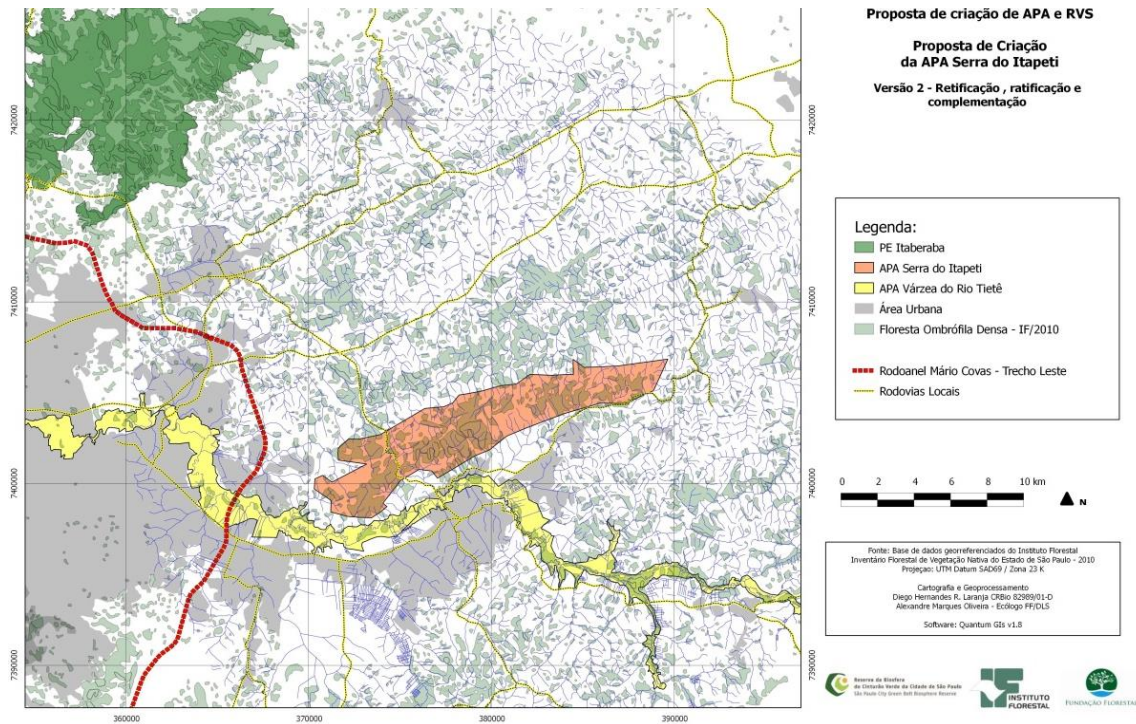
Vale citar alguns zoneamentos com foco no desenvolvimento turístico como ZEDE-5 e ZEDE-6, respectivamente, zonas de agroturismo, indicadas pelas zonas alaranjadas localizada na região da macrozona Taboão do Parateí; e zonas para o turismo, indicado pelas zonas rosadas localizada na macrozona de Rural de Sabaúna e na macrozona de recuperação dos mananciais.

1.4.3 Unidades de Conservação

No site da instituição estadual Fundação Florestal, órgão vinculado à Secretaria de Meio Ambiente, encontram-se identificadas algumas unidades de conservação ambiental aos arredores de Mogi das Cruzes:

- Parque Estadual da Serra do Mar - Parque Estadual
- Estação Ecológica do Itapeti - Estação Ecológica
- APA Várzea do Tietê - Área de Proteção Ambiental
- RPPN Mahayana - Reserva Particular do Patrimônio Natural
- (2014) RPPN Botujuru - Reserva Particular do Patrimônio Natural
- RPPN Parque das Neblinas - Reserva Particular do Patrimônio Natural

Figura 8: Unidade de Conservação Itapeti



Fonte: Edital proposta de criação da APA Serra do Itapeti.

A Unidade de Conservação é criada para a proteção do local e o desenvolvimento sustentável entre a civilização e meio ambiente. Segundo notícias do site da Fundação Florestal, no dia 19 de outubro de 2013 foi iniciado o processo de criação de novas UCs, no qual o sindicato rural se mobilizou em uma audiência pública no dia 18 de novembro de 2013. A proposta era a criação de uma Unidade de Conservação, Refúgio da Fauna Silvestre Sagui-da-serra-escuro, com o objetivo da preservação da espécie que leva o nome da UC, *Callithrix aurita* (E. Geoffroy in Humboldt, 1812), oficialmente na lista de animais que correm risco de extinção pelo Ministério do Meio Ambiente, desde 2003.

Logo após a criação da UC, seria assinado em conjunto, o projeto do Mosaico Itapeti-Tietê. Porém, através de pesquisas, consultas e entrevistas com o órgão público de Mogi, não encontramos nenhuma prospecção desse projeto ou sua finalização, a qual estava prevista para o dia 20 de dezembro de 2013.

1.4.4 RPPNs

Aos arredores do município existem extensas áreas de Unidades de Conservação, uma em particular apresenta grande atratividade para parcerias com a

iniciativa privada – são as RPPNs (Reserva Particular do Patrimônio Natural). Em 16 de outubro de 2014, foi noticiado pela Fundação Florestal duas novas RPPNs, uma em Ubarana, RPPN Vale Verdejante, e outra em Mogi das Cruzes, a RPPN Botujuru, a qual é propriedade da empresa SPLF Investimentos e Participações LTDA.

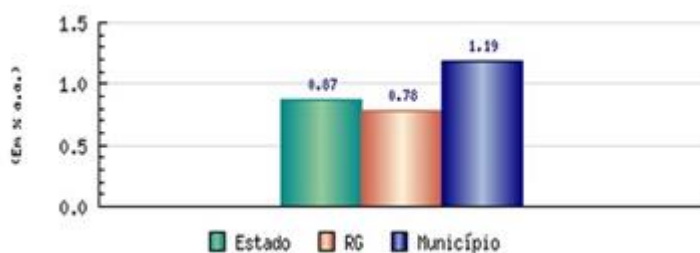
Quando uma RPPN é criada se subdivide em algumas categorias, como Recuperação, Pesquisa, Desenvolvimento de Produtos, Capacitação, Turismo e Educação Ambiental, Uso Natural de Recursos Naturais, Recursos Hídricos, entre outras. Estas categorias estimulam a captação de recursos nacionais, chegando ao teto de 30 bilhões de reais, segundo os dados do livro criado pela Frepesp, uma associação de RPPNs, Caminho das Pedras Manual de Acesso às Fontes de Recursos Públicas Nacionais para Proprietários de RPPN.

2 DEMOGRAFIA

Para entender a demografia da cidade, recorreremos aos dados oficiais do IBGE, Atlas Brasil, Observatório do Trânsito Paulista (DETRAN) e SEADE. É imprescindível compreender a dinâmica da população para, assim, traçar um perfil e buscar entender quais as necessidades e melhorias que a cidade precisa desenvolver para o bem-estar da população, assim como de seus visitantes.

2.1 ESTRUTURA ETÁRIA

Gráfico 1: Território e População - taxa geométrica de crescimento anual da população 2010/2014 - 2014: Estado de São Paulo, Região Metropolitana de São Paulo e Município de Mogi das Cruzes



Fonte: IBGE, 2014.

Conforme o Gráfico 1, acima, podemos observar a alta taxa geométrica de crescimento populacional de Mogi das Cruzes no período de 2010 a 2014. Uma população com um crescimento alto demanda grande planejamento municipal para políticas públicas de educação e saúde infantil.

2.2 DENSIDADE DEMOGRÁFICA

Podemos observar pela tabela a seguir, que a grande maioria da população de Mogi das Cruzes está na faixa etária economicamente ativa (15 a 64 anos), o que significa uma boa oferta de mão de obra e a necessidade de ser atendida em termos de qualificação profissional, tanto para o turismo, como para outras áreas. A faixa etária com menos de 15 anos é bem expressiva, o que leva a necessidade de investimentos massivos em educação.

De 2000 a 2010 o índice de envelhecimento aumentou, logo, a preocupação com a população idosa deve ser considerada, refletindo, portanto, as questões de investimento em lazer e saúde, imprescindíveis para esta faixa etária. A prefeitura possui um conselho municipal do idoso, que visa fornecer a atenção especial que necessitam como cidadãos.

Tabela 1: Estrutura etária da população de Mogi das Cruzes

Estrutura Etária	População (2000)	% do Total (2000)	População (2010)	% do Total (2010)
Menos de 15 anos	94.980	28,76	92.690	23,9
15 a 64 anos	218.264	66,09	268.731	69,3
65 anos ou mais	16.997	5,15	26.358	6,8
Razão de dependência	51,27	-	44,09	-
Índice de envelhecimento	5,15	-	6,8	-

Fonte: PNUD, Ipea e FJP, 2011.

2.3 GRAU DE URBANIZAÇÃO

A densidade demográfica de Mogi é baixa, devido ao seu extenso território; no gráfico a seguir podemos visualizar a densidade demográfica do município de Mogi das Cruzes relativo à região metropolitana e ao estado de São Paulo.

Gráfico 2: Território e População - Densidade demográfica 2014: Estado de São Paulo, Região Metropolitana de São Paulo e Município de Mogi das Cruzes



Fonte: IBGE, 2014.

2.4 CONDIÇÕES DE VIDA

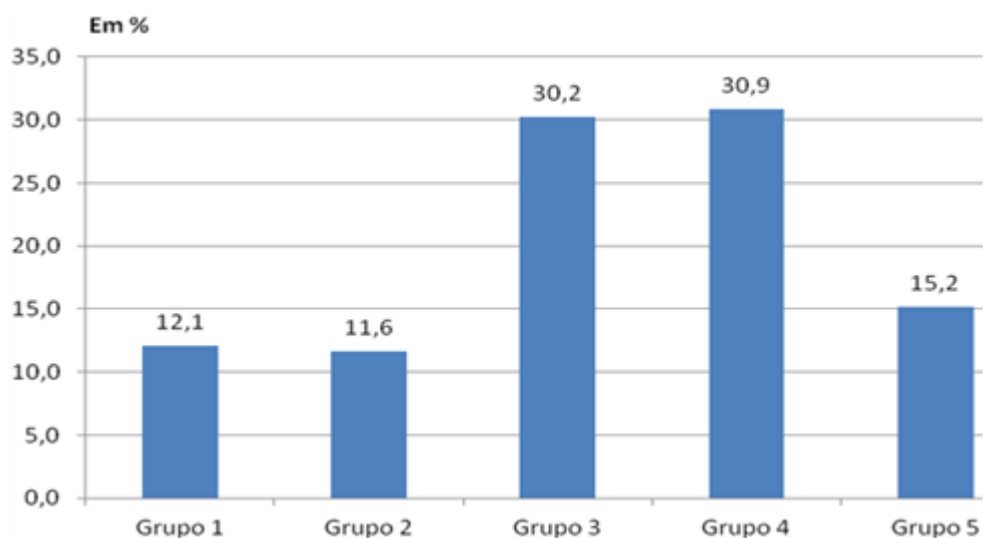
2.4.1 IPRS

Segundo o Índice Paulista de Responsabilidade Social (IPRS), que mensura os níveis de riqueza, longevidade e escolaridade dos municípios do Estado de São Paulo e os divide entre cinco grupos, Mogi das Cruzes estava em 106º lugar no quesito riqueza, 334º em longevidade e 447º em escolaridade no ano de 2010.

Nas edições de 2008 e 2010 do IPRS, Mogi das Cruzes classificou-se no Grupo 2, que agrega os municípios bem posicionados na dimensão riqueza, mas com deficiência em pelo menos um dos indicadores sociais. No âmbito do IPRS, o município registrou avanços em todas as dimensões. Em termos de dimensões sociais, os níveis de longevidade e de escolaridade estão abaixo da média do Estado. Contudo, encontra-se em melhor posição em relação à cidade de São Paulo quanto a escolaridade, cuja posição no ranking é 549º lugar, assim como em relação a Diadema, município que possui taxa populacional semelhante a de Mogi (aproximadamente 386.089 segundo o IBGE) e que manteve posição de 422º de Longevidade e 535º em Escolaridade. Estes três municípios estão enquadrados no Grupo 2 do IPRS.

Abaixo segue a distribuição de municípios da Região Metropolitana de São Paulo, e as respectivas variações de níveis de riqueza, longevidade e escolaridade, distribuídas em cinco grupos.

Gráfico 3: Distribuição dos municípios segundo grupos do IPRS do Estado de São Paulo



Fonte: Fundação SEADE, 2011.

Figura 9: Divisão do IPRS - Região Metropolitana de São Paulo



Fonte: Fundação SEADE, 2011. Disponível em: <http://www.iprsipvs.seade.gov.br/view/index.php?selLoc=0&selTpLoc=4&prodCod=1>. Acesso em: 06 mai. 2015.

2.4.2 IPVS

O Índice Paulista de Vulnerabilidade Social (IPVS) baseia-se em uma tipologia derivada da combinação de indicadores sintéticos das dimensões socioeconômica e demográfica (Tabela 2), permitindo classificar os setores

censitários em sete categorias (Tabela 3), segundo o grau de vulnerabilidade social da população neles residente.

Tabela 2: Componente dos indicadores sintéticos das dimensões

Dimensão	Componentes
Socioeconômica	Renda Domiciliar <i>per capita</i>
	Rendimento médio da mulher responsável pelo domicílio
	% de domicílios com a renda domiciliar per capita até 1/2 SM
	\$ de domicílios com a renda domiciliar per capita até 1/4 SM
	% de pessoas responsáveis pelo domicílio alfabetizados
Demográfica	% de pessoas responsáveis de 10 à 29 anos
	% de mulheres responsáveis de 10 à 29 anos
	Idade média dos responsáveis
	% de crianças de 0 à 5 anos de idade
*SM = Salários mínimos	

Fonte: Fundação SEADE – Índice paulista de vulnerabilidade social, 2011.

Tabela 3: Grupos do IPVS 2010

Grupo	Descrição	Dimensões		Situação e tipo de setores por grupos
		Socioeconômicas	Ciclo de vida familiar	
1	Baixíssima vulnerabilidade	Muito alta	Famílias jovens, adultas e idosas	Urbanos e rurais não especiais e subnormais
2	Vulnerabilidade muito baixa	Média	Famílias adultas e idosas	Urbanos e rurais não especiais e subnormais
3	Vulnerabilidade baixa	Média	Famílias jovens	Urbanos e rurais não especiais e subnormais
4	Vulnerabilidade média	Baixa	Famílias adultas e idosas	Urbanos não especiais e subnormais
5	Vulnerabilidade alta (urbanos)	Baixa	Famílias jovens	Urbanos não especiais
6	Vulnerabilidade muito alta (aglomerados subnormais urbanos)	Baixa	Famílias jovens	Urbanos subnormais
7	Vulnerabilidade alta (rurais)	Baixa	Famílias idosas, adultos e jovens	Rurais

Fonte: Fundação SEADE -- Índice paulista de vulnerabilidade social, 2011.

Na Tabela 4, podemos ver os índices do IPVS de Mogi das Cruzes: a cidade encontra-se em sua maior parte com vulnerabilidade muito baixa, que são as famílias adultas e idosas, em espaços urbanos e rurais e, em seguida, a segunda maior parte da população está enquadrada em vulnerabilidade média, o que expressa um número maior do que a média do IPVS do Estado de São Paulo, como veremos a seguir.

Na análise feita em 2010 pela Fundação SEADE, mostra-se que o Grupo 2 (vulnerabilidade muito baixa) tem 146.973 pessoas (38,2% do total), que o rendimento nominal médio dos domicílios era de R\$3.107 e em 9,9% deles a renda não ultrapassava meio salário mínimo *per capita*. Com relação aos indicadores demográficos, a idade média dos responsáveis pelos domicílios era de 50 anos e aqueles com menos de 30 anos representavam 9,3%. Dentre as mulheres chefes de domicílios 8,6% tinham até 30 anos, e a parcela de crianças com menos de seis anos equivalia a 7,0% do total da população desse grupo.

O segundo maior grupo dentro do IPVS de Mogi das Cruzes é o Grupo 4, classificado como Vulnerabilidade Média e com renda domiciliar média de R\$2.526, sendo que em 17,9% dos domicílios não ultrapassava meio salário mínimo *per capita*. Em relação aos indicadores demográficos, a idade média dos chefes de domicílios era de 47 anos e aqueles com menos de 30 anos representavam 13,2% do total. Dentre as mulheres responsáveis pelo domicílio, 13,0% tinham até 30 anos, e a parcela de crianças com menos de seis anos chegou a 8,7% do total da população.

Tabela 4: Indicadores que compõem o Índice Paulista de Vulnerabilidade Social - IPVS de Mogi das Cruzes

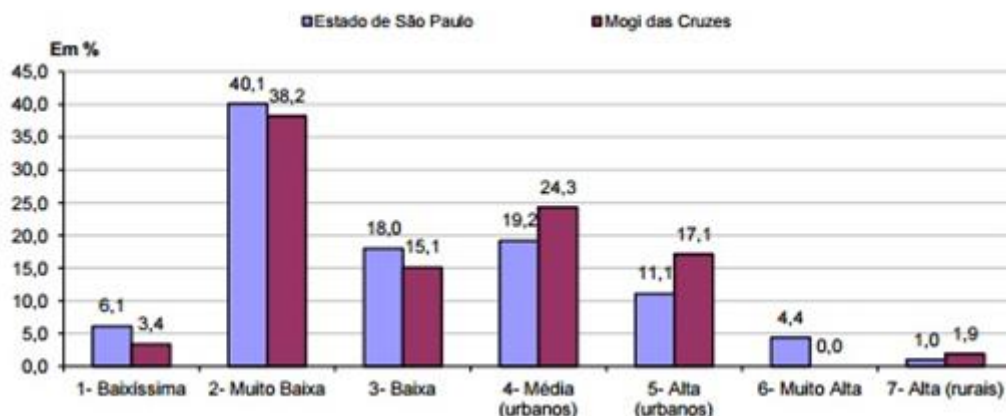
Indicadores	Total	Índice Paulista de Vulnerabilidade Social						
		1 - Baixíssima	2 - Muito baixa	3 - Baixa	4 - Média (urbanos)	5 - Alta (urbanos)	6 - Muito alta (aglomerados subnormais)	7 - Alta (rurais)
População (nº abs.)	386.012	12.971	146.973	58.228	93.668	65.726	-	7.446
População (%)	100	3,4	38,2	15,1	24,3	17,1	-	1,9
Domicílios particulares	115.834	4.441	46.114	18.257	26.948	18.004	-	2.070
Domicílios particulares permanentes	115.785	4.441	46.090	18.250	26.933	18.003	-	2.068
Número médio de pessoas por domicílio	3	3	3	3	4	4	-	4

Renda domiciliar nominal média (em reais de agosto de 2010)	2.526	7.872	3.107	2.276	1.771	1.237	-	1.367
Renda domiciliar <i>per capita</i> (em reais de agosto de 2010)	761	2.695	976	715	510	339	-	382
Domicílios com renda <i>per capita</i> de até um quarto do salário mínimo (%)	4,8	0,5	1,9	2,8	6,2	12,2	-	11,5
Domicílios com renda <i>per capita</i> de até meio salário mínimo (%)	18	2	10	14	23	37	-	36
Renda média das mulheres responsáveis pelo domínio (em reais de agosto de 2010)	987	2.838	1.268	910	677	432	-	504
Mulheres responsáveis com menos de 30 anos (%)	13	15	9	20	10	19	-	9
Responsáveis com menos de 30 anos (%)	13,2	10,5	9,3	19,6	11,7	19,8	-	11,5
Responsáveis pelo domicílio alfabetizados (%)	95	100	97	97	93	91	-	82
Idade média do responsável pelo domicílio (em anos)	47	46	50	42	47	42	-	48
Crianças com menos de 6 anos no total de residentes (%)	9	7	7	10	9	12	-	9

Fonte: IBGE e Fundação SEADE, 2011.

Abaixo o gráfico da distribuição do IPVS do Estado de São Paulo em comparação com Mogi das Cruzes.

Gráfico 4: Distribuição da população, segundo grupos do Índice Paulista de Vulnerabilidade Social - IPVS: Estado de São Paulo e Município de Mogi das Cruzes - 2010



Fonte: IBGE, 2014.

Podemos observar que o Grupo 5 (vulnerabilidade alta - setores urbanos) é maior do que a média do Estado de São Paulo e é equivalente a 65.726 pessoas (17,1% do total). Segundo a análise da Fundação SEADE, no espaço ocupado por esses setores censitários, o rendimento nominal médio dos domicílios era de R\$1.237 e em 36,6% deles a renda não ultrapassava meio salário mínimo *per capita*. Com relação aos indicadores demográficos, a idade média dos responsáveis pelos domicílios era de 42 anos e aqueles com menos de 30 anos representavam 19,8%. Dentre as mulheres chefes de domicílios 19,4% tinham até 30 anos, e a parcela de crianças com menos de seis anos equivalia a 11,6% do total da população desse grupo.

3 ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS

3.1 EVOLUÇÃO ECONÔMICA RECENTE DE MOGI

O município de Mogi das Cruzes, que apresentou em 2014 uma população de 405.959² habitantes, demonstra um crescimento econômico notável para a região metropolitana de São Paulo. Em seu PIB³, conforme consta na tabela abaixo, pode-se observar claramente o desenvolvimento do município tanto em valores absolutos quanto à participação Estadual no período de 1999 a 2009, que sinaliza seu crescimento econômico frente à sua economia diversificada: indústria, comércio, agronegócio.

Tabela 5: Produto Interno Bruto de Mogi das Cruzes

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
PIB (milhões de reais correntes)	2.215	2.518	2.615	2.992	3.562	4.039	4.358	4.831	5.497	6.698	7.712
PIB <i>per capita</i> (reais correntes)	6.360	7.542	7.686	8.632	10.089	11.236	11.909	12.972	15.250	18.037	20.552
Participação no PIB do Estado (%)	0,58	0,59	0,56	0,58	0,61	0,63	0,6	0,6	0,61	0,67	0,71

Fonte: Fundação SEADE, 2011.

Tabela 6: Produto Interno Bruto Per Capita – Brasil – 2007 a 2013

Ano	Per Capita (R\$)
2007	14.047
2008	15.831
2009	16.737
2010	19.285
2011	20.988
2012	22.044
2013	24.065

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados disponíveis no site do IBGE, 2015.

² Dado obtido no SEADE (Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados).

³ IBGE: Total de bens e serviços produzidos pelas unidades produtoras, ou seja, a soma dos valores adicionados acrescidas de impostos.

Nota-se que no período apresentado na tabela acima, o PIB *per capita*⁴ é superior quando comparado ao do Brasil devido a fortes incentivos fiscais implementados pela prefeitura às instalações de diversas indústrias e empresas na região. Mesmo assim, ressalta-se que para estes valores apresentados deve-se levar em consideração sua disparidade socioeconômica, onde não necessariamente apontam melhorias na qualidade de vida dos munícipes, o qual será abordado neste plano nos tópicos seguintes.

Em relação ao desenvolvimento turístico, pode-se dizer que seu fluxo é essencialmente regional, devido à semelhança de desenvolvimento social presente nas cidades vizinhas e prosperidade econômica, fator que a prefeitura local se aproveita para poder promover o município no turismo rural, de aventura e negócios.

Em 2009, tendo em vista o potencial turístico da região, foi fundado o Observatório do Turismo pela Prefeitura, com o objetivo de fornecer dados para quem deseja investir na área e acompanhar através de análises o desempenho do setor e os impactos do turismo realizados pela administração municipal.

Tabela 7: Contribuição dos setores da economia no PIB do município (% do total do valor adicionado)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Serviços	65,46	62,74	64,54	63,25	60,39	56,86	59,17	61,51	62,27	63,32	65,62
Agropecuária	1,67	1,76	2,48	3,43	2,94	2,71	1,88	1,89	2,15	1,25	1,64
Indústria	32,87	35,50	32,98	33,32	36,67	40,44	38,94	36,60	35,58	35,43	32,75
Administração Pública	11,15	10,54	11,35	11,64	11,03	10,47	11,03	10,86	11,03	10,44	10,44

Fonte: Fundação SEADE, 2011.

Tabela 8: Participação dos setores no total de empregos formais – em %

	1991	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura	1,54	4,54	5,04	3,66	3,70	3,40	3,10	2,90	2,70
Construção	6,15	4,58	7,50	5,50	6,80	7,00	8,20	7,80	8,50
Indústria	39,39	34,04	26,97	23,99	22,10	22,10	22,40	20,40	21,20
Comércio atacadista e varejista e comércio e reparação de veículos automotores e monocicletas	14,20	16,92	19,23	23,04	21,60	21,10	20,50	21,10	20,60
Serviços	29,83	39,37	41,26	43,81	45,80	46,50	45,70	47,90	47,10

Fonte: Fundação SEADE, 2011.

⁴ PIB *per capita*: produto interno bruto, dividido pela quantidade de habitantes de uma determinada região.

3.2 PERFIL ECONÔMICO SETORIAL

Segundo os dados apresentados pela SEADE e Ambconsult⁵, o município possui uma forte produção de hortifrutigranjeiros, integrando o cinturão verde da Região Metropolitana de São Paulo. É o maior produtor de orquídeas, cogumelo, caqui e nêspersas do Brasil⁶.

No Planejamento de Resíduos Sólidos apresentado pela Ambconsult, em 2010 a participação dos empregos formais da agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura no total de empregos formais era igual a 2,7%. A participação da agropecuária no PIB municipal, em 2009, era de 1,64%. No setor industrial, destacam-se a indústria cerâmica, de material elétrico, papel, química e tratores. O município abriga o Parque Industrial do Taboão, criado pela Lei Estadual nº 2.952, de 15 de julho de 1981, e pela Lei Municipal nº 2.517, de 18 de abril de 1980. No espaço de 15 milhões de m², a prefeitura oferece incentivos fiscais, que variam de acordo com o faturamento e geração de empregos do empreendimento.

A participação dos empregos formais da indústria no total de empregos formais, em 2010, era igual a 21,2%. Em 2009, a participação da indústria no PIB municipal (total do valor adicionado) era de 32,75%. O setor de serviços é o que contribui com maior valor no PIB municipal e que gera o maior número de empregos formais. Mogi das Cruzes abriga duas das maiores empresas de telemarketing do País, a TIVIT e a Contractor. A contribuição dos setores no PIB municipal atualmente é semelhante à observada dez anos atrás. Em torno de 2004 o setor de serviços perdeu um pouco de espaço, mas sua contribuição logo voltou a subir e atingir, em 2009, 65% do total do valor adicionado.

Apesar do expressivo aumento no número de empregos verificado entre 2006 e 2010, o salário médio mensal, calculado em salários mínimos, caiu progressivamente entre 2006 e 2010. Em relação ao restante do Estado de São Paulo, em 2000, a renda per capita do município era de 2,55 salários mínimos, um pouco abaixo da média estadual, que era de 2,92 salários mínimos. O PIB municipal

⁵ Empresa responsável pela elaboração do Plano Municipal de Resíduos Sólidos em Mogi das Cruzes (2013).

⁶ Dado retirado do Folder do Parque Industrial de Taboão – Mogi das Cruzes.

e o PIB per capita, entretanto, aumentaram 15% entre 2008 e 2009, e a participação de Mogi no PIB estadual também cresceu ano a ano, entre 1999 e 2009.

Ainda não constam dados precisos sobre o desenvolvimento do turismo na região em relação ao PIB, mas segundo dados do Observatório do Turismo pode-se afirmar que esta atividade vem se desenvolvendo com o passar dos anos conforme consta na tabela abaixo em relação ao orçamento disponibilizado pelo município e pela FUMTUR.

Tabela 9: Orçamento de Turismo no Município de Mogi das Cruzes

Ano	Orçamento Municipal (R\$)	FUMTUR (R\$)
2009	-	-
2010	13.000	-
2011	85.000	-
2012	119.000	3.000
2013	185.000	55.000

Fonte: Fundação FUMTUR, 2014.

O orçamento para o turismo aumentou significativamente no período de 2010-2013. Com o desenvolvimento da atividade, a prefeitura também passou a investir em eventos e novos projetos, conforme apresentados na tabela abaixo:

Tabela 10: Histórico do Turismo no Município de Mogi das Cruzes

Ano	Atividade
2009	<ul style="list-style-type: none"> • Levantamento do potencial turístico • Criação do CDTUR – Comissão de Desenvolvimento Turístico • Retomada do projeto de infraestrutura do mirante Pico do Urubu • Criação do informativo Destino Mogi • Apoio ao Festival de Outono/Primavera de Parapente – Pico do Urubu • Lançamento do Expresso Turístico • Enduro da Independência • Apoio ao 9. Encontro de Autos Antigos • Copa Pakato • Trem turístico de Natal
2010	<ul style="list-style-type: none"> • Realização do 3. Festival de Voo Livre • Lançamento do City Tour Mogi para Mogianos • Mogi se torna membro da Câmara Temática para a Copa 2014 • Captação – Adventure Camp 2010 • Participação na Adventure Sports Fair (estande próprio) • Inauguração do Vagão Bicletário e ciclo-rotas – Expresso Turístico • Levantamento para a sinalização turística • Captação – FIM Copa Pakato • Realização do 4. Festival de Voo Livre • Captação – 10. Encontro dos Autos Antigos • Captação – Campeonato Paulista de Mountain Bike Cross Country

	<ul style="list-style-type: none"> • Apoio ao Campeonato Paulista de Mountain Bike
2011	<ul style="list-style-type: none"> • City Tour para Mogianos todos os domingos • Captação – Adventure Camp 2011 • Participação Festival do Cambuci – Paranapiacaba • Material promocional de Mogi das Cruzes foi enviado para o Comitê da Copa 2014 • Participação da Feira Aviestur • Realização do Festival de Voo Livre • Realização da Reunião de Empreendedores de Turismo • Apoio à Copa TNT de enduro de Moto • Realização do Festival do Cambuci • Realização do 2. Encontro de Observação de Aves • Participação do Adventure Sports Fair • Captação – Shimano Fest • Captação – Campeonato Paulista e Brasileiro Enduro de Motos / Copa Pakato • Participação no Festival do Cambuci no Mercado Municipal de São Paulo • Captação – Raka Race Expedition • Apoio no 11 Encontro Autos Antigos Sabaúna • Apoio ao Cross Country Motos • Realização do Trem Turístico até Sabaúna
2012	<ul style="list-style-type: none"> • City Tour para Mogianos todos os domingos • Captação – Adventure Camp 2012 • Participação do festival Cambuci – Paranapiacaba • Participação da feira AVIESTUR • Realização do Festival de Voo Livre • Realização da Reunião de Empreendedores de Turismo • Captação a Copa TNT de enduro de moto • Realização do 2 Festival do Cambuci • Participação do Adventures Sports Fair • Apoio ao Shimano Fest • Apoio ao Campeonato Paulista e Brasileiro de Enduro de Motos – Copa EFX Pakato • Participação no Festival do Cambuci no Mercado Municipal de São Paulo • Apoio ao 12. Encontro de Autos Antigos em Sabaúna • Apoio ao Cross Country de Motos • Realização do Trem Turístico de Natal até Sabaúna • Captação – Final do Campeonato Paulista de Drift

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados obtidos no portal Observatório de Turismo da Prefeitura de Mogi das Cruzes, 2015.

No documento apresentado pelo Observatório do Turismo, destaca-se que entre o período de 2003 a 2008 não existiam sítios turísticos, agências de turismo e monitores/guias atuando na cidade. Existiam poucos produtos turísticos formatados, pouca produção artesanal e pouco envolvimento do comércio e da comunidade. Pode-se dizer que com o desenvolvimento do turismo, a cidade desfrutou conjuntamente do desenvolvimento do comércio, artesanato e de atividades culturais. A cidade também conta com um fluxo de turistas quinzenal advindos da capital paulista pelo Expresso Turístico.

3.3 PERFIL ECONÔMICO ESPACIAL DA ÁREA

Da área espacial de 721 km² de Mogi, aproximadamente 624,79km² representam a área rural e o restante, de aproximadamente 87,75km², a área urbana (EMPLASA, 2006; IBGE, 2006).

Em referência à área rural, é caracterizada principalmente pelo cultivo de orquídeas (2,5 milhões de vasos/ano, 80% da produção nacional), cogumelo (8 mil ton/ ano de acordo com o site da Prefeitura de Mogi das Cruzes), caqui (40 mil ton/ ano, 80% da produção nacional), nêspersas (750 ton/ano, 85% da produção nacional), hortaliças (500 mil ton/ano, 15% da produção nacional) e atemoias (300 ton/ano). Ressalta-se também que o município possui uma produção significativa de ovos de codorna (2,5 a 3 milhões de dúzias/mês, 20% da produção nacional).

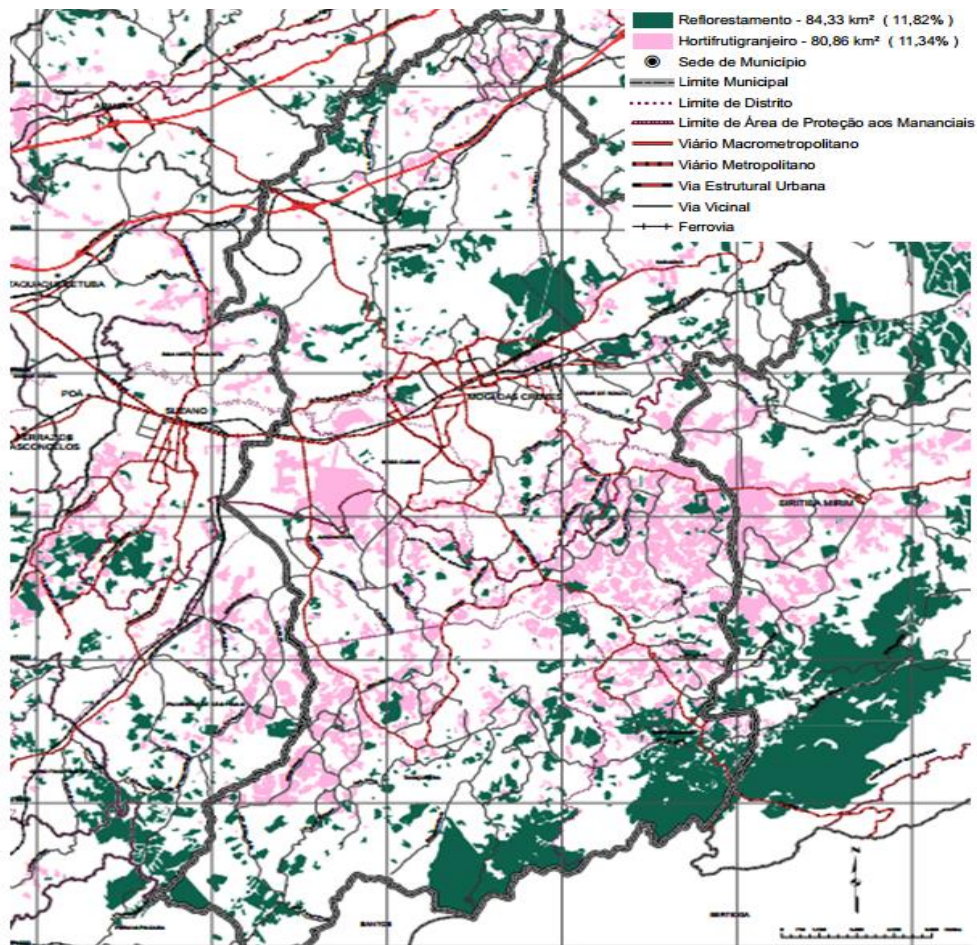
Dos 624,79km² do território rural, apenas 80,86km² são utilizados pelos produtores hortifrutigranjeiros e representam um total de 1.599 estabelecidos (EMPLASA, 2006; IBGE, 2006). Essa produção é suficiente para abastecer 35% de todo o mercado consumidor do Estado de São Paulo e 5% do Rio de Janeiro, assim como explanado pelo DEPRN / DUSM Equipe Técnica de Mogi das Cruzes. O município de Mogi conta também com a criação de animais, que é menos significativa quando se comparado à produção de hortifrúti. A criação de gado na região é a maior dentre as demais espécies efetivas, constando 86 estabelecimentos e mais de 3 mil cabeças, segundo o Censo Agropecuário de 2006 (IBGE).

Tabela 11: Censo agropecuário de Mogi das Cruzes

Espécie efetivo	Número de cabeças	Número de estabelecimentos
Asininos	Não disponível	1
Aves	1.707	26
Bovinos	3.153	82
Bubalinos	Não disponível	1
Caprinos	693	13
Equinos	166	31
Muare	Não disponível	2
Outras aves	280.402	15
Ovinos	345	8
Suínos	459	26

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados obtidos no IBGE, 2006.

Figura 10: Mapa das áreas de reflorestamento e hortifrutigranjeiro



Fonte: EMPLASA, 2006.

Segundo o Atlas de Mogi das Cruzes, realizado pela EMPLASA (2006), constata-se que o solo município era distribuído conforme a tabela a seguir:

Tabela 12: Utilização da terra de Mogi das Cruzes em dimensões espaciais

Classificação	Área (km ²)	(%)
Mata	209,77	29,39
Capoeira	67,61	9,48
Vegetação de Várzea	20,66	2,9
Reflorestamento	84,33	11,82
Hortifrutigranjeiro	80,86	11,34
Chácara	39,47	5,53
Área Urbanizada	39,53	5,54

Favela	1,13	0,16
Equipamento Urbano	5,34	0,75
Indústria	4,95	0,69
Loteamento desocupado	1,79	0,25
Aterro Sanitário	0,01	0,01
Lixão	0,01	0,01
Mineração	7,62	1,07
Mov. de Terra / Solo Exposto	7,92	1,11
Espelho d'Água	18,5	2,59
Rodovia	1,25	0,18
Outro Uso	0,47	0,07

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de dados disponíveis no Atlas de Mogi das Cruzes, 2006.

Quanto ao meio urbano, observa-se que o crescimento no município foi bastante significativo ao comparar as Figuras 12 e 13, principalmente nas zonas centrais, sudeste e norte de Mogi das Cruzes. Neste aspecto, vale ressaltar a importância do plano de desenvolvimento urbano da cidade, que veio a investir muito em infraestrutura principalmente para poder receber as empresas do Parque Industrial do Taboão criado pela Lei Estadual n. 2952, de 15 de julho de 1981 e pela Lei Municipal n. 2.517, de 18 de abril de 1980.

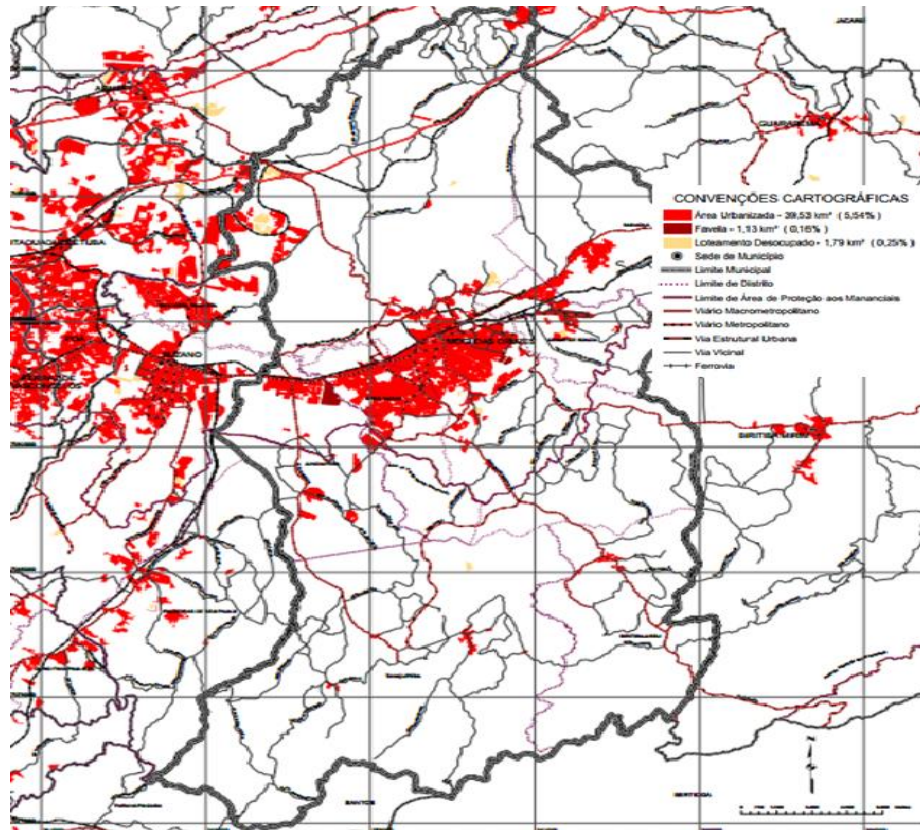
O Parque Industrial do Taboão compreende uma área de 15km², onde apenas 3,4km² já foram ocupados por mais de 400 indústrias, muitas delas de grande porte como a General Motors, Valtra, NGK, Gerdau, Kimberly-Clark, Hoganas, Petrom, entre outras. Em 2006, segundo dados da EMPLASA, o setor industrial ocupava uma área equivalente a 4,95km² do território mogiano. Com relação aos investimentos para o Parque Industrial do Taboão, a Prefeitura, com apoio do Governo do Estado, investiu em obras e serviços para melhorar a infraestrutura do local conforme demonstrados abaixo:

Figura 11: Investimentos – Parque Industrial do Taboão

Recuperação da Estrada Vicinal Taboão-Itapeti-Lambari	Programa de Expansão da Iluminação Pública
- parceria entre o Governo do Estado e a Prefeitura Municipal	- início dos serviços: dezembro de 2009
	- conclusão: abril de 2010
- convênio assinado em julho de 2009	- Estrada do Taboão: 168 luminárias
	- ramais da Estrada do Taboão: 120 luminárias
- investimento: R\$ 12.577.820,80	- total: 288 luminárias
	- investimento: R\$ 230.669,63

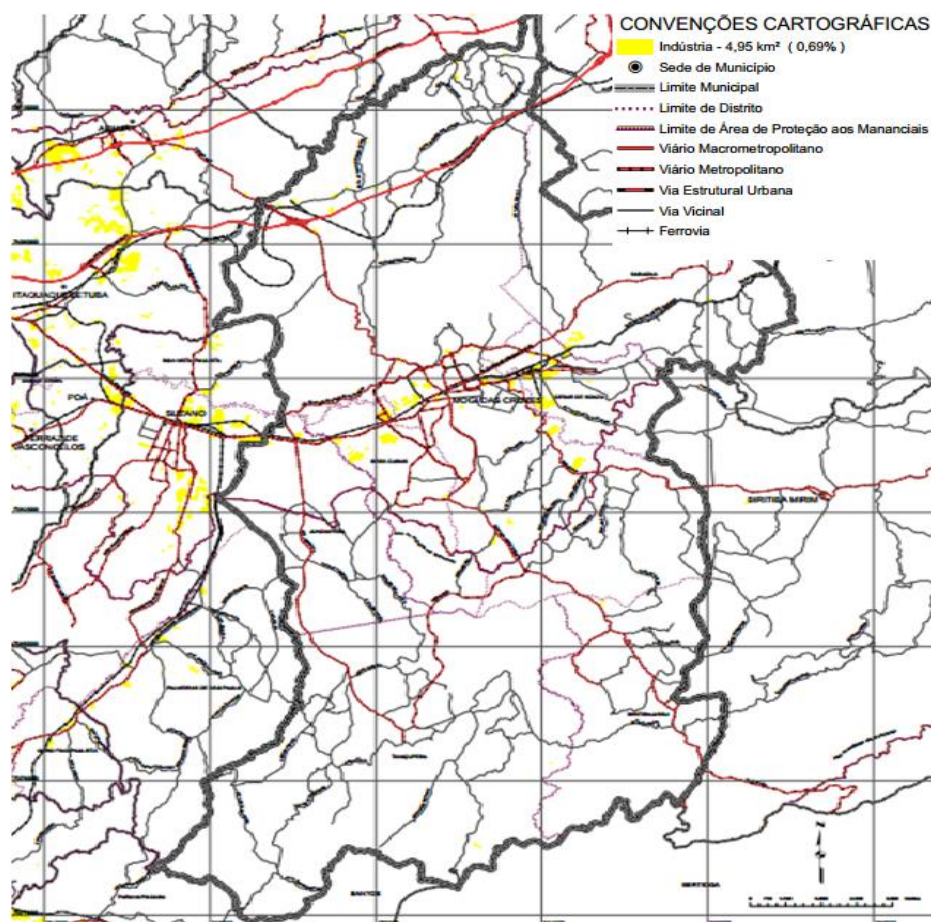
Fonte: EMPLASA, 2006.

Figura 12: Mapa da área urbana de Mogi das Cruzes



Fonte: EMPLASA, 2006.

Figura 13: Mapa da área ocupada pelas indústrias em Mogi das Cruzes



Fonte: EMPLASA, 2006.

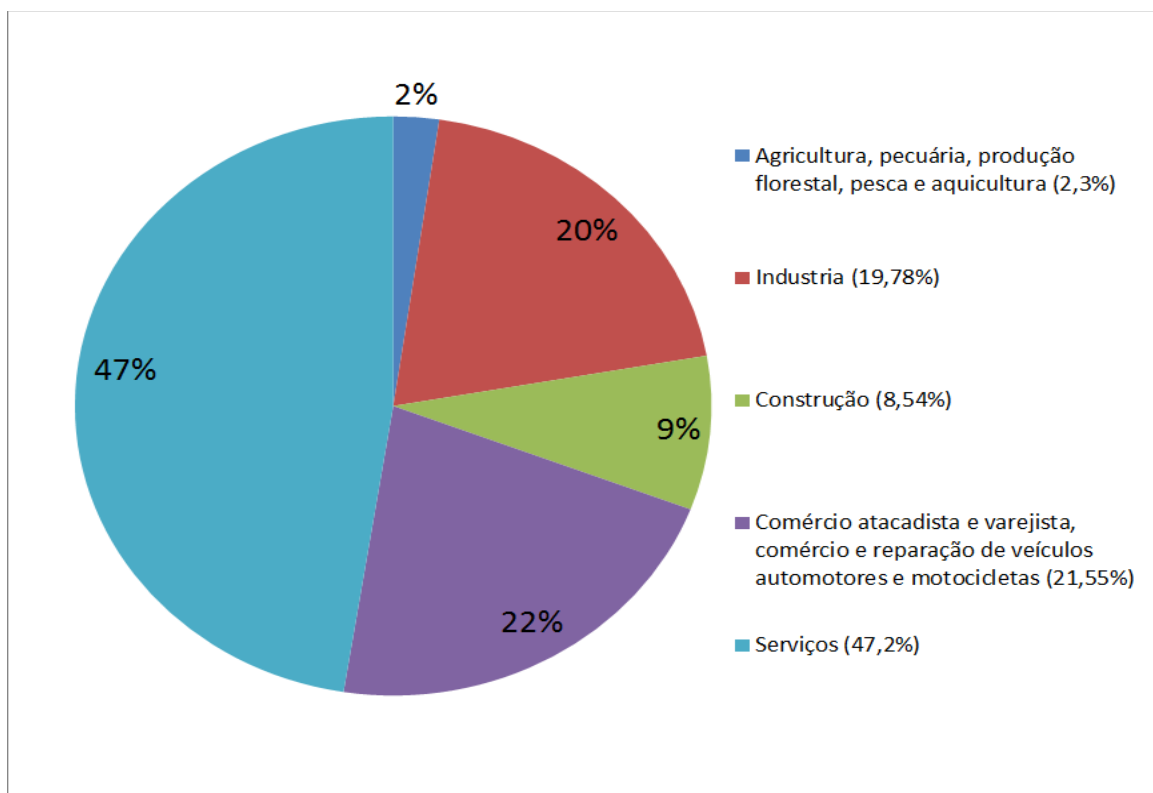
Em reação ao turismo, pode-se dizer que uma grande porcentagem dos hotéis está instalada na região central do município, assim como nas regiões que aglomeram concentrações de bares, restaurantes e entretenimento. Os atrativos e sua distribuição em Mogi das Cruzes serão apresentados nos tópicos posteriores neste plano

3.4 EMPREGO E DESEMPREGO

Segundo dados do SEADE e do Ministério do Trabalho, Mogi das Cruzes é hoje considerado um dos municípios que mais geram emprego no Brasil. Segundo o gráfico abaixo, pode-se afirmar que os setores de comércio e serviços são os dois maiores, seguidos pela indústria, construção e agropecuária. Grande parte deste

fator deve-se à sua localização frente ao Parque Industrial do Taboão e pelos incentivos proporcionados pela prefeitura aos pequenos e médios empreendedores.

Gráfico 5: Participação dos empregos formais em Mogi das Cruzes 2013 (em %)

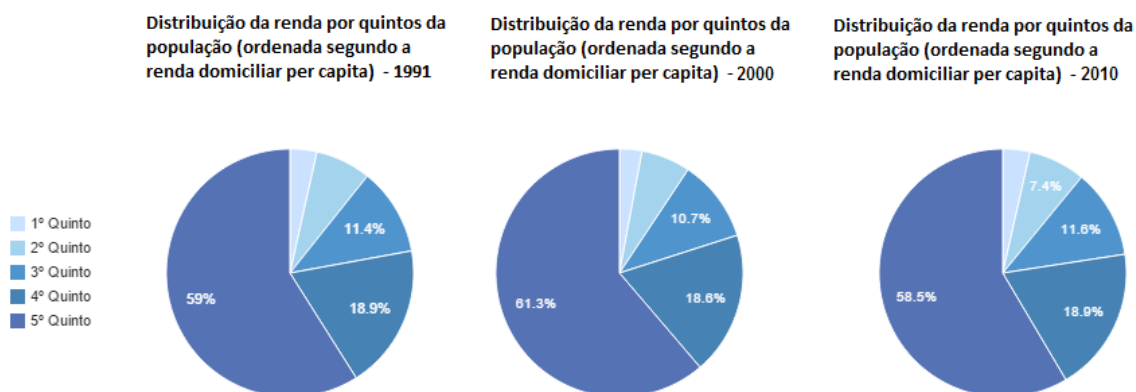


Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados obtidos no SEADE, 2013.

Segundo dados apresentados pelo Atlas Brasil, a renda *per capita* média de Mogi das Cruzes cresceu 43,13% nas últimas duas décadas, passando de R\$ 640,54, em 1991, para R\$ 769,85, em 2000, e para R\$ 916,81, em 2010. Isso equivale a uma taxa média anual de crescimento nesse período de 1,91%. A taxa média anual de crescimento foi de 2,06%, entre 1991 e 2000, e 1,76%, entre 2000 e 2010. A proporção de pessoas pobres, ou seja, com renda domiciliar per capita inferior a R\$ 140,00 (a preços de agosto de 2010), passou de 13,26%, em 1991, para 12,96%, em 2000, e para 7,06%, em 2010.

Gráfico 6: Renda, Pobreza e Desigualdade em Mogi das Cruzes

	1991	2000	2010
Renda per capita (em R\$)	640,54	769,85	916,81
% de extremamente pobres	3,23	3,55	1,93
% de pobres	13,26	12,96	7,06



Fonte: Atlas Brasil – PNUD, Ipea e FJP, 2011.

Também é importante ressaltar que, das pessoas ocupadas na faixa etária de 18 anos ou mais no município de Mogi das Cruzes, 4,60% trabalhavam no setor agropecuário, 0,33% na indústria extrativa, 15,45% na indústria de transformação, 8,35% no setor de construção, 1,23% nos setores de utilidade pública, 15,56% no comércio e 47,86% no setor de serviços (Atlas Brasil, 2010).

No turismo, ainda não há dados específicos que apontem formalmente a precisão de empregos gerados em decorrência desta atividade, porém há relatos de que o município sofre com a mão-de-obra desqualificada no setor hoteleiro e com a proximidade da São Paulo, que paga salários mais altos ao funcionário do setor, assim como disponibilizado pelo portal de notícias da Globo, o G1.

Em dezembro de 2013, foram apontadas 42.617 vagas no setor de serviços em Mogi das Cruzes, conforme disponibilizado no site da ISPER (Informações para o Sistema Público de Emprego e Renda). Esse setor apresentava uma média salarial R\$1.757,09, ou seja, aproximadamente 67% inferior ao oferecido no município de São Paulo (média de R\$ 2.939,03), justificando a falta de mão de obra especializada na região (CAGED, 2013).

4 INFRAESTRUTURA BÁSICA

4.1 SANEAMENTO BÁSICO

O sistema de abastecimento de água da cidade de Mogi das Cruzes funciona sob a autarquia da SEMAE (Serviço Municipal de Água e Esgoto) e explora o manancial superficial do alto do Tietê.

Segundo a Fundação FIA, a sub-bacia Tietê/Cabeceiras reúne atributos estratégicos únicos de preservação ambiental e de oferta de água no complexo metropolitano paulista. Por ser menos urbanizada que as grandes sub-bacias de sul e sudeste, apresentam riscos elevados de uma expansão urbana acelerada, que teria efeitos bastante negativos sobre todo o complexo metropolitano. Apresenta também, uma boa qualidade de água, especialmente nos municípios de Salesópolis, Biritiba Mirim e Mogi das Cruzes, o que deve ser preservado. É a única sub-bacia metropolitana a ainda abrigar atividade agrícola significativa, logo merece atenção especial em relação a medidas preventivas que possam atenuar as ameaças de degradação que já se fazem presentes.

A cidade dispõe de um Plano Diretor da água elaborado pela SEMAE e apresentado em agosto de 2011, cujo documento “estabelece ações, obras e investimentos para garantir o abastecimento universalizado de água à população”. Este plano está inserido no cronograma de obras dentro do período estabelecido de 2010 a 2040 e prevê obras para que a cidade não mais dependa dos serviços da SABESP.

Segundo o plano diretor de água, a Bacia Tietê/Cabeceiras é a mais importante para o município, pois qualquer problema neste, afeta diretamente o abastecimento de água na cidade. Esta bacia constitui uma das principais fontes de abastecimento da Região Metropolitana de São Paulo. O reservatório Jundiá e parte do reservatório Taiaçupeba estão inseridos no município de Mogi das Cruzes. Parte da ameaça aos mananciais vem da ocupação desordenada em áreas de proteção ambiental em suas margens por sub-moradias e pela constante disposição de lixo e dejetos.

O território de Mogi das Cruzes é intensamente urbanizado, como mostra o quadro a seguir, e fica clara a necessidade de um bom atendimento do saneamento básico, pois este item reflete na saúde e qualidade de vida da população. Apesar da intensa urbanização do território, podemos observar uma suave migração da zona urbana para a zona rural, no período de 2000 a 2010. É importante destacar este fato, pois a zona rural é a área que possui menos atendimento de saneamento básico no município.

Tabela 13: Habitações em Mogi das Cruzes

	2000	2010
Habitação - Total de domicílios particulares permanentes	89.069	116.418
Habitação - Domicílios particulares permanentes urbanos	81.885	107.855
Habitação - Domicílios particulares permanentes rurais	7.184	8.563

Fonte: Fundação SEADE, 2011.

Observando a tabela abaixo, o abastecimento de água na cidade no ano 2000 estava abaixo da média da RMSP assim como do Estado de São Paulo. Esta perspectiva mostra a necessidade de melhorias.

Tabela 14: Saneamento básico

Saneamento Básico	Ano	Mogi das Cruzes	RMSP	Estado de São Paulo
Abastecimento de água - nível de atendimento (%)	2000	91,75	97,51	97,38
Esgoto sanitário - nível de atendimento (%)	2000	80,05	82,77	85,72
Coleta de lixo - nível de atendimento (%)	2000	97,29	98,91	98,90

Fonte: Fundação SEADE, 2006.

Também segundo a Fundação SEADE, no período de 10 anos (2000 a 2010) o quadro de abastecimento de água, coleta de lixo e atendimento de esgoto sanitário melhorou, mas não de forma significativa. A cidade de Diadema, com taxa populacional semelhante à de Mogi das Cruzes, demonstra melhores resultados em todos os quesitos.

Tabela 15: Quadro de abastecimento de água, coleta de lixo e atendimento de esgoto sanitário: Diadema x Mogi das Cruzes

		Diadema	Mogi das Cruzes
2000	Saneamento - Abastecimento de água - nível de atendimento (em %)	99,08	91,75
	Saneamento - Coleta de lixo - nível de atendimento (em %)	99,59	97,29
	Saneamento - Esgoto sanitário - nível de atendimento (em %)	92,22	80,05
2010	Saneamento - Abastecimento de água - nível de atendimento (em %)	99	94,00
	Saneamento - Coleta de lixo - nível de atendimento (em %)	99,61	99,12
	Saneamento - Esgoto sanitário - nível de atendimento (em %)	96,55	82,31

Fonte: Fundação SEADE, 2011.

A tabela abaixo, extraída do Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil mostra indicadores de habitação, onde é possível visualizar uma melhor perspectiva em relação a domicílios com água encanada no ano de 2010.

Tabela 16: Indicadores de habitação em Mogi das Cruzes

	1991	2000	2010
% da população em domicílios com água encanada	91,61	95,07	97,44
% da população em domicílios com energia elétrica	99,16	99,71	99,92
% da população em domicílios com coleta de lixo *Somente para população urbana	93,89	97,08	99,08

Fonte: Atlas Brasil – PNUD, Ipea e FJP, 2011.

O Sistema de abastecimento de água de Mogi das Cruzes pode ser dividido em dois principais grupos: o sistema principal, operado diretamente pela SEMAE e que atende 95% da população e é composto por duas estações de tratamento. Porém este sistema não atende à demanda total da população e por esta razão recorre a água tratada pela SABESP.

O segundo sistema abrange outros nove grupos isolados, que em razão da distância não puderam ser atendidos pelo sistema principal, respectivamente:

sistema isolado Barroso, distrito de Quatinga, distrito de Taiapuê, sistema isolado Boa Vista, sistema isolado Biritiba-Ussu, distrito de Sabaúna, e três distritos de Jundiapéba, a saber: bairro das Varinhas, bairro Nove de Julho e Bairro São Martinho, como informado no Plano Diretor de Água. Esta distribuição de sistemas isolados nos faz concluir, portanto, que é a área rural que ainda possui defasagem de abastecimento da SEMAE devido a sua distância. Fato este que o plano diretor de água junto ao cronograma de obras pretende solucionar.

Segundo o Ranking Nacional de Saneamento 2014 das 100 maiores cidades brasileiras, divulgado pelo Instituto Trata Brasil, Mogi das Cruzes é uma das cidades com perda preocupante de faturamento, assim como perda na distribuição. Isto pode ser causado devido a instalações antigas. Uma das metas do plano diretor de água é diminuir esta perda.

Tabela 17: Ranking Nacional de Saneamento: Perdas de faturamento e distribuição

Município	UF	Perdas de Faturamento (%)	Perdas na Distribuição (%)
Recife	PE	62,03	59,85
Várzea Grande	MT	62,13	62,13
Belford Roxo	RJ	62,29	35,38
Duque de Caxias	RJ	62,29	28,54
Boa Vista	RR	62,84	54,99
Mogi das Cruzes	SP	63,79	1,21
Cuiabá	MT	65,31	67,44
Jaboatão dos Guararapes	PE	65,46	62,97
Porto Velho	RO	70,66	70,68
Macapá	AP	73,91	69,44

Fonte: Instituto Trata Brasil, 2014.

A SEMAE não atende toda a demanda da cidade e a grande parte atendida encontra-se nas áreas urbanas, isto pode significar algo alarmante caso a demanda, principalmente relativa ao turismo rural, aumente de forma significativa. É preciso saber se a cidade suportará o número de visitantes que pretende receber com a conclusão do plano diretor de turismo. O Plano Diretor de Esgoto, também elaborado pela SEMAE e apresentado em setembro de 2010, prevê “um

cronograma, além de obras e investimentos, para que Mogi das Cruzes possua 100% de esgoto coletado e tratado”.

De acordo com a Prefeitura de Mogi das Cruzes, a primeira etapa das obras de canalização do Córrego dos Canudos, entregue em 2012, compreendeu a canalização do córrego entre a Avenida Anchieta e a Avenida Japão, em um trecho aproximado de 2,5 quilômetros. A região era um fundo de vale, onde era despejado in natura todo o esgoto desta região. Com muito mato, sem tratamento adequado e correndo a céu aberto, os moradores sofriam sérios riscos de doenças no período de chuva, além de enchentes. Agora todos os detritos vão para tratamento, reduzindo a poluição no Rio Tietê onde antes tudo era jogado in natura.

4.2 LIMPEZA E DISPOSIÇÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS URBANOS

Segundo o Plano Municipal de Resíduos sólidos, a Prefeitura de Mogi das Cruzes passou de operadora a gestora do sistema de limpeza urbana, pois a execução dos serviços é praticamente toda terceirizada, através de contratos de serviços com a empresa CS BRASIL, gerenciado pela Secretaria Municipal de Serviços Urbanos. A Secretaria de Saúde é a gestora dos contratos para coleta e destinação dos resíduos de serviços de saúde dos estabelecimentos gerenciados por ela. Este serviço é feito através de 04 contratos com a empresa CS Brasil.

Em Mogi das Cruzes, clínicas, hospitais privados, consultórios médicos, odontológicos e clínicas veterinárias são responsáveis pela coleta e destinação de seus resíduos. Atualmente o destino final para resíduos hospitalares é a UTGR (Unidade de Tratamento e Gestão de Recursos Sólidos), situada no Município de Jambuí há 59 km da Estação de Transferência, isto significa um alto custo para o município, e se existissem opções próximas haveria uma diminuição de gastos importante.

As características principais do serviço de coleta de resíduos domiciliares em Mogi são:

- Abrangência: zona urbana e rural, com uma cobertura de 98% dos habitantes;
- Frequência: dias alternados nos bairros da zona urbana e rural, e diária no centro da cidade;

- Mão-de-obra total na coleta: 90 coletores e 30 motoristas de compactador;
- Equipe de suporte: 14 pessoas (coordenador, fiscal de coleta, fiscal de tráfego, etc.);
- Massa coletada (média diária): cerca de 330 t/dia, durante 6 dias/semana.

A cidade dispõe dos seguintes programas de coleta e reciclagem de materiais: o cata-tranqueira, que recolhe todo tipo de material a cada sábado do mês em um conjunto diferente de bairros, o programa Recicla Mogi, que tem como objetivo estimular a separação do lixo e a coleta seletiva em todo o município, dividindo-o em regiões, cada uma com dias e horários específicos para a passagem do caminhão do programa. Os Ecopontos fixos e Ecopontos itinerantes onde é possível descartar óleo e diversos outros materiais recicláveis.

A Secretaria de Meio Ambiente atualmente é a responsável pela gestão dos Ecopontos, que vem sendo operados para receber os seguintes resíduos: papel/papelão; vidro; aço/metálico; plástico em geral. Estes são encaminhados para a Unidade de Triagem de Mogi das Cruzes. A capacidade da usina é 51% inferior à massa de lixo coletada pelo sistema de coleta seletiva. Há necessidade de se rever inteiramente o projeto para que se evite que o material reciclável, já separado pelos munícipes, vá para o aterro.

No momento, o programa em andamento na área de resíduos sólidos é o projeto Recicla Mogi. Trata-se de um projeto desenvolvido em conjunto com a cidade de Toyama no Japão, com o suporte da JICA (Japan International Cooperation Agency) para transferência de tecnologia de reciclagem para a cidade de Mogi das Cruzes. O programa tem como objetivo “estabelecer no município de Mogi das Cruzes uma sociedade consciente sobre os aspectos envolvidos no ciclo material/processo dos resíduos sólidos”.

Segundo a CETESB, em Mogi das Cruzes existem 54 áreas contaminadas (AC). Destas, 02 se referem à disposição inadequada de resíduos, 41 são postos de combustíveis, 08 são áreas industriais e 03 de outros tipos (CETESB, 2011). Com base nestes números, 76% das áreas se referem a postos de gasolina, valor um pouco inferior ao do Estado, onde postos de gasolina representam 78% das ACs.

Quanto às áreas contaminadas por resíduos, no Estado correspondem a 3% e em Mogi a 3,7%.

4.3 TRANSPORTES

Mogi das Cruzes está situada na sub-região leste da Região Metropolitana da Grande São Paulo, e é uma cidade com grande importância econômica no cenário regional e estadual. Portanto, observa-se a necessidade de ampliar alternativas competitivas de logística e de transportes. Tal competitividade dentro do campo turístico poderá ser alcançada melhorando os acessos município, através da melhoria nas estações de trem, da reforma de pavimentação de ruas, aumento da oferta de ônibus com as cidades vizinhas e melhoria do acesso ao modal aeroviário.

A reclamação comum nas entrevistas realizadas durante o período de análise em todos os modais de transporte público é a falta de um sistema de internet gratuita para que eles possam se entreter durante a viagem, ou na espera do meio de transporte.

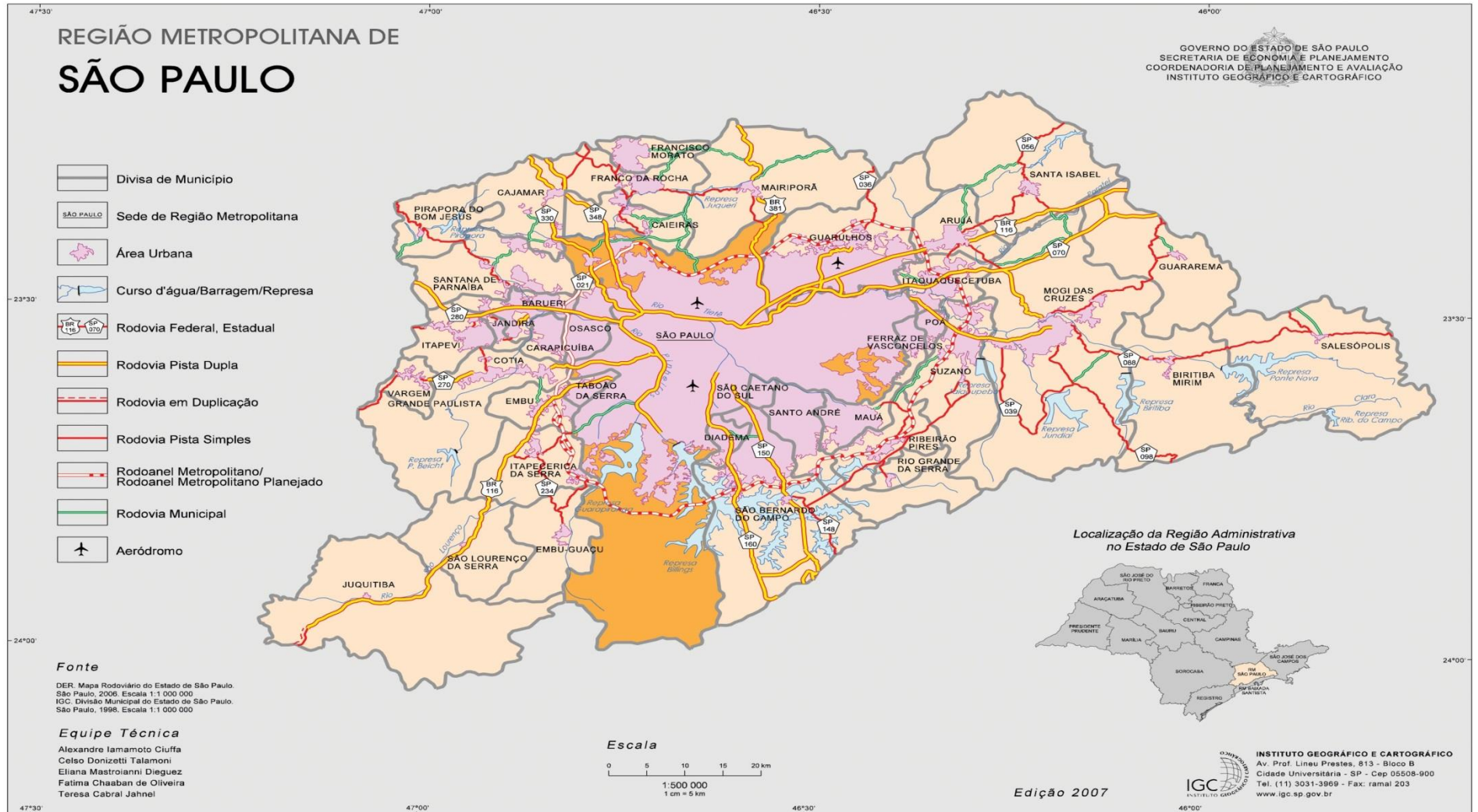
4.3.1 Transporte Rodoviário

Devido à falta de políticas públicas para transporte ferroviário na região, o transporte rodoviário é o mais utilizado em Mogi das Cruzes. A cidade dista, aproximadamente, 64 km da cidade de São Paulo e situa-se próxima a Rodovia Presidente Dutra e ao Aeroporto de Cumbica, o que facilita o escoamento de sua produção industrial. Com fácil acesso à capital paulista e com opções de acesso às cidades da região e ao litoral norte, Mogi das Cruzes pode ser acessada pelas seguintes rodovias estaduais:

- SP-39 Estrada das Varinhas (Rodovia Cândido do Rego Chaves);
- SP-43 Estrada da Quinta Divisão;
- SP-60 Rodovia Presidente Dutra (BR-116 quando federal);
- SP-66 Estrada Velha São Paulo-Rio (Rodovia Henrique Eroles);
- SP-70 Rodovia Ayrton Senna;

- SP-88 Mogi-Dutra (Rodovia Pedro Eroles);
- SP-98 Mogi-Bertioga (Rodovia Dom Paulo Rolim Loureiro);
- SP-102 Rodovia Prefeito Francisco Ribeiro Nogueira;

Figura 14: Mapa rodoviário - RMSP



Fonte: Instituto Geográfico e Cartográfico. Disponível em: <http://www.igc.sp.gov.br/produtos/mapas_ra.aspx>. Acesso em: 06 mai. 2015.

I) Rodoanel

O Rodoanel Mário Covas (SP-21), também conhecido como Anel Viário, é uma autoestrada de aproximadamente 150 km, duas pistas e seis faixas de rodagem, que está sendo construída em torno da Região Metropolitana de São Paulo, com a finalidade de aliviar o tráfego de caminhões das diversas regiões do país. A região de Mogi das Cruzes será atendida por dois trechos do rodoanel:

a) Trecho Norte: desenvolve-se a partir do final do Trecho Leste, entre o trevo de interseção com a Rodovia Presidente Dutra até a Av. Raimundo Pereira de Magalhães (início do trecho Oeste). Têm aproximadamente 44 km e um ramal de ligação ao Aeroporto Internacional de Guarulhos de 3,6 km. Facilitará o acesso às rodovias do oeste paulista e à Região Metropolitana de Campinas. A Dersa informou que a entrega do trecho norte do rodoanel foi adiada para 2017, devido às ações judiciais de desapropriações que causaram o atraso, além do período de chuvas;

b) Trecho Leste: administrado pela Concessionária SPMar, possui 43,5 km e se destina a interligar o Trecho Sul, desde sua ligação com a Av. Papa João XXIII em Mauá até a Rodovia Presidente Dutra, em Arujá. Facilitará o acesso ao litoral sul e ao Porto de Santos, de grande importância para a indústria local. Possui o padrão rodoviário dos demais trechos em operação, com velocidade diretriz de 120 km/h, com duas pistas e quatro faixas de rolamento. Os cruzamentos com o sistema viário dos municípios serão exclusivamente por viadutos, garantindo o controle de acessos, que será bloqueado ao viário local. A região possui três acessos ao Trecho Leste:

- Rodovia Henrique Eroles (SP-066) em Suzano;
- Rodovia Ayrton Senna (SP-070) em Itaquaquetuba;
- Rodovia Presidente Dutra (BR-116) em Arujá.

Figura 15: Mapa do traçado do Rodoanel



Fonte: Editora Pini. Disponível em: <<http://piniweb.pini.com.br/construcao/infra-estrutura/inaugurado-o-trecho-sul-do-rodoanel-mario-covas-168457-1.aspx>>. Acesso em: 06 mai. 2015.

II) Principais Rodovias e Acessos a Mogi das Cruzes

Figura 16: Principais acessos a Mogi das Cruzes – Volume diário médio de tráfego

ESTATÍSTICA DE TRÁFEGO - VOLUME DIÁRIO MÉDIO DE TRÁFEGO (VDM)																
POSTO DE COLETA							VOLUME DIÁRIO MÉDIO DE TRÁFEGO (VDM)									
POSTO	LOCALIZAÇÃO						2011			2012			2013			
	RODOVIA	SIGLA	DESCRIÇÃO DO TRECHO	Km	TRECHO		Passeio	Comercial	Total	Passeio	Comercial	Total	Passeio	Comercial	Total	
100	Estrada Velha Rio-São Paulo	SP 066	Mogi das Cruzes - Guararema	60,00	57,00	73,70	DER-DR.10	7.819	1.144	8.963	6.742	662	7.404	6.858	673	7.531
034			Guararema - Jacareí	84,00	81,00	90,80	DER-DR.10	4.447	972	5.419	3.250	595	3.845	3.306	605	3.911
465	Rodovia Ayrton Senna	SP 070	Itaquaquetuba	32,00	Leste		Ecopistas	38.587	5.920	44.507	39.721	6.429	46.150	41.922	6.508	48.430
465			Itaquaquetuba	32,00	Oeste		Ecopistas	39.037	6.462	45.499	39.416	7.121	46.537	42.101	7.404	49.505
466			Guararema	57,00	Leste		Ecopistas	15.429	2.591	18.020	14.831	2.822	17.653	14.934	2.848	17.782
466			Guararema	57,00	Oeste		Ecopistas	14.034	2.862	16.896	13.204	3.206	16.410	14.055	3.300	17.355
724	Mogi-Dutra / Mogi-Salesópolis	SP 088	Arujá(SP 056) - Rod.Ayrton Senna (SP 070)	37,00	32,00	41,80	DER-DR.10	14.830	3.527	18.357	12.067	2.278	14.345	12.275	2.317	14.592
725			Rod. Ayrton Senna (SP 070) - Suzano	42,00	41,80	43,00	DER-DR.10	31.036	5.564	36.600	35.036	4.837	39.873	35.639	4.920	40.559
603			Ac.Mun.Suzano - PU Mogi das Cruzes	45,50	43,00	49,50	DER-DR.10	38.751	4.673	43.424	35.748	9.421	45.169	36.363	9.583	45.946
048			PU Mogi das Cruzes - Biritiba Mirim	68,00	57,40	70,00	DER-DR.10	9.631	1.561	11.192	8.895	1.336	10.231	9.048	1.359	10.407
049			Biritiba Mirim - Salesópolis	84,00	70,00	94,00	DER-DR.10	3.506	632	4.138	3.822	608	4.430	3.888	618	4.506
597			PU Salesópolis - Salesópolis/Paraibuna	98,00	97,50	106,70	DER-DR.10	2.872	543	3.415	2.308	496	2.804	2.348	505	2.853
102			Salesópolis/Paraibuna - Pitas (SP 099)	128,00	106,7	135,00	DER-DR.10	959	191	1.150	759	149	908	772	152	924
054	Mogi-Bertioga	098	Mogi das Cruzes - Biritiba Ussu (SP 102)	63,00	53,00	62,90	DER-DR.10	12.173	2.411	15.250	13.556	2.119	15.675	13.789	2.155	15.944
061	Rodovia Prefeito Francisco Ribeiro Nogueira	SP 102	M.Guaçu (SP 098) - M. Guaçu (SP 043)	73,00	62,90	81,15	DER-DR.10	1.672	314	1.986	1.889	298	2.187	1.921	303	2.224

Fonte: DER- Departamento de Estradas de Rodagens. Disponível em: <<http://www.der.sp.gov.br/website/Malha/vdm.aspx>>. Acesso em: 06 jun. 2015.

Quanto ao número de pistas e faixa de acostamento, temos:

a) SP-066: conhecida como "Estrada Velha São Paulo-Rio", no trecho entre São Paulo e Mogi das Cruzes é administrada pelos municípios, tanto para fazer manutenções, tanto para efetuar fiscalização. Possui pista simples com uma faixa de tráfego em cada sentido e um trecho sinuoso que atravessa a Serra de Sabaúna

b) SP-070: a Rodovia Ayrton Senna está sob a administração da concessionária Ecopistas. Entre a Rodovia Hélio Smidt e a Rodovia Mogi-Dutra são duas pistas com três faixas de rolamento em cada sentido e uma de acostamento. No trecho entre a interseção e com a Rodovia Mogi-Dutra e a interseção com a Rodovia Pres. Dutra possui 02 faixas de rolamento em cada sentido e uma de acostamento.

c) SP-088: formada pelas rodovias: "Mogi-Dutra", "Mogi-Salesópolis" e "Estrada das Pitas", possuindo uma extensão de 97 quilômetros. No trecho do Arujá possui 08 km de pista simples, com 01 faixa de rolamento em cada sentido. No trecho em Mogi das Cruzes possui duas faixas de rolamento em cada sentido.

d) SP-098: possui uma extensão total de cerca de 50 quilômetros. No trecho entre Mogi das Cruzes e o entroncamento com a SP-102 a via é duplicada, com duas faixas em cada sentido de tráfego. O trecho de serra possui pista simples com três faixas de tráfego: duas ascendentes e uma descendente.

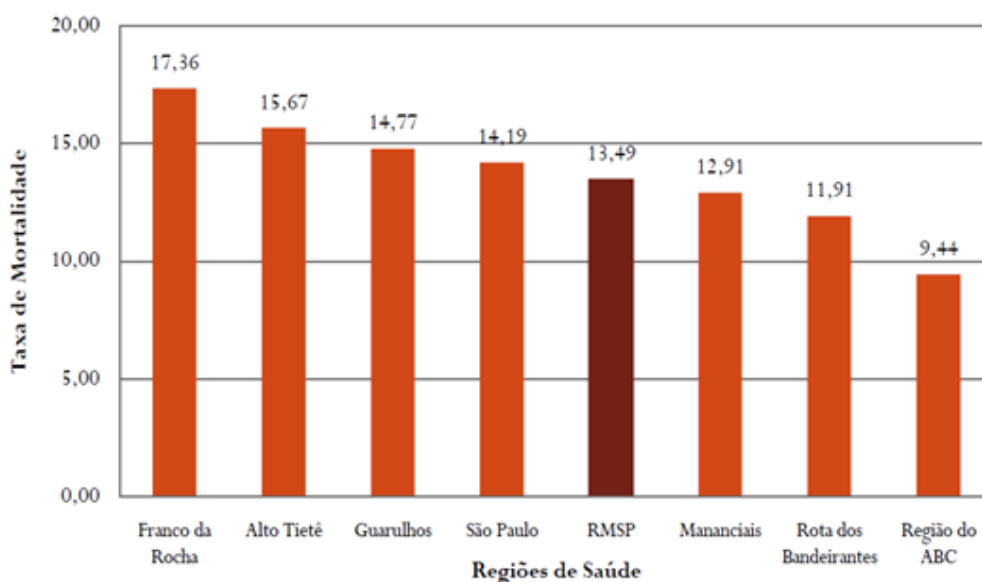
e) SP-102: conhecida como Mogi-Taiaçupeba, possui 22 quilômetros de extensão sendo 15 km pavimentados e 07 km de terra. Possui pista simples com uma faixa de tráfego em cada sentido, sendo que não é bem sinalizada em sua extensão.

Analisando os acidentes e número de vítimas, observou-se, em primeiro momento, o aumento na frota mundial de veículos nos últimos anos. No entanto, esse aumento não foi acompanhado de melhorias nos sistemas viários e de planejamentos urbanos. Esse fato contribui para a elevação da mortalidade da população, trazendo consequências diversas, tais como maior poluição atmosférica e engarrafamentos, que são responsáveis pela crescente agressividade dos

motoristas e pela deterioração da qualidade de vida em meio urbano (TAPIA-GRANADOS, 1998 *apud* MARIN; QUEIROZ, 2000).

Com relação ao número óbitos registrados dentro da região administrativa do Alto Tietê, o que se pode notar é a segunda maior do estado, o que torna seu trânsito violento, se comparado com São Paulo, que tem uma frota de veículos muito maior que o Alto Tietê.

Gráfico 7: Taxa de mortalidade em cem mil habitantes por acidentes de transporte nas regiões de saúde da RMSP em 2008



Fonte: Ministério da Saúde – Sistema de Informações sobre mortalidade do SUS (SIM/SUS): Óbitos por ocorrência, 2008.

A tabela a seguir demonstra a variação anual da taxa de mortalidade segundo tipo de acidente de transporte nas regiões de saúde. A Região de Alto Tietê, que possui a segunda maior taxa de mortalidade por acidente de transporte da RMSP, apresenta uma tendência de aumento nos últimos anos.

Tabela 18: Variação anual de mortalidade (por 100 mil habitantes) segundo tipo de transporte, nas Regiões de Saúde de RMSP – 2005 a 2008

Região de Saúde	Pedestre	Motociclista	Ciclista	Ocupante de automóvel	Total
Alto Tietê	3,94%	30,81%	30,55%	43,23%	9,13%
Franco da Rocha	4,21%	16,11%	31,06%	-19,09%	-3,27%
Grande ABC	-2,05%	29,69%	14,16%	-5,25%	0,47%
Guarulhos	2,83%	27,40%	67,52%	26,37%	7,57%
Rota dos Bandeirantes	-3,58%	14,74%	-5,85%	-4,93%	0,75%
Mananciais	-20,03%	41%	-	-0,48%	-4,38%
São Paulo	-2,30%	24,86%	7,10%	14,69%	0,45%

Fonte: IBGE, Assistência Médica Sanitária, 2009.

Apesar de alguns avanços em medidas preventivas visando à redução do número de óbitos em acidentes de transporte – como a obrigatoriedade do uso de cinto de segurança, a implantação do novo Código de Trânsito Brasileiro em 1998 e a chamada “Lei Seca” (Lei nº 11.705/08) –, o aumento do número de óbitos pode estar relacionado, entre outras razões, com a pouca penetração das medidas de educação para o trânsito e manutenção de padrões de comportamento inadequados. Somado a isso, há o aumento constante da frota veicular, que também contribui para o agravamento do quadro.

Entre as rodovias de acesso ao município de Mogi das Cruzes, não é possível fazer uma análise sobre o número de acidentes, uma vez que os dados deixaram de ser disponibilizados pela Polícia Rodoviária no ano de 2005.

Focando na pavimentação e sinalização, as principais rodovias de acesso à cidade são asfaltadas, e estão em boas condições para tráfego de veículos. A exceção fica por conta da rodovia SP-102, que apesar de asfaltada, encontra-se em más condições de tráfego, com buracos e falhas na pavimentação e pintura, ao longo da pista. O destaque fica por conta da rodovia SP-070, que teve nos quesitos de conservação, sinalização e geometria avaliação ótima no Relatório Geral de Pesquisa de Rodovias da CNT.

No que se refere à sinalização turística, esta se apresenta falha e insuficiente no município. Existem algumas placas indicativas dos principais atrativos nas

regiões centrais, porém nos acessos e nas áreas periféricas são poucas, sem indicação dos atrativos.

Avaliando por último as condições de acesso e mobilidade, vê-se que as rodovias de acesso ao município encontram-se em condições ideais para tráfego, apesar de possuírem alguns trechos com asfalto e pinturas deteriorados, além de falta de sinalização de trânsito e localização. No que diz respeito aos congestionamentos de veículos na chegada à cidade, estes acontecem nos dias úteis das 6 às 9h e 17 às 20h; e em domingos e volta de feriados das 18 às 23h. Ocorrem principalmente pela proximidade com São Paulo e pelas saídas para as cidades do litoral norte que ficam próximas à cidade de Mogi das Cruzes.

Outro fator que atrapalha a mobilidade em Mogi das Cruzes é a crescente motorização da população urbana. De acordo com o DETRAN/SP, de 2008 a janeiro de 2011, o número de automóveis passou de 142.540 para 180.007 – um aumento de aproximadamente 27%, o que torna o trânsito caótico, uma vez que as ruas não comportam esse número de veículos.

Gráfico 8: Frota total de veículos de Mogi das Cruzes



Fonte: DETRAN/SP-Departamento Estadual de Trânsito Disponível em: <<http://www.observatorio.detran.sp.gov.br/charts>>. Acesso em: 06 mai. 2015.

As ruas, principalmente na área central de Mogi das Cruzes, são constituídas por ruas e calçadas estreitas. Não obstante, as ruas apresentam-se em condições adequadas de tráfego, porém as calçadas são irregulares e esburacadas, com

desníveis que prejudicam a transição dos pedestres, principalmente idosos e pessoas com deficiência.

Os ciclistas de Mogi das Cruzes enfrentam desafios diários, pois a cidade conta com poucas ciclovias, o que exige atenção para evitar acidentes, e para estimular seu uso, são necessárias políticas especializadas para oferecer uma infraestrutura adequada e segura a seus usuários. No atual momento, estão sendo executadas obras na Via Perimetral, que visam a instalação de calçadas e ciclovias e, em um trecho mais próximo ao trevo de César de Souza, parte da caçada já está pavimentada.

A ciclovia, que ficará na margem direita da avenida no sentido Rodeio, e terá 2,5 m de largura. Após a conclusão das calçadas e ciclovias, será feita a colocação da camada de asfalto no leito da via. Este conceito já foi adotado na Avenida Júlio Simões, será adotado na Avenida Kaoru Hiramatsu, outra que está passando por obras de duplicação, construção de calçadas e ciclovias. A inauguração está prevista para maio de 2015.

4.3.2 *Transporte coletivo*

O transporte coletivo em Mogi das Cruzes é gerenciado em duas esferas:

a) Municipal: através da Secretaria de Transportes do município, gerencia o transporte dentro da cidade de Mogi das Cruzes através do Sistema SIM. Esta secretaria tem como principais atribuições planejar, coordenar, executar e fiscalizar as atividades referentes ao transporte urbano em geral e à regulamentação do trânsito.

b) Estadual (Intermunicipal): feito pela EMTU/SP, CPTM e METRÔ/SP, ambas subordinadas à Secretaria de Estado dos Transportes Metropolitanos (STM), são responsáveis pelo transporte público entre os municípios da Região Metropolitana de São Paulo.

I) Terminal Rodoviário

O Terminal Rodoviário Geraldo Scavone (administrado pela Socicam) foi inaugurado para atender a crescente demanda da cidade, que a antiga rodoviária do Centro Histórico não comportava. Faz conexão com a linha Coral da CPTM na estação Estudantes, bem como com o Terminal de ônibus municipal. Conta com serviços de informação ao visitante, guarda-volumes, caixas eletrônicos, estacionamento e serviço de taxi.

Os usuários reclamam da falta de linha de ônibus direta entre os Aeroportos de Congonhas e Guarulhos, pois muitas pessoas que residem fora da cidade utilizam os aeroportos para acessar a cidade, e perde-se tempo para ir até a rodoviária do Tietê. Nesse aspecto, a informação é falha, pois apesar de existir uma linha com o Aeroporto de Cumbica, ela é pouco divulgada. No site do terminal não há informações sobre horários e tarifas. Outra reclamação é a tarifa cara dos táxis oriundos do Aeroporto de Guarulhos.

No que tange a acessibilidade, há um bom atendimento para pessoas com deficiência, idosos, mulheres grávidas ou com crianças de colo. A rodoviária conta com rampas de acesso; banheiro adaptado ao deficiente e anúncio sonoro, a cada quinze minutos com o horário das partidas, para que as pessoas se dirijam à plataforma de embarque. Na rodoviária, o piso possui um sistema de relevo e cores que serve para guiar cegos e pessoas com deficiência visual até a plataforma.

Atualmente, cinco empresas operam linhas curtas (regionais) e longas (outros Estados) no Terminal, que registra um movimento de 3.000 passageiros/dia. Em períodos de alta temporada, o movimento chega a crescer entre 20 e 30%, segundo a administradora. Para viagens de curta e média distância, Mogi das Cruzes é contemplada com linhas para os seguintes municípios: Aeroporto de Guarulhos-SP, Arujá-SP, Bertioga-SP, Jacareí-SP, Rio de Janeiro-RJ, São José dos Campos-SP, São Paulo-SP, São Vicente-SP e Litoral Norte/SP. Há a possibilidade de conexão no Terminal Rodoviário do Tietê para outras localidades.

A principal linha da rodoviária é a Mogi - São Paulo, administrada pela EMTU e operada pela empresa Consórcio Unileste/Pássaro Marrom, com tarifas de R\$

16,65 (no guichê da empresa) e de R\$ 15,25 (com o cartão BOM), com duração de uma hora e vinte minutos de percurso.

II) Transporte Municipal

O Sistema Integrado Mogiano (SIM), iniciou sua operação em 2010 e promoveu uma reorganização do sistema de transporte por ônibus na cidade. A cidade foi dividida em oito regiões diferentes, de acordo com as principais avenidas percorridas pelos ônibus.

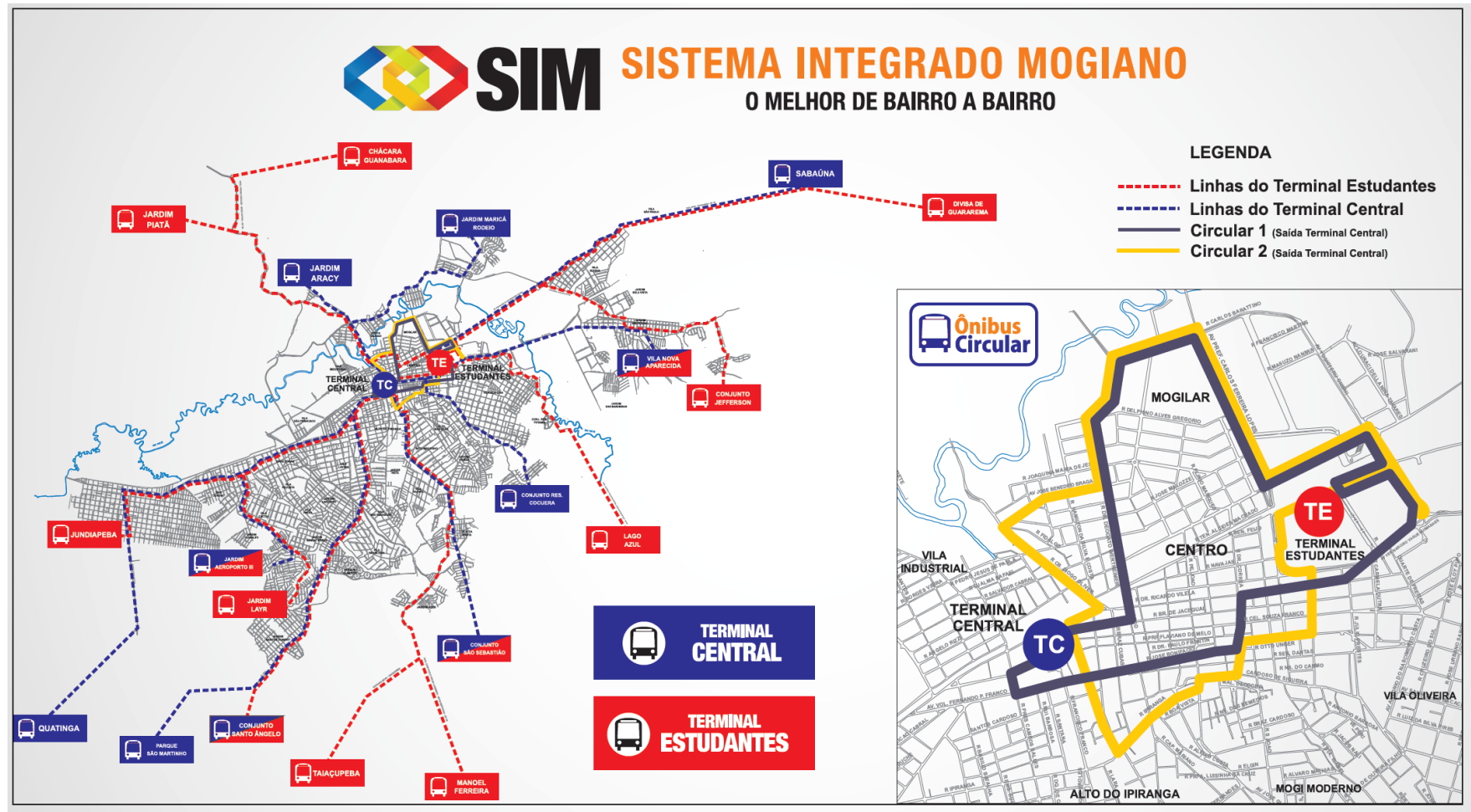
O usuário pode fazer a integração com o bilhete eletrônico (cartão SIM) para qualquer ponto da cidade, menos para voltar para seu bairro ou região do 1º embarque. O prazo para fazer a integração é de 60 minutos a partir do momento em que o ônibus chegar a um dos terminais. Esse tempo nos horários de pico se torna insuficiente para que se possa fazer a integração, uma vez que, pelos congestionamentos ocorrentes na cidade dificilmente se chega a um dos terminais neste prazo. Para fazer o percurso entre os dois terminais, a Secretaria de Transportes mantém duas linhas circulares, que passam pelo centro e outros pontos de interesse na cidade.

O cartão SIM não tem custo e qualquer pessoa (residente ou não em Mogi), pode solicitá-lo nas lojas da Mogi Passes e nos terminais. Para fazer a recarga do cartão, o usuário conta com 15 postos espalhados pela cidade, que podem ser encontrados acessando a Cartilha Ande Fácil Mogi, disponível no site da Mogi Passes (www.mogipasses.com.br).

Hoje, duas empresas atuam na cidade, com veículos adaptados com elevadores para portadores de necessidades especiais. Parte dos coletivos também circula com televisores, mostrando programação variada para distrair e informar o passageiro sobre eventos, shows ou pontos turísticos e de lazer na cidade. Um sistema de GPS monitora os horários e caminhos, integrando todas as linhas. No início do ano de 2015 a tarifa de R\$ 3,00 aumentou para R\$ 3,50; um reajuste de 16,67%. Atualmente, estudantes pagam R\$ 1,50 pela passagem, desde que tenham posse do cartão de estudante, enquanto usuários que não possuem o cartão compram a passagem diretamente com o motorista ou cobrador.

De maneira geral, o transporte coletivo é insuficiente e não atende de forma satisfatória toda a demanda da cidade. As áreas mais afastadas têm intervalos de viagens muito longos e os usuários não conseguem usar a integração e a falta de um corredor exclusivo deixa os trajetos mais longos e demorados, principalmente nos horários de pico.

Figura 17: Mapa do transporte público de Mogi das Cruzes



Fonte: Cartilha Ande Fácil Mogi Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/transportes/arquivos/CartilhaSIM.pdf>>. Acesso em: 06 jul. 2015.

III) Transporte Intermunicipal

O Consórcio Unileste envolve as empresas de ônibus responsáveis pelo transporte de milhares de usuários, diariamente, nos municípios da denominada Área 4 (Biritiba-Mirim, Ferraz de Vasconcelos, Guararema, Itaquaquecetuba, Mogi das Cruzes, Poá, Salesópolis, Suzano e São Paulo/ZL), sendo que o gerenciamento e a fiscalização do serviço são feitos pela EMTU-SP. O sistema regular regulamentado pelo Decreto nº 24.675/86 oferece transporte metropolitano coletivo de passageiros por ônibus na seguinte forma:

a) *Serviço Comum* – composto por conjuntos de linhas ligando pelo menos dois municípios que fazem parte da área 4. São atendidos por ônibus urbanos comuns, com transporte de passageiros sentados e em pé.

b) *Serviço Seletivo* – composto por conjuntos de linhas ligando pelo menos dois municípios da área 4. São atendidos por ônibus do tipo rodoviário, com transporte apenas de passageiros sentados.

Com relação às melhorias de transporte na Região do Alto Tietê, está sendo construído o BRT Metropolitano Alto Tietê, atenderá as cidades de Arujá, Poá, Itaquaquecetuba e Ferraz de Vasconcelos, uma região com grande concentração populacional e que abrange três importantes rodovias: Fernão Dias, Dutra e Ayrton Senna.

Esse empreendimento terá quase 21 km de extensão e atenderá cerca de 47 mil passageiros diariamente, e estará integrado a linhas 11 e 12 da CPTM, além do futuro Corredor Metropolitano Leste (Mogi - SP), e contará com dois terminais a serem construídos (Arujá e Ferraz de Vasconcelos), um a ser readequado (Cidade Kemel), duas estações de transferência (Parque e Monte Belo) e 26 estações de embarque e desembarque. Os ônibus que atendem ao consórcio são novos, não tendo mais de cinco anos de uso, com sinais visuais e sonoros para indicação de fechamento das portas, e de marcha ré, elevadores para cadeirante, bem como sinalização de bancos reservados a pessoas com deficiência ou necessidades especiais.

O usuário pode fazer a integração com o bilhete eletrônico (cartão BOM) para qualquer cidade da Região Metropolitana de São Paulo e com o sistema de Metrô e Trens, com limite de 20 vezes/dia. O prazo para fazer a integração é de 180 minutos a partir da liberação da catraca. Esse tempo nos horários de pico se torna insuficiente para que se possa fazer a integração. O cartão BOM não tem custo e qualquer pessoa pode solicitá-lo nas lojas da EMTU e nos terminais.

Figura 18: BRT Metropolitano Alto Tietê



Fonte: EMTU/SP Empresa Metropolitana de Transportes Urbanos de São Paulo. Disponível em: <<http://www.emtu.sp.gov.br/emtu/empreendimentos>>. Acesso em: 06 jun. 2015.

IV) Sistema de Trens

O município é servido pelos trens da Linha 11 da CPTM e conta com quatro estações ferroviárias:

- a) *Estação Jundiapéba (distrito de Jundiapéba);*
- b) *Estação Brás Cubas (distrito de Brás Cubas);*
- c) *Estação Mogi das Cruzes (centro);*
- d) *Estação Estudantes (acesso à UMC e UBC e ao terminal rodoviário).*

Seu acesso em São Paulo é feito pelas estações da Luz (conexões com as linhas Amarela e Azul do Metrô) e Estudantes, sendo que há conexões nas Estações Brás (gratuita), Tatuapé com as linhas Vermelha do Metrô e Safira da CPTM e Itaquera (ambas tarifadas) com a linha Vermelha do Metrô e novamente com a Linha Safira em Poá na Estação Calmon Viana (gratuita). É a linha mais saturada da região metropolitana de São Paulo e a 2ª mais extensa da rede de trilhos paulistana. Faz 24 viagens diárias durante a semana e 20 viagens em finais de semana.

Como as estações todas as linhas derivam de antigas vias ferroviárias, algumas do séc. XIX, as estações que atendem o ramal de Mogi das Cruzes são desiguais no atendimento à acessibilidade para deficientes físicos, idosos, mulheres grávidas ou com crianças de colo. Algumas são modernas, dotadas de elevadores e rampas; outras atendem parcialmente às normas de acessibilidade; e algumas são absolutamente fechadas a cadeirantes e pessoas com mobilidade reduzida.

A estação de Mogi das Cruzes foi aberta em 1875, numa cidade que já existia desde o século XVI. Em 1929, foi inaugurado um novo prédio, com apenas duas plataformas. Em 1956, foi ampliada a estação (com uma plataforma estilo da estação Roosevelt), e que foi derrubada em 1984 pela antiga RFFSA, quando inaugurou o novo prédio (o atual). A estação atende hoje aos trens metropolitanos da CPTM.

A Estação Estudantes foi construída pela RFFSA para atender os campi da Universidade Braz Cubas e da Universidade de Mogi das Cruzes. Fica no extremo leste do sistema ferroviário. Segundo informações dos usuários a prefeitura estaria pleiteando desde 2005 que os trens somente passassem a seguir para Estudantes nos horários de pico, para aliviar o tráfego nos outros horários, quando o destino seria a estação de Mogi das Cruzes.

As estações seguem o padrão de identidade visual da CPTM, e estão preparadas para atender ao público que utiliza o sistema. Para facilitar a comunicação com os turistas estrangeiros, a companhia instalou nas estações placas com indicações em português e em outros idiomas, em sua maioria em inglês e espanhol. Com relação à segurança, os funcionários recebem treinamentos para

gerenciamento de crises, incluindo a utilização de artefatos explosivos em manifestações e falhas que possam perturbar a operação.

Os trens são em sua maioria novos, com sistemas de ar-condicionado, sinais visuais e sonoros para indicação de fechamento das portas, bem como sinalização de bancos reservados a pessoas com deficiência ou necessidades especiais. Um aspecto negativo é que em alguns casos os trens são velhos e não obedecem a um padrão único de comprimento e largura, o que resulta em vãos exagerados entre as plataformas e os vagões. Segundo os passageiros o principal problema do sistema é a superlotação durante os horários de pico na semana, pois os trens passam muitos cheios nas estações intermediárias o que ocasiona grande espera para que se consiga entrar em um dos trens.

Figura 18: Mapa do Sistema de Transporte Metropolitano de São Paulo



Legenda Legend

	1 Linha 1 - Azul Line 1-Blue	METRÔ
	2 Linha 2 - Verde Line 2-Green	METRÔ
	3 Linha 3 - Vermelha Line 3-Red	METRÔ
	4 Linha 4 - Amarela Line 4-Yellow	VIAQUATRO
	5 Linha 5 - Lilás Line 5-Lilac	METRÔ
	7 Linha 7 - Rubi Line 7-Ruby	CPTM
	8 Linha 8 - Diamante Line 8-Diamond	CPTM
	9 Linha 9 - Esmeralda Line 9-Emerald	CPTM
	10 Linha 10 - Turquesa Line 10-Turquoise	CPTM
	11 Linha 11 - Coral Line 11-Coral	CPTM
	11 Linha 11 - Coral - Expresso Leste Line 11-Coral - East Express	CPTM
	12 Linha 12 - Safira Line 12-Sapphire	CPTM
	15 Linha 15 - Prata Line 15-Silver	METRÔ
	Expresso Turístico Touristic Express	CPTM
	Ponte ORCA - tarifada Orca Shuttle Service	EMTU
	Corredor Metropolitano de Ônibus ABD ABD Metropolitan Bus Corridor	EMTU
	Terminal Metropolitano de Ônibus Metropolitan Bus Terminal	

	Estação Station		Estações com elevador Station with elevator
	Integração - gratuita Integration - Free Interchange		Acesso livre Free access
	Integração - tarifada Integration - Paid Interchange		
	Integração - gratuita: Horário Especial Integration - Free Interchange during off-peak hours (see website: METRÔ/CPTM)		
	Terminal Rodoviário Road Terminal		
	Bicicletário Bike Parking Terminal		Paraciclos Bike Attaching Post
	Bicicletário com empréstimo de bicicleta Bike Parking & Rental Terminal		
	Estacionamento de Carro Integrado Integrated Car Parking		
	Estacionamento de Carro Integrado/ Paraciclos Integrated Car Parking/ Bike Attaching Post		

Informações úteis Useful Information

CPTM	www.cptm.sp.gov.br	0800 055 0121
EMTU	www.emtu.sp.gov.br	0800 724 0555
METRÔ	www.metro.sp.gov.br	0800 770 7722
VIAQUATRO	www.viaquatro.com.br	0800 770 7100

Consulte no site das empresas os horários de funcionamento das estações e transferências entre linhas.
Please address the websites of the metropolitan transport companies for stations service hours and line interchange information.

Fonte: Companhia do Metropolitano de São Paulo. Disponível em:
<<http://www.metro.sp.gov.br/redes/mapa.pdf>>. Acesso em: 06 jun. 2015.

4.3.3 Transporte aéreo

A proximidade com a Região Metropolitana de São Paulo, e por consequência de três dos principais aeroportos do Brasil, sobretudo do Aeroporto André Franco Montoro, abre outra possibilidade de acesso ao município, por via aérea, a partir de voos da aviação comercial e executiva para São Paulo.

A demanda doméstica do transporte aéreo de passageiros mais do que triplicou nos últimos dez anos em termos de passageiros-quilômetros pagos transportados, com alta de 165 % entre os anos de 2004 e 2013 e crescimento médio de 13,1% ao ano no período. Apesar de haver desacelerado em 2013, com alta 1,4% em relação ao ano anterior, a demanda doméstica atingiu o seu maior nível nos últimos dez anos, o que torna esse modal de muita importância para o turismo em Mogi das Cruzes.

Tabela 19: Evolução da quantidade de passageiros pagos transportados, 2004 a 2013.

Ano	Doméstico	Internacional	Total
2004	32.073.838	9.140.820	41.214.658
2005	38.719.611	10.403.160	49.122.771
2006	43.191.160	10.820.221	54.011.381
2007	47.365.935	12.309.214	59.675.149
2008	50.121.221	13.400.560	63.521.781
2009	57.123.672	12.600.247	69.723.919
2010	70.148.155	15.371.602	85.519.757
2011	82.072.795	17.868.875	99.941.670
2012	88.688.628	18.629.814	107.318.442
2013	89.951.204	19.227.488	109.178.692

Fonte: Anuário 2013 ANAC-Agência Nacional de Aviação Civil. Disponível em: <<http://www2.anac.gov.br/estatistica/anuarios.asp>>.

I) Aeroporto Internacional Franco Montoro – Guarulhos

O Aeroporto Internacional de São Paulo/Guarulhos – Governador André Franco Montoro, conhecido popularmente como "Aeroporto de Cumbica", é o principal e o mais movimentado aeroporto do Brasil, localizado no estado de São

Paulo, na cidade de Guarulhos, no bairro de Cumbica, um dos pólos tecnológicos mais importantes do país, a Região Metropolitana de São Paulo. Por sua proximidade com a cidade de São Paulo e a região do Alto Tietê, o torna uma alternativa para chegar à região, através dos voos regionais e internacionais que servem o Aeroporto, tanto da aviação comercial, quanto executiva.

Do Aeroporto de Cumbica existem linhas de ônibus executivas e suburbanas (ambas geridas pela EMTU/SP), para atender aos usuários do aeroporto com os seguintes destinos: Praça da República – São Paulo, Terminal Rodoviário do Tietê e da Barra Funda, Itaim Bibi – São Paulo, Circuito dos Hotéis Paulista/Augusta, Metrô Tatuapé, Congonhas – São Paulo, Guarulhos, Campinas, Aparecida, Cachoeira Paulista Cruzeiro, Campos do Jordão, Guaratinguetá, São José dos Campos, Taubaté e Barra do Uma.

A cidade de Mogi das Cruzes é atendida pelo ônibus de da empresa Pássaro Marrom, ligando-a ao Aeroporto. O ponto de embarque no município é no Terminal Rodoviário. A linha, considerando partida e chegada, funciona das 7h às 23h30, de segunda a domingos, com um intervalo médio de 1 hora e 10 minutos.

Inaugurado em 20 de janeiro de 1985, o Aeroporto Internacional de São Paulo/Guarulhos - Governador André Franco Montoro está a caminho de se consolidar como referência na América Latina e um dos principais aeroportos do mundo.

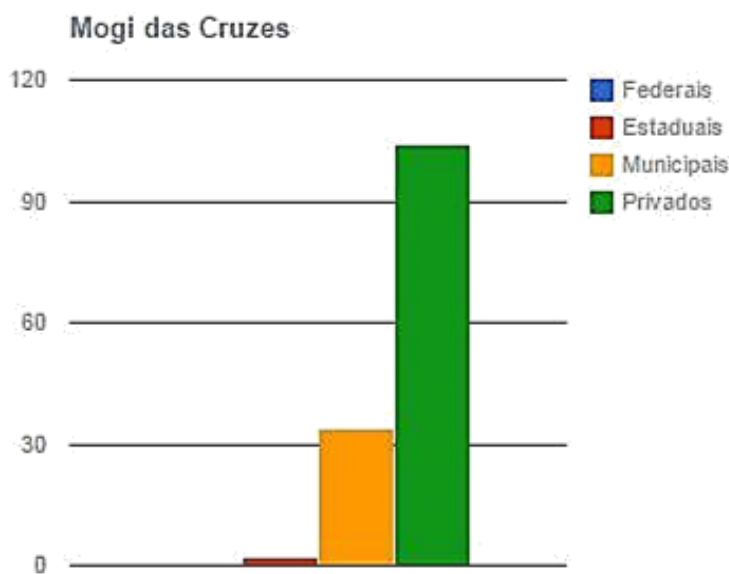
Desde 2012 é administrado pelo Consórcio Grupar, 2012, que passou a utilizar a marca administrativa: GRU Airport – Aeroporto Internacional de São Paulo, que resgata a grandiosidade e a importância que o complexo aeroportuário possui para Guarulhos, São Paulo, Brasil e para o mundo.

4.4 SAÚDE

O órgão municipal responsável pela saúde no município é a Secretaria de Saúde do Município de Mogi das Cruzes. Ela tem por objetivo articular as esferas governamentais e privadas a fim de oferecer serviços caracterizados pela medicina preventiva para população em geral.

Segundo dados do IBGE, a Pesquisa Assistência Médica Sanitária 2009 revela que há mais estabelecimentos de saúde privada (104) do que de assistência pública (36), como demonstra o gráfico abaixo:

Gráfico 9: Estabelecimentos de saúde em Mogi das Cruzes



Fonte: IBGE, Assistência Médica Sanitária 2009.

Ao analisar e pesquisar sobre a saúde no município, constata-se que há diversas campanhas preventivas que assumem um papel importante na funcionalidade da saúde pública, sendo elas: Outubro Rosa, Novembro Azul, Saúde em Casa, campanhas de vacinação zoonótica e anual e programas que abordam as faixas etárias e problemas mais comuns como: combate ao tabagismo e alcoolismo, programa de assistência a gestantes e idosos. Vale ressaltar também a importância do PSF (Programa Saúde da Família) para a medicina preventiva praticada na cidade, ainda mais quando a população está dispersa em seus vários distritos.

Com base na pesquisa do Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal realizada em 2011, a cidade no aspecto da Saúde apresenta um “alto desenvolvimento” com a 590ª colocação na posição nacional e 121ª na posição estadual. A pesquisa também compara a evolução e declínio da saúde ao longo dos anos e estabelece que desde 2005, a cidade se enquadra, desde o início da pesquisa, na categoria de alto desenvolvimento, pelos indicadores da pesquisa.

Por outro lado, segundo dados da Fundação Sistema Estadual de Análise de

Dados (SEADE)¹, verifica-se que o coeficiente por mil habitantes de leitos de internação disponível é de 1,83 leitos, enquanto para o Estado de São Paulo é de 2,26 no ano de 2013, como mostra a tabela abaixo:

Tabela 20: Leitos de internação (Coeficiente por mil habitantes)

Ano	Total do Estado de São Paulo	Mogi das Cruzes
2008	2,38	3,05
2009	2,36	2,19
2010	2,35	2,03
2011	2,31	1,89
2012	2,28	1,86
2013	2,26	1,83

Fonte: Fundação SEADE, 2014.

Segundo dados apresentando em uma reportagem do Conselho Federal de Medicina datada em 19/10/2014 a OMS não estabelece um índice aceitável de leitos de internação e sugere a comparação entre as localidades. Nessa mesma matéria o Brasil possui um coeficiente de 2,3 de leitos de internação por mil habitantes. Se tomarmos por base esse coeficiente pode avaliar que a oferta de leitos no município (1,83) está bem abaixo da nacional (2,3) e estadual (2,26). O que pode ser analisado quanto ao aspecto do turismo na cidade é que a oferta de leitos é uma problemática tanto nos estabelecimentos privados e públicos, não sendo suficiente para atender nem a população local. Porém sob o aspecto dos tipos de estabelecimentos privados podemos dizer que a presença das universidades faz com que cresçam estes tipos de estabelecimentos e ampliem a oferta de serviços médicos privados.

Outro aspecto importante a se considerar é o IDHM (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal⁷), que revela o caráter de desenvolvimento socioeconômico do município e conta com variáveis ligadas a saúde em que Mogi das Cruzes possui um IDHM de 0,783, sendo classificado como alto. Segundo informações de população e estatísticas vitais (realizada pelo SEADE) sobre a população residente revela que a taxa de mortalidade infantil de Mogi das Cruzes é de 13,79 por mil nascidos vivos em 2013, enquanto a mesma variável possui índice em 2013 de 11,47 no Estado de São Paulo. Em termos comparativos, segundo a

⁷ Pesquisa realizada pelo Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil classifica o IDHM ajustou os parâmetros internacionais para a realidade brasileira considerando-se para compor o índice: vida longa e saudável, acesso ao conhecimento e padrão de vida. O IDHM de 2010 possui um manual em que estabelece as Faixas de Desenvolvimento Humano Municipal. 0-0,499 = Muito Baixo; 0,500-0,599 = Baixo; 0,600-0,699 = Médio; 0,700-0,799 = Alto e 0,800-1 = Muito Alto.

Organização Mundial da Saúde, é aceitável é de 10 mortes a cada mil nascidos. Contudo os dados revelam que tanto a Região de São Paulo e o município possuem índices que revelam o comprometimento com a diminuição de até dois terço da mortalidade infantil.

Ao mesmo tempo em que o município busca através dos programas de saúde citados a busca da melhoria em qualidade de vida para todos os cidadãos, há muito que se ampliar em relação ao atendimento ao turista. Em caso de emergência o turista pode ser atendido em três hospitais públicos, sendo dois localizados na região central (Santa Casa de Misericórdia e Hospital das Clínicas Luzia de Pinho) e um na região de Jundiapéba (Centro Especializado em Reabilitação Dr. Arnaldo Pezzuti Cavalcanti).

Ao analisar as informações sobre atendimento a Secretaria de Saúde indica que em caso de emergências por acidentes deve ser acionado o serviço de ambulâncias para a ocorrência. Já em caso de mordida de animais e outras doenças crônicas é possível ser atendido no setor de emergências dos hospitais citados acima. Porém, as outras regiões turísticas importantes como Cocuera e Sabaúna não possuem atendimento em caso de emergências para os turistas do segmento de turismo de aventura e rural.

5 SISTEMA DE ENSINO

Com a finalidade de proporcionar a excelência na qualidade de ensino, a Secretaria Municipal de Educação tomou providências para equipar técnica e pedagogicamente as escolas da Rede Municipal de Ensino, através de um plano-base, estabelecendo ações de:

a) Melhoria das instalações físicas por meio de reformas, ampliações, novas construções prediais, parcerias de incentivo cultural e pedagógico, aumento de equipe técnica-administrativa e técnico-pedagógico;

b) Redução do número de alunos por sala, programas de apoio à saúde escolar, criação de escolas em tempo integral, programas esportivos e artísticos de apoio ao desenvolvimento integral do sujeito, investimento na educação de jovens e adultos.

O plano-base tem por objetivo a Educação Inclusiva em todas as suas vertentes, e considera o Aluno como Sujeito Construtor de sua realidade física, cultural, econômica, política e social, da qual deverá apoderar-se em suas diferentes instâncias e códigos à medida que avança em seus estudos e interage com os elementos mais próximos de seu grupo social e escolar. O Plano Municipal de Educação tem como objetivos:

- A elevação global do nível de escolaridade da população;
- A melhoria da qualidade do ensino em todos os níveis;
- A redução das desigualdades sociais e regionais no tocante ao acesso e à permanência, com sucesso, na educação pública;
- Democratização da gestão do ensino público, nos estabelecimentos oficiais, obedecendo aos princípios de participação dos profissionais da educação na elaboração do projeto pedagógico da escola e a participação das comunidades escolar e local em conselhos escolares ou equivalentes.

Vale ressaltar que as informações aqui demonstradas foram extraídas do Plano Municipal de Educação – PME, um documento que visa contemplar os

anseios da sociedade, e está embasado em sua história cultural e na busca de uma sociedade mais igualitária, garantindo seus direitos, preceituada pela Constituição Federal de 1988, em seus artigos 205, 206 incisos I a VIII e 208 incisos I a VII, parágrafos 1º, 2º e 3º e na Lei de Diretrizes de Bases da Educação Nacional - LDB nº 9.394/96.

5.1 EDUCAÇÃO BÁSICA

A Educação Básica é o primeiro nível do ensino escolar no país e compreende três etapas: a Educação Infantil (para crianças de zero a cinco anos), o Ensino Fundamental (para alunos de seis a quatorze anos) e o Ensino Médio (para alunos de quinze a dezessete anos). Na cidade de Mogi das Cruzes, atualmente o Sistema Municipal de Ensino atende a Educação Infantil e o Ensino Fundamental.

5.1.1 *Ensino Infantil*

O atendimento oferecido na Educação Infantil será em conformidade com Plano Municipal de Educação, tendo em sua expansão da oferta pública de Educação Infantil a prioridade de atender as famílias de menor renda, e garantir atendimento nas áreas de maior necessidade com ensino em período integral.

5.1.2 *Ensino Fundamental*

A implantação do Ensino Fundamental de 09 anos (2009 – 2010) pelo Sistema Municipal de Ensino foi realizada em parceria com a Rede Estadual de Ensino, considerando que o atendimento da demanda de 1ª séries a 4ª séries é de responsabilidade das escolas municipais e das escolas estaduais.

5.1.3 *Ensino Especial*

Modalidade de ensino oferecida preferencialmente na Rede Regular de Ensino, em todos os níveis, etapas e modalidades da educação para pessoas com

necessidades educacionais especiais. Um importante passo foi dado rumo à inclusão social das pessoas com deficiência auditiva: a publicação do decreto nº 5626, que regulamenta a lei nº 10.436/02, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras.

As Escolas que oferecem esta modalidade são:

- a) Centro de Atendimento aos Portadores de Necessidades Educacionais Especiais "Ricardo Strazzi". Atende 650 alunos matriculados na Rede Regular de Ensino;
- b) A Escola de Educação Infantil e Fundamental "Botyra Camorim Gatti" da APAE;
- c) EMESP - Escola Municipal de Educação Especial "Prof.^a Jovita Franco Arouche" atende-se alunos nos diferentes níveis de ensino (Educação Infantil, Ensino Fundamental, Educação de Jovens e Adultos).

5.1.4 Educação de Jovens e Adultos

Mogi das Cruzes oferece aos seus munícipes o progressivo atendimento a Educação de Jovens e Adultos, ofertando desde o ano de 2011, o segundo segmento do Ensino Fundamental em escolas municipais nos bairros em que não são atendidos pelo governo estadual, percebendo essa necessidade por meio de chamada popular via televisão, jornal escrito e divulgação na própria escola. Matrículas nesta modalidade concentram-se no 1º semestre de cada ano com significativa queda nos 2º semestres.

5.2 ENSINO PROFISSIONALIZANTE

A Educação Profissional é uma modalidade de ensino complementar a Educação Básica sem, contudo substituí-la. Visando atender a essa demanda, a oferta da Educação Profissional, em Mogi das Cruzes, se dá da seguinte forma:

- No nível básico, é promovida pelo município por meio do Centro de Iniciação Profissional – CIP, Centro de Apoio a Educação de Jovens e Adultos - CRESCER, escolas Públicas e Privadas, outras Secretarias do Estado.
- No nível técnico, é oferecida por escolas das Redes Estadual e Privada;
- No nível superior e tecnológico, ela ocorre em instituições Privadas e Públicas de Ensino Superior.

5.3 CAPACITAÇÃO DA POPULAÇÃO

5.3.1 Educação da comunidade para o turismo

Dentro do planejamento turístico, a modalidade de ensino profissionalizante tem importância especial porque capacita profissionais para atuarem de maneira direta e específica na realidade do mercado turístico da cidade. Em Mogi, estes cursos são amplamente oferecidos por instituições privadas, seguindo cronogramas semestrais, como também esporadicamente por órgãos públicos.

É importante notar que as instituições de ensino superior não possuem cursos voltados à área de turismo. Em sua maioria, os cursos atendem os segmentos da área industrial, administrativa, construção civil, e outras; que podem eventualmente serem aproveitados ou não na área turística. Ao observarmos o leque de cursos oferecidos, podemos traçar um paralelo entre a necessidade de mão de obra prática para o turismo em Mogi das Cruzes e a importância em suprir esta demanda de maneira qualificada. Porém não foram encontradas previsões em nenhum dos órgãos competentes o intuito de oferecer um curso de turismo ou de área correlatas.

Em Mogi das Cruzes temos as seguintes instituições de Ensino Superior, que possuem cursos que podem ser aproveitados na área de turismo:

a) Universidade de Mogi das Cruzes (UMC): Administração, Arquitetura e Urbanismo, Gestão Ambiental, Logística, Jornalismo, Produção Publicitária, Relações Internacionais, Secretariado.

b) Universidade Braz Cubas (UBC): oferece os cursos de graduação presencial de Administração, Arquitetura e Urbanismo, Gestão e Negócios, Jornalismo, Marketing Tecnologia em Logística; e os curso de graduação à distância

de Administração, Letras – Habilitação em Português e Inglês, Tecnologia de Gestão Ambiental, Tecnologia em Gestão Pública, Tecnologia em Logística, Tecnologia em Marketing.

c) Universidade Norte do Paraná: oferece os cursos de graduação à distância de Administração, Gestão Ambiental, História, Logística, Marketing.

d) Faculdade de Tecnologia de Mogi das Cruzes: oferece os cursos de graduação presencial de Agronegócio, Logística e Recursos Humanos.

A única instituição que oferece cursos profissionalizantes na área de turismo é a ETEC Presidente Vargas, que mantém o curso de Agenciamento de Viagens, além dos cursos de Ensino Médio, Técnico em Administração e Técnico em Secretariado que podem ser utilizados em prol do turismo.

Outra organização importante dentro da educação para o turismo é o Sindicato Rural de Mogi das Cruzes que representa a categoria econômica dos produtores rurais nas esferas governamentais e privadas. Podemos destacar dois cursos que visa integrar o turismo com a comunidade local:

- **Turismo rural:** oferecido pelo Sindicato Rural de Mogi e SENAR/SP, este programa os participantes ampliem o olhar sobre a propriedade rural, fornecendo ferramentas para identificar e implantar negócios de turismo, de acordo com os recursos encontrados no meio e aliados às habilidades e vocações de cada produtor rural e sua família.

- **Programa Jovem Agricultor do Futuro:** objetivo do programa é de capacitar jovens de 14 a 17 anos, com o objetivo que os mesmos passem a trabalhar nas propriedades. Terão aulas práticas e teóricas na parte técnica de produção de produtos oriundos da região e ao mesmo implantarão técnicas de gestão e empreendedorismo.

A Prefeitura de Mogi das Cruzes mantém o CRESCER - Centro de Apoio à Educação de Jovens e Adultos que promove a qualificação profissional básica e atua como apoio ao programa de Educação de Jovens e Adultos com função qualificadora, realizado em 17 escolas municipais e que oferece aulas semanais de qualificação profissional aos estudantes.

São oferecidos cursos avançados de informática e capacitações nas áreas de turismo e hospitalidade, serviços domésticos e alimentação, como doméstica,

arrumadeira, passadeira, auxiliar de cozinha, barman, garçom, entre outros. A cada ano, são oferecidas 2.280 vagas em seis blocos de cursos, que têm duração de 18 e 36 horas e acontecem nos períodos da manhã, tarde ou noite. Não há limite de idade para participar.

5.3.2 Capacitação do profissional para o turismo

Até o final de 2014, a única instituição de ensino que disponibilizou cursos de graduação em Turismo e áreas correlatas foi a ETEC Presidente Vargas, que inclusive abriu em seu último Vestibulinho o curso de Eventos. A tabela a seguir mostra os cursos ofertados e o número de alunos matriculados entre o período do 1º sem/13 até 1º sem/15⁸:

Tabela 21: Mapeamento das Escolas – ETEC Presidente Vargas: Mogi das Cruzes

Eixo Tecnológico	Curso/Habilitação	Período	1ºSem 2013	2ºSem 2013	1ºSem 2014	2ºSem 2014	1ºSem 2015	Total de alunos
Gestão e Negócios	Administração	Tarde	114	107	114	101	106	542
Gestão e Negócios	Administração	Noite	114	115	118	112	106	565
Gestão e Negócios	Secretariado	Tarde	105	101	108	106	107	527
Turismo, Hospitalidade e Lazer	Agenciamento de Viagem	Manhã	103	106	106	98	64	477
Turismo, Hospitalidade e Lazer	Eventos	Manhã					46	46
Total de alunos			436	429	446	417	429	2157

Fonte: ETEC Presidente Vargas.

Tão importante quanto mostrar o número de matrículas é evidenciar a abertura do curso de eventos, o que indica um cenário promissor da formação de turismólogos capacitados a trabalharem nas propostas turísticas de Mogi das Cruzes, uma vez que isso pode ser um indicador de aumento de demanda qualificada nas áreas correlatas.

Na realidade atual, o que se observa é que dificilmente os profissionais formados em Turismo atuam em Mogi das Cruzes. O mercado turístico local embora desenvolvido na área de negócios está em início de expansão e existem na cidade

⁸ A CETEC - Unidade do Ensino Médio e Técnico do CENTRO PAULA SOUZA coloca à disposição de todos os usuários da web, dados e informações referentes às Escolas Técnicas Estaduais (ETECs) e Classes Descentralizadas (frutos de parcerias com prefeituras e Secretaria do Estado da Educação), com o objetivo de oferecer um mapeamento completo de suas Unidades de Ensino no Estado de São Paulo.

poucas oportunidades de trabalho. A maioria dos recém-formados, optam por trabalhar em outras cidades, em especial em São Paulo, onde o turismo possui reconhecimento econômico, profissional e paga melhores salários.

6 ACESSIBILIDADE

A acessibilidade para pessoas com deficiência em Mogi das Cruzes vem evoluindo conforme a cidade contempla quais as necessidades e melhorias que a cidade precisa desenvolver para o bem estar da população, assim como de seus visitantes.

Segundo Valeriana da Silva Alves, da Coordenadoria da Pessoa com Deficiência e Mobilidade Reduzida (COPEDE), cerca de 23% da população mogiana possui alguma deficiência.

Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), “deficiência é o substantivo atribuído a toda a perda ou anormalidade de uma estrutura ou função, psicológica, fisiológica ou anatômica”. São considerados aqui a deficiência Visual, Motora e/ou Física, Mental, Intelectual e Auditiva. No Brasil, o censo do IBGE 2000 mostra a existência de 14,5% da população brasileira com algum tipo de deficiência, totalizando aproximadamente 24,5 milhões de pessoas. Esses números não consideram as pessoas com restrição de mobilidade.

A COPEDE foi criada em 2009 com o objetivo de promover a inserção social e criar condições de vida melhores para as pessoas com deficiência. Segundo o site oficial da Prefeitura de Mogi das Cruzes, os objetivos da COPEDE são:

a) Desenvolver políticas públicas voltadas às pessoas com deficiência, nas áreas de Empregabilidade, Educação, Saúde, Esporte e Lazer, Cultura e Acessibilidade;

b) Incluir socialmente as pessoas com deficiência, respeitando as necessidades próprias da sua condição e possibilitar acesso aos serviços públicos, aos bens culturais e artísticos e aos produtos decorrentes do avanço social, político, econômico, científico e tecnológico da sociedade contemporânea.

Dentro da estrutura da COPEDE existem programas voltados à pessoa com deficiência que visam melhorar sua mobilidade e inclusão social.

6.1 CARTÃO ESTACIONAMENTO

Visa facilitar a mobilidade para pessoas com deficiência por meio de uma autorização gratuita de estacionamento nas vagas especiais sinalizadas para pessoas com deficiência. Esse cartão é para uso exclusivo de pessoas com deficiência e é válido em todo o território nacional. Para solicitação do cartão, é necessário preencher um requerimento disponível no site da prefeitura de Mogi, assim como apresentar o atestado médico da deficiência emitido no máximo há 03 meses, Documento de identidade e comprovante de residência em Mogi das Cruzes. Tem validade de 05 anos.

6.2 CENSO INCLUSÃO

Foi realizado em 2011 o Censo Inclusão, visando identificar as principais necessidades das pessoas com deficiência para propor ações de melhoria na qualidade de vida dessas pessoas com base nos dados recolhidos. A ação foi realizada por meio de formulários espalhados pela cidade em postos de saúde, escolas públicas, supermercados, universidades, hospitais, além de entidades sociais, terminais de ônibus, nos quatro Centros de Referência em Assistência Social (CRAS) e no Cartório Eleitoral.

Os locais receberam também urnas para o depósito dos formulários, depois de preenchidos. O questionário aborda questões como o tipo de deficiência, o grau de escolaridade, a inserção no mercado de trabalho, renda, vida social, além dos tratamentos e aparelhos utilizados. Segundo Valeriana da Silva Alves (COPEDE):

Este Censo está sendo realizado justamente para trazer melhorias, maior qualificação e mais programas de ajuda. É fundamental que as pessoas preencham o formulário, pois assim teremos uma noção apurada do universo com o qual estamos lidando, e, assim, das medidas a serem adotadas.

6.3 ROTA INCLUSIVA

O programa tem como objetivo o planejamento e implantação de rotas inclusivas, que visa melhorias no transporte e locomoção das pessoas com deficiência, sejam para os fins de trabalho ou lazer das mesmas.

Hoje, 100% da frota de ônibus é adaptada e os motoristas são treinados para atender as pessoas com deficiência. Outra opção é o Serviço de Atendimento Especial (SAE) que conta com quatro vans e dois micro-ônibus para atender e transportar pessoas com dificuldades sérias de locomoção a sessões de fisioterapia. "Atualmente, o SAE tem cerca de 230 inscritos e os interessados podem fazer o cadastramento na sede da coordenadoria", explica Valeriana da Silva Alves.

6.4 SOU CONSCIENTE

Tem como objetivo conscientizar os motoristas sobre a importância do respeito às vagas de estacionamento destinadas aos idosos e pessoas com deficiência por meio de ações e campanhas. A utilização de panfletos de orientação e informações sobre o uso correto dos espaços de estacionamento exclusivo é realizada em estabelecimentos privados, em que os agentes de fiscalização de trânsito não têm a possibilidade de fiscalização. "As pessoas precisam ter conhecimento sobre a importância do respeito às vagas exclusivas, porque são espaços garantidos por lei às pessoas com mobilidade reduzida", explica a coordenadora da Coordenadoria da Pessoa com Deficiência e Mobilidade Reduzida, Valeriana da Silva Alves.

6.5 TERMINOLOGIA CORRETA

O programa tem como objetivo conscientizar as pessoas, principalmente do ramo de comunicação, em relação aos termos e conceitos corretos em relação às pessoas com deficiência. Essa ação é de extrema importância para melhorar a

inclusão social dessas pessoas, além de combater expressões que atenuem as diferenças e abram margem ao preconceito.

O termo correto é Pessoa com Deficiência, aprovado pela Convenção Internacional para Proteção e Promoção dos Direitos e Dignidades das Pessoas com Deficiência, aprovado pela Assembleia Geral da ONU, em 2006 e ratificada no Brasil em julho de 2008. Existe ainda um Conselho Municipal para Assuntos da Pessoa com Deficiência (CMAPD) que estabelece diretrizes voltadas para a implantação de planos e programas de apoio à Pessoa com Deficiência.

Um projeto voltado à integração de Pessoas com Deficiência está sendo implantado nesse ano. Trata-se de um jardim sensorial no Parque Centenário, onde será possível experimentar diversas sensações sensoriais, além de contar com informações em braile das plantas presentes.

6.6 PARADESPORTO

O esporte para pessoas com deficiência em Mogi é bem desenvolvido e incentivado. Mogi⁽¹⁷⁾ tem equipes campeãs de basquete em cadeira de rodas, futebol de amputados e atletismo, sendo hoje um "celeiro de paradesportistas", segundo Valeriana Alves. Um exemplo é o medalhista Paraolímpico Dirceu Pinto, que conquistou ouro individual e em dupla nos Jogos Paraolímpicos de Londres-2012, além de vencer o Torneio Master Internacional de Póvoa de Varzin 2012, a Copa do Mundo da Irlanda do Norte 2011, e ganhar ouro na disputa individual e em dupla no Mundial de Lisboa 2010 e nos Jogos Paraolímpicos de Pequim-2008.

Foi inaugurado no dia 19 de Julho de 2014 o Centro Paradesportivo Professor Cid Torquato, localizado na Rua Expedicionário José Barca. Segundo o Comitê Paraolímpico Brasileiro, o Centro Paradesportivo é resultado de um convênio firmado entre a Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência e o município de Mogi das Cruzes. Composto por quadra poliesportiva com vestiários, arquibancada e refeitório acessíveis, o complexo paradesportivo atenderá pessoas com deficiência física, visual e intelectual em diversas modalidades paradesportivas, tais como: basquete, voleibol sentado, futsal, futebol de cinco, bocha, handebol, *rúgbi* e judô.

6.7 TURISMO E ACESSIBILIDADE

Segundo o Manual de Orientações: Turismo e Acessibilidade, disponível no site oficial do Ministério do Turismo, "o turismo com enfoque social vem se desenvolvendo acentuadamente no mundo, de modo especial no que se refere ao acesso à experiência turística às pessoas com deficiência e com mobilidade reduzida".

Atualmente existem grupos de Turismo e Acessibilidade, mercado que vem crescendo e possibilitando o turismo para as Pessoas com Deficiência. Como é o caso dos grupos Deficiente Ciente, Brasil para Todos e Turismo Adaptado. Um apontamento feito nesse último grupo traz a questão das calçadas de Mogi, onde muitas não apresentam condições boas para o trânsito de Pessoas com Mobilidade Reduzida. Mas com as ações propostas e a preocupação da prefeitura de Mogi em integrar cada vez mais as Pessoas com Deficiência, existe uma possibilidade de Mogi das Cruzes se tornar um pólo de Turismo Acessível.

7 GESTÃO DO TURISMO E DOS RECURSOS HUMANOS

7.1 CAPACIDADE INSTITUCIONAL – MUNICIPAL

No Plano Diretor de Mogi constam as principais diretrizes para planejar o desenvolvimento e expansão urbana e rural. Dentre os pontos mais importantes para o município, estão pautados assuntos como a política de desenvolvimento sustentável, as funções sociais da cidade, a função social da propriedade urbana e rural e a gestão democrática do município. O Plano é de 2006 e elenca as principais diretrizes e discussões sobre o desenvolvimento sustentável do espaço urbano e rural, relacionando o turismo em seus objetivos e indicando que deve existir fomento ao turismo, promoção através de eventos, além de incluir a capacitação profissional entre os programas e ações indicados para ser implementado.

Na seção de turismo do são propostas intervenções para o fomento do turismo na cidade e estão pontuados os seguintes assuntos: elaboração do Plano Municipal de Turismo; estudos e levantamentos de infraestrutura e demanda com apoio de universidades, órgãos de pesquisa; incentivo à capacitação profissional; divulgar e promover eventos empresariais, agroturismo e o patrimônio histórico e ambiental.

Além desses assuntos mais genéricos, o plano evidencia a articulação entre a integração e regionalização do turismo com outros municípios da Região do Alto Tietê que possuem potencialidade para compor uma região turística. Também se destaca o trabalho conjunto com as esferas federais e estaduais. Como é ressaltado no artigo 45º da Lei Complementar que dispõe do Plano Diretor do Município de Mogi das Cruzes (MOGI DAS CRUZES, Lei Complementar nº 46, de 17 de novembro de 2006, 2006), deve-se “promover a divulgação, por meio de eventos e comunicação nas esferas regional, nacional e internacional, das potencialidades turísticas do Município e da Região do Alto Tietê”.

A Região do Alto Tietê é caracterizada, segundo estudo do SEBRAE (2007), por estar localizada em uma região de áreas de preservação de mananciais e reservatórios de água do Estado de São Paulo. Estão integrados, além de Mogi das Cruzes, 11 municípios do Alto Tietê. Ao pesquisar sobre este estudo ele aponta para

duas organizações da sociedade civil: Associação dos Municípios do Alto Tietê (AMAT) e a Agência de Desenvolvimento Regional do Alto do Tietê (ADRAT) criada em 2007.

Esta última tem como objetivo fomentar o desenvolvimento regional do Alto Tietê envolvendo as cidades participantes e sua influência quanto ao território. Uma das Câmaras Temáticas é o Turismo que contribuiu para o desenvolvimento do Circuito Turístico das Nascentes, um circuito promovido pela Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo. Quanto à AMAT não foram encontrados dados o suficiente sobre essa associação e sim sobre o CONDEMAT que é o Consórcio de Desenvolvimento dos Municípios do Alto Tietê, segundo o protocolo de intenções, o turismo deve ser desenvolvido em escala regional.

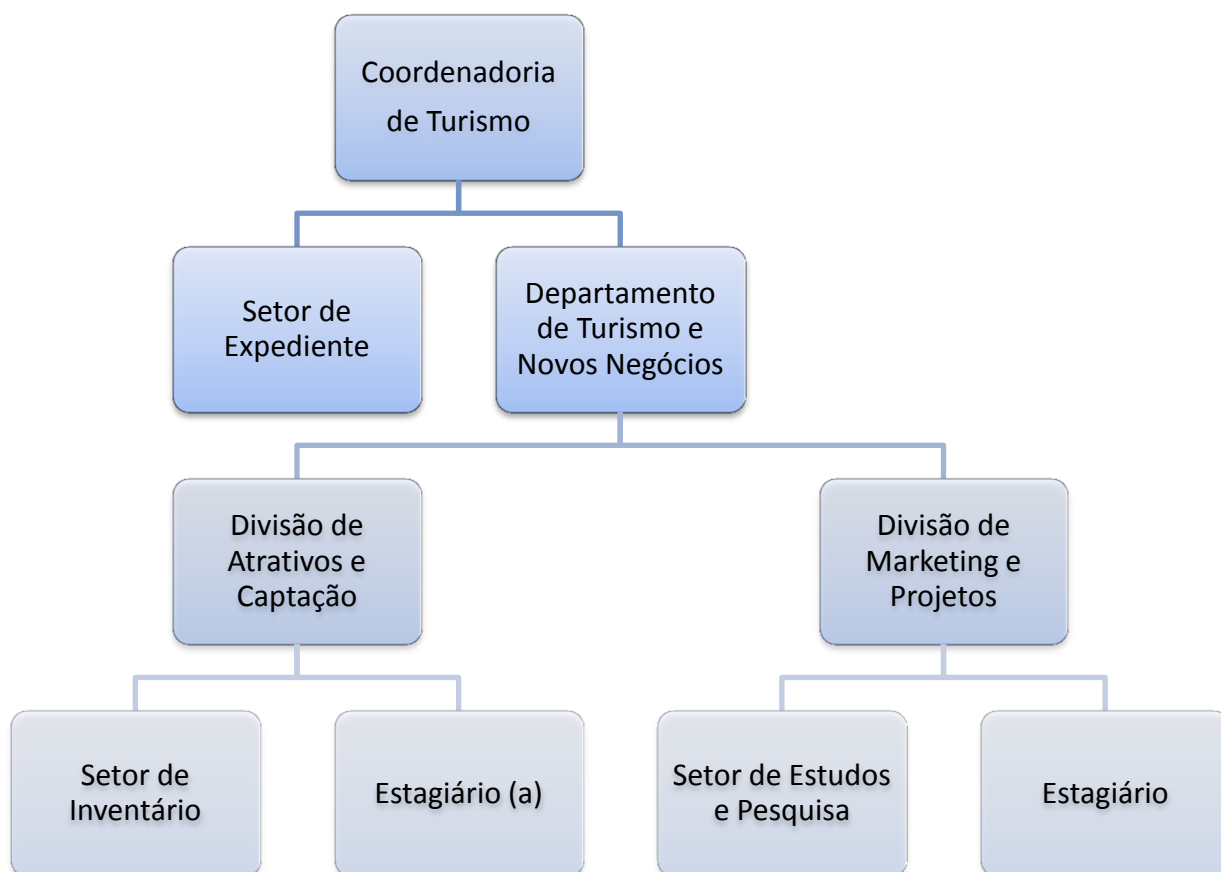
Pode-se analisar sob a perspectiva do desenvolvimento da Região do Alto Tietê que há um trabalho conjunto entre os municípios que busca a integração regional a partir de ações com a Secretaria de Turismo. O atual Secretário de Turismo, Roberto Lucena, é um dos principais articuladores e incentivadores para o Circuito Turístico das Nascentes, que será desenvolvido no capítulo de produtos. Quanto ao histórico do turismo na cidade, ao analisar os decretos municipais disponíveis no site da Prefeitura de Mogi das Cruzes, é possível estabelecer uma linha do tempo e destacar as principais ações realizadas até o presente estudo. Pela Lei Municipal nº 2.887/84, instituída no ano de 1984, foram definidas as funções e a criação de seções administrativas do município e suas secretarias, sendo uma delas a Secretaria Municipal de Esportes e Turismo. Segundo essa lei, a responsabilidade da secretaria visa promover os esportes em geral, cuidando da infraestrutura e eventos e desenvolver planos e programas de fomento ao turismo, embora não tenham sido especificadas as ações para operacionalizá-los.

Já ao analisar a atual estrutura administrativa, na qual a coordenação de turismo está inserida, a lei municipal nº 5.189 do ano de 2001 estabelece a mudança da Secretaria de Esportes e Turismo para Secretaria de Esportes e Lazer e o turismo passa a integrar a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, com a criação do Departamento de Turismo e a criação do cargo de diretor/coordenador. Nesta lei são estabelecidas as funções desse novo departamento, ao qual compete: planejar, promover e incentivar as atividades

turísticas da cidade; preparar material promocional para os visitantes, elaborar roteiros (para turistas de negócios) históricos e naturais, atualizar os cadastros dos estabelecimentos que compõem o trade turístico, estudar os fluxos de demanda e divulgar hotéis e eventos, entre outras atribuições que a atividade turística na cidade envolve.

Atualmente existe a Coordenadoria de Turismo situada na Rua Delphino Alves Gregório, 790 - Vila Mogilar, Mogi das Cruzes - São Paulo, mais conhecida como Ilha Marabá. O coordenador de turismo Fábio Barbosa disponibilizou um arquivo que define as atividades e objetivos da Coordenadoria de Turismo da cidade, tal como as funções e o organograma atual.

Figura 19: Coordenadoria de Turismo



Fonte: Fornecido pelo Departamento de Marketing e Projetos, 2015.

Quanto às funções do coordenador de turismo estão elencadas ações como planejar e coordenar o desenvolvimento do turismo, além de gerir tarefas e controlar resultados obtidos pela equipe. Outras funções delegadas são a captação e

realização de eventos, a promoção do turismo no município e incentivos através de leis para a realização de novos negócios.

O Diretor do Departamento de Turismo e Novos Negócios tem como principal função a gestão de atividade do turismo, eventos e novos negócios. Já o Chefe de Divisão de Marketing e Projetos tem em sua função a gestão de ações de marketing para os produtos turísticos, tanto os novos quanto os existentes, além da captação de recursos e incentivo de novos projetos. A essa função está interligada a de Encarregado de Estudos e Pesquisa que se destaca pela execução das pesquisas de campo e dados secundários que irão subsidiar a promoção e o marketing do destino Mogi.

As responsabilidades atribuídas ao Chefe de Divisão de Atrativos e Captação consistem na articulação do trade turístico, visando os atores públicos, além do planejamento de roteiros turísticos, manutenção dos Centros de Informações Turísticas. Além dessa função há o Encarregado de Inventário que dá suporte à Divisão de Atrativos e Captação fazendo o levantamento e atualizando o inventário de produtos turísticos.

Ao analisar esta atual estrutura e pela percepção em visita técnica à Coordenadoria de Turismo é perceptível que toda a equipe sabe o que está acontecendo em todos os processos do planejamento e ações para o desenvolvimento do turismo na cidade. Os funcionários da coordenadoria agem em equipe e possuem formação acadêmica na área de turismo. O Chefe de Divisão de Marketing que é publicitário e está na coordenadoria há cinco anos⁹ demonstrou conhecimento suficiente sobre ações do turismo e seus atores. Apesar de essa estrutura toda estar bem sólida é necessário que haja capacitação entre os estagiários que estão atuando juntamente aos CITs, assim como um técnico para centralizar as informações do Observatório do Turismo, já que o próprio coordenador e equipe estão envolvidos com as pesquisas. Também é necessária uma comunicação mais eficiente com outras secretarias e também a integração burocrática entre a coordenadoria e a sede da prefeitura.

Ao analisar no Portal da Transparência da cidade de Mogi das Cruzes, no Plano Plurianual o planejamento orçamento que compreende o ano de 2014-2017 para a coordenadoria de turismo está estimado o valor de R\$716.800,00, sendo

⁹ Informação obtida através de entrevista informal com Renato Castrezana, Chefe de Divisão de Marketing e Projetos em 10 de abril de 2015.

distribuído da seguinte forma:

Tabela 22: Plano Plurianual (2014-2017)

Plano Plurianual (2014-2017) Coordenadoria de Turismo	
Ano de Exercício	Valor Disponibilizado
2014	R\$ 158.400,00
2015	R\$ 158.400,00
2016	R\$ 180.000,00
2017	R\$ 220.000,00
Total	R\$ 716.800,00

Fonte: Portal de transparência de Mogi das Cruzes, 2015.

Além dessa informação sobre as receitas, o coordenador Fábio Barbosa disponibilizou a planilha de despesas previstas para o ano de 2015 para a coordenadoria de turismo. Para facilitar a compreensão a tabela foi modificada pelos autores. As despesas relacionadas ao FUMTUR encontram-se no final do texto.

Tabela 23: Dotação turismo 2016 – Coordenadoria de Turismo

Insumo	Valores
Material de Consumo	R\$ 5.000,00
Contingenciamento	-R\$ 500,00
Suplementação Ficha 119 – Mat. Permanente	R\$ 5.000,00
Saldo	R\$ 9.500,00
Serviço Pessoa Física	R\$ 5.000,00
Contingenciamento	-R\$ 500,00
Saldo	R\$ 4.500,00
Serviço Pessoa Jurídica	R\$ 116.000,00
Contingenciamento	-R\$ 11.600,00
Amanhecer Turismo (Mogi para Mogianos)	-R\$ 15.730,00
Req. 21000628 – Seguro do Carro	-R\$ 1.909,61
V Festival do Cambuci	-R\$ 18.500,00
Adrenatrilha (Enduro)	-R\$ 45.000,00
Saldo	R\$ 23.260,39
Obras e Instalações	R\$ 4.400,00
Contingenciamento	-R\$ 440,00
Saldo	R\$ 3.960,00
Equip. Material Permanente	R\$ 15.000,00
Contingenciamento	-R\$ 1.500,00
Suplementação Ficha 115 – Mat. de Consumo	-R\$ 5.000,00
Saldo	R\$ 8.500,00
TOTAL	R\$ 49.720,39

Fonte: Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, 2015.

Ao analisar o planejamento de despesas da Coordenadoria de Turismo pode-se observar que estão concentrados em Serviços da Pessoa Jurídica. Os principais serviços contratados pela coordenadoria são o ônibus do produto Mogi para Mogianos e nos eventos em que a coordenadoria está engajada em realizar este ano. Ainda, este orçamento está comprometido por ter a renovação do contrato com a empresa de ônibus contratada para realizar os roteiros do Mogi para Mogianos. Contudo ao analisar o projeto Mogi para Mogianos e o evento Adrenatrilha (Enduro) são despesas muito altas para o recurso disponibilizado, comprometendo o desenvolvimento de outros projetos que envolvam divulgação e pesquisa.

A que se refere à gestão a prefeitura de Mogi das Cruzes possui o COMTUR e FUMTUR que são de extrema importância para a articulação e desenvolvimento do turismo. A primeira discussão sobre essas entidades é o fato de a nomenclatura que está escrita na Lei de Criação de cada um estar com a grafia errada (CONTUR e FUNTUR), a grafia correta da sigla seria COMTUR para o Conselho Municipal de Turismo e FUMTUR para o Fundo Municipal de Turismo (informação verbal). Nos materiais de divulgação é utilizada a grafia correta; devido a tal fato utilizaremos essas siglas.

O COMTUR foi criado no ano de 2001 através da Lei Municipal nº 5.286 de 26 de outubro de 2001. Ele é um órgão consultivo e deliberativo. Tem como principal objetivo formular propostas com finalidade no desenvolvimento turístico do município de Mogi das Cruzes além de ser um conselho que engaja a opinião e a sugestão de cada membro em relação à atividade turística.

De acordo com seu regimento, o COMTUR possui representação de quase toda a sociedade civil organizada e interessada no turismo de modo que os profissionais indicados como membros tenham capacidade e competência para dialogar sobre a área, e que as decisões tomadas nas reuniões satisfaçam as organizações envolvidas no conselho.

Pela Lei datada no ano de 2001; os novos membros do COMTUR devem ser endossados pelo Prefeito do Município. Na conjuntura de criação do conselho há os seguintes representantes:

- I. Secretário Municipal de Desenvolvimento Econômico e Social;
- II. Representante das demais Secretarias; indicado pelo Prefeito

Municipal;

- III. Representante do SEBRAE-Regional de Mogi das Cruzes;
- IV. Representante da Associação Comercial e Industrial de Mogi das Cruzes –ACIMC;
- V. Representante do Sindicato Rural de Mogi das Cruzes;
- VI. Representante do Centro das Indústrias –CIESP de Mogi das Cruzes;
- VII. Representante do Sindicato do Comércio Varejista de Mogi das Cruzes e Região;
- VIII. Representante do Sindicato de Hotéis Restaurantes Bares e Similares de São Paulo-Regional de Mogi das Cruzes;
- IX. Representante de cada Universidade existente em Mogi das Cruzes com o envolvimento na área de turismo;
- X. Representante da Diretoria Regional de Ensino.

A gestão atual (2014-2016) do conselho contempla um membro efetivo e um suplente (totalizando 56 membros), no qual participam os seguintes órgãos e associações:

I. Secretarias:

Agricultura, Assistência Social, Assuntos Jurídicos, Cultura, Desenvolvimento, Educação, Finanças, Gestão Pública, Esporte e Lazer, Planejamento e Urbanismo, Segurança, Serviços Urbanos, Transporte, Verde e Meio Ambiente.

II. Associações e sindicatos:

ABIH, Abrasel, Associação Comercial, Bunkyo, CIESP, Diretoria de Ensino, Associação Festa Pró Festa do Divino, ANPF, SESI, Sincomercio, Sindicato Rural, Sindicato dos Guias, ASDETUR e CCAMC.

Ao analisar a conjuntura atual do Conselho Municipal de Turismo podemos perceber que a participação da sociedade civil cresceu nos últimos anos, principalmente com a articulação da coordenadoria de turismo que sempre busca o incentivo para a representação do terceiro setor nas decisões do COMTUR. Atualmente as reuniões e pautas são conduzidas pelo coordenador de turismo que almeja que os membros se articulem para as pautas e decisões, além de possuir

mais representantes da sociedade civil frente aos representantes do poder público um conselho paritário.

As reuniões do COMTUR vêm sendo realizadas toda primeira sexta-feira do mês com a presença da maioria dos membros para a discussão em torno da atividade turística na cidade. Além disso, há um grupo de trabalho dentro do COMTUR dirigido pelo chefe de Marketing e Projetos no qual visa principalmente a capacitação dos envolvidos para a elaboração de projetos e captação de recursos. Outra atividade do COMTUR são os *Famtours* realizados na cidade com os representantes do *trade* turístico.

Apesar dessa articulação envolvendo os atores do turismo na cidade de Mogi das Cruzes é necessário ressaltar alguns aspectos relevantes para a nossa análise. O setor hoteleiro, o setor comercial e as secretarias, apesar de terem representação no COMTUR, são desinteressados pelo o que está acontecendo no turismo da cidade e sua falta de articulação faz com que essa dinâmica de decidir e propor projetos ou investimentos não beneficie a todos os envolvidos com a atividade turística da cidade¹⁰.

O FUMTUR¹¹ foi criado a partir da Lei Municipal nº5.287 em 26 de outubro de 2001 e tem como principal função obter e gerenciar os recursos destinados ao desenvolvimento do turismo na cidade e suas competências mais relevantes são: a captação, administração e distribuição de recursos em atividades que permeiam o desenvolvimento da atividade turística, o incentivo de atividades turísticas; patrocínio e apoio a eventos turísticos na cidade assim como garantir a presença dos membros do COMTUR nos eventos e fortalecer os recursos humanos através da capacitação profissional em setores ligados a atividade turística.

Esse fundo de recursos deve ser gerido pelo Conselho Gestor que é integrado pelo:

- I. Secretário Municipal de Desenvolvimento Econômico e Social;
- II. Coordenador do Turismo;
- III. Representante da Secretaria Municipal de Finanças;
- IV. Representante da Secretaria Municipal de Cultura e Meio Ambiente;
- V. Representante da Secretaria Municipal de Assuntos Jurídicos.

¹⁰ Informação obtida através de entrevista com Luis Felipe, Chefe de Divisão de Atrativos em 10 de abril de 2015.

¹¹ Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/turismo/contur.php>>. Acesso em: 27 mai. 15.

Ambos exercem função pelo período de dois anos e devem se reunir uma vez por mês para as deliberarem sobre o uso do recurso. Segundo a Lei, o Conselho Gestor deve prestar contas ao Prefeito trimestralmente desde que o COMTUR e Câmara Municipal estejam cientes. De acordo com o Chefe da Divisão de Marketing e Projetos, todas as aprovações da destinação dos recursos são aprovadas pelo COMTUR¹².

No Plano Plurianual¹³ é estabelecido o valor do orçamento do FUMTUR do ano de 2014 a 2017, totalizando no valor de R\$220.000,00 distribuídos em R\$55.000,00 por ano. Contudo, vale ressaltar que há decretos e termos aditivos que podem ocorrer nesse período. Foi fornecido pelo coordenador de turismo Fábio Barbosa a Dotação do ano de 2015 para os recursos do FUMTUR:

Tabela 24: Dotação Turismo 2015 - FUMTUR

Dotação Turismo 2015 - FUMTUR	
Insumo	Valor
Material de Consumo	R\$ 5.000,00
Serviços Pessoa Jurídica	R\$ 30.000,00
Equipamento Material Permanente	R\$ 20.000,00
Total	R\$ 55.000,00

Fonte: Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, 2015.

Ao observar a distribuição do Fundo de Turismo Municipal pode-se aferir que os recursos disponibilizados pelo Plano Plurianual foram repassados em totalidade para o Conselho Gestor. Porém ao analisar as despesas, elas estão se concentram nos serviços indiretos que permeiam a atividade turística. A percepção que temos em relação às despesas e o uso deste fundo é que o valor é insuficiente para a proposta de patrocínio dos eventos da cidade, já que há dois grandes eventos da colônia de imigrantes japoneses e outros de aventuras. E dentro desse panorama, a Prefeitura de Mogi das Cruzes promove algumas Rotas Turísticas para entretenimento e lazer da população.

¹² Entrevista com Dario da CCAMC e Alexandre Gomes do Sindicato Rural em visita técnica nos dias 8 e 9 de novembro de 2014 e entrevista com Renato Castelhana em 10 de abril de 2015.

¹³ Disponível em: <<http://www.transparencia.pmmc.com.br/plano-plurianual>>. Acesso em: 26 mai. 15.

7.1.1 Roda São Paulo

É um programa itinerante, que percorre de ônibus diversas regiões do estado ao longo do ano acompanhando os grandes fluxos de turistas ao longo do ano, em festas, eventos e férias escolares. São vários roteiros em que o visitante tem a chance de conhecer os principais pontos turísticos do município, por um valor de R\$ 10,00 (dez reais).

É uma iniciativa do Governo do Estado e a última temporada que o Roda SP passou por Mogi das Cruzes foi em junho de 2015, quando o circuito abrangeu Mogi das Cruzes, Suzano, Guararema, Biritiba Mirim e Salesópolis. Atualmente o programa está mais voltado para cidades litorâneas do Estado, como Bertioga, Cubatão, Guarujá, Itanhaém, Mongaguá, Peruíbe, Praia Grande, Santos e São Vicente, distribuídos em rotas propostas no site do programa. O Alto Tietê, onde Mogi está situada, é a região com mais número de embarques e desembarques, e o ponto de saída principal do Programa é no Parque Centenário em Mogi das Cruzes.

7.1.2 Mogi para Mogianos

O Projeto foi criado em 20 de julho de 2010 com o objetivo principal de desenvolver o turismo no município e de possibilitar aos seus moradores conhecer e valorizar sua cidade, compreendendo melhor suas potencialidades. Em um primeiro momento, o projeto se iniciou com parcerias com as propriedades, com os espaços públicos da prefeitura como museus, parques, igrejas e com apenas um único atrativo turístico que é o orquidário ambiental aberto ao público.

Era dividido em quatro roteiros: religioso, ecológico, rural e cultural, e possuía uma parceria com uma agência de viagem local que adotou o projeto se responsabilizando pela mão de obra e a prefeitura disponibilizava o ônibus. Essa primeira iniciativa não deu certo. Em dezembro de 2011 o tour foi resgatado, e implantado pela Prefeitura. O principal objetivo, a partir daí, era o de atingir os novos atrativos, ou seja, pessoas que possuíssem uma propriedade que poderia se

transformar em produto turístico, assim como outros templos religiosos e até mesmo os ateliês.

No entanto, através de questionários que são entregues a todos os participantes do roteiro, pode-se notar que os roteiros “Rural” e “Ecológico” excediam sempre sua capacidade máxima, e os roteiros “Cultural” e “Religioso” apresentavam poucos participantes. Sendo assim, os roteiros foram agregados entre si, e atualmente, alcançam em média 80% de ocupação em todos os passeios realizados.

O passeio custa R\$ 5,00 (cinco reais) e são vendidas 26 (vinte e seis) passagens, existindo a possibilidade de, se autorizado, poder acompanhar o roteiro de carro. Todos os envolvidos, tanto a Prefeitura como as propriedades, estão se promovendo e crescendo juntos. O objetivo é que a propriedade enxergue o seu potencial turístico e através disso venda o seu produto para as agências ou hotéis, fortalecendo todo o destino. Existe um rodízio entre todas as propriedades participantes, fazendo assim com que todos consigam promover seus atrativos.

Os critérios exigidos pela Prefeitura Municipal para a participação das propriedades são: boa infraestrutura, vias de acesso, estacionamento, local coberto para recepção (espaço que caiba no mínimo 26 pessoas), saneamento básico e sanitários. A Prefeitura Municipal indica colocar nos atrativos produtos artificiais ou naturais para venda e a identificação dos mesmos e não permite a cobrança de ingressos.

7.1.3 Caminho do Sal

A rota é composta pelos municípios de Santo André, São Bernardo e Mogi das Cruzes. Foi lançada em 2014 ligando áreas rurais e históricas entre os três municípios, e que pode ser percorrida de bicicleta, a pé, de motocicleta, a cavalo, entre outros. O percurso possui 53,5 km de extensão.

Algumas ações referentes ao Projeto estão sendo retomadas juntamente com a Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo. Ao longo do percurso existem placas padronizadas da Rota com setas de orientação, no entanto, um dos

problemas enfrentados pelos administradores é o desaparecimento de placas durante o percurso, o que prejudica alguns trechos.

O Projeto encontra-se em uma fase de desenvolvimento dos produtos e equipamentos turísticos que estão presentes nos caminhos, envolvendo-os no circuito e promovendo a manutenção do roteiro, criando um produto ecoturístico que contribua para a preservação do patrimônio cultural e histórico da região. Há previsão de expansão da Rota para os municípios vizinhos.

7.1.4 Rota do Cambuci

Coordenada pelo Instituto Auá e envolvendo cerca de treze municípios, é mais do que um roteiro de festivais, a Rota Gastronômica do Cambuci é uma estratégia de conservação da Mata Atlântica unida à produção familiar em bases agroecológicas. Promove o cultivo e a comercialização do fruto de forma sustentável e, com isso, é também uma importante alternativa de desenvolvimento para os municípios envolvidos.

O funcionamento é baseado na parceria entre o Instituto Auá e os municípios da Rota do Cambuci, que realizam o festival associado a uma série de atividades culturais, turísticas e de lazer, em cada uma das cidades. É a 7ª Rota do Cambuci, e Mogi está participando desde o ano de 2011. O festival acontece no shopping com a participação de oito cidades: Natividade da Serra, Paraibuna, São Lourenço da Serra, São Paulo com Parelheiros, Paranapiacaba, Ribeirão Pires e Salesópolis.

Em Mogi, desde 2012 existe o Circuito do Cambuci, que acontece na propriedade Mogi Nativa. No entanto, esta se encontra sem produção no momento. Na propriedade vizinha existe um alambique onde vende o Cambuci, sendo assim, existe uma forte previsão de retomada do circuito agregando também outras propriedades, como a Propriedade São Francisco. O Instituto Auá vem tentando uma parceria com o Governo do Estado para criar o Circuito Turístico do Cambuci, de Juquiti à Ubatuba.

7.1.5 *Circuito Turístico das Nascentes*

O Circuito é composto por treze cidades que fazem parte do Circuito do Alto Tietê – Cantareira. É uma reunião do empresariado local organizados pelo COMTUR e apoiados pela iniciativa pública municipal, que desenvolve e fomenta o turismo na região, que engloba uma importante área de proteção ambiental e de mananciais, ricas em recursos naturais e histórico-culturais.

A iniciativa pública tem o importante papel de fomentar e criar políticas de desenvolvimento para o turismo, sendo assim, existe uma parceria com o governo do estado de São Paulo, onde eles irão confeccionar o passaporte do Circuito, e estarão responsáveis pela sinalização turística de acesso à todas as cidades envolvidas e, conseqüentemente, indicação nas rodovias. Também existe um projeto de apoio institucional, um fundo de desenvolvimento do turismo do circuito turístico das nascentes, para fazer a captação das empresas e totalmente focado no turismo.

A Secretaria de Turismo do Estado também se responsabilizou por desenvolver um Plano de Desenvolvimento Turístico do Circuito das Nascentes, do qual a USP vai ser membro. A partir dessas iniciativas e de um associativismo entre o poder público e iniciativa privada é possível disseminar práticas e projetos de cooperação de desenvolvimento sustentável, econômico e social na região do Alto Tietê.

7.2 CAPACIDADE DO SETOR PRIVADO

O setor privado desenvolve diversos serviços que auxiliam e complementam o turismo local. A capacitação do setor privado garante a qualidade da prestação de serviços turísticos no município e sua organização. Para compreender a participação do setor privado nas atividades turísticas é necessário analisar os investimentos realizados, o seu envolvimento com o poder público e a qualificação de sua mão-de-obra.

A prefeitura de Mogi das Cruzes em 5 de dezembro de 2008 cria a lei de incentivo ao turismo que beneficia o setor privado. A Lei de nº 6.195¹ da Prefeitura Municipal de Mogi das Cruzes estabelece a criação do “Turismogi” que tem como

principal objetivo estimular os investimentos do setor privado e sua expansão. Os participantes devem possuir a seguinte característica para se beneficiar da lei de incentivo: complexos turísticos que possuem capacidade de reter e prolongar o tempo de permanência dos turistas em Mogi das Cruzes, além de o empreendimento ter no mínimo 300 funcionários diretos.

O benefício listado para os complexos turísticos é o ressarcimento de gastos com a capacitação profissional, locomoção e benefícios sociais que são dados aos trabalhadores que residam no município. Porém consta-se que somente o Paradise Golf & Lake Resort é beneficiado pela lei de incentivo, uma vez que possui um complexo de hospedagem e lazer que garantem a permanência do turista na cidade e a maioria de sua equipe técnica são moradores do município, de acordo com entrevistas informais com responsáveis.

Ao pesquisar sobre investimentos do setor privado encontramos uma reportagem intitulada: “Ações fomentam ao Turismo Rural” publicada no portal eletrônico O DIÁRIO em que identifica os principais conflitos dos investimentos e traz depoimentos de atores envolvidos no projeto Mogi para Mogianos que é executado pela coordenadoria de turismo. O principal destaque da reportagem é a questão de qual ator deve partir as ações de investimentos, contrapondo o público e o privado. Ainda é ressaltado que devido ao sucesso do projeto em questão empreendedores como Aparecido Luiz Silva Franco, proprietário do Sítio São José, está investindo R\$ 25 mil em equipamentos e treinamentos para melhorar o suporte ao turista tal como aumentar o fluxo de visitantes em sua propriedade.

As estruturas privadas que influenciam diretamente no mercado do turismo local de Mogi das Cruzes, são principalmente os hotéis, como o Ibis, Mercure, Marbor e Paradise Golf e Lake Resort. Este último segundo dados do Observatório do Turismo de Mogi das Cruzes teve de arrecadação de ISS cerca de R\$ 916.829,86 no ano de 2014 correspondendo 66% da arrecadação total de ISS dos meios de hospedagem do município de Mogi.

Estabelecimentos de alimentação e bebidas também estão ligados com o mercado local do turismo, pois sustentam o consumo da cidade e auxiliam na recepção do turismo. No entanto, durante a pesquisa de campo pode-se perceber que durante os finais de semana, principal período de maior fluxo turístico, a maior

parte do comércio local funciona durante meio período, não servindo em totalidade o turismo local. Quanto à capacitação profissional, havia uma atuação bem importante do SEBRAE regional no turismo do município, principalmente ligado ao desenvolvimento da região do Alto Tietê. Por motivos incompreensíveis, segundo o Chefe da Divisão de Marketing e Projetos, não há mais nenhuma atuação de orientação aos microempreendedores da região e principalmente do trade turístico. Essa falta de orientação é suprida por grupos de trabalho no COMTUR em que os funcionários da coordenadoria de turismo dão orientações técnicas e jurídicas para os interessados.

Ao analisar a conjuntura atual do setor privado, conclui-se que a falta de articulação entre os próprios atores privados e com o setor público é uma fragilidade para o desenvolvimento do turismo no município. É necessário que ao desenvolver do Plano Municipal de Turismo possamos verificar meios mais eficazes da articulação destes atores, assim como mobilizá-los através de oficinas/workshops.

PARTE II – DIAGNÓSTICO DE EQUIPAMENTOS, SERVIÇOS E ATRATIVOS TURÍSTICOS

8 MEIOS DE HOSPEDAGEM

A partir do Guia de Turismo de Mogi das Cruzes, elaborado pela Associação Comercial de Mogi das Cruzes (ACMC) em parceria com a Prefeitura, e do inventário turístico fornecido pela Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, foram selecionados oito estabelecimentos hoteleiros na cidade de Mogi das Cruzes. Os critérios utilizados para a seleção dos equipamentos foram: disponibilidade de informações acerca do empreendimento, autorização por parte dos proprietários para a realização de visitas e se a hospedagem era o foco do empreendimento (pois existem alguns casos de sítios na zona rural da cidade que são principalmente atrativos ou apenas são alugados para finais de semana).

Dentre os meios de hospedagem selecionados, dois pertencem a uma cadeia internacional (Accor), um se qualifica como resort, e os demais são estabelecimentos de médio ou pequeno porte sem vinculação a cadeias hoteleiras.

A grande maioria dos meios de hospedagem está localizada na região central da cidade, próximo às estações ferroviárias de Mogi das Cruzes ou Estudantes, da linha 11 - Coral. Apenas um estabelecimento se encontra afastado do centro da cidade, conforme evidenciado nas figuras a seguir:

de avaliação inexistentes, 1 (um) se refere aos critérios considerados como precários, 2 (dois) àqueles considerados como inadequados, 3 (três) como regulares, 4 (quatro) como adequados e 5 (cinco) como excepcionais. Os critérios de avaliação são os seguintes:

- a) Atividades e serviços no entorno: Avalia a existência e a qualidade de atividades e serviços no entorno do estabelecimento, tais como restaurantes, atrativos, bancos, shoppings ou centros comerciais, equipamentos de lazer e entretenimento, dentre outros;
- b) Áreas internas de alimentação: Verifica a existência e a qualidade de áreas internas de alimentação, como restaurantes ou bares;
- c) Áreas internas de lazer: Verifica a existência e a qualidade de áreas internas de lazer para os hóspedes;
- d) Áreas internas de eventos: Verifica a existência e a qualidade de áreas internas para a realização de eventos. Além da estrutura física, são avaliados os equipamentos disponíveis para a realização dos eventos;
- e) Estado geral de conservação das estruturas: Avalia a limpeza dos meios de hospedagem, e o estado de conservação da estrutura do estabelecimento como um todo;
- f) Acessibilidade: Verifica a existência de estrutura adequada no equipamento para receber portadores de necessidades especiais e mobilidade reduzida, tanto nos quartos como nas áreas comuns;
- g) Capacitação e identificação da equipe: Avalia se a equipe dos meios de hospedagem está capacitada para receber os hóspedes, a maneira como se porta perante o hóspede, e o atendimento em língua estrangeira, além de avaliar se a equipe está devidamente identificada por meio de crachás e uniformes.

Todas as informações contidas nas matrizes seguintes foram obtidas através de entrevistas com colaboradores dos locais durante os trabalhos de campo, via e-mail ou site. Nem todos os campos foram informados ou passíveis de avaliação até o presente momento, e por esta razão, alguns campos se encontram em branco. As

tarifas são referentes à cotação no dia 25 março 2015, com exceção das tarifas dos hotéis Mercure Mogi das Cruzes e Ibis Mogi das Cruzes, que se referem ao dia 11 de abril de 2015.

Tabela 25: Matriz Quantitativa dos Meios de Hospedagem

		Atividades e serviços no entorno	Áreas internas de alimentação	Áreas internas de lazer	Áreas internas de eventos	Estado geral de conservação das estruturas	Acessibilidade	Capacitação e identificação da equipe	Pontuação total
1	Mercure Mogi das Cruzes	5	5	3	4	4	1	5	27
2	Ibis Mogi das Cruzes	5	4	0	0	5	5	5	24
3	Paradise Golf & Lake Resort	1	5	5	5	5	4	5	30
4	Hotel Marbor	4	4	2	4	3	2	4	23
5	Hotel Binder Quality Inn	4	3	0	3	-	-	-	10
6	Hotel Metrópole	4	0	0	0	2	0	2	8
7	Pousada WG Carvalho	3	0	0	0	2	0	1	6
8	San Gabriel Hotel	4	1	0	0	1	0	1	7

Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Tabela 26: Legenda da Matriz Quantitativa dos Meios de Hospedagem

0	Inexistente	2	Inadequada	4	Adequada
1	Precária	3	Regular	5	Excepcional

Tabela 27: Matriz Qualitativa dos Meios de Hospedagem

	UH's	Vinculação com Cadeia	Valor médio da diária	Tecnologia informativa para venda	Taxa média de Ocupação	Perfil do hóspede	Distância até a estação ferroviária
Mercure Mogi das Cruzes	67	Sim	R\$ 350,00	Internet, telefone	55%	Negócios	Aprox. 550 m
Ibis Mogi das Cruzes	140	Sim	R\$ 169,00	Internet, telefone, agência de turismo	65%	Negócios	Aprox. 880 m
Paradise Golf & Lake Resort	400	Não	R\$ 750,00	Internet, telefone, agência de turismo, Facebook	40%	Negócios (eventos)	Aprox. 13,3 km
Hotel Marbor	105	Não	R\$ 167,00	Internet, telefone	30%	Negócios	Aprox. 600 m
Hotel Binder Quality Inn	-	Não	R\$ 160,00	Internet, telefone	-	Negócios	Aprox. 600 m
Hotel Metrópole	22	Não	-	Internet, telefone	-	Negócios	Aprox. 170 m
Pousada WG Carvalho	23	Não	-	Internet, telefone	-	-	Aprox. 1,6 km
San Gabriel Hotel	-	Não	R\$ 100,00	Internet, telefone	-	-	Aprox. 280 m

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados fornecidos pelos estabelecimentos hoteleiros, 2015.

Por meio dos dados obtidos com os gestores dos equipamentos de meios de hospedagem e pela observação geral da oferta hoteleira, percebe-se que, apesar do número baixo de estabelecimentos hoteleiros, a cidade possui estrutura e número de UH's suficientes para a demanda atual de turistas, com alguns estabelecimentos de qualidade. A oferta da região do centro antigo é mais precária, com estabelecimentos mais antigos, com pouca infraestrutura e em pior estado de conservação. Os hotéis vinculados às cadeias hoteleiras se localizam na região do novo centro, próximo às universidades.

Nota-se também que a hotelaria de Mogi das Cruzes está voltada principalmente para o Turismo de Negócios e Eventos, e que os estabelecimentos hoteleiros não apresentam uma grande preocupação em fomentar o Turismo de Lazer. Tais empreendimentos possuem pouca ou quase nenhuma oferta de lazer em seus espaços e, sendo assim, não apresentam serviços que atraiam o turista que está na cidade de Mogi das Cruzes a lazer. Mesmo o Paradise Golf & Lake Resort, o qual possui uma imensa variedade de equipamentos de lazer, não tem o turista de lazer como seu principal público, este correspondendo a apenas 30% dos hóspedes.

Devido ao público principal dos meios de hospedagem ser o turista de negócios, percebe-se que a taxa de ocupação dos meios de hospedagem da cidade de Mogi das Cruzes vem decrescendo, devido principalmente pelos crescentes prejuízos do setor industrial na região, no Estado de São Paulo e no Brasil.

O número de turistas internacionais é relativamente baixo, de modo que os hóspedes são provenientes, principalmente, do Estado de São Paulo, e em menor incidência, das Regiões Sudeste e Sul. O Parque Industrial do Taboão é o principal motivador da vinda de turistas de negócios para a cidade, devido ao grande número de empresas multinacionais que lá se encontram. Tal aspecto é característico de quase todos os estabelecimentos hoteleiros da cidade, com exceção do Paradise, que tem os eventos corporativos realizados no seu espaço como a principal motivação de seus hóspedes.

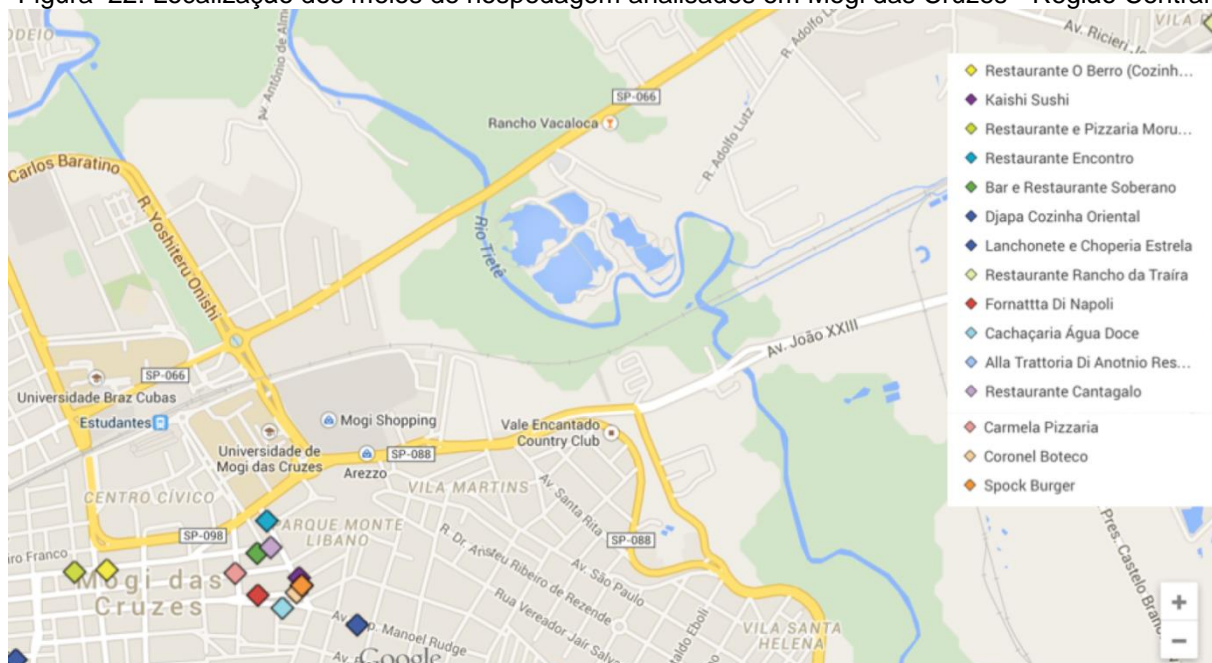
Outros aspectos interessantes a serem levantados são a inexistência de estacionamentos com capacidade para ônibus de turismo nos meios de hospedagem e falta de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida na maioria dos meios de hospedagem.

9 ALIMENTOS & BEBIDAS

A análise da oferta gastronômica de Mogi das Cruzes foi levantada a partir das informações contidas no Guia Turístico organizado pela ACMC e por uma entrevista com proprietários de estabelecimentos de alimentação e com residentes e turistas da cidade. Esse guia apresenta a grande variedade de bares, restaurantes, lanchonetes, pizzarias, cafés e outros estabelecimentos de alimentação de Mogi das Cruzes. Em função deste grande número, foram estabelecidos dois fatores-chave para a criação de uma lista dos estabelecimentos com maior potencial de atratividade turística: a popularidade dos estabelecimentos de alimentação e sua localidade.

Foram eleitos critérios significativos para diagnóstico dos estabelecimentos de alimentação, como: localidade, horários de funcionamento, tipo de cozinha, distância da estação ferroviária de Mogi das Cruzes, *ticket* médio do cliente e fluxo de visitantes.

Figura 22: Localização dos meios de hospedagem analisados em Mogi das Cruzes - Região Central



Fonte: Elaborado pelos autores no Google Engine, 2015.

A análise mostrou que na cidade existem dois pólos gastronômicos bastante claros, o primeiro localizado próximo à região da Praça Oswaldo Cruz, ou seja,

próximos à estação ferroviária de onde chega o Expresso Turístico, e o segundo está localizado na região da Praça Norival Gonçalves Tavares. Entre estes dois pontos há uma rua que funciona como “corredor” entre eles chamada Rua Doutor Ricardo Vilela, onde há concentração de locais de alimentação intercalados com comércios de médio porte.

De segunda à quinta-feira o fluxo é reduzido, e em sua maioria composto por mogianos e turistas de negócio, devido ao grande número de indústrias instaladas na cidade; enquanto de sexta-feira a domingo, a maior parte dos clientes são mogianos. Verifica-se maioria de visitantes provenientes principalmente de São Paulo, Sorocaba, Guararema e outras cidades da região.

Vale destacar que em geral, os restaurantes visitados dispõem de estrutura acessível para pessoas com mobilidade reduzida, como rampas ou elevadores, e também conta com cardápio em segunda língua (predominando o inglês) provavelmente atendendo às necessidades dos turistas de negócio que visitam a região.

Observa-se ainda que a maioria dos estabelecimentos tem capacidade para receber no máximo entre 100 (cem) e 300 (trezentos) clientes e o tíquete médio varia de R\$ 20,00 a R\$ 59,00 com algumas exceções.

Após a realização das entrevistas com os responsáveis dos estabelecimentos notou-se que dois estabelecimentos destacam-se: a “Pizzaria Morumbi”, localizada a 1 km da estação ferroviária de Mogi das Cruzes, que está em funcionamento a mais de 30 anos e já é tida como referência tanto para mogianos quanto para turistas vindos de outras localidades; e o “Rancho da Traíra”, uma rede de restaurantes que tem sua sede em Mogi das Cruzes e mesmo estando localizado a uma distância maior do centro da cidade costuma receber grande fluxo de pessoas principalmente por conta da sua especialização gastronômica (pratos à base de peixes de água doce) e por dispor de uma estrutura para receber até 450 clientes de uma só vez.

Percebe-se que os proprietários ou responsáveis dos estabelecimentos acreditam no potencial turístico de Mogi das Cruzes e estão bastante motivados em discutir e propor ideias para o desenvolvimento da oferta gastronômica da cidade, entretanto muitos foram os comentários em relação ao nível pouco elevado de qualificação dos profissionais para trabalhar na área de restauração. Acredita-se que

o investimento em capacitação é aspecto essencial para o maior desenvolvimento da oferta gastronômica de Mogi das Cruzes.

A seguir, a matriz qualitativa referente aos dados dos restaurantes observados como fortes pontos turísticos.

Tabela 28: Matriz Qualitativa dos Serviços de Alimentação

Nome do Estabelecimento	Endereço	Dist. Estação Ferroviária	Tipo de cozinha	Horário de Funcionamento	Capacidade e máxima	No. de funcionários (Fixos/Extras)		Ticket médio	Fluxo de Visitantes (PAX)	
						Fixo	Extra		Semana	Final de Semana
Pizzaria e Restaurante Morumbi	R. Dr. Ricardo Vilela, 805	1 km	Brasileira /Italiana/Portuguesa	Seg. a Dom. 08h à 01h.	190	41	0	Entre R\$ 20 e R\$ 39	1.500	2.000
Restaurante Berro	R. Dr. Ricardo Vilela, 898	1 km	Regional/Brasileira	Seg. a Sex. das 11h às 16h e das 18h às 22h; Sáb. das 11h às 16h; Dom. fechado.	190	21	5	Entre R\$ 20 e R\$ 39	100	300
Bar e Restaurante Soberano	R. Dr. Ricardo Vilela 1405	1.6 km	Brasileira/Aperitivos	Seg. a Dom. das 11h às 15h e das 18h30 às 00h.	320	18	2	Entre R\$ 20 e R\$ 39	Semana 2.000	
Restaurante Encontro	R. Duarte Freitas, 45	1.7 km	Brasileira	Seg. a Qua. das 11h30 às 23h; Qui. Das 11h30 às 00h; Sex. e Sáb. das 11h30 à 01h; Dom. das 11h30 às 16h30.	85	15	1	Mais de R\$ 80	300	400
Djapa Cozinha Oriental	Av. Cap. Manoel Rudge, 704	2 km	Japonesa /Chinesa	Seg. a Qui. das 11h30 às 15h e das 18h às 23h; Sex. e Sáb. das 11h30 às 00h;	200	32	0	Entre R\$ 60 e R\$ 79	Indeterminado	

				Dom. das 11h30 às 23h.						
Lanchonete e Choperia Estrela	R. José Bonifácio, 440	1 km	Lanches Rápidos /Pratos Executivos	Seg. a Sáb. das 09h às 00h.	210	60	0	Entre R\$ 20 e R\$ 39	Semana 5.000	
Kaishi Sushi	R. Adelino Torquato, 15	1.8 km	Japonesa	Seg. a Qui. das 11h às 15h e das 19h às 23h; Sex. das 11h às 15h e das 19h às 00h; Sáb. das 12h às 00h; Dom. das 12h às 17h e das 19h às 22h30.	130	22	0	Entre R\$ 60 e R\$ 79	-	
Fornatta Napoli	R. Coronel Souza Franco, 197	1.7 km	Mediterrânea	Ter. a Qui. às 11h30; Sex, e Sáb. das 11h30 à 01h; Dom. das 11h30 às 23h30.	295	25	0	Entre R\$ 40 e R\$ 59	180	190
Restaurante Rancho da Traíra	R. Guarda Chaves, 56	6 km	Peixes de Água Doce	Ter. a Qui. das 18h às 00h; Sex. e Sáb. das 12h às 16h e das 18h às 00h; Dom. das 12h às 16h.	450	21	8	Entre R\$ 60 e R\$ 79	Semana 2.000	
Cachaçaria Água Doce	Av. Cap. Manoel Rudge,	1.7 km	Brasileira	Ter. a Qui. das 18h às 00h; Sex. e Sáb. das 18h à	140	4	4	Entre R\$ 40 e R\$	Semana 500	

	1648			01h.				59		
Boteco Coronel	Pça. Norival Gonçalves Tavares, 475	1.7 km	Aperitivos	Seg. a Qui. das 12h às 00h; Sex. a Dom. das 12h às 03h.	100	8	4	Entre R\$ 40 e R\$ 59	300	600
Alla Trattoria di Antonio	R. Duarte de Freitas, 293	1.7 km	Italiana	Seg. a Sáb. das 10h30 às 00h.	32	3	0	Entre R\$ 40 e R\$ 59	Indeterminado	
Spock Burger	R. Duarte de Freitas, 293	1.7 km	Lanches Rápidos	Ter. a Qui. das 18h às 23h30; Sex. e Sáb. das 18h às 05h; Dom. das 18h às 23h.	60	8	2	Entre R\$ 20 e R\$ 39	200	400
Carmela Pizzaria	Rua Carmela Dutra, 142	1.6 km	Italiana	Seg. a Dom. das 18h às 00h.	280	20	3	Entre R\$ 40 e R\$ 59	Indeterminado	
Restaurante Cantagalo	Rua Dr. Ricardo Vilela, 1443	1.6 km	Aperitivos	Seg. a Dom. das 17h à 01h.	180	20	0	Entre R\$ 40 e R\$ 59	Indeterminado	

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de dados fornecidos pelos estabelecimentos e do Guia Turístico de Mogi das Cruzes, 2015.

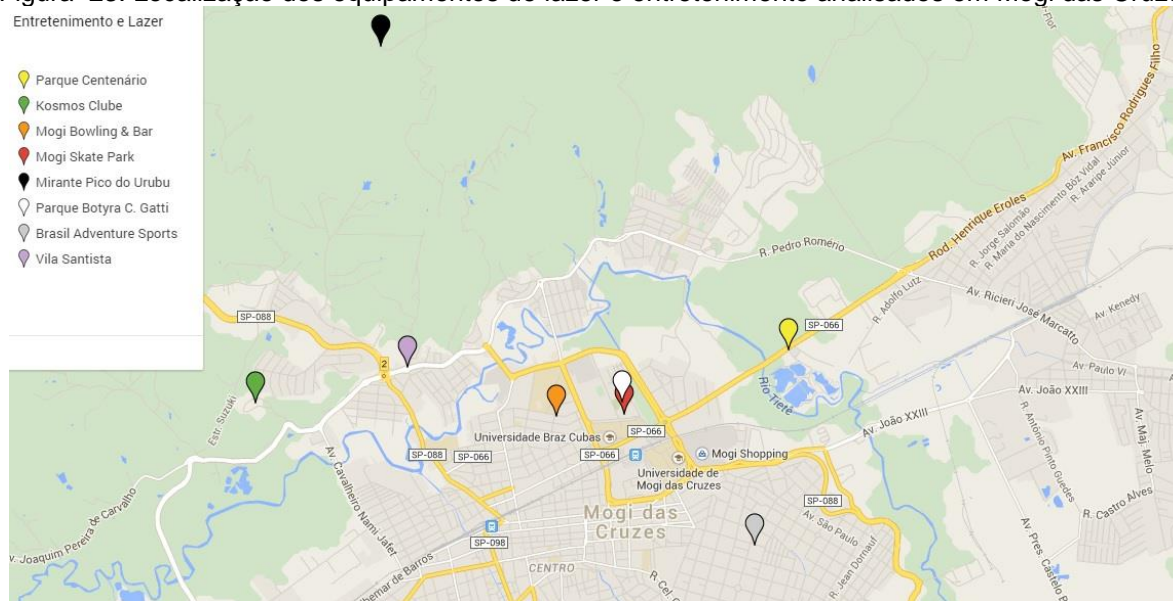
10 LAZER E ENTRETENIMENTO

O lazer e o entretenimento na cidade são entendidos, na maioria das vezes, como sendo os espaços em que constam atrativos culturais, históricos e naturais. Também está associado, principalmente no que diz respeito ao lazer, às práticas e atividades esportivas promovidas, em grande parte, pela Secretaria Municipal de Esporte e Lazer de Mogi das Cruzes que cuida deste setor dentro do município.

Os critérios utilizados para a seleção dos equipamentos aos quais foram submetidos à análise são: a relevância do equipamento para o turismo e para moradores da cidade, locais com possível potencial para receber turistas, viabilidade de acesso, condições das vias e autorização por parte dos proprietários do estabelecimento de realizar visitas, pois diversos equipamentos levantados inicialmente não foram possíveis de serem visitados.

Mogi das Cruzes conta com uma oferta significativa de equipamentos de lazer e entretenimento podendo observar espaços como parques urbanos, casas noturnas, boliche, pistas de skate e quadras poliesportivas, clubes, espaços para práticas de esportes radicais como o Clube de Voo Livre no Pico do Urubu e o Brasil Adventure Sports com suas paredes de escalada.

Figura 23: Localização dos equipamentos de lazer e entretenimento analisados em Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado através da ferramenta online Google Engine, 2015.

Para tanto, foram elaboradas matrizes quantitativa e qualitativa com o intuito de expor um panorama, de fácil compreensão e comparação, quanto às principais características, infraestruturas e potencialidades turísticas observadas e que poderiam ser aproveitadas pelos habitantes e pelos turistas, dando assim subsídios para futuras intervenções que se julgarem necessárias.

Essas matrizes de análise foram baseadas na “Matriz de Avaliação dos Atrativos e Produtos Turísticos” elaborada pelos alunos do curso de Turismo da ECA-USP em 2013 para a cidade de Piracicaba e o PDTSMML desenvolvido pelo Planejatur. Ambas as matrizes são complementares entre si e se propõem a apresentar as informações obtidas através do contato direto feito por entrevistas com os equipamentos de lazer e entretenimento de Mogi das Cruzes.

A matriz quantitativa estabelecerá uma avaliação que varia de 0 (zero) a 3 para os seguintes critérios:

- a) Visitação: Subdivide-se em quantidade de visitantes que buscará verificar desde uma possível inexistência de visitação ao equipamento até a visitação adequada que se mostra compatível com a capacidade de carga do local. E também avaliará a sazonalidade seja ela inexistente, esporádica, por temporada ou durante todo o ano.
- b) Infraestrutura: Verificará a existência e condições de uso de estacionamentos, sanitários e bebedouros, e estabelecimentos para alimentação.
- c) Estado Geral de Conservação: Este tópico focará na avaliação da limpeza e da manutenção dos equipamentos de lazer e entretenimento.
- d) Acesso ao local: Na sua subdivisão de sinalização, pontuaremos a existência e distribuição das placas nas proximidades do local e se as vias até os equipamentos se encontram em boas condições ou se apresentam alguma danificação.
- e) Acessibilidade: Neste item serão avaliados (de zero a três) tanto o acesso do visitante às informações do local quanto as adequações do equipamento para receber pessoas com necessidades especiais.

No que se refere à matriz qualitativa, temos que para a classificação dos equipamentos, foram selecionados os seguintes critérios de avaliação:

Tabela 29: Classificação das potencialidades dos equipamentos de lazer e entretenimento de Mogi

Classificação de Potencialidade	Critério de Avaliação
Produto Consolidado	Identificado pela cor verde claro , o equipamento consolidado é aquele possui visitação adequada, sua sazonalidade acontece o ano inteiro ou por temporada, infraestrutura e estado geral de conservação adequados, sinalização abundante ou esparsa, acessibilidade adequada e eficiente ou pouco adequadas, mas em bom estado de conservação. Um equipamento conhecido e preparado para receber as pessoas.
Potencialidade realizada	O equipamento cuja potencialidade foi realizada está identificado com a cor azul claro e indica que a visitação adequada é a por temporada, infraestrutura e estado geral de conservação adequados, com sinalização esparsa ou irrisória, com acessibilidade adequada ou parcialmente adequada/eficiente. Equipamento que possui visitação considerável, mas que carece de reparos em questões pontuais de formatação, seja infraestrutura, acessibilidade e/ou divulgação.
Potencialidade parcialmente realizada	Foi considerado equipamento com potencialidade parcialmente realizada (na cor laranja claro) aqueles que cuja visitação é potencial e esporádica, com infraestrutura e estado geral de conservação inexistentes ou inadequados, com sinalização esparsa ou irrisória e cujo acessibilidade se mostra ineficiente, em mal estado de conservação ou até mesmo inexistentes. É o tipo de equipamento que tem potencial de atratividade evidente, mas com pouca divulgação e que carece de melhorias na sua infraestrutura para receber os visitantes.
Potencialidade fracamente realizada	A cor vermelho claro aponta que o equipamento tem sua potencialidade fracamente realizada, ou seja, sua visitação é ínfima, mas potencial. Além disso, precisa se organizar de modo a apresentar adequações quanto à sua infraestrutura, limpeza e manutenção, e também quanto à acessibilidade ao local. Equipamentos de lazer como estes precisam que seus potenciais sejam melhor explorados, com visitação aberta e bem divulgada.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Uma vez hierarquizados, partiremos para seus descritivos, onde o desígnio é especificar seus dados e trazer explicações referentes à categorização e também observações feitas durante a coleta de dados e que se mostram relevantes dentro da análise desta seleção de equipamentos e serviços de lazer e entretenimento. Serão apresentados:



- a) Equipamento – o nome e foto do equipamento;
- b) Descrição e Características Gerais – sua função, serviços oferecidos e localização;
- c) Visitação – horário de funcionamento, regras e fluxo de visitação;
- d) Infraestrutura e Estado Geral de Conservação – principais componentes que compõem as condições físicas do local e como se dá sua limpeza e manutenção, bem como facilidades aos visitantes;
- e) Acessibilidade – sinalização, condições das vias, adequação do espaço para pessoas com necessidades especiais e como se dá a divulgação/informação ao visitante.
- f) Observações – comentários que não contemplam as categorias apresentadas, mas que merecem destaque neste documento.



Tabela 30: Legenda da Matriz Qualitativa dos Equipamentos de Lazer e Entretenimento



Equipamento consolidado
Potencialidade realizada
Potencialidade parcialmente realizada
Potencialidade fracamente realizada



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Tabela 31: Matriz Qualitativa dos Equipamentos de Lazer e Entretenimento

Equipamento	Descrição e Características Gerais	Visitação	Infraestrutura e Estado Geral De Conservação	Acessibilidade	Observações
<p>Figura 24: Parque Centenário da Imigração Japonesa</p>  <p>Fonte: Arquivo pessoal, 2014.</p>	<p>- Área de lazer pública, com início das atividades em junho de 2008.</p> <p>- Endereço: Av. Francisco Rodrigues Filho, s/nº - César de Souza.</p> <p>- Não possui site oficial, mas há a página no Facebook: https://www.facebook.com/PqCentenariomigracaoJaponesa</p>	<p>- Aberto todos os dias das 7h às 18h, com entrada gratuita.</p> <p>- Não existe um controle oficial de fluxo de visitantes. O Centro de Informações Turísticas faz controle do número de ligações e visitas ao CIT dentro do Parque, com uma média de 10 visitas diárias (principalmente de pessoas interessadas no Mogi para Mogianos).</p> <p>- O maior movimento do parque é composto por famílias nos meses das férias (Janeiro, Junho, Julho e Dezembro) quando liberam o lago para pesca.</p>	<p>- Possui um amplo estacionamento, sanitários, lanchonetes, praça de alimentação permanente, áreas para exposição (pequenos museus), quiosques, espaços para churrasqueiras, aparelhos de ginástica ao ar livre, playground infantil, quatro lagos para pesca e de 4 (quatro) a 6 (seis) quadras.</p> <p>- A limpeza e a manutenção são constantes e adequadas e o estado geral de conservação é bom.</p>	<p>- A sinalização está até o parque está apenas na rota próxima ao equipamento. Dentro do parque não há sinalização turística.</p> <p>- A adaptação do espaço para o acesso de pessoas com necessidades especiais se dá apenas através de rampas, escadas e sanitários adaptados.</p> <p>- Não há funcionários capacitados especificamente para a recepção deste público. Além disso, o CIT do parque conta com diversos materiais impressos de divulgação dos atrativos da cidade, tais como as fazendas de microquidades e o roteiro do Mogi para Mogianos.</p>	<p>- O parque é um tanto quanto afastado do centro da cidade e, portanto, nos parece ilhado no que diz respeito às facilidades (como farmácias, restaurantes, postos de combustível, entre outros) que podem ser oferecidas nas proximidades para os seus visitantes.</p> <p>- Outro ponto importante de se salientar é a falta de comunicação entre as secretarias que faz com que o município não tenha um calendário unificado, por exemplo, o que acarreta em desencontros nas informações divulgadas. Poucos funcionários do Parque Centenário sabiam da existência da feira literária que aconteceu em novembro de 2014 no próprio parque.</p> <p>- Entretanto, cabe ressaltar que o parque conta com diversas atividades de ocupação e de lazer do equipamento para atrair mais visitantes. Exemplos disso é a participação, juntamente com o Parque Leon Feffer, do Programa Teatro nos Parques (uma atividade de lazer cultural em meio ao contato com a natureza), uma parceria entre as Secretarias Municipais do Verde e Meio Ambiente, Esportes e Lazer e Serviços Urbanos tem trazido eventos para dentro do parque de modo a trazer maior movimento de visitantes como através do Projeto VidAtiva, por exemplo. Além de programações exclusivas nas férias (como caminhadas, exposições e pescaria), aulas de dança e meditação, entre outras iniciativas de lazer, saúde e entretenimento.</p>
<p>Figura 25: Kosmos Clube de Mogi das Cruzes</p>  <p>Fonte: Arquivo pessoal, 2014.</p>	<p>- Área de lazer privativa e instalações desportivas, teve inauguração em 1950.</p> <p>- Endereço: Av. Joaquim Pereira Carvalho, 518 - Ponte Grossa.</p> <p>- Site oficial: http://www.kosmosclube.com.br</p> <p>- Perfil na rede social: http://migre.me/qt5Ea</p>	<p>- Aberto de terça a sexta das 7h às 23h, sábado das 6h às 23h e domingos e feriados das 6h às 20h. Fechado as segundas-feiras.</p> <p>- A utilização dos equipamentos do clube é permitida apenas para sócios, sendo compostos, em grande parte, pelos mogianos.</p> <p>- Possui fluxo por temporada, tendo maior intensidade durante os meses de setembro a março.</p>	<p>- Possui estacionamento, sanitários lanchonete / bar, sinalização interna, sinalização externa, piscina, salão de festas, churrasqueira, 10 quadras de tênis (2 cobertas e 8 descobertas), campo de futebol society, quadra de bocha, academia, playground e sauna.</p> <p>- Manutenção boa, ambiente conservado.</p>	<p>- Não há acessibilidade para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida, há planejamento de instalação de elevadores para este público.</p> <p>- Não há sinalização ou indicações até o clube.</p>	<p>- O clube é voltado para atender os sócios (350 títulos). No entanto, há diversos eventos voltados para o público externo, desde jantares beneficentes até torneio de tênis. Esses campeonatos acontecem todos os anos e movimentam uma grande parcela da população de Mogi das Cruzes e as cidades do Alto Tietê.</p>

<p>Figura 26: Mogi Bowling & Bar</p>  <p>Fonte: Site da Mogi Bowling & Bar. Disponível em: <http://mogibowling.com.br/localizacao/>. Acesso em 20 mai 15.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Área de lazer privativa e instalações desportivas, o Mogi Bowling & Bar teve inauguração em 2009. - Endereço: Rua Delphino Alves Gregório, 191, Vila Mogilar - Site oficial: http://mogibowling.com.br - Perfil na rede social: https://www.facebook.com/mogibowling.boliche?fref=ts 	<ul style="list-style-type: none"> - Aberto de terça a sexta das 18h às 23h. De sábado, domingo e feriados das 16h às 23h (exceto segundas). A entrada é gratuita, mas para utilizar dos serviços oferecidos é necessário pagar. - Maior fluxo durante os meses de julho a agosto e de outubro a dezembro, principalmente nos finais de semana. - O público é caracterizado em sua maioria pela própria população mogiana, sendo compostos por famílias, grupos de jovens e no final do ano por reuniões de confraternização de empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Possui estacionamento, sanitários, saída de emergência, fraldário, restaurante e iluminação noturna. - Muito bom, há manutenção regular. 	<ul style="list-style-type: none"> - Não possui sinalização de acesso. - Banheiros adaptados, rampas e estacionamento para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. 	<ul style="list-style-type: none"> - O Mogi Bowling & Bar atende o público da cidade e das cidades do entorno. Mas no final do ano a casa atende muitas confraternizações de empresas que estão instaladas na região.
<p>Figura 27: Mogi Skate Park</p>  <p>Fonte: Arquivo pessoal, 2014.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Instalação desportiva pública, o Mogi Skate Park teve sua inauguração em 2012. - Endereço: Av. Professor Ismael Alves dos Santos, 560 – Mogilar. - Não possui site oficial nem páginas nas redes sociais. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aberto de terça a sábado das 8h às 22h e aos domingos das 8h às 20h (diferentemente do que está escrito no guia turístico). A entrada é gratuita, mas é necessário realizar um pré-cadastro na Secretaria Municipal de Esporte e Lazer localizada no próprio complexo esportivo “Professor Hugo Ramos” para ter uma carteirinha de acesso às pistas. Além disso, caso o skatista seja menor de 18 anos, deverá apresentar uma autorização assinada pelos responsáveis. - O maior fluxo, segundo o estagiário Rodrigo, se dá durante a semana – de forma esporádica –, em Julho, nas férias e quando há eventos e campeonatos (que atraem público significativo). - A maior parte do público são os próprios Mogianos e também os visitantes da região do Alto Tietê. Segundo a Prefeitura de Mogi das Cruzes, o Mogi Skate Park já superou o número de cinco mil skatistas cadastrados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Por estar dentro do complexo esportivo, conta com um amplo estacionamento, sanitários e iluminação noturna. Não há espaços voltados para alimentação. - Quanto à limpeza e manutenção, as pistas de skate são novas e por isso ainda estão em excelente estado e elas são fechadas todas as segundas-feiras para limpeza e manutenção. 	<ul style="list-style-type: none"> - Não possui sinalização de acesso, apenas interna. Não há intervenções para acessibilidade de uso do espaço por pessoas com deficiências e mobilidade reduzida. 	<ul style="list-style-type: none"> - Percebe-se que falta sinalização externa para identificação do estabelecimento. Além disso, quando a máquina que confecciona as carteirinhas de acesso quebra, o controle de entrada das pessoas fica bastante difícil. - Falta maior segurança dentro do complexo e, segundo o funcionário, a Prefeitura não libera verba para manutenção das pistas, o que acaba fazendo com que os próprios usuários/skatistas se disponham a fazer os reparos necessários.

<p>Figura 28: Parque Botyra Camorin Gatti</p>  <p>Fonte: Arquivo pessoal, 2014.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Parque público que foi reinaugurado em janeiro de 2011. - Endereço: Centro Cívico de Mogi das Cruzes, próximo à Prefeitura. - Não possui site oficial, nem perfis nas redes sociais. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aberto 24h, sua entrada é gratuita. - Maior fluxo durante as férias e, principalmente, nos finais de semana. - O público é caracterizado em sua maioria pela própria população mogiana, sendo composta por famílias e grupos de jovens. 	<ul style="list-style-type: none"> - Em nossa visita em novembro de 2014, observamos que o parque não estava com manutenção e limpeza em dia, bastante degradado, mas não completamente abandonado. Entretanto, uma semana após a nossa ida à Mogi, a Secretaria de Esportes e Lazer já começou a providenciar uma equipe para fazer intervenções quanto ao corte de grama, pintura e reforme no sistema elétrico e hidráulico. A cidade também apresentou, no início de 2015, projetos de parcerias entre a Prefeitura de Mogi das Cruzes, a Secretaria Municipal de Esportes e Lazer e a própria população em prol da revitalização, preservação e aumento de visitação do parque. Agora, há uma maior fiscalização no que diz respeito à limpeza dos equipamentos e manutenção da pintura, refreando o desgaste de uso contínuo do parque. - Além disso, o parque conta com pistas de skate, quadras, playground infantil, aparelhos de ginástica, estacionamento, sanitários, trailers de comida e iluminação noturna. 	<ul style="list-style-type: none"> - As vias de acesso ao local estão em boas condições, e possui sinalização tanto de acesso no centro da cidade quanto turística dentro do parque. A segurança se dá pela Guarda Municipal que conta com um posto 24h dentro do equipamento. - Pessoas com deficiência e mobilidade reduzida conseguem utilizar o parque, entretanto, acredita-se que deveriam deixar explícitas as facilidades para este tipo de usuário com mais sinalizações e intervenções no espaço. 	<ul style="list-style-type: none"> - O Parque Botyra Camorin Gatti é bem localizado e se mostra como espaço privilegiado para a oferta de práticas esportivas – bastante visada no quesito lazer de seus moradores e visitantes. - Mesmo que os atos de vandalismo ocorram com certa frequência neste espaço público e tendo câmeras de segurança, a ação da Prefeitura em parceria com outros órgãos públicos do município é válida para tentar garantir não só maior segurança, como maior longevidade da conservação do patrimônio da cidade. - Além disso, estão sendo desenvolvidos outros projetos como o Agito no Parque que estimulam a ida das pessoas a este equipamento, bem como oferece atividades de lazer e entretenimento, fazendo com que a realidade do parque não seja de abandono e desuso.
<p>Figura 29: Mirante Pico do Urubu</p>  <p>Fonte: Arquivo pessoal, 2014.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Área de lazer público em meio à natureza. - Endereço: O acesso se dá pela Av. Dr. Edison Consolmagno, próximo ao acesso à Estrada Cruz do Século. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aberto 24h, sua entrada é gratuita. - Seu público é potencial, mas possui fluxo esporádico, com maior intensidade aos finais de semana. 	<ul style="list-style-type: none"> - Não possui nenhum tipo de infraestrutura no que diz respeito às instalações do tipo sanitárias, espaço para alimentação, iluminação noturna, entre outros. - Há um estacionamento pequeno e o estado de conservação é regular, com pichações nas pedras, lixos espalhados pelo gramado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Há a sinalização de acesso, mas não há nenhum tipo de segurança ou orientação ao visitante, bem como não se notou nenhum tipo de intervenção para a acessibilidade de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida. Nenhum funcionário foi localizado e nenhum representando do Clube de Voo Livre tampouco. 	<ul style="list-style-type: none"> - Observa-se que deveria haver maior disponibilidade de informação aos visitantes, bem como algum funcionário para fazer a fiscalização da conservação do espaço e garantir a segurança daqueles que ali se encontram, seja para observar a paisagem ou para realizar uma trilha, ou até mesmo para um voo livre.

<p>Figura 30: Brasil Adventure Sports</p>  <p>Fonte: Arquivo pessoal, 2014.</p>	<p>- Área de lazer privativa e instalações desportivas, que foi inaugurado no ano de 2011. - Endereço: Av. Capitão Manoel Rudge, 816 - Vila Oliveira - Site oficial: http://www.brasiladventuresports.com.br Perfil na rede social: https://www.facebook.com/pages/Brazil-Adventure-Sports/252181521510586</p>	<p>- Aberto de segunda a sexta das 16h às 23h. Sábado das 15h às 21h e domingo das 15h às 20h. Os serviços são pagos. - Seu público é potencial, mas com fluxo esporádico, com maior intensidade nos dias de semana.</p>	<p>- Possui estacionamento muito pequeno, sanitários, iluminação noturna, equipamentos e infraestrutura para escalada e academia. - Há manutenção regular, ambiente em bom estado.</p>	<p>- Não há sinalização ou indicações até o estabelecimento. - A adaptação do espaço para o acesso de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida se dá através de rampas e funcionários preparados para atender pessoas com deficiência visual, auditiva, mental e física.</p>	<p>- O Brasil Adventure Sports atuava como agência receptiva para roteiros de ecoturismo e escalada na região de Mogi, no entanto, atualmente trabalha apenas com a academia de alto rendimento e a escalada. Os diversos motivos para a desistência do turismo foram a falta de inventivo do COMTUR para o turismo de aventura. - Outro relato é que o trade turístico não é colaborativo, sendo que não há parcerias com os hotéis da cidade e não há comunicação entre os empreendedores e donas das propriedades. Um dos roteiros desenvolvidos pela Brasil Adventure Sports foi o Caminho do Sal que foi idealizado juntamente com as prefeituras de Santo André, São Bernardo do Campo e Mogi das Cruzes, para o público de aventura. Partindo de São André, a rota cruza os 3 municípios até a chegada em Mogi no distrito de Taiaçupeba, tendo apenas Paranapiacaba como atrativo cultural na rota. Como a trilha é autoguiada, a agência não consegue trabalhar como receptivo. Há diversos roteiros de ecoturismo na região, mas não são comercializados, a venda só acontece se um grupo tenha interesse por determinado tour e entra em contato prévio com a Brasil Adventure Sports. - A Globo local é uma das únicas formas de apoio e divulgação na cidade para a agência. Outro ponto relatado foi a falta de infraestrutura e verba para a operação para o Circuito das Nascentes.</p>
<p>Figura 31: Vila Santista Esporte e Recreação</p>  <p>Fonte: Kekanto, Vila Santista. Disponível em: http://kekanto.com.br/biz/clube-vila-santista. Acesso em 20 mai 15.</p>	<p>- Área de lazer privativa e instalações desportivas com inauguração em julho de 1919. - Endereço: Avenida Lothar Waldemar Hoehne - s/n – Ponte Grande - Possui site oficial: http://vilasantista.com.br Perfil na rede social: https://www.facebook.com/clubevilasantista</p>	<p>- Aberto de terça a domingo das 7h às 00h. Podendo estender o horário se algum serviço, como aluguel de quadra, for pré-agendado. Os serviços são pagos. - Seu público é caracterizado pelos sócios e pelas empresas-sócias ao clube. Sendo composto, em grande parte, pelos mogianos. Possui fluxo por temporada, tendo maior intensidade durante os meses que a piscina está funcionando (de Setembro a Março).</p>	<p>- Possui um estacionamento pequeno, sanitários, quadras poliesportivas, quadra oficial de society, campo de futebol, área para slack line, academia, 3 piscinas, restaurante, bar, área para recreação infantil, sauna, salão de festas. - A estrutura do clube é grande e variada, mas o estado de manutenção é precário.</p>	<p>- Não há qualquer sinalização de acesso nem identificação do clube na entrada. - Não há acessibilidade para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.</p>	<p>- O Clube Vila Santista está voltado para atender os seus sócios e os sócios-empresas, sendo que são pequenas empresas que pagam uma taxa para oferecer lazer para seus funcionários. Há também a utilização do clube por condomínios da cidade para usufruir da área de lazer. No entanto, não a procura de hotéis que não possui áreas de lazer e oferecem aos hóspedes o Vila Santista como uma forma alternativa de lazer. Há também o aluguel de quadras de futebol para funcionários de empresas, como a Kimberly-Clark. Assim como o aluguel do salão de festas para eventos e a diária para sauna. A academia do clube é terceirizada, assim como o restaurante e o bar. O clube promove alguns eventos como Feijoada e Pagode e aulas de futebol e basquete para crianças e adolescentes. O clube ainda sofre com concorrência de equipamentos de lazer de cidades vizinhas a Mogi das Cruzes. Por problemas financeiros o clube necessita de patrocinadores para manter o time de futebol de base (sub-17) que compete com times do Estado.</p>

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de dados fornecidos pelos equipamentos, pelo Guia Turístico de Mogi das Cruzes e pelas observações realizadas durante as visitas técnicas, 2015.

Tabela 32: Legenda da Matriz Quantitativa de Equipamentos de Lazer e Entretenimento

Visitação	Sazonalidade	Estacionamento	Sanitário e Bebedouros	Estabelecimentos para alimentos	Limpeza e Manutenção	Sinalização	Condições das vias	Informações aos visitantes	Adequação aos deficientes	
Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Muito Danificadas	Inexistente	Inexistente	0
Excessiva	Esporádica	Muito pequeno	Precário	Precário	Precário	Irrisório	Danificadas	Ineficiente	Poucas adequações (em mau estado de conservação)	1
Potencial	Por temporada	Pequeno	Inadequado	Inadequado	Inadequado	Esparsas	Parcialmente danificadas	Irrisória	Poucas adequações (em bom estado de conservação)	2
Adequada	Ano inteiro	Tamanho ideal	Adequado	Adequado	Adequado	Abundante	Adequado	Eficiente	Totalmente Adequado	3

Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Tabela 33: Matriz Quantitativa dos Equipamentos de Lazer e Entretenimento

Classificação dos Equipamentos		Produto consolidado		Potencialidade realizada		Potencialidade parcialmente realizada		Potencialidade fracamente realizada	
Elementos de Avaliação	Fatores	Parque Centenário	Kosmos Clube	Mogi Bowling Bar	Mogi Skate Park	Parque Botyra Camorim Gatti	Mirante Pico do Urubu	Brasil Adventure Sports	Vila Santista
Visitação	Quantidade de Visitantes ao mês	3	3	3	3	2	2	2	1
	Sazonalidade	2	3	3	2	1	1	1	2
Infraestrutura	Estacionamento	3	2	3	3	1	1	0	1
	Sanitários e Bebedouros	3	3	3	3	1	0	2	2
	Estabelecimento para alimentação	3	3	3	0	0	0	0	2
Estado Geral de Conservação	Limpeza	3	3	3	3	2	2	2	2
	Manutenção	3	3	3	3	2	1	2	1
Acesso ao Local	Sinalização	2	2	1	2	2	2	0	0
	Condições das vias até o local	3	3	3	3	3	2	3	3
Acessibilidade	Informação ao Visitante	3	3	2	2	0	1	2	0
	Adequação aos deficientes físicos	2	2	3	3	1	0	2	0

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de análise dos dados fornecidos pelos equipamentos e pelas observações realizadas durante as visitas técnicas, 2015.

11 OUTROS SERVIÇOS DE APOIO

Encontram-se ainda equipamentos significativos para a análise que não se encaixam nas classificações de equipamentos e serviços acima determinadas. Boullón *apud* Almeida (2006) considera que esta nova categoria denominada outros serviços de apoio compreende: “agências de viagens, informação, guias, comércio, câmbio de moedas, espaços para congressos e convenções, transportes turísticos, estacionamentos, dentre outros”. Assim, dentre estes foram selecionados aqueles que têm relevância para a cidade de Mogi das Cruzes. São eles: postos de informação turística, casas de câmbio e agências de turismo receptivo.

A cidade conta com três postos de informação estrategicamente localizados no Parque Centenário da Imigração Japonesa, na Praça Oswaldo Cruz e na Estação Ferroviária Sabaúna, logo se incluem no caminho da maior parte de turistas que visitam Mogi.

Com base em dados da Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, o Posto de Informações Turísticas do Parque Centenário no segundo semestre de 2012 atendeu presencialmente 1.384 turistas.

O Posto de Informações Turísticas da Praça Oswaldo Cruz, faz frente à saída da Estação Mogi das Cruzes da Linha-11 Coral da CPTM. Seu horário de funcionamento é restrito aos dias em que opera o Expresso Turístico.

O Posto de Informações de Sabaúna foi reinaugurado recentemente devido ao investimento na implantação do Expresso Turístico e do Museu Ferroviário nas instalações da antiga Estação Sabaúna.

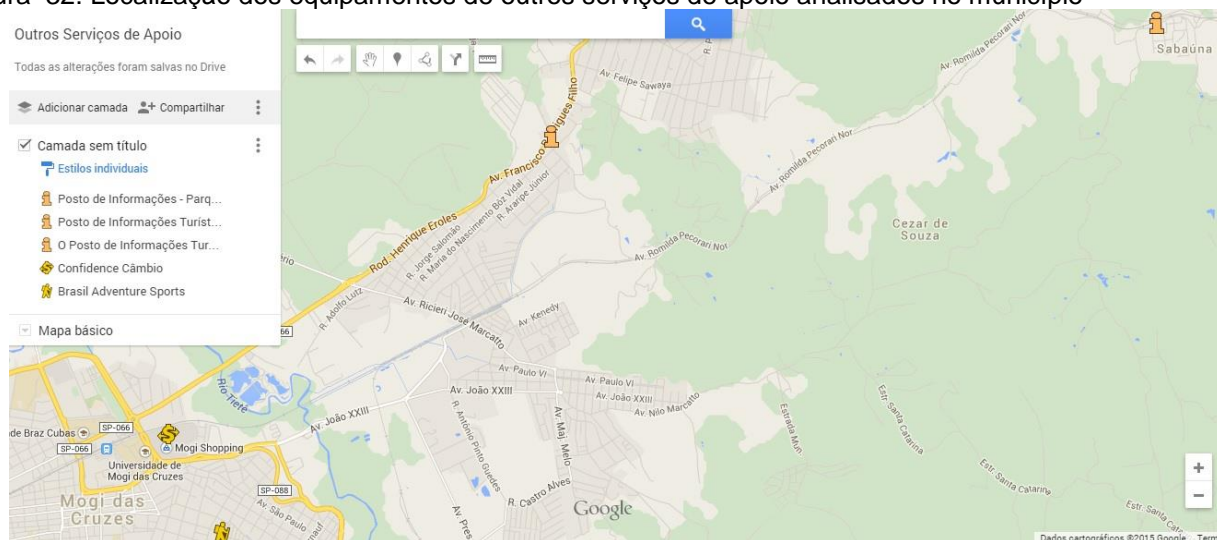
Assim como os Postos de Informações Turísticas, há duas casas de câmbio com destaque na cidade: a Confidence Câmbio, localizada no Shopping Mogi e a Satake Câmbio. A empresa Satake não quis participar da pesquisa de diagnóstico devido ao foco ser apenas em relação à casa de câmbio e não em relação à agência de turismo para pacotes emissivos, principal produto da empresa.

Há dificuldade na consolidação no turismo receptivo em Mogi das Cruzes, ainda recente, pois a quantidade de agências e recursos humanos que oferecem serviço de receptivo é pequena dentro da cidade e ainda assim os locais encontram obstáculos para permanecerem no mercado.

Em Mogi das Cruzes pôde-se identificar duas organizações que prestam esse tipo de serviço: Descobriendo Mogi e Brasil Adventures Sports. A primeira é formada por um grupo de guias autônomos, os quais prestam serviços guiados com roteiros na cidade e contratados mediante agendamento. A segunda está com a parte de recepção turística paralisada por tempo indeterminado, fato confirmado através de pesquisa no local.

Além dessas agências, destacam-se outras agências que possuem roteiros para visitas em Mogi das Cruzes, como a Artt Turismo, a Meire Tumura e a Rizza Tour. Todas foram contatadas, porém por não localizarem-se na cidade, a análise dessas empresas não foi aprofundada e não foram inseridas no mapa.

Figura 32: Localização dos equipamentos de outros serviços de apoio analisados no município



Fonte: Elaborado pelos autores no Google Engine, 2015.

Devido à diversidade e à quantidade reduzida de equipamentos que integram a categoria outros serviços de apoio, diferentemente das outras esferas, esta não demanda matriz quantitativa. Unicamente para fins de análise e diagnóstico destes equipamentos, elaborou-se uma matriz qualitativa a fim de evidenciar potencialidades e fraquezas de cada empreendimento selecionado. Para compor a matriz foram utilizados os critérios que compuseram o formulário aplicado na coleta de informações, que são:

- a)** Nome do estabelecimento;
- b)** Natureza e Tipo de estabelecimento;
- c)** Localização e acesso;
- d)** Horário de funcionamento;
- e)** Estrutura interna - Instalações;
- f)** Estado de conservação;
- g)** Atendimento ao público estrangeiro e informativos impressos;
- h)** Acessibilidade;
- i)** Observações gerais.

A partir da coleta destes dados pôde-se compreender em linhas gerais cada estabelecimento e, conseqüentemente, a atuação de cada tipo destes serviços na cidade de Mogi das Cruzes.

Posto isto, apresenta-se abaixo a matriz qualitativa de outros serviços de apoio ao turista.

Tabela 34: Matriz Qualitativa dos Outros Serviços de Apoio

	Natureza e tipo de estabelecimento	Localização / Acesso	Horário de funcionamento	Estrutura interna – Instalações	Estado de conservação	Atendimento ao público estrangeiro / informativos impressos	Acessibilidade	Observações
Brasil Adventure Sports	Privado; Agência de receptivo; Academia de alto rendimento; Ginásio de escalada indoor; outros.	Av. Capitão Manoel Rudge, 816 - Vila Oliveira. Não há sinalização de acesso ao local.	Seg. a Sex. das 15h às 23h; Sáb. das 15h às 21h; Dom. e feriados das 10h às 16h.	Consiste em uma casa espaçosa ocupada por uma academia de alto rendimento e por um ginásio de escalada indoor.	Bom, manutenção regular.	Funcionários capacitados para realizar atendimento em Espanhol; Oferecem folders em português.	Possui rampa para acesso de pessoas com mobilidade reduzida. No ginásio para escalada, possui estrutura e funcionários capacitados para atender pessoas com deficiência física e visual.	<ul style="list-style-type: none"> • Não estão operando serviços de receptivo na cidade por divergências existentes entre o trade turístico e a Prefeitura; • Falta de perspectiva de retorno financeiro do investimento com o turismo; • O material dos roteiros turísticos de turismo de aventura e ecoturismo produzidos encontra-se ainda guardados na sede da empresa; • Agente tem alto conhecimento do potencial turístico existente no segmento de turismo de aventura e ecoturismo de Mogi das Cruzes. Importância de sua participação no desenvolvimento do mesmo.
Descobrin do Mogi	Privado; Associação de Guias.	Não possui loja ou escritório físico.	Mediante agendamento prévio.	-	-	Possui guias que estariam capacitados em realizar visitas para turistas em espanhol e inglês; Não fornece informativos impressos;	-	<ul style="list-style-type: none"> • Criado a partir de um grupo de estudantes formados na ETEC; • Bom relacionamento com a prefeitura; • Guias realizam os passeios semanais do projeto Mogi para Mogianos; • Falta de iniciativa empreendedora do grupo e o excesso de dependência do poder público; • Colaboradores do Descobrin do Mogi não estão disponíveis integralmente à associação, pois estão empregados em outros locais; • Desmotivação com a continuidade do projeto devido à falta de recursos financeiro para investimento e a baixa perspectiva de retorno; • Prestação de serviço receptivo mediante agendamento prévio.
Confidenc e Câmbio	Privado; Casa de câmbio.	Não há sinalização de acesso ao local. Localiza-se dentro do Shopping, logo possui fácil acesso.	Seg. a Sex. das 10h às 20h; Sab. das 10h às 18h.	Possui espaço de uma loja pequena de shopping com balcões de atendimento e cadeira para aguardar atendimento.	Bom, manutenção regular.	Os atendentes são capacitados para atender em Inglês e Espanhol; Fornecem folders em português.	O shopping possui rampa de acesso para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.	<ul style="list-style-type: none"> • Trabalha com 17 moedas estrangeiras. • Tem elevado fluxo de turistas provenientes das cidades litorâneas, principalmente Bertioga, e outros da região do Alto Tietê.
Posto de Informaçõ	Público; Centro de Informações	Possui sinalização	Ter. a Dom. das 9h às 15h.	Espaço adequado para receber o turista,	Ótimo, recém-inaugurado.	Funcionários capacitados para	Possui rampa de acesso para	<ul style="list-style-type: none"> • Fácil acesso ao turista que se encontra no local; • Funcionários capacitados para atender as

es Turísticas - Parque Centenário	Turísticas.	para acesso ao Parque nas vias próximas.		com dois balcões de atendimento, estrutura nova, uma mesa disponível para os informativos impressos do turismo na cidade e telefone para atendimento ao público. Não possui acesso para a internet.		realizar atendimentos ao público em Inglês e Espanhol; Folders, mapas e revistas em português e inglês.	para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.	necessidades do turista em relação ao que ocorre na cidade; <ul style="list-style-type: none"> • Equipamentos tecnológicos de uso dos funcionários encontram-se em manutenção há um longo período. Após duas visitas entre novembro e início de abril o mesmo equipamento notificado encontrava-se ainda indisponível para o uso dos funcionários; • Sem acesso à internet.
Posto de Informações Turísticas - Praça Oswaldo Cruz	Público; Centro de Informações Turísticas.	Possui sinalização para acesso à Praça Oswaldo Cruz nas vias próximas.	Apenas aos sábados em que opera o Expresso Turístico.	Possui sanitário, cadeiras e bancada de concreto. Sem equipamentos de informática para o atendimento e sem sinal de internet.	Ruim, com manutenção precária. É um espaço improvisado para a realização dos atendimentos.	Funcionários capacitados para atendimento em inglês; Folders, mapas e revistas em português e inglês.	Não facilita acesso para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionários capacitados para atender as necessidades do turista em relação ao que ocorre na cidade. • Necessidade de recursos humanos para operar o CIT durante mais dias da semana; • Opera apenas em dias de Expresso Turístico • Espaço improvisado e passa imagem negativa ao turista pela infraestrutura apresentada; • Localização estratégica para os turistas que chegam à cidade via CPTM; • Sem acesso à internet.
Posto de Informações Turísticas - Estação Ferroviária Sabaúna	Público; Centro de Informações Turísticas.	Rua Francisco Rodrigues Mathias, 27, Estação Ferroviária Sabaúna.	Ter. a Dom. das 10h às 16h.	Possui balcão de atendimento sanitário.	O espaço recém-inaugurado pela prefeitura está em péssimas condições, pois a estação encontra-se em estado de degradação em sua parte interna.	Não; Folders, mapas e revistas em português e inglês.	Possui rampa de acesso para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.	<ul style="list-style-type: none"> • O posto está anexado ao Museu Ferroviário de Sabaúna; • Funcionário é um antigo operário da estação; • Funcionário improvisado por conta da necessidade de ocupação do espaço onde se localiza o CIT por ser patrimônio histórico; • Falta de recursos humanos capacitados para substituir o atual funcionário. O mesmo encontra-se com idade avançada e devido a problemas de saúde e por existir a necessidade de repouso, não tem a perspectiva de continuar no CIT a longo prazo; • Possibilidade de a prefeitura preparar dois estudantes para auxiliar o atual funcionário; • Importância da ocupação daquele espaço público; • Necessidade de restauração urgente no espaço interno do CIT, pois o atual estado que se encontra o local pode acarretar em experiência negativa do turista em relação ao turismo da cidade. • Museu que está anexado ao CIT está improvisado com os equipamentos no espaço.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2015

12 ATRATIVOS

12.1 EVENTOS

Entende-se que atualmente os eventos são fontes importantes para o desenvolvimento turístico em uma cidade, contribuindo em questões econômicas e sociais e em setores distintos, como hoteleiros, de transportes, alimentos e bebidas entre outros. A captação e realização de eventos, como cita Coutinho (2007), são geradores de economia em expansão que favorecem todas as partes envolvidas.

Segundo a EMBRATUR, em 2013 a captação brasileira no mercado de eventos foi de R\$ 209,2 bilhões, equivalentes a 4,32% do PIB. Ainda, de acordo com a ABEOC (2013), os eventos também são responsáveis por 7,5 milhões de empregos e R\$ 48,69 bilhões de impostos. Ainda, a pesquisa indica que a maior parte dos eventos são realizados na Região Sudeste, com um montante de 52% do total do país. É importante ressaltar o abordado nos estudos da ABEOC, sobre as redes de negócios englobados na pesquisa:

A falta de diálogo e de articulação entre os empresários é apontada como uma das principais causas das dificuldades de formação de redes de negócios. Os grupos acentuaram, ainda, que “o setor de eventos é muito desunido e vive o antigo paradigma da concorrência, o que se agrava pela diversidade de segmentos e entidades sem projetos coletivos e integrados.

Tangenciando este panorama, percebe-se que em Mogi das Cruzes o investimento no setor em 2015 é significativo: de acordo com o orçamento disponibilizado pela Coordenadoria de Turismo, foram investidos aproximadamente R\$ 64 mil para realização de eventos na cidade – valor que até abril de 2015 representava mais da metade do orçamento disponível.

No calendário oficial de turismo de 2015, estão agendados 25 eventos. Nota-se que o decreto foi oficializado em 16 de março de 2015 e, por este motivo, eventos que ocorreram de janeiro até esta data não constam no mesmo. Dessa maneira, o Carnaval de Marchinhas de Sabaúna que aconteceu no mês de fevereiro foi acrescentado na tabela abaixo, pois é um produto consolidado no município e está presente nos calendários dos anos anteriores.

Nesse sentido, os Expressos Turísticos (Trem Belga, Trem do Forró, *Beer Train* e Trem de Natal) não estão sendo considerados neste calendário. Os trens temáticos, parceria entre a CPTM e a ANPF com apoio da Prefeitura de Mogi das Cruzes, são produtos novos e ainda estão em fase de estruturação e negociação entre os organizadores. Com exceção do Expresso Turístico - Trem das Marchinhas ocorrido em 14 de fevereiro de 2015, o Expresso Turístico - Trem Belga foi cancelado e os demais estão comprometidos, segundo a Coordenadoria de Turismo.

Outros eventos que constam no calendário oficial, porém não foi aqui elencado, são o Festival Alto Tietê de Dança e o Encontro Regional de Ferromodelismo, que não possui até o momento informações suficientes para a composição de uma análise.

Os Campeonatos Brasileiro e Paulista de Enduro estão previstos para ocorrer em setembro, sendo organizado pela Adrenatrilha. O fechamento de Mogi das Cruzes como sede do evento está em processo de negociação, quase finalizado, segundo o Coordenador de Turismo. De acordo com ele, foi investido R\$ 45.000,00 por ora para trazer os eventos para a cidade, o que de fato é extremamente relevante.

Ainda, o evento Shimano Fest, que atraiu entre 2011 e 2012 mais de 9.000 pessoas que deixaram cerca de R\$ 407.500,00 na cidade, não ocorreu em 2014. Conforme informado pela Coordenadoria de Turismo de Mogi, isso foi devido às proporções que o evento tomou, ao crescimento que teve no decorrer dos anos e, em questão de estrutura, o mesmo local de realização do evento não seria suficiente para suprir confortavelmente todo o evento.

Neste panorama, mais um evento deixou de acontecer no ano de 2015 no município, o Festival Gastronômico. No ano de 2014, o festival aconteceu de 10 a 25 de julho e foi promovido e organizado pela Coordenadoria Municipal de Turismo com parceria do SEBRAE. O festival nasceu com a intenção de promover a gastronomia na cidade e principalmente valorizar e divulgar o cogumelo, isto, pois, Mogi das Cruzes é o maior produtor nacional deste alimento.

A Coordenadoria Municipal de Turismo também relatou que o evento não irá acontecer novamente, pois esta não poderá organizar o projeto

novamente por ter outras prioridades e além disso, porque no ano passado alguns restaurantes mostraram-se desfavoráveis ao evento organizado pela Coordenadoria. Portanto esse ano, o próprio *trade* teria que organizar o evento, o que não aconteceu, devido à desarticulação e desinteresse do mesmo.

É importante ressaltar que, para classificação dos eventos por tipologia, fez-se necessário buscar a definição do Ministério do Turismo sobre os principais tipos de eventos observados.

Segundo o Ministério do Turismo (2011), o Turismo Cultural “compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais.”. Ainda complementa que os patrimônios históricos culturais são os “bens de natureza material ou imaterial que expressam ou revelam a memória e a identidade das populações e comunidades.”.

Designa-se Turismo Religioso as “atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas [...] como as afro-brasileiras, espírita, protestante, católica, as de origem oriental”.

Por fim, o Turismo Esportivo “compreende as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas”.

Posto isso, destacam-se três tipos de eventos presentes no calendário da cidade: culturais (laranja), religiosos (azul) e esportivos (verde).

Tabela 35: Eventos Oficiais do Município de Mogi – 2015

Fevereiro	Julho
Carnaval de Marchinhas de Sabaúna	5 – Maratona de Revezamento Mogi-Guararema
Março	Agosto
28 – Corridas de Montanha	– A Rainha da Montanha
Abril	Setembro
04 a 05 – Festival do Cambuci	20 – A Rainha da Montanha

11 a 12, 18 a 19 – Akimatsuri	<ul style="list-style-type: none"> – Campeonato Brasileiro de Enduro – Campeonato Paulista de Enduro
Maio	Outubro
9 – O Rei da Montanha – Etapa Noturna	18 – Desafio Pumper's / O Rei da Montanha de Mountain Bike
10 – Desafio Pumper's / O Rei da Montanha de Mountain Bike	Novembro
14 a 24 – Festa do Divino	<ul style="list-style-type: none"> – Furusato Matsuri – Encontro de Carros Antigos – Festival do Voo Livre – 4º Campeonato Indoor de Bumerangue
– Festival de Escalada	
Junho	Dezembro
13-22 – III Encontro Regional de Ferreomodelismo	6 – O Rei da Montanha
– Festival do Alto Tietê de Dança	
– Adventure Camp	

Fonte: Coordenadoria de Turismo (2015), com adaptações feitas pelos autores.

- **Carnaval de Marchinhas de Sabaúna**

- **Tipologia:** Evento Cultural

- **Descrição:** Feito à moda antiga, o evento oficializado pela Câmara Municipal de Mogi das Cruzes desde 1985, agita as noites de carnaval com as tradicionais marchinhas, blocos e boneções que são produzidos pela própria comunidade que, além de estar envolvida, também está preocupada em resgatar a magia e a tradição dos carnavais passados.

- **Período, duração e local:** O evento ocorre durante os quatro dias de carnaval, de sábado a terça-feira; no endereço Praça dos Expedicionários, centro do Distrito de Sabaúna.

- **Organização:** Organizado pela Sociedade Amigos de Sabaúna (SAS), evento conta com o apoio da Prefeitura Municipal. Em 2014, segundo a Sra. Cleide membro da SAS, a Polícia Militar estimou que cerca de 12 mil pessoas prestigiaram o carnaval, por noite. Em 2015, o número foi ultrapassado, contudo ainda não há contagem oficial.

- **Público:** Varia de acordo com o horário. Durante a matinê, principalmente famílias com filhos. Já ao anoitecer, a partir das 20h, percebe-se a presença de jovens adultos.

- **Infraestrutura:** Em 2014, de acordo com o presidente da SAS, Danilo Luque Ribeiro, em entrevista concedida ao O Diário (imprensa local), o evento foi maior que as demais edições, contanto com melhor estrutura, destacando a praça de alimentação. Quanto aos fornecedores de alimentos e bebidas, destaca-se o voluntariado dos membros da SAS no preparo de churrasco e pastel; bem como na venda de bebidas (em 2014 a venda de bebidas ocorreu em parceria com uma marca de cerveja). Os comerciantes do bairro também são beneficiados. Além disso, a SAS convida outros comerciantes da cidade para oferecer comidas típicas, como por exemplo o yakissoba.

- **Divulgação:** Concentra-se nas mídias sociais e imprensa local e das cidades próximas (jornais, rádio e TV).

Figura 33: Bonecões do Carnaval de Sabaúna



Fonte: Secretaria da Cultura de Mogi das Cruzes (2014). Disponível em: http://www.cultura.pmmc.com.br/novosite/index.php?option=com_content&view=article&id=2003:bon&catid=3:noticias&Itemid=25. Acesso em: 12 nov. 2014.

- **Corridas de Montanha**

- **Tipologia:** Evento Esportivo

- **Descrição:** O evento remete à terceira etapa da Copa Paulista de Corridas de Montanha e está em sua 4ª edição. Possui quatro modalidades principais, sendo de 8km, 16km, 21km e 50km, além de outras de apenas 2km (Gincana Kids) e 2km (Teen).

- **Período, duração e local:** Ocorreu no dia 28 de Março de 2015, das 6h às 18h30. Todas as corridas aconteceram no Distrito de Quatinga, em Taquarussu.

- **Organização:** Responsabilidade da Corridas de Montanhas Org. de Eventos. Elaboram corridas do mesmo estilo por todo o país, principalmente nos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro.

- **Público:** De todas as faixas etárias, incluindo crianças para a Gincana Kids de 2km, adolescentes na modalidade Teen e maiores de 60 anos.

- **Divulgação:** Presente em mídias sociais, site oficial da Corridas de Montanha e outros blogs esportivos ou do segmento. Além disso, as imprensas local e regional colaboram para propagar o evento.

Figura 34: Cartaz de Divulgação III Etapa da Copa Paulista



Fonte: Ativo - Pratique esporte. Disponível em: <<https://www.ativo.com/evento/3a-etapa-copa-paulista-de-corridas-de-montanha-paranapiacaba-taquarussu-20958/>>. Acesso em: 11 abr. 2015.

- **Festival do Cambuci:**

- **Tipologia:** Evento Cultural

- **Descrição:** O Festival do Cambuci faz parte do circuito de Festivais Gastronômicos da Rota Gastronômica do Cambuci que, segundo o Instituto Auá de Empreendedorismo Socioambiental (201-), objetiva “resgatar e fomentar o cultivo e o consumo desta fruta nativa da Mata Atlântica de forma sustentável, abrangendo aspectos gastronômicos, históricos, culturais, ambientais, econômicos e turísticos, como estratégia de conservação ambiental e geração de renda.”.

Figura 35: Logo Rota do Cambuci



Fonte: Instituto Auá de Empreendedorismo Socioambiental, 2014. Disponível em: http://www.ahpce.org.br/newsite/index.php?option=com_phocagallery&view=category&id=17:rota-gastronomica-do-cambuci&Itemid=21>. Acesso em: 15 abr. 2015.

Neste evento, produtores de Mogi das Cruzes e região expõe potencial para cultivo e comercialização do Cambuci, fruta nativa da Mata Atlântica. Além de divulgar os produtos e suas propriedades. São oferecidas também palestras, workshops e degustação aos visitantes que podem comprar os produtos no local.

- **Período, duração e local:** Em 2014, a abertura ocorreu na cidade de Mogi das Cruzes, no período de 05 a 06 de abril; no endereço Avenida Narciso Yague Guimarães, 1001, Socorro - Distrito Sede (Mogi Shopping). O local, no entanto, é fixo. O evento já ocorreu também na Praça Oswaldo Cruz e Parque Centenário.

- **Organização:** A Rota Gastronômica do Cambuci é coordenada pelo Instituto Auá de Empreendedorismo Socioambiental (antigo AHPCE – Associação Holística de Participação Comunitária Ecológica), e seus eventos ocorrem em parceria com as Prefeituras Municipais das cidades participantes que, segundo Renato Castrezana, membro da Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, sede a estrutura para o evento.

- **Público:** Em 2014, o público de visitantes do evento foi, de acordo com Renato Castrezana, aproximadamente 30 mil pessoas, em sua maioria mogianos e moradores das cidades próximas que visitavam o shopping. Quanto aos expositores, cada cidade participante da rota possuía um Box, com no mínimo um e no máximo três produtores.

- **Divulgação:** Concentra-se nas mídias sociais e imprensa local e das cidades próximas (jornais, rádio e TV).

Figura 36: VI Rota Gastronômica do Cambuci – 2014



Fonte: Catraca Livre (2014) *apud* Instituto Auá de Empreendedorismo Socioambiental. Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/sp/gastronomia/indicacao/conheca-o-calendario-da-rota-gastronomica-do-cambuci-2014/>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

- **Akimatsuri:**

- **Tipologia:** Evento Cultural

- **Descrição:** Akimatsuri significa Festa de Outono. Organizada por imigrantes e descendentes de japoneses, a celebração é realizada para ajudar no resgate e divulgação da cultura japonesa através da gastronomia, música, danças e shows de cantores *nikkeis* – denominação para japoneses que vivem no exterior ou àqueles que nasceram fora do Japão. Além disso no local são oferecidas oficinas, exposição de cunho cultural e de produtos agrícolas. Segundo o deputado estadual Luiz Carlos Gondim Teixeira (2011 *apud* Akimatsuri) "O evento começou em 1986 com o objetivo de integrar a colônia japonesa com a comunidade local. [...] esta forma que a colônia encontrou para divulgar a cultura e de festejar a colheita do outono ficou reconhecida em toda a região.". O deputado é responsável pela lei Nº 12.988, de 8 de maio de 2008, que insere o Akimatsuri no Calendário Turístico do Estado de São Paulo, que objetiva atrair mais visitantes para difundir a importância da colonização japonesa, da festa e; principalmente, da produção de hortifrutigranjeiros que, segundo conversa com Oswaldo Nagao (Secretário Municipal de Agricultura do município de Mogi das Cruzes), é responsável pelo abastecimento de 30% do Estado.

Figura 37: Apresentação musical



Fonte: Akimatsuri, 2013. Disponível em: <<http://www.akimatsuri.com.br/>>. Acesso em: 12 nov. 2014.

- **Período, duração e local:** O evento ocorre anualmente no mês de abril; em 2014, foi realizado nos finais de semana dos dias 05, 06, 12 e 13 de abril, aos sábados das 10h às 23h e aos domingos das 10h às 22h. Em 2015, será nos dias 11, 12, 18 e 19 de abril. O Akimatsuri é realizado no endereço Av. Japão, 5919, bairro Porteira Preta.

- **Organização:** A associação organizadora o evento, Bunkyo – Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa e de Assistência Social tem como missão "Representar a comunidade nipo-brasileira e promover a preservação e divulgação da cultura japonesa no Brasil e da brasileira no Japão, bem como incentivar e apoiar as iniciativas voltadas a esta finalidade", e acredita que o Akimatsuri se enquadra nesse conceito, mantendo vivas as tradições, costumes, crenças e as manifestações artístico-culturais. Além das celebrações, o evento ajuda na divulgação dos produtos agrícolas da região.

Figura 38: Pavilhão hortifrutigranjeiro



Fonte: Facebook Akimatsuri Mogi das Cruzes (2014)
Disponível em: <<https://www.facebook.com/akimatsuri>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

- **Público:** Em 2014 aproximadamente 100 mil pessoas visitaram o evento; e, segundo O Diário (2014) – jornal local, além dos moradores, colônia japonesa das proximidades e Interior de São Paulo, os turistas vem em grupos, de locais diferentes, como por exemplo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Paraná. Além disso, se caracterizam por serem “turistas de boa posição social, que costumam consumir e gastar muito na festa. ”.

- **Divulgação:** Concentra-se nas mídias sociais e imprensa local e das cidades próximas (jornais, rádio e TV).

- **O Rei da Montanha, Desafio Pumper's - O Rei da Montanha de Mountain Bike, A Rainha da Montanha, O Rei da Montanha Noturna, Maratona de Revezamento Mogi–Guararema, O Rei da Montanha – Parque das Neblinas:**

- **Tipologia:** Evento Esportivo

São cinco eventos distribuídos pelo ano e organizados pela mesma empresa, onde são realizadas corridas de diferentes modalidades, percursos e participantes, a maioria baseada no conceito de *trail running*, ou seja, uma corrida por zonas montanhosas, com subidas e declives durante o caminho, sendo então diferente das corridas planas realizadas em estrada ou pistas. Ainda, os eventos predominantemente atendem a todos os níveis de atletas, com provas para quem quer se aventurar pela montanha pela primeira vez, como para atletas especializados.

A responsabilidade da organização cabe à empresa Índice Marketing Esportivo e toda divulgação é feita através do site oficial dos eventos, pelas mídias sociais e *blogs* independentes sobre este segmento.

A maratona de revezamento entre Mogi e Guararema será um evento do Rei da Montanha e está previsto para acontecer no dia 05 de julho. As demais informações sobre o evento estão pendentes.

Segue abaixo a descrição mais detalhadas dos diferenciais de cada evento:

O Rei da Montanha - Desafio Pumpers de Mountain Bike:

- **Descrição:** É um dos maiores eventos de *cross country/trail running* e *mountain bike* do Brasil, com possibilidade de rotas de 3 km, 7 km, 14 km e 21 km.

- **Período, duração e local:** Em 2014 realizou-se em 11 de Maio, a partir das 9h, no Distrito de Sabaúna. Cada inscrição varia em um valor entre R\$ 80,00 e R\$ 140,00; podem ser feitas com antecedência ou no local, sendo que no momento do evento a taxa por pessoa se eleva. Em 2015, prevê-se para o dia 10 de maio, no Distrito de Taiapuêba, com taxas de inscrição a partir de R\$ 110,00.

- **Público:** Em sua maioria, homens e mulheres praticantes dos esportes. Participam também crianças na modalidade “Reizinho da Montanha”, porém em menor número se comparado ao público adulto.

A Rainha da Montanha:

- **Descrição:** A diferença do Rei da Montanha deve-se ao público - a corrida é voltada apenas para mulheres e crianças.

- **Período, duração e local:** Em 2014 realizou-se em 03 de Agosto, a partir das 9h, no Distrito de Sabaúna. Os valores variam entre R\$ 90,00 e R\$ 130,00; podem ser feitas com antecedência ou no local, sendo que no momento do evento a taxa por pessoa se eleva. Previsão para 2015: duas edições, em Agosto e em Julho.

- **Público:** Mulheres e crianças de diferentes idades, na última edição foram recebidas mais de 500 pessoas no total – sendo, de acordo com uma

publicação no site oficial da prefeitura, 391 atletas de 49 cidades de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro.

O Rei da Montanha Noturna:

- **Descrição:** Difere-se devido ao horário da corrida: acontece no período noturno.

- **Período, duração e local:** Ocorreu em 11 de agosto em 2014, com início às 19h30, no Distrito de Sabaúna. Cada inscrição varia em um valor entre R\$ 80,00 e R\$ 140,00; podem ser feitas com antecedência ou no local, sendo que no momento do evento a taxa por pessoa se eleva. Em 2015, estima-se para o dia 09 de maio.

- **Público:** Homens, mulheres e crianças de diferentes idades.

O Rei da Montanha – Parque das Neblinas:

- **Descrição:** Realizado no Parque das Neblinas.

- **Período, duração e local:** As tarifas estão entre R\$ 90,00 e R\$ 130,00; podem ser feitas com antecedência ou no local, sendo que no momento do evento a taxa por pessoa se eleva.

- **Público:** Homens, mulheres e crianças de diferentes idades.

Figura 39: O Rei da Montanha - Participantes



Fonte: Site: O Rei da Montanha (2014). Disponível em:
<<http://www.oreidamontanha.com.br/>>. Acesso em: 11 nov. 2014.

Figura 40: A Rainha da Montanha – Largada



Fonte: Site: A Rainha da Montanha (2014). Disponível em
<<http://www.arainhadamontanha.com.br/>>. Acesso em: 11 nov. 2014.

Figura 41: O Rei da Montanha Noturna – Largada



Fonte: Facebook O Rei da Montanha (2014). Disponível em: <https://www.facebook.com/oreidamontanha>. Acesso em: 11 nov. 2014.

Figura 42: O Rei da Montanha – Parque das Neblinas – Corrida



Fonte: Facebook O Rei da Montanha (2013). Disponível em: <https://www.facebook.com/oreidamontanha>. Acesso em: 11 nov. 2014.

- **Festa do Divino Espírito Santo:**

- **Tipologia:** Evento Religioso

- **Descrição:** A Festa do Divino Espírito Santo de Mogi das Cruzes completou 400 anos de tradição em 2013. De origem católica, a festa mantém o folclore e aspectos tradicionais religiosos da Igreja, como por exemplo, o moçambique, a marujada e a congada. Além disso, durante a quermesse os voluntários apresentam uma grande variedade de comidas típicas. A festa mantém nos fiéis a chama da devoção no Divino Espírito Santo. Além de rezas, são vendidos pratos típicos da região e shows.

- **Período, duração e local:** O evento ocorre anualmente entre os meses de maio e junho, com a duração de 11 dias. Em 2014, a abertura ocorreu no dia 29 de maio e o encerramento em 8 de junho. As festividades ocorrem em vários locais; a quermesse, no entanto acontece no Centro de Integração Profissional Deputado Maurício Nagib Najjar (CIP), na Avenida Cívica, no bairro do Mogilar.

- **Organização:** A Festa do Divino é organizada pela Associação Pró-Festa do Divino Espírito Santo, conhecida pela sigla Pró-Divino e objetiva difundir a devoção ao Espírito Santo, apoiar os Festeiros e Capitães do Mastro na organização, realização das festas e eventos culturais. Além disso, deve-se destacar que recebe auxílio financeiro do Estado de São Paulo que, em 2014, foi de R\$ 150 mil.

- **Divulgação:** Concentra-se nas mídias sociais, paróquias e imprensa local e das cidades próximas (jornais, rádio e TV).

- **Adventure Camp**

- **Tipologia:** Evento Esportivo

- **Descrição:** Atletas profissionais ou não participam de aulas e provas de diferentes modalidades, como *mountain bike*, *trekking*, canoagem, entre outros. Este evento faz parte do Circuito Adventure Camp, que ocorre quatro vezes ao ano e pelo Brasil, incluindo este em Mogi.

- **Período, duração e local:** Estima-se que acontecerá em junho, em Taiaçupeba.

- **Organização:** Realizado pelo Adventure Camp, em parceria com a Coordenadoria de Turismo.

- **Divulgação:** Nos anos anteriores, a divulgação ocorreu principalmente através no site oficial da Adventure Camp e da Coordenadoria de Turismo, além de blogs e páginas em mídias sociais voltados para o assunto.

➤ **Furusato Matsuri**

- **Tipologia:** Evento Cultural

- **Descrição:** Festival agrícola onde se expõe produtos premiados e do que é cultivado em Mogi das Cruzes e também da Região do Alto Tietê, em menor quantidade. Além de exposição e venda de flores (principalmente orquídeas), são também expostos veículos do ramo, nacionais e importados. No mesmo local são oferecidas comidas típicas orientais e produtos orgânicos dos agricultores, são apresentadas danças folclóricas e shows que reforçam a cultura japonesa.

- **Período, duração e local:** A 24ª edição realizou-se em 2014, nos dias 8 e 9 de Novembro, das 9h às 17h, localizado na Sede da Associação dos Agricultores de Cocuera (Rodovia Prof. Alfredo Rolim de Moura – SP 088 – S/N – Km 61,4 – Antiga Estrada Mogi-Salesópolis, Km 11). A entrada para o evento foi de R\$ 8,00 (R\$ 4,00 a meia entrada, crianças até 7 anos não pagam), o qual levou como tema a celebração dos 95 anos de Cocuera.

Para a 25ª edição em 2015, de acordo com o Calendário de Eventos Turísticos de 2015 disponibilizado pela Coordenadoria da cidade, será em novembro, porém ainda não há uma data de realização prevista.

- **Organização:** Cabe à Associação dos Agricultores de Cocuera, com sede no mesmo local em que é feito o evento, e também apoio da colônia japonesa da região.

- **Público:** Pessoas de todas as idades, em sua maioria descendente de imigrantes japoneses ou admiradores desta cultura.

- **Infraestrutura:** Dentro do salão das exposições de produtos agrícolas e florais, a capacidade máxima é de 1.200 pessoas, já no espaço fora o qual recebe todos os shows, apresentações e onde se encontram os locais para alimentação, suportam até 7.926 pessoas de acordo com os avisos anunciados pelo evento.

- **Divulgação:** Em 2014 foi feita através do site da Prefeitura da cidade, pelo site da Cultura Japonesa, pelo Facebook da Associação de Agricultores, em cartazes espalhados por locais estratégicos e também por portais de notícias, como o G1.

Figura 43: Cartaz de divulgação da 24ª edição, em 2014

24º FURUSATO MATSURI

FESTIVAL AGRÍCOLA DE MOGI DAS CRUZES

08 e 09 de Novembro de 2014

Local: Rod. Prof. Alfredo Rolim de Moura - SP 088 - S/N - Km 61,4
(Antiga estrada Mogi-Salesópolis Km 9,5 - Tel.: 11 4792-2008)

- Exposição e venda de flores, frutas e hortaliças
- Exposição de Tratores e Implementos Agrícolas.
- Mini-shopping
- Comidas típicas e vários shows folclóricos

Realização: Associação dos Agricultores de Cocuera

95 anos

Parabéns Cocuera

Patrocinadores: Kijiro CORRETORA DE SEGUROS, Bradesco, CAIXA, NGK VELAS DE IGNIÇÃO, NTK CERÂMICAS TÉCNICAS, Rinnai, GOVERNO DO ESTADO SÃO PAULO Secretaria de Turismo, SHIBATA hipermercados

Apoio: MANEFRUT, Murec, DEVASSA, ODiário

Proibida a venda para menores de 18 anos.

Fonte: Facebook: Associação de Agricultores de Cocuera, Furusato Matsuri (2014).
Disponível em: <<https://www.facebook.com/FuruSatoMogi?fref=ts>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

➤ **Encontro de Autos Antigos de Sabaúna**

- **Tipologia:** Evento Cultural

- **Descrição:** Assim como acontece em diversas cidades, é organizada uma exposição de automóveis antigos e de variadas marcas e modelos. Os carros e motos devem possuir mais de 30 anos para participarem da exposição. Além disso, o evento também conta com apresentações de música ao vivo, artesanato para venda e praça de alimentação para os visitantes. O ingresso de entrada é R\$ 10,00 ou 2kg de alimento não perecível, por pessoa.

- **Período, duração e local:** Em 2014, ocorreu no dia 9 de novembro, das 9h às 15h, na Estação Ferroviária de Sabaúna. Para este ano, planeja-se o evento para novembro, contudo sem uma data definida ainda. Será o 15º encontro da cidade.

- **Organização:** Cabe à parceria entre o Clube de Carros Antigos de Mogi das Cruzes (CCAMC) e Associação Nacional da Preservação Ferroviária (ANPF).

- **Público:** Pessoas de todas as idades, em sua maioria adultos que frequentam e conhecem este ramo. Observando *in loco*, notou-se que o evento em si não atrai muitos turistas, porém a região em que ele acontece insere diversos outros grupos de pessoas que acabam conhecendo e participando do evento. Dentre esses grupos, vemos famílias ou amigos que vão visitar a Estação de Sabaúna e, também, ciclistas e outros esportistas que marcam a estação como ponto de encontro e partida para suas atividades.

- **Divulgação:** Através do site oficial do CCAMC e de uma página na Rede Social Facebook dedicada à divulgação de eventos e novidades no Distrito de Sabaúna. O cartaz de 2014 (Figura 12) digitalizado atingiu mais de 1.500 visualizações, com 64 compartilhamentos na página.

Figura 44: Cartaz de divulgação do 14º Encontro, em 2014

Atrações: *Musical*
Rádio
Vitrola

Artesanato
e muito mais...

Realização:

CLUBE DE CARROS ANTIGOS
DE MOGI DAS CRUZES
29 anos

www.anpf.com.br

FAME
A Marca do Brasil Apresenta:

14º Encontro de Autos Antigos de Sabaúna
2014

Carros e motos acima de 30 anos.

Atração: ANPF Ferreomodelismo

Local: Estação Ferroviária de Sabaúna
Dia: 09 de Novembro de 2014
Horário: das 9h. às 15h.

Entrada: 2 Kg de alimento não perecível ou R\$ 10,00

Patrocinadores:

Natural PÃES E DOCEZ

Pizzaria Morumbi

FM Classics Centro para Casamento (Dix11) 5109.1531

BROTHERS

Eduardo Gomes Imóveis

Yasvick - Glass

Apoio:

SAS Sociedade Amigos de Sabaúna

PREFEITURA MUNICIPAL DE MOGI DAS CRUZES

Mogi TURISMO

Informações
11 9.7133-2789
11 9.9654-8590

Fonte: Site oficial do CCAMC (2014). Disponível em: <https://www.facebook.com/ccamc.raridades?fref=ts>. Acesso em: 15 nov. 2014.

➤ **Festival de Voo Livre**

- **Tipologia:** Evento Esportivo

- **Descrição:** Festival com competições de diferentes modalidades, voltado para todos que apreciam o esporte. Para pilotos profissionais, são cerca de 100 competidores que disputam três categorias de voo *paraglider*: decolagem e mosca, permanência e mosca à distância. Para visitantes ou amadores, pode ser realizado um salto com guia, sendo que cada voo realizado tem um custo médio de R\$ 150,00.

- **Período, duração e local:** No ano anterior, o festival foi realizado nos dias 15 e 16 de novembro, das 10h às 16h, no Pico do Urubu. Neste ano a previsão é para novembro, sem data definida por ora. O evento acontece sempre na primavera, para que a velocidade e direção dos ventos da época contribuam para as competições.

- **Organização:** Realizado pelo Mogi Clube de Voo Livre (MCVL), iniciando a organização do evento em 2004.

- **Infraestrutura:** No Pico do Urubu são arquitetadas tendas de primeiros socorros, caso necessário, e de apoio ao Festival e aos organizadores. Além disso, existe uma pequena estrutura que fornece alimentos e bebidas aos participantes.

- **Público:** De acordo com a pesquisa realizada pelo Observatório de Turismo em 2009, até aquele ano mais de oito mil pessoas já haviam participado das sete edições do evento, sendo eles visitantes e competidores. Ainda, as tabelas abaixo descrevem ainda mais este público:

- **Divulgação:** Através do site do Clube de Voo Livre e pelo da Prefeitura da Cidade.

Figura 45: Paraglider no Pico do Urubu



Fonte: Facebook MCVL - Pico do Urubu (2014). Disponível em: <<https://www.facebook.com/picodourubu>>. Acesso em: 10 fev. 2015.

➤ **4º Campeonato Brasileiro Indoor de Bumerangue (CBI)**

- **Tipologia:** Evento Esportivo

- **Descrição:** O campeonato reúne admiradores e praticantes de bumerangue de todo o Brasil, possuindo diversas modalidades e regras de acordo com o estipulado pela organização aos participantes.

- **Período, duração e local:** Para 2015, ainda não há uma data específica para o evento; a previsão é de que aconteça no final do mês de novembro.

A realização será no Ginásio Municipal de Mogi das Cruzes Prof. Hugo Ramos.

- **Organização:** A responsabilidade fica para a Associação Brasileira de Bumerangue (ABB).

- **Público:** Em geral, jovens e adultos interessados na prática deste esporte. Em 2014, o evento que estava agendado para os dias 29 e 30 de Novembro, porém foi cancelado pela ABB pela baixa adesão de participantes.

- **Divulgação:** Através do site oficial do organizador, do site da Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes e eventos no Facebook normalmente criados pelos próprios participantes.

Figura 46: Demonstração do esporte no campeonato



Fonte: Site Oficial da Prefeitura de Mogi das Cruzes. Disponível em: <http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/turismo/destinomogi.php?id=294>>. Acesso em: 11 nov. 2015.

12.2 ATRATIVOS RURAIS E HISTÓRICO-CULTURAIS

A realidade de oferta turística em Mogi das Cruzes para o segmento de turismo rural é diversa e mostra-se em processo de forte crescimento concomitantemente a sua estruturação. Tanto os atrativos como a própria Secretaria de Turismo da cidade, fazem uso da definição de turismo rural para as atividades desenvolvidas no espaço rural ou em áreas rurais e agroturismo, portanto neste Plano Diretor de Turismo também será utilizado essa mesma definição. Mostra-se importante ressaltar que esses segmentos de turismo são

recentes e levanta discussão em todo o mundo sobre suas definições, regularização e limites. O Ministério de Turismo (2010) entende como o turismo no espaço rural:

Todas as atividades praticadas no meio não urbano, que consiste de atividades de lazer no meio rural em várias modalidades definidas com base na oferta: Turismo Rural, Turismo Ecológico ou Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Saúde, Turismo Cultural, Turismo Esportivo, atividades estas que se complementam ou não.

Portanto as atividades turísticas desenvolvidas no município estão de acordo com essa definição, porque muitos atrativos da cidade possuem também características de lazer, de aventura, ecoturismo, ecológico, além do rural.

Turismo Rural é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.

A definição do Ministério do Turismo sobre o turismo rural revela uma valorização da atividade turística ao meio rural e seus produtos, o comprometimento com a produção agrícola e o resgate e promoção da cultura e conhecimento.

O agroturismo também é realizado em diversos atrativos. Muitos dos atrativos da cidade estão em processo de estruturação, pois está passando a receber, aos finais de semana, turistas em suas propriedades, tais como o Sítio Nakahara que há cerca de um ano iniciou essa atividade, mostrando todo o processo de produção de diversas frutas como o caqui, tomate cereja, mexerica etc., e agora pretende aumentar os produtos oferecidos e qualificar melhor seu atendimento.

Atividades internas à propriedade, que geram ocupações complementares às atividades agrícolas, as quais continuam a fazer parte do cotidiano da propriedade, em menor ou maior intensidade, devem ser entendidas como parte de um processo de agregação de serviços aos produtos agrícolas e bens não-materiais existentes nas

propriedades rurais (paisagem, ar puro, etc.), a partir do 'tempo livre' das famílias agrícolas, com eventuais contratações de mão-de-obra externa.

Por fim o segmento de turismo ecológico também será analisando dentro dos mesmos critérios que o turismo rural, pois, os atrativos possuem grande proximidade física, de infraestrutura, de promoção, divulgação e cooperação, tais como o Sítio Recanto das Águas, Sítio Águas da Mata, etc.

Em relação às facilidades que a cooperação entre os atrativos proporciona para fins de promoção e comercialização dos produtos, a organização e a divulgação do empreendimento e do município ou região além de possibilitar melhores condições para identificar as características da demanda, podendo se tornar um dos mais importantes diferenciais competitivos.

A Associação dos Empresários de Turismo Rural, ASDETUR, possui atualmente dezoito associados e contam com folders, facebook¹⁴ (<https://www.facebook.com/asdetur>) e site¹⁵ (<http://www.asdetur.com.br/>). Sendo este meio o mais importante de divulgação e promoção para muito dos associados, os quais antes do ASDETUR não possuíam recursos para promover-se. Também através da cooperação é possível fortalecer esse segmento de turismo, para que assim este possa crescer de maneira organizada e estruturada. A cooperação entre os atrativos gera um impacto plural e efetivo tanto no poder público, que passa a dedicar verba e projetos para os mesmos, pois enxerga neste potencial, e aumenta as possibilidades de produtos e serviços oferecidos na cidade. A divulgação passa a ser direta, podendo cativar o turista, que possui o mesmo perfil de visitar mais de um atrativo de maneira mais efetiva e numerosa. Realidade observa em Mogi das Cruzes, que possui uma vasta oferta de produtos no turismo rural, tal como frutas, criação de animais, produção de produtos artesanais e alimentos, cogumelos, orquídeas, etc.

¹⁴Facebook ASDETUR. Disponível em: <<https://www.facebook.com/asdetur>> Acesso em: 09 jun. 2015

¹⁵ Site ASDETUR. Disponível em: <<http://www.asdetur.com.br/>> Acesso em: 09 jun. 2015.

Além disso, os empresários recebem há nove anos, curso de capacitação do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, SENAR, chamado: “Turismo Rural, agregando valor a sua propriedade” e possui ciclos anuais, de março a dezembro com dez módulos.

Partindo deste panorama exposto podemos observar que este segmento de turismo na cidade está articulado e busca crescer de forma integrada e qualificada. Entretanto esta não é uma realidade encontrada nos outros segmentos de turismo da cidade, como o segmento de negócios, o qual o *trade* não possui comunicação e parcerias.

Mogi das Cruzes está localizada próxima a grandes pólos emissores de turistas, tais como São Paulo, Guarulhos, São José dos Campos, etc. que se caracterizam como grandes centros urbanos. Segundo o Ministério do Turismo esse perfil de turistas possui interesse no contato com a natureza e o rural, buscando uma experiência diferente ao seu cotidiano.

Considerando o viés da questão cultural, segundo o Ministério do Turismo do Brasil (MTur), o turismo cultural refere-se à locomoção de pessoas para outros lugares motivadas por atividades ligadas a experimentação e apreciação do conjunto de elementos do patrimônio histórico e cultural, sejam eles materiais ou imateriais, de modo a valorizar a sua essência.

Atrativos histórico-culturais aqueles que expressam os costumes, modo de viver, a identidade ou que compreendem a história ou características de um período histórico de relevância de um povo ou comunidade. Assim, o MTur considera bens culturais de valor histórico, artístico, científico, simbólico, passíveis de se tornarem atrações turísticas: arquivos, edificações, conjuntos urbanísticos, sítios arqueológicos, ruínas, museus e outros espaços destinados à apresentação ou contemplação de bens materiais e imateriais, manifestações como música, gastronomia, artes visuais e cênicas, festas e celebrações. Além disso, ele também prevê as manifestações e edificações decorrentes de conotação religiosa, como as igrejas.

Em Mogi das Cruzes é possível encontrar vários monumentos históricos que re representam os símbolos e acontecimentos importantes na história da cidade.

Segundo o Dicionário Michaelis (2015) a palavra monumentos significa:

Obra de arte levantada em honra de alguém, ou para comemorar algum acontecimento notável. Construção ou obra de escultura digna de admiração pela sua antiguidade ou magnificência. Obra intelectual ou material digna de passar à posteridade. Lembrança, recordação. Elementos que servem de base ao estudo da história dos séculos passados.

Foram selecionados três monumentos da cidade: O Bandeirante, Obelisco e o Imigrante Japonês, os três símbolos foram caracterizados como atrativos culturais e avaliados na matriz de atrativos culturais.

Durante as visitas realizadas a esses monumentos foi possível concluir que ambos possuem problemas de conservação e que a manutenção ao redor desses lugares é praticamente inexistente, muitas placas descritivas estão pichadas, outras arrancadas, revelando, portanto, a fraqueza da cidade nesse aspecto.

12.3 MATRIZES DE AVALIAÇÃO DOS ATRATIVOS

As matrizes que serão apresentadas a seguir têm por objetivo a classificação dos atrativos culturais, rurais e ecológicos da Cidade de Mogi das Cruzes. Na matriz de atrativos culturais serão analisados os seguintes elementos: Visitação, Sazonalidade, Estacionamento, Sanitário e Bebedouros, Estabelecimentos para alimentação, Limpeza e Manutenção, Sinalização, Condições das vias, Informações aos visitantes e Adequação aos deficientes.

Na matriz de atrativos rurais e ecológicos os elementos de avaliação que serão analisados são: Centro/Espaço de recepção aos turistas, Alimentação/Hospedagem, Estacionamento, Sanitário e Bebedouros, Limpeza e Manutenção, Sinalização, Condições das vias, Participação em roteiro, Divulgação e Adequação aos deficientes.

Assim como as matrizes de meios de hospedagem e de lazer e entretenimento, estas foram baseadas na “Matriz de avaliação dos atrativos e produtos turísticos” do Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico de Piracicaba (PDDT), datado de 2013.

A estrutura dessa matriz sofreu alterações em relação à matriz original, no elemento referente ao acesso ao local, foi inserido o fator “transporte público” na matriz de atrativos culturais, pois devido às características específicas que a cidade possui, como por exemplo, a proximidade com a Capital São Paulo, o transporte público é um fator decisivo para que haja o fluxo de visitantes.

Para cada elemento avaliado, foram atribuídas notas em escala de zero a três, sendo três equivalentes a qualificação mais elevada e zero correspondendo a inexistência ou muito danificado.

Na legenda, é possível encontrar uma breve justificativa da pontuação para cada elemento selecionado. Em relação à pontuação, é classificada por uma escala de cores, onde 0 (zero) é classificado pela cor cinza (inexistência/muito danificado); 1 (um) pela cor amarela (necessidade de melhoria); 2 (dois) pela cor azul (possível manutenção/reparo do fator observado) e 3 (três) pela cor verde (características bem avaliadas). Essa classificação favorece a compreensão e visualização das informações. Os

atrativos foram classificados em duas categorias, os consolidados e os potenciais.

Em relação aos atrativos classificados como potenciais, esses se subdividem em outras quatro categorias: Equipamento consolidado, Potencialidade realizada; Potencialidade parcialmente realizada e, por fim, potencialidade fracamente realizada. Os itens e resultados da matriz quantitativa tiveram como base a matriz qualitativa. Esta por sua vez foi construída através de observações em campo, aplicação de questionários, entrevistas com gestores e proprietários, levantamento de informações via documentos oficiais da prefeitura e pesquisa de gabinete.

As notas e justificativas atribuídas seguem o seguinte critério:

- a) Visitação: Muitos atrativos não possuem um controle fixo do fluxo de visitantes, portanto esse item foi baseado no depoimento dos gestores, além de alguns dados fornecidos pelos mesmos. Foram atribuídas notas ao fluxo desses visitantes assim como a sazonalidade de visitas no ano;
- b) Infraestrutura: A infraestrutura foi classificada a partir da avaliação da existência de estacionamento adequado no local (tamanho do estacionamento, quantidade de vagas, condição de acesso ao local), assim como sanitários e bebedouros (Limpeza e estado), além de estabelecimentos para alimentação (existência de locais para alimentação nos atrativos culturais). Já nos atrativos rurais e ecológicos levou-se em consideração também a existência de um centro/espço de recepção aos turistas, classificado de acordo com a qualidade, adequação e proporção em cada atrativo, além de alimentação hospedagem, pois muitos atrativos fornecem refeições: café da manhã, almoço e lanches como meio de agregar valor a seu produto e também pelas características dos roteiros fornecidos nas propriedades. Avaliou-se a oferta de alimentação ou hospedagem, a qualidade do serviço e a infraestrutura para o mesmo (cozinha, mesas, camas, quartos, banheiros, etc.);
- c) Estado Geral de Conservação: levaram-se em consideração dois aspectos: Manutenção e Limpeza, no qual foi observado o estado de

limpeza que os locais se encontravam, além da manutenção da estrutura física correta e adequada nos atrativos;

- d) Acesso ao Local:** foram considerados três fatores: Sinalização, Transporte Público e sinalização das vias até o local. Em relação aos atrativos culturais a sinalização turística foi avaliada desde algumas estradas que dão acesso à cidade como, por exemplo, a rodovia Mogi-Dutra, onde é possível encontrar as primeiras placas indicando os atrativos turísticos, além disso, é possível encontrar outras placas (muitas escritas com tradução em inglês) indicando a existência do atrativo naquele lugar. O transporte público avaliou a facilidade em acessar esses locais via ônibus de linha, trens e outros meios públicos de locomoção, e se esse transporte ocorre de forma prática e rápida. Já nos atrativos rurais e ecológicos avaliaram-se as condições das vias, onde muitas propriedades encontram-se em estradas não pavimentadas e de difícil acesso para ônibus ou micro ônibus, além da existência de sinalização das vias;
- e) Acessibilidade:** avaliou-se a acessibilidade de informações ao visitante, na qual foi considerado a existência de material impresso ou sites que contemplam informações importantes em relação aos atrativos. Em relação a adequação aos deficientes, observou-se a existência e qualidade de: calçada rebaixada, faixa de pedestre, rampa, semáforo sonoro, piso tátil de alerta e piso regular antiderrapante, banheiros adaptados, etc. Para os atrativos rurais e ecológicos também levou-se em consideração a participação em roteiros já existentes na cidade, como o Mogi para Mogianos e ASDETUR;

Mogi das Cruzes é um município com uma área muito extensa e com uma oferta relevante e variada de atrativos turísticos, abrangendo os atrativos histórico-culturais, turismo rural, turismo ecológico, gastronomia, eventos de vários segmentos em quantidade e relevância consideráveis, entre outros. Devido à esta ampla e significativa oferta, criaram-se matrizes para os diferentes segmentos de turismo: histórico-cultural e rural-ecológico.

Esta divisão mostrou-se necessária, pois, cada segmento de turismo possui uma realidade tanto de estrutura física, perfil de público e oferta de produtos. Assim pode-se avaliar melhor cada segmento e entender a sua importância para a cidade e o turismo como um todo. As matrizes contêm apenas os atrativos que possuem algum tipo de desenvolvimento para a atividade turística, ou em vias de.


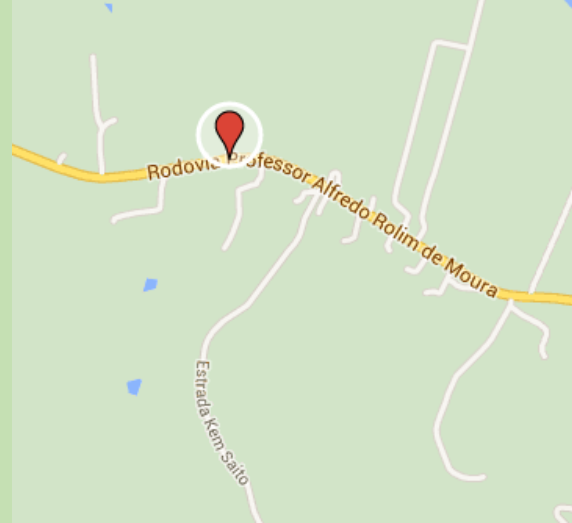
12.3.1 Matrizes Atrativos Rurais e Ecológicos





Tabela 36: Legenda da Matriz Qualitativa dos Atrativos Rurais e Ecológicos


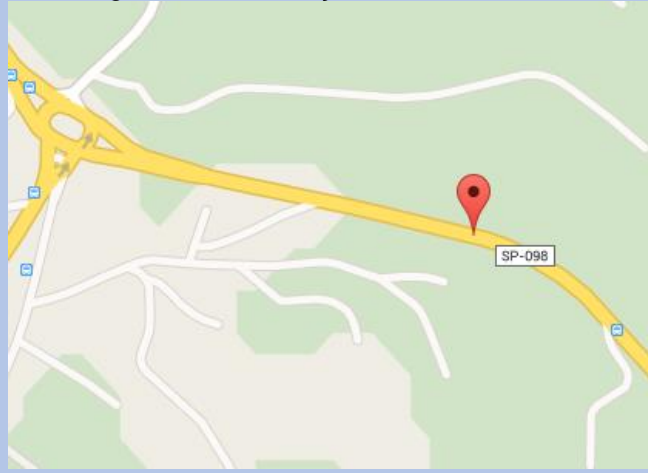


Equipamento consolidado
Potencialidade realizada
Potencialidade parcialmente realizada
Potencialidade fracamente realizada





Fonte: Elaborada pelos autores, 2015.





Tabela 37: Matriz Qualitativa dos Atrativos Rurais e Ecológicos


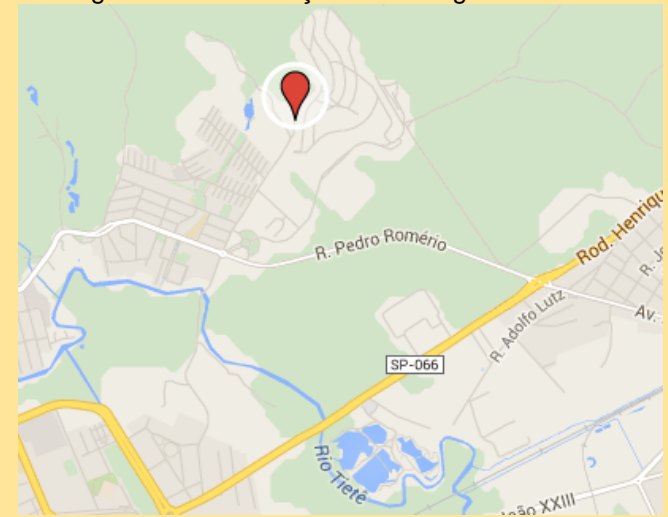

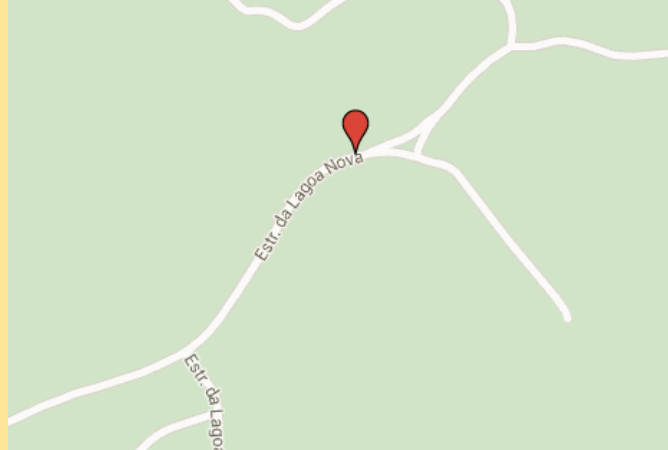
Atrativos	Caracterização e atividade turística	Disponibilidade e acessibilidade	Condições de conservação e características físicas	Localização
<p>Figura 47: Orquidário Oriental</p>  <p>Fonte: <www.mogiemfoco.com> Acesso em: 15 abr. 2015.</p>	<p>As primeiras atividades do Orquidário surgiram no ano de 1984, produzindo apenas uma variedade de orquídea, o Dendrobium Nobile conhecida popularmente como Olho de Boneca, adotando em 1986 o nome de Orquidário Oriental. Atualmente trabalha com diversas variedades de orquídeas, através de seu cultivo e pesquisa. Faz parte dos roteiros Mogi para Mogianos e o ASDETUR.</p>	<p>Aberto de terça a domingo também nos feriados das 9h às 17h. Promovem eventos e cursos regulares, além de visitas guiadas em outros idiomas.</p> <p>Acessibilidade até o local é satisfatória.</p>	<p>Possui espaço onde as orquídeas são comercializadas, um amplo galpão e também um espaço para a recepção dos grupos. É possível fazer um passeio com um trator que possui uma carreta com bancos, com o qual pode-se conhecer a propriedade.</p>	<p>Endereço: Rod. Prof. Alfredo Rolim de Moura, 67 - Jardim Armenia, Mogi das Cruzes – SP.</p> <p>Figura 48: Localização – Orquidário Oriental</p>  <p>Fonte: Google Engine, 2015.</p>


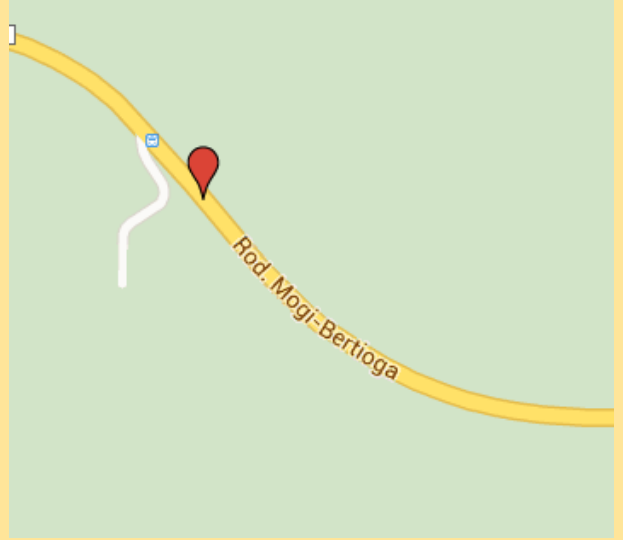


<p>Figura 49: Fruticultura Hoçoya</p>  <p>Fonte: <www.g1.globo.com>. Acesso em: 15 abr. 2015.</p>	<p>A propriedade teve início em meados da década 60 e está prestes a completar 50 anos de tradição na produção de frutas com alta qualidade. Atualmente possui uma área de 12 hectares produzindo uma variedade de frutíferas como: Caqui, Nêspira, Atemóia, Pêra, Lichia e Pitaya. Ganhou diversos prêmios: pela fundada cooperativa Sul Brasil chegou a receber o prêmio de melhor caqui Fuyu por mais de 30 anos consecutivos. Faz parte dos roteiros Mogi para Mogianos e o ASDETUR.</p>	<p>Os passeios e alimentação são feitos por meio de agendamento e oferecem diferentes produtos. Existe degustação no local e palestras sobre o processo de produção das frutas.</p> <p>Acessibilidade até o local é satisfatória, depois que o poder público interferiu, melhorando a via de acesso (estrada de terra).</p>	<p>Possui um amplo espaço para recepção dos turistas, onde ocorre uma apresentação do processo de produção das frutas. Possui uma vasta área de plantação, na qual pode-se caminhar e observar a plantação.</p>	<p>Endereço: Av. Maria de Almeida Vasquez Neo, 2.000. - Sabaúna</p> <p>Figura 50: Localização – Fruticultura Hoçoya</p>  <p>Fonte: Google Engine, 2015</p>
<p>Figura 51: Chácara Santo Antônio</p>  <p>Fonte: <www.facebook.com/chacara.santo.antonio.mogi>. Acesso em: 15 abr. 2015.</p>	<p>A chácara localiza-se próxima a represa de Taiapuêba e possui trechos nos quais é possível realizar trilhas e observação da natureza. Diversos temas de oficinas podem ser abordados nas trilhas guiadas que o atrativo oferece. Oferece também alimentação mediante a agendamento. Possui espaço para camping e piquenique. Faz parte dos roteiros Mogi para Mogianos e o ASDETUR.</p>	<p>Os roteiros são realizados mediante agendamento e a acessibilidade até o local é considerada satisfatória.</p>	<p>O espaço de recepção aos turistas é satisfatório, bem como o espaço para a alimentação, além de possuir amplo estacionamento, para até três ônibus. A represa que encontra-se na propriedade é um diferencial como produto oferecido.</p>	<p>Endereço: Estrada do Mikaki, 33.</p> <p>Figura 52: Localização – Chácara Santo Antônio</p>  <p>Fonte: Google Engine, 2015.</p>



<p>Figura 53: Sítio Querência</p>  <p>Fonte: <www.mogidascruzes.sp.gov.br>. Acesso em: 15 abr. 2015.</p>	<p>A propriedade conta com grande área cercada por verde, com trilhas para caminhadas ecológicas. Existe uma muralha romana, que fica no alto da propriedade proporcionando uma vista panorâmica da cidade, além da criação de ovelhas e demonstrações informativas sobre a criação das mesmas e infraestrutura para a realização de eventos. Pretende-se estruturar para desenvolver turismo pedagógico durante a semana. Faz parte dos roteiros Mogi para Mogianos e o ASDETUR.</p>	<p>Os roteiros são realizados mediante agendamento e a acessibilidade até o local é considerada satisfatória.</p>	<p>O espaço de recepção aos turistas é satisfatório, bem como o espaço para a alimentação. Possui hospedagem, uma casa da fazenda com dois quartos.</p>	<p>Endereço: Rua das Abelhas, 515, Volta Fria.</p> <p>Figura 54: Localização – Sítio Querência</p>  <p>Fonte: Google Engine, 2015.</p>
<p>Figura 55: Sítio Matsuo</p>  <p>Fonte: Arquivo Pessoal, 2014.</p>	<p>Propriedade rural com produção de caqui e nêspera. Possui infraestrutura para locação para festas, eventos e hospedagem. Conta com salão de festa para até 120 pessoas, piscina, quadras, playground, churrasqueiras e day use. Realiza-se passeio pela plantação e em época de colheita é possível degustar as frutas além de colheitas. Faz parte dos roteiros Mogi para Mogianos e o ASDETUR.</p>	<p>Os roteiros são realizados mediante agendamento e a acessibilidade até o local é considerada satisfatória. Não existe sinalização até a propriedade. A estrada não é asfaltada mas é considerada satisfatória.</p>	<p>O espaço de recepção aos turistas é satisfatório, bem como o espaço para a alimentação, As condições de conservação da infraestrutura são boa/razoável. Os salões de festas, campo, piscina, recepção, playground, banheiros, área da plantação estão em bom estado de conservação. Já os quartos para hospedagem estão em razoável estado de conservação (acarretada pela má qualidade dos colchões, ventilação, iluminação, etc.).</p>	<p>Endereço: Estrada Mogi Salesopolis - km 9, Cocuera.</p> <p>Figura 56: Localização – Sítio Matsuo</p>  <p>Fonte: Google Engine, 2015.</p>

<p>Figura 57: Sítio Nakahara</p>  <p>Fonte: <www.mogidascruzes.sp.gov.br>. Acesso em: 15 abr. 2015.</p>	<p>Pode-se conhecer as estufas de orquídeas e uma série de frutas do pomar, além de todas as fases da produção de tomate cereja, caqui, atemoia, mexerica e lichia. Conta também com infraestrutura de salão de festas e eventos, piscina, passeio de caretinha e pesca esportiva.</p> <p>Pretendem construir uma cozinha industrial para poder ampliar os serviços oferecidos aos visitantes. Faz parte dos roteiros Mogi para Mogianos e o ASDETUR.</p>	<p>Os roteiros são realizados mediante agendamento e a acessibilidade até o local é considerada satisfatória.</p>	<p>O espaço de recepção aos turistas é satisfatório, bem como o espaço para a alimentação,</p>	<p>Endereço: Rod. Mogi-Bertioga, 11, Mogi das Cruzes - SP, Brasil</p> <p>Figura 58: Localização – Sítio Nakahara</p>  <p>Fonte: Google Engine, 2015.</p>
<p>Figura 59: Fazenda Rio Grande</p>  <p>Fonte: <www.agoda.com.br>. Acesso em: 15 abr. 2015.</p>	<p>A fazenda ocupa uma área de 196 hectares e está a 1.050 metros do nível do mar, rodeada pela Mata Atlântica. O local possui cachoeiras, piscinas naturais, restaurante, passeios a cavalo e trilhas, com destaque para a maior trilha, a do Itatinga, realizada em uma hora de caminhada e a das águas, que pode ser percorrida em 20 minutos. Possui também hospedagem, camping e day use. Faz parte dos roteiros Mogi para Mogianos e o ASDETUR.</p>	<p>Existe sinalização de acesso a Fazenda. As visitas e a alimentação necessitam de agendamento.</p>	<p>As dimensões do local são boas, há um sanitário acessível para cadeirantes, porém as trilhas não possuem acesso para os mesmos. Observou-se o cuidado com a preservação ambiental que faz parte da filosofia da Fazenda.</p>	<p>Endereço: Estrada Do Rio Grande, 8000 - Taiaçupeba.</p> <p>Figura 60: Localização – Fazenda Rio Grande</p>  <p>Fonte: Google Engine, 2015.</p>

<p>Figura 61: Paraíso das Microorquídeas</p>  <p>Fonte: Arquivo pessoal, 2014.</p>	<p>O Sítio possui cerca de 10.000 espécies de microorquídeas cultivadas em sabugo de milho, rolhas, ossos e coquinhos. Assim como conta com 1.500 árvores com mais de 50 anos, com algumas que correm o risco de extinção. A observação das diferentes e raras microorquídeas é o principal produto. Venda de produtos elaborados pela proprietária e servem também alimentação.</p> <p>Já possui visitação de 8 agências de turismo de São Paulo (japoneses de terceira idade) que garantem um fluxo intenso de visitantes, além dos convênios com o Mogi para Mogianos e o ASDETUR.</p>	<p>Durante o caminho não há nenhuma sinalização do sítio. As visitas e a alimentação necessitam de agendamento.</p>	<p>As dimensões do local são boas, há um banheiro para cadeirante, porém as trilhas não possuem acesso para os mesmos. O cuidado com a vegetação local está nos princípios dos donos com grande teor de preocupação ambiental, devido a isso o proprietário oferece também o espaço para interessados realizarem pesquisas científicas e cursos sobre orquídeas.</p>	<p>Endereço: Estrada Mogi Salesópolis km 59,5 - Cocuera.</p> <p>Figura 62: Localização – Paraíso das Microorquídeas</p>  <p>Fonte: Google Engine, 2015.</p>
<p>Figura 63: Fazenda 5 Pedras</p>  <p>Fonte: Arquivo pessoal, 2014.</p>	<p>O antigo local de produção de leite hoje é sede da fazenda de adestramento de cães. Oferecendo também cavalgadas, cursos e hospedagem.</p> <p>O maior foco do local é o adestramento canino, porém está ocorrendo um fluxo de visitantes, especialmente para realizar trilhas com os cães, cavalgadas e pelos escoteiros. Além de sediar eventos como exposições de cachorros com pedigree e competições de adestramento. Faz parte dos roteiros Mogi para Mogianos e o ASDETUR.</p>	<p>A estrada de acesso possui boas condições e comporta até um micro ônibus. Os roteiros são realizados mediante agendamento.</p> <p>Não possui nenhuma sinalização de acesso.</p> <p>O proprietário está aumentando a utilização da Fazenda, com a construção de uma pista de hipismo.</p>	<p>Possui uma dimensão boa e ampla, com lago, restaurante, lanchonete, espaços para eventos e camping, trilhas e uma casa que funciona como hospedagem. Há somente um banheiro para cadeirante e de difícil acesso.</p> <p>O proprietário está aumentando a utilização da Fazenda mais efetiva com a construção de uma pista de hipismo, lago artificial e outros projetos.</p>	<p>Endereço: Av. Maria de Almeida Vasquez Neo, 2.000- Sabaúna</p> <p>Figura 64: Localização – Fazenda 5 Pedras</p>  <p>Fonte: Google Engine, 2015.</p>

<p>Figura 65: Sítio Águas da Mata</p>  <p>Fonte: <www.sitioaguasdamata.com.br>. Acesso em: 15 abr. 2015.</p>	<p>O sítio oferece trilha ecológica, piscina natural, camping, espaços de eventos, mini viveiro de mudas e venda de artesanato local. Esta propriedade é uma APA (área de preservação ambiental), localizada na Serra do Itapety.</p>	<p>Durante o caminho não há nenhuma sinalização do sítio. Há necessidade de agendamento para as visitas.</p>	<p>Possui um centro onde são realizados os projetos e eventos desenvolvidos pelo Sítio, o que mostra-se satisfatório.</p>	<p>Endereço: Av. Antônio de Almeida</p> <p>Figura 66: Localização – Sítio Águas da Mata</p>  <p>Fonte: Google Engine, 2015.</p>
<p>Figura 67: Fazenda São José</p>  <p>Fonte: <www.asdetur.com.br>. Acesso em: 15 abr. 2015.</p>	<p>Possui oficinas sobre a história da cachaça produzida no distrito mogiano, móveis e utensílios domésticos com mais de um século. O destaque do atrativo é a pecuária leiteira e o contato com animais e aves. Podem-se apreciar os produtos caseiros feitos à base de leite, como iogurtes, queijos e doces. Faz parte dos roteiros Mogi para Mogianos e o ASDETUR.</p>	<p>A estrada de acesso não possui boas condições – não pavimentada -e comporta até um micro-ônibus. Não possui nenhuma sinalização de acesso.</p>	<p>Possui satisfatório espaço de recepção aos turistas, os mesmos podem visitar e observar todo o processo de realização dos produtos à base de leite, os quais podem ser degustados e comercializados.</p>	<p>Endereço: Estrada da Lagoa Nova, 18500, km 4. Sabaúna.</p> <p>Figura 68: Localização – Fazenda São José</p>  <p>Fonte: Google Engine, 2015.</p>

<p>Figura 69: Sítio Recanto das Águas</p>  <p>Fonte: <https://www.facebook.com/DescobrindoMogi>. Acesso em: 15 abr. 2015</p>	<p>A propriedade está localizada próxima a uma reserva da Mata Atlântica e por este motivo oferece trilhas envolta da mata, com grande diversidade de flora. Também existe produção de mel, a qual é oferecida uma oficina aos turistas sobre a importância das abelhas na natureza. Outro produto oferecido é um almoço tipicamente caipira. Possui ainda um ponto de venda de artesanato, instrumentos agrícolas antigos, como selas e carroças.</p>	<p>Os roteiros são realizados mediante agendamento e a acessibilidade até o local é considerada satisfatória. Não possui sinalização de acesso.</p>	<p>Possui um satisfatório espaço de recepção aos turistas, onde são ministradas as palestras. Possui uma área externa ampla e trilhas.</p>	<p>Endereço: Rodovia Dom Paulo Rolim Loureiro, km 75</p> <p>Figura 70: Localização – Sítio Recanto das Águas</p>  <p>Fonte: Google Engine, 2015.</p>
<p>Figura 71: Parque das Neblinas</p>  <p>Fonte: <olharturistico.com.br>. Acesso em: 15 abr. 2015</p>	<p>Possui área de Preservação Ambiental com 1,3 mil hectares de Mata Atlântica. A reserva abriga trilhas, nascentes, cachoeiras e passarela suspensa. Há ainda espaço para canoagem, <i>mountain bike</i> e arvorismo.</p>	<p>Durante o caminho não há nenhuma sinalização do sítio e a via de acesso é considerada insatisfatória, sendo nos dias de chuva impossível acessar ao atrativo. As visitas e a alimentação necessitam de agendamento.</p>	<p>Possui área de recepção aos turistas, e também para alimentação.</p>	<p>Endereço: Distrito de Itaiapuêba, s/n.</p> <p>Figura 72: Localização – Parque das Neblinas</p>  <p>Fonte: Google Engine, 2015.</p>

<p>Figura 73: Sítio Cachoeira da Serra</p>  <p>Fonte: <www.facebook.com/pages/Sitio-Cachoeira-da-Serra>. Acesso em: 16 abr. 2015</p>	<p>Possui quedas e corredeiras, mata ciliar bem preservada com espécies de orquídeas, bromélias e palmito Juçara, dentre outras espécie e piscina de pedra natural. Existe também a possibilidade de práticas de trilhas ecológicas. Um dos destaques é a comida árabe que é servida no Sítio.</p> <p>Recebem retiros, confraternizações, vivência e contemplação da fauna e da flora e ainda curso de sobrevivência na selva e resgate.</p>	<p>Durante o caminho não há nenhuma sinalização do sítio e as condições das vias até o local não são satisfatórias. As visitas e a alimentação necessitam de agendamento.</p>	<p>Possui acomodação coletiva, churrasqueira, fogão de lenha, salão de festa, sala de televisão, quadra de areia, sinuca, pingue-pongue.</p>	<p>Endereço: Estrada do Rio Grande, 2035.</p> <p>Figura 74: Localização – Sítio Cachoeira da Serra</p>  <p>Fonte: Google Engine, 2015.</p>
--	--	---	--	---

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de análise dos dados fornecidos pelos equipamentos e pelas observações realizadas durante as visitas técnicas, 2015.

Tabela 38: Legenda da Matriz Quantitativa dos Atrativos Rurais e Ecológicos

Centro/espço de recepção aos turistas	Alimentação /Hospedagem	Estacionamento	Sanitário e Bebedouros	Limpeza e Manutenção	Sinalização	Condições das vias	Participação em roteiro	Divulgação	Acessibilidade aos deficientes	
Muito pequeno	Muito pequeno /insatisfatório	Muito pequeno	Precário	Precário	Inexistente	Danificadas	Baixa	Ineficiente	Pouco inadequado	1
Inadequado	Inadequado	Pequeno	Inadequado	Inadequado	Esparsas	Parcialmente danificadas	Média	Irrisória	Adequado	2
Adequada	Adequado	Tamanho ideal	Adequado	Adequado	Abundante	Adequado	Alta	Eficiente	Totalmente Adequado	3

Fonte: Elaborada pelos autores, 2015.

Tabela 39: Matriz Quantitativa dos Equipamentos de Lazer e Entretenimento

Classificação dos Equipamentos		Equipamento consolidado			Potencialidade realizada						Potencialidade parcialmente realizada				Potencialidade fracamente realizada
Elementos de Avaliação	Fatores	Orquidário Oriental	Chácara Santo Antônio	Fruticultura Hoçoya	Sítio Querência	Sítio Matsuo	Sítio Nakahara	Fazenda Rio Grande	Sítio Paraíso das Microorquideas	Fazenda 5 pedras	Sítio Águas da Mata	Fazenda São José	Sítio Recanto das Águas	Parque das Neblinas	Sítio Cachoeira da Serra
Infraestrutura	Centro/ espaço de recepção aos turistas	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
	Alimentação/ Hospedagem	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2
	Estacionamento	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	0	2	1	2
	Sanitários e Bebedouros	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3
Estado Geral de Conservação	Limpeza	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	1	3	2
	Manutenção	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1
Acesso ao Local	Sinalização	3	0	0	1	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0
	Condições das vias até o local	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	1	2	0	1
Acessibilidade	Participação em roteiros	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	0	3
	Divulgação	3	2	2	1	2	2	2	3	2	3	1	1	2	2
	Adequação aos deficientes	0	0	2	2	0	2	0	2	1	0	0	0	0	0

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de análise dos dados fornecidos pelos equipamentos e pelas observações realizadas durante as visitas técnicas, 2015.



12.3.2 Matrizes Atrativos Histórico-Culturais

Tabela 40: Legenda da Matriz Qualitativa dos Atrativos Culturais

Equipamento consolidado
Potencialidade realizada
Potencialidade parcialmente realizada
Potencialidade fracamente realizada

Fonte: Elaborada pelos autores, 2015.

Tabela 41: Matriz Qualitativa dos Atrativos Culturais

Atrativo e Localização	Descrição e importância histórica / tombamento	Atividade turística	Características e percepções	Localização
<p>Figura 75: Escola Municipal Coronel Almeida</p>  <p>Fonte: Blog Redescobrimdo o Alto Tietê. Disponível em: <http://redescobrimdoaltotiete.blogspot.com.br/>. Acesso em: 20 abr. 15.</p>	<p>Criada em 1896, em setembro do mesmo ano suas atividades tiveram início em um prédio situado na Rua José Bonifácio, na Catedral de Sant'Anna. Em agosto de 1901, a escola foi instalada em prédio próprio e é uma das integrantes do conjunto de 126 escolas públicas construídas pelo Governo do Estado de São Paulo entre 1890 e 1930 que compartilham significados cultural, histórico e arquitetônico. No ano de 2002, o Egrégio Colegiado do CONDEPHAAT deliberou aprovar o tombamento da EM Cel. Almeida como Unidade Escolar da 1ª República. A partir de então, a Unidade Escolar tem assegurada sua preservação.</p>	<p>A visita é feita com agendamento.</p>	<p>A escola está em bom estado de conservação, possui fácil acesso, pois está localizado no centro histórico da cidade, que pode ser feito por transporte regular. Possui sinalização de acesso e turística escassas e discretas, não possui acessibilidade para deficientes, pois a entrada na escola é feita por escada, e a rua não possui faixa de pedestre depois da calçada rebaixada.</p>	<p>R. Dr. Paulo Frontin, 240 - Centro, Mogi das Cruzes.</p> <p>Figura 76: Localização – Escola Municipal Coronel Almeida</p>  <p>Fonte: Google Maps, 2014.</p>





<p>Figura 77: Mosteiro Camaldolense</p>  <p>Fonte: <www.camaldolenses.com.br>. Acesso em: 20 abr. 15.</p>	<p>Presente em Mogi desde 1985, a comunidade foi fundada em Camaldoli, na Itália, em 1012. O mosteiro abriga monges camaldolenses e oferece retiros espirituais individuais e para grupos, semanas de formação espiritual, missa cotidiana e no domingo, tempos de oração e meditação. Os visitantes também podem adquirir mel e velas de produção artesanal</p>	<p>Visitas com Agendamento.</p>	<p>O Local é conhecido por sua tranquilidade, além do visitante ser muito bem recebido pelos monges, vivenciando experiências de paz proporcionada pelos Camaldolenses. O Mosteiro possui ainda hospedaria, onde é possível permanecer até uma semana, para fins de retiro espiritual.</p>	<p>Rod. Prof Pedro Rolim de Moura - Bairro Itapeti – Mogi das Cruzes – SP</p> <p>Figura 78: Localização – Mosteiro Camaldolense</p>  <p>Fonte: Google Maps, 2014.</p>
<p>Figura 79: Mesquita Islâmica</p>  <p>Fonte: União Nacional Islâmica. Disponível em: <http://www.uniaoislamica.com.br/>. Acesso em: 20 abr. 15.</p>	<p>A construção da Mesquita teve início na década de 80. Alguns componentes vieram diretamente do Oriente Médio. O lustre de cristal que há no interior do prédio, no espaço de oração, foi trazido da Indonésia e nos jardins encontram-se espécies vegetais típicas de países como Egito e Arábia Saudita. O templo possui duas torres ou minaretes.</p>	<p>Visitas com Agendamento.</p>	<p>A mesquita é um centro cultural muito importante para disseminação da Cultura Islâmica da região, contanto com matérias sobre as tradições do Islã. O Fato das visitas serem gratuitas demonstra esse caráter em favorecer a propagação dessa cultura. No seu interior, a mesquita possui equipamentos de lazer como: piscina, churrasqueiras e quadra poliesportiva, que são para uso dos fiéis.</p>	<p>Rua Enrique Enroless, 200, Alto do Ipiranga – Mogi das Cruzes, SP.</p> <p>Figura 80: Localização – Mesquita Islâmica</p>  <p>Fonte: Google Maps, 2014.</p>

Figura 81: Casarão do Carmo



Fonte: Secretaria de Cultura Mogi das Cruzes.

Disponível em:

http://www.cultura.pmmc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=92
>. Acesso em: 20 abr. 2015.

O Casarão do Carmo é palco para projetos fixos da Secretaria Municipal de Cultura, abriga o Museu Visconde de Mauá, que possui no acervo uma liteira de 1800, e bandeira imperial de 1822; o Espaço do meio Clarice Jorge, que é uma área para apresentações culturais, palestras, oficinas; e também a sala de piano, onde há ensaios de coral. Possui também um pequeno auditório para cursos e uma área aberta ao ar livre, onde ocorrem saraus. A própria estrutura do Casarão do Carmo já alude à história do município. A construção é do século XIX, em estilo colonial, feita em taipa de pilão e taipa de mão. O imóvel foi erguido originalmente para servir de residência à importante família Bourroul e, a partir dos anos 30, passou a abrigar diversas atividades culturais e comerciais. Na década de 80, ele foi desapropriado e restaurado pela Prefeitura e, desde então vem cumprindo a função de espaço para atividades culturais.

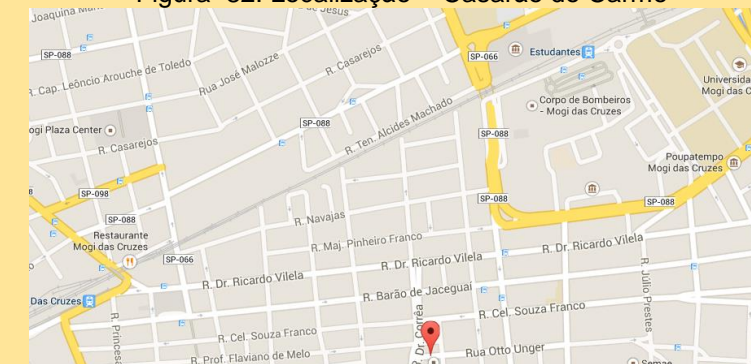
Tombamento: Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico, Cultural, Artístico e Paisagístico de Mogi das Cruzes - COMPHAP.

O horário de funcionamento é de terça a sexta-feira, das 8hrs às 12hrs e das 13hrs às 17hrs. O museu funciona aos fins de semana, até as 12hrs, somente quando há o Expresso Turístico ou o Roteiro Mogi para Mogianos. O acesso é gratuito. Abriga atividades como ensaios do Coral Musicativa às segundas-feiras, encontros do grupo Entremeio Literário às terças, exibição de filmes e oficinas de artes audiovisuais às quartas e a Roda de Choro do Seu Julinho, às quintas-feiras. A exibição de filmes e oficinas de artes audiovisuais provém do programa Pontos MIS, programa do Museu da Imagem e do Som que visa a criação de espaços alternativos de exibição de curtas e longas-metragens em cidades de São Paulo para promover o acesso ao cinema e à formação de público.

O casarão está em bom estado de conservação, e o atrativo é de fácil acesso, pois está localizado no centro histórico da cidade, pode ser feito por transporte regular e ocasionalmente através dos circuitos Mogi para Mogianos e Expresso Turístico. Possui sinalização de acesso e turística escassas e discretas, só há uma pequena placa na parede do casarão, não possui acessibilidade para deficientes. Durante a semana, duas pessoas atendem o público, das quais nenhuma possui outros idiomas. Não possui folhetos de divulgação. A divulgação é feita no site da Secretaria de Cultura, jornais locais, ocasionalmente no canal de Mogi da NET e TV comunitária, além das monitoras dos outros museus serem orientadas a indicar cada museu.

Largo do Carmo Centro Histórico – Mogi das Cruzes.

Figura 82: Localização - Casarão do Carmo



Fonte: Google Maps, 2014.

Figura 83: Igrejas da 1ª e 2ª Ordem do Carmo



Fonte: Secretaria de Cultura Mogi das Cruzes.
Disponível em:
<http://www.cultura.pmmc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=97>. Acesso em: 20 abr. 2015.

Tombamento: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN. Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico do Estado de São Paulo - CONDEPHAAT. O conjunto das Igrejas do Carmo é composto de dois edifícios, ligados internamente por um pátio localizado atrás da torre sineira. É um dos patrimônios históricos da cidade tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan). A Igreja da Ordem Primeira é a mais antiga, datando sua construção de 1633. A Igreja da Ordem Terceira (a da esquina) foi construída em 1780 e, como as igrejas de terceiros, visa atender aos leigos consagrados à devoção carmelita.

A visitação na igreja é realizada mediante o agendamento. O Conjunto das igrejas do Carmo possui também uma área destinada a um Museu denominado: “Museu de Arte Sacra das Igrejas do Carmo” – O M.I.C. foi inaugurado em 02 de fevereiro de 2005. Encontra-se nos corredores da antiga Igreja da Ordem Primeira do Carmo

O conjunto das igrejas do Carmo é um local bem antigo, portanto é notável a falta de alguns equipamentos de infraestrutura de acesso no local, como equipamentos de acessibilidade. Como as visitas são realizadas mediante o agendamento, a circulação de pessoas é restrita a esses momentos. Fato que prejudica o fluxo de pessoas no Museu de arte sacra, localizado no interior da igreja.

Largo do Carmo Centro Histórico – Mogi das Cruzes

Figura 84: Localização – Igrejas da 1ª e 2ª Ordem do Carmo



Fonte: Google Maps, 2014.

Figura 85: Museu Histórico Professora Guiomar Pinheiro Franco



Fonte: Secretaria de Cultura Mogi das Cruzes.
Disponível em:
<http://www.cultura.pmmc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=97>. Acesso em: 20 abr. 2015.

Museu ligado à história de Mogi das Cruzes a partir da saga da família Pinheiro Franco. O Museu foi criado para abrigar objetos da tradicional família mogiana, dentro do solar remanescente do final do século XVIII. O conjunto de objetos e todo o mobiliário sempre estiveram de posse da família Pinheiro Franco e ilustram ao longo dos anos a ocupação do casarão. Especialistas acreditam que o prédio foi erguido na segunda metade do século XVIII e este é o único exemplar de casa assobradada em estilo colonial da cidade. No térreo se instalava o comércio e a família ocupava apenas o pavimento superior. Posteriormente, os dois pavimentos passaram a ter caráter residencial até 1999, quando faleceu a sua última

O horário de funcionamento é de terça a sexta-feira, das 8hrs às 12hrs e das 13hrs às 17hrs. O museu funciona aos fins de semana, até as 12hrs, somente quando há o Expresso Turístico ou o Roteiro Mogi para Mogianos. O acesso é gratuito. A exposição permanente é a sala de estar no térreo e todo o andar superior. O principal público são escolas, possuem fluxo de visitação de 5 a 10 escolas por mês e aproximadamente 150 turistas, mas a visitação varia também devido ao fluxo do Expresso Turístico.

O museu está em bom estado de conservação, o atrativo é de fácil acesso, pois está localizado no centro histórico da cidade, pode ser feito por transporte regular e ocasionalmente através dos circuitos Mogi para Mogianos e Expresso Turístico. Possui sinalização de acesso e turística escassas e discretas, não possui acessibilidade para deficientes, logo a entrada tem uma elevação de degrau em relação à calçada e o acesso ao andar superior é por escada, e a rua não possui faixa de pedestre depois da calçada rebaixada. Durante a semana, duas pessoas atendem o público e aos fins de semana apenas uma pessoa, das quais nenhuma possui outros idiomas. Não possui folhetos de

Rua José Bonifácio nº 202, Centro Histórico, Mogi das Cruzes.

Figura 86: Localização - Museu Histórico Professora Guiomar Pinheiro Franco



Fonte: Google Maps, 2014.



	<p>moradora, a Professora Guiomar Pinheiro Franco. A partir de 2002, através de convênio com a administração municipal, a residência passa a receber a denominação de Museu Histórico "Professora Guiomar Pinheiro Franco".</p>		<p>divulgação.</p>	
<p>Figura 87: Centro da Cultura e Memória Expedicionários Mogianos</p>  <p>Fonte: Secretaria de Cultura Mogi das Cruzes. Disponível em: <http://www.cultura.pmmc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=97>. Acesso em: 20 abr. 2015.</p>	<p>O Centro de Cultura e Memória reverencia a memória dos expedicionários mogianos e sua participação na 2ª Grande Guerra Mundial. O Centro foi criado para receber a estrutura já existente da Associação dos Expedicionários Mogianos, e dar a ela um caráter didático e de abertura a todo o público. Há aproximadamente 200 peças, entre objetos, livros e pertences dos participantes da 2ª Grande Guerra que foram doados pela família ou próprios expedicionários e estão em exposição permanente, assim como a história da participação do Brasil na luta pelos ideais de liberdade e democracia.</p>	<p>O horário de funcionamento é de terça a sexta-feira, das 8hrs às 12hrs e das 13hrs às 17hrs. O museu funciona aos fins de semana, até as 12hrs, somente quando há o Expresso Turístico ou o Roteiro Mogi para Mogianos. O acesso é gratuito, mas para escolas e grupos é conveniente agendar a visita. Ocasionalmente, na Virada Cultural, há exibição de filmes relacionados a Segunda Guerra Mundial. O principal público são as escolas, e possuem fluxo de visitação de 250 pessoas por mês. Porém, a visitação varia devido ao fluxo do Expresso Turístico.</p>	<p>O centro está em bom estado de conservação, é de fácil acesso, pois está localizado no centro da cidade, pode ser feito por transporte regular e ocasionalmente através dos circuitos Mogi para Mogianos e Expresso Turístico. Possui sinalização de acesso e turística escassas e discretas, não possui acessibilidade para deficientes. Apenas uma pessoa atende o público, a qual não possui outros idiomas. Não possui folhetos de divulgação. A divulgação não é grande, mas ocasionalmente é divulgado no site da prefeitura ou pela TV diário e jornais impressos da cidade, também se houver eventos.</p>	<p>Rua Cel Souza Franco, nº 735, Centro - Mogi das Cruzes.</p> <p>Figura 88: Localização - Centro da Cultura e Memória Expedicionários Mogianos</p>  <p>Fonte: Google Maps, 2014.</p>

Figura 89: Theatro Vasques



Fonte: Secretaria de Cultura Mogi das Cruzes.

Disponível em:

http://www.cultura.pmmc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=937. Acesso em: 20 abr. 2015.

O Theatro foi inaugurado em 06 de dezembro de 1902. Com o advento do cinema e o declínio de certos espetáculos teatrais, o Theatro Vasques acabou tornando-se sede da Câmara Municipal de 1936 a 1937, quando foi fechado pelo Estado Novo, e só foi reaberto em 1948 para abrigar novamente a Câmara Municipal. A partir de 1980, o teatro é reformado e reinaugurado, como Teatro Municipal “Paschoal Carlos Magno”. Após nova reforma em 2002, o Teatro volta a chamar-se “Theatro Vasques”. Em 2009, o Theatro Vasques passa por mais uma restauração. Foi entregue à população e à classe artística em setembro do mesmo ano.

Tombamento: Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico, Cultural, Artístico e Paisagístico de Mogi das Cruzes - COMPHAP.

O horário de funcionamento é de terça a domingo, mas depende se houver eventos. O acesso é gratuito.

A única atividade fixa é o Projeto Pirimpimpim, peça teatral infantil, que ocorre às terças-feiras, às 9h30 e às 15h30, projeto para escolas, mas também aberto ao público até 10 pessoas, acima disso é preciso agendar.

O principal público são visitantes dos municípios de Suzano e Poá.

O teatro está em bom estado de conservação, o atrativo é de fácil acesso, pois está localizado no centro histórico da cidade, pode ser feito por transporte regular. Possui sinalização de acesso e turística escassas e discretas, possui acessibilidade para deficientes, com calçada rebaixada em uma das calçadas em volta, porém a calçada é de pedra, possui rampa e uma porta para entrada de cadeirantes. No entanto, há dificuldade para atravessar a rua, pois o teatro está localizado em um cruzamento e não há semáforo. Há duas pessoas que se revezam durante a semana na recepção, mas nenhuma possui outros idiomas. Não possui folhetos de divulgação, há programação no site da secretaria de cultura e cada espetáculo fica responsável por seu próprio material de divulgação.

Rua Dr. Corrêa, nº 515 - Largo do Carmo - Centro Histórico, Mogi das Cruzes.

Figura 90: Localização – Theatro Vasques



Fonte: Google Maps, 2014.

Figura 91: Catedral de Sant'Anna



Fonte: G1 – Globo.com. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/mogi-das-cruzes-suzano/noticia/2014/07/dia-de-santanna-e-celebrado-na-catedral-de-mogi-das-cruzes.html>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

A Catedral de Sant'Anna foi fundada há mais de 450 anos e é um dos atrativos mais importantes da região central de Mogi das Cruzes, pelo fato da cidade ser, em sua maioria, religiosa. Possui estilo arquitetônico neoclássico, além de mezanino, vitrais e monumentos religiosos.

Visitas com Agendamento.

Atualmente a igreja passa por uma grande reforma na estrutura física. Na entrada da igreja existem placas em português e Inglês indicando sua localização. No interior da igreja é possível observar grandes vitrais ilustrando a arte sacra.

Rua Padre João, 11 – Centro Mogi das Cruzes

Figura 92: Localização - Catedral de Sant'Anna



Fonte: Google Maps, 2014

Figura 93: Casarão do Chá



Fonte: Arquivo pessoal, 2014.

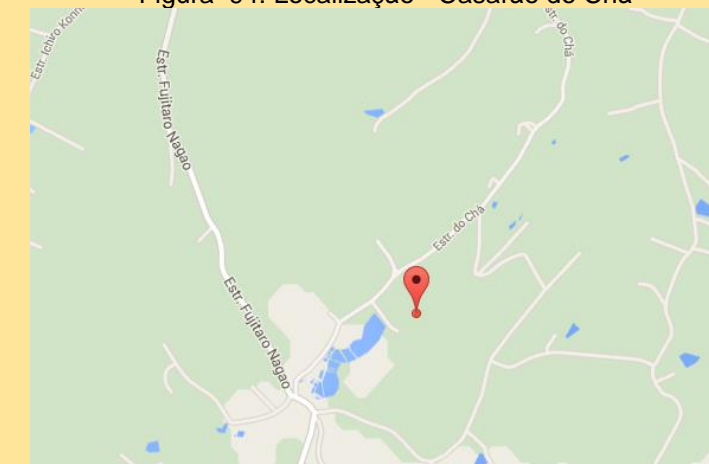
O Casarão do Chá foi uma fábrica de chá, projetada e construída em 1942 pelo arquiteto e carpinteiro japonês Kazuo Hanaoka. Com as dificuldades do mercado de exportação de chá no Brasil, a fábrica encerrou suas atividades, se tornou um depósito e se desgastou naturalmente. Ao reconhecer o Casarão por seu simbolismo e por sua história, um grupo nipobrasileiro mogiano, Associação Casarão do Chá, se prontificou a resgatar e preservar este espaço. Hoje, o Casarão do Chá é tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e pelo Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico (CONDEPHAAT). O carpinteiro Hanaoka o construiu de acordo basicamente com o conceito tradicional japonês. O Casarão do Chá se tornou um centro cultural e hoje é utilizado para visitação, cursos, workshops, exposições de arte, feiras, apresentações, performances e outras atividades ligadas à cultura.

O horário de funcionamento é aos Domingos, das 9 às 17hrs com acesso gratuito. Durante a semana é possível agendar visitas monitoradas: escolas – visitação gratuita; grupos turísticos – R\$100,00 até 30 pessoas. Possui uma área com a história do Casarão, Feira de Cultura e Lazer, com tendas de comidas típicas, artesanato e diversões, oficina de cerâmica que oferece workshops e cursos periodicamente, espaço para exposições de arte periódicas, espaço para apresentações no segundo piso para plateias pequenas (20 pessoas) e loja do Chá onde é servido um chá tradicional. Há Feira de Objetos antigos e de Plantas ornamentais, todo 2º e 3º domingo do mês, respectivamente. Às quartas-feiras recebe escolas (cerca de 400 pessoas por dia), aos domingos recebe cerca de 200 visitantes, mas já alcançou picos de 400 pessoas por domingo, por 3 meses seguidos após a reinauguração em junho de 2014, e no Festival de cerâmica, em agosto de 2014, recebeu cerca de 2000 visitantes.

O Casarão está em bom estado de conservação, passou por reforma recente, apesar de a escada para o piso superior estar oscilante e ser possível apenas uma pessoa subir por vez e alternando o lado de subida e o teto do piso superior goteja, no entanto, não há opções de reparo para estes casos, pois não podem descaracterizar. O acesso ao atrativo é ruim, pois a estrada é irregular, há transporte público restrito e com grandes intervalos. Possui sinalização de acesso, mas a placa na estrada não está acordada com o DER (Departamento de Estradas de Rodagem), não possui acessibilidade para deficientes, a área externa não é pavimentada. Possuem um pequeno folheto de divulgação.

Estrada do Chá, cx 05 - acesso pela Estrada do Nagao (Fujitaro Nagao), km 3 - Cocuera, Mogi das Cruzes

Figura 94: Localização - Casarão do Chá



Fonte: Google Maps, 2014.

Figura 95: Obelisco



Fonte: Arquivo pessoal, 2014.

Monumento erguido na primeira comemoração oficial ao aniversário da cidade em 1º de setembro de 1935, pelo então Prefeito Municipal João Cardoso Pereira, em local que pode ser considerado como "marco-zero", o obelisco situa-se no primitivo local do primeiro povoamento da Vila.

Acesso livre, monumento em área pública.

O Monumento se encontra em um estado regular de conservação, existe rampa de acesso à praça onde ele está localizado. No próprio monumento é possível encontrar placas descritivas sobre o seu histórico e um pouco da história da cidade de Mogi das Cruzes, descrevendo sua importância.

Praça Coronel Almeida Centro Histórico, Mogi das Cruzes – SP

Figura 96: Localização - Obelisco



Fonte: Google Maps, 2014

Figura 97: Estação Sabaúna (Museu Ferroviário)



Fonte: Flickr Prefeitura de Mogi das Cruzes. Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/prefeituramogi/sets/72157623857915741/>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

A primeira Estação foi inaugurada oficialmente em 1.º de Janeiro de 1883. O prédio atual foi inaugurado a 3 de Maio de 1932. O antigo prédio foi abandonado até que desapareceu com o tempo, por volta da década de 80, depois de servir de residência para funcionários até os anos 60. Conforme o tempo, o novo prédio da Estação foi sofrendo algumas modificações, sendo construído um anexo interno no prédio e no decorrer do tempo, ela acabou se tornando apenas um Arquivo-Morto da RFFSA (Rede Ferroviária Federal Sociedade Anônima), por volta de 1966 até o último trem de passageiros ser desativado em 1986. O prédio foi abandonado após a retirada do material que estava ali, levando-a a um processo de depredação e degradação. Posteriormente, a estação virou sede da ANPF e em 2003 foi iniciado o processo de Revitalização e Restauração da Estação Ferroviária de Sabaúna. Após a revitalização, o prédio foi utilizado em parceria

O horário de funcionamento é de terça-feira a domingo, das 9 às 15hs com acesso gratuito. O museu é composto por material ferroviário de todos os tipos, desde bandeiras históricas da Central do Brasil, placas da Rede Ferroviária Federal e também objetos que pertenciam ou eram utilizados nos trens. O espaço também possui totens interativos, com perguntas e respostas sobre a ferrovia, além de telas cronológicas, que remontam toda a história da estrada de ferro no Brasil e em Mogi das Cruzes.

A linha férrea ainda funciona para transporte de cargas e esporadicamente era operado o trem turístico, trem de natal no fim do ano.

O estado de conservação da Estação é regular, ainda há algumas pichações no exterior, e partes da estrutura estão levemente degradadas. O acesso ao atrativo é bom, há transporte público regular, mas a rua não é pavimentada, é de pedra, assim, também não há acessibilidade. Possui sinalização de acesso e turística escassas.

A divulgação está sendo feita junto às escolas, mídias da cidade, como TV Diário, Mogi News, O Diário e site da ANPF. O museu está integrado ao Posto de Informações Turísticas de Sabaúna, que foi inaugurado no ano de 2010 e está dentro da estação ferroviária, assim, quanto às línguas, os atendentes do Posto de Informações falam inglês.

R. Francisco Rodrigues Mathias - Sabaúna - Mogi das Cruzes

Figura 98: – Estação Sabaúna (Museu Ferroviário)



Fonte: Google Maps, 2014.

com a Sociedade Amigos de Sabaúna e a ANPF utilizou-o para reuniões, apresentação de projetos e inaugurou a Exposição 150 Anos de Ferrovia - Projeto ANPF, sendo aberta ao público em diversas oportunidades, inclusive nas Comemorações do Aniversário de Sabaúna. Está pequena exposição ficou até 2013, quando fecharam a estação para reforma do salão maior. A estação foi reinaugurada como Museu Ferroviário de Sabaúna no dia 29 de novembro de 2014.

Figura 99: Praça do Imigrante



Fonte: Arquivo pessoal, 2014.

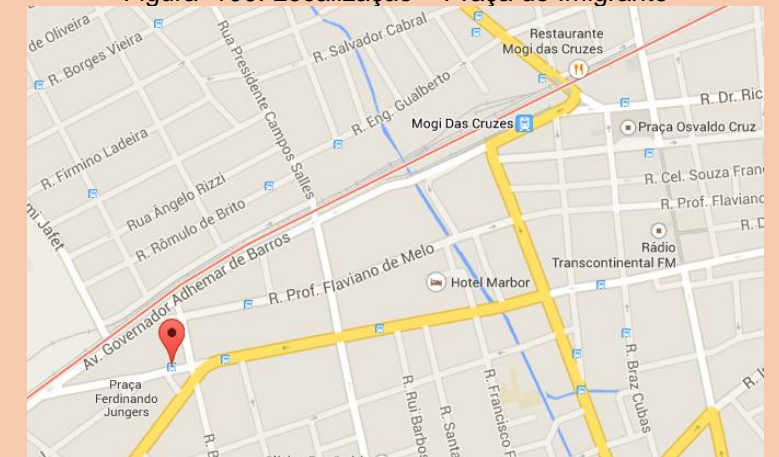
Escultura em bronze esculpida pelo artista holandês, naturalizado brasileiro, Antônio Josephus Maria Van de Wiel. A peça celebra os 50 anos da Imigração Japonesa no Brasil.

Acesso livre, monumento em área pública.



O Local é bem sinalizado, existem placas no centro da cidade indicando a existências da Praça do Imigrante Japonês. A praça se encontra em um estado irregular de conservação, pela importância histórica do imigrante Japonês na cidade de Mogi das Cruzes, o seu uso deveria ser mais valorizado. No entanto no local é possível observar que as placas de informações históricas foram arrancadas, além de outras estarem ilegíveis devido à má conservação.

Praça dos Imigrantes, Jardim Santista – Mogi das Cruzes – SP.

Figura 100: Localização – Praça do Imigrante



Fonte: Google Maps, 2014.

<p>Figura 101: O Bandeirante</p>  <p>Fonte: <http://www.panoramio.com/photo/57297127> Acesso em: 5 nov. 2014.</p>	<p>Este monumento é um dos marcos da cidade e retrata o bandeirante Gaspar Vaz, que fundou Mogi das Cruzes em 1º de setembro de 1560. Criada pelo artista Belini Romano, a escultura em aço inoxidável foi doada pela “Aços Villares” em comemoração à duplicação da Rodovia Mogi-Dutra e aos 40 anos da empresa.</p>	<p>Acesso livre, monumento em área pública.</p>	<p>O Monumento está localizado na Rodovia Mogi-Dutra, muito bem exposto a todas as pessoas que acessam Mogi das Cruzes através da Rodovia Ayrton Senna. Não existe estacionamento próximo ao local. Dificultando o acesso para pedestres. Para chegar até o monumento é preciso atravessar a Rodovia Mogi-Dutra, sem faixa de pedestre próxima.</p>	<p>Rodovia Mogi-Dutra Jd. Aracy, Mogi das Cruzes – SP</p> <p>Figura 102: Localização - O Bandeirante</p>  <p>Fonte: Google Maps, 2014.</p>
--	---	---	---	---

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de análise dos dados fornecidos pelos equipamentos e pelas observações realizadas durante as visitas técnicas, 2015.

Tabela 42: Legenda da Matriz Quantitativa de Atrativos Histórico-Culturais

Visitação	Sazonalidade	Estacionamento	Sanitário e Bebedouros	Estabelecimentos para alimentos	Limpeza e Manutenção	Sinalização	Transporte Público	Condições das vias	Informações aos visitantes	Adequação aos deficientes	
Não se Aplica	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Muito Danificadas	Inexistente	Inexistente	0
Excessiva	Esporádica	Muito pequeno	Precário	Precário	Precário	Irrisório	Precário	Danificadas	Ineficiente	Poucas adequações (em mau estado de conservação)	1
Potencial	Por temporada	Pequeno	Inadequado	Inadequado	Inadequado	Esparsas	Inadequado	Parcialmente danificadas	Irrisória	Poucas adequações (em bom estado de conservação)	2
Adequada	Ano inteiro	Tamanho ideal	Adequado	Adequado	Adequado	Abundante	Adequado	Adequado	Eficiente	Totalmente Adequado	3

Fonte: Elaborada pelos autores, 2015.

Tabela 43: Matriz Quantitativa dos Atrativos Culturais

Classificação dos Equipamentos		Potencialidade Realizada		Potencialidade parcialmente realizada									Potencialidade fracamente realizada		
Elementos de Avaliação	Fatores	Escola Coronel Almeida	Mosteiro Calmoldolense	Mesquita Islâmica	Casarão do Carmo	Igrejas do Carmo	Museu Guiomar	Centro Expedicionários	Theatro Vasquez	Catedral Sant'Anna	Casarão do Chá	Obelisco	Estação Sabaúna	Imigrante Japonês	Bandeirante
Visitação	Quantidade de Visitantes	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	0	2	0	0
	Sazonalidade	2	1	1	2	2	2	2	2	0	2	0	2	0	0
Infraestrutura	Estacionamento	0	3	0	2	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0
	Sanitários e Bebedouros	3	3	2	3	1	3	3	3	2	2	0	1	0	0
	Estabelecimento para alimentação	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0
Estado Geral de Conservação	Limpeza	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	1	2	1	2
	Manutenção	3	2	2	3	1	3	3	3	2	2	1	2	1	2
Acesso ao Local	Sinalização	1	1	2	2	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1
	Transporte Público	3	1	2	3	3	3	3	3	3	1	3	2	2	3
	Condições das vias até o local	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3
Acessibilidade	Informação ao Visitante	0	3	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
	Adequação aos deficientes	0	0	2	1	1	0	1	2	1	0	2	0	1	0

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de análise dos dados fornecidos pelos equipamentos e pelas observações realizada durante as visitas técnicas, 2015

PARTE III – ESTUDO DE DEMANDA

13 ANÁLISE DE MERCADO E DEMANDA TURÍSTICA: CONTEXTO NACIONAL E REGIONAL

O Plano Nacional de Turismo 2013-2016 tem como diretrizes a geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo, a participação mais efetiva e o diálogo com a sociedade, o incentivo à inovação e ao conhecimento, e também à regionalização do turismo - essa última podendo ser ligada com um dos objetivos estratégicos do Plano, que se trata do incentivo do brasileiro a viajar pelo próprio território brasileiro. O processo de regionalização permite uma maior interlocução do Ministério do Turismo com as Unidades Federativas do país. O mapa turístico do Brasil conta atualmente com 3.345 municípios, organizados em 303 regiões turísticas, de acordo com última divulgação do mapa turístico brasileiro do Ministério do Turismo¹⁶.

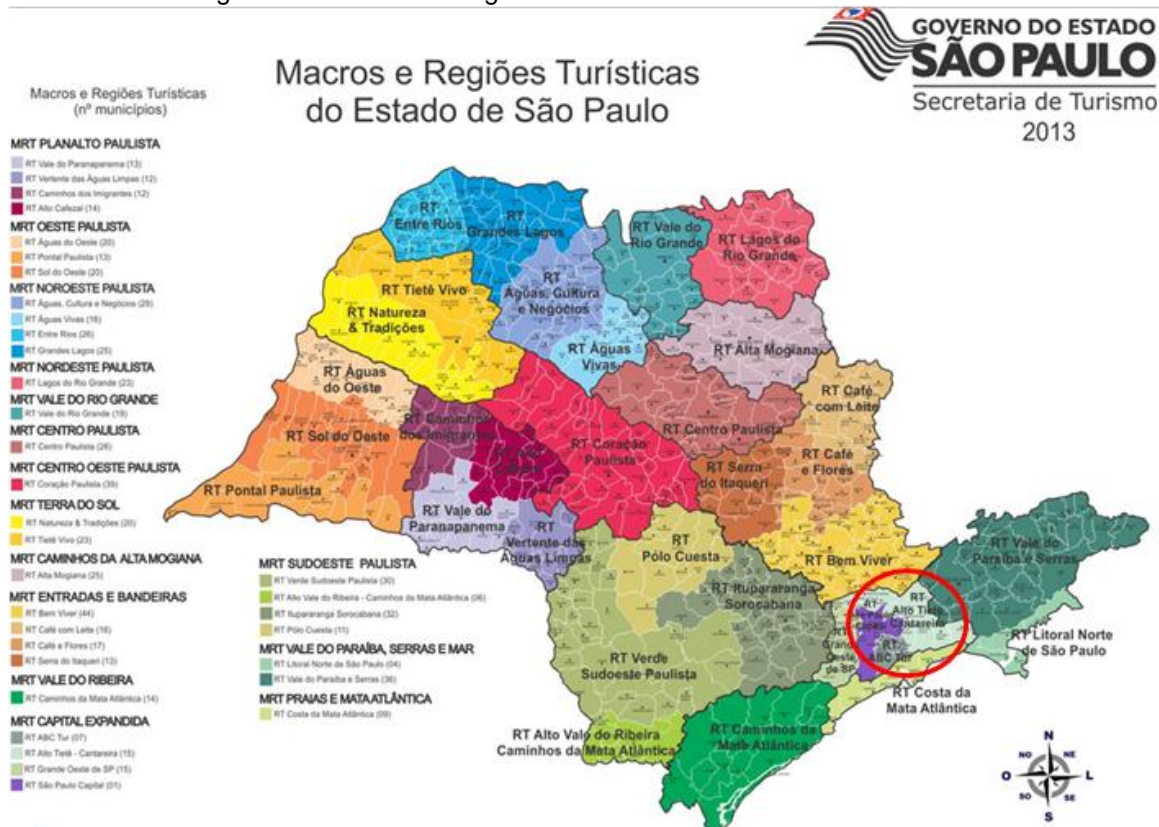
Para um desenvolvimento territorial integrado é importante reconhecer os espaços regionais e a segmentação do turismo, moldado pelos próprios atores públicos e privados das diversas regiões do país. O programa de regionalização proposto pelo Ministério do Turismo apoia ações de fortalecimento entre esses atores numa busca de competitividade dos produtos turísticos nas regiões, de modo que os municípios são incentivados a um trabalho conjunto de estruturação e promoção, onde cada peculiaridade local pode ser valorizada e integrada em um mercado mais abrangente.

De acordo com as diretrizes propostas pelo Programa de Regionalização do Turismo, o modelo de gestão adotado pelo programa tem níveis de atuação em âmbito nacional, regional e estadual. Em âmbito nacional, a coordenação é conduzida pelo Ministério do Turismo, por meio do Comitê Executivo do Programa de Regionalização. Em âmbito estadual, regional e municipal, estruturas da gestão pública, a cadeia produtiva do turismo e organizações da sociedade civil são responsáveis pelas ações executivas, com apoio de interlocutores estaduais, regionais e municipais.

¹⁶ Mapa do Turismo Brasileiro 2013. Ministério do Turismo. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/mapa_da_regionalizacao_novo_2013.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2015.

Partindo deste processo de regionalização, o Estado de São Paulo está dividido em 34 regiões turísticas, que se encaixam dentro de 15 macrorregiões, de acordo com a Figura 2, representada novamente abaixo na Figura 104 com destaque feito pelos autores. Os dirigentes municipais chegaram nesta divisão levando em consideração a proximidade geográfica e afinidade de produtos turísticos, facilitando a aplicação e o desenvolvimento de programas e projetos.

Figura 103: Macros e regiões turísticas do Estado de São Paulo



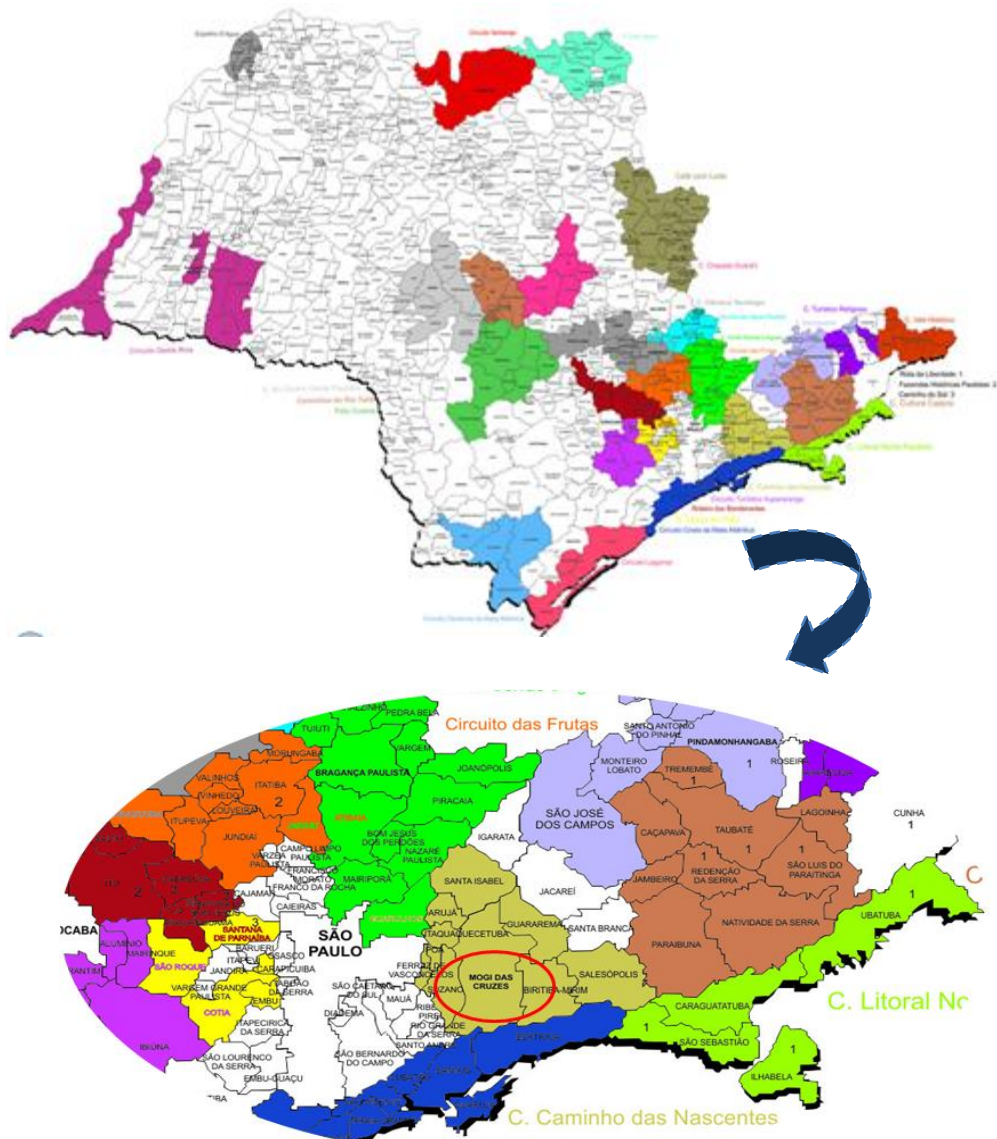
Fonte: Secretaria de Turismo do Governo do Estado de São Paulo, 2013. Disponível em < <http://www.turismo.sp.gov.br/regioes/regioes-turisticas.html>>. Acesso em: 16 abr. 2015.

O município de Mogi das Cruzes está situado na Região Turística Alto Tietê Cantareira, junto com os municípios de Arujá, Biritiba-Mirim, Caieiras, Ferraz de Vasconcelos, Francisco Morato, Franco da Rocha, Guarulhos, Itaquaquecetuba, Mairiporã, Poá, Salesópolis, Santa Isabel e Suzano.

Dentro desta divisão de regiões turísticas, há também uma maneira encontrada pelo Estado para comercializar e desenvolver o turismo através do agrupamento de municípios em Circuitos Turísticos. Mogi das Cruzes está no Circuito Caminho das Nascentes, junto com Arujá, Biritiba-Mirim, Ferraz de

Vasconcelos, Itaquaquecetuba, Poá, Salesópolis, Santa Isabel, Suzano e Guararema, conforme ilustra a Figura 105.

Figura 104: Circuitos turísticos do Estado de São Paulo



Fonte: Secretaria de Turismo do Governo do Estado de São Paulo. Disponível em: <http://www.turismo.sp.gov.br/regioes/circuitos-turisticos.html>. Acesso em: 16 abr. 2015.

Dentre os programas e ações que a Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo articula, engloba a região turística onde está Mogi das Cruzes o

Caminha São Paulo e Melhor Viagem SP, além do Roda SP, já citado anteriormente (ver capítulo 7.1.1).

O Caminha São Paulo, na edição da Rota Franciscana que homenageia o santo brasileiro Frei Galvão, é composto por 818 km que corta as regiões turísticas do Alto Tietê - Cantareira e do Vale do Paraíba e Serras. Inclusive, os únicos 51 km percorridos de trem são referentes ao percurso de trem de Mogi das Cruzes até a Estação da Luz em São Paulo.

O Melhor Viagem SP foi um programa que propunha viagens para o litoral e o interior com duração de cerca de 5 dias e eram voltadas para grupos de idosos. Na primeira edição do programa que ocorreu entre maio e junho de 2012, os municípios interioranos escolhidos como destino eram Mogi das Cruzes e Vargem. O “Melhor Viagem SP” pertenceu ao programa do Governo do Estado denominado “São Paulo Amigo do Idoso”, que mobiliza municípios, órgãos estaduais, entidades públicas e da sociedade civil com o objetivo de valorizar a pessoa idosa.

Nota-se que os programas e ações de turismo voltados para a integração regional do Estado de São Paulo existem, mas não são efetivos ou tiveram poucas edições além dos dados serem escassos sobre os programas impossibilitando análises mais profundas. O município de Mogi das Cruzes foi contemplado nos programas citados acima por estar localizado em circuitos e regiões turísticas, mas falta incentivo para criação e viabilização de outras ações ou reativação de programas já realizados para o município e seu entorno.

13.1 DEMANDA TURÍSTICA DO ESTADO DE SÃO PAULO

O Estado de São Paulo caracteriza-se por ter uma economia mais industrializada e integrada ao mercado interno e representa cerca de um terço do Produto Interno Bruto (PIB) Nacional (28,7% em 2014)¹⁷. O território está dividido em 645 municípios e possui mais de 40 milhões de habitantes, superando populações de países como Canadá e Argentina, e representando quatro vezes mais a população da Suécia, Noruega, Bélgica e Suíça.

De acordo com o Anuário Estatístico 2014 do Ministério do Turismo e a Tabela 44, o número de turistas que entraram no país pelo Estado de São Paulo representa cerca de 38% (ano base de 2013). Comparado às outras unidades federativas é o maior em todo o território nacional, principalmente por vias aérea e marítima. O Aeroporto Internacional de Guarulhos é um dos mais importantes do país, o Terminal Marítimo de Passageiros de Santos é a principal rota de cruzeiros marítimos do Brasil, e o Estado possui uma malha rodoviária de 198 mil km que o interligam com o restante do país, segundo os Estudos de Turismo do Estado de São Paulo 2011-2012, desenvolvido pela Secretaria de Turismo do Estado, por meio da Empresa Paulista de Turismo e Eventos (TUR.SP).

¹⁷ Dados da Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (Fundação SEADE). Disponível em: <<http://www.seade.gov.br/pibmensal/analise-2/>>. Acesso em: 07 mai. 2015.

Tabela 44: Chegadas de turistas ao Brasil (em milhões), por vias de acesso, segundo Unidades da Federação 2012-2013

Unidades da Federação	Total		Vias de acesso							
			Aérea		Marítima		Terrestre		Fluvial	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Brasil	5,676,843	5,813,342	3,986,629	4,066,216	90,359	87,200	1,540,646	1,612,495	59,209	47,431
Amazonas	34,720	32,993	30,212	31,037	-	-	4,508	1,956	-	-
Bahia	142,803	128,838	138,320	126,651	4,483	2,187	-	-	-	-
Ceará	91,648	84,119	84,231	80,029	7,417	4,090	-	-	-	-
Distrito Federal	68,540	74,287	68,540	74,287	-	-	-	-	-	-
Mato Grosso do Sul	43,891	41,523	-	-	-	-	43,891	41,523	-	-
Minas Gerais	54,480	46,639	54,480	46,639	-	-	-	-	-	-
Paraná	791,396	839,728	51,668	40,960	-	-	739,728	798,768	-	-
Pernambuco	70,259	75,174	56,442	61,337	13,817	13,837	-	-	-	-
Rio de Janeiro	1,164,187	1,207,800	1,132,710	1,178,930	31,477	28,870	-	-	-	-
Rio Grande do Norte	40,488	35,888	39,688	35,498	800	390	-	-	-	-
Rio Grande do Sul	810,670	782,887	115,722	89,447	-	-	656,927	667,052	38,021	26,388
Santa Catarina	195,708	175,023	91,981	71,452	28,426	34,164	75,301	69,407	-	-
São Paulo	2,110,427	2,219,513	2,108,179	2,217,609	2,248	1,904	-	-	-	-
Outras Unidades	40,749	55,661	3,512	2,831	1,691	1,758	20,291	33,789	15,255	17,283

Fonte: Ministério do Turismo. Disponível em: <<http://migre.me/qukTR>>. Acesso em: 07 mai 2015

Devido à grande variedade de atrações turísticas nos diversos segmentos, o estado atrai visitantes com diversas motivações, sendo caracterizado pelo fluxo intrarregional: sol e praia, turismo rural e agroturismo, turismo de aventura e ecoturismo, histórico e cultural, compras e artesanato, gastronomia, esportes, grandes eventos, termas e águas, entre outros. Abriga 67 municípios considerados estâncias paulistas, cerca de 300 municípios de interesse turístico¹⁸, assim como 26 circuitos turísticos nas 14 regiões administrativas no qual o Estado se subdivide, além da Região Metropolitana de São Paulo, principal centro econômico e financeiro do país, e onde está situado o município de Mogi das Cruzes.

A partir do documento “Estudos de Turismo do Estado de São Paulo 2011-2012”, ressaltamos o perfil dos visitantes atendidos pelo Estado de São Paulo, majoritariamente interna e regional. Com um fluxo turístico originário do próprio Estado, a dinâmica do turismo é bastante influenciada pela capital paulista. A cidade de São Paulo e sua região metropolitana, onde se concentra boa parte da população do estado, representam a maior parte da demanda estadual por viagens. Paulistanos aparecem bem representativos no fluxo estadual e constatou-se que os destinos mais próximos ou melhor conectados à capital, são aqueles que recebem maiores fluxos de visitantes.

Como ressalta Petrocchi (2009), a distância é a principal influência na demanda do turismo, portanto, quanto menor a distância entre núcleos emissores e receptores, maior a perspectiva do fluxo turístico potencial do município. Outra constatação relevante é a influência conjugada entre população e distância, pois aumenta mais ainda o potencial de demanda quando há menor distância e maior população. Podemos considerar como uma força o fato do município de Mogi das Cruzes estar localizado próximo a capital e fazer parte da Região Metropolitana, onde há essa grande concentração da população do Estado. Comprovando isto, a partir da aplicação de questionários de demanda, somado a análise dos dados sistematizados pelo Observatório de Turismo de Mogi das Cruzes, notou-se que os principais emissores dos

¹⁸ Com a criação da Lei Complementar N°1.261, de 29 de abril de 2015 fica estabelecido o aumento da participação de municípios e estâncias de interesse turístico do Estado de São Paulo no Fundo de Melhorias das Estâncias. Para o ano de 2015 o Fundo está estimado em R\$268 milhões.

visitantes de Mogi das Cruzes são da própria Região do Alto Tietê e da capital paulista.

O município de São Paulo é a grande referência da região metropolitana, com o segmento de turismo de negócios e eventos bem consolidado e o crescimento de segmentos como compras, lazer, cultura e eventos culturais e esportivos. Ressalta-se que Mogi das Cruzes, assim como São Paulo, tem maior destaque para o turismo de eventos e negócios e a partir dos questionários aplicados foi possível reconhecer uma demanda potencial do turismo de compras, a qual São Paulo também é referência.

Uma pesquisa promovida pelo Ministério do Turismo¹⁹ traz um diagnóstico do turismo em 65 destinos que representam a diversidade da oferta turística nacional. Trata-se do Índice de Competitividade do Turismo Nacional, que acompanha a evolução destes destinos com relação à competitividade. Com os resultados, é possível subsidiar planos de ações governamentais para o desenvolvimento da atividade turística em determinados locais.

São avaliadas 13 dimensões que incluem infraestrutura geral, aspectos ambientais, culturais e sociais, economia local, atrativos, acesso, capacidade empresarial, serviços e equipamentos turísticos, políticas públicas, marketing e promoção do destino, cooperação regional e monitoramento. A média do índice 2014 dos 65 destinos pesquisados foi de 59,5 pontos, superior ao da pesquisa anterior, de 58,8. A cidade de São Paulo foi o primeiro município brasileiro a alcançar o nível mais alto (nível 5) nesta 6ª edição do estudo. São Paulo obteve a maior nota, 82,5 pontos, entre os 65 destinos pesquisados, pelo recorrente acompanhamento da atividade turística e pelo uso contínuo de sistemas de estatísticas em turismo.

O município de Mogi das Cruzes se destaca nos segmentos do turismo de negócios, reforçado pelo Parque Industrial do Taboão e pela presença de grandes empresas na região, o turismo de aventura e ecoturismo, e o turismo rural e agroturismo, graças à grande oferta de atrativos naturais no município.

¹⁹ Pesquisa promovida pelo Ministério do Turismo e desenvolvida pela Fundação Getúlio Vargas, também em parceria com o SEBRAE Nacional. Ministério do Turismo. Índice de Competitividade do Turismo Nacional - Relatório Brasil 2014. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/indice_Brasil_2014_2.pdf>. Acesso em: 08 mai. 2015.

Uma característica forte do mercado turístico estadual, conforme o Estudo de Turismo do Estado de São Paulo 2011-2012, é a predominância das viagens independentes e intrarregionais, planejadas pelos próprios viajantes, sendo que a escolha de agências como intermediadoras são mais frequentes para realização de viagens para outros estados ou países. Além disso, a demanda do estado se caracteriza por um alto poder aquisitivo, alto número de viagens realizadas e alto índice de satisfação.

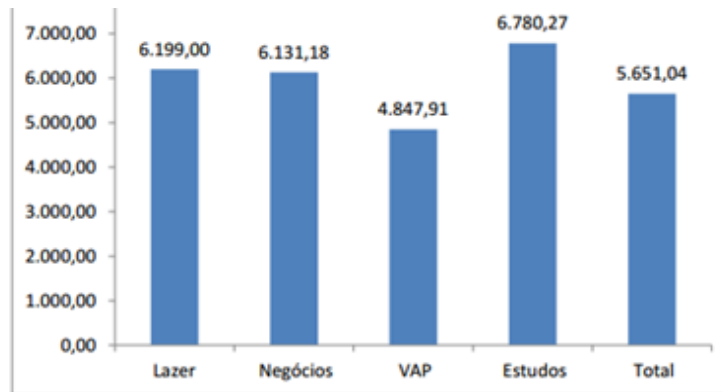
De um modo geral, o estudo mostra dados coletados no período de março a agosto de 2011, baseada em uma amostra de 7.866 questionários aplicados em diversos pontos com fluxo de visitantes como aeroportos, terminais rodoviários, restaurantes, entre outros. Foi possível apontar o perfil socioeconômico, a organização, as características e as avaliações da viagem realizada pelos visitantes durante seus deslocamentos pelo estado.

A começar pelo perfil socioeconômico desses visitantes, o próprio Estado de São Paulo é o maior emissor de turistas, respondendo por 50,1% das origens dos entrevistados. Os estados vizinhos que aparecem em seguida são: Minas Gerais com 8,8%, Rio de Janeiro com 6,5% e Paraná com 6,3%. Entre os entrevistados estrangeiros, predominam os residentes nos Estados Unidos (21,6%), Chile (10,8%) e Argentina.

A faixa etária mais numerosa é formada por indivíduos que têm entre 35 e 50 anos, cerca de 27,9%, juntamente com a faixa de 25 a 34 anos com 27%, também é relevante. Nessa amostra, a ocupação mais frequente, 44,3% entre os entrevistados, é a de assalariado ou funcionário público, ficando com 23,3% os profissionais liberais e autônomos, 10,6% empresários e 8,2% aposentados e pensionistas. Nota-se uma similaridade no perfil do visitante em âmbito estadual e municipal, uma vez que, no caso de Mogi das Cruzes, as amostras das ocupações mais destacadas através dos questionários de demanda são os assalariados do setor privado, seguido de autônomos.

A renda média é de R\$ 5.651,04, sendo que os visitantes cujo motivo de viagem era estudos, lazer ou negócios, tinham renda maior que a média, e os visitantes que tinham como motivo a visita a parentes e amigos, possuíam renda mais baixa, conforme ilustra o Gráfico 10.

Gráfico 10: Renda familiar

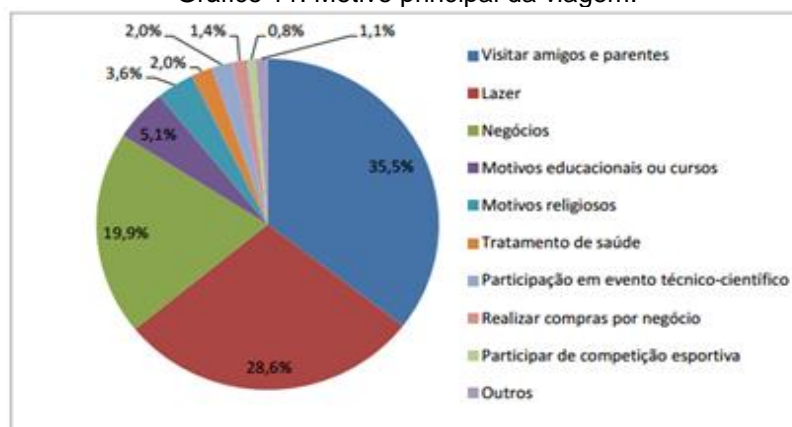


*VAP = Visita a amigos e parentes

Fonte: Estudos de Turismo do Estado de São Paulo 2011-2012. Disponível em: <http://www.turismoemsaopaulo.com/images/pdf/Estudos%20de%20Turismo%20do%20Estado%20de%20SP.pdf>. Acesso em: 07 mai. 2015.

Com relação às características da viagem, os Gráficos 11 e 12 mostram que o motivo principal dos entrevistados foi visitar parentes e amigos, com 35,5%, seguido por lazer 28,6%, e, em terceiro lugar, negócios, com 19,9%. Entre os turistas que tiveram o lazer como motivo principal, sol e praia foi o segmento mais citado com 26,6%, festas e eventos com 15,5%, natureza e ecoturismo com 9,4%.

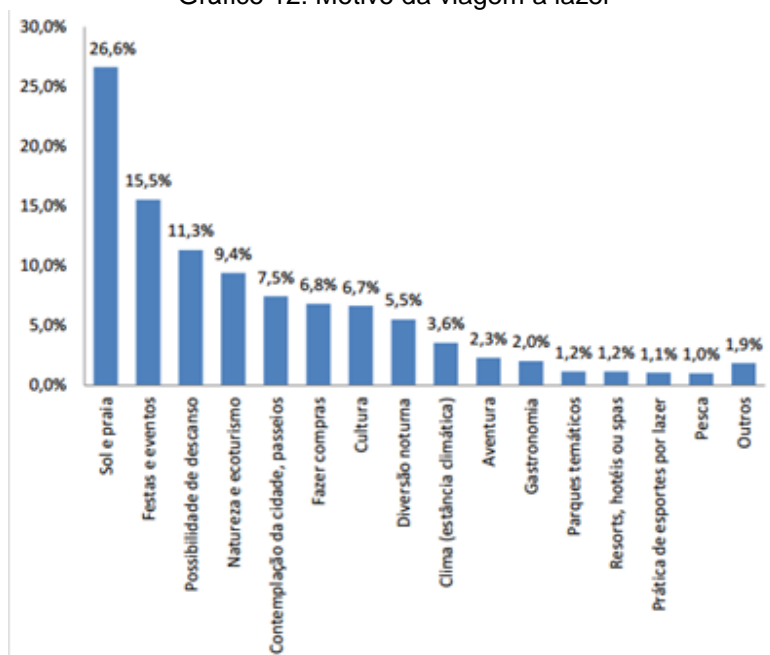
Gráfico 11: Motivo principal da viagem.



Fonte: TURISMO EM SÃO PAULO. Estudos de Turismo do Estado de São Paulo 2011-2012.
Disponível em:

<<http://www.turismoemsaopaulo.com/images/pdf/Estudos%20de%20Turismo%20do%20Estado%20de%20SP.pdf>>. Acesso em: 07 mai. 2015.

Gráfico 12: Motivo da viagem a lazer



Fonte: Estudos de Turismo do Estado de São Paulo 2011-2012. Disponível em:
<<http://www.turismoemsaopaulo.com/images/pdf/Estudos%20de%20Turismo%20do%20Estado%20de%20SP.pdf>>. Acesso em: 07 mai. 2015.

O perfil do visitante de Mogi das Cruzes se assemelha ao de São Paulo ao passo que lazer e negócios são também as principais motivações de viagens, segundo levantamento de informações por questionários. Além disso, a motivação dentre as atividades de lazer mais destacada foi eventos que ocorrem na cidade, segunda principal motivação do turista do Estado.

A tipologia de grupos de viagem varia muito em função da sua motivação. Por exemplo, nas viagens de lazer, viagens com a família é o grupo principal (35,6%), seguido dos casais (24,7%). Contudo, nas viagens a negócios, estudos e visita a amigos e parentes, os viajantes sozinhos se destacam (65,3%, 78,6% e 51,3%, respectivamente). Em relação aos visitantes de Mogi das Cruzes, constatou-se também que há maior predominância do grupo familiar em viagens a lazer e, por outro lado, os viajantes sozinhos se destacam na motivação a negócios.

O meio de transporte mais usado foi o carro próprio ou de terceiros (37,9%), o segundo meio foi o ônibus de linha (27%), e o avião (24,4%) foi o terceiro meio. Mogi das Cruzes concentra mais de 60% dos entrevistados que optam pelo veículo próprio em suas viagens, além da relevante informação retirada da análise dos questionários de que existe dificuldade de locomoção e mobilidade dentro do município e entre atrativos turísticos, o que pode ser uma das explicações pela escolha do meio de transporte.

Metade dos entrevistados se hospedou em casa de parentes ou amigos, hotéis e pousadas ficaram como a segunda opção com 31,8%, mas vale destacar que a hospedagem também depende muito do motivo da viagem. Nas viagens a negócios, por exemplo, a escolha de hotéis e pousadas representa grande parte dos entrevistados, enquanto que em viagens a lazer a escolha de hotéis e a opção de casa de amigos e parentes estão equilibradas.

O gasto médio por pessoa, nessa amostra, foi de R\$ 532,39, sendo que os turistas de negócios tiveram maior gasto R\$ 818,49, seguidos pelos de estudo R\$ 745,17. As viagens a lazer, R\$ 518,80, e para visitar parentes e amigos, R\$ 397,31, tiveram gastos inferiores à média. O uso de agência de viagens foi pouco frequente, apenas 7,5 % fizeram uso deste serviço, como também ressaltado anteriormente como característica do viajante paulista.

Com relação ao tempo de permanência, 84% dos visitantes pernoveram ao menos uma noite no Estado. Em média, as viagens de lazer são mais curtas com 2,96 pernoveres e as de negócios, mais longas com 4,98 pernoveres, estatísticas que coincidem com as características dos visitantes de Mogi das Cruzes, que serão demonstradas mais especificamente na análise dos questionários. Os municípios mais visitados do Estado de São Paulo foram a cidade de São Paulo, com mais de um terço dos entrevistados, seguido por Campinas, Ribeirão Preto, Santos e São José do Rio Preto.

Os itens que receberam os melhores índices de avaliação foram restaurantes (86,5%), alojamento (85,7%), hospitalidade (85,5%), diversão noturna (82,6%) e rodovias (80,6%). Os itens pior avaliados foram os preços (44,8%), os guias de turismo (59,5%), o transporte público (60,8%) e a limpeza pública (61,4%). Os restaurantes e a gastronomia como um todo foram muito bem avaliados no município de Mogi das Cruzes, o que demonstra um

potencial do município. O transporte público também aparece na análise dos questionários, porém como ponto negativo, o que é um fator que dificulta a mobilidade e acesso aos atrativos.

De modo geral, nota-se que os itens que são de responsabilidade principal do setor privado, têm melhor avaliação do que aqueles que são de domínio do setor público, como transporte público e limpeza pública. Entre os elementos característicos mais citados do Estado estão a economia forte e desenvolvimento, trabalho e negócios e o trânsito como algo negativo, elementos estes que estão fortemente relacionados à imagem em âmbito nacional.

No município de Mogi das Cruzes notam-se muitas características semelhantes às aquelas demonstradas em estudos de demanda turística do Estado de São Paulo, tanto nos pontos positivos quanto nos negativos. Um grande diferencial é a comunidade japonesa, que se destaca dos outros municípios por ser a segunda maior colônia do Estado, e por fazer parte da história do município e hoje atuar fortemente no turismo, sobretudo no segmento de agroturismo e rural.

14 ANÁLISE DOS ESTUDOS DE DEMANDA DO OBSERVATÓRIO DE TURISMO DE MOGI DAS CRUZES²⁰

Desde a criação do COMTUR e do Departamento de Turismo em 2001 e 2002, respectivamente, poucas pesquisas de demanda turística real foram apresentadas pelo município de Mogi das Cruzes. À medida que ações voltadas para o turismo foram crescendo, como pesquisas de levantamento de potencial turístico, captação de eventos e viabilização de projetos, o Observatório de Turismo conseguiu levantar alguns dados sobre eventos, atrações e programas do município. Os estudos que são referentes aos anos de 2010, 2011 e 2012 foram reunidos em um documento disponibilizado pelo Observatório de Mogi das Cruzes, aqui analisado.

²⁰ Dados retirados da cartilha do Observatório de Turismo de Mogi das Cruzes com informações de demanda turística referentes aos anos de 2010, 2011 e 2012, com base em eventos, atrações e programas do município. Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/turismo/arquivos/Observatorio/>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

O posto de informação turística, localizado no Parque Centenário da Imigração Japonesa, inaugurado em 2012, registrou um número de atendimentos total nesse mesmo ano, de julho a dezembro, de 1.384 visitantes. Esse dado proporciona uma noção semestral de turistas. O mês com maior quantidade de turistas foi no mês de novembro, com 315 visitantes, o que representa 22,7%. Na sequência foram os meses de outubro e setembro. O mês que recebeu o menor número de visitantes foi agosto, com 7,2%. No mês de novembro ocorre a festa Furusato Matsuri, o que pode explicar o grande fluxo turístico neste período.

Importante ressaltar que muitos dos dados coletados pelo Observatório de Turismo de Mogi das Cruzes se assemelham aos que foram analisados pelos questionários aplicados para a realização do Estudo de Demanda, reafirmando a relevância dos segmentos de eventos, negócios e lazer.

14.1 ANÁLISE DOS EVENTOS EM MOGI DAS CRUZES

O município de Mogi das Cruzes atualmente capta e promove principalmente eventos culturais, esportivos e de negócios. A cidade engloba um parque industrial com propensão de crescimento, sobretudo pela proximidade com a capital, o que é um importante fator para os eventos. A cidade ainda não explora plenamente suas potencialidades, considerando suas diversidades e oportunidades culturais, agrícolas, de negócios e lazer.

Um dos fatores constatados é a falta de opção de espaços para eventos de grande porte, como os eventos das empresas, que acontecem principalmente nos hotéis ou até mesmo as formaturas das Universidades que não são realizadas em Mogi das Cruzes. Ambas as informações foram reconhecidas a partir das discussões com a comunidade na Primeira Oficina de Diagnóstico, realizada no dia 30 de abril de 2015 e na Audiência Pública, que aconteceu no dia 20 de junho de 2015, com residentes, representantes de empreendimentos, parceiros, membros do COMTUR e da Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes.

O Observatório de Turismo sistematizou dados sobre os principais eventos da cidade e nesse estudo serão priorizados aqueles que já contém informações coletadas, sendo eles: Festival de Voo Livre, Copa EFX Enduro de Motos, Adventure Camp, Festa do Divino, Shimano Fest e Virada Cultural. O município conta também com outros eventos, mas que até 2013 não houve nenhum tipo de estudo de demanda turística específica. Não houve um critério de relevância na escolha dos eventos para que houvesse a realização do estudo, pois, como por exemplo, a Akimatsuri, que tem um alcance de até 90 mil pessoas, não está no documento desenvolvido pelo Observatório, ou seja, não contém dados sistematizados de demanda.²¹

Festival de Voo Livre

Os dados coletados no evento Festival de Voo Livre são referentes aos anos de 2009, 2010, 2011 e 2012 e o total de visitantes foi de 8 mil pessoas, tendo um público principalmente masculino, sendo ele 74% e o feminino 26%. A faixa etária se concentra principalmente no público jovem, adulto, entre 20 e 40 anos. Mais de 50% do público é mogiano, atingindo também 28% do próprio Alto Tietê, concluindo que esse é um evento local, a maior parte dos participantes são da comunidade local e regional, da qual a cidade faz parte. O restante se concentra no público da capital e apenas 1 % em outras localidades. Quase 60% dos participantes considerou o evento como ótimo e 38% como bom, o que revela que o evento foi satisfatório para mais de 90% dos entrevistados.

Copa EFX de Enduro de Motos

Os dados coletados no evento Copa EFX de Enduro de Motos são referentes ao ano de 2012 e contou com 2 mil visitantes, sendo o público predominantemente masculino, com 97% dos participantes e apenas 3% feminino. O público é predominantemente adulto, com mais de 60% entre a faixa etária de 20 e 40 anos. Esse é um evento direcionado a pessoas

²¹ Neste diagnóstico inicial serão analisados apenas os eventos que contém os dados que foram disponibilizados pela Prefeitura de Mogi das Cruzes. Os eventos elencados pelo Observatório de Turismo não foram mensurados a partir dos mesmos parâmetros, o que impossibilita a comparação em algumas questões.

interessadas em moto, portanto tem um bom alcance nas cidades para além de Mogi das Cruzes, sendo 82 pessoas das 130 entrevistas do Estado de São Paulo, o que representa 63% dos entrevistados, e as 48 restantes de outras localidades.

Adventure Camp

Os dados coletados no evento Adventure Camp são referentes aos anos 2010, 2011 e 2012. Contou com 2.850 participantes, sendo 65% masculino e 35% feminino, com mais de 80% do público entre 20 e 40 anos. A média gasta por visitante foi de R\$300,00.

Festa do Divino

Os dados coletados na Festa do Divino são referentes aos anos de 2011 e 2012. A faixa etária predominante no evento está entre 20 e 30 anos, que concentra 55% dos participantes e a segunda mais relevante é até 40 anos, a qual representa 30% e completa os 70% dos visitantes. O público mais ativo no evento são os mogianos, que representam 80% do total de participantes, sendo os restantes 6% de outras localidades do Alto Tietê, 2% da cidade de São Paulo e 12% de outras localidades. O gasto médio na festa mantém-se entre 20 e 80 reais. 50% do público tem instrução de nível médio e superior incompleto e a renda mensal se concentra principalmente, nos dois anos de pesquisa do evento, entre 1 e 5 salários mínimos, representando mais de 50% do público, sendo quase 50% assalariados com registro e o evento tem como expoente a participação dos estudantes, com 16 e 17% de participação na sequência dos dois anos. Mais de 98% dos participantes chegou ao evento com seu veículo próprio.

A principal motivação da viagem nos dois anos de pesquisa foi o lazer, com representação em média de 30% dos participantes, seguido pelos turistas de negócios, que estão em 26% em 2011 e 36% em 2012. A própria Festa do Divino representou em 2011 apenas 15% da motivação da viagem e teve um considerável aumento no ano seguinte para 28% dos participantes. 30% do público indicou que se desloca para a cidade diariamente, enquanto que outros 30% vão anualmente e entre 17% e 28% visitaram Mogi pela primeira vez na

data da pesquisa. Os visitantes se hospedaram principalmente em casas próprias ou alugadas ou casa de parentes, representando mais de 45%, enquanto que apenas 9% se hospedou em hotel em 2011 e 15% em 2012. Uma média de 52% dos participantes permaneceu na cidade por 1 noite, 22% entre 2 e 4 noites e 15 % permaneceram até sete noites na cidade.

Shimano Fest

Os dados coletados na Shimano Fest são referentes aos anos de 2011 e 2012. A festa contou, nos dois anos de evento, com 9.056 participantes, sendo 55% masculino e 44% feminino. O público concentrou 50% dos participantes entre 30 e 40 anos e 20% entre 20 e 30 anos de idade, sendo a renda mensal de 74% dos visitantes entre 1 e 5 salários mínimos. O gasto em média no evento por visitante, foi de R\$45,00. Os participantes eram principalmente da própria cidade de Mogi das Cruzes, concentrando 35% do público, enquanto que 16% eram do Alto Tietê, 27% de São Paulo, 17% de outras cidades do estado de São Paulo e apenas 2% de outras localidades. A Shimano Fest é o evento que atraiu, nos últimos anos, mais pessoas de fora das cidades e do Alto Tietê.

A análise das entrevistas do Observatório de Turismo de Mogi das Cruzes aponta que 13% das pessoas que participaram do evento em 2012, também estiveram em 2011 e que cada participante entrevistado foi acompanhado, em média, com 1 ou 2 pessoas. 10% do público eram lojistas, 13% acompanhante dos lojistas e 2% representantes comerciais da região de São Paulo.

A principal motivação para a participação do evento são as próprias bicicletas, concentrando mais de 70%. E 42% foram motivados pelas novidades e 35% pelas atividades propostas. O evento foi avaliado pelos participantes em mais de 70% como muito bom, 25% consideraram bom e ninguém disse que o evento estava fraco. A cidade de Mogi das Cruzes também foi muito bem avaliada como sede do evento, principalmente pela proximidade, bons passeios e como fuga das grandes cidades, sendo que 70% considerou como muito bom e 28% como bom. Avaliando os hotéis da cidade durante o evento, nota-se que houve um aumento médio de ocupação de 25%,

sendo o que teve maior ocupação no período, foi o hotel Marbor, com 49% de aumento e, o menos beneficiado foi o hotel Mercure, com uma queda de 8%.

Virada Cultural

Os dados coletados na Virada Cultural são referentes ao ano de 2012, que teve participação de 44.500 pessoas. Esse é um evento que acontece em parceria com o governo do Estado e simultaneamente em diversas cidades, o que gera um fluxo grande de participantes. Em Mogi das Cruzes 47% do público foi masculino e 53% feminino. O público era principalmente jovem e concentrou 30% até 19 anos, 28% até 30 anos, 20% até 40 anos e a cima dessa idade, 10%. Os mogianos representaram 69% do público e outras localidades 30%. O evento foi muito bem avaliado: como ótimo, por 37% do público, como bom por 30%, como regular por 12% e apenas por 2% dos participantes, como ruim.

Análise Comparativa dos eventos avaliados

Os eventos que acontecem na cidade de Mogi das Cruzes têm uma boa captação de público em todos os segmentos apresentados. Os dados que foram avaliados a respeito da qualidade dos eventos mantiveram-se como “muito bom” ou “bom”, o que demonstra um resultado positivo e alta possibilidade de retorno do público para os eventos subsequentes.

Entre os eventos analisados, o gênero mais ativo é o masculino, representando uma média de 72%, sendo a maioria deles jovens, entre 20 e 40 anos. O público de grande parte dos eventos é da própria cidade de Mogi, tendo uma média, entre os avaliados, de 58,6% e ainda atraindo de uma forma representativa as pessoas do Alto Tietê e da cidade de São Paulo, sendo a soma deles o equivalente a média de 30% de participação nos eventos. O público gasta nesses eventos entre 70 e 300 reais e apenas um dos eventos conseguiu mensurar a permanência dos participantes da cidade, não permitindo uma análise comparativa com os outros.

14.2 ANÁLISE DO SISTEMA HOTELEIRO DE MOGI

O município de Mogi das Cruzes conta com 1.452 leitos. A partir da observação dos gerentes da hotelaria local, o principal turista que se hospeda na cidade é o de negócios. O que justifica o Gráfico 13, com a sazonalidade da ocupação sendo baixa no mês de janeiro e fevereiro, durante as férias de verão, e alta no restante do ano, quando existe maior movimentação das negociações e dos funcionários.

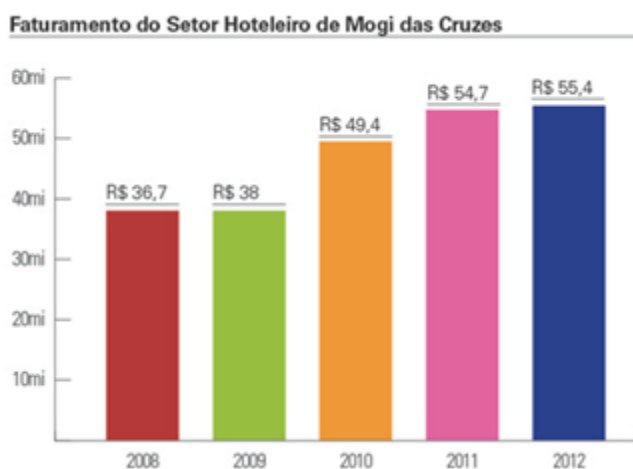
Gráfico 13: Sazonalidade de ocupação dos hotéis



Fonte: Observatório de Turismo de Mogi das Cruzes.

Mogi das Cruzes tem investido no turismo e uma forma de conseguir mensurá-lo através do monitoramento das taxas de ocupação hoteleira. Considerando que quanto maior o número de hóspedes, maior o faturamento do hotel, podemos considerar, a partir do Gráfico 14, que o município teve um crescimento considerável no receptivo de 2008 a 2012.

Gráfico 14: Faturamento do setor hoteleiro em Mogi das Cruzes



Fonte: Observatório de Turismo de Mogi das Cruzes.

A ocupação média anual dos principais hotéis da cidade está entre 40 e 80%. Iniciando com o Paradise Resort com 47%, seguido do WG Camargo com 60%, e passando aos hotéis que se localizam mais ao centro da cidade: o Mercure com 70% e o San Gabriel com 80%. E 25% dos hóspedes pernoitam de 2 a 4 noites, enquanto que 75% permanece de 5 a 7 noites. O documento gerado pelo Observatório informa que 20% dos turistas são de lazer e 80% de negócios, mas esses dados não são confirmados por nenhuma outra documentação e essa é uma das informações que buscamos confirmar através da aplicação dos questionários.

14.3 ANÁLISE DOS PROGRAMAS E ATRATIVOS

Programa Roda São Paulo

O Roda São Paulo é um programa que consiste em rotas realizadas em diversas regiões do Estado. A edição de maio de 2012 contou com 3.323 participantes e 57% de participantes do próprio município e 43% de outras localidades. As impressões do local foram principalmente positivas, com 61% de avaliações ótimas, 29% como bom, apenas 5% do público considerou regular e 2% consideraram ruim ou muito ruim.

Um dos quesitos avaliados do circuito foi a infraestrutura, analisando os seguintes pontos: ônibus, monitoria, motorista, informações recebidas,

divulgação, locais visitados, embarque/desembarque. Todos foram bem avaliados, com uma média geral de resultados “muito bom” com mais de 50%, com destaque para o ônibus que foi avaliado em “muito bom” por 70% dos participantes e ressalva da divulgação, com apenas 25%.

A última edição do Roda SP que passou por Mogi das Cruzes foi em maio de 2013, durante a época das comemorações da Festa do Divino Espírito Santo da cidade. Nesta edição do programa, onde era possível pagar um preço fixo de R\$ 10,00 e subir e descer do ônibus ilimitadamente nos diversos pontos de parada, a rota também englobou as cidades de Biritiba Mirim, Guararema, Salesópolis e Suzano. Os pontos de parada eram divididos em 3 rotas (ecológica, esperança e histórica).

Mogi das Cruzes era o único município que interligava as 3 rotas, com pontos de parada no Parque Centenário da Imigração Japonesa (rota ecológica e histórica), e na Festa do Divino Espírito Santo e no Largo do Carmo-Santuário Bom Jesus (rota esperança).

Segundo o Relatório do Roda SP 2013 disponibilizado pela Coordenadoria de Turismo, houve um total de 4.300 embarques e 1.516 ingressos vendidos. As visitas por rota representam que 50% dos turistas estavam na rota histórica, 35% na rota ecológica e 15% na rota esperança.

A maior parte dos participantes era proveniente das próprias cidades do roteiro, com destaque para Mogi das Cruzes e Suzano, que somados representam mais de 50%. Vale destacar a participação de visitantes da capital, representando 8%. A demanda, de acordo com as pesquisas realizadas na segunda edição do programa, foi destaque e enfatiza o interesse dos moradores da região no projeto, tornando-o uma boa opção de lazer eficiente e de baixo custo, com alto nível de aceitação.

Mogi Skate Park

O Mogi Skate Park tem um público predominantemente masculino, com 94% dos visitantes. É também bem jovem, com 25% do público até 19 anos, 57% entre 20 e 30 anos e 18% entre 30 e 40 anos. O parque tem cadastro de 5.173 skatistas, sendo 2.340 pessoas de Mogi das Cruzes, a capital com 1.231 (29%) cadastrados, e em seguida Suzano, com 277 (14%) e Poá, com 131

cadastro (8%). Segundo o Observatório, o Mogi Skate Park atrai público de várias localidades, com mais de 706 skatistas de outras cidades ou estados. O parque tem realizado eventos e se destacou, tanto pelos skatistas da cidade que despontam em campeonatos pelo Brasil, como referência entre locais como sede dos eventos.

Expresso Turístico

Os dados do Expresso Turístico são referentes ao ano de 2009 e 2010. Os entrevistados são 67% masculino e 33% feminino. O público se concentra principalmente na faixa etária acima de 40 anos, com 30% dos visitantes. O município responsável por 77% das emissões do Expresso é a cidade de São Paulo, enquanto que os outros estados representam apenas 11%. 47% dos viajantes classificaram o trem como ótimo, 48% como bom e 5% como regular, ou seja, mais de 90% dos visitantes consideram o Expresso Turístico satisfatório.

O público que opta por realizar o trajeto de trem, são os visitantes da cidade que tem ensino superior, representando 54% do público, e com renda entre 3 e 10 salários mínimos, que representa mais de 40% dos participantes. 56% desses visitantes optam por viajar com a família, 19% com amigos e 22% com excursão. Existe a possibilidade de realizar o Roteiro Rodoviário com diferentes temáticas: 36,6% realizaram o roteiro Cultural, 8,3% o Ecológico, 38,9 o Circuito das Flores e 16% não optaram por nenhum desses.

O interesse em participar dos roteiros turísticos complementares é equivalente a 14% dos visitantes que pegaram o Expresso Turístico. A principal motivação é o lazer com 68% e 18% são pessoas que nunca viajam de trem turístico. A avaliação média da viagem foi positiva, com 41,6% das avaliações como ótima, 40,5% como bom, 6,7% como média, e apenas 1,1% como fraca e 0,6% como ruim. E as impressões do local também foram positivas nos dois anos, uma vez que ambos tiveram avaliações iguais ou superiores a 93% com ótimo ou bom, variando apenas 5 a 7% entre um ano e outro em regular, e nenhuma avaliação ruim.

O Expresso Turístico é um meio de transporte até o município e também um passeio turístico e foi bem avaliado em todos os quesitos: tempo de

viagem, acomodações e preço. 90% das pessoas que utilizaram o Expresso Turístico disseram que retornariam a Mogi das Cruzes.

A partir dos questionários, não foi possível estabelecer um panorama que identificasse qual o perfil do turista que opta pelo Expresso Turístico, mas constatou-se, sobretudo em discussões com a própria comunidade, que existe interesse entre os visitantes que utilizam o Expresso Turístico em fazer o roteiro Mogi para Mogianos. Porém, a chegada do trem no município é às dez horas da manhã e o roteiro tem início no mesmo horário, questão já levantada por turistas. O Mogi para Mogianos trabalha com alta demanda dos próprios cidadãos que são o foco do roteiro, mas nesse ponto é interessante ressaltar que também existe uma demanda carente de um receptivo formatado para captar esses visitantes.

Em 2013 os dados do Expresso Turístico foram tabulados entre janeiro e setembro, conforme mostra a Tabela 45.

Tabela 45: Expresso Turístico – Estatísticas 2013

Mês	Destino	Viagens realizadas	Lugares ocupantes	Média ocupação	Bicicletas
Jan	Luz – Mogi das Cruzes	1	113	113	8
Fev	Luz – Mogi das Cruzes	1	164	164	11
Mar	Luz – Mogi das Cruzes	1	52	52	-
Abr	Luz – Mogi das Cruzes	1	115	115	2
Mai	Luz – Mogi das Cruzes	1	37	37	-
Jun	Luz – Mogi das Cruzes	1	100	100	-
Jul	Luz – Mogi das Cruzes	1	149	149	2
Ago	Luz – Mogi das Cruzes	-	-	-	-
Set	Luz – Mogi das Cruzes	1	69	69	5
Out	Luz – Mogi das Cruzes				
Nov	Luz – Mogi das Cruzes				
Dez	Luz – Mogi das Cruzes				
Total	Luz – Mogi das Cruzes	8	799	799	28

Fonte: Coordenadoria de Turismo Mogi das Cruzes.

Com a tabela é possível notar um aumento no fluxo turístico nos meses de janeiro, fevereiro, abril, junho e julho, com a somatória final de lugares ocupados e média de ocupação igual a 799 lugares.

Concluimos que o público do Expresso Turístico é principalmente a cima de 40 anos, com alto poder aquisitivo, com interesses culturais e nos passeios ecológicos, principalmente voltados a flores. Esses visitantes fazem o trajeto, sobretudo no período de férias.

Mogi para Mogianos

Os dados do Mogi para Mogiano são referentes aos anos de 2011 e 2012 e foram aplicados questionários a 1.802 pessoas. Quase 50% dos participantes dos roteiros oferecidos pelo Mogi para Mogianos ficaram sabendo através de amigos, sendo também 13% pelos jornais, 12% pela internet e 11% pela televisão.

Os roteiros com maior adesão do público foram Ecoturismo 67% em 2011 e 96% em 2012, e Rural com 66% em 2011 e 77% em 2012. Os roteiros culturais e religiosos foram os que tiveram menor taxa de adesão com porcentagem sempre abaixo a 48%. O transporte é um ponto positivo do roteiro, uma vez que foram sempre bem avaliados e com resultado ótimo (73%) e bom (26%). Além do bom desempenho também sobre a impressão do local que não foi avaliado como regular e ruim, apenas como bom (26%) e como ótimo (74%).

A cidade com maior número de passageiros é São José dos Campos, com 28%, e além de São Paulo, que representa apenas 11%, também estão representadas cidades próximas, como Itaquaquecetuba, Ubatuba, Suzano e Arujá.

15 ANÁLISE DOS DADOS DE DEMANDA TURÍSTICA

Nesta sessão são analisados os resultados de 138 questionários que buscaram levantar informações a respeito da demanda turística do Município de Mogi das Cruzes. Foram aplicados em diferentes locais da cidade e também disponibilizados por meio digital²².

O questionário teve como objetivo traçar um perfil qualitativo e quantitativo do visitante de Mogi e foi aplicado entre os meses de abril e maio de 2015 nos atrativos turísticos, Parque Centenário da Imigração Japonesa e Casarão do Chá, assim como também em pontos estratégicos de fluxo de turistas da cidade, como na Praça Osvaldo Cruz, próxima da estação ferroviária. Também foi aplicado em grandes eventos de forte movimentação do fluxo de pessoas no município, dentre eles o Akimatsuri e a Festa do Divino Espírito Santo, que ocorreram entre os meses de abril e maio. Além das entrevistas presenciais pela equipe, os questionários foram aplicados aos hóspedes dos hotéis Ibis, Mercure e Marbor no Centro.²³ Outros questionários foram disponibilizados nas Centrais de Informação Turística durante um mês, visando os participantes do roteiro Mogi para Mogianos, e também do Expresso Turístico. A análise dos questionários não contém informações representativas a respeito de ambos os participantes, por conta da não aplicação dos questionários pelos funcionários das centrais.

Diante do retorno de resposta aos questionários ter sido relativamente baixo, ele não deve ser considerado a única fonte para a análise da demanda turística real do município. O turista rural, por exemplo, significa ainda um perfil a ser melhor estudado.

O retorno aos questionários online foi mais representativo, além daqueles aplicados pessoalmente durante visitas técnicas no município. Os conjuntos dos resultados estão sistematizados a seguir.

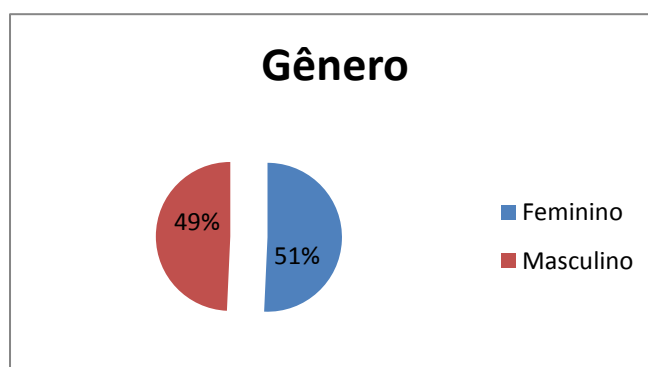
²² Os questionários disponibilizados por meio digital foram realizados através de formulário *Google Docs*. Foram divulgados em redes sociais e também enviados para a Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, para os hotéis (Ibis, Mercure, Marbor, Binder e Paradise Resorts) e para a agência Brasil Adventure Sports, visando distribuição e replicação do questionário para mailing de visitantes do trade.

²³ Os questionários encaminhados aos hotéis não tiveram um retorno totalmente positivo, devido a não disponibilidade dos hóspedes em respondê-los.

15.1 PERFIL DO TURISTA

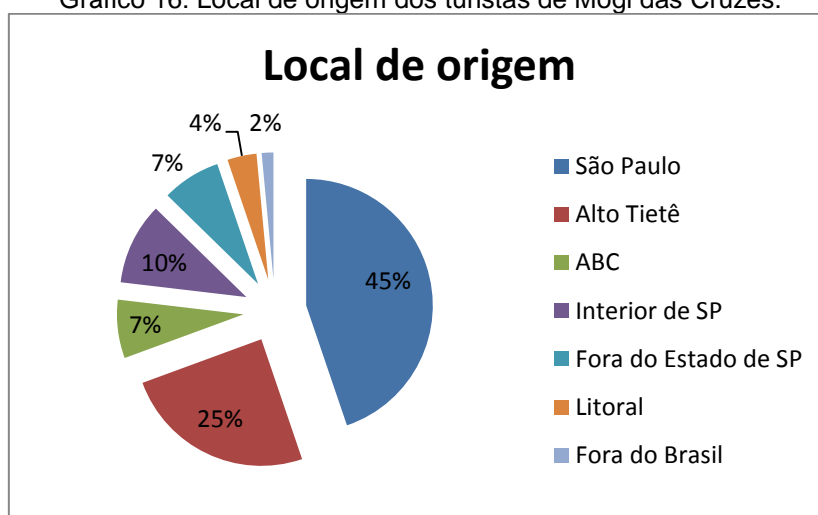
O perfil dos turistas entrevistados que visitaram a cidade de Mogi das Cruzes é balanceado, sendo que 51% dos turistas eram mulheres e 49% homens, conforme evidencia o Gráfico 15. São provenientes principalmente da capital São Paulo e da região do Alto Tietê, que somados representam quase 70% do fluxo de visitantes de Mogi. O Interior do Estado de São Paulo representa 10% do fluxo e o ABC Paulista e outros Estados somam 14%. Como também ilustra o Gráfico 16, os visitantes do Litoral representaram 4% e apenas 2% são de turistas estrangeiros.

Gráfico 15: Gênero dos turistas de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

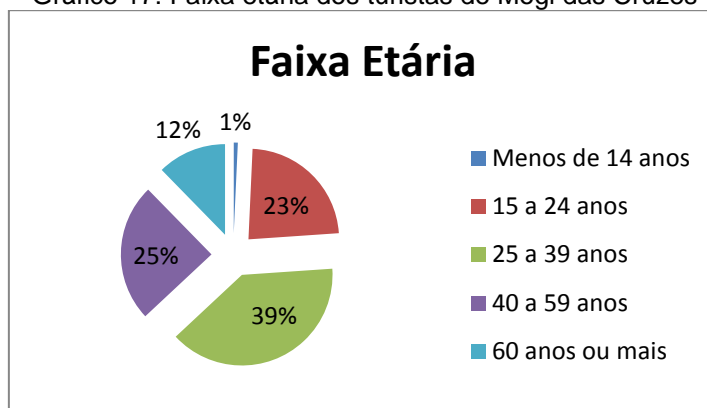
Gráfico 16: Local de origem dos turistas de Mogi das Cruzes.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

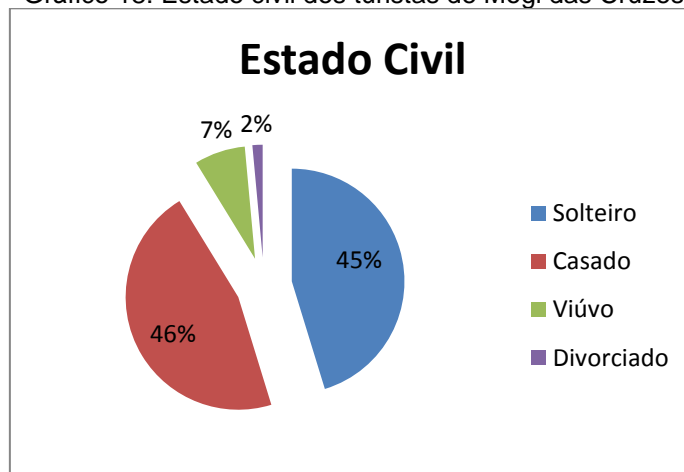
A faixa etária mais representativa é a de 25 a 39 anos (39%), seguida pelas faixas de 40 a 59 anos (25%) e de 15 a 24 (23%), de acordo com o Gráfico 17. As pessoas de 60 anos ou mais representaram, nos resultados dos questionários aplicados, uma amostra de 12% do fluxo. Quanto ao estado civil, 46% da amostra são de pessoas casadas, enquanto 45% são solteiros, 7% viúvos e 2% divorciados, conforme o Gráfico 18.

Gráfico 17: Faixa etária dos turistas de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Gráfico 18: Estado civil dos turistas de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

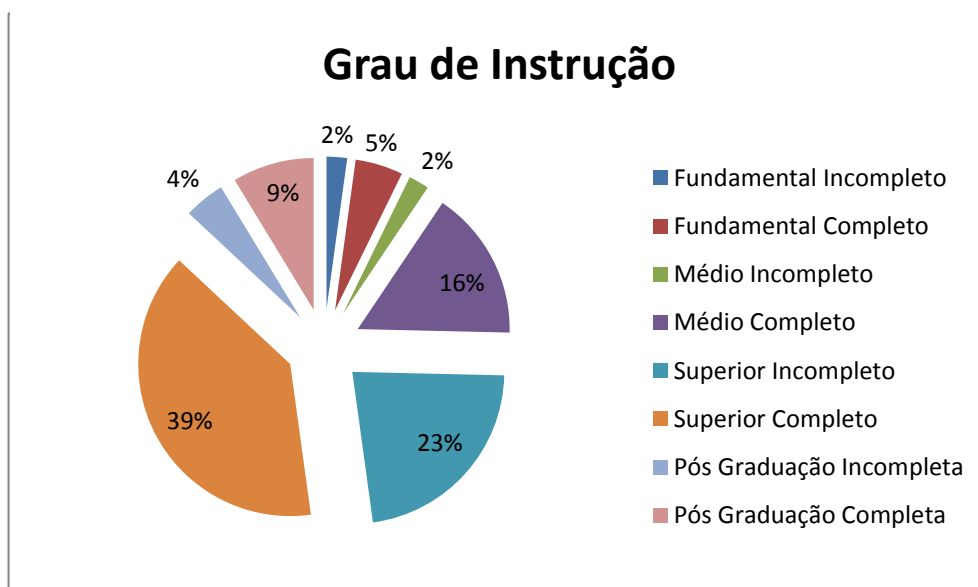
Os Gráficos 19, 20 e 21 apresentam o grau de instrução, a ocupação e a renda mensal familiar, respectivamente.

Com relação ao grau de instrução do turista que vai a Mogi das Cruzes, evidencia-se que a maior parcela do público possui ensino superior completo (39%), seguido de 23% com superior incompleto e 16% com ensino médio

completo. Vale destacar que 9% dos entrevistados também possuem pós-graduação.

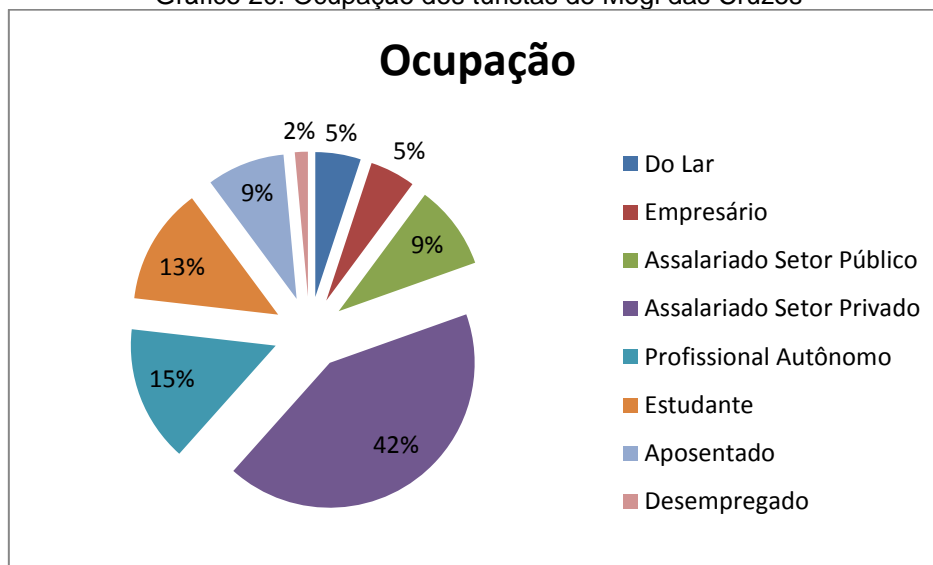
A maior parte dos entrevistados é assalariado do setor privado (42%), seguido pelos profissionais autônomos (15%), assalariados do setor público (9%), estudantes (13%) e aposentados (9%). A renda mensal familiar se concentra principalmente na parcela entre 2 e 4 salários mínimos (35%), e entre 5 e 8 salários mínimos (22%). Levando em consideração que esta última não se distancia muito da porcentagem dos entrevistados que possuem renda acima de 15 e entre 9 a 14 salários mínimos (20% e 18%, respectivamente), ou seja, mais de 60% dos entrevistados tem a renda familiar acima de 5 salários mínimos.

Gráfico 19: Grau de instrução dos turistas de Mogi das Cruzes



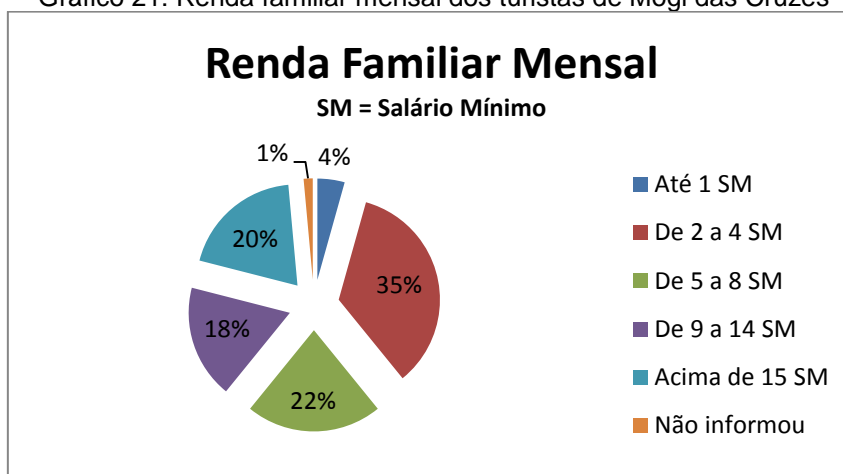
Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Gráfico 20: Ocupação dos turistas de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Gráfico 21: Renda familiar mensal dos turistas de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

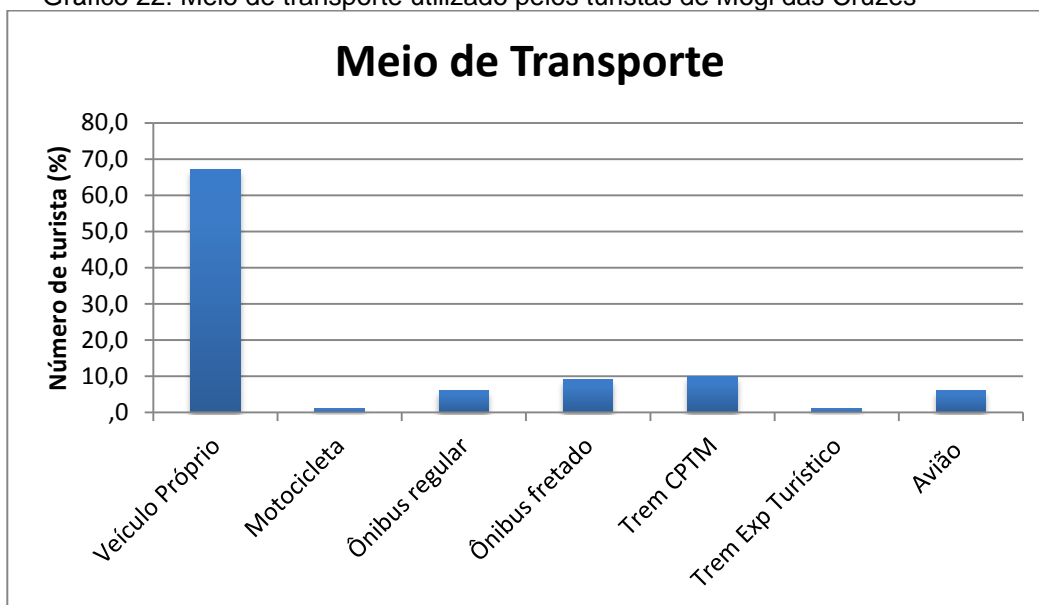
A partir dos resultados destes questionários aplicados, o perfil do turista de Mogi das Cruzes é principalmente da cidade de São Paulo e da própria região do Alto Tietê, insere-se na classe média e classe média alta, com formação escolar. A maioria se concentra entre funcionários públicos, privados e autônomos, com uma parcela de aposentados. O público mais representativo é o de adultos entre 20 e 39 anos.

15.2 OUTRAS CARACTERÍSTICAS DO TURISTA

Questão 1: Meio de Transporte utilizado para chegar a cidade

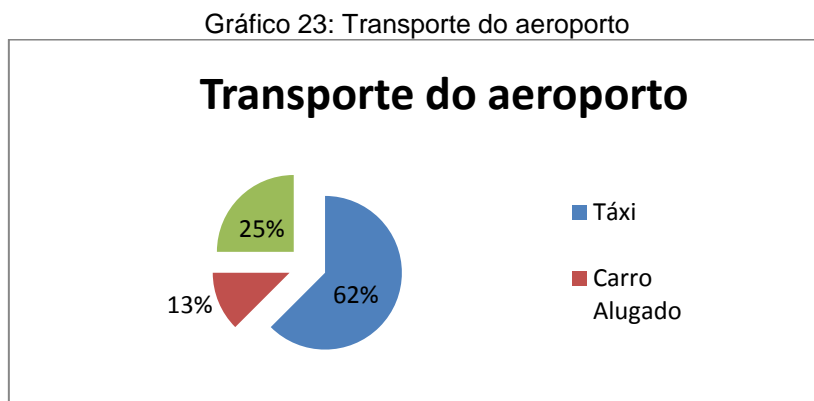
O meio de transporte mais utilizado são os veículos próprios (Gráfico 22). As outras opções, com menor representatividade, ficam entre o trem, o ônibus regular e os ônibus fretados. Isso se justifica pelo fato do público também visitar a cidade para eventos e negócios, sendo situações pontuais e em locais específicos, onde o acesso é muitas vezes restrito. É importante ressaltar a baixa representatividade do Expresso Turístico, uma vez que esse é um potencial e que essa linha específica contempla apenas três cidades do Estado de São Paulo.

Gráfico 22: Meio de transporte utilizado pelos turistas de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Questão 2: Caso tenha vindo de avião, qual o meio de transporte utilizado até Mogi das Cruzes?



A quantidade de pessoas que informaram ter utilizado o meio aéreo é baixa se comparada com o veículo próprio, uma vez que se tratam mais das pessoas que vieram de fora do Estado ou do país. De acordo com o Gráfico 23, as informações coletadas a respeito do trajeto dos aeroportos para o município de Mogi das Cruzes, mostram que 62% optaram por táxi, 13% por carro alugado, e outros 25% não informaram.

Questão 3: Com quem veio?

O Gráfico 24 indica que as pessoas visitam Mogi das Cruzes principalmente acompanhados da família, que representa 50%, enquanto que a segunda maior parcela diz ter visitado a cidade sozinho (27%) e aqueles que informaram terem visitado a cidade com os amigos, representam 18%.

Gráfico 24: Com quem veio a cidade de Mogi das Cruzes?

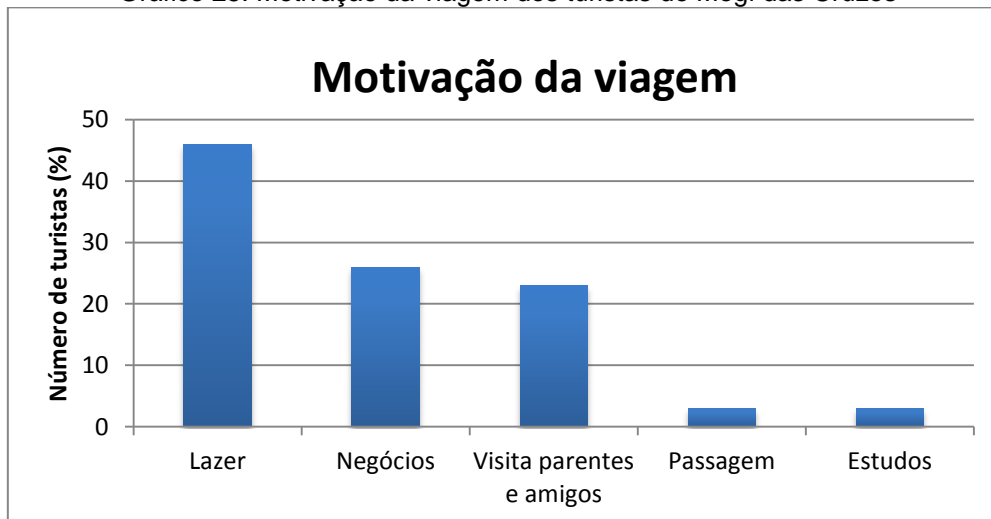


Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Questão 4: Principal motivação da viagem.

Apontada por mais de 45% da amostra, a principal motivação para visitar a cidade é o lazer, seguido então pelas motivações de negócios e visitas a parentes e amigos, e em menor parcela os visitantes que estavam de passagem ou a estudos, de acordo com o Gráfico 25.

Gráfico 25: Motivação da viagem dos turistas de Mogi das Cruzes

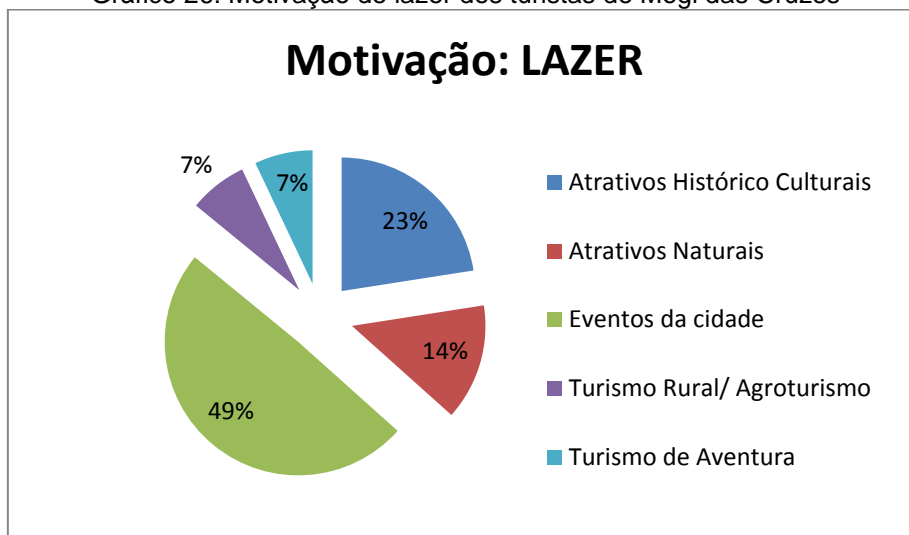


Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Dentre as atividades de lazer como motivação de viagem, demonstradas no Gráfico 26, a grande maioria aponta para os eventos. Os atrativos históricos culturais seguem como segunda maior motivação de lazer. Os atrativos

naturais também foram apontados como motivação, seguidos pelo turismo rural / agroturismo e o turismo de aventura, considerando a possibilidade de respostas múltiplas para esta questão.

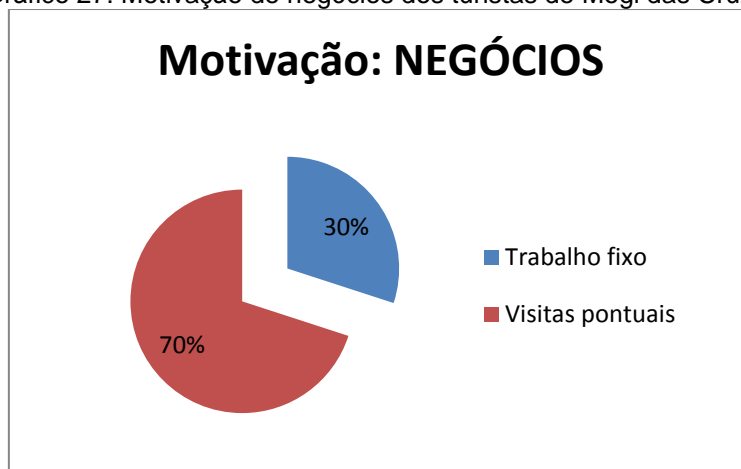
Gráfico 26: Motivação de lazer dos turistas de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Já dentre os entrevistados motivados a negócios (Gráfico 27), 70% realizam apenas visitas pontuais, contrapondo os 30% com trabalho fixo na cidade, o que pode ser explicado pela presença de grandes fábricas em Mogi e seu entorno, que mobilizam turistas de negócios que trabalham nestas empresas para visitas pontuais às fábricas.

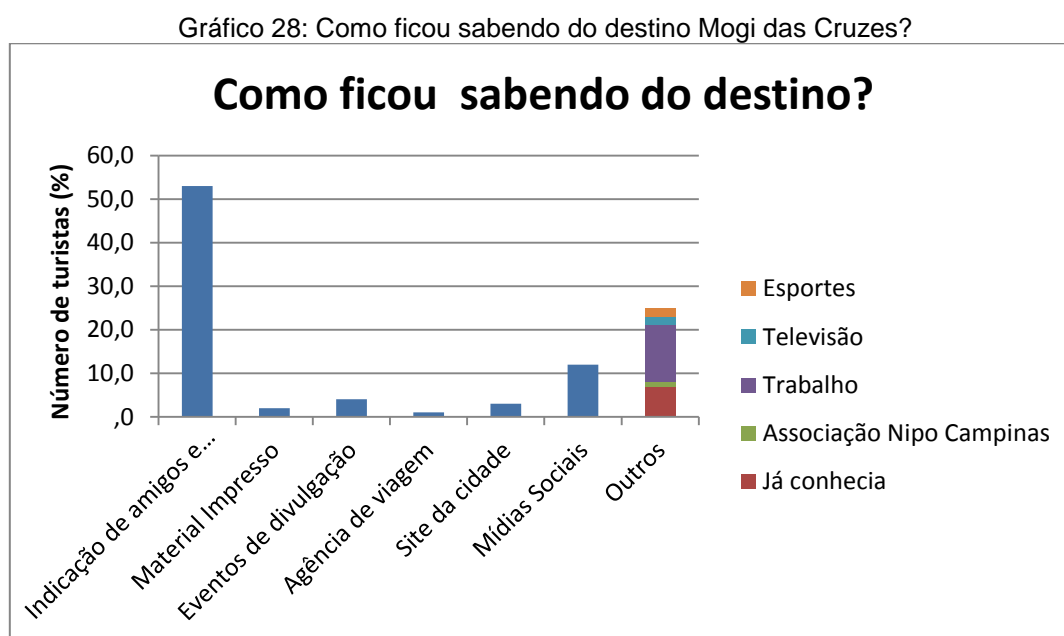
Gráfico 27: Motivação de negócios dos turistas de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Questão 5: Como ficou sabendo do destino Mogi das Cruzes?

Os turistas, em sua grande maioria, ficaram sabendo do destino por indicação de amigos e parentes. Grande parte também soube por razões profissionais, ou já o conhecia por outros motivos. Também foram apontados nos questionários, em menor escala, o conhecimento através das mídias sociais, eventos de divulgação, esportes, site da cidade, televisão, material impresso, agências de viagem e pela Associação Nipo Campinas. Ainda assim, é importante ressaltar a importância da promoção digital, uma vez que é tendência de comunicação e já existe um fluxo que segue Mogi das Cruzes por meio das Mídias Sociais. O Gráfico 28 abaixo mostra estes resultados.



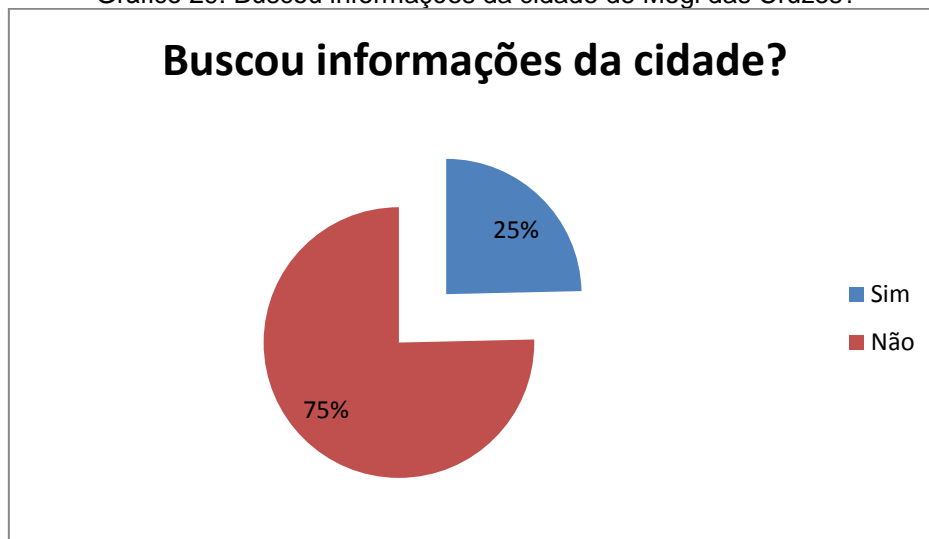
Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Questão 6: Buscou informações para pesquisar a cidade, hotéis, restaurantes ou atrativos que ela oferece?

Quando questionados, se buscaram informações sobre o destino que visitariam, 75% dos entrevistados responderam que não. Os 25% que responderam sim, afirmaram que buscaram informações principalmente nos sites oficiais da cidade, mídias sociais e sites de viagem, como mostram os

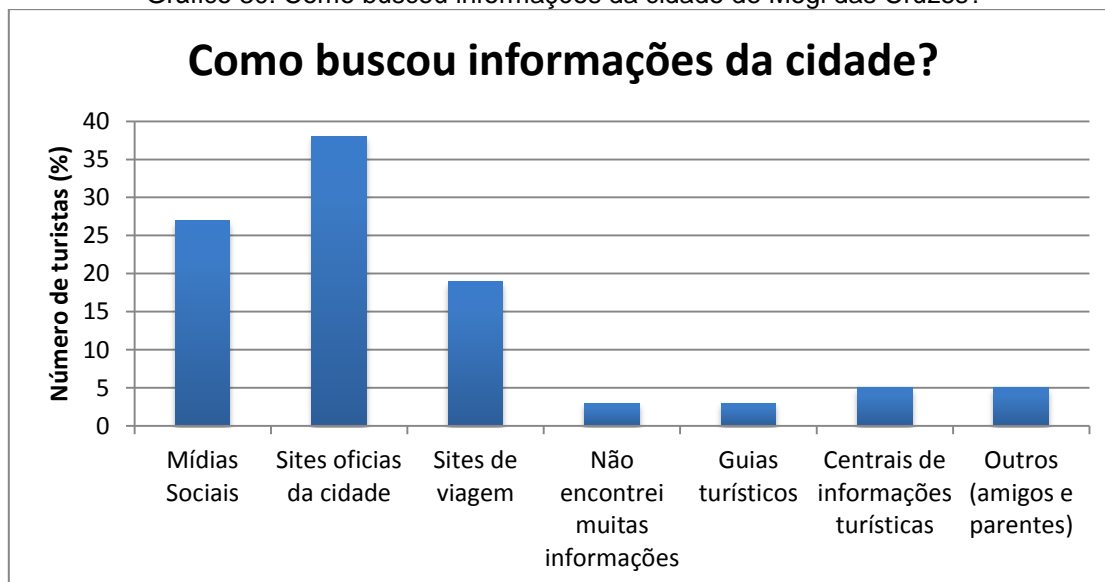
Gráficos 29 e 30. Visto que a parcela dos que buscaram informações anteriores à viagem optaram pelo meio digital, nota-se a relevância destes meios como veículos importantes para um plano de comunicação interna e externa.

Gráfico 29: Buscou informações da cidade de Mogi das Cruzes?



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Gráfico 30: Como buscou informações da cidade de Mogi das Cruzes?



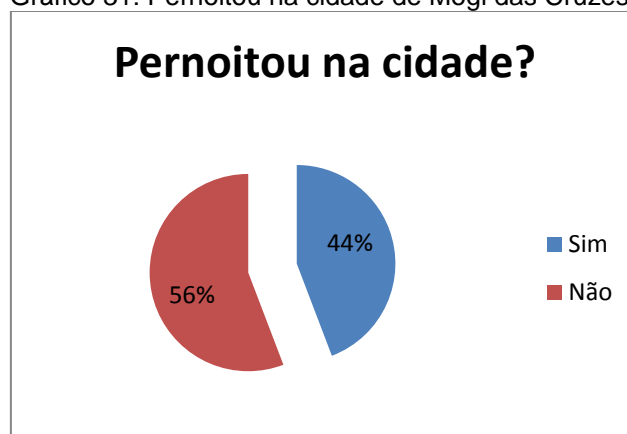
Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Questão 7: Pernoitou ou vai pernoitar na cidade?

Os dados coletados também mostram que 56% dos turistas não pernoitaram em Mogi (Gráfico 31), permanecendo em média 6 horas na cidade, entre o período da manhã e da tarde. Pelas informações fornecidas, dos 44% dos turistas que pernoitaram, calcula-se uma média de permanência de 2 a 3 noites no município.

Foi calculada a média de gasto diária, diferenciando aqueles que apenas visitaram a cidade e os que pernoitaram. A partir dos entrevistados que forneceu a informação, o gasto diário é de aproximadamente R\$ 150,00 pelos turistas que não pernoitam na cidade. Quanto aos que pernoitam, a média de gastos fica em torno de R\$ 500,00/dia. Foi levado em consideração que aqueles que pernoitam possuem uma tendência maior em ter outros gastos não tão comuns entre aqueles que só passam um período na cidade, como hospedagem, compras, transporte e vida noturna. Os valores das médias de gasto diário são estimados e não devem ser considerados como único dado, uma vez que a resposta dessa questão aberta era facultativa.

Gráfico 31: Pernoitou na cidade de Mogi das Cruzes?

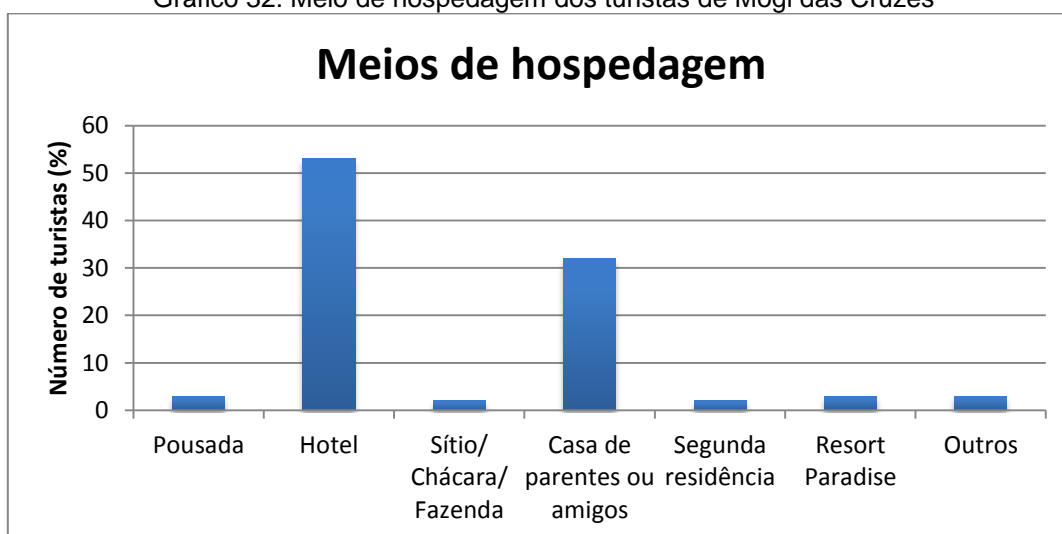


Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Questão 8: Qual o meio de hospedagem escolhido?

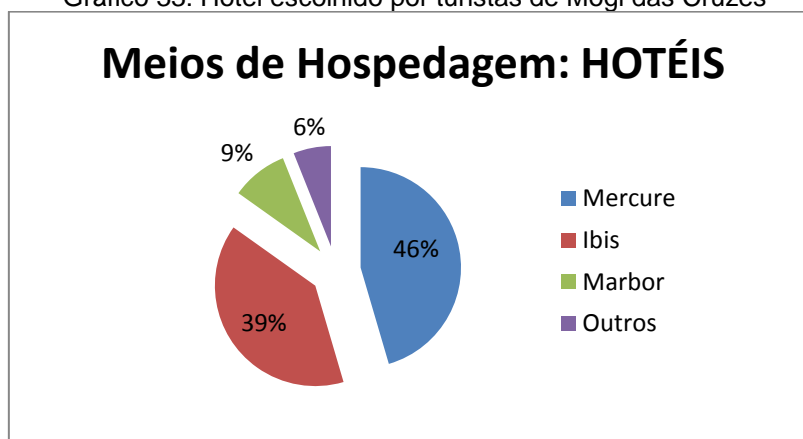
Nos Gráficos 32 e 33, vemos que dentre os entrevistados que pernitoou na cidade, a maioria se hospedou em hotéis e casa de parentes ou amigos. Dos turistas que se hospedaram em hotéis, 46% se hospedaram no Mercure, 39% no Ibis e 9% no Marbor. 6% que responderam “outros” não informaram os hotéis que se hospedaram.

Gráfico 32: Meio de hospedagem dos turistas de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

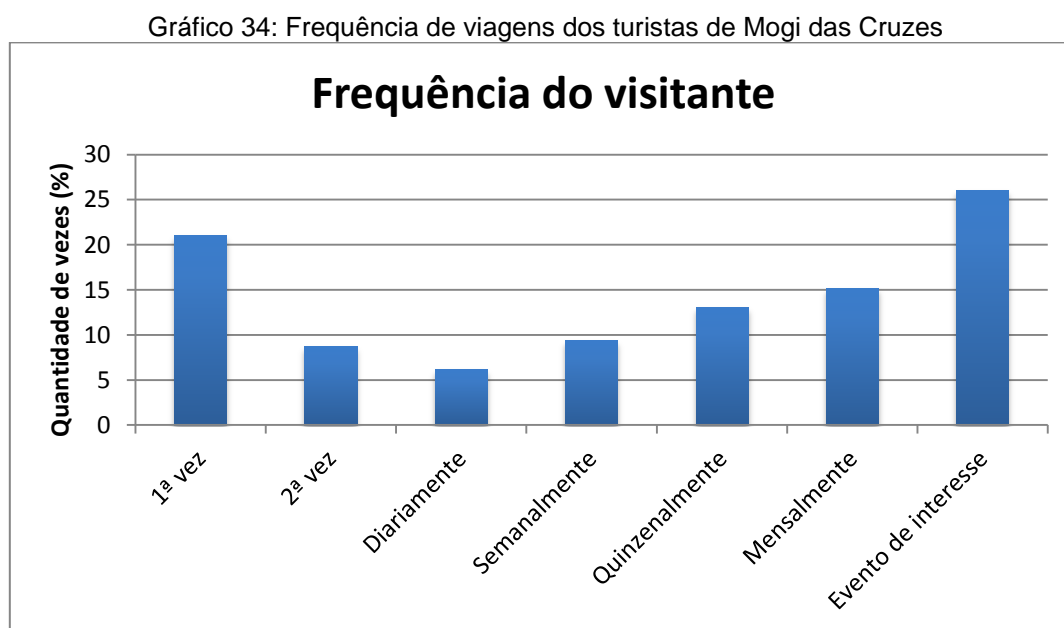
Gráfico 33: Hotel escolhido por turistas de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Questão 9: Com que frequência vem a Mogi das Cruzes?

Os turistas costumam ir para Mogi das Cruzes principalmente quando há algum evento de interesse (26%). Muitos entrevistados também afirmaram que era a primeira vez que visitavam a cidade (21%). Outras duas parcelas importantes informaram que viajam a Mogi mensalmente ou quinzenalmente, representando juntas 28%, como indica o Gráfico 34.

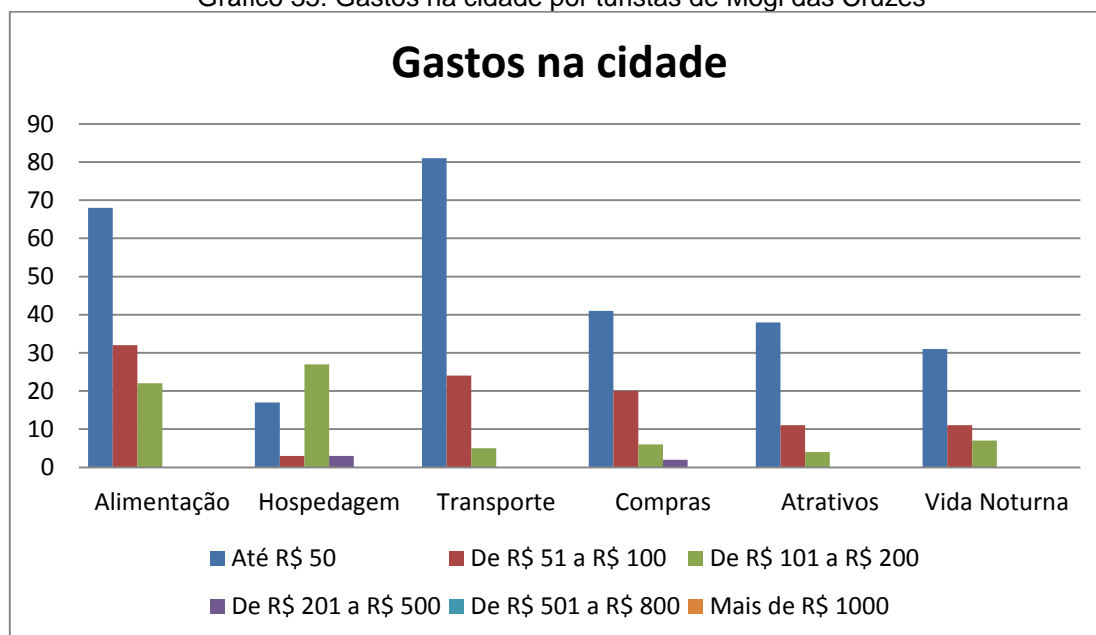


Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Questão 10: Gastos durante a viagem

Os gastos mais frequentes entre os turistas foram com a alimentação e o transporte, até 50 reais, em sua maioria. Outro gasto observado foi com hospedagem, até 200 reais, segundo a maioria daqueles que pernoveram em Mogi. Os gastos com compras também se mostram relevantes, e a maioria dos turistas afirmam que gastaram até 50 reais com esta atividade., como demonstra o Gráfico 35.

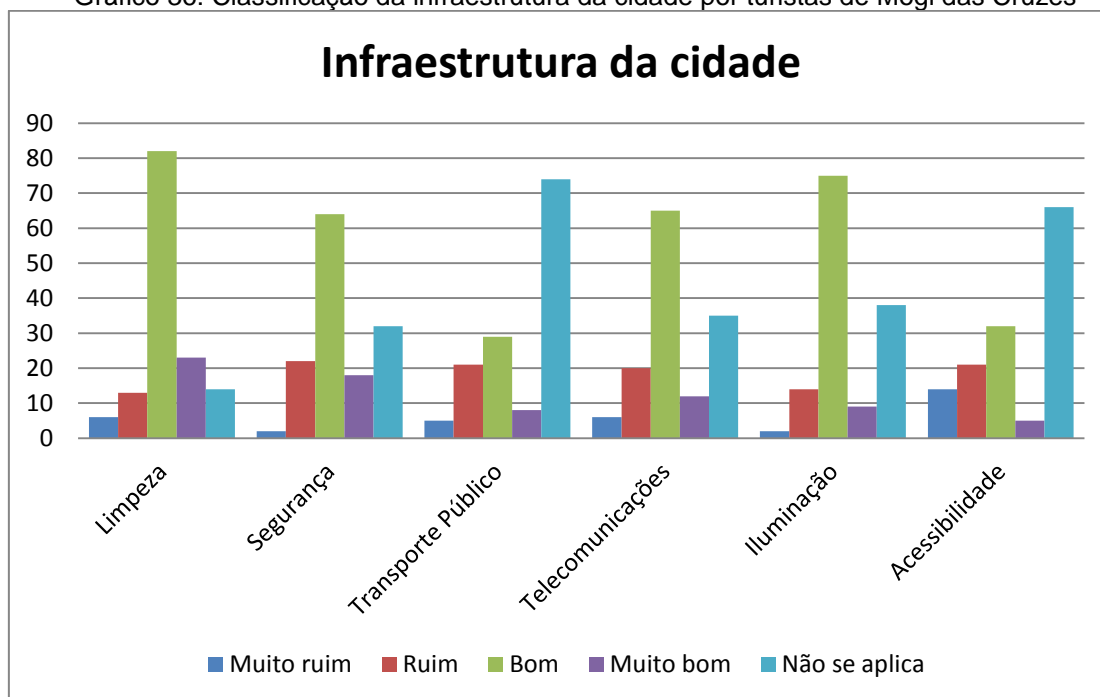
Gráfico 35: Gastos na cidade por turistas de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Questão 11: Classificação da infraestrutura da cidade.

Gráfico 36: Classificação da infraestrutura da cidade por turistas de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

O Gráfico 36 mostra uma classificação dada pelos visitantes para alguns itens da infraestrutura da cidade, como limpeza, segurança, transporte público,

telecomunicações, iluminação e acessibilidade (relativo a pessoas com deficiência e mobilidade reduzida).

A limpeza da cidade foi considerada boa pela maioria dos entrevistados, seguida pelo índice de muito boa e não se aplica. A segurança também foi apontada como boa pela maioria, porém a quantidade de pessoas que a qualificou como ruim, é maior do que a quantidade que a qualificou como muito boa. Quanto ao transporte público, grande parte dos turistas respondeu que não se aplica, pois como foi possível observar, a maioria utilizou o veículo próprio para viajar; do restante, há uma pequena diferença entre os que consideraram o transporte público bom ou ruim, prevalecendo o bom por uma pequena diferença. As telecomunicações foram, no geral, qualificadas como boas, porém com uma quantidade relevante de pessoas que a qualificam como ruim. A iluminação foi qualificada como boa pela maioria dos entrevistados. Por fim, muitos turistas responderam que não se aplica, quanto a acessibilidade, seguido de turistas que responderam que é boa, porém, a quantidade que a qualificou como ruim e muito ruim também é relevante.

Questão 12: Classificação da infraestrutura turística da cidade.

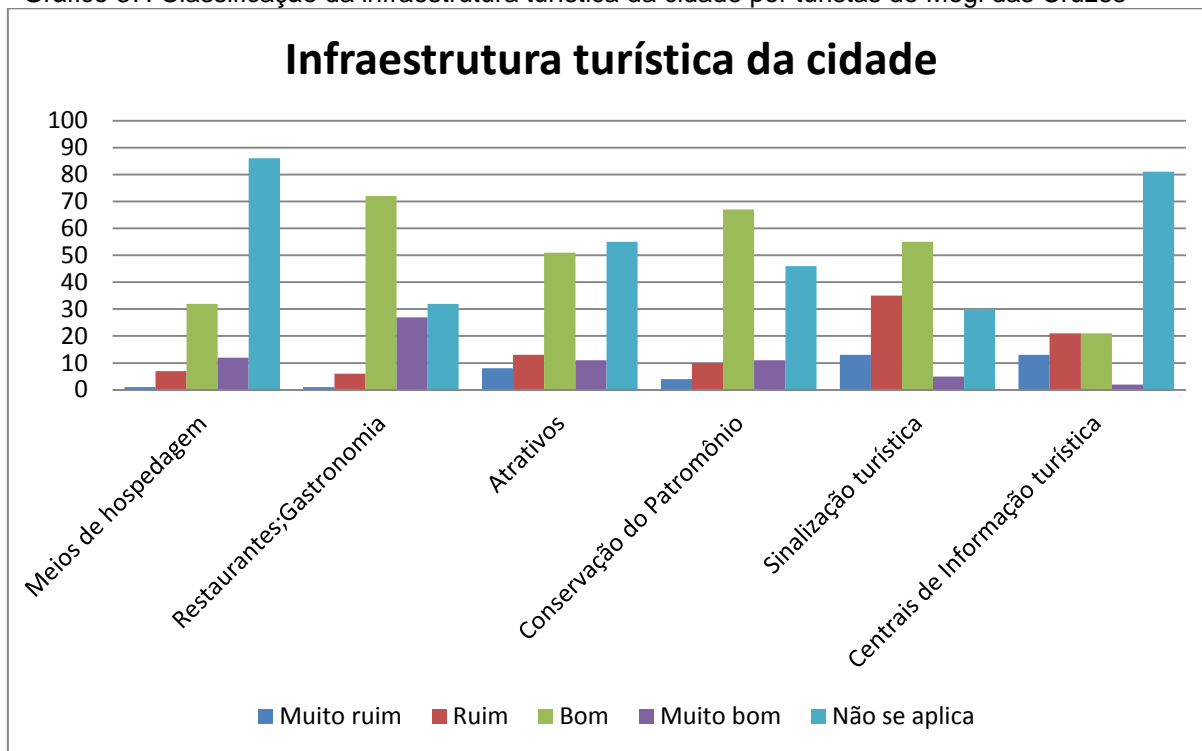
Foi solicitado aos visitantes que classificassem a infraestrutura turística local. Entre os itens avaliados estão hospedagem, restaurantes e gastronomia, atrativos e conservação do patrimônio, sinalização turística e centrais de informação turística. A classificação é apresentada no gráfico 37.

Os meios de hospedagem foram no geral qualificados como bons, exceto a maioria que respondeu “não se aplica”, por não terem utilizado hospedagem na cidade. A opinião sobre os restaurantes e a gastronomia foi positiva, concentrando-se entre bom e muito bom. Quanto aos atrativos, assim como à conservação do patrimônio, muitos turistas responderam “não se aplica”, e muitos os qualificaram como bons.

A sinalização turística foi indicada pela maioria como boa, porém os índices de ruim e muito ruim são relativamente altos também, se comparados aos que a qualificaram como muito boa. Quanto às centrais de informação turística, grande parte respondeu “não se aplica”, seguido por um empate entre

os turistas que as qualificam como boas ou ruins, porém, o índice “muito ruim” é muito mais frequente em relação ao índice “muito bom”.

Gráfico 37: Classificação da infraestrutura turística da cidade por turistas de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Questão 13: Você visitou ou tem intenção de visitar algum atrativo da cidade? Quais?

Gráfico 38: Visitou ou tem intenção de visitar atrativos turísticos de Mogi das Cruzes?



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Os turistas que visitaram ou têm a intenção de visitar atrativos turísticos fazem parte de 53% da amostra entrevistada. Foi solicitado aos entrevistados que dissessem os atrativos que já tinha conhecido ou que tinham vontade de conhecer, para saber quais são mais frequentemente associados ao município. Na Figura 106 abaixo, a nuvem de palavras mostra os atrativos mencionados, sendo os mais visíveis àqueles mais frequentes nas respostas.

O Parque Centenário é bastante citado, provavelmente em função de sua proximidade com o centro da cidade e bom fluxo de turistas. Por outro lado, atrativos mais distantes e com acesso mais restrito como o Pico do Urubu e o Casarão do Chá também são relativamente bem citados. As festas da cidade também são relevantes, notadamente o Akimatsuri e a Festa do Divino, além da citação do Shopping e das Lojas, destacando uma possível motivação por compras proveniente principalmente da região do Alto Tietê.

Figura 106: Locais/atrativos mais citados como visitados ou com intenção de serem visitados por turistas de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Questão 14: O que você mais gosta/gostou em Mogi das Cruzes?

Também foi elaborada uma nuvem a partir dos itens mais citados pelos entrevistados quando questionados sobre o que mais gostavam do município. A Figura 107 evidencia os destaques.

Novamente sobressaem as Lojas, Shopping e Compras, e também os eventos de lazer oferecidos pela cidade, como as festividades anuais. O fator

meio ambiente também é bastante citado, como a Natureza, Clima e Atrativos Naturais, destacando uma característica relevante da cidade.

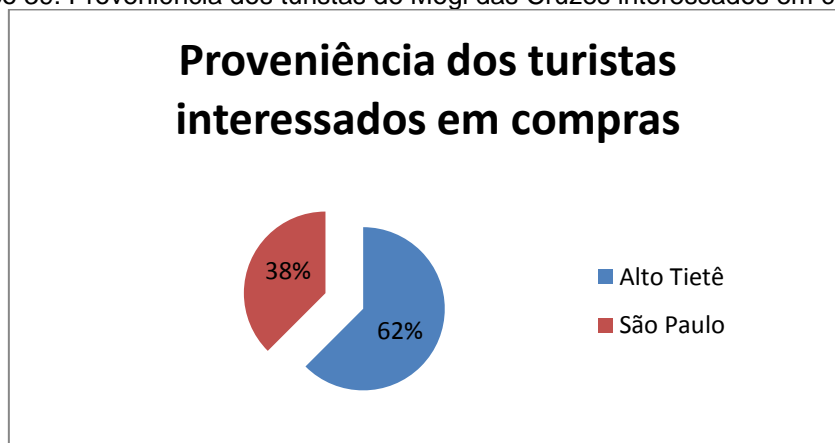
Figura 107: O que você mais gosta/gostou em Mogi das Cruzes?



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

As respostas apontam para uma possível tendência no desenvolvimento do segmento de compras, indicando a necessidade de conhecer a proveniência dos visitantes que sinalizaram esse interesse. O Gráfico 39 evidencia que a maioria das pessoas com este perfil que demonstraram interesse em compras são da região do Alto Tietê, de cidades como Suzano, Salesópolis, Poá, Biritiba Mirim, Guararema e Itaquaquecetuba. Os outros 38% são provenientes da cidade de São Paulo.

Gráfico 39: Proveniência dos turistas de Mogi das Cruzes interessados em comprar.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Questão 15: O que você menos gosta/gostou em Mogi das Cruzes?

Na Figura 108 estão indicados os aspectos que os visitantes menos gostam na cidade de Mogi das Cruzes. As questões relacionadas a acessos, vias, trânsito, transporte público e sinalização foram as mais citadas. É relevante também que uma parcela dos entrevistados tenha se referido à falta de acessibilidade como um fator ainda negativo da cidade.

Figura 108: O que você menos gosta/gostou em Mogi das Cruzes?

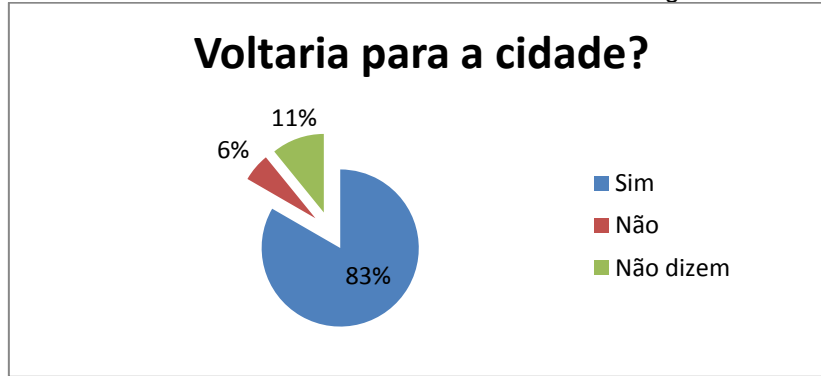


Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Questão 16: Voltaria para a cidade em outra oportunidade?

A grande maioria dos turistas afirmou, no Gráfico 40, que voltaria para a cidade em outra oportunidade, contrapondo 11% que respondeu que não voltaria e 6% que não respondeu. Apesar de a maioria responder que voltaria ao município, consideramos relevante a parcela de mais de 10% que dizem que não ter vontade de retornar.

Gráfico 40: Possibilidade de retorno do visitante de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Questão 17: Indicaria a cidade para alguém?

As pessoas que visitaram Mogi, em sua maioria (77%) afirmam que indicariam a cidade para alguém (Gráfico 41), enquanto 12% não indicariam e 11% não responderam. Novamente há uma maior parcela que indicaria a cidade para outra pessoa, porém a parcela de 12% é relevante e deve ser levada em consideração. Não foi questionado o porquê dessas pessoas não indicarem a cidade, mas retomando respostas negativas anteriores são possíveis inferir que a experiência desse turista foi negativa no município.

Gráfico 41: Possibilidade de indicação da cidade pelos visitantes de Mogi das Cruzes



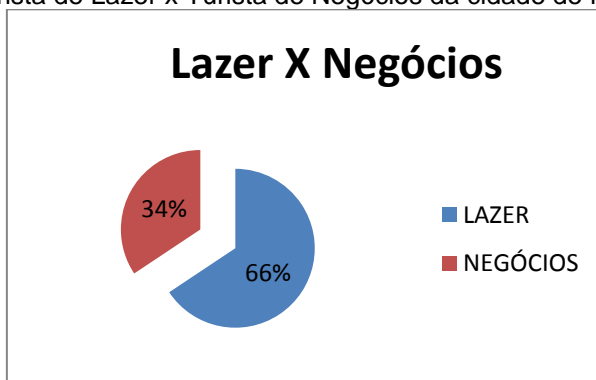
Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

15.3 TURISTA DE LAZER X TURISTA DE NEGÓCIOS

Diante da relevância dos turistas dos segmentos de lazer e negócios que afluem para Mogi, foi realizado um cruzamento de dados para traçar um perfil mais detalhado dos visitantes com essas motivações.

No Gráfico 42 vemos que, comparando os segmentos, 66% dos entrevistados se deslocaram para o município por motivos de lazer, atraídos por eventos, atrativos históricos culturais ou naturais, turismo rural, agroturismo ou turismo de aventura. Por outro lado, 34% vieram à cidade por motivos profissionais, seja para trabalho fixo ou para visitas esporádicas e temporárias.

Gráfico 42: Turista de Lazer x Turista de Negócios da cidade de Mogi das Cruzes

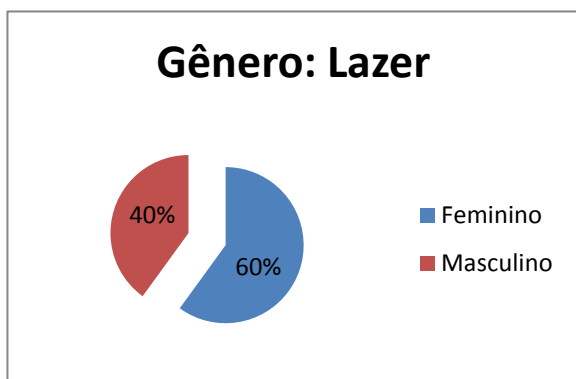


Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

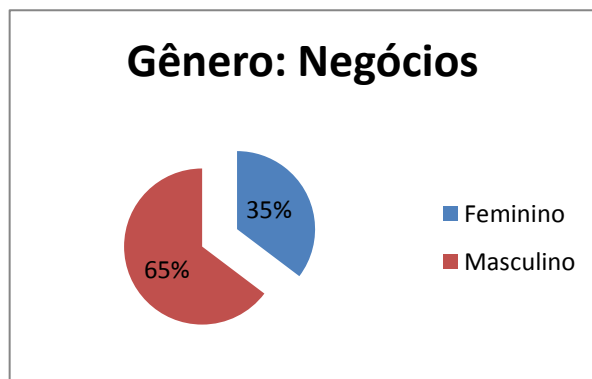
O gênero dos turistas de lazer e de negócios está indicado nos Gráficos 43 e 44. Nota-se que o público é 60% feminino e 40% masculino quanto à motivação lazer, e quanto a negócios ocorre praticamente o contrário: o público entrevistado é 65% masculino e 35% feminino.

Gráfico 44: Gênero do turista de lazer da cidade de Mogi das Cruzes

Gráfico 43: Gênero do turista de negócios da cidade de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

O local de origem dos turistas de negócios e lazer é principalmente a cidade de São Paulo e região do Alto Tietê, porém destacam-se também as cidades do interior e de fora do Estado como origem dos turistas de negócios. Gráficos 45 e 46 indicam estes resultados.

Gráfico 45: Local de origem do turista de lazer da cidade de Mogi das Cruzes

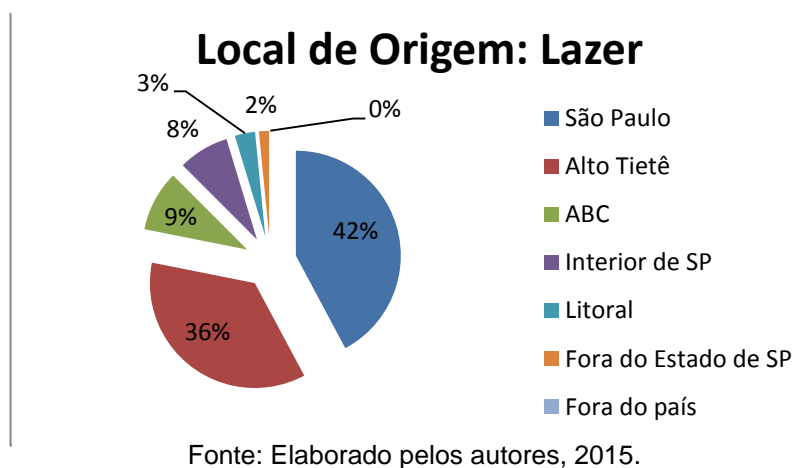
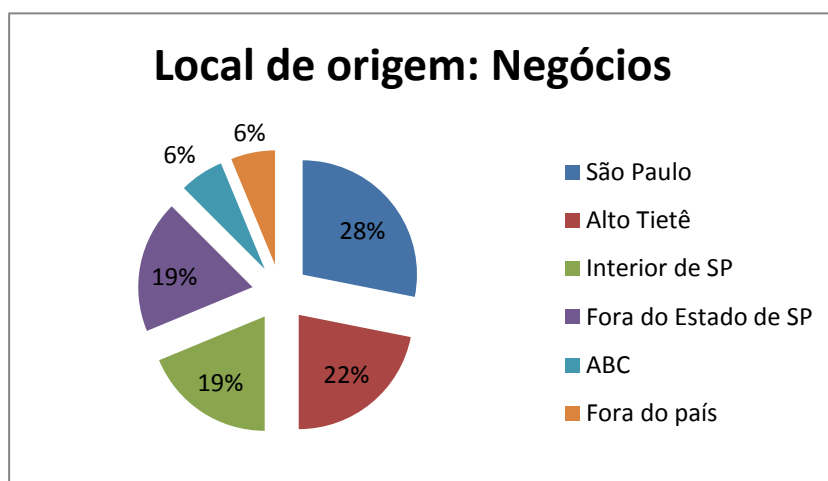
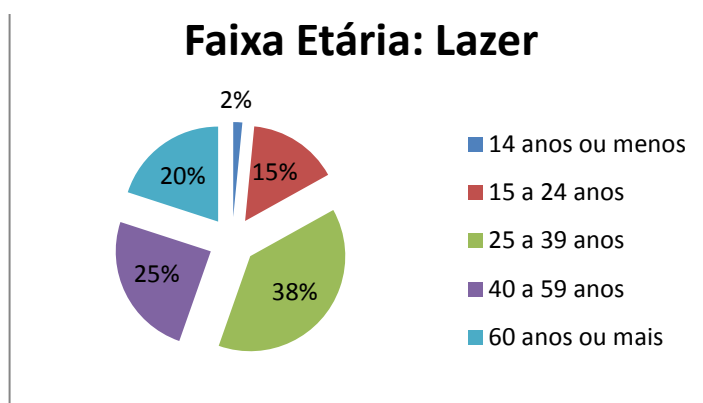


Gráfico 46: Local de origem do turista de negócios da cidade de Mogi das Cruzes



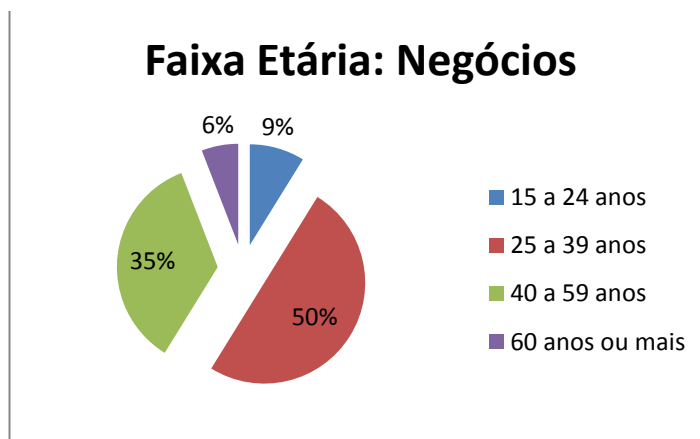
Nos Gráficos 47 e 48, a faixa de 25 a 39 anos é maior tanto para o fluxo dos turistas de lazer como de negócios. Entretanto, vemos que ela representa 50% do fluxo de negócios, seguida da faixa mais representativa de 40 a 59 anos. No fluxo de lazer vemos faixas mais distribuídas e também uma representatividade maior das pessoas com 60 anos ou mais. A partir desta observação, é válido destacar o potencial deste público para o desenvolvimento de ações mais voltadas a este segmento e que atendam esta faixa etária.

Gráfico 47: Faixa Etária do turista de lazer da cidade de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

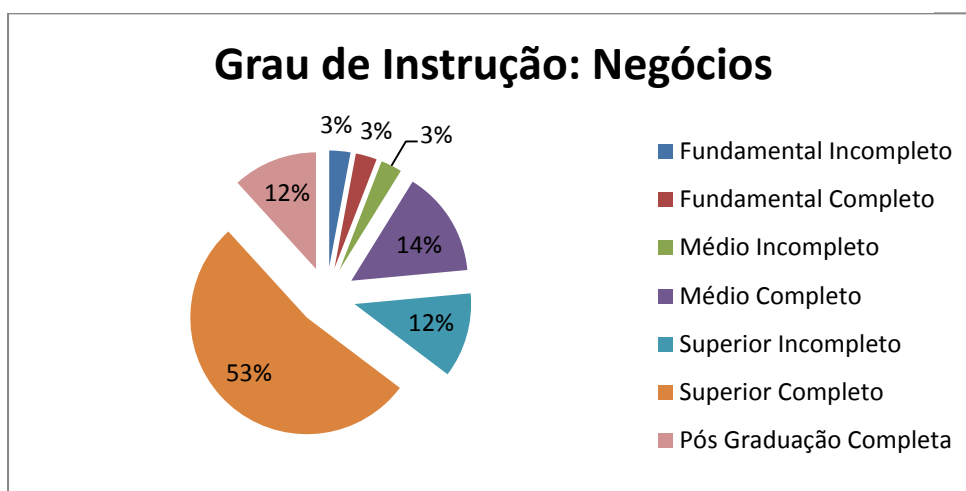
Gráfico 48: Faixa etária do turista de negócios de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

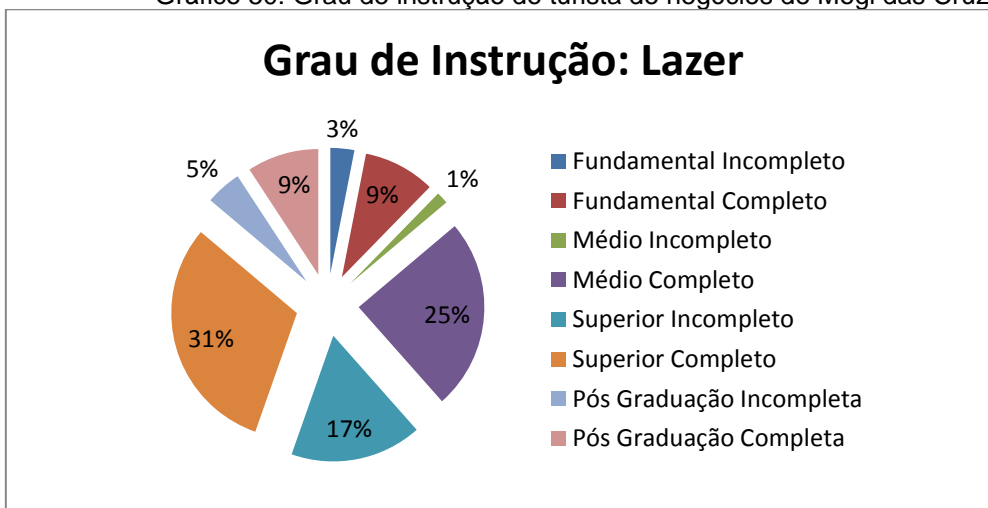
No Gráfico 50, novamente nota-se uma heterogeneidade maior no perfil do turista de lazer quanto ao grau de instrução. A maior parcela (35%) representa as pessoas com superior completo, seguido de médio completo (25%) e superior incompleto (17%). Para o turista de negócios, conforme o Gráfico 49, já nota-se uma predominância dos visitantes com superior completo, que representa 53% da amostra; e também indicação das pessoas com médio completo (14%) e superior incompleto e pós-graduação completa, ambos representando 12% dos entrevistados.

Gráfico 49: Grau de instrução do turista de lazer de Mogi das Cruzes



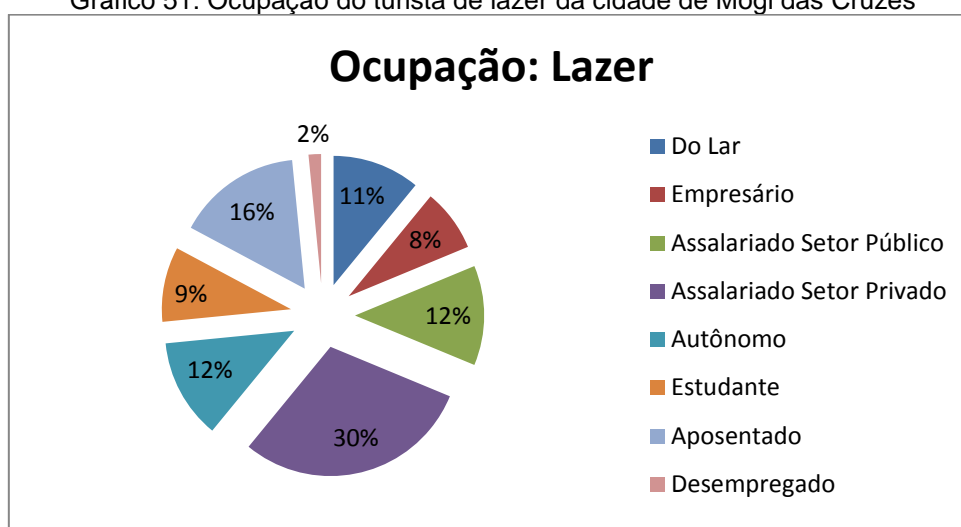
Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Gráfico 50: Grau de instrução do turista de negócios de Mogi das Cruzes



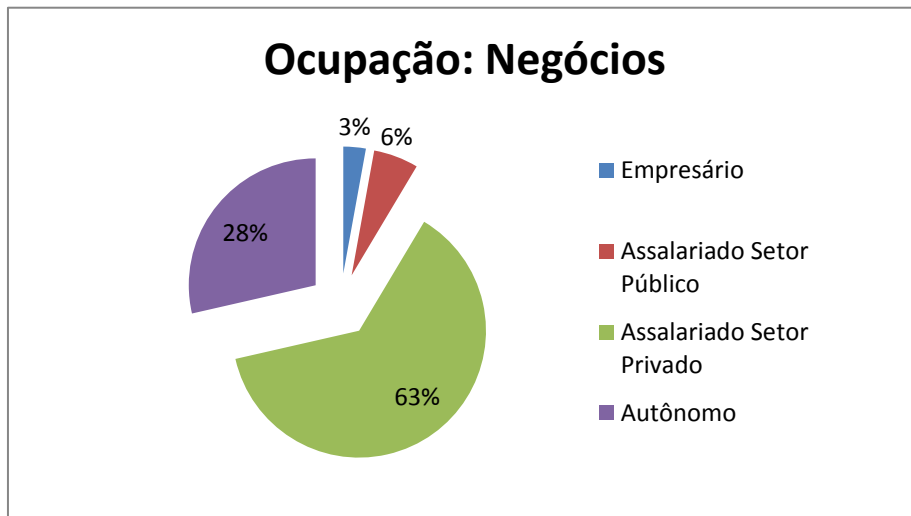
A grande maioria dos turistas de negócios são assalariados do setor privado (63%), profissionais autônomos representaram 28%, 6% responderam que são assalariados do setor público e 3% empresários. A ocupação do turista de lazer é mais variada, mas também tem como maior parcela os assalariados do setor privado (30%). Também há indicação de 16% de aposentados, autônomos (12%), assalariados do setor público (12%), 11% eram pessoas do lar, estudante representaram 9% e empresários 8%. Os Gráficos 51 e 52 referem-se à ocupação dos visitantes de lazer e negócios.

Gráfico 51: Ocupação do turista de lazer da cidade de Mogi das Cruzes



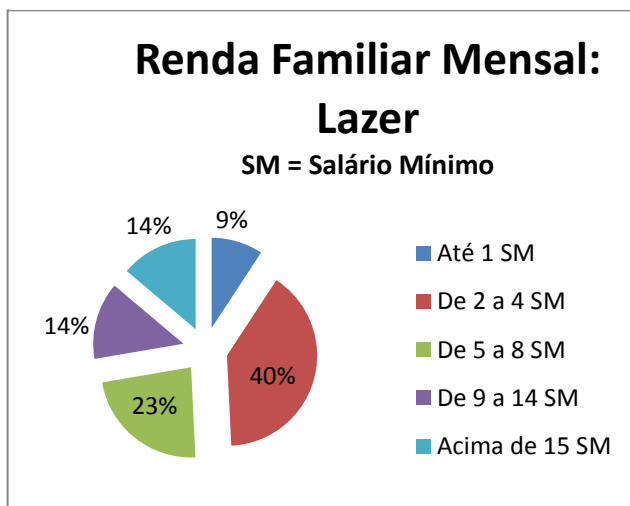
Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Gráfico 52: Ocupação do turista de negócios da cidade de Mogi das Cruzes



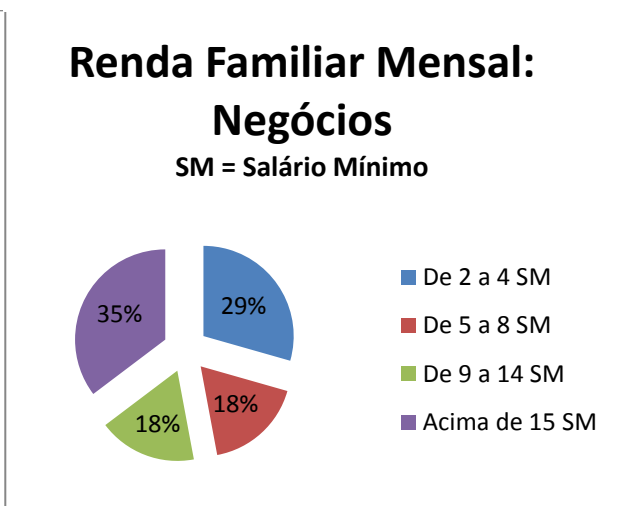
Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Gráfico 54: Renda familiar mensal do turista de lazer da cidade de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Gráfico 53: Renda familiar mensal do turista de negócios de Mogi das Cruzes



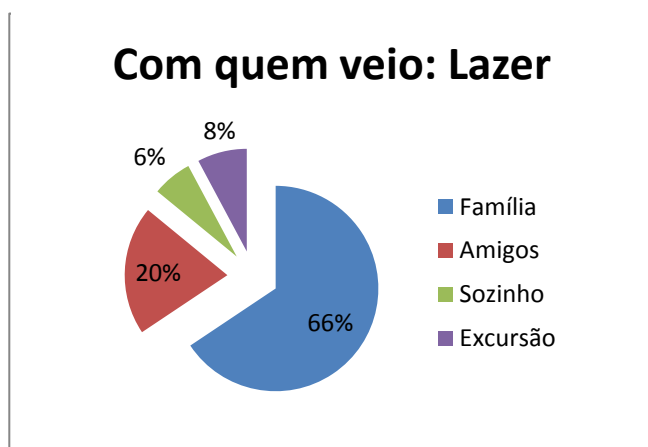
Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Como indicam os Gráficos 53 e 54, a renda familiar mensal maior entre os turistas de lazer está na faixa entre 2 a 4 salários mínimos (40%), seguida pela faixa de 5 a 8 salários mínimos (23%). Já a renda mensal, mais alta entre

os turistas de negócios está acima de 15 salários mínimos (35%). E 29% disseram estar na faixa de 2 a 4 salários mínimos e a faixa de 5 a 8 e 9 a 14 salários mínimos representam 18% cada.

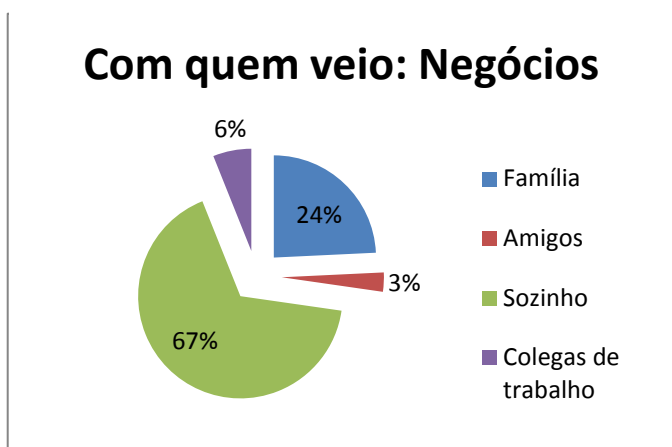
As pessoas que vieram por motivos de lazer à cidade estavam acompanhadas principalmente com o grupo familiar ou de amigos (66% e 20%, no Gráfico 56). Já os turistas de negócios (Gráfico 57) viajam majoritariamente sozinhos (67%), mas também existe uma parcela que vem acompanhada da família (24%) de colegas de trabalho (6%).

Gráfico 56: Acompanhante do turista de lazer a cidade de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Gráfico 55: Acompanhante do turista de negócios da cidade de Mogi das Cruzes.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

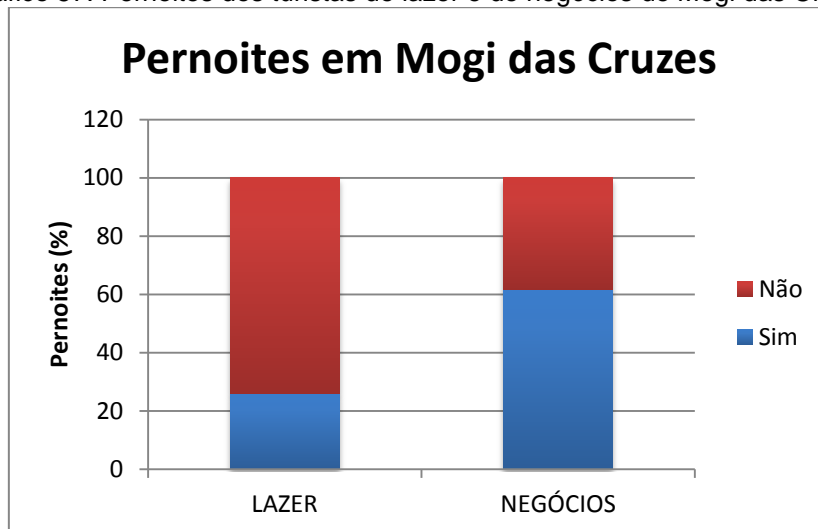
Como mostra o Gráfico 57, a parcela de visitantes a lazer que pernoitam na cidade de Mogi das Cruzes representa somente 26%, enquanto que a parcela do turista de negócios é maior, 62%.

Em relação aos turistas de lazer, calcula-se em média 1 a 2 diárias, enquanto que aqueles que só passam o dia no município permanecem em média 6 horas. A maior parte das pessoas optam pela casa de parentes e amigos (41%), os hotéis representam 23%, 12% indicaram o Resort Paradise e

o restante distribuiu-se entre pousadas, chácaras, camping ou segunda residência, conforme Gráfico 58.

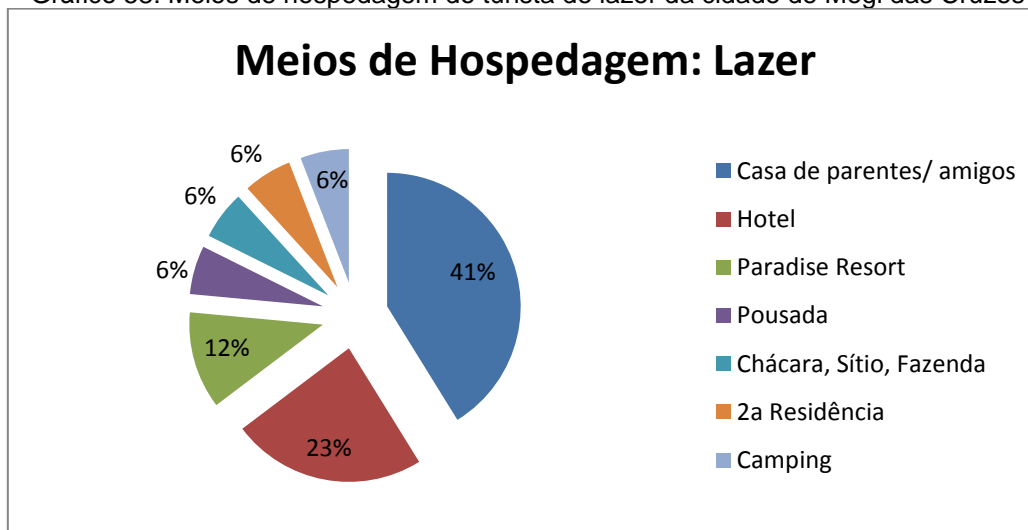
Dentre os turistas de negócios, calcula-se que permaneçam em média 3 a 4 noites, e quanto àqueles que não pernoitam, a média de permanência na cidade é de 7 horas. Prevalece a escolha de hotéis localizados no centro da cidade como meio de hospedagem.

Gráfico 57: Pernoites dos turistas de lazer e de negócios de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Gráfico 58: Meios de hospedagem do turista de lazer da cidade de Mogi das Cruzes

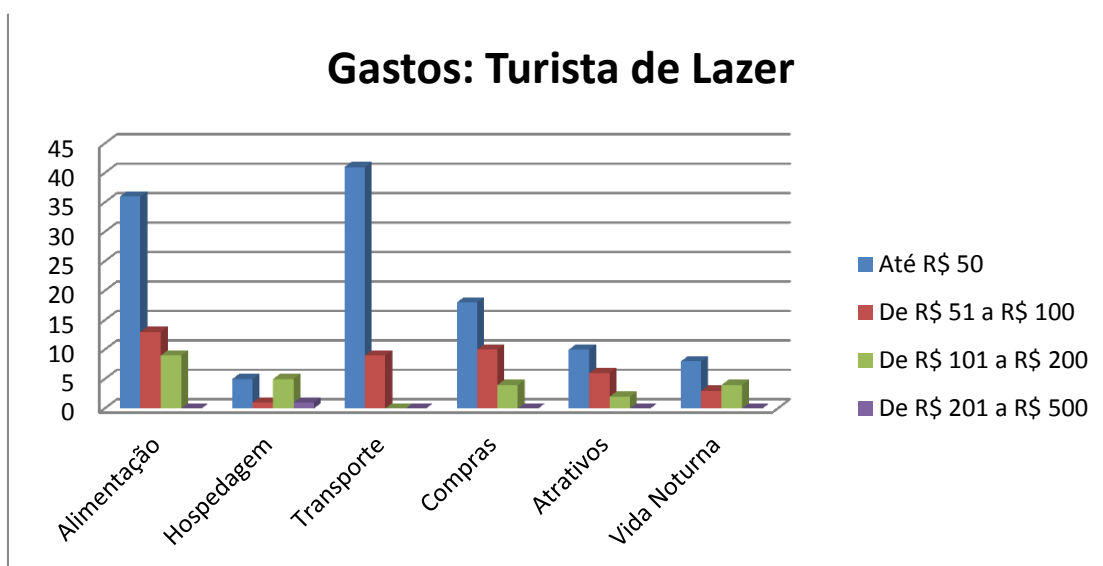


Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Os Gráficos 59 e 60 mostram os gastos do turista de lazer e de negócios. No caso dos turistas de lazer, os gastos são predominantemente com alimentação e transporte, concentrados em valores até R\$ 50,00 para cada categoria. Destaca-se também um pequeno gasto com compras, seguidos por gastos com atrativos e vida noturna.

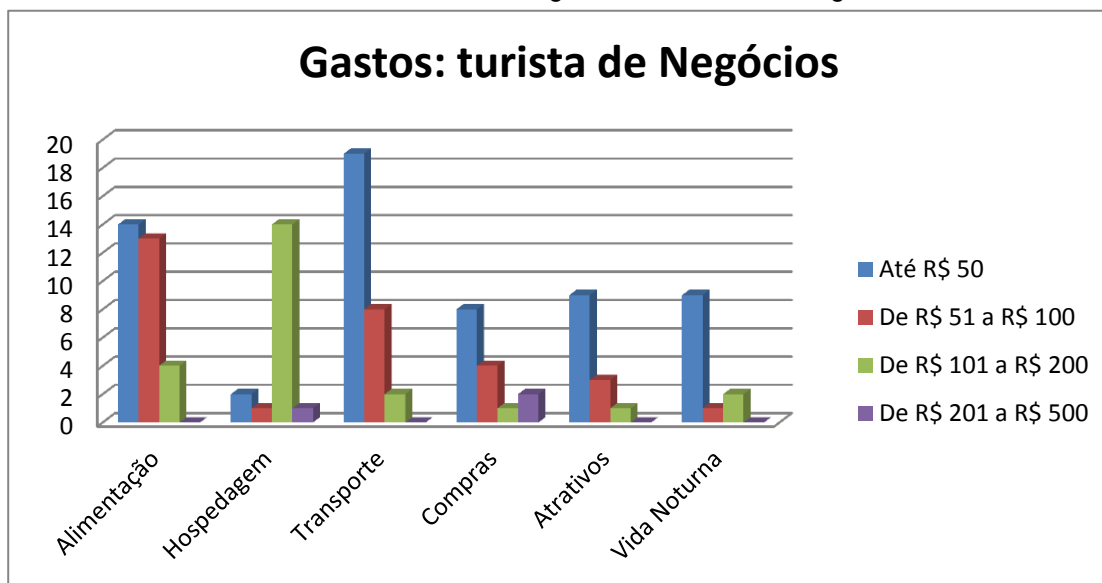
No caso dos turistas de negócios, os principais gastos são com hospedagem, alimentação e transporte dentro da cidade. Este perfil de turista gasta mais com compras, atrativos e vida noturna, se comparado com o perfil do visitante de lazer. Por conta deste público permanecer por mais tempo na cidade, é possível oferecer outras atividade durante seu tempo livre, podendo este ser um público potencial também para o segmento de lazer.

Gráfico 59: Gastos do turista de lazer da cidade de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Gráfico 60: Gastos do turista de negócios da cidade de Mogi das Cruzes



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

15.4 CONSIDERAÇÕES

De modo geral, o perfil do turista de Mogi das Cruzes é de visitantes provenientes, principalmente, da cidade de São Paulo e também da região do Alto Tietê. Como constatado anteriormente nas pesquisas de mercado e demanda estadual que constam neste plano, a cidade de São Paulo e a região metropolitana representam grande parte da demanda do Estado por viagens, devido a concentração de boa parte da população. O público que visita Mogi das Cruzes tem a faixa etária de 20 a 39 anos como mais representativa, onde a maioria se concentra entre assalariados do setor privado e os autônomos.

Destacaram-se nos questionários, os visitantes de lazer com foco em eventos da cidade, os visitantes de negócios, devido ao Parque Industrial do Taboão e da presença de grandes empresas na região, e também aqueles que possuem como motivação a visita a parentes e amigos. Tais visitantes são provenientes também, em sua maioria, de São Paulo e da região do Alto Tietê. Foi constatado que o turista de lazer permanece por pouco tempo e não gasta muito no município. Em contraponto, o turista de negócios permanece por mais tempo e tende a gastar mais no município, porém não desfruta dos atrativos turísticos ou os desconhece, não circulando muito por outras regiões além do trajeto do trabalho.

Outra constatação relevante dos questionários é a representatividade das pessoas com mais de 40 anos que apontaram a motivação de lazer para visitar o município. Também foi levantado o segmento do turismo de compras, partindo de cidades próximas do Alto Tietê e também da cidade de São Paulo, sendo este um possível potencial.

Conforme o Estudo de Turismo do Estado de São Paulo 2011-2012 citado, uma das características do mercado turístico estadual são as viagens independentes, planejadas pelos próprios visitantes, algo que pode ser atribuído a amostra dos visitantes de Mogi das Cruzes apresentada pelos questionários aplicados. Reconhece-se, no entanto, a existência de um público, principalmente do segmento de turismo rural e agroturismo, que organiza sua viagem por meio de agências e excursões.

O estudo da demanda, junto com demais levantamentos e análises do plano, serviu de apoio para traçar diretrizes e ações de forma mais assertiva, a fim de propor soluções de acordo com as prioridades e necessidades do município.

PARTE IV – ANÁLISE SWOT

A Matriz SWOT acrônimo para forças (*strenghts*), fraquezas (*weaknesses*), oportunidades (*opportunities*) e ameaças (*threats*), se dá a partir da análise dos fatores internos (forças e fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças). Em princípio foi utilizado por empresas, mas tem sido cada vez mais utilizado e adaptado aos destinos turísticos. Essa análise é essencial a qualquer planejamento estratégico de sucesso, por esse motivo a sobreposição das variáveis no eixo horizontal (pontos fortes e pontos fracos) e no eixo vertical (oportunidades e ameaça), como sugerido na figura a seguir, facilita a análise e futuras tomadas de decisão.

Figura 109: Matriz SWOT - Sobreposição

		Análise Externa	
		O(<i>opportunities</i>) - Oportunidades	T(<i>threats</i>) - Ameaças
Análise Interna	S(<i>strenghts</i>) – Pontos fortes	SO (maxi-maxi) Tirar o máximo partido dos pontos fortes para aproveitar ao máximo as oportunidades detectadas.	ST (maxi-mini) Tirar o máximo partido dos pontos fortes para minimizar os efeitos das ameaças detectadas.
	W(<i>weaknesses</i>) – Pontos fracos	WO (mini-maxi) Desenvolver as estratégias que minimizem os efeitos negativos dos pontos fracos e que em simultâneo aproveitem as oportunidades emergentes.	WT (mini-mini) As estratégias a desenvolver devem minimizar ou ultrapassar os pontos fracos e, tanto quanto possível, fazer face às ameaças.

Fonte: Universidade Federal do Mato Grosso, 2011.

Para que a Matriz SWOT seja utilizada com eficiência, pode-se aplicar métodos matemáticos a fim de identificar possíveis tendências e perfis de estratégias mais coerentes com a realidade do município. Sendo assim, foram

analisados os pontos fortes e fracos a partir do que foi coletado na fase de pesquisa de campo, considerando os objetivos de Mogi das Cruzes enquanto destino turístico. Ainda, examinaram-se também as oportunidades e ameaças que, apesar de influenciar o município, não estão sob seu controle.

Em seguida, definiram-se graus de importância para cada fator analisado, resultando em três categorias:

- **Categoria 3** – Muito relevante: elemento fundamental em termos de impacto e interesse em Mogi das Cruzes;
- **Categoria 2** – Relevante: elemento de importância relativa na cidade;
- **Categoria 1** – Pouco *relevante*: apesar de citados na matriz, não exercem impacto significativo no município.

No quadro a seguir são apresentadas as quatro dimensões e nomeadas entre parênteses como serão indicadas na matriz final. Assim temos FOR 1, que se refere ao primeiro elemento da variável força; FRA 7, que se refere ao sétimo elemento da variável fraqueza; OP 3, que se refere ao terceiro elemento da variável oportunidade e, finalmente, AM 6, que se refere ao sexto elemento da variável ameaça.

Tabela 46: Matriz SWOT – Mogi das Cruzes

FORÇAS	FRAQUEZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mogi para Mogianos: Poder público articulado ao empresariado (FOR1) 2. Acervo histórico-cultural amplo, detalhado e bem caracterizado por órgãos públicos (FOR2) 3. Diversidade de atrativos (FOR3) 4. Segunda maior comunidade japonesa do Brasil (FOR4) 5. Principal fornecedor de hortifrutigranjeiros do Estado de São Paulo – maior produtor nacional de produtos como caqui, cogumelo, nêspersas, orquídeas e ovos de codorna (FOR5) 6. COMTUR: a existência de um Conselho Municipal de Turismo deliberativo (FOR6) 7. Qualidade e diversidade de restaurantes (FOR7) 8. Acessibilidade: a existência de programas para pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida (FOR8) 9. Parque Industrial como gerador de turismo de negócios (FOR9) 10. Boa organização dos atrativos ecológicos / rurais (ASDETUR) (FOR10) 11. Variedade e ampla oferta dentro da área de atuação do segmento de turismo no meio rural (FOR11) 12. Comunicação entre os atrativos rurais (FOR12) 13. Presença do SENAR (FOR13) 14. Parque Centenário (FOR14) 15. Eventos de Lazer: Festa do Divino & Akimatsuri (FOR15) 16. Compras: atrai população regional (FOR16) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setor privado dependente do SENAR / SEBRAE / Coordenadoria de Turismo (FRA1) 2. Insuficiência de recursos humanos: baixa qualificação e dificuldade de recrutamento (FRA2) 3. Condições precárias das vias de acesso a alguns atrativos da zona rural (FRA3) 4. Falta de articulação sólida dos agentes receptivos (FRA4) 5. Trade: isolamento e dificuldade / inexistência da comunicação entre si e com os atrativos (FRA5) 6. Falta de organização e cooperação dos atrativos culturais público e privado (FRA6) 7. Distância entre os atrativos rurais e o centro da cidade (FRA7) 8. Fragilidade do sistema de telecomunicações nas áreas rurais (FRA8) 9. Observatório: Sistema de dados insatisfatório (FRA9) 10. Lei do Incentivo ao Turismo (lei dos 300 funcionários diretos residentes em Mogi das Cruzes - 2008) (FRA10) 11. COMTUR – desarticulação, falta de compromisso de parte de seus membros, falta de memória/registro das ações do Conselho. Embora paritário, há pouca participação da sociedade civil organizada e o poder público acaba assumindo a tomada de decisão (FRA11) 12. Desconhecimento do volume e perfil do turista que visita a cidade (FRA12) 13. Falta de curso de qualificação profissional em nível superior diretamente ligado a área de turismo (FRA13) 14. Planos Diretores de Água, Esgoto e Resíduos Sólidos, Programa “Recicla Mogi” e Ecopontos (FRA14) 15. Instabilidade dos produtos turísticos da cidade (FRA15) 16. Falta de aproveitamento do empresariado nos produtos turísticos oferecidos pelo município (FRA16) 17. Falta de comunicação das secretarias na compilação de um calendário turístico (FRA17) 18. Central de Informações Turísticas (FRA18) 19. Acessibilidade em geral (FRA19)
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bairro Liberdade (SP): Pólo emissor para Mogi (OP1) 2. Parceria com São Paulo Convention & Visitors Bureau para captação e distribuição de eventos em cidades parceiras (OP2) 3. O fluxo de negócios provenientes do Parque Industrial do Taboão como oportunidade de turismo de lazer (OP3) 4. Possibilidade de maximizar os fluxos de visitantes no segmento esportivos diante do calendário diversificado e relevante volume de pessoas atraídas (OP4) 5. Mobilização do <i>trade</i> a partir da qualificação da atuação do Observatório (OP5) 6. Ecoturismo nas UCs (OP6) 7. Expresso Turístico (OP7) 8. Desenvolvimento da Região Turística do Alto Tietê (OP8) 9. Represas do Alto Tietê: Aproveitamento das águas para turismo e lazer (OP9) 10. Oportunidade de divulgação da oferta turística local nos eventos grandes da cidade (OP10) 11. Eventos: Maximizar o aproveitamento dos espaços já existentes e em construção fora dos hotéis (OP11) 12. Cicloturismo: Crescimento do segmento e aproveitamento do espaço já existente na cidade (OP12) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Clima: muitas vezes impossibilita o acesso aos atrativos (AM1) 2. Crescimento de outras cidades industriais / empresariais como concorrentes (AM2) 3. Queda de empregos e crise econômica (AM3) 4. Baixa remuneração aos profissionais de Turismo (AM4) 5. Baixa qualificação profissional nos atrativos (AM5) 6. Transporte público não atende a demanda da cidade (AM6) 7. Rodovias possuem tráfego intenso em períodos de férias e feriados (AM7) 8. À medida que os projetos de turismo forem deliberados sob a responsabilidade da Coordenadoria de Turismo, e não do COMTUR, a troca da gestão pode se tornar uma ameaça (AM8)

- | | |
|---|--|
| <p>13. Eventos esportivos: calendário extenso e ampla oferta de esportes (OP13)</p> <p>14. Possibilidade de pleitear o status de Município de Interesse Turístico junto ao Governo do Estado de São Paulo nos termos da Lei Complementar Nº 1.261, de 29 de Abril de 2015. (OP14)</p> <p>15. O trânsito de estudantes na cidade provenientes do pólo universitário pode se constituir um público potencial para a atividade turística na cidade. (OP15)</p> | |
|---|--|

Fonte: elaborado pelos autores a partir de informações obtidas em levantamentos e sistematização de dados, visitas técnicas e oficinas colaborativas, 2014 e 2015.

Forças:

- 1) Mogi para Mogianos – Poder público articulado ao empresariado:** Integração percebida no programa Mogi para Mogianos. Nota-se a influência do programa na articulação dos interesses público e privado como, por exemplo, ajuda da Prefeitura com infraestrutura de acesso aos atrativos turísticos que integram o roteiro.
- 2) Acervo histórico-cultural amplo, detalhado e bem caracterizado por órgãos públicos:** Mogi das Cruzes possui dois patrimônios tombados em escala nacional pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), além de outros patrimônios tombados em escala estadual pelo CONDEPHAAT (Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico) e municipal pelo COMPHAP (Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico-Cultural, Artístico e Paisagístico de Mogi das Cruzes). O fato de existirem patrimônios tombados pelo IPHAN valoriza a cidade e pode fortalecer o segmento histórico-cultural.
- 3) Diversidade de atrativos:** Mogi possui atrativos potenciais em diversos segmentos que abrangem, principalmente, modalidades de turismo de aventura, histórico-cultural, rural, ecológico, ecoturismo, cicloturismo e eventos.
- 4) Segunda maior comunidade japonesa do Brasil:** A cidade possui diversas associações e eventos que são referência em todo o país e que atraem um público significativo como, por exemplo, Bunkyo, Akimatsuri, Furusato Matsuri. Busca-se valorizar essa identidade através de exposições, celebrações e incentivo à permanência da cultura japonesa no município. Posto que a maioria dos proprietários dos atrativos rurais é de origem japonesa, destaca-se o cultivo da cultura na agricultura, como no cuidado com a terra e com a plantação.
- 5) Principal fornecedor de hortifrutigranjeiros do Estado de São Paulo - maior produtor nacional de produtos como caqui, cogumelo, nêspers, orquídeas e ovos de codorna:** A cidade de Mogi das Cruzes está inserida no "Cinturão Verde" e destaca-se por ser a maior produtora de hortifrutigranjeiros do Estado de São Paulo. Para obter segunda fonte de

renda, muitas propriedades rurais estão entrando para a atividade turística no segmento de agroturismo, oferecendo produtos formatados que exploram a produção desses alimentos. Percebe-se que a demanda tende a crescer, visto que cada vez mais a população dos grandes centros urbanos busca contato com áreas rurais. Muitas propriedades, apesar de ter potencial, desconhecem a possibilidade de desenvolver o agroturismo como forma de incrementar a sua renda.

- 6) COMTUR – a existência de um Conselho Municipal de Turismo deliberativo:** O Conselho Municipal de Turismo tem como principal função a participação dos principais agentes que atuam no *trade* turístico da cidade de Mogi das Cruzes para o seu desenvolvimento. É um importante espaço de discussão sobre o progresso turístico e a elaboração de projetos de interesses do *trade* e da cidade. Embora a existência do Conselho seja um ponto de força, sua simples presença não é suficiente, logo, é necessário qualificar suas ações.
- 7) Qualidade e diversidade de restaurantes:** Mogi oferece não só uma ampla oferta no setor de alimentos e bebidas, como também oferece exemplares da culinária regional.
- 8) Acessibilidade – a existência de programas para pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida:** Existem grupos de Turismo e Acessibilidade (Deficiente Ciente, Brasil para Todos e Turismo Adaptado) que visam melhorar e possibilitar o Turismo Acessível no Brasil. Atualmente, 14,5% da população brasileira possui alguma deficiência, e na população mogiana, cerca de 23%. A Coordenadoria da Pessoa com Deficiência e Mobilidade Reduzida (COPEDE) foi criada em 2009 com o objetivo de promover a inserção social e criar condições de vida melhores para as pessoas com deficiência. Existem programas de inclusão em Mogi, além de uma forte presença do paradesporte, possuindo equipes campeãs de basquete em cadeira de rodas, futebol de amputados e atletismo. Possui o Centro Paradesportivo Professor Cid Torquato, complexo para pessoas com deficiência física, visual e intelectual em diversas modalidades paradesportivas, tais como: basquete, voleibol sentado, futsal, futebol de

cinco, bocha, handebol, rúgbi e judô, e o Parque Centenário terá jardim sensorial. Porém, ainda vemos poucos ônibus adaptados e, também, poucos pisos táteis, assim como calçadas estreitas e impróprias para pessoas com mobilidade reduzida.

9) Parque Industrial como gerador de turismo de negócios: O turismo de negócios é um segmento consolidado na cidade de Mogi das Cruzes devido à contribuição do Parque Industrial do Taboão que abriga grandes multinacionais como General Motors e Kimberly Clark. Ao analisar a presença de grandes empresas neste pólo industrial, é possível identificar que este público movimentava receitas no setor de hospedagem, eventos, alimentos e bebidas, entretenimento e, em alguns casos, produtos turísticos. Além disso, é possível comprovar a importância deste segmento para o desenvolvimento turístico da cidade através de dados da Estrutura Hoteleira, disponíveis no Observatório de Turismo, em que 80% dos turistas têm o negócio como principal motivação.

10) Boa organização dos atrativos ecológicos / rurais (ASDETUR): Observe-se a ascensão, capacitação, união e integração da ASDETUR (Associação dos Empresários de Turismo Rural), hoje com dezoito associados e estruturação bem definida. Buscam trabalhar para o desenvolvimento do segmento de turismo rural de forma sustentável e concisa. Atualmente, a organização já possui site oficial, página no Facebook e material impresso promocional, além de serem membros do COMTUR.

11) Variedade e ampla oferta dentro da área de atuação do segmento de turismo no meio rural: De acordo com as peculiaridades de cada atrativo, busca-se oferecer produtos diversos e bem formatados, com alimentação e, em alguns casos, hospedagem.

12) Comunicação entre os atrativos rurais: A comunicação entre os proprietários dos atrativos rurais acontece de forma efetiva – interagem através do compartilhamento de experiências e buscam ajuda mútua.

13) Presença do SENAR: O SENAR (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural), presente no município desde 2006, oferece anualmente e regularmente capacitação para os empresários do turismo rural. Esta capacitação "Turismo

Rural, agregando valor a sua propriedade" possui dez módulos e acontece de março a dezembro.

- 14) **Parque centenário:** A partir do questionário de demanda aplicado na cidade, percebeu-se que o Parque Centenário está na memória dos visitantes.
- 15) **Eventos de Lazer – Festa do Divino & Akimatsuri:** A partir do questionário de demanda aplicado na cidade, percebeu-se que os eventos de lazer, principalmente a Festa do Divino e o Akimatsuri, estão presentes na memória dos visitantes.
- 16) **Compras – atrai a população regional:** A partir do questionário de demanda, percebeu-se que uma das motivações dos que visitam a cidade são as compras. Pela localização privilegiada e a presença do Shopping Center, Mogi das Cruzes atrai principalmente a população regional.

Fraquezas:

- 1) **Setor privado dependente do SENAR / SEBRAE / Coordenadoria de Turismo:** Alta dependência do setor privado com essas organizações. O setor privado não se mobiliza voluntariamente para atingir um objetivo comum. A falta de iniciativa, em muitos casos, acarreta no cancelamento de eventos potenciais e o não aproveitamento de oportunidades importantes como, por exemplo, o Festival Gastronômico.
- 2) **Insuficiência de recursos humanos - baixa qualificação e dificuldade de recrutamento:** Existe carência de funcionários qualificados em diferentes estabelecimentos que envolvem o *trade*, bem como de preparação dos mesmos nas atividades competentes. Quando o profissional possui qualificação superior, tende a sair de Mogi das Cruzes em busca de melhores oportunidades nas cidades vizinhas, principalmente na capital do estado.
- 3) **Condições precárias das vias de acesso a alguns atrativos da zona rural:** As vias de acesso para algumas regiões encontram-se, muitas vezes, em péssimo estado de conservação, ou ainda não asfaltadas, o que dificulta - ou até mesmo impossibilita - a ida aos atrativos, uma vez que ônibus e veículos pesados não conseguem acesso. Em diversos casos, o acesso aos atrativos depende do clima, já que a chuva torna muitas estradas intransitáveis.

- 4) Falta de articulação sólida dos agentes receptivos:** O setor receptivo carece de articulação sólida entre os envolvidos, como uma associação, por exemplo, que intermedeie os diferentes agentes e organize estruturalmente o turismo receptivo de Mogi das Cruzes. Até o presente momento, as duas agências que tentaram atuar na área eram emissivas: a Descobrindo Mogi oferece serviços a partir de agendamento e tem dificuldade de se firmar na área, pois seus idealizadores não se disponibilizaram totalmente para desenvolvê-lo. Assim, tornam-se dependentes de recursos de terceiros, principalmente da Prefeitura; a empresa Brasil Adventures Sports elaborou materiais completos para prestar serviços no segmento de ecoturismo e turismo de aventura, porém, a empresa arquivou o projeto, já que além de não haver perspectiva de retorno aos seus investimentos, teve problemas com a prefeitura e com a falta de unidade no mercado. Além destas, localizamos a agência Turismo Mogiano, que atualmente opera receptivo e oferece opções de turismo rural, cultural, religioso, ecológico, pedagógico, eventos turísticos e culturais na cidade. Há dois pontos a serem melhor aproveitados para a atração de turistas à cidade: I) a captação dos turistas que vão ao resort Paradise; II) e as rotas turísticas que Mogi das Cruzes integram juntamente com cidades próximas.
- 5) Trade: isolamento e dificuldade / inexistência da comunicação entre si e com os atrativos:** A partir do diagnóstico, percebeu-se que não há uma clara rede de comunicação entre os agentes envolvidos com o turismo da cidade. O diálogo é precário, falta uma plataforma sólida para estabelecer uma rede eficaz com o *trade* e setores a ele relacionados. A conversa do setor público com esse *trade* também é pouco efetiva e o setor de A&B não está articulado de maneira eficiente. Não há cooperação entre os empresários, exceto entre os atrativos rurais. Com outros segmentos, a comunicação também é deficiente.
- 6) Falta de organização e cooperação dos atrativos culturais público e privado:** Os atrativos culturais não se comunicam com intuito de constituir um roteiro que possa fortalecê-los, ou seja, trabalham isolados. E o mais grave é a falta de comunicação com o público, não existe divulgação ou comunicação

externa. O visitante tem dificuldade de encontrar informações sobre horário de funcionamento, preço (quando não é gratuito) ou informações sobre exposições e atividades extras.

- 7) Distância entre os atrativos rurais e o centro da cidade:** Os atrativos rurais encontram-se distantes uns dos outros e também estão longe da região central da cidade, dificultando o deslocamento entre os atrativos e o centro, especialmente para aquele turista que chega a Mogi das Cruzes por meio do Expresso Turístico e não tem à disposição um meio de transporte particular.
- 8) Fragilidade do sistema de telecomunicações nas áreas rurais:** Percebe-se dificuldade na comunicação com os proprietários dos atrativos em zonas rurais devido à falta de sinal nos locais mais distantes do centro de Mogi das Cruzes, impossibilitando o acesso às redes sociais, aos e-mails e, inclusive, à comunicação via telefone.
- 9) Observatório - Sistema de dados insatisfatório:** O Observatório de Turismo de Mogi das Cruzes não mantém pesquisas constantes, sistemáticas e atualizadas sobre o turismo da cidade. As pesquisas são esporádicas e não seguem uma norma metodológica, o que dificulta o diagnóstico sobre a demanda, sua análise estatística e a formulação de medidas para fortalecer o turismo de Mogi das Cruzes.
- 10) Lei de Incentivo ao Turismo (lei dos 300 funcionários diretos residentes em Mogi - 2008):** Grande parte dos microempreendedores do município não é beneficiada pela Lei de Incentivo ao Turismo existente. Aplica-se apenas a estabelecimentos que possuem mais de 300 funcionários diretos residentes em Mogi das Cruzes, perfil no qual apenas o Paradise Golf&Lake Resort se enquadra.
- 11) COMTUR – desarticulação, falta de compromisso de parte dos seus membros, falta de memória / registro das ações do Conselho. Embora paritário, há pouca participação da sociedade civil organizada e o poder público acaba assumindo a tomada de decisão:** O COMTUR realiza suas reuniões mensais às primeiras sextas-feiras do mês. Contudo, há pouco conhecimento por parte dos envolvidos que poderiam participar desse debate aberto. Além disso, nota-se que o registro das ações do Conselho é precário.

Percebe-se, ainda, que muitos proprietários de estabelecimentos desconhecem a rotina de encontros, o que revela falta de comunicação entre o *trade*, já citada anteriormente.

12) Desconhecimento do volume e perfil do turista que visita a cidade: Como não há nenhum tipo de controle do volume de visitantes que chega à cidade, nem conhecimento sobre seu perfil, pode faltar um ajuste do foco das ações tomadas pelo poder público. A realização desse tipo de pesquisa possibilita a visualização mais precisa de quem são as pessoas que visitam a cidade, suas necessidades e percepções do turismo local.

13) Falta de curso de qualificação profissional em nível superior diretamente ligado a área de turismo: Nenhuma das Instituições de ensino superior tem cursos diretamente relacionados à área de turismo. Os únicos cursos relacionados à área são os de Eventos e de Agências de Turismo (nível técnico). A falta de cursos gera uma carência de mão de obra especializada para o setor e os profissionais com curso técnico optam por trabalhar em São Paulo devido à melhores oportunidades. Com relação ao Instituto CRESCER, não foram encontradas informações sobre os ex-alunos do local, o que torna difícil traçar um panorama deste programa.

14) Planos Diretores de Água, Esgoto e Resíduos Sólidos, Programa "Recicla Mogi" e Ecopontos: São necessárias melhorias no saneamento básico e na reciclagem dos resíduos urbanos, além de planos de água e esgoto que efetivamente cubram a defasagem atual do atendimento, principalmente nas regiões rurais, onde o saneamento é menos funcional.

15) Instabilidade dos produtos turísticos da cidade: Apesar da grande diversidade de produtos turísticos existente em Mogi, quando analisadas questões como infraestrutura e conservação, por exemplo, poucos produtos podem ser considerados consolidados.

16) Falta de aproveitamento do empresariado nos produtos turísticos oferecidos pelo município: Grandes eventos como o Akimatsuri e Furusato Matsuri não são bem aproveitados pelo *trade*: a busca por parcerias, apoios e/ou divulgação conjunta são mobilizações minimamente realizadas pelo empresariado durante os eventos de grande porte.

- 17) Falta de comunicação das secretarias na compilação de um calendário turístico:** Existe a necessidade de um calendário turístico que contemple eventos de outras secretarias, como a de Esporte, e também eventos particulares sem a participação da prefeitura. Para entrar no calendário turístico da cidade, é preciso que o evento tenha apoio ou patrocínio da prefeitura de Mogi das Cruzes primeiramente, ou seja, eventos independentes, mesmo que bem qualificados e com potenciais, não podem entrar no calendário oficial da cidade, isso caracteriza-se como um ponto de fraqueza.
- 18) Central de Informações Turísticas:** A partir do questionário de demanda, percebeu-se a ineficácia da Central de Informações Turísticas.
- 19) Acessibilidade em geral:** A partir do questionário de demanda, percebeu-se que os turistas não estão satisfeitos com a acessibilidade local.

Oportunidades:

- 1) Bairro da Liberdade (SP) - pólo emissor para Mogi:** O fato de Mogi das Cruzes abrigar a segunda maior comunidade japonesa do Brasil e a proximidade com a maior delas, no bairro da Liberdade, caracteriza-se como uma possibilidade para formulação de produtos relacionados à cultura japonesa e/ou aprimorar a promoção do Parque Centenário da Imigração Japonesa para atrair esse público potencial que se identificaria com os atrativos oferecidos.
- 2) Parceria com o São Paulo Convention & Visitors Bureau para captação e distribuição de eventos em cidades parceiras:** O projeto Cidades Associadas, do São Paulo Convention & Visitors Bureau, objetiva complementar a oferta de espaços de hospedagem, eventos e entretenimento da cidade de São Paulo e ampliar as oportunidades fora dos limites da metrópole. Mogi está entre as 68 cidades parceiras.
- 3) O fluxo de negócios provenientes do Parque Industrial do Taboão como oportunidade de turismo de lazer:** A localização do município frente ao complexo do Parque Industrial do Taboão proporciona o desenvolvimento da economia local e se constitui em um importante pólo gerador de fluxo turístico

para Mogi. Desta forma, é importante aproximar as ações do receptivo às demandas dos visitantes do Parque Industrial.

- 4) Possibilidade de maximizar os fluxos de visitantes no segmento esportivos diante do calendário diversificado e relevante volume de pessoas atraídas:** O calendário oficial da Secretaria de Esportes oferece grande diversidade de modalidades e jogos que movimentam o município e as cidades próximas. As atividades esportivas variam desde as mais conhecidas hoje - como futebol, vôlei e basquete - até outras com menor visibilidade, como bocha e damas. Dentre os eventos que mais possuem apelo turístico, os jogos da NBB (Novo Basquete Brasil) são de grande destaque, atraindo moradores de toda a região do Alto Tietê e lotando o ginásio de Mogi frequentemente. Existem, também, campeonatos brasileiros e estaduais de *mountain bike*, circuitos de aventura e trilhas que motivam a visita de praticantes e admiradores de todas as regiões. Além de caracterizar-se como sendo uma força de Mogi, entende-se que também se constitui em uma oportunidade, na medida em que há espaço para ampliar a permanência deste público, qualificando sua estada para além dos jogos.
- 5) Mobilização do *trade* a partir da qualificação da atuação do Observatório:** A criação de uma divisão de pesquisas e estudos dentro da Coordenadoria de Turismo ajudaria na identificação e elaboração de futuros diagnósticos do fluxo de turistas / visitantes no município de Mogi das Cruzes. A partir destes dados é possível formatar e criar novos produtos turísticos, assim como mensurar impactos da atividade na economia local. Com pesquisas recorrentes é possível estabelecer projeções e tendências.
- 6) Ecoturismo nas UCs:** Mogi está rodeada por Unidades de Conservação que recebem auxílio da Fundação Florestal (uma instituição estadual) e também contam com apoio federal, através de “leis de incentivo”, e ajuda de diversas associações. Estes espaços constituem uma grande oportunidade para o desenvolvimento de atividades, bem como de produtos e serviços, que fomentam o desenvolvimento sustentável.
- 7) Expresso Turístico:** O Expresso Turístico consitui-se em oportunidade para aquecer o fluxo turístico da cidade. Saindo de São Paulo, o expresso carrega

um número considerável de visitantes, que podem conhecer mais sobre a cultura e o patrimônio diversificado da cidade de Mogi das Cruzes.

- 8) Desenvolvimento da Região Turística do Alto Tietê:** A Região do Alto Tietê é uma das regiões em desenvolvimento econômico e com expansão no setor de serviços e indústrias, além da possuir importância hidrográfica e ambiental. A integração e participação efetiva dos municípios, principalmente de Mogi das Cruzes, são fundamentais para seu sucesso enquanto "região turística". A criação do Circuito Turístico das Nascentes é um dos primeiros passos para a formatação de um produto turístico regional, sendo fundamental a participação do Governo do Estado de São Paulo. Como o atual secretário de turismo pertence à região, seria oportuno investir no turismo regional e pleitear incentivos nesse sentido.
- 9) Represas do Alto Tietê - Aproveitamento das águas para turismo e lazer:** Ao analisar a bacia hidrográfica em esfera regional, é possível visualizar a oportunidade para o turismo náutico e demais atividades de lazer. Isso dada a importância na Região Turística do Alto Tietê e pelos rios que abastecem a Bacia do Alto Tietê.
- 10) Oportunidade de divulgação da oferta turística local nos eventos grandes da cidade:** Os eventos municipais que atraem grande fluxo de visitantes são oportunidades para os agentes da oferta turística de Mogi das Cruzes se mobilizarem, apoiarem e participarem a fim de divulgar seus produtos aos que visitam. Nesse sentido, percebe-se que esses seriam estimulados a complementar sua visita após o evento ou numa eventual segunda ida à cidade.
- 11) Eventos: Maximizar o aproveitamento dos espaços já existentes e em construção fora dos hotéis:** Eventos realizados em centros de convenções fora dos hotéis implicam na maximização do fluxo no território, através dos turistas de negócios, estimulando-os a conhecerem a cidade durante o tempo livre.
- 12) Cicloturismo - Crescimento do segmento e aproveitamento do espaço já existente na cidade:** Apesar do intento na montagem de rotas cicloturísticas na cidade, em muitos dos trechos o problema enfrentado é a sinalização.

Nesse sentido, o cicloturismo passa a ser uma oportunidade, uma vez que é um segmento crescente na região - e, em alguns casos, as rotas contemplam mais de uma cidade como, por exemplo, Santo André e São Bernardo do Campo.

13)Eventos esportivos - calendário extenso e ampla oferta de esportes: Os eventos esportivos movimentam as cidades e os estados próximos como, por exemplo, os jogos da NBB (Novo Basquete Brasil), os campeonatos de tênis realizados no Kosmos Clube e os campeonatos de skate realizados no Mogi Skate Park. Apesar de serem bons atrativos para o município, não possuem apelo turístico, podendo ser melhor aproveitados.

14)Possibilidade de pleitear o status de Município de Interesse Turístico junto ao Governo do Estado de São Paulo nos termos da Lei Complementar Nº 1.261, de 29 de Abril de 2015: Com a criação da Lei Complementar Nº1.261, de 29 de Abril de 2015 fica estabelecido o aumento da participação de municípios e estâncias de interesse turístico do Estado de São Paulo no Fundo de Melhorias das Estâncias. Para o ano de 2015 o Fundo está estimado em R\$268 milhões. A cidade de Mogi das Cruzes pode pleitear a classificação de Município de Interesse Turístico por ter os seguintes requisitos dispostos na lei: fruir de potencial turístico; dispor de infraestrutura básica, além de serviços e equipamentos turísticos; possuir um Plano Diretor e um Conselho Municipal de Turismo.

15)O trânsito de estudantes na cidade provenientes do pólo universitário pode se constituir um público potencial para a atividade turística na cidade: Entende-se que o fluxo proveniente do pólo universitário constitui-se numa oportunidade, uma vez que retornam ao município para eventos e atrativos voltados ao público jovem.

Ameaças:

1) Clima: muitas vezes impossibilita o acesso aos atrativos: Um fator negativo observado no município é a grande incidência de chuvas, podendo inviabilizar o acesso aos atrativos rurais.

- 2) Crescimento de outras cidades industriais / empresariais como concorrentes:** O crescimento de outras cidades do interior do Estado de São Paulo nos setores industrial/empresarial tem provocado a transferência das grandes empresas de Mogi para essas cidades, impactando diretamente no fluxo de turismo de negócios, responsável por parte da ocupação hoteleira local.
- 3) Queda de empregos e crise econômica:** Apesar do expressivo aumento no número de empregos verificado entre 2006 e 2010, o salário médio mensal, calculado em salários mínimos, caiu progressivamente entre 2006 e 2010. Em relação ao restante do Estado de São Paulo, em 2000, a renda per capita do município era de 2,55 salários mínimos, um pouco abaixo da média estadual, que era de 2,92 salários mínimos.
- 4) Baixa remuneração aos profissionais de Turismo:** Apesar dos diversos segmentos existentes no setor de turismo da cidade como, por exemplo, a oferta de hotéis e atrativos culturais, os profissionais são mal remunerados e buscam melhores condições profissionais em São Paulo. Essa má remuneração associada à proximidade com a capital, faz com que o município perca diversos profissionais capacitados para essa área.
- 5) Baixa qualificação profissional nos atrativos:** Com exceção dos profissionais que atuam no Turismo Rural, percebe-se que grande parte dos profissionais dos hotéis, museus e restaurantes não são qualificados. Não dominam outros idiomas e carecem de cursos específicos.
- 6) Transporte público não atende a demanda da cidade:** Há falta de táxis para quem chega à cidade, bem como para o atendimento dos moradores na cidade, uma vez que, dependendo da região, os taxistas não atendem a chamada. O transporte público não atinge a área territorial de forma satisfatória, o que torna o deslocamento por ela longo e demorado, além da superlotação nos horários de pico do transporte público, tanto municipal quanto do Sistema de Transporte da RMSP (Estadual).
- 7) Rodovias possuem tráfego intenso em períodos de férias e feriados:** Durante os períodos de férias e feriado, as vias de acesso não comportam o tráfego de veículos da região. Ainda, as rodovias de acesso à Mogi, que são

oriundas de São Paulo, conectam ao litoral norte, o que acarreta enormes congestionamentos. Na parte central da cidade, as vias são estreitas, o que impede veículos maiores de circularem pela região de forma rápida, e obriga a circulação de um maior número de veículos menores, causando, assim, um maior congestionamento nas vias no horário de pico.

- 8) À medida que os projetos de turismo forem deliberados sob a responsabilidade da Coordenadoria de Turismo e não do COMTUR, a troca da gestão pode se tornar uma ameaça:** A mudança de gestão influencia, também, a mudança de interesses e preocupações da Coordenadoria em seus projetos. Este caso pode se tornar uma ameaça se os projetos de turismo se mantiverem através da administração da Coordenadoria, ao invés do COMTUR, uma vez que este poderia tomar as decisões e acompanhar os projetos de diferentes gestões.

16 CATEGORIZAÇÃO E CRUZAMENTO DAS VARIÁVEIS

Após o levantamento dos elementos da Matriz SWOT, os mesmos foram categorizados de acordo com os três níveis explicados anteriormente: muito relevante (3), relevante (2), pouco relevante (1).

Tabela 47: Categorização das Forças

FORÇAS	CATEGORIZAÇÃO
1. Mogi para Mogianos: Poder público articulado ao empresariado.	1 – Pouco relevante
2. Acervo histórico-cultural amplo, detalhado e bem caracterizado por órgãos públicos.	2 – Relevante
3. Diversidade de atrativos.	3 – Muito relevante
4. Segunda maior comunidade japonesa do Brasil.	3 – Muito relevante
5. Principal fornecedor de hortifrutigranjeiros do Estado de São Paulo – maior produtor nacional de produtos como caqui, cogumelo, nêspersas, orquídeas e ovos de codorna.	2 – Relevante
6. COMTUR: a existência de um Conselho Municipal de Turismo deliberativo.	1 – Pouco relevante
7. Qualidade e diversidade de restaurantes.	1 – Pouco relevante
8. Acessibilidade: a existência de programas para pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida.	1 – Pouco relevante
9. Parque Industrial como gerador de turismo de negócios.	2 – Relevante
10. Boa organização dos atrativos ecológicos / rurais (ASDETUR).	3 – Muito relevante

11. Variedade e ampla oferta dentro da área de atuação do segmento de turismo no meio rural.	3 – Muito relevante
12. Comunicação entre os atrativos rurais.	3 – Muito relevante
13. Presença do SENAR.	3 – Muito relevante
14. Parque Centenário.	2 – Relevante
15. Eventos de Lazer: Festa do Divino & Akimatsuri.	2 – Relevante
16. Compras: atrai a população regional.	2 – Relevante

Fonte: elaborado pelos autores a partir de informações obtidas em levantamentos e sistematização de dados, visitas técnicas e oficinas colaborativas, 2014 e 2015.

Tabela 48: Categorização das Fraquezas

FRAQUEZAS	CATEGORIZAÇÃO
1. Setor privado dependente do SENAR / SEBRAE / Coordenadoria de Turismo.	3 – Muito relevante
2. Insuficiência de recursos humanos: baixa qualificação e dificuldade de recrutamento.	3 – Muito relevante
3. Condições precárias das vias de acesso a alguns atrativos da zona rural.	2 – Relevante
4. Falta de articulação sólida dos agentes receptivos.	3 – Muito relevante
5. <i>Trade</i> : isolamento e dificuldade / inexistência da comunicação entre si e com os atrativos.	3 – Muito relevante
6. Falta de organização e cooperação dos atrativos culturais público e privado.	1 – Pouco relevante
7. Distância entre os atrativos rurais e o centro da cidade.	1 – Pouco relevante
8. Fragilidade do sistema de telecomunicações nas áreas rurais.	2 – Relevante
9. Observatório: Sistema de dados insatisfatório.	3 – Muito relevante
10. Lei do Incentivo ao Turismo (lei dos 300 funcionários diretos residentes em Mogi das Cruzes - 2008).	1 – Pouco relevante
11. COMTUR – desarticulação, falta de compromisso de parte de seus membros, falta de memória / registro das ações do Conselho. Embora paritário, há pouca participação da sociedade civil organizada e o poder público acaba assumindo a tomada de decisão.	3 – Muito relevante
12. Desconhecimento do volume e perfil do turista que visita a cidade.	2 – Relevante
13. Falta de curso de qualificação em nível superior diretamente ligado ao turismo.	1 – Pouco relevante
14. Planos Diretores de Água, Esgoto e Resíduos Sólidos, Programa “Recicla Mogi” e Ecopontos.	2 – Relevante
15. Instabilidade dos produtos turísticos da cidade.	3 – Muito relevante
16. Falta de aproveitamento do empresariado nos produtos turísticos oferecidos pelo município.	2 – Relevante
17. Falta de comunicação das secretarias na compilação de um calendário turístico.	3 – Muito relevante
18. Central de Informações Turísticas.	2 – Relevante
19. Acessibilidade em geral.	2 – Relevante

Fonte: elaborado pelos autores a partir de informações obtidas em levantamentos e sistematização de dados, visitas técnicas e oficinas colaborativas, 2014 e 2015.

Tabela 49: Categorização das Oportunidades

OPORTUNIDADES	CATEGORIZAÇÃO
1. Bairro Liberdade (SP): Pólo emissor para Mogi.	3 - Muito relevante
2. Parceria com o São Paulo Convention & Visitors Bureau para captação e distribuição de eventos em cidades parceiras.	2 - Relevante
3. O fluxo de negócios provenientes do Parque Industrial do Taboão como oportunidade de turismo de lazer.	2 - Relevante
4. Possibilidade de maximizar os fluxos de visitantes no segmento esportivos diante do calendário diversificado e relevante volume de pessoas atraídas.	2 - Relevante
5. Mobilização do <i>trade</i> a partir da qualificação da atuação do Observatório	1 - Pouco relevante
6. Ecoturismo nas UCs.	3 - Muito relevante
7. Expresso Turístico.	2 - Relevante
8. Desenvolvimento da região turística do Alto Tietê.	3 - Muito relevante
9. Represas do Alto Tietê: Aproveitamento das águas para turismo e lazer.	3 - Muito relevante
10. Oportunidade de divulgação da oferta turística local nos eventos grandes da cidade.	2 - Relevante
11. Eventos: Maximizar o aproveitamento dos espaços já existentes e em construção fora dos hotéis.	2 - Relevante
12. Cicloturismo: Crescimento do segmento e aproveitamento do espaço já existente na cidade.	3 - Muito relevante
13. Eventos esportivos: calendário extenso e ampla oferta de esportes.	2 - Relevante
14. Possibilidade de pleitear o status de Município de Interesse Turístico junto ao Governo do Estado de São Paulo nos termos da Lei Complementar Nº 1.261, de 29 de abril de 2015.	3 - Muito relevante
15. O trânsito de estudantes na cidade provenientes do pólo universitário pode se constituir um público potencial para a atividade turística na cidade.	1 - Pouco relevante

Fonte: elaborado pelos autores a partir de informações obtidas em levantamentos e sistematização de dados, visitas técnicas e oficinas colaborativas, 2014 e 2015.

Tabela 50: Categorização das Ameaças

AMEAÇAS	CATEGORIZAÇÃO
1. Clima: muitas vezes impossibilita o acesso aos atrativos	1 - Pouco relevante
2. Crescimento de outras cidades industriais / empresariais como concorrentes	2 - Relevante
3. Queda de empregos e crise econômica	3 - Muito relevante
4. Baixa remuneração aos profissionais de Turismo	2 - Relevante
5. Baixa qualificação profissional nos atrativos	3 - Muito relevante
6. Transporte público não atende a demanda da cidade	2 - Relevante
7. Rodovias possuem tráfego intenso em períodos de férias e feriados	1 - Pouco relevante

8. À medida que os projetos de turismo forem deliberados sob a responsabilidade da Coordenadoria de Turismo e não do COMTUR, a troca da gestão pode se tornar uma ameaça.

3 - Muito relevante

Fonte: elaborado pelos autores a partir de informações obtidas em levantamentos e sistematização de dados, visitas técnicas e oficinas colaborativas, 2014 e 2015.

Após categorização das variáveis da matriz SWOT é possível sobrepor as variáveis do eixo horizontal (pontos fortes e pontos fracos) e do eixo vertical (oportunidades e ameaças) a fim de definir, a partir do cruzamento das mesmas, as estratégias a serem seguidas, assim como sugere a figura a seguir:

Figura 110: Estratégias a partir do cruzamento da SWOT

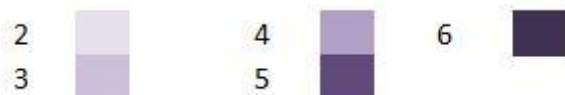
		Análise Externa	
		O(opportunities)- Oportunidades	T(threats)- Ameaças
Análise Interna	S(strenghts) – Pontos fortes	Estratégias de desenvolvimento: São aquelas nas quais o elemento analisado encontra suas melhores chances de sucesso. Suas potencialidades, unidas às oportunidades oferecidas pelo ambiente, fazem com que o elemento progrida e seja aprimorado.	Estratégias de diferenciação: Através delas o elemento analisado diferencia-se de seus concorrentes, fazendo uso de seus pontos fortes para superar os riscos existentes.
	W(weaknesses) – Pontos fracos	Estratégias de correção: Indicam o caminho a ser seguido para que o objeto de análise aproveite de forma adequada as oportunidades existentes para reduzir ou extinguir suas fraquezas.	Estratégias de reestruturação: Os riscos têm um grande potencial para atingir o elemento em suas fraquezas. Deste modo, são recomendadas estratégias para que o elemento analisado se reestruture, alterando suas características internas, a fim de suportar e superar os aspectos desfavoráveis do ambiente.

Fonte: Universidade do Vale do Itajaí, 2009.

O cruzamento das variáveis se dá a partir da soma das categorizações atribuídas para cada elemento da matriz SWOT. Como por exemplo, no quadro Forças x Oportunidades o cruzamento dos elementos FOR13 (3 - muito relevante) e OP7 (2 - relevante) dá um resultado de 5. Para obtenção do painel de estratégias, todos os elementos da matriz SWOT foram cruzados, originando um quadro *dégradé*, no qual as cores mais escuras indicam resultados mais relevantes e os

mais claros, menos relevantes (Figura 112), conforme indica a legenda abaixo (Figura 111).

Figura 111: Legenda do Cruzamento



:

Figura 112: Cruzamento da análise SWOT e ponderação

	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
FORÇAS	1054	544
FRAQUEZAS	1276	659

Fonte: elaborado pelos autores a partir de informações obtidas em levantamentos e sistematização de dados, visitas técnicas e oficinas colaborativas, 2014 e 2015.

Em seguida, somou-se os resultados obtidos a fim de ponderar as estratégias, sendo assim:

- **Forças x Oportunidades (estratégias de desenvolvimento):** 1054;
- **Forças x Ameaças (estratégias de diferenciação):** 544;
- **Fraquezas x Oportunidades (estratégias de correção):** 1276;
- **Fraquezas x Ameaças (estratégias de reestruturação):** 659.

É importante ressaltar que essa análise foi um recurso importante para a definição de estratégias e linhas de ação para o município, orientando a minimização

ou transformação das ameaças e pontos fracos e maximização das oportunidades e pontos fortes.

O método utilizado permitiu identificar as estratégias de correção como quadrante prioritário para intervenções, pois seu peso no conjunto das estratégias identificadas foi maior, seguido das estratégias de desenvolvimento, estratégias de reestruturação e de diferenciação respectivamente. De acordo com este método, as estratégias definidas como de correção merecem atenção especial, contudo, este recurso não deve isoladamente orientar a seleção de diretrizes ou ações prioritárias. É fundamental submeter este resultado à avaliação da comunidade, do trade e dos gestores públicos a fim de validar coletivamente o que se entende como intervenções mais importantes para o município em diferentes momentos do seu desenvolvimento turístico. A audiência pública realizada no dia 20 de junho de 2015 buscou compartilhar estas informações com os representantes dos três setores presentes. Na ocasião, foi definido que a seleção de prioridades seria feita por meio de consulta pública ao PDT e de um sistema que permita, através do portal eletrônico do município, uma votação para a comunidade eleger as diretrizes e ações mais urgentes para que sejam tema dos projetos prioritários a serem elaborados na terceira e última etapa do trabalho, durante o período de agosto a dezembro de 2015.

PARTE V – OBJETIVOS E DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

17 OBJETIVOS DO PLANO DIRETOR DE TURISMO

Objetivo geral

- ✓ Qualificar a atividade turística de Mogi de forma cooperativa entre os três setores, sensibilizando o público interno e externo acerca da sua oferta.

Objetivos específicos

- ✓ Promover melhor comunicação entre os *stakeholders*;
- ✓ Sensibilizar e mobilizar o trade e a população para o turismo;
- ✓ Qualificar e prolongar a estada do turista de negócios e de lazer;
- ✓ Capilarizar o fluxo turístico pelo município;
- ✓ Qualificar o produto turístico local;
- ✓ Aumentar paulatinamente o fluxo turístico local, a médio e longo prazo;
- ✓ Pleitear o *status* de Município de Interesse Turístico junto ao Governo do Estado de São Paulo nos termos da Lei Complementar Nº 1.261, de 29 de abril de 2015.

18 DIRETRIZES ESTRATÉGICAS PARA O PLANO DE AÇÕES

Diante das estratégias resultantes da Matriz SWOT em cada intersecção, analisou-se separadamente cada cruzamento entre Forças x Oportunidades, Forças x Ameaças, Fraquezas x Oportunidades e Fraquezas x Ameaças. Dessa maneira, foram elencadas ações preliminares de cada grupo de cruzamento e suas respectivas estratégias – de desenvolvimento, de diferenciação, de correção e de reestruturação –, levando em conta as somas obtidas através das ponderações (vide Figura 109).

A partir daí, pontuou-se cada vez que um elemento foi utilizado no cruzamento. Exemplificando, caso o elemento FOR5 foi levantado cinco vezes no cruzamento, leva este número como pontuação; caso o elemento OP4 receba

apenas um ponto, deveu-se à quantidade de vezes que foi citado em um cruzamento, ou seja, apenas uma.

O resultado deste teste originou a figura abaixo, esquema que representa a quantidade de vezes em que cada elemento da Matriz SWOT foi elencado, de acordo com a dimensão da circunferência dos círculos. Estes, por sua vez, também foram divididos de acordo com sua variável por cor, conforme segue na legenda.

Figura 113: Organograma Quantitativo – Cruzamento de Elementos



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

Assim sendo, os resultados do quadro de ponderações da Matriz SWOT conectado com os do organograma elaborado sustentou a formatação de sete diretrizes para orientarem a construção e fomentação das ações. São elas:

- Coleta, Sistematização e Análise de Dados;
- Qualificação e Diversificação da Oferta Turística;
- Qualificação de Recursos Humanos e Técnicos;
- Qualificação do Sistema de Transporte e Acesso;
- Melhoria da Comunicação Interna e Externa e Fortalecimento Institucional;
- Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e/ou Mobilidade Reduzida;
- Mobilização e Sensibilização dos Três Setores.

Após apresentação das diretrizes, ressalta-se a importância de enquadrá-las às suas respectivas estratégias segundo ponderação dos quadrantes:

- Estratégias de correção (Ponderação 1276):
 - Coleta, sistematização e análise de dados;
 - Mobilização e sensibilização dos três setores.
- Estratégias de desenvolvimento (Ponderação 1054):
 - Melhoria da comunicação interna e externa;
 - Qualificação e diversificação da oferta turística;
 - Qualificação de acessibilidade;
 - Mobilização e sensibilização dos três setores.
- Estratégias de reestruturação (Ponderação 659):
 - Qualificação do sistema de transporte.
- Estratégias de diferenciação (Ponderação 544):
 - Qualificação de recursos humanos e técnicos;

- Qualificação do sistema de transporte.

Para cada diretriz estratégica, traçaram-se programas de ações as quais serão específicas no tópico seguinte.

19 PLANO DE AÇÕES

Na Tabela 51, apresentam-se as diretrizes estratégicas e as respectivas ações para operacionalizá-las e as suas. Cada ação proposta segue detalhada em um quadro com objetivo, justificativa, público-alvo, parceiros na execução, estimativas de prazo e custos e, finalmente, os resultados esperados. Quanto aos prazos, foram definidas ações de curto prazo (de 1 a 2 anos), médio prazo (de 2 a 5 anos), e longo prazo (com mais de 5 anos).

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	Criar programa de atualização para o quadro dos funcionários públicos que atuam nos equipamentos turísticos municipais.
OBJETIVOS	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.
JUSTIFICATIVA	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.
PÚBLICO-ALVO	Funcionários que trabalham nos atrativos turísticos públicos, na coordenadoria de turismo e nos CITs.
ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO	Curto prazo: 2 anos. Ações periódicas após a implantação Custo a definir.
PARCEIROS NA EXECUÇÃO	Prefeitura de Mogi das Cruzes, Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes
RESULTADOS ESPERADOS	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.

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-acoaes/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, Trade, 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, Trade.
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.

20 CRONOGRAMA PRELIMINAR DE AÇÕES

Elaboradas todas as ações e seus respectivos prazos estimados, foi possível organizá-las em uma linha do tempo conjunta de até 8 anos, conforme segue na tabela abaixo.

Vale ressaltar que este cronograma foi formulado considerando os prazos estipulados no capítulo anterior, partindo de um ponto zero comum e, sendo assim, não estabelece previamente que todas as ações devem ser introduzidas em conjunto.

Ainda, a grande maioria do proposto é independente e pode iniciar de forma isolada, em contrapartida, certas ações são dependentes de outras para serem viabilizadas, como, por exemplo, algumas ações do programa de comunicação necessitam de outras do programa de coleta, sistematização e análise de dados.

Tabela 91: Cronograma de ações

Prazo / diretrizes	6 meses	1 ano	2 anos	3 anos	4 anos	5 anos	6 anos	7 anos	8 anos	
Coleta, sistematização e análise de dados	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									
Qualificação e diversificação da oferta turística	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 auto guiado (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						
Qualificação de recursos humanos e técnicos	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						
Qualificação do sistema de transporte e acesso	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						
Melhoria da comunicação interna e externa e fortalecimento institucional	Implantar totens <u>impressos</u> 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:						
			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"> - Divulgação do destino Mogi das Cruzes através das mídias sociais com o aporte de um profissional de "relações públicas"; - Promoção do Expresso Turístico de Mogi das Cruzes para o turista potencial. 				
	<ul style="list-style-type: none"> - 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. 				
	<ul style="list-style-type: none"> - Criação da "Marca Mogi"; - Desenvolvimento de 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; - Criação de material promocional para agências e operadoras de turismo. 				
Qualificação da acessibilidade para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida	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				

	<p>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.</p>							
<p>Mobilização e sensibilização dos três setores</p>			<p>Realizar oficinas e encontros com o setor privado para divulgação dos dados do Observatório do Turismo</p>					
	<p>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</p>							
	<p>Realizar <i>workshops</i> e <i>famtours</i> dentro de Mogi das Cruzes e para demais municípios turísticos</p>							
	<p>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.</p>							
	<p>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</p>							

Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

21 PUBLICAÇÕES

ALMEIDA, Marcelo Vilela de. **Matriz de Avaliação do Potencial Turístico de Localidades Receptoras**. Tese (Doutorado) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2006.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo 2013-2016**. Brasília: Ministério do Turismo, 2013.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo: diretrizes**. Brasília, Ministério do Turismo, 2013.

PETROCCHI, Mario. **Turismo: Planejamento e gestão**. 2 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

22 DOCUMENTOS ELETRÔNICOS

CAMINHO DAS PEDRAS. **Manual de acesso às fontes de recursos públicas nacionais para proprietários de RPPN**. Disponível em: <http://assets.wwfbr.panda.org/downloads/livro_caminho_das_pedras_web.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2015.

EMPLASA. **Atlas Mogi das Cruzes**. Disponível em: <http://www.emplasa.sp.gov.br/Emplasa/Cartografia/atlas/pdf_atlas/Atlas_MogiCruzes.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2015.

FABHAT – Fundação Agência da Bacia Hidrográfica do Alto Tietê. **Plano da Bacia Hidrográfica Do Alto Tietê**. Disponível em: <http://www.fabhat.org.br/site/images/docs/volume_1_pat_dez09.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2015.

FUNDAÇÃO FLORESTAL. **Proposta para criação das unidades de conservação na Serra do Itapeti e do Mosaico Itapeti – Tietê**. Disponível em: <<http://fflorestal.sp.gov.br/files/2013/10/Relat%C3%B3rio-Cria%C3%A7%C3%A3o-UCs-Serra-Itapeti.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Edital de Convocação**. Disponível em: <<http://fflorestal.sp.gov.br/files/2013/10/Edital-Convocação-Audiência-Pública-Criação-UCs-Serra-do-Itapeti.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

METRÔ/SP. **Mapa do Transporte Metropolitano**. Disponível em: <<http://www.metro.sp.gov.br/pdf/mapa-da-rede-metro.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2015

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Instrução Normativa Nº 003, de 26 de Maio de 2003.** Disponível em: http://www.mma.gov.br/estruturas/179/arquivos/179_05122008034002.pdf. Acesso em: 15 abr. 2015.

PREFEITURA DE MOGI DAS CRUZES. **DECRETO Nº 14.019, DE 24 DE FEVEREIRO DE 2014.** Disponível em: http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticias/pdf_noticias/Certidao-de-Uso-e-Ocupacao-do-Solo-e-Certidao-de-Diretrizes-Urbanisticas---14.pdf. Acesso em: 15 abr. 2015.

..... **Lei Complementar nº 46, de 17 de novembro de 2006.** Disponível em: <http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/planejamento/arquivos/planodiretor.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2015.

..... **Folder Parque Industrial do Taboão.** Disponível em: <http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/desenvolvimento/arquivos/folder-taboao.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2015.

..... **Plano Diretor de Esgotamento Sanitário.** Disponível em: <http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/semae/arquivos/Plano-de-Esgoto-Tomo-1.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2015.

..... **Plano Diretor de Mogi das Cruzes.** Disponível em: <http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/planejamento/arquivos/planodiretor.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2015.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. **Reserva Particular do Patrimônio Natural.** Disponível em: http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/meio_ambiente/arquivos/RPPN_fund_florestal.pdf. Acesso em: 15 abr. 2015.

SEBRAE. **Conheça a região.** Disponível em: http://antigo.sp.sebrae.com.br/principal/sebrae%20no%20estado/arquivos_de_regio_nais/alto_tiete.pdf. Acesso em: 14 abr. 2015.

SINDICATO RURAL MOGI DAS CRUZES. **Informativo.** Disponível em: <http://www.sindicatroruralmc.com.br/newsletter/dezembro13.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2015.

TIETÊ VIVO. **Biodiversidade do Alto Tietê – BIODAT.** Disponível em: <https://tietevivo.files.wordpress.com/2008/06/regina-lucia-oliveira.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2015.

23 WEBSITES

ANAC - Agencia Nacional de Aviação Civil. **Anuário Estatístico de 2013**. Disponível em: <<http://www2.anac.gov.br/estatistica/anuarios.asp>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL MOGI DAS CRUZES. **Guia turístico ACMC**. Disponível em: <http://www.acmc.com.br/guia_acmc/>. Acesso em: 14 abr. 2015.

ATLAS DO DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL. **Mogi das Cruzes, SP**. Disponível em: <http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/4014>. Acesso em: 12 abr. 2015.

BRASIL PARA TODOS. **Roteiro Turístico e Cultural para Pessoas com Deficiência**. Disponível em: <<http://www.brasilparatodos.com.br>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

CAGED. **Informações para o Sistema Público de Emprego e Renda – Município de Mogi das Cruzes**. Disponível em: <http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_isper/index.php#>. Acesso em: 13 abr. 2015.

CETEC - Unidade do Ensino Médio e Técnico do Centro de Educação Tecnológica Paula Souza. **Mapeamento das Escolas**. Disponível em: <<http://www.cpsctec.com.br/bdcetec/index.php?page=relEscola>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

CICLO VIVO. **SP Ganha Mais Duas Reservas de Conservação**. Disponível em: <<http://ciclovivo.com.br/noticia/sp-ganha-mais-duas-reservas-de-conservacao>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA. **Em quatro anos SUS perde 147 mil leitos de internação**. Disponível em: <http://portal.cfm.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=25153:em-quatro-anos-sus-perde-147-mil-leitos-de-internacao&catid=3>. Acesso em: 01 mar. 2015.

COPEDE - Coordenadoria da Pessoa com Deficiência e Mobilidade Reduzida. Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/copede>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

CPTM - Companhia Paulista de Trens Metropolitanos. **Dados Gerais**. Disponível em: <<http://www.cptm.sp.gov.br/companhia/dados-gerais.asp>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

DAEE – Portal do Departamento de Águas e Energia Elétrica. **As funções das barragens do DAEE**. Disponível em: <http://www.daee.sp.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=856:barragens&catid=37:servicos>. Acesso em: 27 abr. 2015.

DEFICIENTE CIENTE. **Turismo Acessível.** Disponível em: <<http://www.deficienteciente.com.br/tag/turismo-acessivel>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

DEPRN / DUSM - Equipe Técnica de Mogi das Cruzes. **Mogi das Cruzes.** Disponível em: <http://www.fundacaofia.com.br/gdusm/mogi_cruzes.htm>. Acesso em: 30 mar. 2015.

DEPRN/DUSM – Equipe técnica de Mogi das Cruzes. **Bacia hidrográfica do Alto Tietê e a sub-bacia Tietê/Cabeceiras.** Disponível em: <http://www.fundacaofia.com.br/gdusm/sub_bacia_at.htm>. Acesso em: 15 abr. 2015.

EMTU - Empresa Metropolitana de Transportes Urbanos de São Paulo. Disponível em: <<http://www.emtu.sp.gov.br/EMTU/home.fss>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

ENCONTRA MOGI DAS CRUZES. **Sobre Mogi das Cruzes.** Disponível em: <<http://www.encontramogidascruzes.com.br/mogi>>. Acesso em: 27 abr. 2015.

ETEC Presidente Vargas. **Catálogo de cursos.** Disponível em: <<https://www.vestibulinhoetec.com.br/unidades-cursos/escola.asp?c=107>>. Acesso em: 29 jun. 2015.

FATEC - Faculdade de Tecnologia de Mogi das Cruzes. **Catálogo de cursos.** Disponível em: <<http://www.fatecmogidascruzes.com.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

FUNDAÇÃO FLORESTAL. **Unidades de Conservação na Serra do Itapeti.** Disponível em: <<http://fflorestal.sp.gov.br/2013/10/30/criacao-de-unidades-de-conservacao-na-serra-do-itapeti-entre-os-municipios-de-mogi-das-cruzes-guararema-e-suzano>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

G1 - Concursos e emprego. **'Falta formação profissional no setor', diz gerente de hotel em Mogi'.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/mogi-das-cruzes-suzano/concursos-e-emprego/noticia/2014/10/falta-qualificacao-profissional-no-setor-diz-gerente-de-hotel-em-mogi.html>>. Acesso em: 12 abr. 2015.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Secretaria de Turismo.** Disponível em: <<http://www.turismo.sp.gov.br/home.html>>. Acesso em: 16 abr. 2015

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agropecuário de Mogi das Cruzes.** Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=353060&idtema=3&search=sao-paulo|mogi-das-cruzes|censo-agropecuario-2006>>. Acesso em: 12 abr. 2015.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Mogi das Cruzes.** Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=353060&search=%7C%7Cinfogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>>. Acesso em: 28 mar. 2015.

_____. **Mogi das Cruzes.** Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=353060Ú>>. Acesso em: 12 abr. 2015.

IPRS – Índice Paulista de Responsabilidade Social. **Estado de São Paulo.** Disponível em: <http://www.iprsipvs.seade.gov.br/view/index.php?prodCod=1>>. Acesso em: 12 abr. 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Manual de Acessibilidade.** Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/18_Manual_Acessibilidade.html>. Acesso em: 15 abr. 2015.

_____. **Mapa do Turismo Brasileiro 2013.** Disponível em: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/mapa_da_regionalizacao_novo_2013.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2015.

_____. **Dados e Fatos: Estudos, pesquisas e dados sobre o setor de Turismo.** Anuário Estatístico. Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloads_anuario/Anuario_Estatistico_de_Turismo_-_2014_-_Ano_base_2013_Dez2014.pdf>. Acesso em: 07 mai. 2015.

_____. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional.** Relatório Brasil 2014. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/indice_Brasil_2014_2.pdf>. Acesso em: 08 mai. 2015.

MOGI NEWS. **Botyra Camorim Gatti passa por revitalização.** Disponível em: <http://www.dattv.com.br/materia/185520/botyra-camorim-gatti-passa-por-revitalizacao.aspx>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

O DIÁRIO. **A Limpeza do Piscinão.** Disponível em: <http://www.odiariodemogi.com.br/opiniao/editorial/24665-a-limpeza-do-piscinao.html>>. Acesso em: 27 abr. 2015.

_____. **Botyra: Pichação, drogas e vandalismo tomam conta do parque.** Disponível em: <http://www.odiariodemogi.com.br/cidades/cidades/429-botyra-pichacao-drogas-e-vandalismo.html>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

_____. **Centenário terá jardim sensorial.** Disponível em: <http://odiariodemogi.inf.br/cidades/cidades/25164-centenario-tera-jardim-sensorial.html>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

_____. **Deficiente ainda cobra inclusão.** Disponível em: <http://odiariodemogi.inf.br/cidades/cidades/26985-deficiente-ainda-cobra-inclusao.html>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

O DIÁRIO. **Lurdinha dirige time com 38 paratletas.** Disponível em: <<http://odiariodemogi.inf.br/esportes/regiao/28843-lurdinha-dirige-time-com-38-paratletas.html>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

O ECO. **O que são Unidades de Conservação.** Disponível em: <<http://www.oeco.org.br/dicionario-ambiental/27099-o-que-sao-unidades-de-conservacao>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

OBSERVATÓRIO PAULISTA DE TRÂNSITO. **Estado de São Paulo.** Disponível em: <<http://www.observatorio.detran.sp.gov.br/perfil/view/perfil.php>>. Acesso em: 12 abr. 2015.

PAC - Programa de Aceleração do Crescimento. **DRENAGEM URBANA SUSTENTÁVEL NO CÓRREGO CANUDOS - MOGI DAS CRUZES - SP.** Disponível em: <<http://www.pac.gov.br/obra/24920>>. Acesso em: 27 abr. 2015.

PREFEITURA DE MOGI DAS CRUZES. **Campanha orienta motoristas sobre uso das vagas exclusivas para estacionamento.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticia.php?id=6975>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

_____. **Prefeitura realiza manutenção em espaços para prática de esporte.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticia.php?id=7571>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

_____. **Parque Centenário ganhará Praça de Alimentação e feira de hortifrúteis neste domingo.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticia.php?id=7587>>. Acesso em: 12 abr. 2015.

_____. **Parque Centenário e Leon Feffer recebem bom público aos finais de semana.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticia.php?id=7633>>. Acesso em: 13 abr. 2015.

_____. **Feira e Praça de Alimentação são atrativos para os frequentadores do Parque Centenário.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticia.php?id=7651>>. Acesso em: 13 abr. 2015.

_____. **Parque Centenário receberá projeto de esporte e lazer neste final de semana.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticia.php?id=7676>>. Acesso em: 13 abr. 2015.

_____. **Programação de férias no Centenário e Leon Feffer terá início nesta sexta-feira, dia 16.** Disponível em:

<<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticia.php?id=7729>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

_____. **Prefeitura promove segunda edição do Agito no Parque Botyra Camorim Gatti.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticia.php?id=7903>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

_____. **Coordenadoria de Turismo se muda para a Ilha Marabá e abre novo posto de informações.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticia.php?id=7909>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

_____. **Parque Centenário oferecerá dança de roda e aulas de meditação gratuitas ao público.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticia.php?id=7853>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

_____. **Ações da Prefeitura e da comunidade dão nova cara ao Parque Botyra Camorim Gatti.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticia.php?id=7847>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

_____. **Parque Botyra é revitalizado pela Prefeitura e entregue à população.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticia.php?id=2565>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

_____. **Catálogo Observatório do Turismo Prefeitura de Mogi das Cruzes.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/turismo/arquivos/Observatorio>>. Acesso em: 28 mar. 2015.

_____. **Centenário e Leon Feffe receberão peças do Programa Teatro nos Parques 2014.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticia.php?id=7509>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

_____. **COMTUR e FUMTUR.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/turismo/contur.php>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

_____. **Empresas no Parque Industrial do Taboão.** Disponível em: <http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/desenvolvimento/emp_empresas.php>. Acesso em: 10 abr. 2015.

_____. **Equipes da Prefeitura monitoram a cidade para evitar prejuízos com a chuva.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticia.php?id=946>>. Acesso em: 27 abr. 2015.

_____. **Flores e Plantas Ornamentais.** Disponível em: <http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/agricultura/flores_plantas.php>. Acesso em: 31 mar. 2015.

_____. **LOUOS - Legislação de Ordenamento do Uso e Ocupação do Solo.** Disponível: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/planejamento/louos.php>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

_____. **Meio Ambiente em Mogi.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/verde/meioambiente.php>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

_____. **Observatório de Turismo Mogi das Cruzes.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/turismo/arquivos/Observatorio/>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

_____. **Parque Industrial do Taboão.** Disponível em: <http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/desenvolvimento/emp_pqtaboao.php>. Acesso em: 10 abr. 2015.

_____. **Plano Diretor de Água.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/semae/plano-diretor-agua.php>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

_____. **Produção Agrícola - Criadores.** Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/agricultura/criadores.php>>. Acesso em: 31 mar. 2015.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. **Caminho do Sal.** Disponível: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/governo/arquivos/caminho_do_sal.jpg>. Acesso em: 15 abr. 2015.

RODA SP. Disponível em: <<http://rodasp.com/>>. Acesso em 16 abr. 2015.

SEADE – Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados. **Índice Paulista de Vulnerabilidade Social - IPVS - Versão 2010.** Disponível em: <<http://www.seade.gov.br/indice-paulista-de-vulnerabilidade-social-ipvs-versao-2010/>>. Acesso em: 12 abr. 2015.

SEADE. Disponível em: <<http://produtos.seade.gov.br/produtos/imp/>>. Acesso em: 01 mar. 2015.

_____. **Perfil Municipal de Mogi das Cruzes.** Disponível em: <<http://produtos.seade.gov.br/produtos/perfil/perfilMunEstado.php>>. Acesso em: 28 mar. 2015.

TURISMO ADAPTADO. **Deficiente ainda encontra dificuldades na acessibilidade de Mogi das Cruzes.** Disponível em:

<<https://turismoadaptado.wordpress.com/2012/02/07/deficiente-ainda-encontra-dificuldades-na-acessibilidade-de-mogi-das-cruzes>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

TURISMO EM SÃO PAULO. **Estudos de Turismo do Estado de São Paulo 2011-2012.** Disponível em: <<http://www.turismoemsaopaulo.com/images/pdf/Estudos%20de%20Turismo%20do%20Estado%20de%20SP.pdf>>. Acesso em: 07 mai. 2015.

UNIDADES DE CONSERVAÇÃO NO BRASIL. **Categorias de UCs.** Disponível em: <<http://uc.socioambiental.org/o-snuc/categorias-de-ucs>>. Acesso em: 15 abr. 2015.

APÊNDICES

24 APÊNDICE A – CONTATO E ALUNOS PARTICIPANTES

Contato: potpit.turismo2012@gmail.com

Anderson Filipe Rosa

Augusto Santos de Oliveira

Ayrton Cesar Vasconcelos Souza

Carla Bacci de Melo

Carolina Ramalho Passarinho

Claudiana Ferraz Capozzoli

Felipe Souza Gonçalves

Fernanda Carradore Franco

Gabriel Augusto Marcondes Soares

Isabella Astolfi Ferreira

Júlia Andreatta Moro

Juliana Borgheti de Figueiredo

Larissa Prado de Oliveira

Luane dos Santos Vacchi

Mayara Carolina da Costa Gomes

Patricia de Campos Rossetti Servilha

Paula Gomes Arruda Castanho

Priscilla Saiki Scherer

Rafael Trigo Ferreira

Raquel Stella de Azevedo

Ronei Ximenes da Fonseca

Scárlett Bicudo de Lima

Tatiane Prianti de Souza

25 APÊNDICE B – ATA E LISTA DE PRESENÇA DA OFICINA PARTICIPATIVA PARA APRESENTAÇÃO DA ANÁLISE SWOT

Local: Ilha de Marabá – Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes. Rua Delphino Alves Gregório, 790 - Vila Mogilar, Mogi das Cruzes – CEP 08773-520.

Data: 30 de abril de 2015.

Horário: 10h.

Pautas:

- Apresentação da Análise SWOT do diagnóstico de Mogi das Cruzes;
- Diálogo com a comunidade a respeito dos pontos levantados.

Abertura

Fábio Barbosa (FB), Coordenador de Turismo de Mogi, abriu a oficina fazendo um agradecimento a todos os participantes e responsáveis pelo evento. Citou a convocação do COMTUR para discutir o trabalho que está sendo desenvolvido em conjunto com a Universidade de São Paulo: “O projeto foi aprovado na Câmara Municipal e hoje foi publicado no Diário Oficial esse convênio entre a prefeitura e a Universidade”. Ressaltou também que no dia anterior, 29 de abril de 2015, foi sancionada a Lei de Interesse Turístico – para que inclua novas cidades que sejam beneficiadas com recurso do Governo do Estado e Mogi está participando.

Prof.^a Dr.^a Clarissa M. R. Gagliardi (CG) agradeceu a presença de todos e explicou aos presentes que este convênio tem como intenção a elaboração de um Plano de Turismo e a importância de tentar elevar esse trabalho a nível regional e integrar as cidades vizinhas. Também levantou a questão da relevância da participação ativa da população local para que o plano seja legítimo e efetivo. Explicou as etapas do desenvolvimento do plano de turismo e como se daria a oficina, convidando a todos para participarem de todas as etapas da apresentação da Análise SWOT, pretendendo assim chegar num resultado que contemple todas as necessidades.

Oficina Participativa

Os estudantes iniciaram a apresentação explicando o funcionamento da Análise SWOT, levantando ponto a ponto as forças, fraquezas, ameaças e oportunidades

que diagnosticam no município de Mogi das Cruzes, desde a primeira visita técnica realizada em novembro de 2014.

I) Pontos de discussão – Forças

- O auxílio do poder público para com os empresários foi considerado um ponto fraco, uma vez que poderia ser muito mais articulado. E foi rebatido pelos estudantes que esse pode ser um ponto positivo à medida que muitos outros municípios não têm nenhuma articulação.
- Pensar a importância da integração das outras secretarias para a elaboração e participação dos eventos, no sentido de que muitos eventos que acontecem de forma pontual poderiam ser também eventos turísticos e ser parte da agenda do município.
- Acessibilidade e divulgação ainda precisam ser muito trabalhadas para ser uma força.
- Represas do Alto Tietê: os estudantes consideraram como uma oportunidade, e não uma força.
- Parque Industrial deve ser acrescentado, como sugerido pelos locais.

II) Pontos de discussão – Fraquezas

- Até que ponto as melhorias das vias de acesso não descaracterizarão o município? Podemos pensar em formas alternativas e sustentáveis de tornar as estradas mais acessíveis sem agredir a paisagem e o ambiente.
- A maior dificuldade é a sinalização. Já estão sendo providenciadas pela prefeitura as placas unificadas para que não polua visualmente o município.
- Falta uma estrutura de receptivo, não necessariamente uma agência física, mas uma articulação sólida entre os envolvidos, por exemplo, uma associação.
- Compreender os eventos que já existem na cidade (como a exposição de carros antigos) e pensar formar de torná-los também eventos turísticos da cidade.
- Dificuldade de conseguir alcançar o público que se hospeda no Paradise Golf & Lake Resort e os hóspedes de negócios. Por mais que não haja tanto interesse por parte desses hóspedes, eles têm famílias e são turistas potenciais. Houve grande interesse por parte dos receptivos em captar os estrangeiros da Copa e

não há o mesmo empenho para oferecer roteiros para aqueles que vão a Mogi com mais frequência (tópico apresentado pela Tatiana Alabarce, Gerente de Marketing do Paradise Golf & Lake Resort)

- É necessário que *trade* se conheça e se comunique. A oficina deu a alguns deles a oportunidade de se comunicarem com seus possíveis parceiros.
- A falta de participação no COMTUR é um problema que afeta o turismo como um todo.
- O Festival Gastronômico tem grande potencial, mas não houve envolvimento dos empresários.
- Existe uma grande dificuldade para captação de funcionários. Baixa qualificação e pouca oferta.
- Instituto CRESCER oferece cursos profissionalizantes na área de turismo. Esse ano o curso passou a ser de eventos e não mais de agenciamento.
- A prefeitura desenvolve uma agenda anual do município, mas grande parte da população não fica sabendo dos eventos. Sentem que os eventos são divulgados com pouca antecedência e isso dificulta a participação dos turistas.
- Os próprios mogianos não acreditam no turismo de Mogi das Cruzes.

III) Pontos de discussão – Oportunidades

- Grande parte da divulgação nos atrativos rurais pode é feita pelo “boca a boca”. O público é principalmente da terceira idade e grande volume da comunidade japonesa. Alguns deles voltam muitas vezes. Valorizar os detalhes oferecidos pode ser um diferencial a ser explorado.
- O município precisa de um espaço para eventos com maior porte.
- Tony, da São Paulo Convention & Visitors Bureau, participou da oficina e informou que Mogi é divulgado no site Visite São Paulo como parceiro. Se o município não puder fazer um site, ele disponibilizou o site Visite São Paulo para que seja criada uma aba com todos os atrativos e link para todos os estabelecimentos da cidade. Como disse, “um destino hospitaleiro é aquele que tem prazer em servir, temos que destacar e premiar as especialidades”.
- A Estrada da Volta Fria poderia ser uma oportunidade. Margeia todo o Rio Tietê

e já existem propriedades rurais e rota de bicicleta.

- Cicloturismo é uma oportunidade. Mogi tem muitos km de terra catalogados. Quase todas as propriedades rurais tem rota de bicicleta.

IV) Pontos de discussão – Ameaças

- Existe uma gama maior de possibilidades, tanto hoteleira como de espaços, que podem ser explorados para o setor industrial.
- A comunidade não considera as rodovias uma ameaça. O ideal é que esse ponto seja detalhado, especificando os momentos de maiores fluxos nas rodovias.
- Falta de transporte como um todo, principalmente na madrugada (inclusive táxi). Não existe um transporte específico para o turista.
- O próprio *trade* não se ajuda, no sentido de que eles não divulgam as outras opções de atrativos. Muitas vezes poderiam ser parceiros ao contrário de concorrentes.
- Horários dos atrativos é uma ameaça, uma vez que além de não estarem abertos aos finais de semana, eles mudam constantemente. A falta de pessoal faz com que esses atrativos não tenham um horário fixo de funcionamento.

Lista de presença – Reunião para diagnóstico participativo.

Local: Ilha Marabá, Rua Delphino Alves Gregório, 790, Mogilar - Mogi das Cruzes.

Horário: 9h30 às 13h.

Nome	(SEGMENTO) Instituição/Cargo	EMAIL	ASSINATURA
DITMAR ERICH SEITZ	IBRIS / G.C.	A7823-con@acore.com.br	
Waldo Maria Pin	Menuis / Gerente	H3441-gm@acur.com.br	
Athayde Reis Filho	Fazendas Pedraes	FazendasPedraes@Hotmail.com	
TOMAZ Hideo Yamaki	Bunkyo	TomazYamaki@hotmail.com	
MAURICIO SIMÕES	FIESP / CIESP	msimoes@ciesp.org.br	
Debra de Souza Mello	Cruzeiro (professora)	debimogi.turismo@gmail.com	
Silvia Batalha	Grupo Marbor	comercial@grupomarbor.com.br	
Silviana Alabara	Paraiso semit	gmarketing@paraisosemit.com.br	
Toni Sano	SPCVB	Toni@visitesp.org.br	
Raul Jordani	Brasil Monitor	rajordani@brasilmonitor.com.br	
Patrícia Machado	Secret. Assist. Social	patricia.sena@pmmc.com.br	

Gilberto Lima	Autorama	gilbertolima@outlook.com	
Maria T. S.	"Crescer" (Rui M. Cruz)	martha@bol.com.br	
Juliana Lima	Crescer (M. Cruz)	juliana.lima28@gmail.com	
Maria T. S. Ramos Ramires	"Crescer" M. Cruzes	Maria_Emeralda_115@hotmail.com	
Simone Camargo	Smcultura	culturasmogi@pmmc.com.br	
Ruclena C. Berlem	S m Educacao - Pmmc	ruclenaberlem@se-pmmc.com.br	
Pei Carlos A. Calderaro	SMAJ-PMAC	S.CALDERARO@od.com.br	
FRANCISCO M. MOLINA	Clube de Carros Antigos	molinaengenharia@netmail.com	
RENATO FAURY	Sítio AGUAS MATA	RENATOFURY@ig.com.br	
FABRÍCIO BESERRA	LIZZANIA IMPERATORE	IMPERATORE.MOBI@HOTMAIL.COM	
Masuyi Kayasima	AS DETUR - Presidente	MASUYIKAYASIMA@YAHOO.COM.BR	
Laura Kayasima	Paraiso das Microorganizações	LA-KAYA SIMA @ BOL.COM.BR	
Williamson P. Machado	Desenvolvimento Mogi	machado_tom@hotmail.com	
Patrícia OC Andrade	Hotel Border	andrade@hotelborder.com.br	
Renato Castrozama	COTUR. MOGI DAS CRUZES	renato.turismo@pmmc.com.br	
Ulisses Cardoso Rocha	Associação de Turismo	ulisses@paratudo@bol.com.br	
Roberto Carvalho	Brasil Adventure Sports proprietários	ROBERTO @ BRASIL ADVENTURE SPORTS.COM.BR	
Luiz Felipe Uchida Soares	COTUR - Mogi das Cruzes	luizfelipe.turismo@pmmc.com.br	
Fabio S. Barbosa	COTUR	Fabiofunesa@od.com.br	

26 APÊNDICE C – ATA E LISTA DE PRESENÇA DA AUDIÊNCIA PÚBLICA PARA VALIDAÇÃO DO PLANO DIRETOR

Local: Auditório CEMFORPE – Rua Antenor Leite da Cunha, 55 - Nova Mogilar, Mogi das Cruzes – CEP 08773-395.

Data: 20 de junho de 2015

Horário: 9h45

Pautas:

Apresentar aos participantes:

- Estudo de Demanda;
- Cruzamentos da Matriz SWOT ajustada após a oficina participativa no dia 30 de abril de 2015;
- Objetivos do Plano Diretor;
- Diretrizes originadas;
- Quadro de ações sugeridas e definir medidas prioritárias para foco no semestre seguinte.

Abertura

O Coordenador de Turismo de Mogi, Fábio Barbosa (FB), abriu o evento agradecendo todos ali presentes, reforçando a importância da participação de todos e passando a palavra ao Secretário de Desenvolvimento Econômico, Sr. Bolaina (BO), que agradeceu a todos e a todas pela presença no evento, onde se abre a oportunidade de dar mais um passo no desenvolvimento do Plano Diretor da cidade. Agradeceu também aos alunos da USP e a Prof.^a Dr.^a Clarissa M. R. Gagliardi (CG). Ressalta que aqueles que não estão presentes perdem uma grande oportunidade, uma vez que a cidade tem uma vocação natural para o turismo, e este tem crescido muito nos últimos tempos.

CG agradece os secretários, a coordenadoria e todos aqueles que participaram da última reunião, pois a partir dela foi possível concluir o diagnóstico do plano. Explicou a parceria da USP com a coordenadoria de turismo da cidade, e como costuma funcionar esta disciplina do curso: dura em geral três semestres, sendo o

primeiro voltado para o diagnóstico; o segundo, a elaboração das ações para o município a partir do diagnóstico formulado; e o terceiro semestre focará no desenvolvimento intrínseco das ações prioritárias para o município, o que seria definido a partir da presente audiência. Durante o plano realizaram-se visitas pontuais, conversas com a população e pesquisas conforme seria apresentado no decorrer da audiência e, então, os alunos sistematizam o plano, com o amparo dos docentes. CG apresentou o cronograma preliminar de atividades do grupo e suas etapas principais. Prosseguiu sua fala reiterando a importância da reunião ser participativa, para seja possível compreender o turismo na cidade devidamente.

Estudo de Demanda

A aluna Júlia Moro (JM) apresentou-se para expor, em seguida, o estudo de demanda realizado com o propósito de traçar o perfil do turista em Mogi das Cruzes. Foram aplicados 138 questionários em pontos estratégicos, como eventos, CIT e hotéis centrais. Exibiu o cronograma do desenvolvimento da pesquisa, onde Março/15 foi iniciada a elaboração da pesquisa de demanda, Abril e Maio a aplicação dos questionários na cidade, e Maio e Junho a sistematização da informação. O perfil resultante do estudo foi de um turista assalariado de 20 a 30 anos, com interesse mais focado em turismo rural, além de ter uma parcela significativa de aposentados que se deve citar. Os visitantes vêm a Mogi das Cruzes de veículo próprio de São Paulo e da Região do Alto Tietê em sua grande maioria, com família, amigos ou sozinhos – este último já pode evidenciar a parcela de turismo de negócios. Ressaltou-se a quantidade pouco expressiva de visitantes que vieram com o Expresso Turístico, que deveria se ter um aproveitamento melhor. Daqueles que buscaram informações sobre Mogi antes da visita, se inteiraram através das mídias sociais e sites de viagem. A principal motivação foi o lazer (50% vêm para eventos na cidade, o que é bastante expressivo) e, em seguida, negócios (30% possuem trabalho fixo e retornam com certa frequência, o que pode estar relacionado com os eventos). Através da pesquisa foi verificado um público voltado para compras, o que é importante ressaltar. Quanto ao período de estada e ao gasto, nota-se que o turista de negócios permanece mais tempo que o turista de lazer e para aqueles que pernoitam na cidade, o gasto médio é de R\$ 500 (quinhentos reais) incluindo a hospedagem, e de R\$ 150 (cento e cinquenta reais)

para aqueles que não pernoveram. A maioria dos visitantes gastou até R\$ 50 (cinquenta reais) incluindo todos os pontos – o segundo maior gasto fica entre R\$ 50 e R\$ 100 (cinquenta e cem reais). Reunindo as palavras mais faladas pelos entrevistados em uma nuvem, o local mais visitado foi o Parque Centenário, o que mais agradou foi natureza, gastronomia e festas, e o que menos agradou foi trânsito e transporte público. Daqueles que visitaram, 83% voltariam para a cidade, o que é um número bastante representativo, porém ainda sim é preciso tentar entender o porquê de 17% das pessoas não desejarem retornar para Mogi das Cruzes.

Diagnóstico

Passou-se a palavra a aluna Luane Vacchi (LV), que inicia o discurso retomando rapidamente a ideia da matriz SWOT apresentada no último encontro e a análise das fraquezas, forças, oportunidades e ameaças. A partir daí, os alunos elencaram o que era mais ou menos relevante através de uma categorização pontuada, que compôs um quadro *dégradé* com a soma de todos os cruzamentos dos tópicos, refletindo onde a cidade tem maior potencial, onde há mais debilidades, para evidenciar-se o que é mais importante. Para cada quadrante gerado, existe uma característica e cada diretriz está alocada no quadrante que melhor se encaixa.

Ações e Diretrizes

Em seguida, a aluna Scárlett Lima (SB) apresentou os objetivos geral e específicos que guiaram o planejamento do Plano Diretor, dentre eles a sensibilização do público interno e externo pelo turismo na cidade, assim como com o *trade* também envolvido; a qualificação do produto já existente; a capilarização do turismo em Mogi; e a busca por pleitear o *status* de Município de Interesse Turístico. CG completou a fala, destacando que os objetivos não são fixos e estão totalmente abertos. Não elencamos aumentar o fluxo de turistas, uma vez que foi compreendido que já existem muitos visitantes na cidade e é necessário aproveitar e melhorar a qualidade dessa visita. Prosseguindo com o conteúdo, SB explana cada ação criada e seus prazos, com a conclusão por parte de CG, reforçando a importância de operacionalizar essas ações e diretrizes, algumas delas com formas de financiamento. Apresentando o cronograma das ações, CG reforça que estas não

começam juntas, cada uma com sua especificidade – como, por exemplo, as ações de comunicação dependem do término das ações de qualificação de atrativos.

Discussões

CG informa que o plano, após a audiência e ajustes finais, ficará disponível para uma consulta pública no site da Prefeitura de Mogi das Cruzes e que até o próximo semestre o corpo docente e discente da USP aguardará um retorno com as ações e diretrizes prioritárias. FB levanta que O “Mogi para Mogianos” foi elaborado na cidade e implantado uma forma muito empírica, com um orçamento muito escasso. No dia da audiência completou cinco anos de atividade e 4mil passageiros recebidos. A questão de sensibilizar o público interno através de passeios com os alunos do ensino básico tem um projeto em conjunto com o “Mogi para Mogianos”, onde montariam os roteiros e a Secretaria de Educação disponibiliza o ônibus, mas são necessário recursos, abertura de editais para trazer o empresário para “dentro” da prefeitura. Gilberto (GB), produtor de cogumelos, diz que as festas mais importantes são o Akimatsuri e a Festa do Divino, e então as que mais atraem turistas para cidade, tem origem na agricultura. É importante reforçar esse tipo de atrativo – consciência das pessoas que trabalham no campo e na cidade. Esse tipo de atrativo atraem 28% dos turistas que vem a Mogi, a necessidade e a importância de reconhecer a atividade agrícola, de reforçar os atrativos rurais para manter as pessoas no meio rural para continuar a produzindo os alimentos para cidade. Promover empatia das pessoas da cidade com o meio rural. Renato (RA), proprietário Águas da Mata: A visão de concorrentes entre as propriedades não deveria ocorrer – gostaria de agradecer a oportunidade do “Mogi para Mogianos” e parabenizar os alunos por esse brilhante trabalho. Pergunta, para título de informação, quem é que vai executar essas ações? Levanta isto para que as informações não fiquem guardadas e sejam tratadas com prioridades. JM diz que os alunos sabem que existe uma demanda maior, e que de acordo com as prioridades elencadas, pode-se adaptar e alterar partes do plano para melhor viabilizar cada melhoria. O COMTUR pode ser um instrumento para viabilizar as ações. Para a execução dos projetos e ações é necessária uma participação mais efetiva do empresariado. RA diz que precisa-se de capacitação das pessoas que vão receber esses turistas – os proprietários sabem dos interesses dos turistas, mas têm receio

de participar – demonstrar interesse das pessoas da cidade em conhecer o campo. Identificar que é necessário agregar renda e não largar a sua atividade, mas receber nos finais de semana ou um grupo durante a semana. FB explicou que sem papel não há projetos, transformação do conselho municipal – consultivo e deliberativo - queremos que o empresário participe cada vez mais, é uma regra da poder público ter pessoas do poder público. O conselho é voltado para o empresário e deve ser tocado por ele. O SENAR auxilia trazendo essas pessoas para atividade turística, não só na zona rural. O ASDETUR une o empresariado, mas estamos muito aquém do que queremos ser. É um trabalho que exige varias mãos, e são os empresários que devem tocar, a prefeitura deve dar apoio, mas o empresariado que deve correr atrás. Roberto (RS), de São Roque, deu o exemplo de sua cidade, que eles estão tentando implantar o trem turístico, uma sugestão para o turismo rural. Realizaram as visitas técnicas, mas queria falar sobre o circuito das frutas, fizeram o circuito e abriu a cabeça de muita gente, de todos o empresariado. FB falou que o empresariado precisa cobrar o poder público, e precisa ter força. No dia da audiência, exemplificando, tiveram um ônibus de 44 pessoas do Roda SP, tivemos ajuda do Luís mas com essas ações precisamos de mais funcionários para poder recepcionar. O empresariado precisa cobrar o poder público para que possa melhorar. SB levanta a ideia do FAMTUR - vistas e encontros entre o *trade* - poder levar o pessoal da agricultura e da hotelaria se conhecerem e aprender com cada um, para entender realidades diferentes. Ricardo (RI), psicólogo e turista: ficou impressionado, pois Mogi das Cruzes tem uma característica muito positiva, as pessoas são muito receptivas e trabalham muito bem, o que não se encontra em outras cidades com tanta facilidade – falta de mobilização da família, que convidem seus filhos, o entorno, é necessário mobilizar a população. Sobre eventos esportivos: notou que o Mogi Skate Park, recebe uma grande quantidade de pessoas de fora de Mogi. CG explana que das diretrizes definidas está a qualificação dos atrativos turísticos, e existe sim, uma calendário extenso. Eles focaram que aproveitar esse turista que já passa pela cidade, e que eles tenham melhor aproveitamento. Taide Reis (TR) (Adestur): É preciso sair da teoria e ir pra prática, o que vemos no turismo rural, dentro do SENAR, oferecem a mesma coisa, detalhes que são quase iguais, que convertem, reunir os 4 elementos e da ênfase da logística do “Mogi para Mogianos”, Roda São Paulo, diferença dentre o gasto com

pernoite e sem pernoite. Foco em cima de logística – muita informação mas está perdida. Duvida, o gasto com diária e R\$ 500 e sem diária R\$ 150, esse diferença não esta muito grande? Fernanda Carradore (FC), uma das alunas, diz que no decorrer do levantamento, os estudantes tiveram essa noção que a amostra não é grande e o número de questionários respondidos não seja tão representativo. Mas a diária do hotel entraria neste gasto médio, e sabe-se das discrepâncias desses dados. JM completa informando que tem uma parcela grande de mais de 15 salários mínimos e acabam escolhendo um restaurante mais caro e fazem compras; SB fala sobre a comunicação, reforçando que através do aplicativo proposto em uma das ações, a informação fica unificada, cada pasta de assunto com suas informações relevantes para unificar e distribuir. Carolina Passarinho (CP), aluna, diz que a diretriz da comunicação interna é justamente para colocar o *trade* em contato, por mais que seja muito difícil chegar a um modelo perfeito, é possível fazê-lo. Oswaldo Matsui (OM), proprietário, pergunta se os alunos ficaram sabendo da Festa Agrícola do Furusato de Cocuera, que ocorre no mês de novembro, e uma festa não tão grande quanto o Akimatsuri, mas no mesmo estilo. SB diz que a capilarização é importante, pois encaminha turistas para eventos com o mesmo caráter. O evento Furusato foi visitado pelo grupo no ano passado, não apareceu nesta pesquisa de demanda por foi realizada apenas esse ano. LV relata que unificando o calendário e a comunicação tornam-se mais efetivas; CG completa que a partir de um histórico de pesquisa podemos mostrar em dados que o turismo é um ponto positivo, e fica muito mais seguro propor ações e investimentos e estabelecer uma rotina de pesquisa com a participação. Mostrar para o empresariado e sensibilizá-lo a participar, mas tem que ser uma pesquisa sistemática e com a mesma metodologia, pois com os dados podemos cobrar ações do poder público. Sandro (SD), da Associação Paulista de Turismo Rural, agradeceu os empresários que foram proativos, de fato é necessário o empenho dos empresários precisa utilizar de associação, do COMTUR, isso que vai fazer com que o turismo seja mais ativo. Segundo ele, dois pontos interessantes da pesquisa foram: i) o transporte público - a população pede a melhoria do transporte, e ii) sobre a marca – é necessário criar ícones para trazer o turista, instigar a visitar a cidade. Em São Roque, por exemplo, os ícones são o vinho, a alcachofra e o *ski*. Para a Estrada do Vinho, o empresariado se mobilizou e não apenas os produtores de uva estão se beneficiando, mas também os

restaurantes da região. Existem alguns ícones que facilitam a identidade, que atraem o turista. Como ícone para Mogi lembra-se do caqui, da colônia japonesa. Patricia Rossetti (PR), estudante da ECA/USP, diz que a questão de precisar da marca Mogi, mas ainda não está totalmente desenvolvido, pois esbarra na diretriz de qualificação dos atrativos turísticos. A edificação da marca de uma cidade é de fato importante para identificação para o turismo. E questiona: “o que é a cara de Mogi? O que atrai em Mogi?”. RA informa que para Mogi, é o maior produtor orquídeas, cogumelos, frutas, tudo isso e em razão a colônia oriental, para ele seriam os carros-chefes para começar uma paginação. CG descreve que como não temos essa pesquisa sistemática, não sabemos se o fluxo aumentou, e não estamos considerando isso nos objetivos. Pergunta aos presentes se seria o caso de incluir essa informação e aumentar o fluxo turístico. RA responde que sim, existe capacidade para aumentar o fluxo turístico durante a semana. CG agradece e comenta que não ficou tão evidente, mas há muitos estudantes universitários em Mogi. As ações de comunicação são as mais custosas, e se não há um público estratégico, isso fica pulverizado e ineficaz. Larissa Prado (LP), aluna, retorna ao assunto de transporte público comentando da locomoção até os atrativos, da centralidade dos culturais e que os rurais ficam pulverizados. E há uma dependência do poder público e a responsabilidade do transporte é do Estado e do município. Pode pensar como seria a locomoção através do transporte público conectando os atrativos. Roger Nery (RN), funcionário do Portal Tiete (jornal local) diz que eles estão mapeando os atrativos do Alto Tietê e fazendo muitas visitas aos atrativos e identificando. O grupo de trabalho poderia somar neste trabalho. Samira, que se realiza viagens com amigos, descreve que juntos alugam vans no final de semana e vão conhecer Mogi, transporte e acessos de fato são difíceis e faltam agências receptivas. Começou a conhecer Mogi das Cruzes pelo “Mogi para Mogianos” –acredita que Mogi tem potencial mas não sabe operacionalizar. A palavra é passada para o Sr. Masuji Kayasima (MK), proprietário do Paraíso das Microorquídeas, que diz que é complicado de fato convencer as propriedades vizinhas a entrar no segmento do turismo, principalmente pela cultura do japonês de “ser naturalmente desconfiado”. Os proprietários precisam ter confiança para poder começar a investir e comprar a ideia do turismo.

CG conclui a audiência reforçando que o objetivo da parceria e do grupo é devolver à sociedade o que a universidade pública faz, colaborando com o desenvolvimento para o Estado de São Paulo. Combinou-se então que o plano seria disponibilizado *online* para acesso e consulta livre após finalizado e, dessa forma, todos poderiam durante o mês de Julho avaliar quais são as ações com maior grau de prioridade para os alunos focarem nos projetos no semestre seguinte.

Lista de Presença - Audiência Pública do Plano Diretor Turístico de Mogi das Cruzes

Local: Rua Antenor Leite da Cunha, nº 55, Vila Mogilar - Mogi das Cruzes

Horário: 9h00 às 12h00

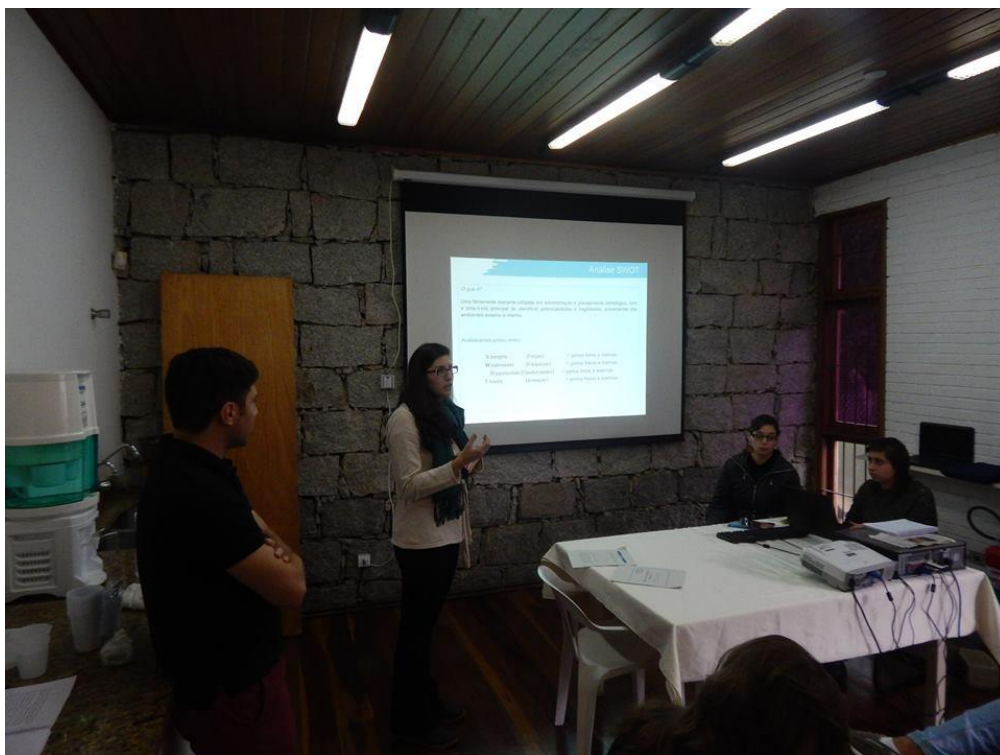
Data: 20 de junho de 2015

Nome	Instituição/Cargo	E-mail	Assinatura
Marta K.K. Yabase	Sítio Cantos do Pêdo	martayabase@gmail.com	
Laura A.H. Kayasima	Asdetur	LA-KAYASIMA@BOL.COM.BR	
Masuji KAYASIMA	Asdetur	MASUJI.KAYASIMA@YAHOO.COM.BR	
RENATO L. FAURY	ASAM / LIONS	RENATOFURY@IG.COM.BR	
Debora de Souza Mello	Debi Mogi Tur / Crescer	debimogi.turismo@gmail.com	
Joni Carlos Muniz Jr.	Assoc. Pro Divino	JCARL@IG.COM.BR	
CAIQUE MANNA	COMTUR / SECRETARIA	CAIQUEMANNA@UOL.COM.BR	
Rosely Nery	Sevna Portal Alto Tiete	ROSELY.PORTALALTOTIETE@GOL.COM	
Ana Nery	Journal Portal Alto Tiete	portal.fporportalaltotiete.com	
Márcia Cardoso dos Santos	Soc. Mun. de Educação	marcia-fs@bol.com.br	
Valney Junior	SESI-240 CAZEB	ValneyJunior2007@hotmail.com	
Fernanda Oliveira Lopes	SESI-240 LAZER CURSO TÉCNICO	Feh.oli@hotmail.com	
Patrícia Kelly	SESI 240 FERAZ VASC. CURSO TÉCNICO EM LAZER		
WALTER DE PAULA	TUR - CRESCER	WALTERDEPAULA@gmail.com	
Paulo Roberto de Oliveira	Estudante gestão pública	paulo.fat.eco@guil.com	

Nome	Instituição/Cargo	E-mail	Assinatura
Tomaz Hideo Yamaki	Bunkyo -	Tomaz.Yamaki@bunkyo.com	
Camela Yukie Jato	guia de turismo	camela.yukie.jp@gmail.com	
Athairde Reis Felles	Asdetur	Fazenda5pedras@netmail.com	
Mª Cristina Apaches	comtur	mariaacristina.apaches@netmail.com	
Sandro M. Góti	IDESTUR - ASINATURA	SANDRO@IDESTUR.ORG.BR	
Jilene Batista	Hotel Luanda/Comercial	comercial@guysluanda.com.br	
Mônica Marchetti	Hoteleiro/Market Gerencia	monica@guysluanda.com.br	
OSVALDO MATSUS	AsDETUR	osvaldomatsus@gmail.com	
Gilberto A. Custódio	Agonegocio	gacustodio@ig.com.br	
Samira Ferrari Venancio	Turista	SamiraFerrariVenancio@yahoo.com.br	
Igor Batista	Curso Técnico/SESI - Lazer	IGUINOKIA@GMAIL.COM	
Ana Paula Britisk Mota	Estudante de Enfermagem	anaulinhabritisk@hotmail.com	
ARISTIDES DE LA PUNTA CURY	PRESIDENTE SKAL SÃO PAULO	presidentesk2e-skalsp.com.br	

27 APÊNDICE D – FOTOS REGISTRADAS NA OFICINA PARTICIPATIVA E DA AUDIÊNCIA PÚBLICA

Oficina Participativa:



Audiência Pública:



28 APÊNDICE E – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE DEMANDA REAL

Pesquisa Demanda Mogi das Cruzes

QUESTIONÁRIO

Pesquisador: _____ Data: ____/____/____
 Local: _____ Horário: _____

--

<p>GÊNERO <input type="checkbox"/> FEMININO <input type="checkbox"/> MASCULINO</p>	<p>LOCAL RESIDÊNCIA (CIDADE, ESTADO, PAÍS) _____</p>	<p>11. COMO CLASSIFICA A INFRAESTRUTURA DA CIDADE?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;"></th> <th style="width: 10%;">MUITO RUI M</th> <th style="width: 10%;">RUI M</th> <th style="width: 10%;">BOM</th> <th style="width: 10%;">MUITO BOM</th> <th style="width: 10%;">NÃO SE APLICA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td style="text-align: left;">LIMPEZA</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: left;">SEGURANÇA</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: left;">TRANSPORTE PÚBLICO</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: left;">TELECOMUNICAÇÕES</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: left;">ILUMINAÇÃO</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: left;">ACESSIBILIDADE (PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA, CADEIRANTES, DE MOBILIDADE REDUZIDA).</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>		MUITO RUI M	RUI M	BOM	MUITO BOM	NÃO SE APLICA	LIMPEZA						SEGURANÇA						TRANSPORTE PÚBLICO						TELECOMUNICAÇÕES						ILUMINAÇÃO						ACESSIBILIDADE (PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA, CADEIRANTES, DE MOBILIDADE REDUZIDA).					
	MUITO RUI M	RUI M	BOM	MUITO BOM	NÃO SE APLICA																																							
LIMPEZA																																												
SEGURANÇA																																												
TRANSPORTE PÚBLICO																																												
TELECOMUNICAÇÕES																																												
ILUMINAÇÃO																																												
ACESSIBILIDADE (PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA, CADEIRANTES, DE MOBILIDADE REDUZIDA).																																												
<p>1. MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA CHEGAR À CIDADE: <input type="checkbox"/> VEÍCULO PRÓPRIO <input type="checkbox"/> MOTOCICLETA <input type="checkbox"/> ÔNIBUS LINHA REGULAR <input type="checkbox"/> ÔNIBUS FRETADO <input type="checkbox"/> TREM (LINHA REGULAR CPTM) <input type="checkbox"/> TREM (EXPRESSO TURÍSTICO) <input type="checkbox"/> BICICLETA <input type="checkbox"/> AVIÃO <input type="checkbox"/> OUTRO: _____</p>	<p>2. CASO TENHA CHEGADO DE AVIÃO, QUAL FOI O TIPO DE CONEXÃO/ TRANSFER UTILIZADO PARA CHEGAR À CIDADE? _____</p>	<p>12. COMO CLASSIFICA A INFRAESTRUTURA TURÍSTICA DA CIDADE?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">INFRAESTRUTURA TURÍSTICA</th> <th style="width: 10%;">MUITO RUI M</th> <th style="width: 10%;">RUI M</th> <th style="width: 10%;">BOM</th> <th style="width: 10%;">MUITO BOM</th> <th style="width: 10%;">NÃO SE APLICA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td style="text-align: left;">MEIOS DE HOSPEDAGEM</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: left;">RESTAURANTES / GASTRONOMIA</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: left;">ATRATIVOS</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: left;">CONSERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: left;">SINALIZAÇÃO TURÍSTICA</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: left;">CENTRAIS DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	MUITO RUI M	RUI M	BOM	MUITO BOM	NÃO SE APLICA	MEIOS DE HOSPEDAGEM						RESTAURANTES / GASTRONOMIA						ATRATIVOS						CONSERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO						SINALIZAÇÃO TURÍSTICA						CENTRAIS DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA					
INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	MUITO RUI M	RUI M	BOM	MUITO BOM	NÃO SE APLICA																																							
MEIOS DE HOSPEDAGEM																																												
RESTAURANTES / GASTRONOMIA																																												
ATRATIVOS																																												
CONSERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO																																												
SINALIZAÇÃO TURÍSTICA																																												
CENTRAIS DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA																																												
<p>4. PRINCIPAL MOTIVAÇÃO DA VIAGEM: <input type="checkbox"/> LAZER <input type="checkbox"/> ATRATIVOS HISTÓRICO-CULTURAIS <input type="checkbox"/> ATRATIVOS NATURAIS <input type="checkbox"/> EVENTOS DA CIDADE <input type="checkbox"/> AGROTURISMO/ TURISMO RURAL <input type="checkbox"/> ESPORTES DE AVENTURA <input type="checkbox"/> VISITAR PARENTES OU COLEGAS <input type="checkbox"/> ESTUDOS <input type="checkbox"/> NEGÓCIOS OU TRABALHO <input type="checkbox"/> TRABALHO FIXO (VAI E VOLTA PARA CIDADE DE ORIGEM) <input type="checkbox"/> VISITAS ESPORÁDICAS (CONGRESSO, FEIRAS, VISITA A CLIENTES E FORNECEDORES). <input type="checkbox"/> PASSAGEM (MOGI NÃO É DESTINO FINAL) <input type="checkbox"/> OUTROS: _____</p>	<p>3. COM QUEM VEIO? <input type="checkbox"/> FAMÍLIA <input type="checkbox"/> AMIGOS <input type="checkbox"/> SOZINHO <input type="checkbox"/> EXCURSÃO ORGANIZADA POR: _____ <input type="checkbox"/> OUTRO: _____</p>	<p>5. COMO FICOU SABENDO DO DESTINO MOGI DAS CRUZES? <input type="checkbox"/> MÍDIAS SOCIAIS (BLOGS, FACEBOOK, TWITTER, ETC.) <input type="checkbox"/> SITES OFICIAIS DA CIDADE <input type="checkbox"/> AGENCIA DE VIAGEM. QUAL E ONDE? _____ <input type="checkbox"/> EVENTOS DE DIVULGAÇÃO DO DESTINO <input type="checkbox"/> MATERIAL IMPRESSO DE DIVULGAÇÃO <input type="checkbox"/> INDICAÇÃO DE AMIGOS / PARENTES <input type="checkbox"/> OUTROS: _____</p>																																										
<p>6. BUSCOU INFORMAÇÕES PARA PESQUISAR SOBRE A CIDADE, HOTÉIS, RESTAURANTES OU ATRATIVOS QUE ELA OFERECE? <input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO SE SIM, POR QUAIS MEIOS? <input type="checkbox"/> MÍDIAS SOCIAIS (BLOGS, FACEBOOK, TWITTER, ETC.) <input type="checkbox"/> SITES OFICIAIS DA CIDADE <input type="checkbox"/> GUIAS TURÍSTICOS <input type="checkbox"/> CENTRAIS DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA <input type="checkbox"/> SITES DE VIAGEM (TRIP ADVISOR, HOTEL URBANO, BOOKING, DECOLAR, ETC.) <input type="checkbox"/> PROCUREI MAS NÃO ENCONTREI INFORMAÇÕES SOBRE A CIDADE. <input type="checkbox"/> OUTRO: _____</p>																																												

<p>7. PERNOITOU OU VAI PERNOITAR NA CIDADE? <input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO</p> <p>SE SIM, QUANTOS PERNOITES? _____</p> <p>SE NÃO, QUANTAS HORAS FICOU OU PRETENDE FICAR NA CIDADE? _____</p>	<p>8. QUAL O MEIO DE HOSPEDAGEM ESCOLHIDO:</p> <p><input type="checkbox"/> Pousada. Qual? _____</p> <p><input type="checkbox"/> HOTEL. Qual? _____</p> <p><input type="checkbox"/> Sítio/ Chácara/ Fazenda. Qual? _____</p> <p><input type="checkbox"/> Casa de parentes ou amigos</p> <p><input type="checkbox"/> Segunda residência</p> <p><input type="checkbox"/> Resort Paradise</p> <p><input type="checkbox"/> Outro: _____</p>	<p>13. FAIXA ETÁRIA:</p> <p><input type="checkbox"/> 14 ANOS OU MENOS</p> <p><input type="checkbox"/> 15 A 24 ANOS</p> <p><input type="checkbox"/> 25 A 39 ANOS</p> <p><input type="checkbox"/> 40 A 59 ANOS</p> <p><input type="checkbox"/> 60 ANOS OU MAIS</p>	<p>14. ESTADO CIVIL:</p> <p><input type="checkbox"/> SOLTEIRO</p> <p><input type="checkbox"/> CASADO</p> <p><input type="checkbox"/> VIÚVO</p> <p><input type="checkbox"/> DIVORCIADO</p>																																																								
<p>9. COM QUE FREQUÊNCIA VEM A MOGI?</p> <p><input type="checkbox"/> 1ª VEZ <input type="checkbox"/> DIARIAMENTE <input type="checkbox"/> QUINZENALMENTE</p> <p><input type="checkbox"/> 2ª VEZ <input type="checkbox"/> SEMANALMENTE <input type="checkbox"/> MENSALMENTE</p> <p><input type="checkbox"/> QUANDO OCORRE ALGUM EVENTO DE MEU INTERESSE NA CIDADE.</p>		<p>15. GRAU DE INSTRUÇÃO:</p> <p><input type="checkbox"/> ANALFABETO</p> <p><input type="checkbox"/> ENSINO FUNDAMENTAL INCOMPLETO</p> <p><input type="checkbox"/> ENSINO FUNDAMENTAL COMPLETO (até 9º ano)</p> <p><input type="checkbox"/> ENSINO MÉDIO INCOMPLETO</p> <p><input type="checkbox"/> ENSINO MÉDIO COMPLETO (até 3º colegial)</p> <p><input type="checkbox"/> SUPERIOR INCOMPLETO</p> <p><input type="checkbox"/> SUPERIOR COMPLETO</p> <p><input type="checkbox"/> PÓS-GRADUAÇÃO INCOMPLETA</p> <p><input type="checkbox"/> PÓS-GRADUAÇÃO COMPLETA</p>	<p>16. OCUPAÇÃO:</p> <p><input type="checkbox"/> DO LAR</p> <p><input type="checkbox"/> EMPRESÁRIO</p> <p><input type="checkbox"/> ASSALARIADO DO SETOR PÚBLICO</p> <p><input type="checkbox"/> ASSALARIADO DO SETOR PRIVADO</p> <p><input type="checkbox"/> PROFISSIONAL AUTÔNOMO</p> <p><input type="checkbox"/> ESTUDANTE</p> <p><input type="checkbox"/> APOSENTADO</p> <p><input type="checkbox"/> DESEMPREGADO</p>																																																								
<p>10. QUAL FOI SEU GASTO COM OS SEGUINTES ITENS POR DIA: (MARCAR COM UM X)</p> <table border="1" data-bbox="501 561 1169 804"> <thead> <tr> <th>ATÉ</th> <th>R\$ 50,00</th> <th>R\$ 100,00</th> <th>R\$ 200,00</th> <th>R\$ 500,00</th> <th>R\$ 800,00</th> <th>ACIMA R\$ 1.000,00</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ALIMENTAÇÃO</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>HOSPEDAGEM</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>TRANSPORTE</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>COMPRAS</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>ATRAATIVOS</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>VIDA NOTURNA</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>OUTRO</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		ATÉ	R\$ 50,00	R\$ 100,00	R\$ 200,00	R\$ 500,00	R\$ 800,00	ACIMA R\$ 1.000,00	ALIMENTAÇÃO							HOSPEDAGEM							TRANSPORTE							COMPRAS							ATRAATIVOS							VIDA NOTURNA							OUTRO							<p>17. RENDA FAMILIAR MENSAL (Salário Mínimo: R\$ 788,00)</p> <p><input type="checkbox"/> ATÉ 1 SALÁRIO MÍNIMO</p> <p><input type="checkbox"/> DE 2 A 4 SALÁRIOS MÍNIMOS</p> <p><input type="checkbox"/> DE 5 A 8 SALÁRIOS MÍNIMOS</p> <p><input type="checkbox"/> DE 9 A 14 SALÁRIOS MÍNIMOS</p> <p><input type="checkbox"/> ACIMA DE 15 SALÁRIOS MÍNIMOS</p>	
ATÉ	R\$ 50,00	R\$ 100,00	R\$ 200,00	R\$ 500,00	R\$ 800,00	ACIMA R\$ 1.000,00																																																					
ALIMENTAÇÃO																																																											
HOSPEDAGEM																																																											
TRANSPORTE																																																											
COMPRAS																																																											
ATRAATIVOS																																																											
VIDA NOTURNA																																																											
OUTRO																																																											
<p>GASTO ESTIMADO TOTAL: R\$ _____</p>																																																											

<p>18. VOCÊ VISITOU OU TEM A INTENÇÃO DE VISITAR ALGUM ATRATIVO DA CIDADE?</p> <p>QUAL? _____</p>
<p>19. O QUE VOCÊ MAIS GOSTA / GOSTOU EM MOGI DAS CRUZES?</p> <p>_____</p>
<p>20. O QUE VOCÊ MENOS GOSTA / GOSTOU EM MOGI DAS CRUZES?</p> <p>_____</p>
<p>21. VOLTARIA PARA A CIDADE EM OUTRA OPORTUNIDADE?</p> <p><input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO</p>
<p>22. INDICARIA A CIDADE PARA ALGUÉM?</p> <p><input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO</p>