

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES  
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO  
CURSO TURISMO**

**PROJETOS INDISCIPLINARES DE TURISMO**

**MOGI DAS CRUZES**

**2015**

## APRESENTAÇÃO

A disciplina CRP0464 - Projeto Interdisciplinar de Turismo (PIT) foi criada com o objetivo de oferecer aos alunos a oportunidade de elaborar um projeto que possa auxiliar os gestores públicos do município onde se realizou o Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico (PDDT) a implementarem algumas ações prioritárias para apoiar o desenvolvimento da localidade. Neste sentido, a definição dos temas e do escopo dos projetos considera o Diagnóstico e o Plano de Ação proposto no PDDT, assim como as indicações de prioridades que foram definidas em consulta pública. Embora se trate de uma atividade interdisciplinar por natureza, cada equipe de trabalho conta com docente coordenador para orientá-la e acompanhar o processo de elaboração e apresentação do projeto.

Em 2015, finalizou-se o Plano de Desenvolvimento Turístico de Mogi das Cruzes, apontando macroestratégias e projetos prioritários que poderiam ser implementados no curto e médio prazo. A partir deste conjunto de diretrizes os alunos se organizaram em grupos, sob a coordenação de um especialista na temática, e elaboraram um Projeto, contemplando resultados, estratégias, infraestrutura e recursos necessários para implementação.

Os resultados destes trabalhos foram reunidos neste documento. Esperamos que este material produzido e agora divulgado possa ainda contribuir para subsidiar o desenvolvimento do turismo no município, e estimular a realização de muitas outras ações.

**PROJETO DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE  
DEMANDA TURÍSTICA REAL  
MUNICÍPIO DE MOGI DAS CRUZES-SP**

Período de execução: <b>2016 (anual)</b>
Valor médio estimado: R\$ 18.327,10
Região: <b>Região Turística Alto Tietê Cantareira</b>
Estado(s)/ município(s) envolvido(s): <b>SÃO PAULO/ MOGI DAS CRUZES</b>

**Elaboração e desenvolvimento:**

Fernanda Carradore Franco

Júlia Andreatta Moro

Mayara Carolina Gomes

Raquel Azevedo

## **Lista de quadros**

Quadro 1 - Modelo de Negócios Canvas adaptado para projeto de monitoramento e avaliação de desempenho de demanda turística real do município de Mogi das Cruzes .....	12
Quadro 2 - Indicadores diretos .....	20
Quadro 3 - Indicadores indiretos .....	20
Quadro 4 - Canais de aplicação de questionários e parceiros envolvidos .....	27
Quadro 5 - Parceiros do projeto e contrapartida .....	30

## **Lista de figuras**

Figura 1 - Diretrizes estruturantes para o Observatório de Turismo de Mogi das Cruzes .....	7
Figura 2 - Modelo de negócios Canvas .....	11
Figura 3 - Segmentação do público-alvo de Mogi das Cruzes .....	22
Figura 4 - Camisetas personalizadas para pesquisa do Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo.....	25

## **Lista de tabelas**

Tabela 1 - Estrutura de estimativa de custos 1 .....	32
--	----

## SUMÁRIO

Introdução .....	3
1 Contextualização.....	6
2 Forma de operacionalização .....	7
2.1 Cronograma .....	10
3 Modelo de negócios Canvas .....	11
4 Principais aspectos da pesquisa de demanda .....	13
4.1 Principais atividades.....	13
4.1.1 Amostragem e aplicação de questionários .....	13
4.1.2 Arquivo ( <i>backup</i> das pesquisas).....	15
4.1.3 Monitoramento de dados provenientes de indicadores indiretos .....	15
4.1.4 Tabulação e análise de dados da demanda turística real.....	16
4.1.5 Apresentação de conteúdo para boletins informativos sobre o desempenho da atividade turística (trimestral).....	17
4.1.6 Apresentação de conteúdo para boletim informativo sobre a demanda turística real do município (anual) .....	17
4.1.7 Adaptação e reformulação do projeto de acordo com demanda .....	17
4.2 Recursos principais .....	18
4.2.1 Recursos humanos:.....	18
4.2.2 Recursos físicos: .....	18
4.3 Proposta de valor e indicadores.....	19
4.4 Segmentação do público-alvo .....	21
4.5 Relacionamento com público-alvo .....	23
4.6 Canais e parceiros principais .....	25
4.6.1 Canais .....	26
4.6.2 Parceiros .....	29
4.7 Estrutura de custos .....	31
5 Referências bibliográficas .....	33
APÊNDICE A - Questionário de demanda turística real .....	34

## **Introdução**

Com base nos estudos realizados de agosto de 2014 a junho de 2015, por intermédio da parceria entre a Universidade de São Paulo (USP) e a Prefeitura Municipal de Mogi das Cruzes, representada pela Coordenadoria de Turismo, desenvolveu-se o Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Mogi das Cruzes (PDDTM).

A partir de um diagnóstico inicial, o PDDTM propôs planos de ação elaborados a partir de sete diretrizes pautadas nas fraquezas, ameaças, forças e oportunidades apontadas na análise SWOT, que são: 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 externa e interna e fortalecimento institucional, qualificação da acessibilidade para pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida e mobilização e sensibilização dos três setores.

Este documento dedica-se à diretriz de “coleta, sistematização e análise de dados”, elaborada em função das fraquezas detectadas acerca do desconhecimento do volume e perfil do turista que visita a cidade e do sistema de dados insatisfatório do Observatório de Turismo, uma vez que não há, atualmente, um método único para monitoramento de fluxo turístico.

O presente projeto destina-se a planejar a realização de monitoramento e desenvolvimento de pesquisas de demanda turística real para o município, a fim de integrá-lo ao Observatório de Turismo, uma vez que esta foi uma das ações escolhidas em processo participativo. Além disso, a partir de um conhecimento mais aprofundado do perfil do visitante, é possível planejar, estruturar e expandir a atividade turística do município.

O objetivo geral é elaborar um projeto para pesquisa de demanda turística real para o município de Mogi das Cruzes para ser realizada de forma contínua, a fim de obter mais informações qualitativas e quantitativas sobre o perfil do turista que visita a cidade e compreender melhor a evolução da atividade turística, a partir de uma base de dados efetiva.

O documento apresenta como objetivos específicos, a fim de nortear todas as necessidades do município: contribuir para melhoria da gestão das atividades praticadas pelo Observatório de Turismo junto à Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes; promover aperfeiçoamento da coleta de dados primários e secundários para realização de análises de cenários; estruturar o formato de aplicação de pesquisas do Observatório, a partir de padronização de questionários e indicadores mais importantes para levantamento dos dados; estabelecer monitoramento de modo contínuo e regular, gerando conteúdo para consulta do município a respeito da demanda turística e desse modo auxiliar na tomada de decisões futuras.

Para a elaboração deste projeto, foram considerados indicadores de desempenho usuais nos sistemas de turismo, como número de turistas/tempo, tempo de permanência, gastos médios *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. Outros indicadores secundários úteis à atividade turística estudada foram 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. Ao listar os principais indicadores, primários e secundários, para o contexto do turismo em Mogi das Cruzes, partiu-se do objetivo de garantir um monitoramento efetivo da atividade turística e o aprimoramento das ações e do papel do Observatório de Turismo.

Partindo-se inicialmente da análise de dados disponíveis no PDDT e das pesquisas empíricas realizadas durante as visitas técnicas ao município de Mogi das Cruzes, o projeto também foi desenvolvido por meio de processos de *benchmarking*, pois teve como base a consulta a materiais, formatos de questionários e vertentes de apresentação do Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, e também a utilização do Modelo de Negócios Canvas proposto por Osterwalder (2011), para possibilitar a identificação das necessidades e limitações do projeto.

Com intuito de estruturar o projeto e torná-lo visual, de simples e rápida compreensão, optou-se por uma adaptação do Modelo de Negócios Canvas, de modo que contemplasse as necessidades do estudo de demanda e facilitasse a divisão e visualização de todas as etapas de execução do projeto.

O projeto, portanto, está dividido em uma primeira contextualização dos principais resultados do PDDTM e a importância e funções do estudo de demanda, assim como um resumo do formato proposto para operacionalização do projeto. O segundo bloco de apresentação destina-se ao desenvolvimento da adaptação do Modelo de Negócios Canvas, com diretrizes e sugestões para que o estudo de demanda se desenvolva da maneira mais apropriada para o município, de modo a contribuir para obtenção de resultados mais assertivos acerca do setor do turismo da cidade.

## 1 Contextualização

Pesquisas de demanda real com turistas já foram realizadas em Mogi das Cruzes. Em uma etapa de desenvolvimento do PDDTM, foi realizado um estudo de demanda inicial por meio de aplicação de questionário dirigido para uma pequena amostra da demanda de turismo do município, tanto aplicados de forma direta como disponibilizados por meio digital para o *trade* turístico e outros grupos de interesse. Mesmo considerando-o como questionário piloto, o estudo de demanda, de uma forma geral, junto com demais levantamentos e análises de cenários, serviu como apoio para traçar diretrizes e ações de forma mais assertiva, contribuindo assim para maior acuidade do diagnóstico dos demais fatores que influenciam a atividade turística do município.

Destaca-se das análises do PDDTM e deste questionário piloto a elucidação de possíveis segmentos em potencial para o município, como o caso do segmento de compras, apontado por alguns visitantes da região do Alto Tietê e da capital paulista. Também importante ressaltar a relevância dos eventos culturais e de lazer promovidos como motivação dos visitantes irem para a cidade, e seu peso para a atividade turística, além do segmento de turismo rural, agroturismo e de aventura, ligados ao potencial dos atrativos naturais do município.

No entanto, pesquisas pontuais não conseguem mostrar a evolução da atividade turística em uma localidade. Por esse motivo, este projeto busca desenvolver um modelo de estudo de demanda que se aplique de forma adequada à cidade de Mogi das Cruzes, de modo a aprimorá-lo para utilização a longo prazo pelo município.

A fim de possibilitar o monitoramento e a avaliação da evolução da demanda turística real, é importante definir, de antemão, o instrumento de pesquisa, para que seja utilizado ao longo de certo período e, portanto, para que possibilite comparações. O questionário desenvolvido neste projeto (ver apêndice A) teve a preocupação de padronizar um instrumento que garantisse maior aproximação da realidade e acessibilidade, facilidade de aplicação, com um novo padrão mais compacto, apresentando questões pertinentes e úteis para o monitoramento.

## 2 Forma de operacionalização

Na tentativa de demonstrar o formato de operacionalização do projeto de estudo de demanda turística real de Mogi das Cruzes, tomou-se como base as diretrizes estruturais adotadas pelo Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, de modo a apropriá-la como referência para o estabelecimento de ações de planejamento e promoção turística propostas pelo Observatório de Turismo de Mogi das Cruzes, junto a Coordenadoria de Turismo, o oferecimento de dados qualitativos, quantitativos e análises do mercado turístico do município, como proposto neste projeto de constante monitoramento dos dados, e o fornecimento de dados e pautas positivas para o setor de comunicação e para a imprensa, de modo a iluminar a atividade turística e seus pontos positivos para a localidade. A figura 1 representa este esquema.

**Figura 1 - Diretrizes estruturantes para o Observatório de Turismo de Mogi das Cruzes**



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir do esquema de diretrizes estruturantes do Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo.

Diante destas diretrizes que objetivam elucidar as principais vertentes para criação de estratégias e planos de ação do Observatório, e também como meio de aprimoramento do formato da gestão atual, entende-se a forma de operacionalização como as etapas sugeridas de execução do projeto e a aplicação dos métodos, pensadas levando em consideração o custo-benefício da contratação parcial de empresa especializada e da coordenação de parcerias. Ainda assim, este processo é escolha do município e as etapas sugeridas serão elaboradas ao longo do projeto.

- **1ª etapa:** Planejamento, parcerias e elaboração de propostas.

- Disponibilizar espaço e outros recursos físicos para monitoramento e arquivo de dados provenientes de indicadores da atividade turística, como os questionários aplicados e o levantamento de informações do segmento do turismo em fontes secundárias.

- Entrar em contato para coordenar, aproximar e articular os possíveis parceiros e contratados para realização das etapas de execução do projeto.

- Firmar parceria com o Instituto de Matemática e Estatística da Universidade de São Paulo (IME-USP) ou outra instituição de ensino para realizar cálculo de amostragem mais preciso para a pesquisa de demanda turística real do município.

- Promover, elaborar e apresentar propostas de *workshops* para familiarização dos métodos de aplicação de questionários para os parceiros, assim como forma de conscientização e sensibilização.

Responsável: Coordenadoria de Turismo/ Observatório de Turismo

- **2ª etapa:** Aplicação de questionários.

- Aplicar os questionários por meio de mão de obra fornecida pelos parceiros (instituições de ensino de Mogi das Cruzes) e organização do cronograma de aplicação, integrando o mesmo com a grade horária das disciplinas dos cursos, de acordo com números de entrevistadores e entrevistados.

Responsável: Instituições de ensino parceiras.

- **3ª etapa:** Tabulação e análise de dados.

- Tabular e analisar dados provenientes do banco de dados dos questionários (fornecido pelo Observatório de Turismo) e fornecer informações apresentadas em infográficos e outras formas de design gráfico.

Responsável: Empresa especializada contratada.

- **4ª etapa<sup>1</sup>:** Gestão do projeto.

- Coordenar o projeto e as metas estabelecidas para conclusão das etapas do cronograma.

- Apontar devidas reformulações e adaptações nos métodos, nas parcerias e nos recursos disponibilizados para os mesmos, de modo a garantir a efetividade do projeto no contexto da cidade de Mogi das Cruzes, ao passo que há maior conhecimento da demanda estudada.

- Alimentar o setor de comunicação com relatórios dos dados obtidos ao longo da execução do projeto, para a criação de boletins informativos.

Responsável: Coordenadoria de Turismo/ Observatório de Turismo.

O resultado esperado do projeto é proporcionar um banco de dados mais sofisticado diante do potencial turístico da cidade de Mogi das Cruzes e que este possa auxiliar no percurso em traçar diretrizes e ações para estruturação da atividade turística no município, assim como consequente conscientização e informatização do cidadão e dos visitantes, que se tornam mais sensibilizados pelas informações recebidas do desempenho turístico do município, contribuindo para o setor. Em longo prazo o estudo de demanda do município poderá prospectar possíveis parcerias com municípios vizinhos, além de dar a possibilidade de investimentos com maior risco, no momento em que possam existir resultados mais concretos em relação ao turista que visita Mogi das Cruzes, contribuindo para a diminuição da margem de erro.

---

<sup>1</sup> Chama-se no projeto de 4ª etapa, porém refere-se a uma fase de monitoramento, em que as ações sejam aplicadas ao longo de todo o projeto, visto que apontam para a gestão e manutenção do mesmo, e divulgação de conteúdo interessante para a atividade turística.

## 2.1 Cronograma

<b>PROJETO DEMANDA - PREVISÃO 2015/2016</b>	DEZ-15	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Definir equipe de trabalho e possíveis contratações e parcerias.													
Disponibilizar recursos físicos.													
Levantar informações do segmento do turismo em fontes primárias e secundárias.													
Entrar em contato para coordenar, aproximar e articular os possíveis parceiros e contratados para realização das etapas de execução do projeto.													
Promover, elaborar e apresentar propostas de <i>workshops</i> para familiarização dos métodos de aplicação de questionários para os parceiros.													
Aplicar os questionários.													
Tabular e analisar dados provenientes do banco de dados dos questionários (empresa contratada).													
Fornecer informações apresentadas em infográficos e outras formas de design gráfico (empresa contratada).													
Alimentar o setor de comunicação com relatórios dos dados obtidos, para gerar boletins informativos (demanda-anual/ dados do turismo – trimestral).													
Apontar devidas reformulações e adaptações nos métodos, nas parcerias e nos recursos disponibilizados para os mesmos.													

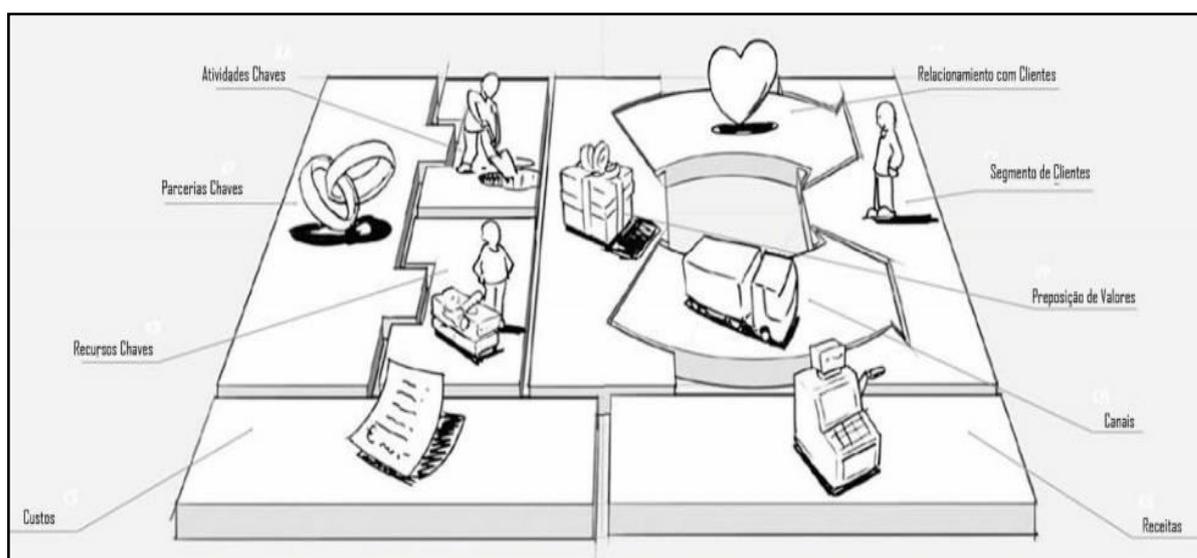
Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

### 3 Modelo de negócios Canvas

Optou-se também em ter como base os pilares da metodologia Canvas para traçar objetivos e indicadores para o projeto de estudo de demanda turística real do município de Mogi das Cruzes, onde é possível traçar um diagrama visual onde pode-se avaliar o projeto como um todo. As perguntas "Por quê? O quê? Quem? Como? Quando?" guiam a descrição do escopo que auxiliou em determinar as premissas do projeto.

Os pilares do quadro de modelo de negócios Canvas são: 1. proposição de valores; 2. atividades-chave; 3. recursos-chave; 4. parcerias-chave; 5. segmentos de clientes; 6. relacionamento com clientes; 7. canais; 8. estrutura de custos; 9. fontes de receita. O modelo proposto pode ser visto na figura 2.

**Figura 2 - Modelo de negócios Canvas**



Fonte: OSTERWALDER, A. PIGNEUR, Y. et al., 2011.

**Quadro 1 - Modelo de Negócios Canvas adaptado para projeto de monitoramento e avaliação de desempenho de demanda turística real do município de Mogi das Cruzes**

<p><b>ATIVIDADES PRINCIPAIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicação de questionários.</li> <li>- Arquivo (backup das pesquisas);</li> <li>- Monitoramento de dados da atividade turística do município e da região provenientes de indicadores indiretos, captados por meio de fontes primárias ou secundárias.</li> <li>- Tabulação e análise de dados (contratação empresa especializada).</li> <li>- Adaptação e reformulação do projeto de acordo com demanda;             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apresentação de conteúdo para boletins informativos sobre desempenho da atividade turística para serem disponibilizados para a população e imprensa.</li> </ul> </li> <li>- Apresentação de conteúdo para boletim informativo sobre a demanda turística real do município (anual).</li> </ul>	<p><b>PROPOSTA DE VALOR</b></p> <p>Gerar informações a respeito da demanda turística real do Município de Mogi das Cruzes, de modo a beneficiar a cidade com banco de dados atualizado a partir de questionários, com indicadores padronizados.</p> <p>As informações são normalmente guiadas a partir do monitoramento do fluxo de turistas, que pode trazer a possibilidade de maior desenvolvimento e investimento na atividade turística do município, a partir de ações do Observatório de Turismo, junto a Coordenadoria de Turismo.</p>	
<p><b>CANAIS E PARCEIROS PRINCIPAIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Locais de aplicação de questionários: Meios de transporte (estações rodoviária e ferroviária, expresso turístico); Espaços com grande fluxo de pessoas (Shopping Mogi); Atrativos e equipamentos turísticos (Orquidário Oriental, Paraíso das Microorquídeas, Casarão do Chá, Pico do Urubu, Mogi Skate Park, Parque Centenário, Praça Oswaldo Cruz, Estação Sabaúna); Hotéis (Mercure, Ibis, Binder, Marbor, Paradise Resorts); Eventos (Akimatsuri, Festa do Divino, Furusato Matsuri).</li> <li>- Parceiros para cálculo de amostra, aplicação de questionários e disponibilização de dados: Instituto de Matemática e Estatística (IME-USP); Coordenadoria de Turismo (Centrais de Informação Turística); Institutos de Ensino (ETEC, Crescer); Sindicato Rural de Mogi das Cruzes (SRMC); <i>Trade</i> turístico (restaurantes, bares, hotéis, estabelecimentos comerciais); Empresas de meio de transporte (rodoviária e ferroviária); Agências emissivas; Prefeitura de Mogi das Cruzes; Consórcio de Desenvolvimento dos Municípios do Alto Tietê (CONDEMAT);</li> </ul>	<p><b>SEGMENTAÇÃO DO PÚBLICO-ALVO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Turistas de Mogi das Cruzes</li> <li>- Segmentação de público consolidado: negócios e eventos culturais e de lazer;</li> <li>- Segmentação de público em potencial: agroturismo, turismo rural, de lazer e eventos de negócios.</li> </ul>	<p><b>RECURSOS PRINCIPAIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipe para aplicação de questionários: parceria para aplicação de questionários e equipe para monitoramento e montagem de boletins informativos para divulgação.</li> <li>- Equipe do Observatório de Turismo para levantamento e monitoramento de dados.</li> <li>- Dispositivos móveis para aplicação de questionário (exemplo: <i>tablets</i>).</li> <li>- Coletes customizados para pesquisadores.</li> <li>- Transporte: se necessário para locomoção da equipe em caso de locais distantes para aplicação de questionários.</li> <li>- Sala/espço para arquivo (backup) e monitoramento: espaço físico para manutenção e reformulação das pesquisas, monitoramento da atividade turística, levantamento de dados e realização de boletins.</li> <li>- Computadores com pacote <i>Office</i>, <i>OpenOffice</i> ou similar.</li> <li>- Softwares de design gráfico (exemplos: <i>CorelDRAW</i>)</li> <li>- <i>Workshops</i> para demonstração e treinamento de aplicação de questionários pela equipe parceira.</li> </ul>
	<p><b>RELACIONAMENTO COM PÚBLICO-ALVO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apresentação de um questionário mais prático e atrativo (aplicação por meio de dispositivos móveis - <i>Tablets</i>)</li> <li>- <i>Workshops</i> e testes para abordagem e aplicação do questionário proposto</li> <li>- Vestimenta customizada para o pesquisador, com logotipos do Observatório de Turismo e da Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes.</li> </ul>	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

## **4 Principais aspectos da pesquisa de demanda**

Neste tópico encontra-se o desenvolvimento da adaptação do Modelo de Negócios Canvas como método de estruturação do projeto, assim como os processos e recursos envolvidos em cada pilar estabelecido para o estudo de demanda turística real.

### **4.1 Principais atividades**

“Principais atividades” dedica-se a discriminar as atividades que devem ser realizadas para que o projeto tenha êxito. Uma adaptação de “Atividades-chave” do Canvas, que previa atividades mais estratégicas em relação a alcançar o objetivo, optou-se por destacar, mais do que estratégias, cinco pilares básicos para que se tenha o resultado esperado em relação a demanda turística de Mogi de Cruzes, de modo contínuo e de simples monitoramento.

#### **4.1.1 Amostragem e aplicação de questionários**

Para uma primeira viabilização do projeto, foi simulada uma amostra aproximada de questionários a serem aplicados com os visitantes de Mogi das Cruzes. Entretanto, sugere-se uma parceria com instituições de ensino voltadas à área de matemática e estatística para uma avaliação mais assertiva do cenário e da amostra necessária.

Primeiro passo para determinar a amostra da pesquisa é definir seu universo, ou seja, o que se pretende estudar. O universo da pesquisa de demanda turística real é o número de turistas que visita Mogi das Cruzes. Como o número exato de turistas que visitam Mogi das Cruzes ainda é desconhecido, optou-se por simular um

cálculo amostral<sup>2</sup> com o número de habitantes do município em 2015, com base em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>3</sup>, o nível de confiança de 95% e erro amostral de 3%. O cálculo resulta em 1065 questionários que serão aplicados em 6 meses alternados ao longo de um ano. O número é considerado representativo, uma vez que mesmo o número da população aumentado em três vezes, o cálculo da amostra continua sendo o mesmo ou com mínima diferença. Por exemplo, para 1 milhão de habitantes, o cálculo nos mostra um total de 1066 questionários, para 2 ou 3 milhões o total é de 1067. Portanto a aplicação de 1065 questionários é mais que satisfatória e poderá ser reajustada a partir das análises futuras.

A sugestão de período para aplicação dos questionários em seus primeiros anos de execução é acontecer nos meses de janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro, sendo três vezes por semana durante o mês e em dias aleatórios, alternando entre dias de semana e finais de semana, de modo a contemplar todos os visitantes. Este processo deve estar dentro de um cronograma pré-estabelecido mensalmente junto a Coordenadoria de Turismo e ao pesquisador, e deve ser repetido a priori a cada ano, sendo revisitada a metodologia e a amostra quando necessário e às vistas de resultados e mudanças na estrutura que impliquem na adaptação do projeto e sua forma de operacionalização.

A periodicidade foi estabelecida de forma aleatória, considerando que ainda não foram estipuladas as altas e baixas temporadas do município e na tentativa de captar os fluxos já existentes, como o dos grandes eventos culturais e de lazer (abril, maio, julho e novembro), e também aquele dos meses de temporada (dezembro e janeiro), devido a férias escolares.

Com o total de 1065 questionários a serem aplicados, justificado acima, calculou-se que nos 6 meses pré-selecionados (janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro) serão aplicados aproximadamente 178 questionários a cada mês, divididos em 44 por semana. Se aplicados em três dias por semana, calcula-se, portanto, uma média de 15 questionários respondidos por dia. Para que sejam

---

<sup>2</sup> Para o cálculo amostral, utilizou-se da calculadora online desenvolvida por Glauber Santos. Disponível em: <<http://www.publicacoesdeturismo.com.br/calculoamostral/>>. Acesso em: out. 2015.

<sup>3</sup> A população estimada de Mogi das Cruzes, segundo informações do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística é de 424.633 habitantes. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=353060>>. Acesso em: out. 2015.

aplicados, estimam-se dois pesquisadores por dia, que poderão ser rotativos durante a semana.

Para a aplicação dos questionários, sugere-se parceria com instituições de ensino e que, por meio delas, discentes de cursos do segmento de turismo ou relacionados à atividade direta ou indiretamente possam ter uma experiência com a área e contribuir com o estudo de demanda turística real do município, de modo que estas atividades sejam planejadas para integrarem o cronograma das disciplinas propostas na grade horária. A especificação de parceiros e demais contrapartidas encontra-se ao longo das demais seções deste projeto.

#### 4.1.2 Arquivo (*backup* das pesquisas)

O *backup* dos arquivos e de todas as análises realizadas ao longo da pesquisa permitirá uma concepção mais assertiva do diagnóstico da demanda real do município, uma vez que garantirá a chance de comparação dos dados e análise do desenvolvimento durante os anos posteriores, devido a um banco de dados sempre atualizado e organizado. Dessa forma, o arquivo se tornará também um instrumento que será utilizado para realizar as análises comparativas e auxiliar no preparo de novos boletins informativos.

O arquivo deve ser digital, pela facilidade no manuseio e preservação. Posteriormente deve-se também criar um arquivo com os boletins que forem impressos. O arquivo digital pode ser um HD externo ou uma máquina destinada para armazenar o conteúdo.

#### 4.1.3 Monitoramento de dados provenientes de indicadores indiretos

Importante realizar o monitoramento de dados da atividade turística do município e da região (indicadores indiretos da demanda), provenientes de fontes primárias, como o próprio trade turístico (hotéis, restaurantes) e também de fontes secundárias, como do Ministério do Turismo, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Para que seja possível obter esses dados, é preciso

monitoramento constante e devem ter sido estabelecidas as parcerias com os órgãos e empresas, listadas adiante na seção "canais e parceiros principais", para que as informações sejam repassadas e tabuladas periodicamente.

Os indicadores indiretos permitirão fazer uma ampla análise em relação a demanda do município, compreendendo de fato o que já é consolidado, como também os pontos fortes e fracos. Deve ser destacada a necessidade de conscientizar a todos os parceiros a respeito da importância dos dados solicitados e da manutenção para o desenvolvimento do turismo no município.

#### 4.1.4 Tabulação e análise de dados da demanda turística real

A tabulação e análise de dados é a consequência de todo o trabalho desenvolvido, portanto, é necessário que todas as outras etapas tenham sido realizadas com excelência para que a tabulação ocorra de maneira simples e a análise de dados assertiva.

A tabulação e análise de dados exigem equipamento e equipe especializada. Considerando o custo benefício e de manutenção, o modo que pode ser mais vantajoso ao município seria estabelecer as parcerias para a aplicação de questionários e terceirizar empresa especializada para tabular e analisar os dados.

A contratação de uma empresa terceira facilitará o processo, uma vez que a Coordenadoria de Turismo não precisará contratar mão de obra especializada em softwares de análises de dado, além da necessidade de dispor de mais recursos físicos. A contratação da empresa será temporária, pois a mesma deverá prestar contas em períodos pontuais, por meio do fornecimento de análise dos dados e de outras apresentações necessárias em formatos de infográficos. Sugere-se o estabelecimento de resultados trimestrais ao longo do ano, com dados do turismo do município e da região, e o resultado final dos questionários e da avaliação de demanda turística real no mês seguinte ao fim da aplicação de questionários. Portanto a contratação temporária para o serviço de tabulação aconteceria quatro vezes por ano, gerando os resultados trimestrais e o anual final. Para isso, foram disponibilizados orçamentos estimados dos serviços, que estão apresentados na estrutura de custos do projeto.

#### 4.1.5 Apresentação de conteúdo para boletins informativos sobre o desempenho da atividade turística (trimestral)

É importante a apresentação de conteúdo para o setor de comunicação para o desenvolvimento de boletins informativos sobre o desempenho da atividade turística, para serem disponibilizados para a população e a imprensa. A sugestão de periodicidade dos boletins é trimestral, de acordo com os resultados dos dados analisados pela empresa especializada. Porém, os boletins podem ser lançados em diferentes períodos, e cabe a equipe da Coordenadoria de Turismo estabelecer os dados importantes a serem disponibilizados em determinada época, de acordo com as possibilidades e limitações do município. O conteúdo será gerado a partir dos dados obtidos através do monitoramento de dados provenientes de indicadores indiretos, atividade elucidada no item 4.1.3.

#### 4.1.6 Apresentação de conteúdo para boletim informativo sobre a demanda turística real do município (anual)

Com os resultados das análises de dados da demanda turística real, objeto deste projeto, pela empresa contratada, é imprescindível torná-los transparentes à população e a todo o trade turístico, que também pode usufruir das informações para aprimoramento de serviços da cidade.

Desta forma, é importante apresentar conteúdo para boletim informativo sobre a demanda turística real do município, a ser disponibilizado anualmente após a realização da aplicação dos questionários no período estipulado.

#### 4.1.7 Adaptação e reformulação do projeto de acordo com demanda

É importante que o projeto seja sempre avaliado e reformulado conforme a necessidade. Os resultados gerados e a periodicidade indicarão quais mudanças devem ser realizadas para obter a maior quantidade de informações a respeito do

setor de turismo do município e os dados que realmente são necessários serem levantados sobre a demanda real, de acordo com o cenário da cidade.

A sugestão da primeira reavaliação é após o lançamento do segundo boletim informativo sobre a demanda turística, pois os resultados já permitem analisar os dados concomitantes e realizar comparações de cenário.

## **4.2 Recursos principais**

Esta seção do Modelo de Negócios Canvas busca listar os principais recursos demandados para o projeto, estes que serão mais bem elucidados e exemplificados nas seções seguintes.

### **4.2.1 Recursos humanos:**

- Equipe para aplicação de questionários: parceria com as instituições de ensino do município para aplicação de questionários.
- Disponibilização da própria equipe do Observatório de Turismo para levantamento e monitoramento de dados para serem enviados para a empresa especializada e para o setor de comunicação para realização de boletins informativos sobre a atividade turística. Como uma segunda opção, sugere-se a contratação de uma pessoa com no mínimo nível técnico em turismo, por meio de edital.

### **4.2.2 Recursos físicos:**

- Dispositivos móveis para aplicação de questionário (exemplo - *tablets*):
- Coletes customizados para pesquisadores.
- Transporte: se necessário, para locomoção da equipe em caso de locais distantes para aplicação de questionários.

- Sala/espço para arquivo (*backup*) e monitoramento: espaço físico para manutenção e reformulação das pesquisas, monitoramento da atividade turística, levantamento de dados, arquivo e realização de boletins.
- Computadores com pacote *Office*, *OpenOffice* ou similar.
- Softwares de design gráfico (exemplos: *CorelDRAW*)
- Sala para realização de *Workshops* para demonstração e treinamento de aplicação de questionários pela equipe parceira.

### 4.3 Proposta de valor e indicadores

A “proposta de valor” consiste no que de fato o projeto irá desenvolver, sendo que o Modelo de Negócios Canvas sugere os questionamentos pertinentes para elaboração desta etapa: “o que oferece?”; “o que valoriza e o que pode agregar?”; “o que está satisfazendo?”.

A essência da proposta de valor é gerar informações a respeito da demanda turística real do Município de Mogi das Cruzes, de modo a beneficiar a cidade com banco de dados atualizado a partir de questionários, com indicadores padronizados. O monitoramento do fluxo de turistas pode trazer a possibilidade de maior desenvolvimento e investimento na atividade turística do município, a partir de ações do Observatório de Turismo, junto a Coordenadoria de Turismo.

Os quadros 2 e 3 representam os indicadores diretos e indiretos, apontando quais são as informações importantes a serem levantadas, sendo os diretos aqueles explícitos nos questionários e os indiretos aqueles que podem ser obtidos a partir de outras fontes primárias e secundárias, e que podem resultar em um estudo mais assertivo da demanda e da situação do turismo de forma ampla, por meio de parceria com as empresas públicas e privadas da cidade que atuam no turismo e que tem suas próprias informações que poderão nortear novos parâmetros e oportunidades.

**Quadro 2 - Indicadores diretos**

✓ Origem dos visitantes.
✓ Meios de transporte utilizados para chegar ao município.
✓ Grupos de viagem.
✓ Motivação da viagem.
✓ Fluxo de turistas provenientes da divulgação (digital, material impresso, indicação).
✓ Meios de hospedagem escolhidos.
✓ Permanência na cidade (pernoites e/ou horas).
✓ Gasto diário do visitante.
✓ Avaliação da infraestrutura da cidade (limpeza, segurança, transporte público, telecomunicação e acessibilidade para pessoas com deficiência).
✓ Avaliação da infraestrutura turística (meios de hospedagem, restaurantes/gastronomia, atrativos, conservação do patrimônio, sinalização turística, Centrais de Informação Turística).
✓ Gênero.
✓ Faixa etária.
✓ Grau de instrução.
✓ Ocupação.
✓ Renda familiar.
✓ Intenção de visita a atrativos.
✓ Atrativos visitados.
✓ Avaliação de pontos positivos e negativos da cidade.
✓ Possibilidade de retorno.
✓ Satisfação do visitante (indicação para outros visitantes).

Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

**Quadro 3 - Indicadores indiretos**

✓ Taxa de ocupação dos meios de hospedagem.
✓ Diária média dos meios de hospedagem.
✓ Fluxo de passageiros rodoviário e ferroviário.
✓ Mercados emissores.
✓ Número de empresas formais do setor de turismo (agências, meios de hospedagem, bares e restaurantes, empresas organizadoras de eventos, atrativos privados).
✓ Número de admissões nas empresas do setor de turismo.
✓ Número de contratação temporária no setor de turismo.
✓ Número de demissões nas empresas do setor de turismo.
✓ Número de eventos realizados.
✓ PIB do turismo.
✓ Arrecadação de impostos gerados sobre serviços turísticos (ISS).
✓ Dados econômicos (Mogi das Cruzes e Região do Alto Tietê).

Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

O questionário, elaborado com base nos quadros dos indicadores diretos e também com base nas análises do questionário piloto aplicado em Mogi das Cruzes durante as atividades no processo de realização do PDDTM, pode ser consultado no apêndice A (p.34).

#### **4.4 Segmentação do público-alvo**

Segmentação do público é uma adaptação de “segmentação de clientes”, que consiste em compreender quem irá usufruir, adquirir e consumir o produto ou serviço, diferenciando e agrupando conforme a necessidade. Este documento foi adaptado para “segmentação do público-alvo”, uma vez que a intenção é compreender qual o público-alvo do projeto de monitoramento da demanda turística real de Mogi das Cruzes e, partindo do questionário, qual é o público que poderá responder e quais perfis é importante identificar a partir do estudo de demanda.

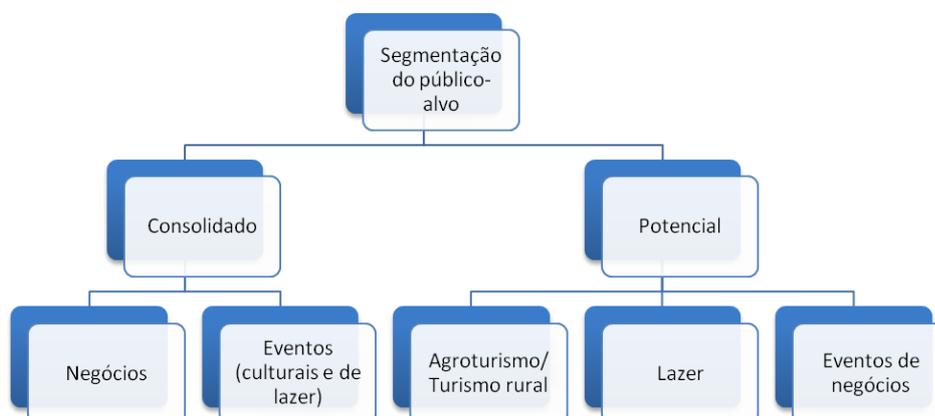
O público-alvo do projeto é o turista de Mogi das Cruzes, distinguido a priori em perfis principais consolidados e com potencial, com base em análises do PDDTM e do estudo de demanda empírico realizado anteriormente: o visitante de lazer e negócios, o turista dos segmentos do turismo rural, agroturismo e dos eventos de negócios, culturais e de lazer. Identificado em mais destaque no diagnóstico do plano foi a segmentação do turista que vem a cidade motivado por eventos culturais e de lazer. Devido às limitações da pesquisa aplicada pelo questionário piloto, questiona-se se esse público faz parte da segmentação do público consolidado.

A hipótese do visitante de Mogi das Cruzes mais consolidado é o de negócios, constatada pela análise da demanda nos hotéis da cidade, que em sua maioria é de visitantes que vem a trabalho, e também por conta da grande quantidade de grandes empresas que se encontram na região. Por outro lado, também não é possível desconsiderar a grande atração de visitantes por eventos culturais e de lazer. Outra questão relevante apontada no PDDTM em relação a esta segmentação foi que o turista de negócios, embora consolidado, não tem o hábito de estender a sua permanência de modo a usufruir dos equipamentos de lazer e a visitar os atrativos turísticos da cidade.

O público-alvo considerado em potencial é devido a pouca captação de perfis de visitante no primeiro estudo, mas pela constatação em análises do diagnóstico acerca da boa articulação do segmento e representatividade para o município. É o exemplo do segmento de agroturismo e turismo rural, além dos turistas a lazer e para eventos de negócios. Existe um grande potencial na área rural de Mogi das Cruzes que já oferece alguns atrativos, mas que ainda não foi identificada a quantidade de pessoas que se deslocam para visitar os equipamentos disponíveis. Já os equipamentos de lazer em geral, muitas vezes não são reconhecidos pelos próprios moradores como equipamento turístico. É necessário, portanto, identificar esse público que já visita essas localidades e qual o seu perfil. Os eventos de negócios também são forte potencial, uma vez que as empresas já estão na região e já existe uma alta demanda de turistas de negócios. No entanto, há poucos locais disponíveis para a realização de grandes eventos, além dos hotéis do município. Caberia, portanto, identificar o interesse das empresas em realizar eventos na cidade, de modo a movimentar este segmento e incentivar a captação deste tipo de evento.

A figura 3 mostra essa segmentação do público-alvo estabelecido a partir do estudo de demanda piloto realizado no município.

**Figura 3 - Segmentação do público-alvo de Mogi das Cruzes**



Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

#### 4.5 Relacionamento com público-alvo

O Relacionamento com público-alvo é uma adaptação do “Relacionamento com o cliente” do Modelo de Negócios Canvas, que estabelece qual é o relacionamento com cada segmento de clientes, distinguindo em conquista, retenção e ampliação. Nesse documento, mais do que diferenciar o público, estabeleceu-se formas de abordagem e o próprio relacionamento para tornar a pesquisa mais eficaz.

Os métodos de relacionamento com o público-alvo apresentados neste tópico priorizam uma melhor abordagem e eficiência no fornecimento das informações obtidas pelo questionário de demanda, visando aprimoramento em sua operacionalização.

- Apresentação de um questionário mais prático e atrativo (aplicação por meio de dispositivos móveis - *Tablets*):

Esse modelo foi escolhido pelo seu melhor custo benefício, de maior confiabilidade e segurança no momento da aplicação de questionário. Os *tablets* podem ser transportados e utilizados por diversos “aplicadores”, sendo de fácil manuseio e manutenção considerada a longo prazo. Os *tablets* são interativos e auxiliam na otimização do tempo e aumento do número de pesquisas aplicadas, eliminando os formulários impressos. Além da vantagem de eliminar o tempo perdido na coleta e em transcrição de pesquisas, o equipamento também pode trazer maior confiabilidade dos dados, devido a maior automatização da tabulação de dados, evitando erros de digitação ou preenchimento incorreto pelo pesquisador.

- *Workshops* e testes para abordagem e aplicação do questionário proposto:

A elaboração e promoção de *workshops* por conta da Coordenadoria de Turismo garante operacionalização mais eficiente, por meio de abordagens mais completas e preparadas, permitindo maior autonomia dos pesquisadores, além de melhores resultados em menor tempo, como o número de questionários respondidos e a satisfação do entrevistado com uma abordagem bem feita por um pesquisador

que domina o questionário e sua forma de aplicação. A realização destes workshops de familiarização com a pesquisa poderá garantir uma base e suporte para a mesma, além de proporcionar um canal colaborativo com os pesquisadores, que podem fornecer *feedback* da aplicação com a experiência do campo e sugerir mudanças nos questionários para serem avaliadas.

Para elaboração dos *workshops*, sugere-se a utilização da metodologia proposta em Dencker (1998), onde é ressaltado em “Entrevistadores: treinamento, domínio de idiomas, tabulação” como deve ser pensado um programa de treinamento. Em suma, é importante que os pesquisadores tenham conhecimento sobre o tema e acesso à pesquisa antes de sua aplicação, garantindo maior familiaridade no momento da abordagem, além de mais compromisso com os resultados.

- Vestimenta customizada para o pesquisador, com logotipos do Observatório de Turismo e da Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes:

O uso de uma vestimenta que identifique o pesquisador é essencial para facilitar a abordagem, além de auxiliar no processo de eventualmente “filtrar” aqueles que não se encaixam no perfil do público-alvo e que não possuem interesse em responder ao questionário. Este tipo de relação com o público torna a pesquisa mais profissional e garante maior credibilidade e confiança por parte dos entrevistados, sendo também parte de uma conscientização da importância do estudo e deste tipo de levantamento de dados.

A figura 4 representa um exemplo de camisetas personalizadas do Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, utilizadas durante aplicação de pesquisa de demanda internacional e nacional em aeroportos.

**Figura 4 - Camisetas personalizadas para pesquisa do Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo**



Fonte: São Paulo Turismo, 2012.

#### **4.6 Canais e parceiros principais**

Esta seção de “canais e parceiros” é uma junção e adaptação entre os dois pilares da construção do Modelo de Negócios Canvas: “canais e parcerias principais”. Este pilar compreende como a proposta de valor chega aos clientes e parcerias principais, quem são os parceiros e a rede de fornecedores.

Portanto, a seção "canais e parceiros" engloba os principais *stakeholders* envolvidos no projeto de estudo da demanda turística real de Mogi das Cruzes, sendo canais os locais onde os questionários poderão ser aplicados e também os parceiros gerais que podem auxiliar a viabilização do projeto.

Os canais foram estabelecidos pensando-se na chegada, permanência e partida dos turistas, captando o maior número possível. Os parceiros listados são aqueles que, direta ou indiretamente, podem viabilizar de alguma forma a aplicação do questionário ou o fornecimento de dados da atividade turística e, conseqüentemente, a obtenção das informações necessárias sobre a demanda do turismo.

#### 4.6.1 Canais

A delimitação dos locais de aplicação de pesquisa foi baseada em canais de distribuição que movimentam um maior fluxo de turistas que chegam ou partem da cidade, como os terminais rodoviário e ferroviário, e também em atrativos que foram elencados no PDDTM como equipamentos "consolidados" ou com "potencialidade".

O quadro 4 detalha a delimitação dos canais de aplicação de questionários (relação direta com o turista), sendo eles: meios de transporte (estações rodoviária e ferroviária, expresso turístico); espaços com grande fluxo de pessoas (Shopping Mogi); atrativos turísticos (Orquidário Oriental, Paraíso das Microorquídeas, Casarão do Chá, Pico do Urubu, Mogi Skate Park, Parque Centenário, Praça Oswaldo Cruz, Estação Sabaúna); hotéis (Mercure, Ibis, Binder, Marbor, Paradise Resorts); eventos (Akimatsuri, Festa do Divino Espírito Santos, Furusato Matsuri).

**Quadro 4 - Canais de aplicação de questionários e parceiros envolvidos**

CANAIS	LOCAL	PARCEIRO (ATOR)	JUSTIFICATIVA	QUANDO
MEIOS DE TRANSPORTE	Estação Rodoviária	Prefeitura de Mogi das Cruzes	Captar turistas que estão chegando e partindo da cidade.	Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro
	Estação Ferroviária	CPTM		Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro
	Expresso Turístico	CPTM		Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro
ESPAÇOS COM GRANDE FLUXO	Shopping Mogi	Administração do shopping	Captar possíveis turistas específicos do segmento de compras.	Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro
ATRATIVOS TURÍSTICOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER	Orquidário oriental	Proprietário	Captar os turistas que vão diretamente para os atrativos rurais da cidade, principalmente com excursões ou carros particulares.	Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro
	Paraíso das Microorquídeas	Proprietário		Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro
	Casarão do Chá	Associação Casarão do Chá		Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro
	Pico do Urubu	Proprietário		Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro
	Mogi Skate Park	Proprietário		Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro
ATRATIVOS COM CENTRAIS DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA (CIT)	Parque Centenário	Observatório de Turismo	Captar os turistas do roteiro Mogi para Mogianos e os turistas com interesse histórico cultural	Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro
	Praça Oswaldo Cruz	Observatório de Turismo		Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro
	Estação Sabaúna	Observatório de Turismo		Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro

CANAIS	LOCAL	PARCEIRO (ATOR)	JUSTIFICATIVA	QUANDO
EVENTOS DA CIDADE	Akimatsuri	Associação Bunkyo - Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa e de Assistência Social	Captar os turistas que vão para os eventos culturais e de lazer da cidade.	Mês: abril
	Festa do Divino Espírito Santo	Associação Pró-festa do Divino Espírito Santo		Mês: maio
	Furusato Matsuri	Associação de Agricultores de Cocuera		Mês: novembro
HOTÉIS	Ibis	Rede Accor e gerência do hotel	Captar os turistas principalmente de negócios e os que vão para eventos específicos.	Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro
	Mercure	Rede Accor e gerência do hotel		Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro
	Binder	Gerência do hotel		Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro
	Marbor	Gerência do hotel		Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro
	Paradise Resorts	Gerência do hotel		Meses: janeiro, abril, maio, julho, novembro e dezembro

Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

#### 4.6.2 Parceiros

Os parceiros para efetivação do projeto apresentado serão os órgãos e instituições que colaborarão com a operacionalização das atividades-chave, tornando possível a aplicação do estudo de demanda e sua posterior divulgação.

A Coordenadoria de Turismo, atuando como principal órgão gerenciador para executar e monitorar o projeto, também atua como articulador das parcerias sugeridas e outras que podem surgir ao longo da execução do projeto. Entre ações de articulação, pode-se listar a solicitação de autorizações frente aos locais de aplicação de pesquisa para a circulação dos pesquisadores, dos equipamentos e abordagem dos transeuntes; contato com as instituições de ensino, órgãos e demais parceiros para realização das atividades; e gerenciamento do método a ser escolhido para análise dos dados e sua consequente divulgação dentro dos prazos estipulados.

O quadro 5 mostra os parceiros sugeridos para o projeto. Entre eles: as instituições de ensino do município, como ETEC, Instituto Crescer, e o Sindicato Rural de Mogi das Cruzes (SRMC) que têm como principal função a divulgação da oportunidade de colaboração na pesquisa para seus alunos e trabalhadores e fornecimento de mão de obra qualificada e com conhecimento básico do setor para treinamento efetivo e coerente da aplicação do questionário, para que o mesmo seja aplicado com excelência, com informações e dados claros e objetivos.

Enquanto isso, visando o fornecimento de dados atualizados de sua própria atividade para monitoramento dos indicadores indiretos da atividade turística da região, possibilitando fomentar análise complementar e comparativa junto aos indicadores diretos para elaboração dos boletins informativos gerados periodicamente, e fornecer autorização para aplicação da pesquisa dentro de seus empreendimentos, colaborando para efetivação da coleta de dados, os principais parceiros são o *trade* turístico (restaurantes, bares, hotéis, atrativos, estabelecimentos comerciais), empresas de meio de transporte (rodoviária e ferroviária) e as agências emissivas.

Já a Prefeitura de Mogi das Cruzes e o Consórcio de Desenvolvimento dos Municípios do Alto Tietê (CONDEMAT) como parceiros têm a função de fornecer

dados socioeconômicos derivados e influenciados pela atividade turística para acompanhamento do desenvolvimento econômico do município e para que a Coordenadoria possa centralizar e tabular as informações para gerar relatórios sobre como o turismo está influenciando o desenvolvimento socioeconômico da cidade.

É importante ressaltar que é apresentado alguns parceiros, e que com a execução efetiva do projeto outras parcerias podem ser firmadas e necessárias.

**Quadro 5 - Parceiros do projeto e contrapartida**

PARCEIROS	FUNÇÃO	CONTRAPARTIDA
ETEC PRESIDENTE VARGAS - CURSO DE AGENCIAMENTO DE VIAGENS E EVENTOS	Fornecer mão de obra para a aplicação dos questionários.	Possibilidade de inserir os jovens na primeira experiência com o turismo. Vivência do turismo em diversos pontos do município. Contato com profissionais do turismo de diversas áreas. Ajuda de custo para transporte.
INSTITUTO CRESCER (Cursos relacionados a Turismo)		
SINDICATO RURAL DE MOGI DAS CRUZES (SRMC)		
INSTITUTO DE MATEMÁTICA E ESTATÍSTICA (IME-USP)	Fornecer mão de obra para definição de amostra de questionários.	Possibilidade de inserir estudantes de nível de graduação ou pós-graduação em uma pesquisa real para o município de Mogi das Cruzes.
TRADE TURÍSTICO (restaurantes, hotéis, atrativos)	Fornecer dados para a Coordenadoria centralizar e tabular as informações.	Beneficiados pelas informações tabuladas pela coordenadoria de turismo.
EMPRESAS DE MEIOS DE TRANSPORTE		
AGÊNCIAS EMISSIVAS		
PREFEITURA DE MOGI DAS CRUZES	Fornecer dados para a Coordenadoria centralizar e tabular as informações.	Beneficiados pelas informações tabuladas pela coordenadoria de turismo e aumento da possibilidade da captação de verba estadual ou federal.
CONSÓRCIO DE DESENVOLVIMENTO DOS MUNICÍPIOS DO ALTO TIETÊ (CONDEMAT)		

Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

#### **4.7 Estrutura de custos**

A estrutura de custo contempla todas as estimativas de gastos para viabilizar o projeto. Ela foi elaborada considerando verba mínima, mas pode sofrer alterações dependendo de quando o projeto for de fato executado. É aconselhado ter essa seção do projeto apenas como instrumento norteador para execução e não como base para solicitação de verba, de modo que os orçamentos devem ser atualizados.

A estrutura de custo dá a possibilidade de ter um panorama geral de gastos em médio prazo, a fim de possibilitar o planejamento e melhor execução do projeto. A tabela 1 representa os recursos necessários com levantamento de até 2 orçamentos estimados e o valor médio total.

Tabela 1 - Estrutura de estimativa de custos

ORÇAMENTO ESTIMADO								
Em reais								
ESPECIFICAÇÃO DO RECURSO	QUANT.	VALOR UNITÁRIO (opção 1)	VALOR TOTAL 1	MODELO-EMPRESA	VALOR UNITÁRIO (opção 2)	VALOR TOTAL 2	MODELO-EMPRESA	VALOR MÉDIO TOTAL
Dispositivo móvel "tablets"	4	R\$ 1.199,00	R\$ 4.796,00	<i>Galaxy Tab A</i> – Samsung/Lojas Americanas	R\$ 1.299,00	R\$ 5.196,00	<i>Ipad Mini</i> – Apple/Submarino	R\$ 4.996,00
Colete customizado	4	R\$ 62,00	R\$ 248,00	Solar Uniformes	R\$ 84,90	R\$ 339,60	Opção Promocional	R\$ 293,80
Computador	2	R\$ 899,90	R\$ 1.799,80	CCE - Extra	R\$ 1.649,00	R\$ 3.298,00	Positivo - Lojas Americanas	R\$ 2.548,90
Pacote <i>Office</i>	1	R\$ 259,00	R\$ 259,00	<i>Microsoft Store</i>	-	-	-	R\$ 259,00
Material de escritório (folha sulfite pac.500)	2	R\$ 14,50	R\$ 29,00	Chamex Livraria Saraiva	R\$ 15,90	R\$ 31,80	Chamex Kalunga	R\$ 30,40
<i>Software</i> de design gráfico	1	R\$ 2.149,00	R\$ 2.149,00	<i>CorelDRAW Graphics Suite X7/ Corel Draw Store</i>	-	-	-	R\$ 2.149,00
Contratação empresa especializada para tabulação e análise de dados	1	R\$ 7.900,00	R\$ 7.900,00	Qualitest Ciência e Tecnologia	R\$8.200,00	R\$8.200,00	AGP Pesquisas Estatísticas	R\$ 8.050,00
<b>VALOR MÉDIO ESTIMADO DO PROJETO</b>								<b>R\$ 18.327,10</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2015.

## 5 Referências bibliográficas

- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. Métodos e técnicas de pesquisa em turismo. São Paulo: Futura, 1998.
  
- OSTERWALDER, Alexander. Pigneur, Yves. et al. **Business model generation: inovação em modelos de negócios - um manual para visionários, inovadores e revolucionários.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.
  
- SÃO PAULO. Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo. Disponível em: <<http://www.observatoriodoturismo.com.br/>>. Acesso em: out. 2015.
  
- \_\_\_\_\_. Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo. **Demanda Turística Nacional e Internacional para a cidade de São Paulo - Aeroporto Internacional de São Paulo/ Guarulhos.** Disponível em: <[http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/demanda\\_gru.pdf](http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/demanda_gru.pdf)>. Acesso em: out. 2015.

**APÊNDICE A - Questionário de demanda turística real**

<b>PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA REAL DE MOGI DAS CRUZES</b>																																							
PESQUISADOR: _____		DATA: ___/___/_____																																					
LOCAL: _____																																							
<b>Qual é o local de sua residência permanente?</b> Cidade: _____ UF: ____ (Se EXTERIOR) País: _____	1	<b>Quem o acompanhou nesta viagem?</b> 1. Sozinho 2. Família 3. Amigos 4. Colegas de trabalho 5. Excursão. Organizada por: _____ 6. Outros: _____	6																																				
<b>Qual foi o meio de transporte utilizado para chegar à cidade:</b> 1. Automóvel próprio 2. Motocicleta 3. Ônibus de linha regular 4. Ônibus fretado 5. Trem (linha regular CPTM) 6. Trem (Expresso Turístico) 7. Bicicleta 8. Outros: _____	2	<b>Como ficou sabendo do destino Mogi das Cruzes?</b> 1. Sites oficiais da cidade 2. Agência de Viagem. Qual e onde? _____ 3. Eventos de divulgação do destino 4. Material impresso de divulgação 5. Indicação de amigos / parentes 6. Colegas de trabalho 7. Já conhecia o destino 8. Mídias sociais (blogs, Facebook, Twitter, etc.) 9. Outros: _____	7																																				
<b>Qual é a sua idade?</b> _____	3																																						
<b>Qual foi a PRINCIPAL motivação desta viagem?</b> 1. Lazer 2. Visitar amigos ou parentes 3. Negócios ou trabalho 4. Compras 5. Congressos, feiras ou convenções 6. Estudos ou cursos 7. Saúde 8. Religião 9. Passagem (Mogi não é destino final) 10. Outros: _____	4	<b>Avalie os seguintes itens:</b> Muito Bom (MB) Bom (B) Ruim (R) Muito Ruim (MR) Não se aplica (NA)  <table border="0"> <tr> <td><b>Infraestrutura</b></td> <td><b>MB</b></td> <td><b>B</b></td> <td><b>R</b></td> <td><b>MR</b></td> <td><b>NA</b></td> </tr> <tr> <td>Limpeza</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Segurança</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Transporte público</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Telecomunicações</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Acessibilidade (para pessoas com deficiência, e mobilidade reduzida)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	<b>Infraestrutura</b>	<b>MB</b>	<b>B</b>	<b>R</b>	<b>MR</b>	<b>NA</b>	Limpeza	<input type="checkbox"/>	Segurança	<input type="checkbox"/>	Transporte público	<input type="checkbox"/>	Telecomunicações	<input type="checkbox"/>	Acessibilidade (para pessoas com deficiência, e mobilidade reduzida)	<input type="checkbox"/>	8																				
<b>Infraestrutura</b>	<b>MB</b>	<b>B</b>	<b>R</b>	<b>MR</b>	<b>NA</b>																																		
Limpeza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																		
Segurança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																		
Transporte público	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																		
Telecomunicações	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																		
Acessibilidade (para pessoas com deficiência, e mobilidade reduzida)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																		
<b>(Se LAZER), Qual foi o principal atrativo?</b> 1. Atrativos histórico – culturais 2. Atrativos naturais 3. Turismo rural/ Agroturismo 4. Eventos da cidade 5. Esportes 6. Diversão noturna 7. Outros: _____	5	<b>Infraestrutura Turística</b>  Hospedagem <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Restaurantes <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Atrativos <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Conservação do patrimônio <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Sinalização turística <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Centrais de informação turística <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>																																					

<p><b>Pernoitou ou vai pernoitar na cidade?</b></p> <p>1. Sim      2. Não</p> <p>2. <b>Se sim</b>, quantos pernoites? _____</p> <p>3. <b>Se não</b>, quantas horas ficou ou pretende ficar na cidade? _____</p>	9	<p><b>Gênero:</b></p> <p>1. Feminino      2. Masculino</p>	16
<p><b>Qual foi o principal meio de hospedagem utilizado?</b></p> <p>1. Hotel ou Flat      6. Casa de amigos e parentes</p> <p>2. Pousada      7. Imóvel alugado</p> <p>3. Resort      8. Imóvel próprio</p> <p>4. Albergue      9. Sítio/Chácara/Fazenda</p> <p>5. Camping      10. Outros:</p> <p>_____</p>	10	<p><b>Qual seu grau de instrução?</b></p> <p>1. Analfabeto</p> <p>2. Ensino fundamental incompleto</p> <p>3. Ensino fundamental completo</p> <p>4. Ensino médio incompleto</p> <p>5. Ensino médio completo</p> <p>6. Superior incompleto</p> <p>7. Superior completo</p> <p>8. Pós-graduação incompleta</p> <p>9. Pós-graduação completa</p>	17
<p><b>Qual foi seu gasto diário na cidade?</b></p> <p>R\$ _____</p>	11	<p><b>Qual a sua ocupação?</b></p> <p>1. Do lar</p> <p>2. Empresário</p> <p>3. Assalariado do setor público</p> <p>4. Assalariado do setor privado</p> <p>5. Profissional autônomo</p> <p>6. Estudante</p> <p>7. Aposentado</p> <p>8. Desempregado</p>	18
<p><b>INCLUINDO VOCÊ, quantas pessoas estão incluídas nos gastos diários?</b></p> <p>Pessoas: _____</p>	12	<p><b>Qual é a sua renda familiar mensal? (Salário mínimo: R\$ 788,00)</b></p> <p>1. Até 1 salário mínimo</p> <p>2. De 2 a 4 salários mínimos</p> <p>3. De 5 a 8 salários mínimos</p> <p>4. De 9 a 14 salários mínimos</p> <p>5. Acima de 15 salários mínimos</p>	19
<p><b>Você visitou ou tem intenção de visitar algum atrativo da cidade?</b></p> <p>Qual?</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	13	<p><b>O que você mais gosta / gostou em Mogi das Cruzes?</b></p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p>	20
<p><b>Voltaria para a cidade em outra oportunidade?</b></p> <p>1. Sim      2. Não</p>	14	<p><b>O que você menos gosta / gostou em Mogi das Cruzes?</b></p> <p>1. _____</p>	
<p><b>Recomendaria a cidade à outra pessoa?</b></p> <p>1. Sim      2. Não</p>	15	<p>2. _____</p>	
<p><b>OBSERVAÇÕES:</b></p>			



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
Escola de Comunicações e Artes

Isabella Astolfi Ferreira  
Juliana Borgheti de Figueiredo  
Luane dos Santos Vacchi

**PROJETO DE ACESSIBILIDADE PARA PESSOAS COM  
DEFICIÊNCIA E MOBILIDADE REDUZIDA:**

Curso de sensibilização e capacitação do *trade* turístico de Mogi das  
Cruzes

São Paulo  
2015

Isabella Astolfi Ferreira  
Juliana Borgheti de Figueiredo  
Luane dos Santos Vacchi

**ACESSIBILIDADE PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA E  
MOBILIDADE REDUZIDA:**

Projeto de sensibilização e capacitação do *trade* turístico de Mogi das  
Cruzes

Projeto final para a disciplina  
CRP0464 - Projeto  
Interdisciplinar de Turismo

Orientadora: Profª Drª Clarissa  
Maria Rosa Gagliardi.

São Paulo  
2015

## **AGRADECIMENTOS**

A todos os membros da Coordenadoria da Pessoa com Deficiência e Mobilidade Reduzida (COPEDE), em especial à coordenadora Valeriana da Silva Alves, que desde o início mostrou-se solícita e prestativa para colaborar com a construção do projeto e foi fundamental para a comunicação com as entidades que trabalham com acessibilidade em Mogi das Cruzes e para a realização da Oficina Participativa.

Aos integrantes do Conselho Municipal para Assuntos da Pessoa com Deficiência, em especial ao Ricardo Pedroso, seu presidente.

À Prefeitura de Mogi das Cruzes e à Coordenadoria Municipal de Turismo, em especial Fábio Barbosa, Renato Castrezana e Luis Felipe Uchoa. Sempre interessados, disponíveis e prestativos, sem os quais seria impossível a realização do Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico Municipal e do presente projeto.

Aos nossos colegas do curso de Turismo da ECA - USP, pelo companheirismo e encorajamento durante todo o processo.

À Professora Clarissa Maria Rosa Gagliardi, orientadora deste projeto. Seus conselhos foram imprescindíveis para que acreditássemos no potencial do nosso trabalho.

Aos convidados que compareceram à Oficina Participativa, em especial aos palestrantes: Ana Paula Peguim, Ariane Teixeira L. Canellas e Marcos Otaviano Alves do SEBRAE-SP, Maria de Fatima Estephan da Accessible Tour, Leandro Zillig da Azul Locadora, Marcelo Sylva, José Fernandes do Hotel Fazenda Campo dos Sonhos. Nosso agradecimento à colaboração de vocês com o nosso projeto e por compartilhar conosco experiências importantes para subsidiar este trabalho.

À agência ECA Jr. pela parceria e disponibilidade em elaborar voluntariamente o material de divulgação do projeto.

## LISTA DE SIGLAS

ABAV	Associação Brasileira de Agências de Viagens
AME	Associação Amigos Metroviários dos Excepcionais
APAE	Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais
ARCAT	Associação de Renais Crônicos do Alto Tietê
ASDETUR	Associação dos Empresários de Turismo Rural
AVAP	Associação para a Pessoa com Deficiência
CMAPD	Conselho Municipal para Assuntos da Pessoa com Deficiência
COMTUR	Conselho Municipal de Turismo
COPEDE	Coordenadoria da Pessoa com Deficiência e Mobilidade Reduzida
COTUR	Coordenadoria Municipal de Turismo
ECA Jr	Agência Júnior de Comunicações da USP
ECA	Escola de Comunicação e Artes
FAMTOUR	Familiarization Tour
MTur	Ministério do Turismo
PDDTM	Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico Municipal
PIT	Projeto Interdisciplinar de Turismo
PMMC	Prefeitura Municipal de Mogi das Cruzes
PNE	Pessoa com Deficiência
SEBRAE-SP	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAR	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
USP	Universidade de São Paulo

## SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO .....	2
2. JUSTIFICATIVA.....	4
3. OBJETIVOS.....	8
3. 1 Objetivo geral.....	8
3. 2 Objetivos específicos.....	8
4. PÚBLICO-ALVO E BENEFICIÁRIOS .....	9
5. O PROJETO .....	12
5.1 Estruturação do curso .....	12
5.2 Procedimentos metodológicos .....	17
5.3 Dimensões do projeto.....	19
5.3.1 Gestão .....	19
5.3.2 Viabilidade .....	19
5.3.3 Competências e atribuições dos <i>stakeholders</i> envolvidos.....	20
5.4 Recursos necessários .....	21
5.4.1 Tabela cenário público-privado .....	22
5.4.2 Tabela cenário privado .....	23
6. RESULTADOS ESPERADOS E AVALIAÇÃO .....	24
7. REFERÊNCIAS .....	26
8. ANEXOS .....	28
8.1 Fotos .....	28
8.2 Pauta da Oficina Participativa .....	33
8.3 Listas de Presença da Oficina Participativa.....	34
8.4 Cartões de visitas dos palestrantes .....	36
8.5 ATA da Oficina Participativa.....	37
8.6 Modelo de Flyer .....	47
8.7 Questionários de avaliação do curso.....	48
8.7.1 Para o participante .....	48
8.7.2 Para o visitante .....	49
8.7.3 Banco de dado gerado pelo questionário .....	50
8.8 Orçamento de serviços.....	51

## 1. APRESENTAÇÃO

Entre os anos de 2014 e 2015, a Prefeitura Municipal de Mogi das Cruzes (PMMC), por meio da Coordenadoria Municipal de Turismo (COTUR), e a Universidade de São Paulo (USP) firmaram a parceria na qual os alunos do curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes (ECA) produziram o Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico Municipal (PDDTM) que traça uma série de diretrizes de desenvolvimento turístico baseadas em um amplo diagnóstico das condições atuais para o seu crescimento.

Durante este período, foram feitas pesquisas de gabinete, visitas técnicas, entrevistas, observação e levantamento de dados *in loco*, junto aos órgãos da administração municipal e agentes locais do setor privado e da sociedade civil organizada, além da aplicação de questionários para identificar o perfil da demanda turística atual.

As sete diretrizes estratégicas propostas e as respectivas ações para sua operacionalização foram submetidas à análise da comunidade, através de audiência pública realizada em 20 de junho de 2015 e disponibilizadas durante o mês de julho de 2015 para consulta pública no portal oficial da PMMC. A partir da indicação das diretrizes e ações prioritárias feita pelos usuários do portal digital da PMMC e da análise técnica das necessidades locais, foram definidos os Projetos Interdisciplinares de Turismo para serem implementados a curto, médio ou longo prazo.

É neste contexto que se enquadra o presente projeto, como uma das ações alocadas na diretriz de *Qualificação da Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e Mobilidade Reduzida*, apontada pelos mogianos como assunto de alta relevância, a ser tratado com premência, de modo a garantir o cumprimento das leis que regem o direito à acessibilidade deste público nos meios de hospedagem, restaurantes, atrativos turísticos, equipamentos de lazer, entre outros espaços turísticos.

Oficina participativa, pesquisa de gabinete, entrevistas e visitas técnicas foram imprescindíveis para a realização deste trabalho, elaborado com vistas à colaborar para que as lacunas existentes na qualificação dos recursos humanos e na infraestrutura física, sejam preenchidas através de ações de capacitação e

sensibilização dos servidores que compõem o *trade*<sup>1</sup> turístico, de forma que o município possa bem-receber as pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.

---

<sup>1</sup> No presente trabalho, adotaremos o conceito de *trade* turístico da Embratur (1995), que o define como - *organizações privadas e governamentais atuantes no setor de "Turismo e Eventos" como os Hotéis, Agências de Viagens especializadas em Congressos, Transportadoras Aéreas, Marítimas e Terrestres, além de Promotores de Feiras, Montadoras e Serviços Auxiliares (tradução simultânea, decoração, equipamentos de áudio visuais, etc.)*. Disponível em: <[http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/espaco\\_academico/glossario/index.html](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/espaco_academico/glossario/index.html)> acesso em 02 nov. 2015

## 2. JUSTIFICATIVA

O termo acessibilidade<sup>2</sup> diz respeito ao direito de ir e vir de todos os cidadãos sejam eles pessoas com deficiência e mobilidade reduzida ou não. O que atribui a um ambiente o caráter acessível é a configuração do seu espaço e a capacitação dos seus recursos humanos, de maneira a garantir a inclusão, autonomia, segurança e conforto a toda e qualquer pessoa para que usufrua de produtos, serviços e informações.

Quando tratamos da política brasileira voltada à acessibilidade, encontramos uma legislação extensa, bastante abrangente e em constante aperfeiçoamento. A Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência é fruto da Lei nº 7.853/1989, foi instituída pelo Decreto nº 914/1993 e regulamentada pelo Decretos nº 3.298/1999 e nº 5.296/2004. Esta política estabelece um conjunto de diretrizes, em consonância com os princípios dos direitos humanos, que asseguram o pleno exercício dos direitos individuais e sociais das pessoas com deficiência. Dentre elas, temos que a União, Estados e Municípios da Federação devem primar pela formação de recursos humanos para atendimento da pessoa com deficiência e mobilidade reduzida, dando igualdade de oportunidades na sociedade.

Além disso, há a Lei nº 8.213/1991, que obriga empresas com 100 ou mais empregados a ter cotas de 2% a 5% dos seus cargos dedicados às pessoas com deficiência - o que lhes garante renda e poder aquisitivo -; a Lei nº 10.048/2000, que dá prioridade de atendimento, a Lei nº 10.098/2000 que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida; a Norma 9050 da ABNT de 2004, que estabelece critérios e parâmetros técnicos para a construção, instalação e adaptação de edificações e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade; a Lei Brasileira da Inclusão nº 13.146/2015; a resolução nº 280/2013 da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), entre outros.

É importante ressaltar que a promoção da acessibilidade também está prevista no Plano Nacional de Turismo 2013-2016, com a recomendação de

---

<sup>2</sup> Definição baseada no documento "Turismo e Acessibilidade" do Ministério do Turismo. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/MIOLO\\_-\\_Turismo\\_e\\_Acessibilidade\\_Manual\\_de\\_Orientaxes.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/MIOLO_-_Turismo_e_Acessibilidade_Manual_de_Orientaxes.pdf)> Acesso em 20 nov. 2015

adaptação dos espaços para a universalização da experiência turística e no Projeto de Lei 640/2003 que obriga hotéis a adaptarem 10% de suas unidades habitacionais para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida e os restaurantes a terem banheiros acessíveis.

No contexto turístico, Socorro, no interior de São Paulo, destaca-se no cenário atual. A cidade ainda não oferece uma estrutura completa, mas é reconhecida internacionalmente por suas iniciativas de tornar o turismo acessível. Trata-se de um segmento de mercado com investimentos que vem resultando em condecorações e uma demanda cada vez mais expressiva.

O programa Turismo Acessível do Ministério do Turismo (MTur),<sup>3</sup> possui cinco diretrizes (estudo e pesquisa, serviços turísticos, informações turísticas, infraestrutura turística e de apoio ao turista, e promoção e apoio à comercialização de produtos e destinos turísticos) que propõem diversas ações visando a inclusão social e o acesso de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida ao turismo, através do alcance e da utilização de serviços, edificações e equipamentos turísticos com segurança e autonomia. O programa é direcionado aos gestores público e privado, ao *trade* turístico, aos destinos turísticos e às pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.

Dentro destas ações, o aplicativo Guia Turismo Acessível (para *smartphones* ou computadores) funciona através do cadastro dos estabelecimentos turísticos<sup>4</sup> (atrativos turísticos, hotéis, restaurantes, parques, entre outros) no sistema para que as pessoas possam avaliá-lo, de acordo com as necessidades de sua deficiência. Desta maneira, criou-se uma fonte unificada de informações sobre a acessibilidade de pontos de interesse para os turistas.

Sob a perspectiva de Mogi das Cruzes, é possível observar através do PDDTM que, com 23% da população possuindo alguma deficiência e quase 11%

---

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://www.turismoacessivel.gov.br/ta/>>. Acesso em 11 out. 2015.

<sup>4</sup> Segundo o Ministério do Turismo, Mogi das Cruzes possui 300 estabelecimentos cadastrados dentre as opções de alimentação, compras, eventos e lazer, hospedagem, museus e atrativos históricos, parques e zoológicos, praias, e serviços turísticos. Nenhum deles possui avaliação ainda. Disponível em: <<http://www.turismoacessivel.gov.br/ta/pesquisaHome/resultadobuscaPesquisaHome.mtur>> Acesso em 12 nov. 2015

sendo idosa<sup>5</sup>, a existência de políticas públicas advindas da recente criação (em 2010) da Coordenadoria da Pessoa com Deficiência e Mobilidade Reduzida (COPEDE) garantem maior agilidade e atenção às questões voltadas à acessibilidade, mas que ainda apresenta dificuldades e carece de ações que sensibilizem e mobilizem a população.

A Secretaria de transporte possui o projeto “Cartão Estacionamento”, que visa facilitar a mobilidade para pessoas com deficiência por meio de uma autorização gratuita de estacionamento nas vagas especiais sinalizadas para pessoas com deficiência. A COPEDE ainda possui os projetos como “Censo Inclusão”, que identifica as principais necessidades das pessoas com deficiência para propor ações de melhoria em sua qualidade de vida com base nos dados recolhidos; a “Rota Inclusiva”, que tem como objetivo o planejamento e implantação de rotas inclusivas e visa melhorias no transporte e locomoção das pessoas com deficiência, sejam para os fins de trabalho ou lazer; e o “Sou Consciente” que informa os motoristas sobre a importância do respeito às vagas de estacionamento destinadas aos idosos e pessoas com deficiência por meio de ações e campanhas. Tais iniciativas estão em processo de implementação, mas falta apoio e, com exceção do “Cartão Estacionamento”, os demais projetos ainda não foram postos em prática.

O Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, SENAR, ministra o curso “Turismo Rural, agregando valor a sua propriedade” para empresários rurais em Mogi das Cruzes há nove anos através de ciclos anuais – de março a dezembro – perfazendo dez módulos, sem abordar o tema acessibilidade.

Já o Projeto Crescer, oferecido pela PMMC promove a qualificação profissional básica e atua como apoio ao programa de Educação de Jovens e Adultos com função qualificadora. Atua em diversas áreas, dentre elas turismo e hospitalidade.

No estudo da demanda turística, realizado no primeiro semestre de 2015 pelos alunos de turismo da USP, quando os visitantes entrevistados foram questionados sobre o que menos gosta/gostou em Mogi das Cruzes, as perguntas relacionadas a acessos, vias, trânsito, transporte público e sinalização foram as mais

---

<sup>5</sup> Dados do IBGE 2010. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=353060&search=sao-paulo|mogi-das-cruzes|infograficos:-informacoes-completas>> Acesso em 12 nov. 2015

citadas. O estudo<sup>6</sup> revelou também que uma grande parcela dos entrevistados se referiu à falta de acessibilidade às pessoas com deficiência como um fator ainda negativo da cidade.

Quando o PDDTM foi disponibilizado no *website* da PMMC e o Plano de Ação submetido à votação pública, verificou-se que, das 83 respostas, 93,9% indicaram que a sensibilização do *trade* turístico é relevante ou muito relevante e 98,8%, que treinamento de recursos humanos para bem-receber as pessoas com deficiência e mobilidade reduzida também é relevante ou muito relevante. Estes dados, aliados aos demais exemplos aqui descritos, só reforçam a percepção de que as pessoas têm se conscientizado sobre a relevância do assunto.

Para contemplar plenamente essa diretriz, sugere-se a criação de um programa de capacitação dos servidores, pois os mesmos constituem um dos principais instrumentos de desenvolvimento do turismo no município. A inclusão desta diretriz no PDDTM não apenas revela sua importância, como reafirma o pressuposto de que a melhoria dos serviços prestados às pessoas com deficiência e mobilidade reduzida está diretamente vinculada à qualificação do atendimento e da compreensão do papel do *trade* frente a este tipo de iniciativa. Negar atendimento a este público é abrir mão de um mercado consumidor que deseja viajar, que busca o descanso, o lazer e que, na maioria das vezes, não viaja desacompanhado.

A capacitação tem por objetivo prover maiores conhecimentos, habilidades e atitudes para que os profissionais se mantenham atualizados dentro de seus campos de atuação e sirvam de exemplo aos demais membros de sua comunidade. O curso deverá orientá-los sobre a maneira correta de atender as pessoas com deficiência e mobilidade reduzida (abordagem, atendimento, emergências e auxílio) e também sobre a adaptação de seus espaços. Entidades como o Centro Paula Souza e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) são modelos no que se refere à cursos e elaboração de materiais que capacitam pessoas e discutem melhorias na acessibilidade, pois entendem que este é um dos primeiros passos para o cumprimento dos direitos das pessoas com deficiência.

---

<sup>6</sup> O estudo da demanda turística de Mogi das Cruzes foi realizado pelos alunos de turismo da ECA-USP com 138 visitantes entre os meses de abril e maio de 2015 nos principais pontos turísticos do município e durante os eventos Akimatsuri e Festa do Divino Espírito Santo.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 Objetivo geral**

Sensibilizar e qualificar o *trade* turístico para o atendimento das pessoas com deficiência e mobilidade reduzida, através de um curso de capacitação.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- Capacitar o maior número possível de empresários, funcionários e guias;
- Garantir qualidade e condições adequadas para a realização do treinamento;
- Divulgar o Turismo Acessível como um segmento de mercado em ascensão;
- Iniciar um processo de sensibilização mais feral sobre a importância da qualificação de profissionais e espaços físicos para as pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.

#### 4. PÚBLICO-ALVO E BENEFICIÁRIOS

O projeto tem como público-alvo guias de turismo, proprietários privados e públicos de equipamentos e atrativos turísticos e seus funcionários.

Já os beneficiários do projeto serão tanto o público-alvo, que poderá ampliar sua oferta para um público mais diversificado, como também as próprias pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, incluindo idosos, que poderão vir a ter opções de lazer e turismo com infraestrutura adequada e atendimento especializado para recebê-los na cidade de Mogi das Cruzes.

Após o processo de diagnóstico do PDDTM, identificou-se que o setor de turismo rural possui atrativos bem estruturados, comunicação satisfatória e desponta como o maior potencial turístico do município. A existência da Associação dos Empresários de Turismo Rural (ASDETUR) — fortalece a categoria e constitui um interlocutor eficaz para se acessar os empreendedores, facilitando a comunicação, o processo de sensibilização e sua participação no projeto. Dessa forma, a ASDETUR e seus proprietários são aqui indicados como público-alvo para o projeto-piloto<sup>7</sup>. A tabela a seguir apresenta as dezoito propriedades que compõe a ASDETUR e identificadas como potenciais participantes do projeto-piloto, considerando, inclusive, o Sítio Vale da Serra, embora esteja localizado no município de Suzano e não contemplado no PDDTM. Em uma etapa posterior indica-se a oferta do curso para todo o público-alvo.

---

<sup>7</sup> Em contato realizado com o integrante da ASDETUR, Athayde Reis Filho, confirmou-se o interesse da Associação em participar deste projeto e também de contribuir para o seu desenvolvimento.

<b>Associados ASDETUR</b>			
Cantos da Mata	Recanto Filhos do Sol	Sítio Vale da Serra	Sítio Cachoeira da Serra
Sítio Santa Cruz	Chácara Santo Antônio	Sítio Recanto das Águas	Sítio Takahashi
Paraíso das Microorquídeas	Sítio Matsuo e Mogi-Hakone	Jardim dos Vagalumes	Sítio Nakahara
Orquidário Oriental	Querência Isamel e Antônia	Fruticultura Hoçoya	Fazenda 5 pedras
Somel Culinária	Sítio Village 64		

Fonte: Elaborada pelas autoras, 2015. Disponível em: <<http://www.asdetur.com.br/propriedades.html>>. Acesso em 09 nov de 2015.

Os atrativos turísticos e meios de hospedagem foram classificados no PDDTM a partir de uma matriz de caráter tanto qualitativa quanto quantitativa, enquanto os serviços de alimentação foram avaliados exclusivamente por uma matriz qualitativa. Buscando orientar a definição do público-alvo, elaborou-se, a partir do PDDTM, uma tabela simplificada que dispõe os atrativos turísticos e meios de hospedagem de cima para baixo, da melhor para a pior avaliação. Entende-se que aqueles que tiveram melhor avaliação seriam prioridade na capacitação, pois recebem o maior fluxo de turistas e não possuem infraestrutura para atender as pessoas com mobilidade reduzida. O critério avaliado dentro do quesito *acessibilidade* foi a infraestrutura turística para pessoas com mobilidade reduzida e, com exceção do hotel Íbis Mogi das Cruzes e Paradise Golf & Lake Resort, não é satisfatória em nenhum outro estabelecimento.

<b>Classificação do público-alvo segundo o diagnóstico do PDDTM</b>			
<b>Atrativos Rurais</b>	<b>Atrativos Culturais</b>	<b>Atrativos de Lazer e entretenimento</b>	<b>Meios de hospedagem</b>
Orquidário oriental	Escola Coronel Almeida	Parque Centenário	Mercure Mogi das Cruzes
Fruticultura Hoçoya	Mosteiro Calmoldolense	Kosmos Clube	Ibis Mogi das Cruzes
Chácara Santa Antônio	Mesquita Islâmica	Mogi Bowling Bar	Paradise Golf & Lake Resort
Sítio Querência	Casação do Carmo	Mogi Skate Park	Hotel Marbor
Sítio Matsuo	Igrejas do Carmo	Parque Botyra Camorim Gatti	Hotel Binder Quality Inn
Sítio Nakahara	Museu Guiomar	Mirante Pico do Urubu	Hotel Metr�pole
Fazenda rio Grande	Centro Expedicionários	Brasil Adventure Sports	Pousada WG Carvalho
Paraíso das Microorquídeas	Theatro Vasquez	Vila Santista	San Gabriel Hotel
Fazenda 5 Pedras	Catedral Sant'Anna		
Sítio Águas da Mata	Casação do Chá		
Fazenda são José	Obelisco		
Sítio Recanto das Águas	Estação Sabaúna		
Parque das Neblinas	Imigrante Japonês		
Sítio Cachoeira da Serra	Bandeirante		

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2015. Informações retiradas do PDDTM de Mogi das Cruzes.

## 5. O PROJETO

### 5.1 Estruturação do curso

É importante ressaltar que o formato proposto para o curso foi definido em conjunto com os participantes da oficina participativa e por meio dos contatos realizados durante o percurso metodológico. Entretanto, os gestores e participantes terão liberdade para fazer adequações necessárias, se assim otimizarem os resultados esperados.

O curso de capacitação para sensibilização e mobilização para o *trade* turístico de Mogi das Cruzes será assim estruturado:

#### Local:

- Primeiro módulo: Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes
- Segundo módulo: Hotel Fazenda Campo dos Sonhos, Socorro, São Paulo ou Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes
- Terceiro módulo: Hotel Fazenda Campos dos Sonhos, Socorro, São Paulo

#### Carga Horária:

- Primeiro módulo: período noturno, duração de 3 a 4 horas.
- Segundo módulo: período matutino no Hotel Fazenda Campo dos Sonhos, com duração de 3 horas, ou no período noturno com duração de 3 a 4 horas.
- Terceiro módulo: período vespertino, cidade de Socorro e no Hotel Fazendo Campos dos Sonhos, com duração de 4 a 5 horas.

**Palestrantes:** Indicação de possíveis palestrantes e informações para os contatos:

- Primeiro módulo:
  - ✓ SEBRAE - Ariane Teixeira Lima Canellas, consultora de Agronegócios do SEBRAE Alto Tietê (arianetic@sebraesp.com.br - (11) 4722-8244) e Ana Paula Peguim, representante do Programa de Acessibilidade do SEBRAE-SP (anapaulap@sp.sebrae.com.br - (11) 3177-4921)

- Segundo módulo:
  - ✓ SEBRAE - Ariane Teixeira Lima Canellas, consultora de Agronegócios do SEBRAE Alto Tietê (arianetic@sebraesp.com.br - (11) 4722-8244) e Ana Paula Peguim, representante do Programa de Acessibilidade do SEBRAE-SP (anapaulap@sp.sebrae.com.br - (11) 3177-4921).
  - ✓ Hotel Fazenda Campo dos Sonhos. Contato José Fernandes, proprietário e Gustavo gerente (jff@campodossinhos.com.br e atendimento@campodossinhos.com.br). Estrada dos Sonhos, Km 6, S/n - Bairro das Lavras de Baixo, Socorro - SP, 13960-970.
  - ✓ Laramara – Associação Brasileira de Assistência à Pessoa com Deficiência Visual. Rua Conselheiro Brotero, 338 - Barra Funda / CEP 01154-000 - São Paulo/SP, (11) 3660.6400.
  
- Terceiro módulo:
  - ✓ Hotel Fazenda Campo dos Sonhos. Contato José Fernandes, proprietário e Gustavo gerente (jff@campodossinhos.com.br e atendimento@campodossinhos.com.br). Estrada dos Sonhos, Km 6, S/n - Bairro das Lavras de Baixo, Socorro - SP, 13960-970.

**Divulgação / Comunicação:** é necessário comunicar-se com o público-alvo da maneira mais ampla possível, para isso conta-se com a comissão organizadora (COTUR, Conselho Municipal de Turismo – COMTUR –, ASDETUR, COPEDE), o Projeto Crescer e o SENAR para sua divulgação.

Uma parceria com a Agência Júnior de Comunicações da ECA-USP (ECA Jr), resultou em um folder (versão impressa ilustrativa e digital editável) no anexo (8.6), que auxiliará os gestores na divulgação.

**Quantidades de participantes:** considerando o projeto-piloto, em que a ASDETUR possui 18 propriedades membros da Associação, estipula-se a participação de aproximadamente 20 pessoas.

**Conteúdo:**

MÓDULO	CONTEÚDO
1º - sensibilização	<ul style="list-style-type: none"> <li>● A ideia neste módulo é apresentar a definição de acessibilidade; entender as pessoas com deficiência e mobilidade reduzida como seres humanos e cidadãos com poder aquisitivo; apontar as dificuldades deste público; explicar os tipos de deficiência existentes e quais serão abrangidos pelo curso; mostrar a legislação brasileira referente à acessibilidade; e os exemplos bem-sucedidos na área de Turismo Acessível; entre outros temas a serem definidos pelos palestrantes do SEBRAE.</li> </ul>
2º - capacitação	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Capacitação de recursos humanos para bem atender este segmento; papel do poder público na fiscalização da adequação dos espaços; desenvolvimento de atividades específicas para cada deficiência; entre outros temas a serem definidos pelos palestrantes.</li> </ul>
3º - adequação da infraestrutura e visita técnica.	<p>Os participantes serão levados para a cidade de Socorro onde farão:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Palestra - apresentação feita pelo proprietário do Hotel Fazenda Campo dos Sonhos sobre o investimento em Turismo Acessível no meio de hospedagem;</li> <li>● Tour - passeio pela propriedade do Hotel Fazenda Campo dos Sonhos, para observação dos equipamentos e infraestruturas voltados à acessibilidade das pessoas com deficiência e mobilidade reduzida;</li> <li>● Vivência - será realizada atividade experimental em que os participantes serão colocados no papel da pessoa com deficiência e mobilidade reduzida, para verificar dificuldades e facilidades na acessibilidade deles quanto à infraestrutura e acesso às informações;</li> <li>● City-tour - os participantes serão levados para um <i>city-tour</i> pela cidade de Socorro de modo que possam observar a infraestrutura do município referência internacional no segmento de Turismo Acessível.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2015.

**Plano de implementação:** conforme tabela a seguir

### CRONOGRAMA PARA A EXECUÇÃO DO PROJETO

Período/ Atividades	4 meses antes do curso	3 meses antes do curso	2 meses antes do curso	1 mês antes do curso	1 semana antes do curso	Dia do curso	1 semana a 1 mês pós-curso
<b>Reunião para definir o curso</b>	-Data -Local -Palestrantes/ Visita técnica -Transporte -Distribuição de atividades/tarefas						
<b>Definição dos palestrantes</b>							
<b>Definição do transporte</b>							
<b>Definição do local e materiais necessários</b>							
<b>Divulgação</b>			-Mídias oficiais da COTUR, COPEDE e da PMMC; -COMTUR -ASDETUR (site e proprietários) -SENAR -Projeto Crescer	-Redes sociais direcionadas para o público alvo; -E-mail marketing			

<b>Check list Check list (checar com fornecedores se os serviços estão confirmados)</b>					<ul style="list-style-type: none"> <li>-Confirmar presença dos palestrantes;</li> <li>-Verificar equipamentos, local e reserva de ônibus;</li> <li>- Lembrete através de mídias sociais e eventos.</li> </ul>		
<b>Aplicação dos questionários e Tabulação de dados</b>							
<b>Análise do resultado da aplicação dos questionários de avaliação</b>							
<b>Reunião para discussão de melhorias para a próxima edição do curso</b>							

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2015.

## 5.2 Procedimentos metodológicos

A elaboração deste projeto foi realizada em sete etapas. Em um primeiro momento, fez-se a consulta ao PDDTM para reavaliação dos aspectos pertinentes ao tema da acessibilidade em Mogi das Cruzes, com enfoque nos espaços turísticos para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.

Em seguida, a convite do Coordenador Municipal de Turismo, Fábio Barbosa, foi realizada a visita técnica através de um *Familiarization Tour* (FAMTOUR<sup>8</sup>), cujo intuito foi o de avaliar os produtos apresentados por Mogi das Cruzes para os agentes de viagens e guias de turismo e observar em que medida os espaços turísticos e o acesso até eles contavam com infraestrutura para bem-receber as pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. Esta visita permitiu um aprofundamento empírico importante e complementar à pesquisa já realizada durante a elaboração do PDDTM e evidenciou que o atendimento diferenciado e a adequação dos atrativos não eram satisfatórios no quesito acessibilidade.

Na terceira etapa, foi estabelecido contato com a COPEDE e realizou-se uma reunião com a coordenadora Valeriana da Silva Alves<sup>9</sup>. Neste encontro, foram apresentados os projetos da Coordenadoria em execução e os desafios enfrentados nas tentativas de sensibilização da população e decidiu-se conjuntamente pela elaboração de um curso de capacitação dos recursos humanos como Projeto Interdisciplinar de Turismo (PIT).

Também se destaca a palestra sobre Turismo Acessível oferecida na 43ª Feira da Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV)<sup>10</sup>, especialmente importante por apresentar as instituições com expertise na área e demonstrar a melhor forma de contribuir para a construção do curso.

A apresentação do esboço deste projeto na reunião ordinária do Conselho Municipal para Assuntos da Pessoa com Deficiência (CMAPD)<sup>11</sup> teve como intuito coletar sugestões por parte dos membros do Conselho e identificar a forma como cada membro contribuiria com a construção do curso.

---

<sup>8</sup> O FAMTOUR foi realizado no dia 12 de setembro de 2015 na cidade de Mogi das Cruzes.

<sup>9</sup> A reunião com a COPEDE foi realizada no dia 23 de setembro de 2015 na sede da Coordenadoria em Mogi das Cruzes.

<sup>10</sup> A visita à ABAV ocorreu no dia 26 de setembro de 2015 no Anhembi

<sup>11</sup> A reunião ordinária do CMAPD foi realizada no dia 06 de outubro de 2015 na sede da COPEDE em Mogi das Cruzes.

A realização da Oficina Participativa<sup>12</sup> foi o quinto passo do percurso metodológico. Dentre as 23 pessoas presentes, estavam os convidados especialistas na área de turismo e acessibilidade, sendo eles representantes do SEBRAE, da agência de turismo e consultoria Accessible Tour, da empresa Azul Locadora que possui 80% da frota de veículos adaptados para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida, do Hotel Fazenda Campo dos Sonhos localizada na cidade de Socorro (destino premiado na categoria de Turismo Acessível), e o advogado e deficiente visual Marcelo Sylva. Além dos representantes do Q'straint, da ASDETUR, da Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE), da Associação de Renais Crônicos do Alto Tietê (ARCAT), e da COTUR.

O evento teve como finalidade compartilhar experiências destes profissionais com consultoria, roteiros turísticos acessíveis, investimento em acessibilidade nas instalações turísticas e cursos de capacitação e sensibilização de recursos humanos. Na segunda parte da Oficina, foi feito um *brainstorming* para que os presentes pudessem contribuir para o levantamento das informações necessárias para a formatação do curso.

Os tópicos discutidos envolveram: i) temas/ordem dos temas tratados no curso; ii) local e horário ideais para sua realização; iii) carga horária mínima necessária; iv) duração do curso; v) material didático a ser utilizado; vi) infraestruturas/materiais necessários para a realização do curso; vii) possíveis palestrantes; viii) promoção/sensibilização do público para a participação no curso; ix) mapeamento/definição dos interessados; x) recursos / Parcerias; e xi) instrumentos de avaliação dos resultados do projeto.

Através deste evento, reuniram-se relatos e discussões (conforme consta na ATA no anexo 8.5) que pautaram a estruturação do projeto aqui apresentado.

O tempo escasso para a Oficina Participativa conduziu o trabalho para uma sexta etapa, que demandou contato direto com os especialistas e fornecedores para a formatação do curso, bem como para a análise de sua viabilidade e cronograma.

É importante ressaltar que a pesquisa de gabinete perpassou todas as etapas para apontar o embasamento teórico necessário à elaboração do projeto, tanto no que diz respeito ao conhecimento acumulado a respeito da temática em tela quanto técnico, no que tange ao arcabouço legal sobre acessibilidade no Brasil. Contudo, a

---

<sup>12</sup> A Oficina Participativa foi realizada no dia 29 de outubro de 2015, na sede da COPEDE, em Mogi das Cruzes.

maior fonte de informação para atender à real necessidade do município é a própria população, principalmente aqueles envolvidos direta ou indiretamente com turismo e que defendem o aumento da acessibilidade ouvidos durante todo o processo.

### **5.3 Dimensões do projeto**

#### **5.3.1 Gestão**

O projeto será executado pela COTUR, com o apoio direto da ASDETUR no projeto-piloto para sensibilizar seus integrantes para a participação e também para relatar as impressões sobre o curso, buscando aperfeiçoá-lo para edições posteriores. O COMTUR é fundamental para sensibilizar e divulgar a iniciativa junto ao *trade* de turismo e a COPEDE para auxiliar com sua expertise em assuntos referentes ao tema acessibilidade, como por exemplo, a associação da legislação com a realidade observada em Mogi das Cruzes.

Deste modo, sugerimos a criação de uma comissão organizadora do curso, composta por ao menos um membro das seguintes instituições:

- COTUR
- COPEDE
- COMTUR
- ASDETUR

Os membros da comissão serão aqueles que possuírem interesse no projeto-piloto e comprometimento com a elaboração e realização do mesmo e das futuras edições. As atribuições desta comissão serão as de ficar responsável por socializar as informações do curso entre os membros e executar as tarefas do cronograma de execução do projeto detalhadas no item 5.1 deste trabalho.

#### **5.3.2 Viabilidade**

Conforme descrito no procedimento metodológico, a viabilidade técnica do projeto foi analisada em diversas fases, através de contatos e reuniões com praticamente todos os agentes que estarão envolvidos e impactados pelo projeto.

Estes relataram que há interesse em participação do curso, que atende à demanda que a cidade necessita e é viável de ser concretizado.

Em relação à viabilidade econômica tanto a COTUR como a COPEDE relataram, durante a Oficina Participativa, que não possuem recursos para financiar este projeto, de modo que se construiu um cenário no qual o curso é financiado pelos participantes. Para reduzir os custos, a COTUR deve buscar parcerias, disponibilizando apenas transporte para a visita técnica e local para realização do curso. A COPEDE e a PMMC também podem constituir-se futuras parceiras, além dos próprios membros do COMTUR e ASDETUR, cedendo o espaço físico para a realização do curso e indicando contatos de palestrantes.

Em um primeiro momento a COTUR ficará responsável pela formação e articulação da comissão organizadora do curso. Para tanto, é importante frisar suas limitações de recursos humanos e financeiros, sendo imprescindível que outras organizações e instituições também apoiem e contribuam para o projeto, conforme apontado no tópico *stakeholders*<sup>13</sup>.

### **5.3.3 Competências e atribuições dos *stakeholders* envolvidos**

Este projeto pressupõe o envolvimento de muitas instituições para ser viabilizado. Por se tratar de um programa de capacitação, tanto do setor público como privado, diversas esferas são envolvidas e diversos atores desempenham papéis importantes, tanto no que diz respeito ao seu planejamento quanto na sua execução. As funções de cada um dos envolvidos constam na tabela a seguir.

---

<sup>13</sup> Definição de *stakeholder* segundo Costa (2007, p. 90) – “[...] qualquer instituição, pessoa, grupo de pessoas, formal ou informalmente organizado, que tenha algum tipo de interesse que possa afetar ou ser afetados pelo funcionamento, operação, comercialização, desempenho, resultados presentes ou futuros da organização em questão”.

STAKEHOLDER	FUNÇÃO
COPEDE	O órgão é responsável por todos os assuntos ligados à acessibilidade e pessoas com deficiência e mobilidade reduzida no município, sendo, portanto, o principal interlocutor do projeto. Deve-se à COPEDE, o diagnóstico a respeito das condições atuais de Mogi para o público em questão.
CMAPD	É fundamental para a estruturação do curso, também irá contribuir para a divulgação do projeto e sensibilização do público-alvo.
ASDETUR	A ASDETUR, além de parceira na execução do projeto-piloto, é um <i>stakeholder</i> , fundamental em função da facilidade de comunicação, influência com os demais proprietários de empreendimentos rurais, sendo agente direto de divulgação, sensibilização e incentivo à participação do curso.
COMTUR	<i>Stakeholder</i> importante por reunir representantes do <i>trade</i> turístico, sendo fundamental nas ações de comunicação, indicação de palestrantes, disponibilização de espaços físicos para a realização do curso, socialização de experiências sobre o tema, ampliar e difundir o âmbito de discussão sobre o tema visando as melhorias do curso para futuras edições, entre outras ações que podem e devem ser pautadas nas suas reuniões.

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2015.

#### 5.4 Recursos necessários

Para demonstração dos recursos necessários na realização do projeto, foram elaboradas duas tabelas, apresentadas a seguir.

As tabelas são divididas em dois cenários: o primeiro constitui-se de uma parceria público-privada aonde o setor público do município, representado pelo COTUR, disponibilizará transporte, sala mobiliada para realização do curso e

equipamentos audiovisuais e os proprietários arcarão com os demais custos. Já o segundo cenário, caracteriza-se pela atuação exclusiva do setor privado (seja as propriedades rurais no projeto-piloto e/ou os demais servidores do *trade* nas futuras edições), tanto na disponibilização de espaços para realização das palestras nos primeiros módulos quanto para o investimento geral do curso.

Os custos levantados são referentes à 20 participantes, portanto o valor do investimento individual foi calculado pelo valor total do curso dividido pelo número de participantes.

#### 5.4.1 Tabela cenário público-privado

Fornecedor	Quantidade	Item	Especificação	Valor unitário	Valor total
José Fernandes, proprietário do Hotel Fazenda Campo dos Sonhos, de Socorro.	01	Palestra sobre sensibilização, adequação da infraestrutura e capacitação.			Sem custo
José Fernandes	01	Visita técnica no Hotel Fazenda Campo dos Sonhos para observação da infraestrutura	R\$16,00 por pessoa, incluso seguro. Serviços adicionais: Café da manhã e lanche da tarde: R\$ 16,00 cada por pessoa. Almoço R\$35,00 por pessoa com saladas e sobremesa	R\$ 67,00	R\$ 1340,00
Ana Paula Peguim - SEBRAE	01	Palestra de sensibilização			Aguardando retorno
COTUR	01	Transporte para visita técnica em Socorro			R\$ 1.100,00 Cedido pelo COTUR
COTUR	01	Sala mobiliada e equipamento audiovisual			R\$ 1.860,00 Cedido pelo COTUR
<b>VALOR TOTAL</b>					<b>R\$ 1340,00</b>
<b>VALOR POR PESSOA</b>					<b>R\$ 67,00</b>

## 5.4.2 Tabela cenário privado

Fornecedor	Quantidade	Item	Especificação	Valor unitário	Valor total
Transfer Express Locadora <sup>14</sup>	01	Mini-ônibus <sup>15</sup>	21 pax (com banheiros) ou 25 pax (sem banheiro)	R\$ 1.100,00	R\$ 1.100,00
Ponto com Eventos	02	01 Projetor <sup>16</sup> Sony CX 275 LCD XGA de 5.200 ansilumens	01 kit com cabos e Acessórios 01 Operador de Video 01 Operador de Tradução Simultânea	R\$ 930,00	R\$ 1.860,00
José Fernandes, proprietário do Hotel Fazenda Campo dos Sonhos, de Socorro.	01	Palestra sobre sensibilização, adequação da infraestrutura e capacitação.			Sem custo
José Fernandes	01	Visita técnica no Hotel Fazenda Campo dos Sonhos para observação da infraestrutura	R\$16,00 por pessoa, incluso seguro Serviços adicionais: Café da manhã e lanche da tarde: R\$ 16,00 cada por pessoa. Almoço R\$35,00 por pessoa com saladas e sobremesa	R\$ 67,00	R\$ 1340,00
SEBRAE	01	Palestra de sensibilização			Aguardando retorno
ASDETUR	01	Sala mobilada e equipamentos			Será fornecido por algum proprietário
<b>VALOR TOTAL</b>					<b>R\$ 4300,00</b>
<b>VALOR POR PESSOA</b>					<b>R\$ 215,00</b>

<sup>14</sup> A cotação de locação de transporte abrange o trajeto Mogi das Cruzes - Socorro - Mogi das Cruzes, incluindo um dia inteiro de aluguel de transporte, motorista, combustível, pedágio e seguro de vida para os passageiros, veículos com ar condicionado. Não estão incluídos no valor abaixo: despesas com a alimentação do motorista e com autorização para entrada do veículo nas cidades que tenham esta exigência.

<sup>15</sup> Em novembro de 2015, cotou-se três empresas de transporte e foi selecionada a que ofereceu menor preço.

<sup>16</sup> Em novembro de 2015, cotou-se três empresas de locação de projetores e foi selecionada a que ofereceu menor preço.

## 6. RESULTADOS ESPERADOS E AVALIAÇÃO

Espera-se que o Projeto de Acessibilidade para Pessoas com Deficiência e Mobilidade Reduzida:

- Contribua para a qualificação da oferta às pessoas com deficiência e mobilidade reduzidas em locais/estabelecimentos turísticos do município;
- Garanta o comprometimento e a participação efetiva do público-alvo e *stakeholders* durante todo o processo;
- Difunda a importância da acessibilidade para a democratização do uso dos espaços públicos e privados;
- Desperte o interesse sobre o tema de modo a proporcionar oportunidades de acesso à informação e atualização sobre a área para os servidores públicos e privados;
- Incentive o cadastro dos estabelecimentos no aplicativo Guia Turismo Acessível do MTur viabilizando a criação do selo da Rota Inclusiva para Mogi das Cruzes (que garante ao estabelecimento o *status* de acessível).

Para acompanhar o andamento do projeto, verificar o cumprimento dos objetivos e medir o alcance dos resultados, propõe-se uma avaliação por meio de uma pesquisa de *feedback* (anexo 8.7) feita pela comissão organizadora do curso. O público da pesquisa contemplará:

- Os participantes do curso para verificar se os temas abordados nos módulos contemplaram as suas expectativas, se o curso conseguiu esclarecer a importância da acessibilidade, de modo a incentivá-los a adequarem os espaços de suas propriedades e treinarem seus funcionários, e se os participantes pretendem dar continuidade no estudo do tema.
- Os visitantes das propriedades para verificar se houve aumento do grau de satisfação dos turistas em relação à acessibilidade em Mogi das Cruzes e como a infraestrutura de acesso nos estabelecimentos foi avaliada no questionário.

Os questionários poderão ser impressos e entregues para o participante e colaboradores/palestrantes no final do curso, e para os visitantes após a visita à

propriedade ou poderão ser realizados através de plataforma online (ex: google drive). Recomenda-se fortemente o uso destas plataformas, pois oferecem a possibilidade de criação de questionários que podem ser acessados e divulgados por e-mail ou pelas redes sociais e gera automaticamente um banco de dados que facilita a tabulação das respostas e análise dos dados pela comissão.

Todos os participantes receberão um certificado ao final do curso.

## 7. REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Norma 9050 de 2004.**

Disponível em:

<[http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/%5Bfield\\_generico\\_imagens-filefield-description%5D\\_24.pdf](http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/%5Bfield_generico_imagens-filefield-description%5D_24.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2015

ASDETUR. Associação dos Empresários de Turismo Rural. Disponível em:

<<http://www.asdetur.com.br/asdetur-empresarios-turismo-rural.html>>. Acesso em: 9 nov. 2015

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Projeto de Lei nº 640, de 2003.** Disponível em:

<<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/86175.html>>. Acesso em: 10 out. 2015

COSTA, Eliezes Arantes da. **Gestão Estratégica: da empresa que temos para a empresa que queremos.** 2 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Cartilha do Programa de Turismo Acessível.**

Disponível em: <<http://www.turismoacessivel.gov.br/ta/downloads/CartilhaPrograma.pdf>>. Acesso em: nov. 2015

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Guia do Turismo Acessível.** Disponível em:

<<http://www.turismoacessivel.gov.br/ta/>>. Acesso em: 10 out. 2015

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Manual de Acessibilidade.** Disponível em:

<[http://www.turismo.gov.br/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/cadernos\\_publicacoes/18\\_Manual\\_Acessibilidade.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/18_Manual_Acessibilidade.html)>. Acesso em: 08 out. 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo, de 2013-2016.**

Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano\\_nacional\\_2013.pdf](http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano_nacional_2013.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2015

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991.** Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8213cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8213cons.htm)>. Acesso em: 10 out. 2015

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Lei nº 10.048, de 08 de novembro de 2000.** Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L10048.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L10048.htm)>. Acesso em: 10 out. 2015

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000.** Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L10098.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L10098.htm)>. Acesso em: 10 out. 2015

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015.** Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm)>. Acesso em: 10 out. 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: 08 out. 2015.

Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/acessibilidade>> Acesso em 10 out. 2015

Disponível em: <[http://www.dhnet.org.br/dados/cursos/dh/cc/a\\_pdf/modulo3-tema5-aula7.pdf](http://www.dhnet.org.br/dados/cursos/dh/cc/a_pdf/modulo3-tema5-aula7.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2015

## 8. ANEXOS

### 8.1 Fotos



“Alunas na apresentação da ASDETUR em visita à Fazenda 5 Pedras durante FAMTOUR de Mogi das Cruzes”. ASDETUR, 2015. Arquivo pessoal.



“Painel sobre Turismo Acessível na 43ª ABAT”. Juliana Borgheti de Figueiredo, 2015. Arquivo pessoal.



“Apresentação do projeto pelas alunas de turismo da ECA-USP na Reunião Ordinária do CMAPD”. Isabella Astolfi Ferreira, 2015. Arquivo pessoal.



“Construção coletiva do projeto na Oficina Participativa sediada pela COPEDE e conduzida pelas alunas de turismo da ECA-USP”. Luane dos Santos Vacchi, 2015. Arquivo pessoal.



“Apresentação do SEBRAE-SP na Oficina Participativa”. Luane dos Santos Vacchi, 2015.  
Arquivo pessoal.



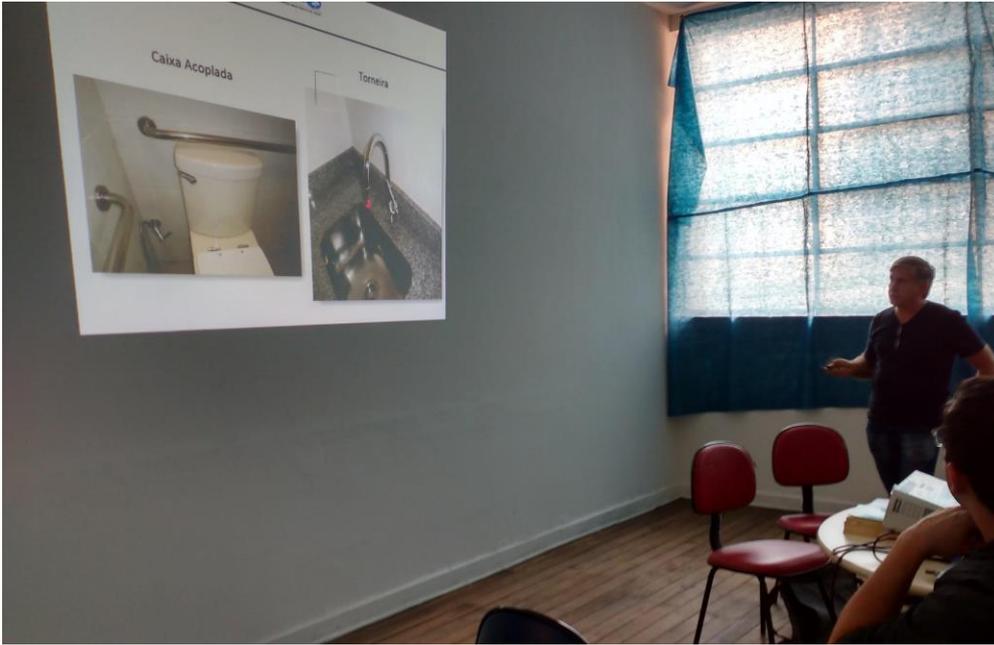
“Apresentação da Accessible Tour na Oficina Participativa”. Luane dos Santos Vacchi, 2015.  
Arquivo pessoal.



“Apresentação da Azul Locadora na Oficina Participativa”. Luane dos Santos Vacchi, 2015. Arquivo pessoal.



“Apresentação do advogado Marcelo Sylva na Oficina Participativa”. Luane dos Santos Vacchi, 2015. Arquivo pessoal.



“Apresentação do Hotel Fazenda Campo dos Sonhos do município de Socorro - SP na Oficina Participativa”. Luane dos Santos Vacchi, 2015. Arquivo pessoal.



“Participantes convidados na Oficina Participativa”. Luane dos Santos Vacchi, 2015. Arquivo pessoal.

## 8.2 Pauta da Oficina Participativa

Oficina Participativa do curso de Turismo da USP

Projeto Interdisciplinar de Turismo

Local: sede da COPEDE

Data: 29 de Outubro de 2015

Horário: das 14h00 às 17h00



### PAUTA

1. Apresentação do projeto de turismo acessível, feito pelas alunas de turismo da ECA/USP;
2. Apresentação sobre sensibilização dos empresários para cursos de capacitação, feito por Ana Paula Peguim, Ariane Teixeira L. Canellas e Marcos Otaviano Alves do SEBRAE-SP;
3. Apresentação sobre o trabalho de consultoria no segmento de Turismo Acessível, feito por Fatima Estephan da Accessible Tour;
4. Apresentação sobre investimento em acessibilidade e treinamento de funcionários, feito por Leandro Zillig da Azul Locadora;
5. Realização da Oficina Participativa: elaboração da estrutura do curso de capacitação de recursos humanos do *trade* turístico, feita por todos os convidados presentes. Tópicos:
  - a. Temas/ordem dos temas que serão abordados no curso;
  - b. Local e horário de realização do curso;
  - c. Qual carga horária mínima necessária;
  - d. Duração do curso;
  - e. Material didático a ser utilizado;
  - f. Infraestruturas/materiais necessários para a realização do curso;
  - g. Possíveis palestrantes;
  - h. Promoção/sensibilização do público para a participação no curso;
  - i. Mapeamento/definição dos interessados
  - j. Recursos / Parcerias
  - k. Instrumentos de avaliação dos resultados do projeto.
6. Encerramento.





## 8.4 Cartões de visitas dos palestrantes



## 8.5 ATA da Oficina Participativa

Data: 29/10/2015

Horário: 14h às 17h

Local: COPEDE

**Alunas Isabella e Luane:** apresentação do projeto para o curso de Capacitação e Sensibilização do trade na cidade de Mogi das Cruzes.

### **Primeira parte da Oficina – apresentação dos seguintes palestrantes:**

**Ana Paula Peguim (SEBRAE/SP):** O SEBRAE trabalha a questão da acessibilidade com o pequena e média empresa, sensibilizando o empresário a atuar no atendimento da Pessoa Com Deficiência (PNE) e na estrutura da empresa, trabalham também com a inserção do funcionário PNE. Levar a sensibilização ao empresário, de como atender e por quê atender a pessoa com deficiência. A principal preocupação do empresário quando quer adaptar espaço (se é necessário implementar o banheiro acessível) é quanto irá gastar. A adaptação pode custar de zero a 100 mil reais, depende de como o empresário irá começar essa adaptação. Para o SEBRAE, a primeira adaptação é do ser humano, sensibilização do atendimento, pois antes de adaptar o espaço é necessário sensibilizar o atendimento do funcionário. Pois o estabelecimento, funcionário e empresário, tem que saber acolher a pessoa com deficiência, o idoso, a gestante, a mãe e pai com criança. O empresário tem que saber fazer a comunicação e tenham empatia com o cliente. A partir da empatia, irá ter ganho e lucro para empresa. O “não” (aos atendimentos, serviços) às PNEs não é somente para uma pessoa e sim para toda a família e amigos da PNE. Muitos clientes com deficiência querem consumir e comprar, mas eles querem ter a possibilidade de ir até a empresa, e quando vão a empresa e se estiverem acompanhado, o funcionário irá direcionar as perguntas para o acompanhante e não para o deficiente. Assim, o primeiro passo é mostrar para o empresário, quais são as deficiências, as necessidades, e como atender o cliente com as diversas deficiências, e trabalhar o olhar. O empresários e seus funcionários olham a pessoa pela pessoa e não pela sua deficiência, que faça o atendimento para o cliente. Depois que o SEBRAE trabalha a sensibilização, entra o segundo

passo, como irá adaptar a empresa, pois já foi mostrado qual a importância de atender as PNEs, mostrar se atender bem, terá um cliente fiel, que irá trazer um amigo, um familiar. Como que é que será feito a adaptação na empresa, é necessário fazer um planejamento, antes de começar a gastar, ver o que poderá ser feito sem gastar dinheiro. Uma arara de roupas que está no meio do caminho para o cadeirante, um provador, um balcão e degrau que pode ser rebaixado. Mostrando itens de menor custo para começar a adaptação, pois mostrar todos os itens que devem ser adaptados e os gastos acabam assustando o empresário. Ver o que é lei, o banheiro acessível deve ser um dos primeiros itens e ver quais são as demais adaptações que não irão gastar e sempre planejar os custos com a adaptação. É necessário mostrar o quanto que o empresário irá ganhar investindo em adaptação, o aumento de clientes na empresa. O SEBRAE hoje, tem uma palestra de sensibilização, orientar no bom atendimento – fato predominante na empresa-, relevância da adaptação e cases de empresários que adaptaram seu negócio, mostrando a bagagem de experiência e lucro deste segmento para empresa.

**Fátima Estephan (Accessible Tours):** A agência trabalha a 8 anos no segmento de turismo para pessoas com deficiência, incluindo e orientando essas pessoas a viajarem, pois os atrativos e a hotelaria nem sempre cumprem a lei e têm todos os requisitos de acessibilidade. A agência fez uma pesquisa para todos os estabelecimentos de hotelaria de 4 e 5 estrelas para ver a qualidade de atendimento e o preparo para atender as PNEs. A Conceição Monteiro (parceira da agência) veio trabalhar com a consultoria a estabelecimentos mostrando a importância de bem receber as PNEs. Pois a pessoa com deficiência irá juntamente com a sua família e amigos onde ele poderá ter um atendimento adequado. Hoje, 25% da população tem algum tipo de deficiência, em 2025 serão 35 milhões de pessoas com deficiência, então há um segmento ainda a ser explorado e que é uma grande oportunidade de lucro para o empresário. A legislação é sempre utilizada na venda de viagens para sempre assegurar a agência e o viajante, que seus direitos sejam cumpridos. A Accessible Tour Consulting faz treinamentos em todos os ramos da cadeia produtiva do turismo (RH, Atendimento em hotelaria, guias). Recebemos 3 solicitações por dia de pessoas com deficiência que querem viajar. O MTur tem uma pesquisa de quais são as principais queixas para cada deficiência, a agência mapeou todas essas informações para poder desenvolver os produtos da Accessible Tour. É necessário

que todo o trade atenda este segmento, pois como a agência irá levar uma PNE para um hotel adaptado se não há transporte acessível. Exemplo: Ouro Preto é uma cidade turística, mas não há quase nenhuma adaptação para pessoas com deficiência, há um conflito entre a lei da acessibilidade e a lei dos patrimônios tombados, houve um caso onde a prefeitura colocou uma rampa móvel um patrimônio e foi multado pois não era permitido fazer aquela modificação no edifício. A Fatima mostrou cases de pessoas com deficiências viajando, tetraplégica em viagem a Paris, cadeirantes em Natal, do painel de turismo acessível dentro da ABAV, projeto trade (duas agências) com os professores do Centro Paula Souza.

**Conceição Monteiro (Accessible Tour):** Percebemos que o trade turístico tem pouca informação ou informação incompleta sobre a temática adaptação e acessibilidade. Se ligamos para o hotel, eles vão dizer que os espaços são adaptados mas isso é dentro daquilo que ele entende e conhece de acessibilidade. Quando é mostrado a lei, a norma e faz o discernimento, ela percebe que não é somente aquilo que ela entendi como adaptado. É necessário um trabalho de informação, esclarecimento, nem sempre não é que a pessoa não quer fazer e simplesmente a falta da informação plena sobre o assunto. O empresário ainda não tem a experiência de escutar o usuário com deficiência, como foi a atendimento.

**Leandro Zilig (Azul Locadora):** Este ano, o tema acessibilidade está sendo muito falado, na Enotel, Abav, Viesp, primeiro ano que o Rock in Rio disponibilizou veículos acessíveis para os usuários. Foi um ano que a pessoa com deficiência entrou no radar de todos o trade do turismo, uma oportunidade de negócios que estão sendo gerados a partir deste segmento.

O turismo acessível é o turismo para todos, pois dificilmente a pessoa com deficiência viaja sozinha, as PNEs viajam em pequenos grupos. Falar não para a pessoa com deficiência é falar não para um grupo.

A empresa trabalha com pessoa com deficiência, mobilidade reduzida, gestantes, idosos.

Há alguns termos que os profissionais de turismo precisam aprender, pois pode ter pessoas que ficaram ofendidas. Há uma enorme diferença entre uma cadeira elétrica

e uma cadeira motorizada **ou pessoas com deficiência** e pessoas com deficiências (termo correto e chancelado pela presidente).

No site do MTur há um parte que esclarece que grande parte dos problemas para a PNE é como chegar no destino, o transporte. Exemplo: o hotel é acessível mas como chegar no hotel, pois a rodoviária está distante 30km e com estrada de terra. E a PNE quer sair, praticar o lazer e turismo, e existe uma barreira que o transporte. Os aeroportos, museus, turismo rural podem ser acessíveis mas há barreiras para se chegar neles. Todos os casos de transportes, avião, carro particular, ônibus, navio, podem ser acessíveis, há diversas forma de adaptar o transporte para a PNE. Tudo é possível, ao invés de olhar pelo lado da dificuldade, olhar pelo lado de transpor estas barreiras.

A Azul locadora tem 6 anos, e o ano passado dobrou de tamanho, de 24 carros para 48, todos acessíveis. No Rio de Janeiro há uma van acessíveis e em todas as outras captais há uma ou nenhuma e boa parte das cidades turísticas tem demanda para o transporte acessível.

Boa parte das barreiras arquitetônicas ou de geografia podem ser facilmente transpostas por um transporte adequado, não somente de carro de passeio mas de um carro elétrico (de golfe). No Anhembi alugou 20 carros elétricos e nenhum acessível e está dentro de casa, dentro da São Paulo Turismo que prega a acessibilidade e não pensaram nisto. Poderia disponibilizar os dois, o convencional e o acessível e, geralmente, tem o mesmo valor. Na Azul é praticado o mesmo valor dos carros convencionais, para não ter desculpa que é mais caro.

Case Rock in Rio - primeiro ano que o festival disponibilizou duas vans acessíveis (da Azul Locadora), pois no Rio de Janeiro há apenas uma van acessível. Os organizadores do eventos imaginaram que duas vans estava bom e para a surpresa positiva, pois as vans não pararam de funcionar das duas da tarde até as 4 da manhã, pois eles não sabiam quantas pessoas com deficiência iriam assistir os shows. Foi positivo pois podem mostrar que o evento é acessível.

**Marcelo Sylva (Advogado e deficiente visual):** É necessário pensar o que é acessibilidade e o que não é para o curso de capacitação. Foi conversado com a Isabella e foi acordado que era exemplificar quais foram os tipos de dificuldade em relação à acessibilidade, o quais seriam as minhas sugestões para otimizar o projeto do curso de capacitação. Dentro da cidade de Mogi das Cruzes, a acessibilidade e a

mobilidade é restrita em virtude de ser uma cidade antiga e não foi pensada para o futuro, foi pensada somente para o tempo que ela foi criada, com calçadas estreitas, com postes no meio das calçadas e não foi pensada para um estilo europeu, onde as vias são mais largas, a fiação em enterrada. Os únicos lugares que eu conheço aqui no Brasil é Salvador, Porto Seguro e recentemente Brasília. Para os empresários que estão no turismo adaptado já sabem o que é preciso fazer, mas é necessário discutir: educar e se dar capacitação para as pessoas que forem participar do turismo acessível. Por que muitas vezes, acontece o seguinte: existe o turismo acessível e propriamente o turismo. E quando você se depara com a pessoa que vai te auxiliar, como é o meu caso, que sou deficiente visual, ela não sabe se me puxar pela bengala ou me puxa pela mão, se conversa com a pessoa que está ao meu lado ou se toma outro tipo de atitude. E isso também é para o cadeirante, para o surdo. E minha fala para o corpo organizacional do curso é que durante o acontecer, as pessoas sejam capacitadas a poder estar atendendo todos os tipos de deficiência, sem restrições, por que muitas as vezes esquecem da pessoa surda e a linguagem de sinais e a pessoa fica sem a comunicação devida, as vezes esquecem da pessoa que tem deficiência mental, não conseguem entender simples mensagens. Que a capacitação sejam para todos os envolvidos no projeto, pois muitas vezes o curso acontece mas não são feitas as devidas capacitações e não conseguem trabalhar com a pessoas com deficiência.

### **Segunda parte da Oficina – discussão da estrutura do curso**

**Luane:** apresentando os pontos a serem abordados e motivando a discussão

**Accessible Tour:** primeiro de tudo, quem irá dar este curso? Quem é o responsável pelo curso?

**Luane:** esse é um dos pontos a serem abordados e o curso será entregue para p Coordenadoria de Turismo em parceria com a COPEDE – os gestores, órgão publico.

**Isabella:** explicando o convênio USP e Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes.

**Accessible Tour:** A preocupação do Marcelo é treinar pessoas para receber a pessoa com deficiência.

**Valeriana:** essa não é uma preocupação apenas do Marcelo,

**Isabella:** a fala do Marcelo é justamente, como se portar e lidar com a pessoa com deficiência. Seria um pouco o que o SEBRAE falou, primeiro sensibilizar as pessoas para depois adaptar o espaço

**Luane:** questionando como deve ser a estrutura do curso, EAD, teórico, prático.

**Valeriana (COPEDE):** o curso deve ter dois momentos – olhar para o empresário e despertar um interesse por este público, ver o quanto o negócio estaria ganhando se atender um público PNE. Pois quando fala que irá ser rentável, essa a maneira que o olho do empresário brilhe e irá despertar a ambição. Os dois momentos são: primeiro mostrar o que o empresário irá ganhar com isso e o que ele está perdendo se não investir e num segundo momento capacitar, e como fazer que o seus funcionários olhem de uma forma diferente para este público, para cada tipo de deficiente e suas especificidades, pois cada deficiência há uma forma de lidar, o cadeirante, o surdo, mudo, cego, intelectual. Estamos vivendo um momento de crise e é necessário antes de capacitar, mostrar o que ele estaria ganhando com isto. Mostrar o case de Socorro e quanto isso foi positivo para os empresários. A fala do Leandro, da Azul Locadora, é maravilhosa, pois sem acesso ninguém consegue chegar ao destino.

**Accessible Tour:** mostrar que isto é uma oportunidade e desmitificar esse segmento, como é que se lida com as PNEs.

**Valeriana:** Sobre o local é necessário quem irá participar, quantas pessoas e há algumas localidades dentro da cidade, que eu e o Fabio podemos nos comprometer a disponibilizar para o curso.

**Isabella:** perguntando qual o melhor dia e horário para que o curso aconteça.

**Marta Yabase (Cantos da Mata - ASDETUR):** Sou uma das representantes do ASDETUR, são 17 propriedades. Ainda não cheguei a conversar com os demais, mas eu particularmente tenho interesse, pois tenha uma estrutura nova e quis prever a acessibilidade, mas não temos nenhum consultor e ninguém que nos orientasse além do arquiteto. Tenho várias dúvidas e interesse em atender este público. Para a ASDETUR seria melhor que fosse durante a semana, terça, quarta ou quinta. Mas eu não sei, dentre deles quantos teriam condições de participar e interesse. Acredito que poderia abranger toda a cadeia, hotéis e serviços.

**Luane:** perguntando sobre o interesse do COMTUR em participar.

**Valderez (Coordenadoria de Turismo):** Os museus, em geral, abrem durante a semana, com exceção da igreja do carmo e das igrejas que abrem aos finais de semana. O curso seria interessante que ocorra durante a semana, pois o movimento é maior aos finais de semana e os empresários teriam mais disponibilidade em participar. Na questão de interesse, eu presumo que o interesse é de todos e a questão é apenas de disponibilidade de cada um.

**Valeriana:** Há alguns lugares na cidade que podem ser cedidos pela prefeitura para que acontecesse o curso. Se o curso for de graça, os locais podem ser disponibilizados, mas se o curso for pago, a prefeitura não pode oferecer o local de graça, mas pode ter a possibilidade de alugar. O curso tem que ser presencial, até mesmo para a nossa rede se conhecer e este contato, troca de informação é importante.

**Accessible Tour:** Tem cursos nossos que tem 16h de carga horária e dois dias e não necessariamente seguidos. E não são somente teóricos, tem que ter a prática.

**Tiago Gonsalvez (Q'straint):** Ter um curso com vivência é importante, pois a prática fixa.

**Valeriana:** Nós da COPEDE oferecemos curso de capacitação para motoristas de ônibus com o tema acessibilidade. Nós vendamos, colocamos em cadeiras de roda, pra eles podem sentir na própria pele como é.

**Zé (Hotel Fazenda Campo dos Sonhos):** Vou compartilhar um pouco do caso que tivemos em Socorro. Nós tivemos duas partes, na primeira nós tivemos um curso para como acessibilizar os seus espaços e esse curso, normalmente, nunca deixa todos aptos para executar projetos nos seus espaços, mas ele (empresário) vai poder entender as necessidades, quais são os recursos necessários. Tem a questão dos espaços físicos, da comunicação, das atividades. E uma segunda fase é treinar todos os nossos colaboradores para saber mexer com pessoas com deficiência, para saber como tratar, receber, fazer o transporte e outras coisas necessárias.

Se for um curso de um dia apenas para mostrar assuntos básicos, mas se for para capacitar o empresário a executar projetos na propriedade, o curso deve ter mais de um dia com certeza. Agora treinamento dos colaboradores, depende da profundidade que quer tratar o assunto, no campo dos sonhos nós fizemos em dois dias, que é o mínimo necessário para que realmente as pessoas se sintam confiantes em lidar com o PNEs. São treinamentos práticos, usamos cadeiras de rodas, vedamos o olho de todos.

Em Socorro, como recebemos um convênio com o do MTur e tivemos acesso a parceria, ONG Aventuras Especiais, primeiro projeto de implementação de atividades para PNE. E outra parceria foi a Associação para a Pessoa com Deficiência (AVAP), voltada para o treinamento para pessoas com deficiência, fizeram as palestras e toda a parte de sensibilização, treinamento. A outra parceira foi com a AME (Associação Amigos Metroviários dos Excepcionais). Mas todas essas tem um custo a ser pago, ou pelo MTu, ou pela Secretária de Turismo do Estado de São Paulo ou pelo Coordenadoria da Pessoa com Deficiência do município. E terá que ver onde irá buscar o recuso para viabilizar o projeto. Houve uma fala aqui de buscar o recuso com os empresários e sempre há uma situação onde o empresário tem que desembolsar é mais complicado, mas pode ser misto, onde o empresário entra com uma parte e o poder público com outra. O empresário tem que ter participação no recurso no curso, para até poder valorizar, confesso que não é fácil isso mas lá em socorro nós temos um Conselho de Turismo extremamente forte, e junto com a associação comercial fazem um trabalho muito casado, junto.

**Isabella e Luane:** colocando os pontos que ainda faltam ser discutidos para o curso.

**Valeriana:** Na forma de comunicação, acredito que temos que usar todos os tipos de ferramentas, para atingir a todos, desde dos mais leigos até os mais antenados.

**Valderez:** tem que ter todas as formas de comunicação, pois é de interesse de todo trade turísticas em participar, hotéis, bares, restaurantes, atrativos, guias, comercio.

**Valeriana:** podemos ampliar a capacitação até para o Curso Crescer - parte de hotelaria - recepcionistas, como eles irão atender a pessoa com deficiência, até os guias e o SENAR.

**Valderez:** apenas uma pequena correção, no projeto Crescer não se formam guias de turismo pois para esse tipo de profissional exige que seja curso técnico. e o Crescer é um curso básico, para um condutor de grupo.

**Ricardo Pedroso:** é importante falar da legislação no curso, pois muitas pessoas não tem conhecimento de quais são as leis.

**Q'straint:** é necessário colocar uma data de RSVP, para ter uma ideia de quantas pessoas irão, assim podem ter uma ideia do tamanho do espaço do local que vocês vão ter que esquecer. Fazer um inscrição prévia.

**Zé (Campos dos Sonhos):** para que o curso de certo, tem que ter o engajamento da prefeitura. Todo estabelecimento comercial tem que ter um alvará da prefeitura para poder funcionar, além dos alvarás, os estabelecimentos tem que estar obedecendo leis municipais, estaduais e federais. A lei de acessibilidade desde de 2004, deu 4 anos para os estabelecimento se tornarem acessíveis e com a nova lei de acessibilidade (2015), o estabelecimento pode ser criminalizado, caso não for. Então está se tornando crime não ser acessível, se antes já era obrigatório por lei, o que a prefeitura de Socorro fez quando ela entrou neste projeto, ela mandou cartilha para todo o comercio dizendo que o estabelecimento tem um prazo para tornar o espaço acessível, que o próximo alvará só será renovado se o estabelecimento for acessível. E ocorreu uma corrida para o comercio se tornar acessível. E para todo

mundo entender está questão de acessibilidade tem que fazer os cursos, como irá fazer a adaptação, se terá que contratar engenheiro para executar, pois sozinho o empresário não conseguirá fazer tudo. E a prefeitura tem uma arma na mão, fantástica, que é o alvará, que no caso é estabelecer prazos para os estabelecimentos se adequarem, dando um alvará provisório e estabelecer prazos para o alvará definitivo. É a mesma coisa para a vigilância sanitária, a mesma coisa para as leis trabalhistas. Os estabelecimentos que não tem adaptação estão fora da lei, temos contato com a promotoria de justiça e tem 5 mil processos contra estabelecimentos, que o deficiente chegar num restaurante e não tem rampa, banheiro acessível, ele pode fotografar e junto com a nota fiscal e pode entrar com um processo contra o local. E quem define os valores da multa, pelo dano moral, é o juiz e podem ser valores de R\$ 2mil até R\$ 20mil. E não é mais brincadeira, qualquer pessoa com deficiência pode requerer seus direitos. Não há mais desculpa para não tem acessibilidade nos lugares e não podem falar que não há fiscalização, o alvará é uma forma de fiscalizar. E não pode dar mais alvará sem ter acessibilidade.

**Luane:** aborda o ponto de recursos das coordenadorias

**Valeriana:** a minha coordenadoria não. Mas já conversei com o Fabio e podemos chamar o prefeito e mostrar o projeto para ele, mostrar as necessidades e tentar buscar esta verba no MTur, no Ministério das cidades, a Secretária da pessoa com deficiência. O ano que vem não, pois vocês sabem que o ano que vem é ano eleitoral mas nada impede que nós podemos conseguir esta verba. Temos um prefeito empreendedor, com esta visão, se ele comprar a ideia, ele move céus e terras pelo projeto. Mas nós temos que saber vender a nossa mercadoria.

**Zé:** apresentação do Hotel Fazenda Campo dos Sonhos. A cidade de socorro recebeu 400mil reais do MTur para desenvolver juntamente com médicos, terapeutas, ortopedistas e a ONG Aventura Especial as atividades para pessoas com deficiência.

A taxa de ocupação do hotel cresceu de 58% para 89% desde da implementação das atividades e chalés acessíveis.

## 8.6 Modelo de Flyer



## 8.7 Questionários de avaliação do curso

### 8.7.1 Para o participante

#### Questionário de Avaliação do Curso de Capacitação sobre Acessibilidade

\*Obrigatório

Nome \*

Atrativo / Empresa \*

Suas expectativas em relação ao curso foram... \*

- Superadas
- Atendidas
- Parcialmente atendidas
- Desapontadas
- Não tinha expectativa

O curso esclareceu à importância da acessibilidade? \*

- Sim
- Não
- Não se aplica

O curso motivou à adequação dos espaços da sua propriedade? \*

- Sim
- Não
- Não se aplica

O curso motivou a treinar seus funcionários para bem receber o público deficiente e com mobilidade reduzida? \*

- Sim
- Não
- Não se aplica

Você pretende dar continuidade no estudo do tema? \*

- Sim
- Não
- Não se aplica

Quais os pontos que poderiam melhorar no curso?

Formato, tema, palestra, etc.

Enviar

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

## 8.7.2 Para o visitante

### Questionário de Avaliação sobre acessibilidade no atrativo turístico

Visitantes

\*Obrigatório

Atrativo visitado \*

Você possui algum tipo de deficiência ou mobilidade reduzida? \*

- Sim  
 Não

Se respondeu sim na questão acima, qual o tipo de deficiência?

- Física  
 Auditiva  
 Visual  
 Mental  
 Múltipla  
 Outro:

Qual o grau de satisfação em relação a acessibilidade em Mogi das Cruzes? \*

- Muito satisfeito  
 Satisfeito  
 Parcialmente satisfeito  
 Insatisfeito  
 Muito Insatisfeito

Como avalia a infraestrutura do atrativo turístico visitado?

- Excelente  
 Muito bom  
 Bom  
 Ruim  
 Muito ruim  
 Péssimo

Quais pontos poderiam melhorar?

Sugestões ou comentários?

Enviar

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.



## 8.8 Orçamento de serviços

Gmail - orçamento clsbrasiltransportes

10/11/15 14:58



Isabella Astolfi <isabella.asf@gmail.com>

### orçamento clsbrasiltransportes

3 mensagens

**Atendimento - CLS Brasil Transportes** <atendimento@clsbrasiltransportes.com.br> 10 de novembro de 2015 12:44  
Para: isabella.asf@gmail.com

boa noite !

**orçamento**

[www.clsbrasiltransportes.com.br](http://www.clsbrasiltransportes.com.br)

**Estimada Isabella , segue orçamento conforme solicitado**

Motivo\_da\_Viagem: Viista Técnica

Local\_de\_Saida: Mogi das Cruzes

Data/Horário\_de\_Saida: 8h

Destino: Socorro

Data/Horário\_de\_Retorno: 18h

Veiculo: onibus

O\_Veiculo\_Será\_Utilizado\_no\_Local?: não

- **valor da locação R\$1900 reais**  
forma de pagamento ( na reserva 50% o restante ate 3 dias antes da viagem )  
pedagio e combustivel por nossa conta
- **alimentação local de repouso do motorista por conta do contratante**  
Para reserva retorne para nosso email com local de saída, datas e horários corretos e dados cadastrais do contratante.
- **Pessoa Física: Nome, RG, CPF, Endereço e Telefone.**  
**Pessoa Jurídica: Razão Social, CNPJ, Endereço e Telefone.**
- **lista de passageiro**
- **comprovante de pagamento**

Se interessar nos colocamos a vossa disposição.

Sem mais, agradeço

- **atenciosamente**

**Anderson G. Lima**

[clsbrasil](http://www.clsbrasil.com.br)

tel:

1146784899

1197803353

nextel:11\*23477

[www.clsbrasiltransportes.com.br](http://www.clsbrasiltransportes.com.br)

<http://www.facebook.com/ClsBrasilTransportes>



Isabella Astolfi &lt;isabella.asf@gmail.com&gt;

## Re: Orçamento Planet Van

3 mensagens

PlanetVan Locadora <contato@planetvan.com.br>  
 Para: Isabella Ferreira <isabella.asf@gmail.com>

10 de novembro de 2015 11:02

Bom dia Isabella. O custo de locação de cada Van padrão executivo. Com ar condicionado, bancos individuais reclináveis, som ambiente e seguro passageiro. Para o trabalho mencionado é de 800,00 reais. Seguem fotos de um dos veículos da frota em anexo.

A capacidade de cada Van é para 15 passageiros. Como são 20 pessoas podemos utilizar 2 Vans pelo custo total de 1.600,00 reais.

Atenciosamente,

Celso Lopes.



" A qualidade da informação, torna o nosso trabalho mais eficiente"

Tel: (11) 5078 9744 - 4102 2112 - 2258 6060

Celso (11) Nextel 9 8510 1837

Sergio (11) Nextel 9 9142 7944 Tim 9 8510 0801

Tadeu (11) Nextel 9 8510 1810 Oi 9 6666 1959

Skype: Planetvan

Em 10 de novembro de 2015 10:51, Isabella Ferreira <isabella.asf@gmail.com> escreveu:

**Nome** - Isabella Ferreira

**Telefone(s)** - 999700882

**E-mail** - [isabella.asf@gmail.com](mailto:isabella.asf@gmail.com)

### Mensagem

Olá, boa tarde!

Tudo bem?

Gostaríamos de solicitar uma cotação para o transporte de 20 pessoas aproximadamente de Mogi das Cruzes (endereço ainda não definido) para a cidade de Socorro, no hotel Campos dos Sonhos (Estrada dos Sonhos, km 6, Bairro Lavras de Baixo).

Ainda não fechamos a data mas seria um passeio de dia inteiro, saindo de manhã de Mogi das Cruzes e retornando no final da tarde.

Atenciosamente,

---

Transporte Executivo - Aluguel de Vans

---

[www.planetvan.com.br](http://www.planetvan.com.br)

Submitted by 189.102.115.196

---

3 anexos



4Bancos interior.jpg  
517K



Cópia Master Lateral 15.jpg  
2099K



Lateral 2015.jpg  
1863K

---

Isabella Astolfi <isabella.asf@gmail.com>  
Para: PlanetVan Locadora <contato@planetvan.com.br>

10 de novembro de 2015 12:32

Olá Celso, boa tarde!

Obrigada pela retorno, esses valores incluem motorista e o combustível?

Att,

Isabella

[Texto das mensagens anteriores oculto]

---

PlanetVan Locadora <contato@planetvan.com.br>  
Para: Isabella Astolfi <isabella.asf@gmail.com>

10 de novembro de 2015 12:35

Oi Isabella. Incluem sim. Todas as despesas por nossa conta. Porém mediante emissão de recibo.

Att.,  
Celso.



" A qualidade da informação, torna o nosso trabalho mais eficiente"

Tel: (11) 5078 9744 - 4102 2112 - 2258 6060

Celso (11) Nextel 9 8510 1837

Sergio (11) Nextel 9 8142 7944 Tim 9 8510 0801

Tadeu (11) Nextel 9 8510 1810 Oi 9 8888 1959

Skype: Planetvan

[Texto das mensagens anteriores oculto]



Isabella Astolfi &lt;isabella.asf@gmail.com&gt;

**Cotação #77846 - 10/11/2015 11:40**

1 mensagem

BARBARA MARQUES <barbara.marques@transfersexpress.com.br> 10 de novembro de 2015 11:40  
 Responder a: BARBARA MARQUES <barbara.marques@transfersexpress.com.br>  
 Para: isabella.asf@gmail.com

Sr.(a) Isabella Ferreira, conforme solicitado, segue cotação abaixo.

## Cotação # 77846

**Serviço #763753**

Serviço	Veículo	Origem	Destino	Início	Término	Pax.	Bag.	Valor:
Viagem	Micro-Ônibus	MOGI DAS CRUZES, SÃO PAULO	SOCORRO, São PAULO	12/12/2015 08:00	12/12/2015 18:00	20	Não	R\$ 1100,00
		MOGI DAS CRUZES - SP, BRAZIL	- STATE OF SÃO PAULO, BRAZIL					

Valor do serviço: R\$ 1.100,00

Valor total da cotação: R\$ 1.100,00

**Condições Gerais:****O preço inclui:**

- Motorista, combustível, pedágios e seguros com cobertura aos ocupantes

**Não inclui:**

- Despesas com hospedagem (individual com banheiro) e alimentação do motorista, estacionamentos, deslocamentos no destino não orçados e km excedente.  
 - Despesas com autorização para entrada do veículo nas cidades que tenham esta exigência.

**Forma de Pagamento:**

- Empresa cadastrada: faturamento 10 dias após a realização dos serviços  
 - Empresa não cadastrada: 50% no ato da confirmação da reserva e saldo restante

faturado em 10 dias mediante aprovação da Ficha Cadastral

- Pessoa física: 10% no ato da confirmação da reserva e saldo restante através de boleto bancário 72 horas antes do serviço

**- CONFORME INSTRUÇÃO DA LEI COMPLEMENTAR 116/2003 (FEDERAL), AS EMPRESAS QUE PROMOVEM A LOCAÇÃO DE BENS MÓVEIS (LOCADORAS DE VEÍCULOS), ESTÃO ISENTAS DA EMISSÃO DE NOTA FISCAL DE SERVIÇOS DEVENDO EMITIR APENAS , FATURA/RECIBO PELO PAGAMENTO DE SUA ATIVIDADE**

**Descrição dos veículos:**

- Carro Executivo: equipado com ar condicionado, 04 portas, CD Player, travas e vidros elétricos. Capacidade para 03 passageiros com bagagem moderada

- Van Executiva: equipadas com ar condicionado, poltronas individuais reclináveis, vidros filmados, som ambiente e DVD (sujeito a disponibilidade) e Internet WI-FI(opcional e vendido separadamente). Capacidade para 11 passageiros com bagagem ou 14 passageiros sem bagagem.

- Micro-ônibus Executivo: equipados com: ar condicionado, poltronas individuais reclináveis, TV ou monitor, DVD, som ambiente, microfone, toailete (opcional), geladeira elétrica. Capacidade até 21 passageiros (com toailete) ou 25 passageiros (sem toailete).

- Ônibus Executivo: equipados com ar condicionado, poltronas individuais reclináveis, TV ou monitor, DVD, som ambiente, microfome, toailete, geladeira elétrica, mesa de jogos (opcional). Capacidade de até 46 passageiros.

**Observações:**

- Todos os nossos motoristas são experientes e estão sempre equipados com telefone celular e/ou rádio Nextel.

- Substituição imediata em caso de avaria.

- Os veículos da Transfers Express só trafegarão em vias não pavimentadas (estrada de terra) se o condutor do veículo julgar seguro para os passageiros.

- Conforme Lei 15.551/14, de 05 de agosto de 2014, é expressamente proibido o consumo de bebida alcoólica no interior do veículo.

- É proibido fumar no interior de veículos, conforme lei nº 13.541, de 7 de maio de 2009.

- Disponibilidade do veículo sujeita a confirmação no ato da reserva.

- Todos os nossos veículos possuem as devidas autorizações para rodar dentro ou fora de São Paulo.

- Em caso de vômito ou que sujem o veículo de forma abusiva a taxa de limpeza é: Van R\$ 250 / Microônibus R\$ 350,00 / Ônibus R\$ 500,00

- Preços sujeitos a alteração sem aviso prévio.

- Os preços não são válidos para datas de eventos especiais tais como: Copa do Mundo e Grande Prêmio de F1.

**- PREÇOS NETOS, NÃO COMISSIONADOS**

**- ALGUMA DÚVIDA? ACESSE O LINK ABAIXO:**

<http://transfersexpress.com.br/como-funciona>

Atenciosamente,

**BARBARA MARQUES**

TRANSFERS EXPRESS LOCADORA DE VEICULOS LTDA  
007.358.931/0001-05  
(11) 3235-3131 R: 3135  
RUA EMILIA MARENGO, 600 - TATUAPÉ - 03336-000 - SÃO PAULO - SP - BRASIL

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

**PROJETO INTERDISCIPLINAR DE TURISMO**  
**Oficina de Qualificação do Agroturismo para os Produtores da Zona Rural de Mogi das  
Cruzes**

CARLA BACCI DE MELO  
CLAUDIANA FERRAZ CAPOZZOLI  
PAMELA CAMARANO FERRAZ DOS SANTOS

SÃO PAULO

2015



CARLA BACCI DE MELO  
CLAUDIANA FERRAZ CAPOZZOLI  
PAMELA CAMARANO FERRAZ DOS SANTOS

## PROJETO INTERDISCIPLINAR DE TURISMO

### **Oficina de Qualificação do Agroturismo para os Produtores da Zona Rural de Mogi das Cruzes**

Trabalho final apresentado à disciplina de Projeto Interdisciplinar de Turismo, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo do curso de Turismo.

**Coordenação:** Prof. Dr. Reinaldo Miranda de Sá Teles

SÃO PAULO

2015

## Sumário

<b>Apresentação .....</b>	<b>4</b>
<b>Introdução .....</b>	<b>5</b>
<b>1 Diagnóstico.....</b>	<b>6</b>
1.1 Matriz SWOT.....	6
1.2 Diretrizes estratégicas e ações.....	10
1.3 Visão geral.....	11
<b>2 Objetivo geral .....</b>	<b>12</b>
<b>3 Objetivos específicos .....</b>	<b>12</b>
<b>4 Justificativa.....</b>	<b>13</b>
<b>5 Público alvo.....</b>	<b>15</b>
<b>6 Reuniões pré-evento.....</b>	<b>15</b>
<b>7 A Oficina .....</b>	<b>16</b>
7.1 Ações participativas .....	16
7.2 Estrutura da Oficina .....	17
7.2.1 Abertura .....	18
7.2.2 Diagnóstico atual .....	18
7.2.3 Metas parte 1 .....	19
7.2.4 Metas parte 2 .....	19
7.2.5 Cronograma Participativo.....	19
7.2.6 Encerramento e avaliação.....	20
<b>8 Divulgação .....</b>	<b>20</b>
<b>9 Orçamento .....</b>	<b>20</b>
<b>11 Resultados esperados .....</b>	<b>21</b>
<b>12 Referências.....</b>	<b>23</b>

## **Apresentação**

O presente projeto surge como decorrência da parceria firmada em agosto de 2014 entre a Prefeitura Municipal e a Coordenadoria de Turismo da cidade de Mogi das Cruzes, e o curso de Turismo da Universidade de São Paulo, tendo resultado na elaboração do Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Mogi das Cruzes (PDTM).

Após a realização de visitas técnicas, audiências públicas e entrevistas com moradores e gestores públicos, além de informações coletadas com todo o *trade* turístico, foram dadas bases para o diagnóstico apresentado no PDTM e foram elaboradas algumas diretrizes para elaboração de projetos. Nesta última etapa da parceria, por fim, serão propostas ações que tentem solucionar algumas das problemáticas identificadas.

A proposta, por sua vez, teve como problemática a qualificação de produtores da zona rural que anseiam atuar na área de turismo, sendo que o enfoque dado está no ramo de desenvolvimento agroturístico. Espera-se que este projeto sirva para orientar, sensibilizar e qualificar a população rural mogiana no sentido de impulsionar a motivação pelos seus negócios e esclarecer seu potencial turístico individual e associativo.

## **Introdução**

O PDTM pode ser designado majoritariamente como um diagnóstico que avalia diversos níveis do município, desde o âmbito infraestrutural até questões culturais e envolvimento da comunidade. Por meio deste, foram extraídas análises fundamentais para a identificação de problemáticas, cujas quais foram submetidas à avaliação para a população mogiana durante o mês de julho de 2015, por meio da pesquisa de prioridades das Ações do Plano Diretor de Turismo de Mogi das Cruzes.

Após a finalização da pesquisa, foram contabilizados os pontos de cada ação proposta, sendo que a proposta de “Criar programa de qualificação voltado aos empreendedores que atuam ou tem interesse em atuar no setor de turismo em Mogi das Cruzes” foi a mais votada. Esta ação será o cerne deste trabalho e, a partir dela, dar-se-á foco às partes do diagnóstico que envolva, de alguma maneira, os produtores do setor rural com potencial turístico, e que influenciaram na produção da proposta que aqui será exibida.

Neste trabalho será descrita e detalhada uma proposta para realização de uma Oficina de Qualificação do Agroturismo para os Produtores do Setor Rural de Mogi das Cruzes, que visa o fortalecimento da área de turismo rural no município, especificamente no ramo do agroturismo, capacitação e motivação dos trabalhadores. A Oficina, caso contratada, será ministrada pelas alunas do curso de Turismo da Universidade de São Paulo e autoras deste projeto.

Constam neste documento as informações referentes à logística para efetivação do projeto, uma síntese do conteúdo e o método de veiculação. Os dados que constam aqui resultam de um estudo relacionado à área de consultoria, aplicação de oficinas, metodologias participativas, conceitos de Agroturismo e empreendedorismo e também foram realizadas cotações para que o valor final definido para o custo estivesse dentro da realidade do mercado.

A base que norteia a formulação da oficina será a de métodos participativos, ou seja, projetos que visam o envolvimento dos participantes e não só a simples interferência no espaço de investigação. Para Cordioli (2001), as ações participativas permitem uma interação abrangente, levando ao surgimento de soluções mais adequadas e de acordo com a realidade local. Desse modo, reduzimos as possibilidades da elaboração de um projeto que não vá de encontro com a realidade do município e anseio dos envolvidos.

## 1 Diagnóstico

Para que haja uma melhor visualização do cenário que será trabalhado nesta proposta, inicialmente serão expostas algumas informações extraídas do PDTM referentes ao diagnóstico da área rural do município.

### 1.1 Matriz SWOT

Parte do projeto supracitado é constituído pela matriz SWOT (Análise de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças), que serviu para nortear as diretrizes e os programas que resultariam no presente trabalho, com a elaboração de ações e projetos para as áreas consideradas mais críticas. Como alicerce para o desenvolvimento da proposta que será descrita mais adiante, foram destacados alguns pontos desta matriz, compilados a seguir<sup>1</sup>:

Forças	Fraquezas
<ol style="list-style-type: none"><li>1) Principal fornecedor de hortifrutigranjeiros do Estado de São Paulo - maior produtor nacional de produtos como caqui, cogumelo, nêspersas, orquídeas e ovos de codorna.</li><li>2) COMTUR – a existência de um Conselho Municipal de Turismo deliberativo.</li><li>3) Boa organização dos atrativos ecológicos / rurais (ASDETUR).</li><li>4) Variedade e ampla oferta dentro da área de atuação do segmento de turismo no meio rural.</li><li>5) Comunicação entre os atrativos rurais.</li><li>6) Presença do SENAR.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Setor privado dependente do SENAR/SEBRAE/Coordenadoria de Turismo.</li><li>2) Insuficiência de recursos humanos - baixa qualificação e dificuldade de recrutamento.</li><li>3) Condições precárias das vias de acesso a alguns atrativos da zona rural.</li><li>4) Trade: isolamento e dificuldade/inexistência da comunicação entre si e com os atrativos.</li><li>5) Fragilidade do sistema de telecomunicações nas áreas rurais.</li><li>6) Instabilidade dos produtos turísticos</li></ol>

<sup>1</sup> Informações extraídas do PDMT.

	da cidade.
<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
1) Possibilidade de pleitear o status de Município de Interesse Turístico junto ao Governo do Estado de São Paulo nos termos da Lei Complementar N° 1.261, de 29 de Abril de 2015.	1) Clima. 2) Queda de empregos e crise econômica.

Fonte: Elaborada pelas autoras a partir das informações extraídas Matriz SWOT contida no PDTM.

### Forças:

- 1) **Principal fornecedor de hortifrutigranjeiros do Estado de São Paulo - maior produtor nacional de produtos como caqui, cogumelo, nêspersas, 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. (Relevante)
- 2) **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. (Pouco relevante)
- 3) **Boa organização dos atrativos ecológicos / rurais (ASDETUR):** Observa-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. (Muito relevante)

- 4) **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. (Muito relevante)
- 5) **Comunicação entre os atrativos rurais:** A comunicação entre os proprietários dos atrativos rurais acontece de forma efetiva – interação através do compartilhamento de experiências e buscam ajuda mútua. (Muito relevante)
- 6) **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. (Muito relevante)

#### **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. (Muito relevante)
- 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. (Muito relevante)
- 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 um estado

desfavorável 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. (Relevante)

- 4) **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. (Muito relevante)
- 5) **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. (Relevante)
- 6) **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. (Muito relevante)

#### **Oportunidades:**

- 1) **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. (Muito relevante)

#### **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. (Pouco relevante)
- 2) **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. (Muito relevante)

#### **1.2 Diretrizes estratégicas e ações**

A partir desta Matriz SWOT, foi elaborado um quadro de ponderações e um organograma quantitativo. O cruzamento destes, como já comentado, resultou na formatação de sete diretrizes estratégicas, sendo aquela que guia este trabalho a de “Qualificação de Recursos Humanos e Técnicos”, uma estratégia de diferenciação, ou seja, que se baseia prioritariamente no cruzamento das forças e ameaças.

O programa de qualificação é a ação a ser desenvolvida, advinda da diretriz em questão. Seus detalhes foram retirados do PDTM elaborado e podem ser vistos na tabela a seguir:

<b>DIRETRIZ: Qualificação de Recursos Humanos e Técnicos</b>	
<b>AÇÃO</b>	Programa de qualificação voltado aos possíveis empreendedores que atuam ou tem interesse em atuar no setor de turismo.

<b>OBJETIVOS</b>	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 trade.
<b>JUSTIFICATIVA</b>	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.
<b>PÚBLICO-ALVO</b>	Possíveis empresários e interessados no empreendimento no setor turístico.
<b>ESTIMATIVA DE PRAZO E CUSTO</b>	Médio prazo: 3 anos. Atividades periódicas de qualificação Custo a definir.
<b>PARCEIROS NA EXECUÇÃO</b>	Prefeitura de Mogi das Cruzes, Associação Comercial de Mogi das Cruzes, ADRAT, SEBRAE, BNDES, incubadoras de start-ups em instituições de ensino e pólos tecnológicos
<b>RESULTADOS ESPERADOS</b>	Desenvolver o espírito empreendedor para trade de Mogi das Cruzes. Criar empresas de turismo mais sólidas e financeiramente saudáveis. Expandir a visão dos empresários sobre a atividade turística.

Fonte: PDTM de Mogi das Cruzes.

### 1.3 Visão geral

Foi possível observar que há potencial não aproveitado no município, acarretado por problemas de comunicação, fraqueza no *trade* (associativismo) e alguns problemas estruturais que advém da falta de informação e/ou qualificação.

“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” (PDMT, 2015, p. 170)

O ano de 2015 tem sido um ano economicamente instável e incerto dentro do Brasil. Com uma situação de crise financeira nacional, o crescimento econômico diminuiu bruscamente e o índice de desemprego ao fim do segundo trimestre do ano era de 8,3% (Jornal Hoje). Em cenários como este, o natural e mais recomendável é que trabalhadores busquem maior capacitação para encontrarem estabilidade em seus empregos e negócios.

“Em uma situação tão desagradável, todo mundo tem um senso de crise, e eles não querem se tornar um membro dos desempregados. Assim, a fim de ter melhores desempenhos para manter a estabilidade e o desenvolvimento na carreira, o consumo em desenvolvimento que ajuda a elevar o valor de auto aperfeiçoamento para o consumidor se torna a nova tendência. Para melhorar seus padrões profissionais, conhecimento e treinamento, as pessoas procuram oportunidades para a aprendizagem e estudos ativamente. Nas livrarias, cursos profissionais e de formação em investigação no aconselhamento, sala de exame, ele é capaz de ver mais e mais da classe trabalhadora figuras, que visa melhorar a sua qualidade e competitividade no mercado de trabalho e reduzir o risco de ser substituído.” (KONDAWAR; JADHAV, 2012).

Uma oficina de qualificação é útil no âmbito de aumentar oportunidades e dar visão a proprietários e empreendedores em ascendência.

## **2 Objetivo geral**

Promover uma oficina participativa a fim de orientar e qualificar o setor do agronegócio no âmbito do planejamento turístico e propor um plano de ações para o desenvolvimento do agroturismo no espaço rural do município de Mogi das Cruzes.

## **3 Objetivos específicos**

- I. Mobilizar e sensibilizar os agricultores para o interesse turístico;
- II. Impulsionar a motivação dos agricultores interessados na atividade turística;
- III. Sensibilizar os agricultores sobre os recursos turísticos do município a fim de recrutar e qualificar novos profissionais da área;
- IV. Despertar o interesse pelo agroturismo e compreender as vantagens advindas do mesmo.

#### 4 Justificativa

O turismo no espaço rural se expande cada vez mais e pode ser explicado pela necessidade que o produtor rural tem de diversificar suas atividades, gerando renda, valorizando os seus produtos e serviços ofertados e propiciando novas funções econômicas e sociais (MDA, 2006).

Os visitantes mostram-se cada vez mais motivados a buscar suas origens e estabelecerem um contato com a natureza, sendo este outro fator que contribui para a diversificação. A rotina estressante e violenta dos centros urbanos faz surgir uma necessidade de praticar esporadicamente hábitos e costumes simples, que representam a qualidade de vida e esta é facilmente encontrada por meio do turismo no espaço rural, que propicia o contato mais intimista e a busca pelo valor da natureza. O estímulo à valorização da cultura local como a culinária típica e as atividades comuns ao campo, sejam em empreendimentos como hotéis fazendas ou na casa do próprio agricultor, caracterizado como agroturismo, são resultados da prática desta atividade.

A cidade de Mogi das Cruzes se destaca por sua ampla oferta de atrativos naturais, sendo este um dos principais impulsionadores turísticos do município. 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. (PDTM, 2015).

Outro aspecto relevante é a economia do município baseada na atividade agrícola, pois Mogi das Cruzes tem a maior área rural do Estado de São Paulo.

“Da área espacial de 721 km<sup>2</sup> de Mogi, aproximadamente 624,79km<sup>2</sup> representam a área rural. Esta 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).” (PDMT, 2015, p. 52)

Dentro desta área, 1.599 estabelecimentos são relacionados à produção hortifrutigranjeira e estão distribuídos em uma pequena parte do território (80,86 km<sup>2</sup>) (EMPLASA, 2006; IBGE, 2006 apud. PDTM, 2015).

“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.” (PDMT, 2015, p. 52)

Percebe-se que ainda uma parte dos atrativos rurais ou ecológicos, quando avaliados, ainda tem uma estrutura insuficiente ou insatisfatória. Muitos apresentam deficiências no quesito manutenção e falhas em questão de acessibilidade e poucos deles são consolidados ou tem seu potencial realizado.

Considerando a grande área rural presente no município representa 87% do território total, acredita-se que ainda há muito espaço com oportunidades não descobertas ou aproveitadas.

A realização de um processo participativo no município visa envolver os agricultores e agentes locais, identificar os possíveis atrativos, incentivar o turismo como forma de renda complementar e contribuir para o desenvolvimento sustentável. As estratégias de desenvolvimento que possuem um caráter participativo e comunitário adquirem maior importância como mobilizadoras de processos autogestionários para alcançar múltiplos propósitos de melhoria ambiental e qualidade de vida (FAO, 2001). Sendo assim, nós, idealizadoras desta Oficina, acreditamos que somente é possível obter uma visão geral e verdadeira da realidade rural mogiana através das experiências vivenciadas pelos envolvidos na ação, concedendo-os um espaço de fala e atuação. Compreender os produtores rurais nesse processo irá incentivar sua expectativa com o projeto, tornando-o um processo conciso e acessível.

Se por um lado, este projeto se justifica ao perceber a importância do turismo no espaço rural do Município, por outro lado, constata-se a necessidade de ações que priorizem a valorização da agricultura familiar como forma de gerar renda e conservação do patrimônio cultural e natural.

Os fatores supracitados, em conjunto, demonstram uma forte oportunidade para o município se desenvolver ainda mais por meio da exploração do agroturismo, porém, para isto, é necessário que haja proprietários motivados e qualificados, com percepção de seu potencial e visão mercadológica.

## **5 Público alvo**

Com o propósito de impulsionar o turismo, orientar e esclarecer sobre a oferta de Mogi das Cruzes, o público alvo destas oficinas serão os agricultores/ produtores com potencial turístico que atuam no município.

## **6 Reuniões pré-evento**

Para que a realização da oficina seja possível, é necessário, inicialmente, que seja feita uma ponte entre as organizadoras e os participantes, estabelecendo um contato inicial com estes para que seja estudado o nível de interesse dos convidados em serem integrantes do projeto.

Haverá intermediação das seguintes instituições, as quais auxiliarão no afinamento e definição dos proprietários a quem será divulgada a reunião:

- I. SENAR;
- II. Alexandre Gomes (Membro do COMTUR e Sindicato Rural de Mogi das Cruzes);
- III. FATEC (Curso de Agronegócio);
- IV. Associação Cultural e Agrícola do Itapeti;
- V. ASDETUR;
- VI. Andrea Roque (IDESTUR);
- VII. Fabio Barbosa (Coordenadoria de Turismo).

O contato inicial será feito por meio de uma reunião com os agricultores e os principais agentes sociais de Mogi das Cruzes, na qual as idealizadoras levantarão as iniciativas de impulsionar o turismo rural no município e as potencialidades do mesmo. É importante ressaltar a necessidade de desenvolver de forma organizada e conjunta, criando assim, força para se sustentar, visando a agricultura como principal atividade econômica e o turismo como atividade complementar.

## **7 A Oficina**

A partir das análises realizadas ao longo do processo, notou-se a necessidade da elaboração de um projeto que auxilia os agricultores da zona rural de Mogi das Cruzes, no sentido de apresentar o Turismo como possibilidade real de uma renda complementar, ao mesmo tempo, que promova o interesse pela descoberta de potenciais ofertas no local.

A oficina proposta tem como base de sua formulação métodos de planejamento participativo, partindo do princípio que os munícipes envolvidos no agronegócio são aqueles que melhor compreendem e podem diagnosticar a situação atual, tendo maior conhecimento de suas possibilidades e limitações.

### **7.1 Ações participativas**

As ações participativas são comumente utilizadas como método de planejamento em grupos de autogestão, como os proprietários da zona rural de Mogi das Cruzes, sendo orientadas para a aplicação conforme a necessidade e a situação do grupo, sendo assim, demandam constante aperfeiçoamento e revisão de seus objetivos iniciais.

Muitos são os conceitos básicos que envolvem o enfoque participativo, constituindo prioritariamente no diálogo ativo das partes interessadas, no desenvolvimento de soluções mais criativas e ajustadas à realidade local. Deste modo, a possibilidade de elaboração de projetos dissociados do contexto mogiano se reduz e a participação dos envolvidos gera comprometimento e reconhecimento dos mesmos.

“As metodologias participativas são processos interativos, que não findam com o início da implementação do que foi planejado, mas demandam um constante complemento e ajuste durante todo o processo, de acordo com a necessidade das pessoas e dos projetos, desse modo, exige de todos os envolvidos, uma constante reflexão ética e o desenvolvimento de habilidades que efetivamente permitam o aprimoramento do ato comunicativo.” (Geilfus,1997)

Esse método visa a democratização das decisões, permitindo uma participação efetiva, otimizando seus conhecimentos e experiências, considerando seus participantes como atores sociais importantes em todo o processo e não como meros receptores de informações. Sendo assim, as consultoras da Oficina proposta atuarão como norteadoras para as diversas ideias

que irão aparecer no decorrer do procedimento, propondo um equilíbrio entre todas as iniciativas e conduzindo a discussão.

“As estratégias de desenvolvimento que possuem um caráter participativo e comunitário adquirem maior importância como mobilizadoras de processos autogestionários para alcançar múltiplos propósitos de melhoria ambiental e qualidade de vida.” (FAO, 2001)

Pretende-se que as contribuições advindas dos envolvidos na Oficina sejam acessíveis a todos os interessados, ocasionando a desierarquização do processo. O trabalho em grupo é adotado para aumentar a eficácia da comunicação e garantir um momento intensivo de criação e problematização a partir da realidade compartilhada por eles, gerando ideias que possam ser o ponto de partida para a elaboração de metas concretas. São nos pequenos grupos que se estabelece o contato face a face e criam-se ideias de forma intensiva. É na troca de ideias e experiências que está a riqueza desse processo. No planejamento participativo não há espaço para o consumo passivo, de forma que algumas pessoas depositam a sua verdade sobre os demais.

Sendo assim, optou-se por utilizar esse método a partir da avaliação de seus benefícios e por acreditar que tal mecanismo se adapta à realidade da zona rural de Mogi das Cruzes, permitindo aos participantes tornarem-se cúmplices dos resultados esperados, dividindo-se as responsabilidades.

## **7.2 Estrutura da Oficina**

**Local:** Coordenadoria de Turismo | Ilha Marabá

**Carga horária:** 5 horas

**Quantidade estimada de pessoas por sessão:** 30 pessoas

As inscrições serão recebidas por meio de formulário que será disponibilizado na internet ou em forma física na sede da ASDETUR e na Coordenadoria de Turismo (Ilha Marabá) durante um período estabelecido com antecedência suficiente para a organização.

O planejado é que a oficina ocorra a cada quatro meses, seguindo esta periodicidade enquanto houverem participantes interessados.

A Oficina de Qualificação será estruturada da seguinte maneira:

<b>Horário</b>	<b>Atividades/Etapas</b>
13:00	- Abertura e recepção aos participantes
13:30	- Formulação de ideias - Diagnóstico atual
15:00	- Metas parte 1
16:00	<i>Pausa para o café</i>
16:30	- Metas parte 2
17:30	- Criação de cronograma participativo
18:30	- Avaliação da oficina

### **7.2.1 Abertura**

Recepção dos participantes. As consultoras farão uma introdução aos conceitos de Turismo Rural, com foco no Agroturismo, oferecendo aos participantes um maior conhecimento sobre uma fonte de renda complementar, e explicitando o funcionamento de tal atividade no município de Mogi das Cruzes.

**Tempo estimado:** 30 minutos

### **7.2.2 Diagnóstico atual**

Neste bloco será sugerido a cada participante que descreva de forma concisa, em tarjetas retangulares de papel, as principais atividades desenvolvidas em sua propriedade, abrangendo desde sua produção agrícola até outras atividades secundárias, e uma breve descrição do seu espaço.

O objetivo desse exercício será realizar um levantamento dos potenciais turísticos que poderão ser explorados e, conseqüentemente, formular um diagnóstico real das propriedades, além de impulsionar os proprietários a tomarem consciência de sua capacidade.

Em seguida, será proposta a formação de pequenos grupos e será realizado um sorteio onde cada grupo será responsável por uma propriedade dentre aquelas que estão descritas nos papéis. Nesta parte, apesar de não haver discussão envolvendo todas as propriedades, espera-se estimular o empreendedorismo voltado ao agroturismo, fazendo análises de diferentes situações e cenários.

O diagnóstico feito pelos grupos deve abranger pontos fracos e fortes das propriedades, seus avanços e deficiências.

**Tempo estimado:** 1h30min

### **7.2.3 Metas parte 1**

Cada grupo deverá levantar possíveis medidas e propostas para a propriedade que estarão analisando, devendo, posteriormente, apresentá-las aos demais. Assim, todos terão oportunidade de fazer análises de suas propriedades e/ou de outrem e, paralelamente, fazer possíveis associações e parcerias.

**Tempo estimado:** 1 hora

*Pausa para o café:* montado com produtos da culinária local.

**Tempo estimado:** 30 minutos

### **7.2.4 Metas parte 2**

Nesta etapa, buscar-se-á uma definição clara dos envolvidos de quais as ações e etapas para desenvolver a atividade turística no Município. Deve-se pensar em meios para concretizar suas estratégias, recursos e intervenientes.

**Tempo estimado:** 1 hora

### **7.2.5 Cronograma Participativo**

O cronograma será desenvolvido em conjunto com todos os participantes, reunindo as propostas de cada grupo e dando a elas uma perspectiva temporal, estabelecendo prazos para as ações.

**Tempo estimado:** 1 hora

### 7.2.6 Encerramento e avaliação

Por fim, para encerrar a oficina, será feito um agradecimento às organizações apoiadoras e patrocinadoras e aos participantes. Os agricultores participantes, irão receber um formulário de avaliação e, após a devolutiva do mesmo, receberão seu certificado.

## 8 Divulgação

O principal método de divulgação, inicialmente, será por meio de mala direta, ou seja, envio de correspondência diretamente aos convidados, após seleção feita com as instituições intervenientes. Além disso, serão colocados cartazes e panfletos nos órgãos apoiadores (1 cartaz colorido por instituição e aproximadamente 500 panfletos em preto e branco).

Um anúncio da oficina também estará disponível nas mídias virtuais (redes sociais, site da prefeitura e dos patrocinadores e apoiadores).

## 9 Orçamento

Os gastos previstos para a realização da oficina estão descritos na tabela a seguir:

<b>ITEM</b>	<b>VALOR</b>
<i>Coffee break</i>	R\$ 200,00
Consultoria	R\$ 450,00
Kit e brindes	R\$ 100,00
Materiais para oficina	R\$ 50,00
Impressão de certificados	R\$ 45,00
Envio de correspondências	R\$ 50,00
Telefonia	R\$ 100,00
Cartazes e panfletos de divulgação	R\$ 50,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 1.045,00</b>
<b>Custo de inscrição por pessoa</b>	<b>R\$ 35,00</b>

O evento poderá contar com apoiadores e patrocinadores e os órgãos que serão convidados para tal, são:

- Prefeitura Municipal;
- Departamento de Turismo (Fabio Barbosa);
- Associação Cultural e Agrícola do Itapeti;
- SENAR;
- COMTUR;
- ASDETUR;
- IDETUR

A arrecadação, por meio dos patrocínios, servirá para baratear o custo da inscrição, ou fazer uma futura ampliação do projeto, e os patrocinadores terão seu logo inserido no material oficial de divulgação, assim como serão divulgados por meio das mídias sociais.

## 10 Cronograma

Válido para a primeira edição da oficina.

Atividade/semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Contratação da oficina	■	■											
Parcerias (apoio e patrocínio)			■	■	■	■							
Reserva do espaço			■										
Convites para órgãos apoiadores ou patrocinadores							■	■					
Divulgação									■	■	■	■	
Comunicação - Mídias virtuais e físicas									■	■	■	■	■
Inscrições										■	■	■	
Contratação dos serviços de <i>coffee break</i>											■		

## 11 Resultados esperados

A partir da realização quadrimestral destas oficinas, espera-se uma maior participação e mobilização das propriedades rurais para receber turistas. Além disso, a oficina visa auxiliar na orientação, sensibilização e qualificação da população agrícola mogiana no sentido de

impulsionar a motivação pelos seus negócios e esclarecer seu potencial turístico individual e associativo.

Após sua aplicação, a expectativa é que haja uma mobilização em médio prazo, que irá influenciar a atividade turística do município, gradualmente tornando o agroturismo uma fonte alternativa de renda para os proprietários deste setor.

## 12 Referências

CORDIOLLI, Sérgio. **Enfoque Participativo do Trabalho com grupos**. In: Markus Brose (org.) Metodologia Participativa. Uma Introdução a 29 instrumentos. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2001. pp. 25 – 40.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED STATES (FAO). **Module II Introducing Participatory Approaches, Methods and Tools**. Disponível em: <<http://www.fao.org/docrep/006/ad424e/ad424e03.htm>>. Data de acesso: 20 nov. 2015

GAGLIARDI, Clarissa M. R.; SOLHA, Karina T. (Coordenação). **Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Mogi das Cruzes (PDTM)**. São Paulo, 2015.

GEILFUS, Frans. **80 Herramientas para el desarrollo participativo: diagnóstico, planificación, monitoreo, evaluación**. El Salvador: Prochamate-IICA, 1997, pp 1-5, 13.

JORNAL HOJE. **Taxa de desemprego no Brasil chega a 8,3% no 2º trimestre do ano**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2015/09/taxa-de-desemprego-no-brasil-chega-83-no-2-trimestre-do-ano.html>>. Data de acesso: 11 nov. 2015

KONDAWARL, Deepak; JADHAV, Pravin. Global Economic Crisis & Consumer Behavior. **National monthly refereed journal of research in commer & management**, 2012.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO (MDA). Desenvolvimento agrário como estratégia: balanço MDA, 2003-2006. Porto Alegre: Nead, 2006.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO (MDA). Programa de Turismo Rural na Agricultura Familiar, 2003. Disponível em: . Acesso em 18 de Abril de 2007.

SENAR. **Programa empreendedor Rural**. Disponível em: <<http://www.senar.org.br/programa/programa-empreendedor-rural>>. Data de acesso: 04 nov. 2015.

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

**PROJETO INTERDISCIPLINAR DE TURISMO:  
SENSIBILIZAÇÃO DOS ESTUDANTES MOGIANOS ATRAVÉS  
DE VISITAS TÉCNICAS**

Ayrton Vasconcelos

Carolina Passarinho

Felipe Gonçalves

Tatiane Prianti

São Paulo

2015

Ayrton Vasconcelos

Carolina Passarinho

Felipe Gonçalves

Tatiane Prianti

**PROJETO INTERDISCIPLINAR DE TURISMO:  
SENSIBILIZAÇÃO DOS ESTUDANTES MOGIANOS ATRAVÉS  
DE VISITAS TÉCNICAS**

Trabalho final apresentado à disciplina de Projeto Interdisciplinar de Turismo, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo do curso de Turismo.

**Coordenação:** Profa. Dra. Debora Braga

**Orientação:** Prof. Dr. Mário Jorge Pires

São Paulo

2015

## SUMÁRIO

<b>1. APRESENTAÇÃO .....</b>	<b>4</b>
<b>2. PROCEDIMENTO METODOLÓGICO .....</b>	<b>5</b>
<b>3. OBJETIVOS.....</b>	<b>7</b>
3.1. OBJETIVO GERAL .....	7
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	7
<b>4. JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>8</b>
<b>5. PROPOSTA DE ATIVIDADES.....</b>	<b>13</b>
5. 1. MONTAGEM DO ROTEIRO E ATRATIVOS INCLUÍDOS .....	13
5. 2. OFICINA COM O CORPO DOCENTE PARA AJUSTES DE ACORDO.....	17
5.3. SELEÇÃO DOS ESTAGIÁRIOS, PROFESSORES E GUIAS CONDUTORES.	18
5. 4. APRESENTAÇÃO DO PROJETO AOS ALUNOS E PESQUISA DE GABINETE PARA FAMILIARIZAÇÃO DO ROTEIRO .....	19
5. 5. VISITA TÉCNICA .....	23
5. 6. CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO NAS REDES SOCIAIS .....	25
5. 7. ENTREGA DO TRABALHO INTERDISCIPLINAR .....	27
<b>6. PÚBLICO-ALVO, BENEFICIÁRIOS E STAKEHOLDERS ENVOLVIDOS..</b>	<b>28</b>
<b>7. RELAÇÃO DE CUSTOS E SUAS ESPECIFICAÇÕES .....</b>	<b>30</b>
7. 1. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DAS AÇÕES.....	30
7. 2. ESTIMATIVA DE CUSTOS SEMESTRAIS.....	30
7. 3. FONTES DE FINANCIAMENTO.....	32
<b>8. PLANO DE ACOMPANHAMENTO .....</b>	<b>35</b>
<b>9. RESULTADOS ESPERADOS .....</b>	<b>37</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>39</b>

## **1. APRESENTAÇÃO**

O projeto a seguir visa dar continuidade ao convênio firmado em 2014 entre a Prefeitura Municipal de Mogi das Cruzes, através da Coordenadoria de Turismo (COTUR), e a Universidade de São Paulo (USP), por meio do curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes (ECA). Como resultado desta parceria, pretendeu-se elaborar um Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico Municipal (PDDTM) em Mogi das Cruzes. Após apresentações em audiências públicas e entrega do diagnóstico das características, fraquezas e potencialidades no PDDTM, as quais foram desenvolvidas pelos alunos no decorrer de dois semestres, o município avaliou as diretrizes que consideram as mais importantes e principais, elencando em cada uma delas ações prioritárias e viáveis para implantação em Mogi das Cruzes.

Vale ressaltar que a proposta metodológica inserida no desenvolvimento do projeto é completamente interdisciplinar - considera planos de diferentes áreas do conhecimento, total ou parcialmente ligadas ao turismo, com orientadores especificamente direcionados para a exigência de cada área.

Dentre as ações estratégicas assumidas como prioritárias pela população, está a diretriz Mobilização e Sensibilização dos Três Setores, o qual este projeto pretende atingir através da realização de roteiros oferecidos pelo “Mogi para Mogianos” com estudantes da rede pública e privada do ensino fundamental e médio, com a finalidade principal de incentivar as escolas e alunos a conhecerem o município onde vivem e suas potencialidades. O projeto foi orientado pelo Prof. Dr. Mário Jorge Pires, de agosto a dezembro de 2015.

Expecta-se que, com o desenvolvimento desse trabalho, seja possível de fato implementar a proposta no município, de forma que os resultados esperados sejam atingidos e que o plano favoreça o conhecimento do mogiano pela cidade plural na qual vive.

## 2. PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

A execução deste projeto envolveu a coleta de dados para contextualizar o turismo pedagógico através da pesquisa de gabinete, além da busca por roteiros específicos ou com propostas semelhantes, desenvolvidos por institutos e agências de turismo.

O apoio da Secretaria Municipal de Educação foi essencialmente indispensável, onde os autores tiveram a possibilidade de acessar informações pertinentes à escola, projetos anteriores, financiamento e especialmente quanto ao contato direto com a diretoria da escola.

Vale ressaltar que, para auxiliar na composição do projeto, foram contatadas três agências que trabalham com o turismo pedagógico na região, sendo que uma situa-se em Mogi das Cruzes, porém não houve interesse de nenhuma das agências em retornar com as informações solicitadas.

Ainda, durante o desenvolvimento da estrutura, utilizamos a metodologia de gerenciamento de projetos - a *Project Model Canvas* - concentrando essencialmente a alma do projeto e eliminando diversas etapas de um plano de negócios original. Contudo, vale ressaltar um gap, pois os *stakeholders* não participaram da concepção deste plano. Sugere-se fortemente a aplicação do *Canvas* na montagem dos roteiros, uma vez que SME, Coordenadoria de Turismo e as escolas terão que trabalhar em conjunto.

Apresenta-se a seguir o *Canvas* base do presente projeto:

**JUSTIFICATIVAS**  
Passado

- Falta de conhecimento entre os moradores mais jovens sobre Mogi
- Receptivo insuficiente para geração de experiência satisfatória
- Meio de proteção do patrimônio cultural

**PRODUTO**

Projeto Piloto  
"Sensibilização dos estudantes mogianos" através de visitas técnicas"

**STAKEHOLDERS EXTERNOS**  
& Fatores externos

- Alunos de cursos profissionalizantes
- Atrativos
- Clima
- Economia
- Empresas privadas
- SME
- Alunos do Ensino Médio
- Disponibilidade nos atrativos
- COTUR

**PREMISSAS**

Parceria COTUR x SME

**RISCOS**

- Partes envolvidas não aceitarem proposta e visibilidade
- Falta de interesse dos alunos
- Mudança de gestão política
- Pouco envolvimento das partes envolvidas na criação do roteiro
- Falta de interesse dos atrativos em receber alunos
- Falta de conhecimento da equipe

**OBJ SMART**

Tornar os atrativos conhecidos pela população e destacar a importância do turismo em Mogi

**REQUISITOS**

- Compilação de conhecimento e expertise obtido através do "Mogi para Mogianos"
- Bom relacionamento entre as partes envolvidas para desenvolvimento do projeto e roteiros
- Treinamento para equipe de apoio (conductor do grupo e estagiários)
- Comunicação clara e precisa entre COTUR X SME

**EQUIPE**

- COTUR
- SME
- EM Benedito Ferreira Lopes
- Conductor do grupo
- Estagiários

**GRUPO DE ENTREGAS**

- Projeto piloto

**LINHA DO TEMPO**

- Criação do roteiro
- Seleção estagiários
- Impressão folders
- Agendamento com atrativos
- Visita
- Criação do edital e divulgação estágio
- Criação folders
- Treinamento para condutor do grupo e estagiários
- Trabalho final corpo discente

**RESTRICÇÕES**

- Aplicação do projeto para alunos do 9º ano do Ensino Fundamental
- Estagiários devem estar no 2º ano do curso

**\$\$\$ CUSTOS**

R\$ 28.074,92

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. OBJETIVO GERAL**

Tornar os atrativos do município de Mogi das Cruzes conhecidos pela própria população - em especial pelos estudantes do Ensino Fundamental II da rede pública municipal - e mobilizar e sensibilizar a população acerca da importância do turismo para o município.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar visitas aos atrativos do município de Mogi das Cruzes com os alunos do 8º ano do Ensino Fundamental;
- Elaborar proposta de trabalho interdisciplinar para os alunos da Escola Municipal Benedito Ferreira Lopes com base nas visitas aos atrativos do município;
- Promover os atrativos do município;
- Mobilizar a Secretaria de Educação de Mogi das Cruzes e a Coordenadoria de Turismo a trabalharem em conjunto;

#### 4. JUSTIFICATIVA

A criação de uma proposta que envolva a mobilização e sensibilização da comunidade local trouxe a este projeto a relação entre turismo e o aprendizado que pode ser proporcionado às crianças do Ensino Fundamental II. Originou-se primeiramente com a identificação de que, sendo um município de área extensa em km<sup>2</sup>, Mogi das Cruzes sofre com o desconhecimento da população pela cidade onde vivem o que dificulta, principalmente aos mais jovens, a ciência do que a mesma pode oferecer com o turismo.

Como os distritos de Mogi estão distribuídos em seu território, os deslocamentos entre seus diversos atrativos rurais, culturais e naturais levam um longo período e, por conta disso, acaba dificultando o acesso aos diferentes pontos turísticos - tanto por parte do turista, quanto pelo morador. Essa dificuldade ocorre devido à precariedade da infraestrutura e dos serviços fornecidos em algumas regiões distantes ao centro, principalmente em relação aos que estão ligados ao sistema de transporte.

Durante o diagnóstico e análise crítica desenvolvidos no estudo do PDDTM, foi identificada a partir da análise da conjuntura de vários processos que sucedem na cidade, a aparente ausência da relação entre o turismo e os próprios autóctones, carência que se pode destacar pela falta de conhecimento da população sobre o que existe e ocorre no seguimento turístico dentro do município. Ainda somado a esse fator, o atendimento receptivo de Mogi é insuficiente para proporcionar uma experiência satisfatória ao público turístico que visita a cidade, e, apesar de haver iniciativa por parte do setor público como a criação dos CITs para atendê-los, o que se pode ser considerado como um diferencial, Mogi ainda precisa investir mais se quiser buscar se desenvolver no turismo e se destacar como polo e modelo turístico da região do Alto do Tietê.

Como a disposição por parte dos possíveis empreendedores da iniciativa privada para o desenvolvimento de um agenciamento receptivo não é prioridade devido a motivos de alta dependência do setor público e relação conturbada com a prefeitura, acredita-se como solução deste problema está em Mogi das Cruzes tomar medidas básicas e de baixo custo que possam suprir em longo prazo a ausência desses serviços ou otimizar a experiência de

viajantes que não usufruam do mesmo durante sua passagem pelo município. Sendo assim, a população local instruída poderia servir como parte influente da experiência ao turista - o impacto de um cidadão consciente com a atividade turística poderia refletir indiretamente e de forma positiva sobre a expectativa em relação à cidade de todos aqueles que estão de passagem por Mogi.

Por isso, considera-se que adotar a pedagogia no turismo como forma de interação entre as crianças e o espaço que elas vivem é extremamente importante, pois impactará na forma como se relacionarão com a cidade tornando-a pertencente deste meio. Acredita-se que com a criação de uma atividade extracurricular que os levem a conhecer o município possa instigar no aluno uma consciência de cidadania, e que este aprendizado seja levado para fora dos muros da escola. Kushano (2008, p. 58) reforça isto em sua pesquisa:

Nesse sentido, a prática do turismo insere-se como uma atividade capaz de proporcionar informação, cultura, lazer e diversão para a criança, além de uma proposta de aprendizado cultural por meio da educação nos níveis formal e não formal.

Com o estudante disseminando o conhecimento obtido em aula para sua família, amigos e outras pessoas de convívio mais próximo, espera-se que Mogi fortaleça-se gradativamente no receptivo a partir do alinhamento inconsciente do aluno através das matérias aplicadas em seu contexto social de vivência. Sendo assim, auxiliando de forma positiva o turismo, o turista e a sua experiência de viagem.

Para ser possível a realização de tal projeto, será necessária uma parceria entre os professores e órgãos de ensino (público-privado) em conjunto com o município para que o grupo como um todo assumisse a responsabilidade de estabelecer a relação do que seria estudado dentro da sala de aula somado com a atividade extracurricular criada a partir das excursões pontuais estabelecidas ao longo do ano.

Assim, os professores devem pensar em diversos temas que podem ser abordado em aulas-passeio, quais locais onde o aluno possa assimilar melhor os conteúdos trabalhados e, a relação destes espaços com os assuntos que serão trabalhados em sala de aula. Dessa maneira, o professor obtém uma

mudança significativa do modo de educar, saindo de sua própria zona de conforto, transformando-se em elemento facilitador da construção do conhecimento e não apenas um mero transmissor de informações ao passo que os alunos deixam a inércia da sala de aula e passam a problematizar mediante ao novo cenário apresentado (JALUSKA e JUNQUEIRA, 2013, p.23).

Essa proposta criada pelos estudantes para cooperar no receptivo de Mogi através da mobilização e sensibilização da comunidade também tem como justificativa a observação de que o tema turismo e pedagogia não vêm sendo tratado em um período recente no Brasil. Apesar de ainda não ser comum de se encontrar entre a maioria das escolas nacionais, existem algumas ações governamentais voltadas para o fomento do setor turístico. Seguem exemplos de programas governamentais: *Iniciação Escolar Para o Turismo* (1992); *Programa Embarque Nessa* (1999) e *Programa Aprendiz de Turismo* (1993). Os dois primeiros são da EMBRATUR e o seguinte da GTTP-Brasil (JALUSKA e JUNQUEIRA, 2013).

A viagem ou o passeio turístico pode ser um exercício prático para expandir o olhar da criança, buscando a compreensão dos lugares que expressem diferentes paisagens e manifestações culturais, que não estão presentes em seu cotidiano, como as que estão. Por isso, faz-se mister sugerir atividades práticas que levem a criança a refletir e apreender o meio ambiente e cultura, com enfoque na identidade cultural do local e/ou região, a qual o empreendimento turístico está inserido (KUSHANO, 2008, p.123).

Outros projetos oficiais também existem como parte de currículo de algumas escolas de localidades turísticas do Brasil, como por exemplo, *Educação para o Turismo e Conscientização Turística*, visando o objetivo de retorno econômico que a prática do turismo pode proporcionar a partir do bom atendimento receptivo do local (PORTUGUEZ, 2007).

A consciência cidadã para o turismo não é apenas eficiente, segundo autores, para o melhor receptivo da cidade, ela serve assim como um protetor dos recursos, naturais, culturais, físico e turístico da região receptora. Isso se dá como uma espécie de ferramenta significativa a qual o setor se utiliza, transmitindo sua responsabilidade social com o meio. Isto é muito importante, pois nos dias de hoje ainda existe certo preconceito sobre a área.

Para Mogi das Cruzes, o projeto durante uma extensão em médio e longo prazo tem a capacidade, se bem aplicado, como forma auxiliar para conduzir o planejamento turístico da cidade proporcionando significativos retornos positivos do que se foi estudado. Sendo assim, fazendo com que a cidade como um todo, torne-se parte responsável e influenciadora da atividade turística e, conseqüentemente de algum modo suprimindo de forma indireta as dificuldades encontradas em relação ao receptivo e a deficiência de comunicação entre o *trade* turístico.

A conscientização implica, pois, que ultrapassemos a esfera espontânea de apreensão da realidade, para chegarmos a uma esfera crítica na qual a realidade se dá como objetivo cognoscível e na qual o homem assume uma posição epistemológica (FREIRE, 1980, p.26).

Após contatos com a Secretaria Municipal de Ensino de Mogi das Cruzes, informou-se que a cidade possui apenas uma Escola do Ensino Fundamental II (6º a 9º ano), faixa etária a qual se supõe ideal para praticar a atividade extracurricular. Ressalta-se que o sucesso do projeto se dará de acordo com a proposta de se iniciá-lo como piloto na única instituição encontrada, a Benedito Ferreira Lopes. Como o trabalho estaria fixado em um tamanho reduzido, a equipe que o desenvolveria teria mais facilidade para analisá-la, tendo a possibilidade de indicar os resultados positivos e negativos, tão como ter a possibilidade de ter um maior controle durante seu processo de aplicação na escola.

É importante ressaltar que, apesar de existir um programa similar já realizado em Mogi das Cruzes com o objetivo de levar uma parcela dos estudantes da cidade para conhecer os atrativos da cidade, o projeto aqui apresentado se difere quanto ao público alvo e também em relação a algumas iniciativas elaboradas.

O projeto de sensibilização dos estudantes mogianos através de visitas técnicas tem como público alvo estudantes de uma faixa etária diferente do programa realizado em Mogi, que é voltado para crianças do Ensino Fundamental I, e também possui iniciativas como a campanha no *Instagram* e a elaboração de um trabalho interdisciplinar que não existem no programa já existente.

Destaca-se que esse trabalho trata-se de um projeto piloto, e por essa razão incluímos apenas dois atrativos no roteiro a ser realizados pelos alunos e delimitamos nosso público alvo principal aos alunos do 9º ano do Ensino Fundamental. Esperamos que com o bom andamento do projeto, o mesmo possa abranger um número maior de estudantes, inclusive de outras escolas e faixas etárias, e também que mais atrativos participem do projeto.

## **5. PROPOSTA DE ATIVIDADES**

Tendo em vista realizar um trabalho que envolva as crianças, o projeto objetiva utilizar o aspecto lúdico para que a experiência dos alunos seja memorável, agradável e, conseqüentemente, gere interesse futuro. Para isso, os desenvolvedores do projeto procuram inicialmente envolver a grade horária escolar com aquilo que o município tem a oferecer, de forma que ambos os conteúdos possam ser relacionados e operados em conjunto, sem causar dificuldades no que tange o ano letivo e as atividades já existentes e obrigatórias aos professores e alunos.

Desta maneira, sugere-se primordialmente trabalhar o projeto nas seguintes fases:

1. Montagem dos roteiros e atrativos incluídos;
2. Oficina com o corpo docente para ajustes de acordo;
3. Seleção dos estagiários, professores e guias condutores;
4. Apresentação do projeto aos alunos e pesquisa de gabinete para familiarização do roteiro;
5. Visita técnica;
6. Campanha de divulgação nas redes sociais;
7. Entrega do trabalho interdisciplinar,

Procurando não oferecer uma atividade repetitiva aos alunos e professores, a ideia principal é que a visita técnica seja realizada apenas uma vez por ano, no primeiro semestre, época que possui um período letivo mais amplo se comparado ao segundo semestre e, ainda, consegue evitar maiores problemas com eleições políticas a cada dois anos.

Nos tópicos seguintes, explana-se melhor o funcionamento de cada atividade proposta.

### **5. 1. MONTAGEM DO ROTEIRO E ATRATIVOS INCLUÍDOS**

Por deterem experiência e conhecimento mais profundos sobre a cidade e o projeto o qual foi espelhado essa atividade, buscou-se implantar o programa com a proposta de um roteiro inicial, indicando os atrativos ideais e melhor estruturados para o trabalho, segundo indicação dos colaboradores da

Coordenadoria. Todos os atrativos destacados fazem parte do Mogi para Mogianos e são membros do ASDETUR. Abaixo, segue um pequeno descritivo de cada local:

- **Fazenda 5 Pedras:** Antigo local de produção de leite, hoje é sede da fazenda de adestramento de cães, oferecendo também cavalgadas, trilhas e cursos, além de possuir espaço para receber grupos, lanchonete e restaurante. Localiza-se em Sabaúna, sua estrada de acesso possui boas condições e comporta até um micro-ônibus.

- **Sítio Matsuo:** Propriedade rural com produção de caqui e nêspera, localizado no bairro Cocuera; realiza-se passeio pela plantação e, durante julho e agosto, é possível degustar as frutas, além de participar da colheita.

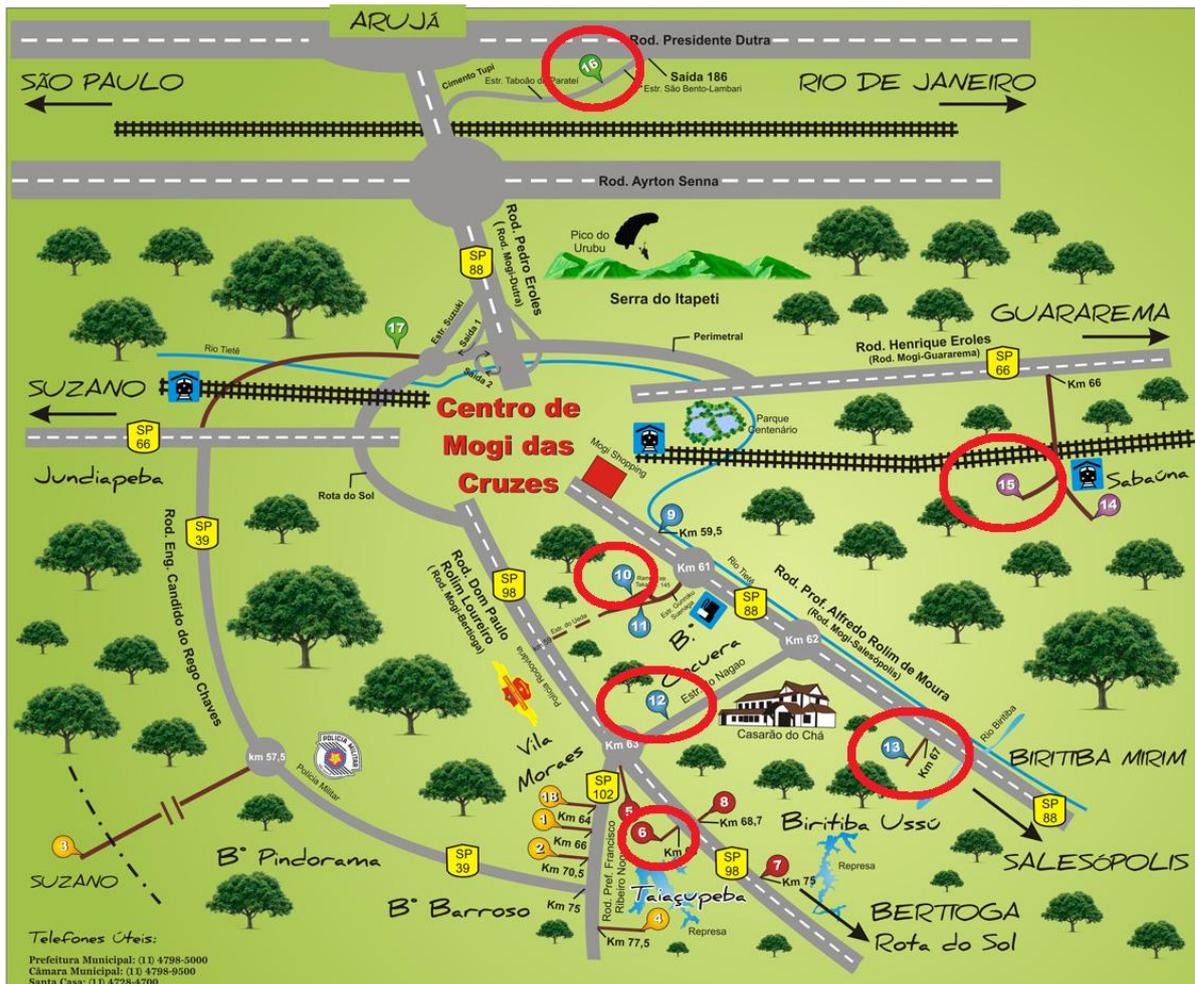
- **Sítio Nakahara:** Também em Cocuera, no sítio pode-se conhecer as estufas de orquídeas e uma série de frutas do pomar, além de todas as fases da produção de tomate cereja, caqui, atemoia, mexerica e lichia.

- **Orquidário Oriental:** Situa-se no bairro Taboão, e vêm trabalhando com diferentes espécies de orquídeas desde suas primeiras atividades, em 1984. É possível fazer um passeio com um trator que possui uma carreta com bancos, com o qual se pode conhecer a propriedade.

- **Chácara Santo Antonio:** A chácara localiza-se próxima a represa de Taiapuêba, no distrito de Biritiba Ussu, 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; a represa que se encontra na propriedade é um diferencial como produto oferecido.

- **Fruticultura Hoçoya:** A propriedade, em Cocuera, teve início em meados da década de 1960 e está prestes a completar 50 anos de tradição na produção de frutas com alta qualidade, fator que fez o local ganhar diversas e consecutivas premiações. Atualmente possui uma área de 12 hectares, produzindo uma variedade de frutas, como caqui, nêspera, atemoia, pêra, lichia e pitaya. Existe degustação no local e palestras sobre o processo de produção das frutas.

Figura 1 - Mapa dos atrativos sugeridos



Fonte: ASDETUR, 2015. Disponível em: <<http://www.asdetur.com.br/imagens/mapa-localizacao.jpg>>. Acesso em 15 nov. 2015. Adaptação dos autores.

Legenda:

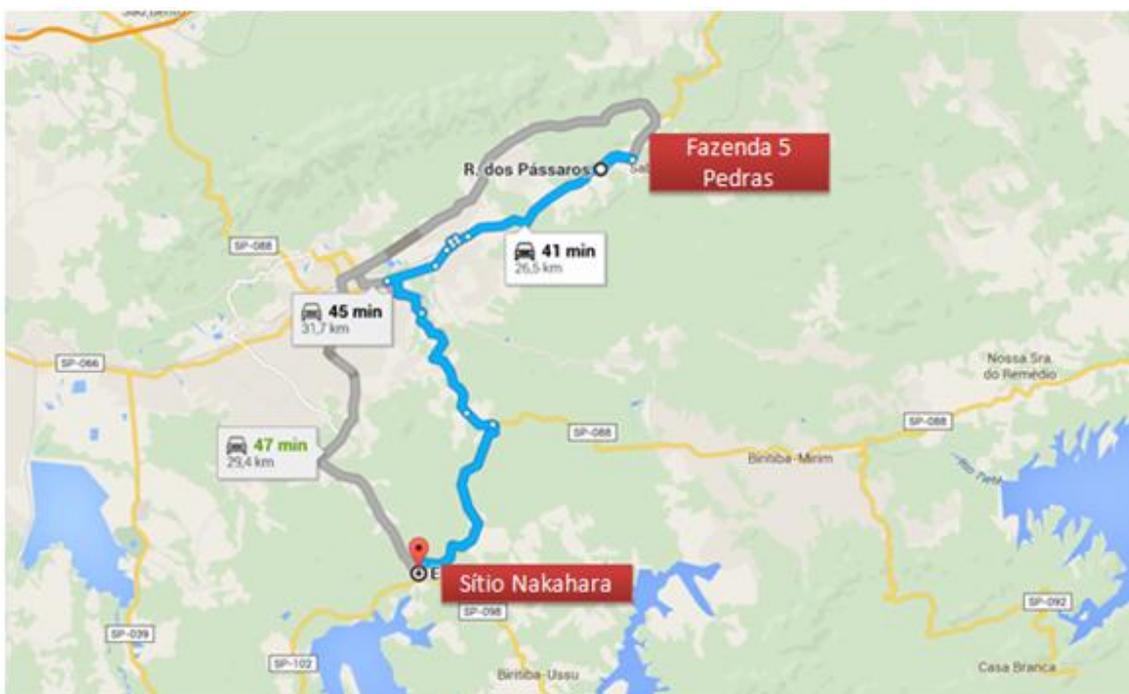
- 6 - Chácara Santo Antônio
- 10 - Sítio Matsuo
- 12 - Sítio Nakahara
- 13 - Fruticultura Hoçoya
- 15 - Fazenda 5 Pedras
- 16 - Orquidário Oriental

Segundo a Coordenadoria de Turismo, para uma visita dure em média de cinco a seis horas e levando em conta que haveria a necessidade de pausa para almoço, o esperado é que os estudantes teriam possibilidade de conhecer no máximo três dos 6 atrativos citados acima. Como existem 6 turmas de 30 alunos cada, totalizando 180 alunos, foi decido organizar os destinos através

da localização destes no mapa da cidade para que houvesse uma melhor organização que facilitasse o roteiro e o deslocamento dos estudantes e professores.

A partir de análise e considerando os fatores pontuados pela Coordenadoria de Turismo, definiu-se como amostra inicial de roteiro visita ao Sítio Nakahara, no bairro de Cocuera, e à Fazenda 5 Pedras, no distrito de Sabaúna. As propriedades estão a aproximadamente 40min (30km) de distância, segundo exposta abaixo, usando a tecnologia Google Engine:

Figura 2: Mapa do roteiro sugerido



Fonte: Google Engine, 2015. Adaptação pelos autores.

Cada uma dessas propriedades contemplaria duas salas por turno de visita e por dia; ou seja, propõe-se visita alternada, dividindo os alunos em dois grupos de 30 alunos, onde realizariam as atividades no período da manhã e tarde.

<b>Turma A</b>	- Visita ao Sítio Nakahara - 12h: Almoço - 13h: Visita à Fazenda 5 Pedras
----------------	---

<b>Turma B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visita à Fazenda 5 Pedras</li> <li>- 12h: Almoço</li> <li>- 13h: Visita ao Sítio Nakahara</li> </ul>
----------------	---

Delimitou-se dessa forma, pois não há possibilidade de que recebam tal quantidade de pessoas em um mesmo horário, podendo afetar negativamente na experiência dos alunos. Deste modo, acredita-se que servirá para organizar a distribuição entre alunos e atrativos.

## 5. 2. OFICINA COM O CORPO DOCENTE PARA AJUSTES DE ACORDO

Uma vez finalizado o roteiro, a Coordenadoria de Turismo e a Secretaria de Educação apresentarão o mesmo à diretoria e ao corpo docente da E. M. Benedito Ferreira Lopes, objetivando finalizar a estrutura da visita técnica, assim como as propostas pré-projeto (pesquisa de gabinete) e pós-projeto (campanha de divulgação e trabalho interdisciplinar), que serão abordadas nos tópicos seguintes.

A oficina poderá ser realizada na sede da Coordenadoria de Turismo, na Ilha Marabá, ou na própria escola, de forma que facilite o encontro. Apresentando a proposta de roteiro a ser realizado com os alunos, os professores acrescentarão suas observações, considerando a grade curricular atual das salas e os conteúdos ensinados, visando atribuir à visita o cunho interdisciplinar. Caberá à Coordenadoria de Turismo e Secretaria de Educação os ajustes de acordo com a necessidade. Podem-se citar exemplos comuns e possíveis de solicitação, como adicionar ou excluir uma atividade em campo, acrescentar conteúdo ou estabelecer uma estrutura que promova a interdisciplinaridade proposta inicialmente aos estudantes.

Além disso, ao final da oficina e consequente finalização do roteiro, propõe-se a definição dos professores responsáveis por cada sala e das datas das visitas técnicas, de forma que concilie sem prejuízos o calendário letivo e o cronograma de implementação do projeto. Sugere-se que as datas da visita sejam no mês de Maio, de forma que os alunos terão tempo hábil para preparar a pesquisa de gabinete e o trabalho de campo após visita.

### 5.3. SELEÇÃO DOS ESTAGIÁRIOS, PROFESSORES E GUIAS CONDUTORES

Como o projeto será direcionado para menores de idade, é necessária determinada organização para que existam acompanhantes que se responsabilizem pelos estudantes durante a atividade. A quantidade ideal pensada para o projeto será a escolha de 6 professores, 2 estagiários e 2 guias condutores, os quais serão selecionados e divididos conforme será descrito em sequência.

A escolha de 6 professores que serão responsáveis durante a excursão é considerada pela necessidade de ter um representante da escola para conduzir os alunos, divididos pelas 6 diferentes salas de aula. Como no planejamento do roteiro a proposta que será explicada posteriormente no capítulo foi definida a realização de duas visitas técnicas diárias, supõe-se que 2 professores se encarregarão por cada dia, divididos em três dias de visitas. Para selecionar os docentes, partiu-se da premissa que o critério a ser utilizado foi não sobrecarregá-los com o excesso da atividade extracurricular com o intuito de equilibrá-los com menor responsabilidade e, conseqüentemente, evitando que ocorra desinteresse e desestimulação na participação deles no projeto. Como preferência dessa atividade, serão escolhidos responsáveis que estejam mais próximos ao alinhamento da atividade com a matéria, seguindo como prioridade os professores de ciências; história e geografia, e caso a escola não possua número suficiente de professores dessas disciplinas, os docentes de outras matérias serão selecionados conforme interesse e orientação da direção e coordenação da escola. Todos os professores que forem relacionados para a visita técnica deverão disponibilizar-se para organizar as atividades de pesquisa de gabinete antes de sua realização.

Para escolha dos estagiários, a preferência será os que estudam em cursos tecnológicos de turismo presentes na cidade de Mogi das Cruzes e/ou região, como por exemplo: O curso de Turismo e Hospitalidade do Centro de Apoio à Educação de Jovens e Adultos (CRESCER); o curso de Turismo da Universidade de Guarulhos (UnG), e o curso de Lazer e Turismo da Universidade de São Paulo – Unidade Leste (USP-Leste). A função deles será em auxiliar os professores da E.M. Benedito Ferreira Lopes nas pesquisas de

gabinete com os alunos e também na organização com os atrativos à visita técnica. O mesmo será responsável por estagiar em um período mínimo de 20h/semanais até a data da visita, onde caberá ao estagiário criar uma oficina aos estudantes em conjunto com os atrativos nos dias que ocorrerão as atividades (conforme será explanado posteriormente). O estagiário é peça fundamental para garantir com que a expectativa dos resultados esperados com o projeto ocorra de forma positiva ao planejado, considerando ainda que está será uma oportunidade de aprendizado para o estudante do curso tecnólogo de turismo.

Os guias de turismo serão selecionados para criar a experiência turística aos alunos. Como o propósito do projeto é fazer com que eles conheçam Mogi das Cruzes com uma perspectiva turística, buscou-se saber qual número ideal para atender um grupo de 60 alunos, supostamente previsto por dia. Segundo um dos guias que prestam serviço para o Mogi para Mogianos, dois guias seriam essenciais para participar do projeto durante as visitas, devido ao tamanho do grupo, considerado grande para que fosse conduzido por apenas um guia. Ainda em contato com o profissional da área, foi indicado aos autores que a seleção poderia ser feita pelo Sindicato Estadual dos Guias de Turismo de São Paulo (SINDEGTUR SP), que poderia contratar os guias, caso não houvesse possibilidade com os quais a prefeitura trabalha.

Com a seleção de todos esses profissionais citados acima e o alinhamento das atividades indicadas e discutidas posteriormente entre a Coordenadoria de Turismo, Secretaria Municipal de Educação, E. M. Benedito Ferreira Lopes e os atrativos acredita-se que haverá mão de obra suficiente para que o conhecimento sobre a cidade e os atrativos visitados proporcionarão uma boa experiência e resultados positivos do investimento.

#### 5. 4. APRESENTAÇÃO DO PROJETO AOS ALUNOS E PESQUISA DE GABINETE PARA FAMILIARIZAÇÃO DO ROTEIRO

Esta etapa visa apresentar aos alunos o projeto e roteiro da visita técnica, orientando-os quanto às três principais etapas nas quais estarão envolvidos: a pesquisa de gabinete, a visita em si e a entrega do trabalho interdisciplinar de cada grupo, além de introduzir a ideia da campanha nas

redes sociais, realizada após a pesquisa de campo e explanada nas etapas seguintes.

Em primeiro lugar, orienta-se o que é a pesquisa de gabinete, e sua diferença da pesquisa de campo; em seguida expondo a realização deste projeto de trabalho, onde com a condução dos professores os estudantes se dividirão em até 5 grupos por sala, tendo então em média 6 alunos por grupo. Cada grupo se encarregará de pesquisar e elaborar um trabalho documental, sobre um dos temas sugeridos abaixo:

- Como Mogi virou Mogi? - buscando instigar o aluno sobre a cidade onde vive, neste trabalho espera-se compor uma pesquisa sobre a história de Mogi das Cruzes, que completará 456 anos em 2016. Abordar como o município surgiu e se desenvolveu no decorrer dos anos, apresentando curiosidades como a origem do nome do município e povos que ali viveram;

- Turismo rural: conceito e importância - sugere-se pesquisar sobre o que é turismo em espaço rural, quais são suas características e serviços oferecidos, além de elencar um exemplo de turismo rural que conheçam dentro da cidade de Mogi das Cruzes e pensar no impacto que a atividade turística traz para esta propriedade - se é tido como fonte de renda primária, secundária, e como foi esta transição de oferta de produto;

- Frutas exóticas & Mogi - sabe-se que o município é famoso por cultivar e exportar um número exorbitante de alimentos como caqui, pera, mexerica e uma variedade de cogumelos, além de frutas consideradas exóticas como a atemoia, nêspira, lichia. A partir disso, os estudantes deverão pesquisar suas origens, características e curiosidades, de forma que ilustre aos demais alunos a pluralidade da cidade;

- Cultura Japonesa: costumes e curiosidades - é fato que esta cultura está fortemente inserida no município - Mogi possui a segunda maior comunidade japonesa do Brasil. Através da pesquisa documental, idealiza-se que os estudantes procurem conhecer as origens da comunidade e seus imigrantes japoneses, elencando quais os comportamentos e práticas que influenciaram na formação de Mogi das

Cruzes. Sugere-se parte da coleta de dados através de entrevistas com moradores locais;

- Nakahara & 5 Pedras - este tema procura focar diretamente nos locais que os alunos conhecerão durante a visita técnica, para que tenham o embasamento antes de ir aos atrativos - então deve-se destacar que o nome do tema se adaptará de acordo com os atrativos visitados no ano. Serão disponibilizados os contatos dos proprietários e relacionados aos alunos responsáveis por esse tema; os proprietários, por sua vez, serão comunicados previamente do projeto, para que tenham a noção e bem recebam os estudantes e suas dúvidas pertinentes. Sugerimos abordar tópicos como história, produção e abertura para o turismo, para que os estudantes já tenham esta compreensão.

Os trabalhos resultantes destes temas deverão ser entregues ao professor responsável pela sala em duas partes - sendo a primeira apenas composta da pesquisa de gabinete escrita, de pelo menos quatro páginas de conteúdo (desconsiderando capas e referências bibliográficas, por exemplo). A segunda parte do trabalho é composta pela apresentação da pesquisa à sala correspondente ao aluno, de forma que todos os grupos conheçam os temas dos demais, não apenas o seu, e, assim, toda a sala tenha o embasamento teórico antes da visita técnica.

Durante o encontro com os alunos, também serão apresentadas as datas da visita técnica, além da campanha de incentivo à divulgação dos atrativos no Instagram e o método de avaliação após a atividade, que consistirá na entrega do trabalho interdisciplinar - ambos assuntos serão abordados no decorrer dos tópicos deste capítulo.

Caberá aos alunos a divisão dos grupos de até 6 pessoas, sendo então 5 grupos por sala, e aos professores sortear os temas acima entre cada grupo e sala. De forma que auxilie os alunos e também professores na orientação da pesquisa, será exposto um informativo com os temas e abordagens, além das datas de todo o programa e o regulamento da campanha de divulgação.

Ainda, apresenta-se abaixo um modelo de termo de responsabilidade que deverá ser preenchido pelo aluno, quando maior de 18 anos, ou pelos pais e/ou responsável legal do aluno menor de idade que irá à visita técnica. Será

imprescindível a apresentação deste termo para que o estudante seja autorizado a viajar.

### **Modelo - Termo de Responsabilidade**

Pelo presente instrumento, declaro, para os devidos fins de direito, que desejo participar da visita técnica dentro da cidade de Mogi das Cruzes, São Paulo, passando pelo (a) \_\_\_\_\_, consistindo em uma atividade extracurricular oferecida pela Escola Municipal Benedito Ferreira Lopes em parceria com a Secretaria de Educação e a Coordenadoria de Turismo da cidade, como parte da avaliação escolar semestral, a ser realizada no período de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_, com acompanhamento dos professores e responsáveis dessas instituições.

Declaro, outrossim, assumir total e exclusiva responsabilidade pelos meus atos praticados por ocasião da participação na referida atividade, isentando a E. M. Benedito Ferreira Lopes, a Secretaria de Educação e a Coordenadoria de Turismo de responsabilidade por prejuízos/danos de qualquer natureza causados a terceiros, inclusive danos sofridos pela minha pessoa, patrimoniais ou não, ficando assegurado às instituições organizadoras o direito de regresso, caso seja demandada judicialmente ou extrajudicialmente e/ou condenada a reparar os danos/prejuízos apurados na esfera judicial ou extrajudicial.

São Paulo, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, 20\_\_\_\_\_

Nome completo do aluno: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Data de Nascimento: \_\_\_\_\_

RG: \_\_\_\_\_

Telefone: \_\_\_\_\_

Número de matrícula escolar: \_\_\_\_\_

Assinatura do aluno: \_\_\_\_\_

Eu, \_\_\_\_\_, responsável pelo (a) menor \_\_\_\_\_, autorizo-o (a) a realizar a referida viagem.  
Assinatura do responsável: \_\_\_\_\_

## 5. 5. VISITA TÉCNICA

A visita técnica dos alunos 9º ano do Ensino Fundamental da Escola Municipal Benedito Ferreira Lopes aos atrativos da cidade de Mogi das Cruzes será realizada em três dias diferentes e subsequentes. As visitas serão realizadas durante a semana no mês de maio, nos períodos matutino e vespertino, sendo que os dias serão definidos e acordados entre os professores, a direção da escola, a Coordenadoria de Turismo e os atrativos, respeitando a condição de subsequência.

Optou-se por dividir as visitas em três dias devido ao número total de alunos ser elevado, o que dificultaria a logística do transporte dos alunos, e requereria um maior número de ônibus para o transporte dos mesmos. Além disso, a qualidade da visita e o aprendizado dos alunos durante as atividades seriam prejudicados.

Como a possibilidade de realizar a visita técnica em um único dia se mostrou inviável, optou-se por realizar as visitas em dias subsequentes, já que tal medida visa atenuar as vantagens em relação ao prazo de entrega que algumas turmas teriam em relação às outras.

Portanto, em cada dia de visita, apenas duas das seis turmas realizarão as visitas ao Sítio Nahakara e a Fazenda 5 Pedras, sendo que uma turma irá visitar o Sítio Nakahara pela parte da manhã e a Fazenda 5 pedras pela tarde, e a outra turma irá realizar as visitas em ordem inversa. O roteiro diário das duas visitas segue abaixo, sendo que os horários previstos de saída e chegada foram estabelecidos de acordo com a distância e o tempo de deslocamento entre os atrativos, e entre a Escola Municipal Benedito Ferreira Lopes e os atrativos:

**Turma A (E. M. Benedito Ferreira Lopes → Sítio Nakahara → Fazenda 5 pedras → E. M. Benedito Ferreira Lopes):**

9h – Apresentação dos alunos na E. M. Benedito Ferreira Lopes;  
9h30 - Saída da turma com destino ao Sítio Nakahara;  
9h45 – Chegada prevista ao Sítio Nakahara;  
Das 10h às 12h - Visita ao Sítio Nakahara;  
12h – Almoço;  
13h – Saída com destino a Fazenda 5 Pedras;  
13h40 – Chegada prevista a Fazenda 5 Pedras;  
Das 14h às 16h – Visita à Fazenda 5 Pedras;  
16h – Retorno à escola;  
16h45 – Chegada prevista à E. M. Benedito Ferreira Lopes.

**Turma B (E. M. Benedito Ferreira Lopes → Fazenda 5 pedras → Sítio Nakahara → E. M. Benedito Ferreira Lopes):**

8h30 – Apresentação dos alunos na E. M. Benedito Ferreira Lopes;  
9h00 - Saída da turma com destino à Fazenda 5 Pedras;  
9h45 – Chegada prevista à Fazenda 5 Pedras;  
Das 10h às 12h - Visita à Fazenda 5 Pedras;  
12h – Almoço;  
13h – Saída com destino ao Sítio Nakarara;  
13h40 – Chegada prevista Sítio Nakarara;  
Das 14h às 16h – Visita à Sítio Nakarara;  
16h – Retorno à escola;  
16h15 – Chegada prevista à E. M. Benedito Ferreira Lopes.

Durante a visita à Fazenda 5 Pedras, os alunos terão a oportunidade de realizar uma trilha na propriedade, além de assistir um pequeno curso sobre sustentabilidade e meio ambiente a ser ministrado pelos professores, estagiários e/ou responsáveis pelo atrativo.

Na visita ao Sítio Nakahara, os alunos visitarão as estufas de orquídeas e conhecerão as fases de produção das frutas cultivadas no sítio. Os proprietários e/ou responsáveis pelo atrativo também serão encarregados de dar uma pequena palestra sobre turismo rural e cooperativismo, mostrando o trabalho que a ASDETUR realiza.

## 5. 6. CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO NAS REDES SOCIAIS

Ao tornar os atrativos do município de Mogi das Cruzes conhecidos, em especial pelos estudantes do Ensino Fundamental II da rede pública municipal, a campanha #Mogiéaqui visa aumentar a visibilidade dos atrativos da região - tanto aqueles preparados para receber os alunos durante os dias das visitas, quanto os que não estão aptos para receber 180 alunos – através da divulgação de fotos pelo aplicativo Instagram.

Além de envolver os alunos, a campanha visa ainda envolver sua família, incentivando-os a fotografar diversos atrativos da cidade com a oportunidade de serem premiados ao final da campanha.

Mais adiante, a população mogiana também se sensibilizará acerca das potencialidades turísticas do município através da exposição das fotos e abertura para votação. Salieta-se que, para envolvê-los na campanha, esta será divulgada nos jornais da cidade, convidando-os a eleger a foto mais criativa. Ademais, as fotos publicadas pelos alunos no aplicativo Instagram podem ser diariamente replicadas pela Coordenadoria de Turismo em suas redes sociais como Facebook, Twitter, Instagram e no próprio site.

Ressalta-se que, inicialmente a campanha fora imaginada para o ano de implantação da excursão. Contudo, a depender do interesse dos hotéis e das propriedades rurais em patrocinarem os prêmios dos anos seguintes, como também a aceitação do público e o bom funcionamento da mesma, a campanha poderá se tornar anual.

### REGULAMENTO DA CAMPANHA:

1. Da campanha: 1.1 A Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes em parceria com os alunos do Curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes (ECA-USP) desenvolveram a campanha #Mogiéaqui para promover e aumentar o conhecimento, por parte dos munícipes, em relação aos atrativos turísticos da cidade.

2. Da definição da campanha: 2.1 A campanha #Mogiéaqui é uma oportunidade que concede aos alunos do 9º ano do Ensino Fundamental da Escola Municipal Benedito Ferreira Lopes a possibilidade de ganhar

um final de semana para vivenciar experiências turísticas na cidade com acompanhante (pai e mãe ou responsável legal). 2.2 Só ganhará esse final de semana àquele que tiver a foto mais votada, alinhado de uma legenda criativa, e obter pontuação mínima de 70% na entrega do trabalho após visita técnica.

3. Do período de vigência: 3.1 Esta campanha se estenderá por quatro meses a partir da data da visita técnica (a definir). A Coordenadoria de Turismo detém o direito de encerrar ou modificar a campanha, a qualquer momento, mediante aviso prévio.

4. Da mecânica: 4.1 Para se tornar um participante, o aluno deverá se inscrever no dia da visita técnica. Uma vez cadastrado, o aluno deverá fotografar atrativos da cidade – quer o atrativo seja conhecido no dia da visita técnica ou não - alinhado da frase mais criativa.

5. Da escolha das fotos: 5.1 Ao final do período de vigência da campanha, parte dos envolvidos na visita técnica (Coordenadoria do Turismo, corpo docente da Escola Municipal Benedito Ferreira Lopes e Secretaria Municipal de Educação) elegerão cada um, uma foto que irá para votação final do público.

6. Da votação: 6.1 As fotos estarão disponíveis para votação num período de 15 dias, no site da Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes (<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/turismo/>).

7. Da premiação: 7.1 A premiação será feita em uma data estabelecida pela Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, caso o aluno atinja a pontuação mínima necessária dentro dos critérios estabelecidos neste regulamento e sua foto + frase seja escolhida como a mais criativa. 7.2 A premiação inclui: uma noite em hotel a ser definido, com café da manhã, dois passeios por atrativos na cidade, incluindo entradas, e um jantar em restaurante típico. 7.3 A anúnciação do vencedor e entrega do prêmio será realizada em Agosto, ao final da campanha 7.4 O aluno terá direito a levar 2 (dois) acompanhantes, sendo pai, mãe ou responsável legal. 7.5 A visita deve ser realizada entre 1 de Outubro de 2016 e 10 Dezembro 2016. Não é válida para período de festas ou feriados. 7.6

Reservamo-nos o direito de escolher o hotel, assim como as experiências de acordo com os critérios estabelecidos pela Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes.

8. Condições gerais: Este regulamento poderá ser modificado a qualquer momento, sem aviso prévio, a exclusivo critério da Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes. As eventuais modificações serão informadas aos participantes.

## 5. 7. ENTREGA DO TRABALHO INTERDISCIPLINAR

Para a realização do trabalho interdisciplinar, os alunos de cada sala serão divididos em cinco grupos - sendo os mesmos grupos do trabalho documental - e devem elaborar um trabalho em forma de relatório, relacionando o que foi observado no decorrer da visita técnica com os temas de pesquisa previamente apresentados pelos alunos de toda a sala, englobando também os assuntos de sustentabilidade, meio ambiente e cooperativismo.

O trabalho deverá conter ao menos quatro páginas de conteúdo (desconsiderando capa e referências bibliográficas), além da pesquisa de gabinete realizada antes da visita e com as correções apontadas pelos professores, totalizando um mínimo de oito páginas de conteúdo.

O trabalho final deverá ser entregue no mês de junho ao professor responsável pela sala, com data exata a ser definida na oficina, e o mesmo deverá repassar o trabalho para os professores responsáveis por cada tópico, de modo que eles possam corrigir as partes referentes à sua disciplina.

A nota do trabalho será de 0 (zero) a 10 (dez), e servirá como critério na escolha do ganhador da campanha #Mogiéaqui, de forma que apenas aqueles alunos que obtiveram uma nota superior a sete estarão aptos a concorrer ao prêmio.

## 6. PÚBLICO-ALVO, BENEFICIÁRIOS E STAKEHOLDERS ENVOLVIDOS

O primeiro público atingido, de maneira direta, engloba os alunos da EM "Benedito Ferreira Lopes", única escola municipal de Mogi das Cruzes e local de aplicação deste projeto piloto. Após implantação, prospecta-se ampliar os resultados para as demais escolas da cidade, incluindo as escolas de ensino infantil e médio, tanto públicas quanto privadas.

Na formação do projeto, focou-se primeiramente no grupo de beneficiários, no caso, a comunidade mogiana - que deveria ser mobilizada à questão do turismo. Pensou-se, então, que através da sensibilização dentro das escolas, existiria um transbordo para o dia a dia dos alunos, professores, pais e, em longo prazo, para a população da cidade de Mogi no geral. Dessa maneira indireta, serão também beneficiados os atrativos e patrimônios histórico, cultural e natural do município, por meio da preservação e valorização do local, e, ainda, causará o fortalecimento do receptivo turístico e a consequente beneficiação ao turista.

Ainda, para que esse projeto alcance o seu objetivo, é necessário o envolvimento dos seguintes *stakeholders*:

- *Coordenadoria de Turismo e Secretaria Municipal de Educação*: Esses órgãos devem trabalhar em conjunto para fomentar o projeto e fornecer a estrutura necessária para que o mesmo ocorra. A Coordenadoria de Turismo é importante também para facilitar a comunicação entre os atrativos do município e a escola municipal;
- *Professores*: São os responsáveis pela elaboração semestral do projeto interdisciplinar, sendo que o mesmo deve conter a matéria a ser ensinada no 8º ano do Ensino Fundamental, relacionando com o que foi observado durante a visita aos atrativos do município;
- *Diretoria da escola*: Tem como função supervisionar o trabalho dos professores e incentivar os mesmos a desenvolver o projeto, além de ser o contato com a Secretaria Municipal de Educação;

- *Empresas privadas:* São importantes para auxiliar nos custos do projeto;
  
- *Alunos de cursos profissionalizantes ligados ao turismo:* Com a função de auxiliar o condutor da visita e zelar pelo bem estar dos alunos no dia da visita;
  
- *Atrativos:* Importantes, pois vão receber a visita, de acordo com a disponibilidade.

## 7. RELAÇÃO DE CUSTOS E SUAS ESPECIFICAÇÕES

### 7. 1. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DAS AÇÕES

A criação do projeto interdisciplinar e sua execução ocorrerão da seguinte forma anualmente:

Atividade / Mês	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO
1. Montagem dos roteiros e atrativos incluídos								
2. Oficina com corpo docente para ajustes de acordo								
3. Seleção dos estagiários, professores e guias condutores								
4. Apresentação do projeto aos alunos e pesquisa de gabinete para familiarização do roteiro								
5. Visita Técnica								
6. Campanha de divulgação nas redes sociais								
7. Entrega do trabalho interdisciplinar								

### 7. 2. ESTIMATIVA DE CUSTOS SEMESTRAIS

O projeto interdisciplinar tem como objetivo aproximar o *city tour* Mogi para Mogianos para os alunos do ensino fundamental da rede municipal de forma mais acessível com o objetivo de sensibilizar a população mogiana desde a idade escolar, estimulando-os a conhecerem o próprio município.

Dito isso, o projeto manterá a formatação original, oferecendo visitas aos atrativos participantes, com duração aproximada de 7h.

Para o desenvolvimento do projeto, faz-se necessário estabelecer bens e serviços que serão utilizados, conforme exposto na tabela a seguir:

SERVIÇO / BEM	DESCRIÇÃO
6 Professores	Responsáveis pelas turmas e pela condução da viagem
2 Guias acompanhantes (Pessoa Física)	Condutor da viagem, devidamente treinado e alinhado com o tema do passeio, que será responsável por passar as informações pertinentes para os alunos, bem como organizá-los.
Rádio comunicador Nextel	Para facilitar a comunicação no dia da visita entre a Coordenadoria de Turismo, o condutor da viagem e os estagiários, de forma que ofereça maior segurança aos alunos presentes.
Transporte de Ônibus	Transporte para o deslocamento dos estudantes entre os atrativos e a escola
Visita ao sítio Nakahara*	Produtora de diversas frutas como; caqui rama forte, caqui guiombo, caqui fuyu, atemoia, ameixa rubi mel, lichia e mexerica; produz ainda, orquídeas e o famoso tomatinho doce o ano inteiro. O sítio dispõe ainda de tanques para pesca esportiva, passeio de carreta pelo pomar, salão de festa com churrasqueira e piscina.
Visita à Fazenda 5 pedras*	Atrativos: Alojamento, <i>day use</i> , refeições, paisagem, lazer, passeio equestre, caminhadas e trilhas.
Estagiários	Estagiários com função de apoio a adequação do projeto com os atrativos, apoio a pesquisa de gabinete com os alunos e organização das oficinas.
Alimentação	Considerando que o projeto tem como objetivo a sensibilização dos alunos, faz-se necessário oferecer um "lanchinho" a fim de proporcionar uma experiência positiva em relação à visita. Uma vez que Mogi das Cruzes possui diversos supermercados municipais, existe a viabilidade de conseguir parcerias. Nesse sentido, o <i>snack</i> seria 1 pãozinho de <i>hot dog</i> com presunto e queijo, acompanhado de um suquinho de fruta.

Tendo isso em mente, apresenta-se a tabela orçamentária com possíveis valores para execução do projeto:

SERVIÇO / BEM	VALOR (R\$)	OBSERVAÇÃO	TOTAL (R\$)
Professores	R\$ 365,82	Seis professores. Será oferecido benefício (R\$ 250,00) + 7h / hora aula (R\$12,26 * 7 = 85,82) + R\$ 30,00 para alimentação e condução. <u>OBS:</u> Conforme conversa com a Sra. Marilda Safiti, existe a possibilidade de o profissional ser cedido pela SME, caso isso aconteça o orçamento sofrerá uma redução de valor.	R\$ 2.194,92

Guias	R\$ 700,00	Dois guias. Será oferecido benefício para trabalho de 6h segundo tabela do Sindicato dos Guias de Turismo do Estado de São Paulo	R\$ 2.100,00
Rádio comunicador Nextel	R\$ 20,00	Quatro rádios comunicadores	R\$ 80,00
Transporte de Ônibus	R\$ 700,00	Locação de ônibus convencional/por dia/por ônibus	R\$ 4.200,00
Visita ao sítio Nakahara*	R\$ 1.500,00	R\$ 25 por pessoa	R\$ 4.500,00
Visita à Fazenda 5 pedras*	-	R\$ 50 por pessoa + trilha	R\$ 9.000,00
Estagiários	R\$ 800,00	Dois estagiários. Responsáveis por construir a oficina junto ao atrativo e trabalhará cerca de 20h/semanal R\$ 400	R\$ 2.400,00
Alimentação*	R\$ 20,00	Preço definido como básico para oferecer alimentação, por aluno, por dia, pois os passeios incluirão pausa para almoço no final do roteiro para os alunos da manhã e no início do roteiro para os alunos da tarde.	R\$ 3.600,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 28.074,92</b>

\*Valores utilizados de acordo com tabelas fornecidas diretamente pelos estabelecimentos, podendo existir renegociação com parceria à Coordenadoria de Turismo.

**IMPORTANTE:** Valores cotados com base em quantidade/serviço estimado, sujeitos à alteração conforme as datas, disponibilidade de materiais, alteração em quantidades ou alteração de fornecedores.

### 7. 3. FONTES DE FINANCIAMENTO

Para auxiliar os gastos que surgirão para a Coordenadoria de Turismo e para a Secretaria Municipal de Educação, buscaram-se formas de viabilizar verbas que auxiliassem no custeio dos gastos provenientes do presente projeto.

Em primeiro lugar, verificou-se a possibilidade do uso do Fundo Nacional de Desenvolvimento do Ensino Básico (FUNDEB) para custear a atividade extracurricular, porém conforme capítulo 4.2.2 tópico segundo “subvenção às instituições públicas ou privadas de caráter assistencial, desportivo ou cultural”, impossibilitando o uso desse fundo para pagar todos os custos desse projeto.

Porém, no mesmo documento, disponibilizado pelo Ministério da Educação, encontrou-se a possibilidade de abater alguns dos custos, como pagamento de horas extras ao professor e demais profissionais envolvidos no magistério e, também, com o transporte dos alunos entre os atrativos. É possível localizar tais informações nas seguintes cláusulas:

#### *4.1.1. Remuneração do magistério*

*A remuneração compreende o total de pagamentos devidos aos profissionais do magistério, horas extras, aviso prévio, abono;*

*[...]*

#### *4.1.4. Parcela de até 40% do Fundo:*

##### *h) Aquisição de material didático-escolar e manutenção de transporte escolar*

- 1. f aquisição de materiais didático-escolares diversos destinados a apoiar o trabalho pedagógico na escola (material desportivo utilizado nas aulas de educação física);*
- 2. (acervo da biblioteca da escola, tais como livros, Atlas, dicionários, periódicos, etc.; lápis, borrachas, canetas, cadernos, cartolinas, colas, etc.).*
- 3. aquisição de veículos escolares apropriados ao transporte de alunos na zona rural, devidamente equipados e identificados como de uso específico nesse tipo de transporte em observância ao disposto no Código Nacional de Trânsito (Lei nº 9.503, de 23.09.97). Os tipos de veículos destinados ao transporte de alunos, desde que apropriados ao transporte de pessoas, devem se encontrar licenciados pelos competentes órgãos encarregados da fiscalização e dispor de todos os equipamentos obrigatórios, principalmente no que tange aos itens de segurança. Podem ser adotados tipos, modelos e marcas diferenciadas de veículos, em função da quantidade de pessoas a serem transportadas, das condições das vias de tráfego, entre outras, podendo, inclusive, ser adotados veículos de transporte hidroviário (Manual de Orientação Fundo Nacional de Desenvolvimento do Ensino Básico. 2009).*

Considerando que as empresas privadas necessitam visualizar viabilidade econômica para se adentrarem em uma parceria com o setor público, pretende-se organizar visitas às empresas potenciais que, a partir deste trabalho, possam notar que esta seria uma forma de negócio interessante para a iniciativa privada. Dentre os pontos positivos a se destacar, vê-se o público jovem, o apoio da SME e da Coordenadoria, a quantidade de alunos (cerca de 180, de acordo com a SME) e aproveitar que os estudantes estarão em um momento tanto lúdico, quanto de aprendizado, para incluir o produto e/ou serviço no projeto.

Empreendimentos parceiros estariam se responsabilizando para

promover o fornecimento de pequenos snacks durante o passeio, brindes condizentes ao interesse da juventude e vales/cupons para utilização posterior à visita são algumas das ideias possíveis de se buscar na parceria público-privada. O motivo de tais é para que os estudantes também tenham uma experiência turística prazerosa e vejam Mogi das Cruzes como uma cidade interessante para o turismo, mesmo para o morador local.

## 8. PLANO DE ACOMPANHAMENTO

A atividade de turismo pedagógico visa aos estudantes de Mogi das Cruzes uma forma de aprendizado a partir da interação do aluno e o meio somado à atividade lúdica que consiste na realização do exercício de instrução fora da sala de aula.

Antes das visitas ocorrerem, os professores e acompanhantes encarregados de participarem do desenvolvimento do projeto em campo deverão prepará-los algumas atividades com antecedência que possam otimizar o estudo dos alunos. Para isso, será necessário que as aulas sejam previstas e organizadas em três momentos que estejam interligados entre si, como descritos abaixo:

1. Sensibilização: consta como parte da descontração, onde os educadores têm como objetivo preparar toda a classe a partir de uma introdução sobre o que será essa matéria extracurricular e originando reflexões a respeito do passeio a ser trabalhado e da aula ministrada que está se correlacionando com isso;

2. Observação, informação e reflexão: os alunos podem compartilhar de pequenas pesquisas elaboradas onde o mesmo pode ter um conhecimento prévio do que será visitado, de modo que, ao realizar sua excursão, eles estejam preparados para respeitar o espaço e fazer suas análises, obviamente está segunda dentro de suas limitações de faixa etária;

3. Síntese: os conteúdos a serem estudados a partir das visitas realizadas terão outro significado após o contato dos estudantes com o meio e conseqüentemente, os professores poderão sintetizá-los tornando-os de novo significado para seus estudantes.

Tendo como ferramenta principal a visita aos atrativos de Mogi das Cruzes e a sua relação com a matéria extracurricular desenvolvida, a perspectiva criada em torno do projeto dar-se-á pela forma que os alunos irão aprender sobre a cidade e a correlação entre assuntos vistos em aula. Por ser uma atividade que em parte seja considerada lúdica, acredita-se que o desenvolvimento sobre o interesse o tema e o seu respectivo conhecimento ocorrerá de modo mais espontâneo.

Para isso, o plano de acompanhamento do projeto irá ocorrer com a maneira que se proverá o retorno da percepção turística do alunato. Isso acontecerá exclusivamente a partir dos comentários sobre o que foi vivenciado e como isto foi entendido pelo ponto de vista deles. Além do mais, aprofundar a pesquisa desta experiência nos atrativos com a aplicação de questionário especialmente elaborado para identificar e avaliar de modo quantitativo e qualitativo o espaço estudado pelo próprio morador. Deste modo, os agentes do trabalho desenvolvido poderão monitor de fato o rendimento dos alunos dentro do projeto e verificar os resultados imediatos da atividade aplicada.

## 9. RESULTADOS ESPERADOS

Através da implantação do projeto aqui apresentado, espera-se que, por meio dos alunos, professores e escolas, os atrativos presentes em Mogi das Cruzes se tornem conhecidos, primeiramente pelos atores envolvidos na execução do projeto, e em um segundo momento, pelos pais dos alunos e pela população no geral. Com isso, espera-se que o mogiano também reconheça a importância do turismo para a cidade. Assim como dito pela representante da Secretaria de Educação de Mogi, Sra. Marilda Safiti, um fator-chave deste projeto é possibilitar que os alunos complementem sua formação conhecendo melhor a cidade na qual vivem, e tendo em vista que, muitas vezes, não têm esta oportunidade no seu cotidiano.

Em longo prazo, idealiza-se que o morador local - até então ausente das atividades relacionadas ao turismo - participe mais ativamente nas decisões que englobam esta área, tendo em mente também que os alunos que participarão desse projeto possam se tornar adultos mais sensibilizados e mobilizados com o fenômeno turístico do município.

Durante a organização do projeto, onde sempre consultamos os principais *stakeholders* envolvidos, Sr. Luiz Felipe Uchôa, membro da Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, expôs sua visão e expectativa sobre o tema do projeto:

O turismo pedagógico pode beneficiar a população e o município, na medida em que puder inculcar nas crianças, desde muito cedo, a necessidade de cuidar e preservar o meio em que vivem, os atrativos naturais existentes, a flora, a fauna, e paralelamente, essas crianças vão transmitir aos pais e outros adultos tudo o que aprenderem, conscientizando-os do potencial turístico da sua cidade e de sua importância para o crescimento do município. À medida que crescerem, podem desenvolver o senso de responsabilidade, preservação, implementação de novos atrativos, de forma a desenvolver o turismo de maneira sustentável. Não podemos nos esquecer de que as crianças são muito criativas, e desses passeios podem surgir muitas ideias práticas. Esse aprendizado e seu desenvolvimento futuro poderão gerar, em muitas delas, a vontade de se dedicar ao turismo quando adultos.

Espera-se que os moradores sirvam como agentes locais do turismo, conhecedores da própria cidade, trazendo resultados positivos à experiência do turista e suprimindo de certo modo a ausência de uma agência receptiva em Mogi. Dessa forma, as crianças, peças-chave do projeto, auxiliarão indiretamente na articulação entre morador, município e visitante, tornando o

município melhor preparado para o turismo.

Além disso, considerando que a E. M. Benedito Ferreira Lopes é a única da rede municipal que atende a faixa etária estipulada no projeto, prospecta-se que este seja um projeto piloto que atinja seus objetivos principais e também auxilie a composição de roteiros semelhantes para escolas, de forma que a interdisciplinaridade guiada pelo professor seja estrita e positivamente relacionada com a organização operacional de uma agência de viagens interessada em agir no ramo e proposta futuramente.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADESTUR. Informações sobre as propriedades. Disponível em <<http://www.asdetur.com.br/index.html>>. Acesso em: 23 nov. 2015.

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. **A Educação Turística no Âmbito da Educação Básica**: um relato sobre as experiências das escolas estaduais de Ponta Grossa – PR. Artigo. Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, São Paulo. Setembro, 2010.

BONFIM, M. **Por uma pedagogia diferenciada**: Uma reflexão acerca do turismo pedagógico como prática educativa. Anais Eletrônicos: Revista Visão e Ação. Universidade do Vale do Itajaí, Santa Catarina. 2010.

CORDEIRO, N.; MACHADO, A. **Turismo Pedagógico**: uma análise dos roteiros comercializados pelas agências de viagens e turismo associadas à AMAV. VI Mostra Interna de Trabalhos de Iniciação Científica. Anais Eletrônicos. Centro Universitário de Maringá: Outubro, 2012.

DA SILVA, M.; et al. **Potencialidades e limites da relação entre turismo e educação**: um estudo no Ensino Fundamental II em escolas públicas municipais de Recife e Olinda. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Paraná. Novembro, 2012.

DA SILVA, M.; HOLANDA, L. **A educação pelo turismo**: um estudo em escolas públicas de ensino fundamental II nas cidades de Recife – PE e Olinda – PE. Artigo. 5º Congresso Latino Americano de Investigação Turística. Escola de Artes Ciências Humanidades da Universidade de São Paulo, São Paulo. Setembro, 2012.

DHEIN, C.; GUEX, N. **O turismo pedagógico na educação infantil e a educação para a cidadania**. Anais Eletrônicos: Revista Competência. Porto Alegre, Rio Grande do Sul. 2013.

GOMES, D.; MOTA, K.; PERINOTTO, A. **Turismo pedagógico como**

**ferramenta de educação patrimonial:** a visão dos professores de História em um colégio estadual de Parnaíba. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Paraná. Dezembro, 2011.

JALUSKA, T.; JUNQUEIRA, S. **Projeto Espaço Sagrado:** Uma proposta de turismo educacional e uma estratégia para conhecer e educar. Artigo. Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, Paraná. Junho, 2013.

KUSHANO, E. **Adequação de produtos e serviços turísticos para a criança:** um olhar para os meios de hospedagem. 2008. 141 f. Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo) - Universidade Estadual de Santa Cruz. Ilhéus, Bahia, 2008.

NATAL TURISMO. **Orçamento de Locação de Ônibus.** Disponível em <<http://www.nalturismo.com.br/orcamento>>. Acesso em: 22 nov. 2015.

RIBAS, M. **Educação para o turismo.** Olhar do Professor, Departamento de Métodos e Técnicas de Ensino, Ponta Grossa, Paraná. 2002.

SILVA, I.; NASCIMENTO, M. **Turismo Pedagógico:** uma Estratégia para o Ensino de História e Educação Patrimonial. Dissertação de Mestrado. IV SeminTUR – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL Universidade de Caxias do Sul – RS, Caxias do Sul, Rio Grande do Sul. Julho, 2006.

SINDEGTUR. **Tabela de Remuneração:** Sindicato de Guias de Turismo do Estado de São Paulo. Disponível em <<http://www.sindegtursp.com.br/#!/tabeladeremuneracao/c1c7y>>. Acesso em: 22 nov. 2015;

SIMPRO MOGI E REGIÃO. **Tabela de Remuneração:** Sindicato dos Professores de Mogi das Cruzes e Região. Disponível em <[http://www.sieeesp.org.br/userfiles/convencao\\_coletiva/professores/2014\\_2016/CCT%20PROF%202014\\_MOGI.pdf](http://www.sieeesp.org.br/userfiles/convencao_coletiva/professores/2014_2016/CCT%20PROF%202014_MOGI.pdf)>. Acesso em: 22 nov. 2015.

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**



**Projeto Interdisciplinar de Turismo  
Sensibilização do Público presente nos Jogos de Basquete para  
atrativos turísticos de Mogi das Cruzes**

**Alunos:**

Anderson Rosa

Rafael Trigo

Scarlett Bicudo

**Orientadora**

Profª. Drª. Débora Cordeiro Braga

São Paulo

2015

# Sumário

Apresentação .....	3
Descrição da área estratégica do projeto .....	3
Metodologia.....	4
Metodologia – Atrativos.....	13
Objetivos .....	15
Direcionamentos .....	15
Contextualização.....	16
Público-alvo.....	17
Beneficiários.....	18
Metas .....	18
Justificativa.....	18
Stakeholders envolvidos, direta ou indiretamente .....	20
Proposta de Ação.....	21
Plano de Implementação.....	22
Documentos Sugeridos para Primeira Fase .....	23
Cronograma de ações em tabela .....	29
Viabilidade.....	29
Referências Bibliográficas .....	31

## **Apresentação**

O presente trabalho é um projeto proposto a partir do Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Mogi das Cruzes (PDDTM) elaborado pelos alunos de graduação em Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA- USP).

O Plano foi realizado entre agosto de 2014 e julho de 2015 e contou com a parceria entre a Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, o COMTUR (Conselho Municipal de Turismo de Mogi das Cruzes) e o Curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

## **Descrição da área estratégica do projeto**

Após a conclusão do PDDTM, foi identificada uma oferta significativa de atrativos turísticos públicos e privados que, apesar do seu potencial de atratividade são subutilizados devido ao desconhecimento destes por parte da população da cidade bem como pelos diversos tipos de visitantes presentes no município.

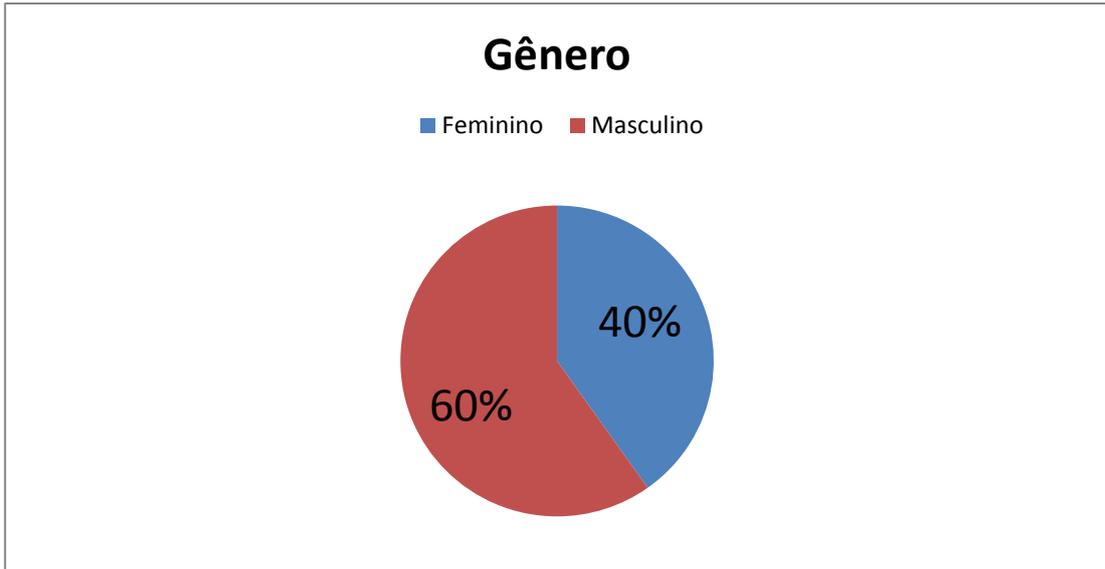
A ação desenhada pelo grupo de promover os atrativos turísticos da cidade durante os eventos esportivos de maior destaque, no caso as partidas da NBB (Novo Basquete Brasil) surgiu a partir das ponderações obtidas na Matriz SWOT contida no PDDTM que diagnosticou os pontos fortes e fraquezas de Mogi das Cruzes para o desenvolvimento da atividade turística e indicou diretriz a serem seguidas para viabilizar a consolidação do turismo no município. A ação proposta está incluída na diretriz “Qualificação e diversificação da oferta turística” que foi classificada como uma diretriz de desenvolvimento, ou seja, aquelas onde o elemento analisado encontra suas melhores chances de sucesso, pois suas potencialidades estão unidas a um ambiente externo favorável. A diretriz surgiu a partir do cruzamento dos elementos “Diversidade de atrativos turísticos” e “Possibilidade de maximizar os fluxos de visitantes no segmento esportivo diante do calendário diversificado e relevante volume de pessoas atraídas”.

## **Metodologia**

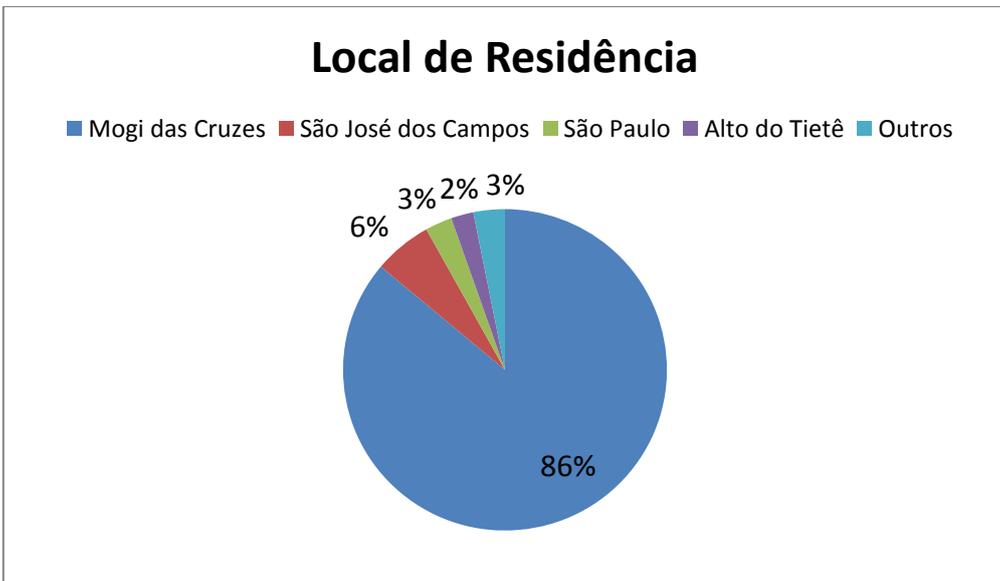
Para confirmar a viabilidade do projeto junto à equipe Mogi/Helbor Basquete e visitantes que frequentam ou já frequentaram o ginásio Hugo Ramos, foram realizadas algumas etapas e conclusões sobre os envolvidos. O primeiro contato foi realizado via e-mail com a assessoria de imprensa da equipe, a mensagem foi direcionada com o intuito de explicar o projeto e verificar o interesse da equipe assim como as estratégias usadas que já vão de encontro a algumas ações do projeto. A equipe Mogi/Helbor retornou o e-mail através da assessora de imprensa Nina Regato, no e-mail ela respondeu algumas perguntas realizadas sobre a programação e o entretenimento que já funciona durante as partidas fato que colaborou para o andamento do projeto. O interesse por parte da equipe não foi confirmado via e-mail, foram feitas algumas tentativas de reunião presencial com a diretoria da equipe, porém o retorno ainda não aconteceu.

Para verificar o interesse do público e visitantes dos jogos do Mogi na existência de ações relacionadas ao entretenimento durante a programação dos jogos, foi feita uma pesquisa piloto através de um questionário elaborado para os frequentadores do ginásio Hugo Ramos localizado em Mogi das Cruzes e o mesmo questionário de aplicado de forma Online através do Google docs. Foram aplicados 31 questionários de forma presencial no ambiente externo do ginásio Hugo Ramos no dia 17/10/2015, escolhidos de forma aleatória. O questionário online ficou disponível durante o período de 19/10/2015 a 27/10/2015 e foram coletadas 193 pesquisas, obtendo um total de 224 pesquisas. Para atingir o público alvo foram feitos anúncios em grupos da rede social Facebook que possuem relação com o Mogi/Helbor Basquete e outras equipes do NBB como Franca, Paulistano, Flamengo e pinheiros.

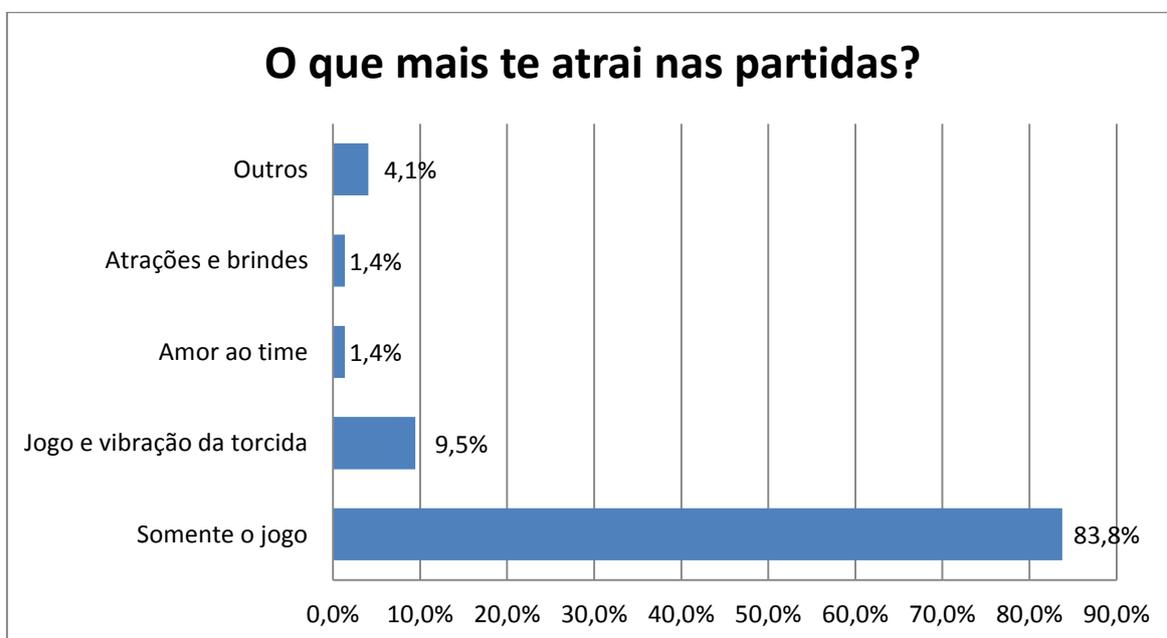
Abaixo segue os resultados da pesquisa, o questionário se encontra no final do projeto em anexo assim como a conversa via e-mail com a assessoria de imprensa do Mogi/Helbor.



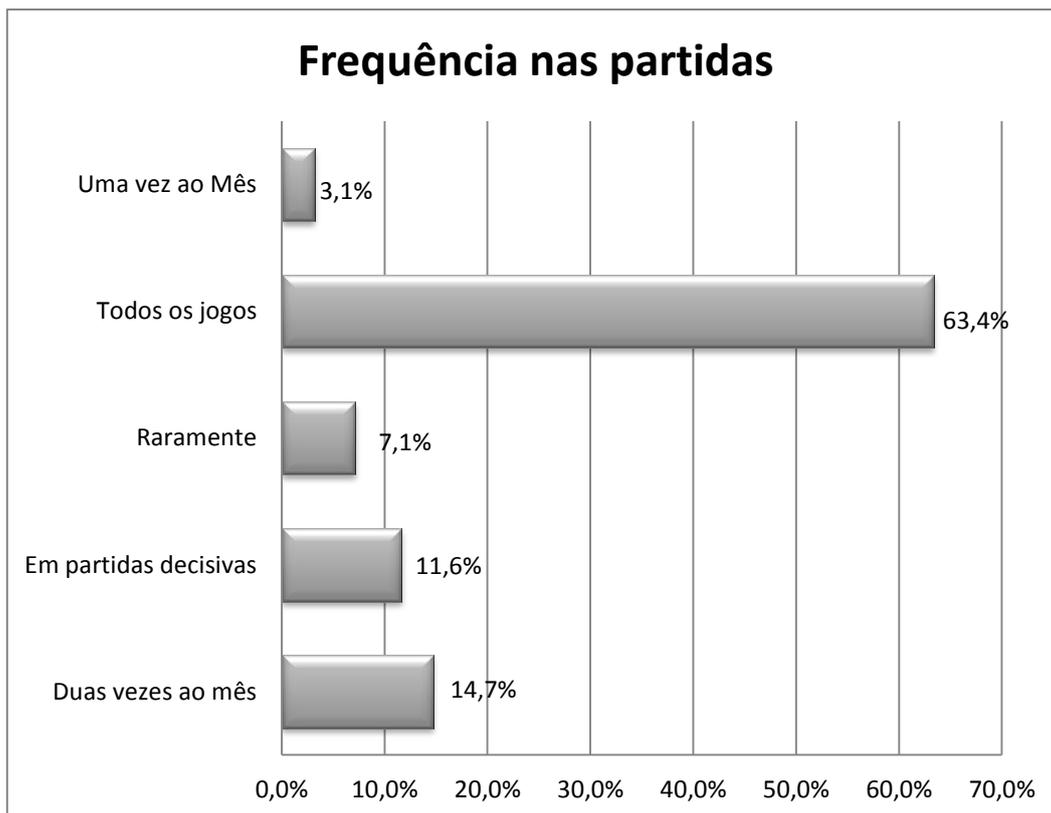
O gênero do público é composto por 60% masculino e 40% feminino, o que evidencia a diversidade desse público se comparado a outros esportes. Em pesquisa realizada com a torcida do América de Minas Gerais, que atua na Série B do futebol Brasileiro, foi possível notar que o público é composto por 10% de pessoas do gênero feminino, fato que ressalta a importância da frequência desse público nos jogos do Mogi Basquete. Esse é um bom indicativo, pois demonstra que vários atrativos podem se comunicar com públicos distintos e torna a abrangência mais holística.



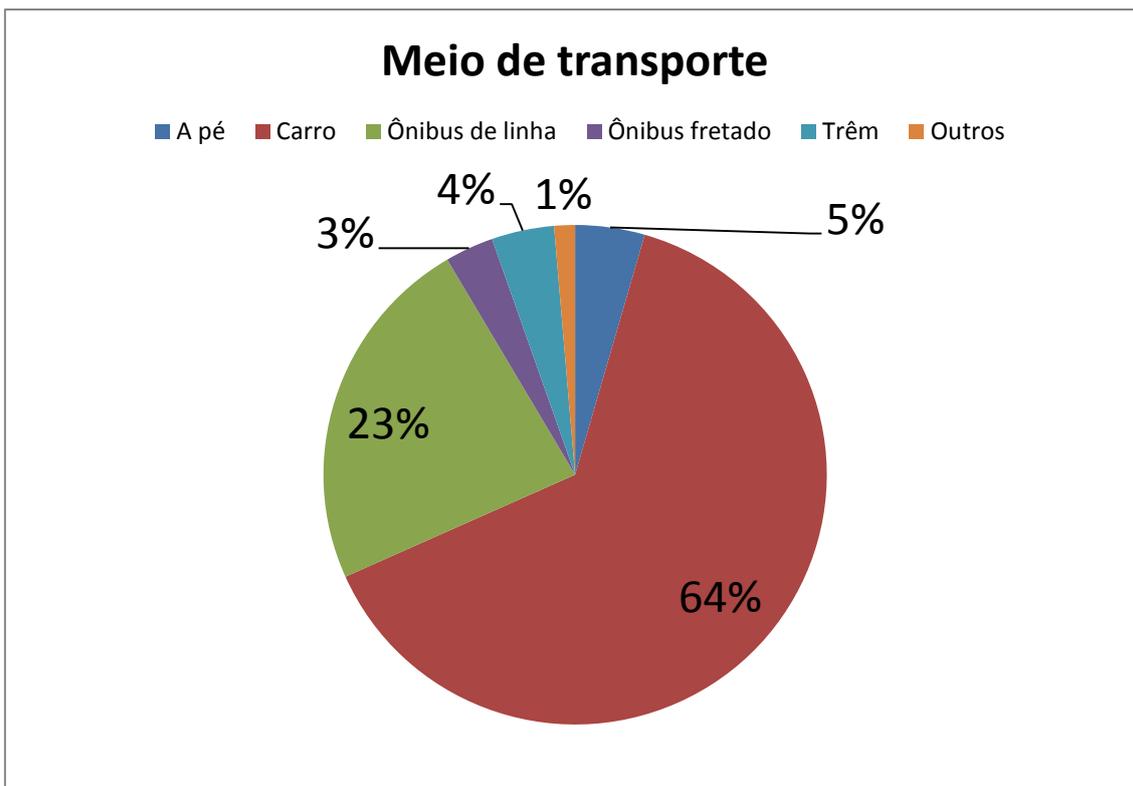
Um indicativo importante foi o local de residência do público dos jogos, mais de oitenta por cento vem da própria cidade, um dado já esperado uma vez que o projeto foca em um ginásio municipal e a facilidade de acesso a residentes deve ser considerada, porém a porcentagem realmente torna-se extremamente significativa e mostra que o projeto tende a atingir também os próprios mogianos, apresentando-lhes os atrativos de seu local de morada. O projeto porém não se restringe apenas aos moradores, já que quatorze por cento do público vem de outras localidades gerando assim uma oportunidade de captação de visitantes.



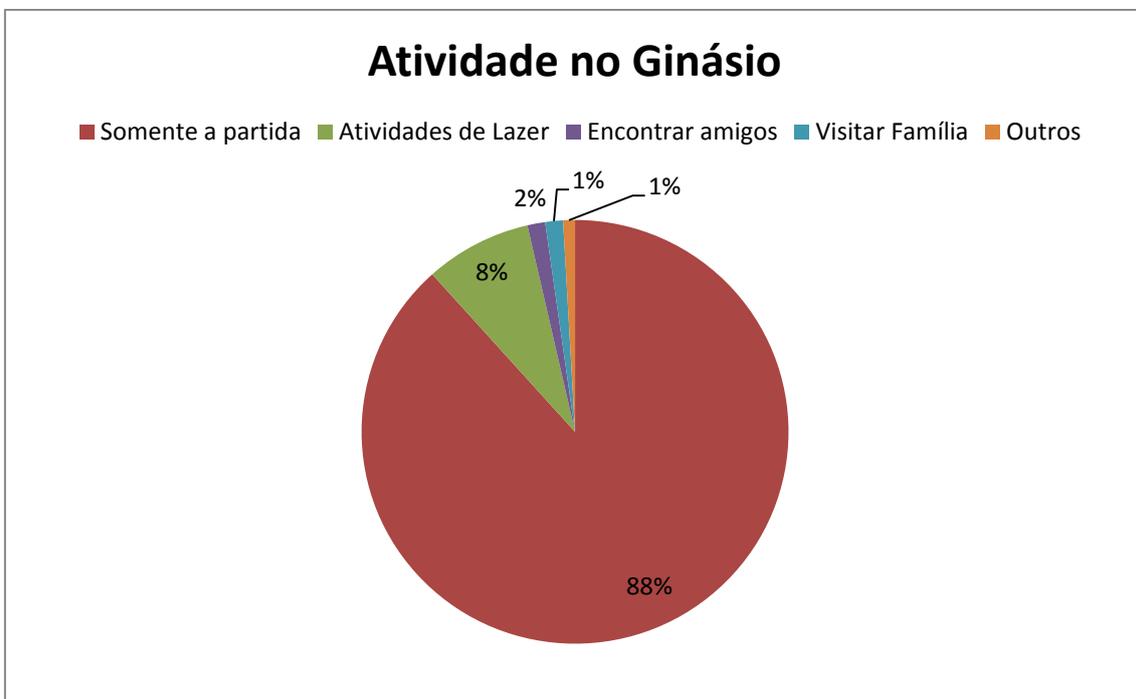
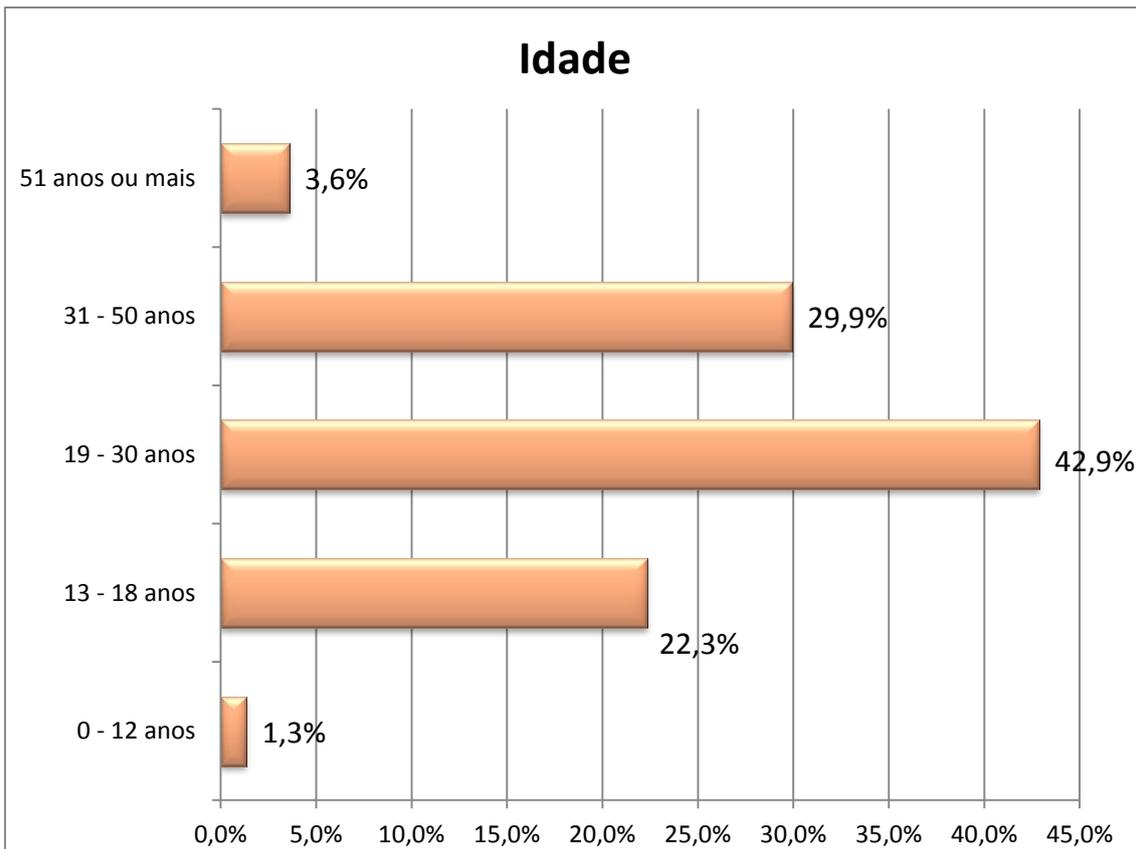
A grande maioria do público (83,8%) tem como motivação apenas o jogo em si, porém é possível notar que certa parte desse público (16,2%) tem por motivação uma experiência além do jogo, resultado esse que contribui para realização do projeto uma vez que a principal ação é realizada durante o intervalo dos jogos.



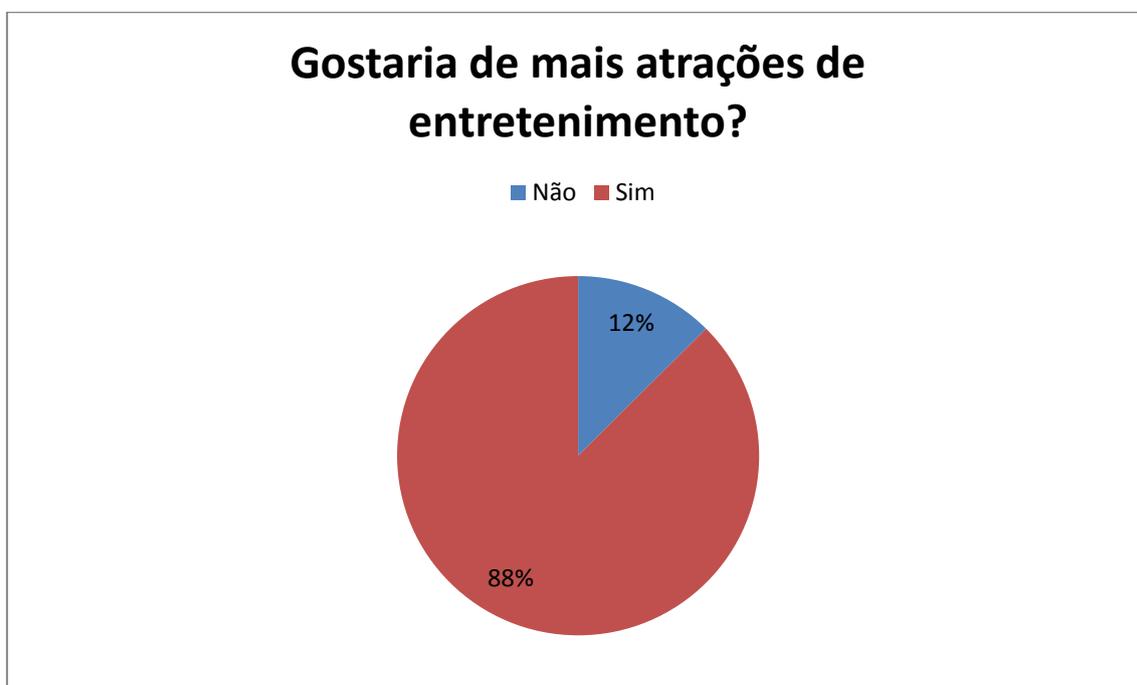
O resultado da frequência do público nas partidas revela que 63% do público acompanha a equipe do Mogi Basquete em todos os jogos que acontecem no ginásio Hugo Ramos, esse resultado revela a eficácia do programa de sócio torcedores realizado pela diretoria do Mogi Basquete. O sócio torcedor do Mogi Basquete tem a possibilidade de assistir todos os jogos da equipe como mandate por uma assinatura mensal mínima de R\$ 20, fato que populariza os jogos da equipe dentro da cidade.

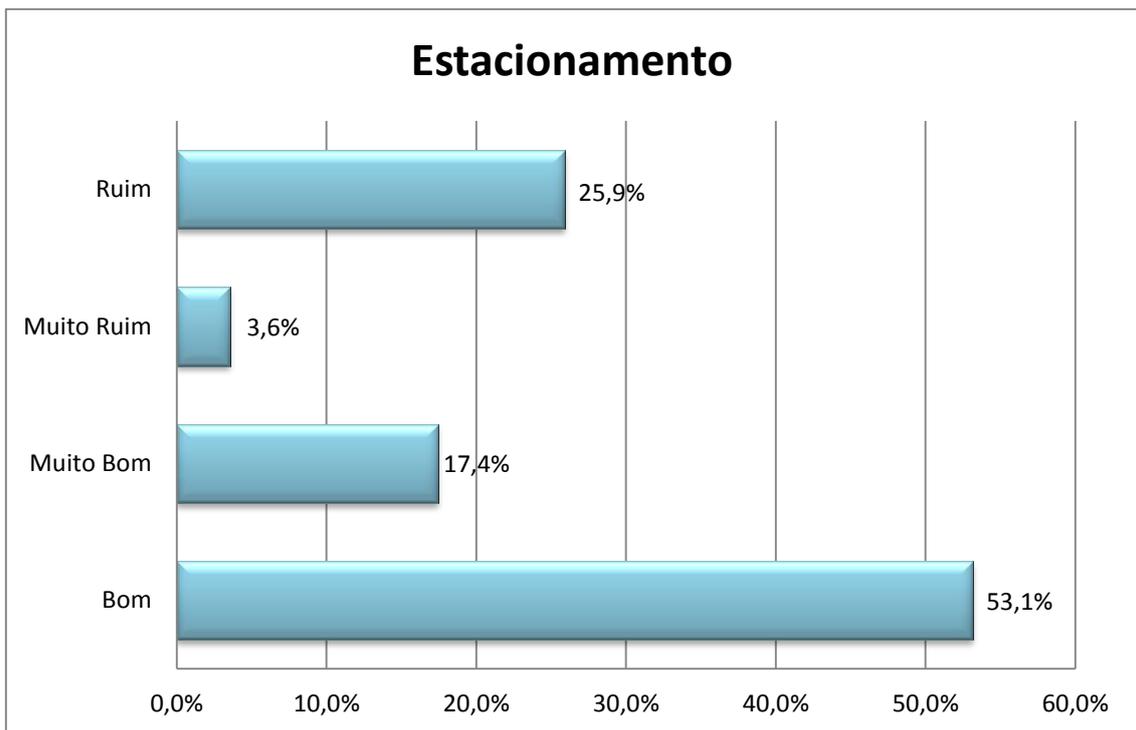
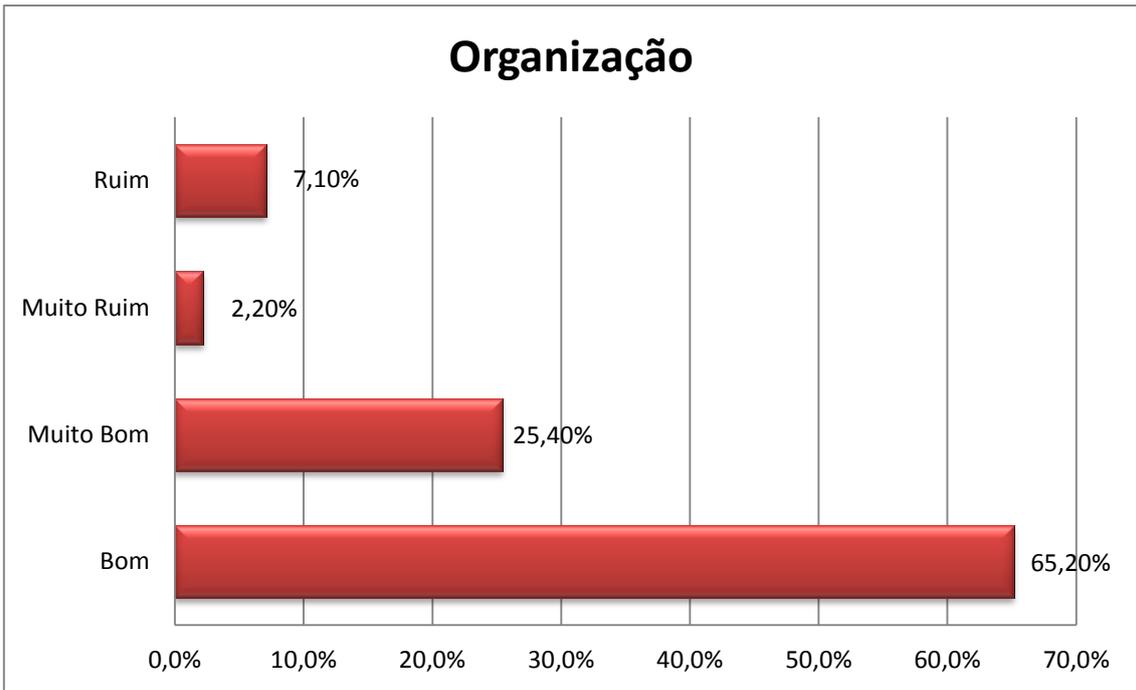


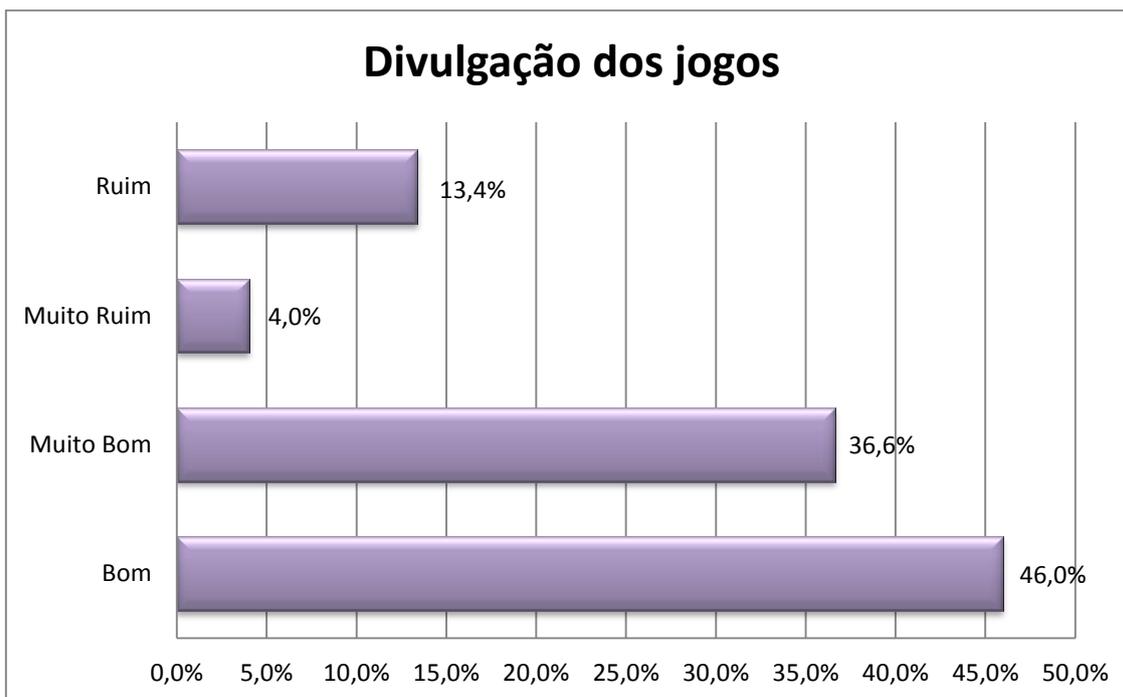
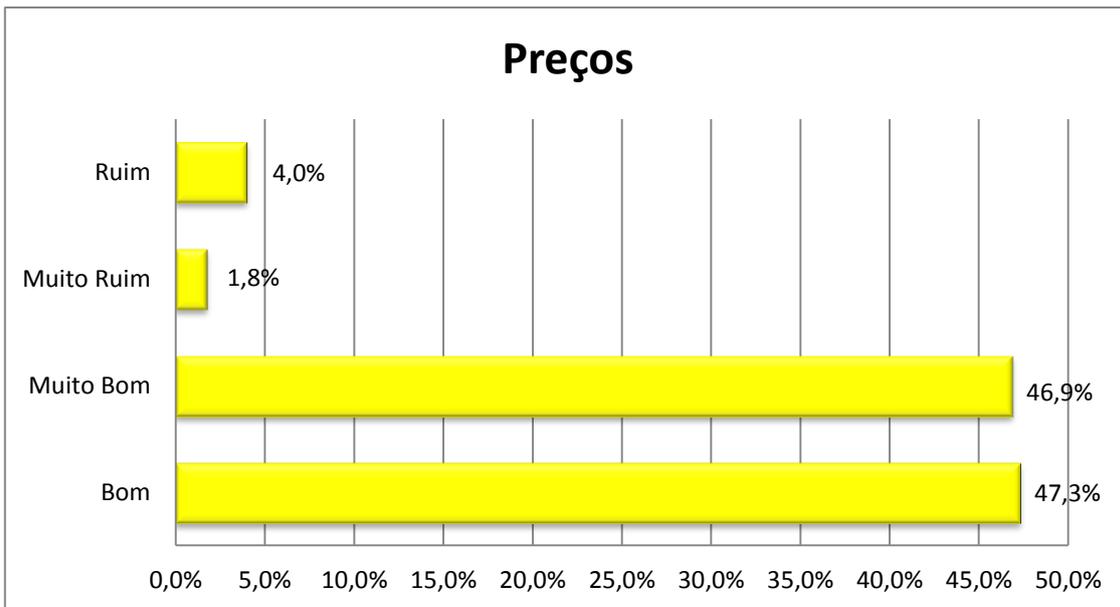
Analisando que mais de 60% do público vai aos jogos de carro e a boa qualidade do estacionamento é um dado relevante, especialmente quando se pretende ter mais visitantes; assim através da pesquisa feita notamos que atualmente o estacionamento encontra-se em bom estado de conservação e adequado ao número de público do ginásio, pois 50% dos entrevistados confirmam essa informação, porém como em torno de 25% ainda avalia como ruim o estacionamento, futuramente esse pode ser um fator de risco para o projeto, onde mais público pode ter dificuldade de acesso, já que se deslocam de carro e podem não ter a estrutura necessária para sua permanência.



Quanto ao conteúdo que atrai atualmente o público dos jogos, notamos que predominantemente a partida em si é o atrativo, mas relacionado com a pesquisa de desejo de mais atrativos (mais de 80% responde que gostaria de mais atividades) e frequência nas partidas (mais de 60% vão a todas as partidas) encontramos um bom nicho para se trabalhar onde tem considerável número de público que vai as partidas apenas por conta delas, mas que percebe que não há outras ofertas que tornariam interessante o evento, então aproveitar esse espaço para tornar o evento mais interessante e concomitantemente divulgar os atrativos da cidade para público interno e externo torna o projeto viável e tendencioso ao sucesso.







## Metodologia – Atrativos

Para confirmar o interesse dos atrativos no projeto foi planejado contato direto com alguns deles dentro de uma triagem inicial e envio de e-mail. A partir da triagem os atrativos turísticos abaixo listados foram sugeridos para o projeto, pois de acordo com as informações contidas nas matrizes quantitativas e qualitativas do PDDTM, tais atrativos foram classificados como já consolidados turisticamente ou com grande potencialidade de aproveitamento.

Atrativo	Contato
Bumkyo	tomazyamaki@hotmail.com
ASDETUR	contato@asdetur.com.br
Paraiso das Micro orquídeas	masujikayasima@yahoo.com.br
Fazenda 5 Pedras	Ataide - admin@fazenda5pedras.com.br
Associação do Pico do Urubu	Luisinho - 968471847 983361996
Fruticultura Hoçoya	contato@hocoya.com.br / 11 4792-2672
Orquidário Oriental	Tel: (011) 4795-3060

Os atrativos turísticos acima listados foram sugeridos para o projeto, pois de acordo com as informações contidas nas matrizes quantitativas e qualitativas do PDDTM, tais atrativos foram classificados como já consolidados turisticamente ou com grande potencialidade de aproveitamento.

Além disso, para estudar a viabilidade da ação seria de grande valia contatar a Bumkyo, que reúne a notória comunidade japonesa de Mogi das Cruzes; e a ASDETUR, que reúne os empresários que trabalham com turismo rural no município. O objetivo dos contatos seria avaliar a adesão no projeto aqui proposto.

Para medir o nível de aderência dos atrativos os seguintes e-mails foram enviados:

Prezados membros (NOME DO ATRATIVO),

Bom dia!

Com a intenção de fomentar o turismo do município de Mogi das Cruzes a coordenadoria de turismo da cidade em parceria com a Universidade de São Paulo propõe ações de parceria entre atrativos e serviços.

Através desse e-mail gostaríamos de verificar a adesão dos senhores caso o seguinte projeto lhes fosse proposto:

Gostaríamos de contar com a participação do (NOME DO ATRATIVO) no projeto de sensibilização de público através dos jogos de basquete que acontecem no ginásio municipal da cidade.

O projeto consiste em sorteios e divulgação dos atrativos durante os intervalos dos jogos, assim oferecendo ao público dos jogos a oportunidade de conhecer e visitar os vários atrativos de Mogi.

A proposta de contribuição para seus atrativos seria de ofertar ao menos cinco vouchers promocionais por temporada que contenham ao menos uma das seguintes propostas:

- Visita ao atrativo para duas pessoas cortesia em período determinado pelo próprio atrativo.

- Desconto ou ingressos do atrativo (caso cobrado) para duas pessoas em período determinado pelo próprio atrativo.

Entendemos que com essas ofertas deverá aumentar as visitas ao atrativo não só na visita determinada pelo voucher, mas criando interesse pelo destino e pontos turísticos da cidade.

Se esse projeto lhe fosse apresentado, você teria interesse em participar?

Se não, por qual razão?

Tem algum comentário ou sugestão para melhorar o desempenho do projeto?

Esperamos ansiosamente por seus comentários.

Atenciosamente,  
Scarlett Lima  
Universidade de São Paulo

## **Objetivos**

O principal objetivo do projeto é promover atrativos turísticos da cidade de Mogi das Cruzes para visitantes que estão na cidade motivados pelas partidas de basquete.

Os objetivos secundários são:

- Conhecer as características e necessidades dos frequentadores dos eventos esportivos;
- Sensibilizar os visitantes e membros da população que frequentam o Ginásio Hugo Ramos sobre as possibilidades de turismo no município;
- Divulgar atrativos turísticos da cidade de Mogi das Cruzes para público interno e externo;
- Gerar demanda para atrativos turísticos do município;

## **Direcionamentos**

Assim, o projeto de sensibilização do público advindo dos jogos de basquete para outros setores do turismo da cidade de Mogi das Cruzes destacou-se como uma estratégia de ação com maior possibilidade de motivar pessoas a conhecerem atrativos turísticos do município.

O projeto consiste em uma ação de promoção e sensibilização do público que frequenta a cidade de Mogi das Cruzes com intuito de assistir aos jogos do Novo Basquete Brasil - NBB, no ginásio Hugo Ramos, localizado no centro da cidade de Mogi das Cruzes.

Os jogos do campeonato de basquete foram escolhidos para esta ação por sua notoriedade como evento esportivo e por se entender que este tem maior potencial para ser exemplo de outras ações que levem ao objetivo de motivar visitantes de Mogi das Cruzes a visitar a diversidade de atrativos turísticos que o município oferece.

Dos atrativos contatados, apenas dois responderam positivamente (Orquidário Oriental e Fruticultura Hoçoya) à nossa proposta. Os demais não apresentaram resposta nem positiva e nem negativa, mas entendemos que com maior apoio dos agentes envolvidos (stakeholders) a adesão será maior.

## **Contextualização**

Segundo Ishiy (1998), “Eventos esportivos podem ser definidos como acontecimentos festivos que envolvam exibições de uma modalidade desportiva ou de algum conjunto delas”. Ainda segundo o autor, eles podem ser classificados através do seu grau de abrangência, sendo definidos por: eventos locais, regionais, nacionais e internacionais que podem ser subdivididos em continentais e mundiais.

Embora alguns eventos esportivos sejam considerados de nível nacional, em alguns casos sua abrangência ultrapassa as fronteiras do país, como é o caso da National Basketball Association Teams (NBA) que graças às mídias como televisão e internet, suas partidas são acompanhadas por fãs do mundo inteiro. (ISHIY, 1998)

São consideradas atividades turísticas esportivas as ações que implicam no deslocamento dos praticantes e espectadores do seu local de residência fixa para os locais onde ocorrem as práticas esportivas, sendo que os visitantes deverão efetuar gastos que favoreçam o local receptor, através de restaurantes, lojas e hotéis. (ASÍN, 1967).

O Novo Basquete Brasil é um campeonato de basquete nacional composto por 15 clubes associados de seis unidades da Federação: São

Paulo, Rio de Janeiro, Ceará, Espírito Santo, Rio Grande do Sul e Distrito Federal. O deslocamento das equipes que disputam esse campeonato resulta no estímulo da atividade turística, pois propicia a viagem de torcedores e visitantes, fato que beneficia a comunidade receptora. (LNB, 2015)

Ainda segundo Morupi Ishiy, os principais fatores que levam pessoas a acompanhar e assistir eventos esportivos são: necessidade de distração; manifestar as paixões reprimidas no subconsciente; equilibrar o sistema nervoso; culto ao ídolo esportivo; acompanhar os exercícios realizados por outros atletas mais capacitados física ou tecnicamente, como um meio de aprendizagem; desfrutar de uma participação passiva em um ambiente esportivo e jovial; passar momentos de lazer e de recreação ao ar livre durante algumas horas, uma possibilidade que atualmente está bastante restringida pelas atribuições da vida moderna.

O NBB foi criado em dezembro de 2008, e usou como exemplo a consagrada Liga de Basquete Norte Americana, a NBA (National Basketball Association) que tem como base uma liga independente sendo gerido pelas próprias equipes. Hoje o NBB é organizado pelos times em parceria com a Rede Globo de Televisão além da Confederação Brasileira de Basquete (CBB).

A equipe de basquete de Mogi das Cruzes nasceu em 1995 e após a conquista de alguns títulos relevantes como o campeonato paulista de 1996 e três semifinais no Campeonato Brasileiro de basquete (1997, 1999 e 2004), em 2004 a equipe encerrou as atividades. Após seis anos longe das quadras, o retorno da equipe aconteceu em 2010 com apoio da prefeitura e o acerto de novos patrocinadores que ajudaram na afirmação da equipe. Em novembro de 2012 a equipe alterou seu nome para Mogi/Helbor, onde a Helbor, empresa do ramo de construção civil fundada em Mogi das Cruzes, passou a ser o maior patrocinador da equipe.

## **Público-alvo**

O presente projeto está voltado para membros da população mogiana e visitantes que acompanham/assistem partidas do Mogi/Helbor Basquete no ginásio Hugo Ramos.

## **Beneficiários**

Os beneficiários são: o Município, prestadores de serviços, empreendimentos e atrativos turísticos que se beneficiarão com a divulgação do turismo e consequente ampliação da demanda turística da localidade, assim como o time de basquete da cidade.

## **Metas**

- Confirmar interesse do público que frequenta os jogos de basquete por mais atrativos durante as partidas através de pesquisa.
- Verificar interesse do time e principal organizador dos jogos de basquete de Mogi das Cruzes em participar do projeto de promoção de outros atrativos durante as partidas.
- Verificar dentre os atrativos quais teriam interesse em firmar parceria para promover seus serviços através dos jogos de basquete.
- Desenvolver formato de promoção e coleta de resultados.

## **Justificativa**

Visto que os jogos no Ginásio professor Hugo Ramos (ginásio municipal de Mogi das Cruzes) receberam em média 2.200 torcedores na fase regular da última temporada do NBB e 3.900 torcedores nos Playoffs, sendo a melhor média de público do campeonato nacional como revela as Figuras 1 e 2, que demonstram os resultados anuais de público nas partidas de basquete da temporada 2014/2015.

## Figura 1: Quantidade de público nas partidas da fase regular

2014/2015:

Público

Mandante/Visitante	é	Minas	Mogi	Palmeiras	Paulistano	Pinheiros	Rio Claro	São José	Sorocaba	Uberlândia	Média
B. Cearense	9	1010	1397	637	1164	345	1022	1658	978	1291	1079,9
Bauru	19	1170,0	1352	1186	975	962	1559	943	1129	1232,7	
Brasília		589	700	723	902	576	385	418	691	360	991,3
Flamengo			496	475	685	NR	379	399	726	392	612,5
Franca	13		816	1883	2991	1606	1210		1870	1450	1684,5
Limeira	4		451	449	1384	768		639	1018		821,2
Macaé		603		631	1018	293	1377	1111	625	1140	889,2
Minas	1	x	155	406	369	370		552	278	461	384,0
Mogi	15	2460	x	1530	2200	2000	3080	1940		2300	2297,4
Palmeiras	5	955	439	x	601	704	PF	655	624	PF	646,3
Paulistano	0	384	440	523	x	410	420	335	396	224	429,1
Pinheiros	5	260	347	384	266	x	221	230	114		292,8
Rio Claro	1	560		1128	498	661	x	536	748		662,1

Fonte: Mondo Basquete. Disponível em: <http://mondobasquete.com.br/publico-e-renda/>.

Acesso em: 22 out 2015.

## Figura 2: Quantidade de público nas partidas da fase de playoffs

2014/2015:

Público

Equipe	Oitavas					Quartas					Semis					Finais			Total	Média
	Jogo 1	Jogo 2	Jogo 3	Jogo 4	Jogo 5	Jogo 1	Jogo 2	Jogo 3	Jogo 4	Jogo 5	Jogo 1	Jogo 2	Jogo 3	Jogo 4	Jogo 5	Jogo 1	Jogo 2	Jogo 3		
Bauru	x	x	x	x	x	1306	1452	x	x	1879	1653	ND	x	x	2510	x	ND	x	8800	1760
Brasília	x	x	550	1001	x	x	x	1000	975	x	x	x	x	x	x	x	x	x	3526	881,5
Flamengo	x	x	x	x	x	892	1565	x	x	1823	x	x	1896	x	x	5433	x	x	11609	2321,8
Franca	1147	1470	x	x	2418	x	x	3504	3152	x	x	x	x	x	x	x	x	x	11691	2338,2
Limeira	x	x	x	x	x	725	948	x	x	x	1409	1151	x	x	x	x	x	x	4233	1058,25
Macaé	x	x	1645	1923	x	x	x	2025	2129	x	x	x	x	x	x	x	x	x	7722	1930,5
Minas	451	342	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	793	396,5
Mogi	x	x	x	x	x	3180	4381	x	x	ND	x	x	4035	4258	x	x	x	x	15854	3963,5
Palmeiras	x	x	1054	1313	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	2367	1183,5
Paulistano	434	636	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	1070	535
Pinheiros	225	384	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	609	304,5
São José	x	x	1490	1550	x	x	x	1545	1520	x	x	x	x	x	x	x	x	x	6105	1526,25

Fonte: Mondo Basquete. Disponível em: <http://mondobasquete.com.br/publico-e-renda/>.

Acesso em: 22 out 2015.

Através dos dados coletados de público e perfil do mesmo (através de pesquisa de gabinete e aplicação de questionários), acredita-se que a demanda de público que assistem às partidas de basquete seja significativa e passível de sensibilização, tornando o presente projeto viável e de utilidade comunitária.

O município de Mogi das Cruzes seria beneficiado com o sucesso do projeto com maior percentual de visitas a seus atrativos e conseqüentemente maiores gastos diários dos visitantes dentro da cidade, o que estimula a economia e possibilita maior investimentos no setor de serviços e turismo de Mogi.

O benefício do projeto abrange não só o turismo da cidade, mas também a equipe Mogi Basquete, pois as ações de marketing influenciam diretamente o evento esportivo, fato que amplia a atratividade das partidas aos torcedores e visitantes que frequentam os jogos da equipe. O projeto ainda incentiva que visitantes se tornem sócios torcedores cadastrados do time, uma vez que esse grupo terá mais chances com sorteios especiais.

### **Stakeholders envolvidos, direta ou indiretamente.**

Para que essa ação seja efetiva será necessário o envolvimento da Secretaria de Esporte e Lazer de Mogi das Cruzes, pois essa é a responsável pela gestão do ginásio municipal. Outro ator público importante para o êxito da ação é a Coordenadoria de Turismo de Mogi das Cruzes, que teria como papel auxiliar na definição de quais atrativos turísticos municipais estão mais bem qualificados para serem promovidos e também seria a entidade que faria a ligação entre os organizadores das partidas de basquete e os empresários que trabalhem com turismo na cidade e que tenham interesse em divulgar seu produto.

Além do poder público é necessário o apoio da própria equipe do Mogi das Cruzes Basquete, pois estes são os responsáveis pela organização das partidas de basquete que ocorrem no Ginásio Municipal de Esportes “Professor

Hugo Ramos”. O Mogi das Cruzes Basquete também será responsável por firmar as parcerias com os atrativos que demonstrarem interesse em participar e poderão contribuir com o desenho da ação de promoção durante as partidas.

Outros parceiros que seriam de alta importância para o êxito do projeto são: a ASDETUR, Associação dos Empresários de Turismo Rural de Mogi das Cruzes, que promove o fomento da atividade de turismo rural no município. Esta entidade teria como papéis contatar as propriedades rurais membros da associação para buscar possíveis interessados em participar das ações de promoção e também estaria responsável pela produção de material gráfico para ser entregue nos jogos; e também os patrocinadores oficiais do time, que podem ser beneficiados com essa ação.

## **Proposta de Ação**

- Divulgação dos atrativos turísticos rurais, culturais e naturais que compõem a oferta turística da cidade de Mogi das Cruzes durante os intervalos das partidas;
- Divulgação dos estabelecimentos comerciais e dos meios de hospedagem disponíveis na cidade;
- Promoção de performances artísticas e musicais durante os intervalos das partidas;
- Sorteios de voucher promocionais no intervalo dos jogos com ações de promoção de hotelaria, alimentos e bebidas além de atrativos naturais e culturais já consolidados da cidade;
- Sorteios especiais para os torcedores que fazem parte do programa sócio torcedor do time de basquete de Mogi das Cruzes.

## **Plano de Implementação**

### PRIMEIRA FASE:

- Dois meses antes do início da temporada que costuma ter início em outubro e se estende até março a Coordenadoria de Turismo deverá entrar em contato com os atrativos parceiros para estabelecer as ofertas e atrações que serão promovidas nos jogos de basquete do Mogi Basquete; Cabe a Coordenadoria distribuir os prêmios oferecidos pelos atrativos e atrações culturais em um calendário de jogos do time de basquete da cidade. Esse calendário deve ser enviado via e-mail para aprovação da administração do time de basquete. Após a aprovação da coordenação, será enviado via e-mail aos atrativos os dias e horários em que representantes dos atrativos devem participar dos jogos para sorteio e anúncio dos ganhadores, assim como entrega de voucher de premiação e apresentação cultural (quando programado). Cujo modelo segue no tópico Documentação Sugerida para Primeira Fase.

### SEGUNDA FASE:

- Após a entrega do voucher ao ganhador o mesmo deverá entrar em contato com o atrativo e agendar sua visita, quando necessário, ou no momento em que visitar o local entregar o voucher de isenção de possíveis taxas. Com a apresentação do voucher será possível à coordenadoria fazer o controle dos resultados obtidos pela promoção através dos jogos de basquete, uma vez que ela também ficará incumbida de mensalmente solicitar aos atrativos que enviem por e-mail uma cópia do voucher entregue pelos visitantes.

### TERCEIRA FASE:

- Caberá à coordenadoria manter a pesquisa de satisfação dos visitantes dos jogos de basquete em parceria com o Observatório de Turismo para a partir de esses dados darem um parecer ao time quanto aos benefícios de, mas atrativos durante os jogos.

- Para coleta de resultados, semestralmente a coordenadoria de turismo da cidade de Mogi das Cruzes deverá publicar no site da cidade e enviar aos eventuais interessados via e-mail um documento onde constarão resultados da pesquisa de satisfação realizada durante os jogos e resultado de número de voucher provenientes da promoção nos jogos de basquete.

## **Documentos Sugeridos para Primeira Fase**

### **Apresentação Sugerida da Proposta de Ação - Atrativos:**

Prezados (NOME DO CONTATO),

Bom dia!

Com a intenção de fomentar o turismo do município de Mogi das Cruzes a coordenadoria de turismo da cidade em parceria com a Universidade de São Paulo propõe ações de parceria entre atrativos e serviços.

Gostaríamos de contar com a participação do (NOME DO ATRATIVO) no projeto de sensibilização de público através dos jogos de basquete que acontecem no ginásio municipal da cidade.

O projeto consiste em sorteios e divulgação dos atrativos durante os intervalos dos jogos, assim oferecendo ao público dos jogos a oportunidade de conhecer e visitar os vários atrativos de Mogi.

A proposta de contribuição para seus atrativos seria de ofertar ao menos cinco vouchers promocionais por temporada que contenham ao menos uma das seguintes propostas:

- Visita ao atrativo para duas pessoas cortesia em período determinado pelo próprio atrativo.
- Desconto ou ingressos do atrativo (caso cobrado) para duas pessoas em período determinado pelo próprio atrativo.

Entendemos que com essas ofertas deverá aumentar as visitas ao atrativo não só na visita determinada pelo voucher, mas criando interesse pelo destino e pontos turísticos da cidade.

Contamos com a sua participação preenchendo o Formulário de Adesão até a (DATA).

**Carta de Adesão:**

CIDADE, DATA

**Apresentação do Projeto**

O presente projeto consiste em sorteios e divulgação dos atrativos durante os intervalos dos jogos de basquete no ginásio municipal de Mogi das Cruzes, assim oferecendo ao público de tais jogos a oportunidade de conhecer e visitar vários atrativos da cidade.

Para os atrativos participantes caberá indicar um representante ou na partida selecionada sortear o visitante a receber o voucher oferecido. Assim tendo a chance de divulgar e transmitir informativos sobre sua propriedade. Há ainda a possibilidade de transferir essa atividade ao locutor da partida.

**Quadro de Proposta**

Nome do Atrativo	
Detalhamento da Oferta	
Número de Ofertas nesse modelo	
Validade da oferta	
Tipo de sorteio (pessoalmente, indicação de representante, locutor). *caso indique o representante favor especificar	

-----

Assinatura do responsável pelo Atrativo

-----  
Assinatura diretoria - Mogi Basquete

**Apresentação Sugerida da Proposta de Ação – Meios de Hospedagem:**

Prezados (NOME DO CONTATO),

Bom dia!

Com a intensão de fomentar o turismo do município de Mogi das Cruzes a coordenadoria de turismo da cidade em parceria com a Universidade de São Paulo propõe ações de parceria entre atrativos e serviços.

Gostaríamos de contar com a participação do (NOME DO MEIO DE HOSPEDAGEM) no projeto de sensibilização de público através dos jogos de basquete que acontecem no ginásio municipal da cidade.

O projeto consiste em sorteios e divulgação dos atrativos, comércio e meios de hospedagem da cidade durante os intervalos dos jogos, assim oferecendo ao público dos jogos a oportunidade de conhecer e visitar os vários pontos de interesse de Mogi.

A proposta de contribuição para seu setor seria de ofertar ao menos cinco vouchers promocionais por temporada que contenham ao menos uma das seguintes propostas:

- Hospedagem cortesia para duas pessoas em período determinado pelo próprio meio de hospedagem.
- Desconto nas diárias para duas pessoas em período determinado pelo próprio atrativo.

Entendemos que com essas ofertas deverá aumentar as visitas à cidade não só na visita determinada pelo voucher, mas criando interesse pelo destino e pontos turísticos da cidade.

Contamos com a sua participação preenchendo o Formulário de Adesão até a (DATA).

**Carta de Adesão:**

CIDADE, DATA

**Apresentação do Projeto**

O presente projeto consiste em sorteios e divulgação dos atrativos durante os intervalos dos jogos de basquete no ginásio municipal de Mogi das Cruzes, assim oferecendo ao público de tais jogos a oportunidade de conhecer e visitar vários atrativos da cidade.

Para os atrativos, comércios ou meios de hospedagem participantes caberão indicar um representante ou na partida selecionada sortear o visitante a receber o voucher oferecido. Assim tendo a chance de divulgar e transmitir informativos sobre sua propriedade. Há ainda a possibilidade de transferir essa atividade ao locutor da partida.

**Quadro de Proposta**

Nome do Atrativo/Comércio/Meio de Hospedagem	
Detalhamento da Oferta	
Número de Ofertas nesse modelo	
Validade da oferta	
Tipo de sorteio (pessoalmente, indicação de representante, locutor). *caso indique o representante favor especificar	

-----  
Assinatura do responsável pelo Atrativo/Comércio/Meio de Hospedagem

-----  
Assinatura diretoria - Mogi Basquete

### **Apresentação Sugerida da Proposta de Ação – Comércio:**

Prezados (NOME DO CONTATO),

Bom dia!

Com a intenção de fomentar o turismo do município de Mogi das Cruzes a coordenadoria de turismo da cidade em parceria com a Universidade de São Paulo propõe ações de parceria entre atrativos e serviços.

Gostaríamos de contar com a participação do (NOME DO COMÉRCIO) no projeto de sensibilização de público através dos jogos de basquete que acontecem no ginásio municipal da cidade.

O projeto consiste em sorteios e divulgação dos atrativos, comércios e meios de hospedagem da cidade durante os intervalos dos jogos, assim oferecendo ao público dos jogos a oportunidade de conhecer e visitar os vários pontos de interesse de Mogi.

A proposta de contribuição para seu setor seria de ofertar ao menos cinco vouchers promocionais por temporada que contenham ao menos uma das seguintes propostas:

- Produtos cortesia para duas pessoas em período determinado pelo próprio meio de comerciante.
- Desconto nos produtos para duas pessoas em período determinado pelo próprio comerciante.

Entendemos que com essas ofertas deverá aumentar as visitas à cidade não só na visita determinada pelo voucher, mas criando interesse pelo destino e pontos turísticos da cidade.

Contamos com a sua participação preenchendo o Formulário de Adesão até a (DATA).

### **Carta de Adesão:**

CIDADE, DATA

### **Apresentação do Projeto**

O presente projeto consiste em sorteios e divulgação dos atrativos durante os intervalos dos jogos de basquete no ginásio municipal de Mogi das Cruzes, assim oferecendo ao público de tais jogos a oportunidade de conhecer e visitar vários atrativos da cidade.

Para os atrativos, comércios ou meios de hospedagem participantes caberão indicar um representante ou na partida selecionada sortear o visitante a receber o voucher oferecido. Assim tendo a chance de divulgar e transmitir informativos sobre sua propriedade. Há ainda a possibilidade de transferir essa atividade ao locutor da partida.

### **Quadro de Proposta**

Nome do Atrativo/Comércio/Meio de Hospedagem	
Detalhamento da Oferta	
Número de Ofertas nesse modelo	
Validade da oferta	
Tipo de sorteio (pessoalmente, indicação de representante, locutor). *caso indique o representante favor especificar	

-----  
Assinatura do responsável pelo Atrativo/Comércio/Meio de Hospedagem

-----  
Assinatura diretoria - Mogi Basquete

## Cronograma de ações em tabela

	MESES*							
	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Jan	Fev	Mar
Apresentação do projeto								
Contato com atrativos potenciais								
Fechamento de acordos								
Implantação da ação								
Revisão de acordos								
Pesquisa de <i>feedback</i> com os atrativos								
Pesquisa de satisfação com o público								
Avaliação do projeto								

\*Cronograma de ações para temporada 2016/2017 baseado nas informações da temporada 2015/2016 da NBB. Tabela de jogos disponível em: <http://lnb.com.br/campeonato/partidas/?a=1&b=27&c=0&d=&e=0&f=54&g=1>

## Viabilidade

Para viabilidade do projeto será necessário autorização junto a Liga Nacional de Basquete (LNB) que é detentora dos direitos de promoção e marketing durante as partidas. Além da LNB a equipe do Mogi/Helbor Basquete deverá estar em acordo junto a coordenaria de turismo a respeito das ações que ocorreram durante os jogos. Inicialmente os gastos com esse projeto é praticamente zero, pois os maiores esforços envolvem o contato entre a coordenaria de turismo da cidade e os atrativos, bem como a equipe do Mogi/Helbor com a devida autorização da Liga Nacional de basquete. Essa negociação deverá ocorrer sempre antes do início da temporada, entre os meses de julho e outubro.

## **Resultados Esperados**

O projeto de sensibilização, se bem sucedido, possibilitará uma maior exposição dos atrativos turísticos e outros serviços da cidade, já que estes se revelaram pouco conhecidos por visitantes e até mesmo pelos próprios moradores.

Além disso, tornará a experiência de assistir a uma partida de basquete no ginásio municipal de Mogi das Cruzes um evento com maior valor agregado, incentivando assim que o público desenvolva mais interesse pelo basquete, gere uma maior receita para o time do Mogi Basquete e estimule os espectadores a explorar as possibilidades existentes na cidade de Mogi das Cruzes.

Posteriormente, acreditamos que o presente projeto possa servir como modelo a ser replicado em outros eventos esportivos que ocorram na cidade, respeitando as particularidades de cada um deles e fazendo adaptações de acordo com a estrutura disponível.

## **Referências Bibliográficas**

ISHIY, Morupi. **Turismo e Megaeventos Esportivos**. Turismo e Análise, São Paulo, v. 9, p.47-61, nov. 1998.

ASIN, L. B. G. 1967. **El deporte como promoción de turismo**. Madrid: Instituto de Estudios Turísticos. (Cuadernos Monográficos, 9)

MONDO BASQUETE (Brasil). **Público e Renda 2014-2015**. 2015. Disponível em: <<http://mondobasquete.com.br/nbb-em-numeros/publico-e-renda/>>. Acesso em: 01 out. 2015.

LIGA NACIONAL DE BASQUETE (Brasil). **Sobre a LNB**. 2015. Disponível em: <<http://lnb.com.br/lnb/>>. Acesso em: 05 set. 2015.

MOGI DAS CRUZES BASQUETE (Brasil). **Conquistas**. 2015. Disponível em: <<http://www.mogidascruzesbasquete.com.br/inicio/conquistas>>. Acesso em: 17 set. 2015.

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**

**ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

Departamento de Relações Públicas, Publicidade e Turismo

**ECOMUSEU DA CULTURA JAPONESA EM MOGI DAS CRUZES**

LARISSA PRADO DE OLIVEIRA  
PATRÍCIA DE C. ROSSETTI SERVILHA  
RONEI XIMENES FONSECA

**São Paulo**

**2015**

LARISSA PRADO DE OLIVEIRA  
PATRÍCIA DE C. ROSSETTI SERVILHA  
RONEI XIMENES FONSECA

## **ECOMUSEU DA CULTURA JAPONESA EM MOGI DAS CRUZES**

Trabalho de pesquisa apresentado ao curso de Bacharelado em Turismo da ECA/USP, como requisito para a disciplina de CRP0464 - Projeto Interdisciplinar de Turismo, sob a orientação da Profª Drª: Celia Maria de Moraes Dias.

**São Paulo**  
**2015**

## Sumário

1. Introdução .....	6
2. A Ligação Entre Japão e Mogi das Cruzes.....	8
3. Diagnóstico .....	9
4. O Projeto de Resgate e Divulgação da Cultura Japonesa .....	10
4.1 O Ecomuseu.....	11
4.2 Proposta de Ecomuseu de Memória da Cultura Japonesa .....	12
4.3 Programação de Atividades no Ecomuseu .....	17
4.3.1 Polo Central: Parque Centenário: Museu "Taro Konno", .....	18
4.3.2 Polo 1: Paraíso Das Micro-Orquídeas .....	19
4.3.3 Polo 2: Casarão Do Chá .....	20
4.3.4 Polo 3: Sitio Matsuo .....	21
4.4 Publicidade E Marketing.....	22
4.5 Operacionalização .....	23
5 Público Alvo .....	23
6 Objetivos Do Projeto .....	24
7 Justificativa.....	24
8 Recursos.....	25
8.1 Físicos.....	25
8.2 Humanos .....	25
8.3 Tecnológicos .....	25
9 Etapas Do Projeto .....	26
Tabela 1: Cronograma De Etapas.....	28
10 Custos do Projeto.....	29
11 Justificativa de Preços.....	31
12 Patrocínio e Parcerias .....	32
13 Resultados Esperados .....	34
14 Considerações Finais.....	34
15 Bibliografia .....	35

## **Lista de Figuras**

<b>Figura 1:</b> Quadro de Análise Específica do Plano Diretor de Turismo.....	10
<b>Figura 2:</b> Organograma proposto.....	14
<b>Figura 3:</b> Mapa de Propriedades Rurais.....	17
<b>Figura 4:</b> Parque Centenário da Imigração Japonesa.....	18
<b>Figura 5:</b> Sítio Paraíso das Micro orquídeas.....	19
<b>Figura 6:</b> Casarão do Chá.....	20
<b>Figura 7:</b> Sítio Matsuo.....	21

## **Lista de Tabelas**

<b>Tabela 1:</b> Cronograma de Etapas.....	28
<b>Tabela 2:</b> Custos Totais do Projeto.....	29
<b>Tabela 3:</b> Cronograma de pagamentos financeiros estimados – Ecomuseu (em R\$).....	30

**Resumo:** O presente trabalho é uma continuação dos estudos realizados durante o segundo semestre de 2014 e o primeiro semestre de 2015, junto às disciplinas de Planejamento e Organização do Turismo I e II. Os alunos do Curso de Graduação em Turismo da Universidade de São Paulo, em parceria com a Prefeitura da Cidade de Mogi das Cruzes, realizaram um diagnóstico que culminou no Plano Diretor de Turismo da cidade em questão. Este Projeto Interdisciplinar focou na força da Imigração Japonesa do Município de Mogi das Cruzes, propondo a estruturação de um Eco Museu para a salvaguarda da memória Japonesa e, ainda, um roteiro turístico envolvendo propriedades rurais que possuem expressiva ligação com a cultura nipônica e seu *modus vivendi*.

**Palavras-chave:** Comunidade Japonesa, Cultura Japonesa, Eco Museu, Imigração Japonesa, Infraestrutura urbana, Memória japonesa, Mogi das Cruzes, Roteiro Turístico, Turismo Rural.

## 1. INTRODUÇÃO

A palavra patrimônio <sup>(1)</sup>, derivada das palavras latinas *patri* e *monium*, tem como significado, na língua portuguesa (segundo o minidicionário Bueno, 2000), herança, bens de família (materiais ou morais), que venham a ser herdados do pai. Dentro desta lógica, nos art. n° 215 e 216 <sup>(2)</sup>, a Constituição da República Federativa do Brasil, promove a defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro, definindo-o como bens de natureza material e imaterial, que traduzam a identidade e a memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se inclui:

- a) As formas de expressão;
- b) Os modos de criar, fazer e viver;
- c) As criações científicas, artísticas e tecnológicas;
- d) Obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações culturais;
- e) Conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

No caso do patrimônio cultural, pode-se dizer que esse processo de selecionar, guardar, conservar e transmitir se caracteriza por uma dimensão mais ampla, necessariamente coletiva, que integra o modo como os grupos sociais organizam sua memória (DUARTE, 2003). Neste contexto a UNESCO <sup>(3)</sup> (1945), divide a forma de salvaguardar o patrimônio cultural em quatro categorias:

(1) Patrimônio é uma palavra de origem latina, derivada de *patrimonium*, que significava tudo o que pertencia ao pai (*pater* ou *pater familias* - pai de família; e a palavra *monium* - herança). A família compreendia tudo que estava sob o domínio do senhor, inclusive a mulher, filhos, escravos, imóveis e móveis, e animais. Disponível em <https://translate.google.com.br/?hl=pt-BR>. Último acesso em 22/12/2015.

(2) Para maiores informações ver artigo completo da Constituição da República Federativa do Brasil anexo

(3) A UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - acrônimo de *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) é uma organização fundada em Paris a 04 de novembro de 1945 com o objetivo de contribuir para a paz e segurança no mundo. A representação da UNESCO na América Latina é situada no Brasil desde junho de 1964. Em Brasília, o escritório da UNESCO iniciou suas atividades em 1972 e tem por objetivo auxiliar a formulação de políticas públicas que estejam em sintonia com as estratégias acordadas entre os Estados membros. Disponível em <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/>. Último acesso em 22/12/2015

- a) Natural Mundial;
- b) Cultural Imaterial;
- c) Cultural Mundial;
- d) Cultural Subaquático;

Como define Bohan (1974), os bens materiais e imateriais são construtores sociais, isto é, uma identidade ou artefato inventado em um sistema social e que existe, porque as pessoas concordam que existe de fato e são construídos e partilhados ao longo do tempo.

Dentro desse pensamento, a cultura trazida pelos imigrantes oriundos do Japão, torna-se patrimônio cultural da cidade de Mogi das Cruzes, pois esteve presente em diversos momentos da história mogiana, fazendo parte da memória social e coletiva do que esta sociedade foi e é na atualidade. Essa herança, portanto, deve ser vista como algo que herdamos e que deve ser passado para as gerações adiante, como um testemunho, uma convocação do passado (BOHAN, 1974).

A partir dessas premissas nasceu o projeto “**Ecomuseu da Cultura Japonesa em Mogi das Cruzes**”, que tem como objetivo resgatar e preservar a cultura japonesa presente na cidade, bem como difundi-la para a população da cidade, visitantes e turistas, com enfoque nas propriedades rurais pertencentes à colônia japonesa na cidade, buscando evidenciar a importância destes perante a memória coletiva. A elaboração deste projeto consiste em duas partes, sendo a primeira, a criação de um Ecomuseu na cidade; e a segunda, a elaboração de um roteiro turístico, envolvendo a comunidade de origem japonesa da cidade.

O conceito de Ecomuseu surge na IX Conferência Geral do ICOM (Conselho Internacional de Museus), em Grenoble, França, onde são compiladas todas as discussões que envolvem “as funções do museu a serviço do homem”. (JORNAL QUARTEIRÃO, 2006, p.2). A ideia central de um Ecomuseu é integrar a população local como autores e mantenedores dos acervos e exposição, além de interagir com tempo e espaço. O espaço é fundamental para a compreensão da ocupação territorial e identificar os principais patrimônios materiais e imateriais da cultura japonesa.

Integrando-se a essa concepção, o turismo tem um papel fundamental na preservação da memória, através dos patrimônios históricos que se tornam atrativos.

Para a elaboração deste roteiro foi feito um comparativo entre diversos autores que discorrem sobre o tema Patrimônio Histórico Cultural, para que fosse definida, apresentando distintas visões, a ideia de que a cultura japonesa é um ponto crucial para a evolução social da cidade.

A partir disso foram realizados estudos, levantamentos e pesquisas sobre a história da colônia japonesa, assim como visitas “*in loco*” <sup>(4)</sup>. Desta forma foram observadas características arquitetônicas, importância dos locais perante a história da sociedade, resultando assim, nos dados que permitissem justificar as propriedades dentro do roteiro.

## **2. A LIGAÇÃO ENTRE JAPÃO E MOGI DAS CRUZES**

O autor Ricardo Yoshiyuki Hirata discorre sobre a Imigração Japonesa na região de Mogi das Cruzes, tendo como base empírica os Censos Demográficos e fontes adicionais de informação. A imigração japonesa no Brasil teve início em 1908, durante a República Velha (1889-1930), que ao romper com o sistema escravocrata buscou mão-de-obra estrangeira. De acordo com Hirata:

A agricultura, para os japoneses, foi inicialmente o carro chefe que contribuiu para a mobilidade social e espacial através da exploração de novas áreas de fronteira. Por exemplo: a expansão cafeeira no norte do Paraná, a contribuição nos arredores da capital de São Paulo e a expansão do interior de São Paulo via café, arroz, bicho da seda, chá e algodão. (MORAES, 1990 apud HIRATA, 2006)

Segundo os registros históricos, a primeira família japonesa instalada na região (de Mogi das Cruzes) foi a do Sr. Shiguetoki Suzuki, com sua esposa Feijie Suzuki e dois filhos, no ano de 1919. Diferentemente do que ocorrera no interior paulista, os imigrantes que aqui se instalaram, tornaram-se, em sua maior parte, proprietários de terras que foram adquiridas de moradores locais, vendidas por preços acessíveis. As terras possuíam preços menores das que eram encontradas na região do café (MORAES, 1990 apud HIRATA, 2006).

Então, com autonomia e disposição para o trabalho, os imigrantes japoneses se firmaram na região de Mogi das Cruzes, tornando-a a região que mais abastece a capital paulista com produtos agrícolas, tanto pela menor distância, como pela qualidade e variedade de seus produtos. Hoje Mogi das Cruzes é considerada uma referência nacional na produção agrícola, com tecnologia na produção de frutas, verduras, legumes, flores e ovos, segundo a FIA (Fundação Instituto de Administração), são quase 100 anos de horticultura na região, introduzida pelos espanhóis e italianos, mas que recebeu novas tecnologias de cultivo e irrigação elaborada pelos imigrantes japoneses.

O ingresso de imigrantes nas cercanias de São Paulo, sobretudo na região de Mogi das Cruzes, trouxe para a mesma uma nova forma de agricultura, deixando de lado a monocultura, a agricultura de subsistência (predominante na região), passando para maior uso de tecnologia e uma outra forma de gestão, ou seja, voltada para o mercado que se encontrava em crescente expansão. Poucos foram os que escolheram o centro urbano para desenvolverem atividades.

Em Mogi das Cruzes, a forte atuação da Associação Bunkyo, estreita os laços entre Brasil e Japão com os tradicionais festivais de outono: “Akimatsuri” e a Furusato Matsuri – Festival Agrícola de Mogi das Cruzes, que são exemplos da manifestação cultural da imigração japonesa. Seus cultivos agrícolas, comidas típicas, assim como danças e apresentações musicais fazem parte das programações desses eventos, movimentando e gerando fluxo turístico.

Segundo a página oficial da prefeitura de Mogi das Cruzes: “O Furusato Matsuri tem o objetivo de divulgar a região do Cocuera, apresentando produtos agrícolas da região, sua cultura e história. O evento simboliza a volta para a casa dos filhos e netos dos fundadores do bairro, que saíram para trabalhar em outros locais e retornam ao Cocuera no dia da Festa. Também é um agradecimento à boa colheita”.

### **3. DIAGNÓSTICO**

A partir da Análise SWOT realizada para o Plano Diretor de Turismo de Mogi das Cruzes, foram determinadas as diretrizes de estudo sobre as Forças e Fraquezas, assim como as Ameaças e Oportunidades para o município de Mogi das Cruzes, que resultaram em diversos planos de ações a serem implantados na cidade, em prol do turismo.

A figura abaixo demonstra os aspectos interessantes para a análise específica do Projeto Interdisciplinar em questão, que são relevantes para a comunidade japonesa: a força do turismo rural e suas associações, assim como o polo emissor de visitantes oriundos da cidade de São Paulo, em especial o público da 3ª idade, do sexo feminino.



Fonte: PDDTM de Mogi das Cruzes

Tendo em vista que as propriedades rurais de Mogi das Cruzes são, em grande parte, geridas por nipônicos e seus descendentes, a correlação entre Memória e Cultura Nipônica e o Turismo Rural na cidade é intrínseca. Também a presença de associações, tais como o ASDETUR (Associação dos Empresários de Turismo Rural) e o SENAR (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural), fortalecem este setor, o que pode ser observado como uma oportunidade fundamental de Preservação da Memória Nipônica, através da proposta de Projeto do *Ecomuseu*.

#### **4. O PROJETO DE RESGATE E DIVULGAÇÃO DA CULTURA JAPONESA**

O projeto de Ecomuseu da Cultura Japonesa consiste na criação de um museu que coloque em ação os propósitos deste projeto em preservar e resgatar a cultura japonesa na cidade de Mogi das Cruzes. Nos tópicos seguintes será apresentado a concepção e definição de Ecomuseu, a nossa proposta para a implantação deste museu e a descrição de suas atividades.

## 4.1 O ECOMUSEU

Há indícios que os museus surgem na idade antiga e se desenvolvem na Grécia e Alexandria. Porém é na cidade de Roma que o museu adquiriu o formato de colecionismo, ou seja, acúmulo de objetos para exposição. Destaca-se ao longo da história que o museu já foi um lugar onde se mostravam as conquistas de guerras e dominação de outras culturas. Já na Idade Média o clero se tornou o maior colecionador de livros, obras de arte, objetos de outras culturas. Os museus sempre pertenceram a classe social dominante que detinha o controle e o acesso restrito as coleções. Com a Revolução Francesa e ascensão da classe burguesa, os espaços de colecionismo se tornaram públicos no viés de que está nova classe deveria se firmar no campo das artes frente às classes até então dominantes. Contudo, é importante destacar que dentre as funções dos museus, ainda existirá lugares restritos ao público. (INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, 2014).

No Brasil, há uma legislação recente que norteia as principais diretrizes dos museus em território nacional. Através da Lei Nº 11.904 (BRASIL, 2009), de 14 de janeiro de 2009 fica estabelecido às diretrizes públicas como o estatuto dos museus e outras providências relacionadas à atividade museológica. A definição em lei permeia que os museus “[...] conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo [...]”. A lei ainda estabelece critérios e parâmetros na construção do museu, e destaca a importância que os museus tem na sociedade, conectando-a com sua história e memória. Contudo a nossa proposta de “*Ecomuseu da Cultura Japonesa em Mogi das Cruzes*” tem como foco principal o resgate e resguardo da memória no território mogiano e dentre as propostas e tipos de museus, selecionamos o Ecomuseu como modelo para o projeto piloto.

O conceito de Ecomuseu surgiu em discussões referentes ao modo em que os museus interagem com os visitantes e a comunidade local. Na IX Conferência Geral do Conselho Internacional de Museus (ICOM), em Grenoble, aparece pela primeira vez este termo, através de textos dos participantes. Entretanto, Georges Henri Rivièrè é considerado o pai do movimento de Ecomuseu, que se desenvolveu após uma série de publicações, sendo a mais importante a “*Images of ecomuseum*”.

A partir deste documento é definida exatamente qual a função deste novo tipo de museu e ao mesmo tempo exemplifica casos de Ecomuseus em países como França, Canadá, Suécia e Portugal. Segundo a UNESCO (1985, p.182, tradução nossa) o Ecomuseu é:

Um instrumento concebido, formatado e operando juntamente com as autoridades públicas e a população local [...]. É um espelho no qual a

população local vê a si mesma para descobrir a sua imagem, em que procura uma explicação sobre o território que está inserida [...]. É um centro de conservação, não tão distante que ajuda a preservar e desenvolver o patrimônio natural e cultural da população [...].

O Ecomuseu tem em sua concepção a união de dois atores que influenciam e são influenciados ao longo do processo de criação e manutenção deste museu. Porém é relevante refletir sobre a integração e o papel dos atores do setor privado neste processo, já que pode haver concessões ou até mesmo este agente criar um museu como garante a lei brasileira.

O exemplo mais citado de Ecomuseu no Brasil e que tem uma forte estrutura quanto ao marketing é o Ecomuseu de Itaipu, em que busca integrar a ocupação territorial e as comunidades locais próximas da usina. Além disso, ele é gerido na parceria entre os dois países que a divide, Brasil e Paraguai. Um fato interessante é que há Associação Brasileira de Ecomuseus Museus Comunitários (ABREMAC) responsável pelo fomento, apoio, e formação de estratégias dos Ecomuseus no território nacional. Dentre esses Ecomuseus há também alguns que se destacam pela conexão com a natureza, tendo destaque para as atividades rurais.

Essa tendência observada tem em uma das principais características deste museu integrar a população local em sua construção. Além disso, pode ser elencada a dispersão dos espaços ao longo do território e a experiência vivenciada a partir de atividades rurais. São de suma importância que seja definida a centralidade e os polos do Ecomuseu, já que irá buscar contar ao longo do seu acervo a história da ocupação da população local e sua relação com o espaço. Elencando essa ideia de integração entre a população local e o rural, nasce à ideia de integrar os principais atrativos turísticos e de uso da população local na construção do Ecomuseu da Cultura Japonesa de Mogi das Cruzes, que tem como objetivo de preservar através do resgate da memória e também da criação de roteiros turísticos.

## **4.2 PROPOSTA DE ECOMUSEU DE MEMÓRIA DA CULTURA JAPONESA**

A proposta da criação do Ecomuseu de Memória da Cultura Japonesa surgiu a partir da ideia de integrar o turismo como impulsionador da recuperação e preservação da cultura japonesa. O Ecomuseu estará formatado de acordo com o Plano Museológico previsto em lei nacional (BRASIL, 2009) que tem como objetivo ser “[...] uma ferramenta básica de planejamento estratégico, de sentido global e integrador [...]”. Além dessa fonte utilizamos na

construção da proposta a publicação do Instituto Brasileiro de Museus: “Museus e Turismo”, a fim de nortear e substanciar a nossa proposta.

O Ecomuseu de Memória da Cultura Japonesa tem como principal objetivo integrar a comunidade local, órgãos públicos e privados, além de turistas a fim de proporcionar a preservação da história dos imigrantes japoneses na cidade de Mogi das Cruzes.

Esses atores possuem papel fundamental na constituição do Ecomuseu e possuem expectativas diferenciadas, como é o caso dos turistas que anseiam encontrar algo diferente do seu cotidiano e que possa impressionar pelos serviços prestados. Já a comunidade local pode se beneficiar do desenvolvimento econômico que esse turista/visitante pode gerar no local, além de ajudar com que a comunidade preserve o seu patrimônio material e imaterial.

Para a composição do Ecomuseu foi selecionados atrativos que ao longo do Plano de Turismo tiveram destaques pela sua organização no turismo local, sua importância para o lazer autóctone e sua relação com a territorialidade dos colonos japoneses. A centralidade do Ecomuseu será o Memorial da Imigração Japonesa "Taro Konno", localizado no Parque Centenário e os outros polos estão concentrados no Bairro de Cocuera: Paraíso das Micro-Orquídeas, O Casarão do Chá e Sítio Matsuo.

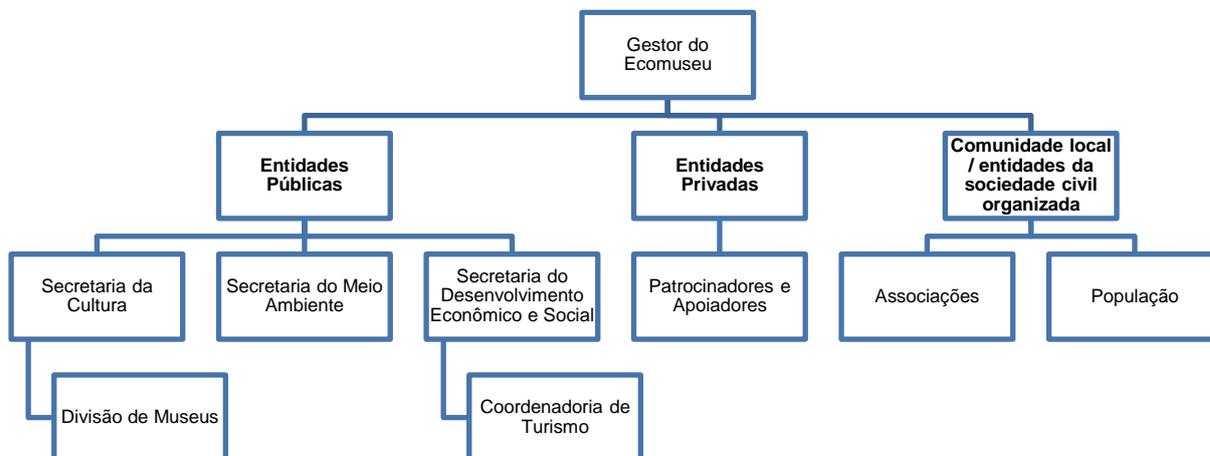
Quanto à constituição dos acervos ressalta-se a parceria com o Bunkyo de Mogi das Cruzes, pois ele concerne doações de objetos de famílias de imigrantes japoneses, além de ser um ator importante na preservação da cultura japonesa. O acervo no Memorial da Imigração Japonesa “Taro Konno” estará vinculado com a história da imigração japonesa da cidade e também conectará a história dos polos e sua importância para a cidade de Mogi das Cruzes. Os polos do Ecomuseu terão acervos que contem a história do local envolvendo o seu entorno e também o seu principal atrativo. Além dos acervos, o Ecomuseu contará com oficinas no Parque Centenário, pólo principal, assim como nas outras três propriedades selecionadas como pólos adicionais.

Seguindo a orientação do Plano Museológico e do Instituto Brasileiro de Museus serão elencados a seguir alguns detalhamentos dos Programas que devem compor e institucionalizar o Ecomuseu de Memória da Cultura Japonesa

#### → **Institucional**

Como destacado anteriormente, os principais atores da gestão do Ecomuseu serão a comunidade local- incluindo entidades da organização civil - e órgãos públicos e privados. A parte institucional deve ser organizada, seguindo essa sugestão de organograma:

**Figura 2: Organograma proposto**



Fonte: os Autores

### → **Gestão de Pessoas**

É importante definir a função de cada ator no Ecomuseu, já que as integrações de todos convergem no foco central que é preservar a cultura japonesa. Dentre os cargos sugeridos e propostos neste projeto estão:

- **Assessoria:** administrativa, financeira, de comunicação e recursos humanos;
- **Comissão:** pesquisa, educação, acervo e arquivos, turistas, cultural e eventos, tecnologia da informação, comunidade local.
- **Operacional:** segurança, manutenção, recepcionista, almoxarifado.

Ao conectar a gestão de pessoas com o organograma do Ecomuseu é possível definir que o gestor do Ecomuseu será eleito por um conselho participativo dentre os cargos de assessoria, comissão e operacional.

A sociedade civil organizada desempenhará na comissão da comunidade local papéis como: auxiliar e contribuir para a manutenção das peças dos acervos, propor e sugerir as oficinas ao longo dos polos do Ecomuseu e resgatar fatos, memórias e histórias sobre a ocupação japonesa no território mogiano.

### → **Acervos**

Quanto ao acervo, já foi mencionado o quão importante que as coleções se comuniquem e propicie ao visitante que conecte a história da imigração japonesa ao longo dos polos visitados. A sugestão para a construção de ambientes e acervos pode ter como

referência o Plano de Interpretação proposto pelo Instituto Brasileiro de Museus (2014, p.28).

O plano consiste em disseminar a mensagem para o visitante, a fim de propiciar conhecimento através da experiência de visitaç o. Al m disso, buscar integrar o visitante com o acervo e ambiente para a prote o dos recursos. S o listadas a es para a composi o do Plano de Interpreta o como analisar os recursos como acervo; identificar o receptor; formular, determinar e selecionar as mensagens que ser o transmitidas e avalia o do impacto das rela es que o acervo tem com o p blico e sua retroalimenta o.

→ **Exposi es**

Contando que ser  realizado um projeto piloto, no principio as exposi es ter o car ter de Longa Dura o, ou seja, ser o fixas as pe as que d o ao visitante um olhar mais amplo sobre a cultura japonesa. Com a consolida o deste projeto ser  necess rio pensar em exposi es itinerantes e que conectem a institui o com outros tipos de acervos e tamb m reforcem os estere tipos da cultura japonesa.

→ **Educativo e Cultural**

Um dos pap is fundamentais dos museus   participar na instru o n o formal das escolas e institui es de ensino. O estimulo do turismo pedag gico se d  pela capacidade t cnica e organizacional do museu em propiciar um ambiente de interesse educacional experienciada. Para tal   necess rio que o planejamento contemple a es educativas que at  mesmo interajam com a comunidade local.

Outro aspecto a ser destacado   que haja um projeto que integre as escolas e institui es nesse circuito de visitas t cnicas. Como h  um grupo desenvolvendo a amplia o do projeto j  realizado pela Coordenadoria de Turismo, "Mogi para Mogianos" em uma escola de educa o b sica, seria interessante que nesse projeto fosse inclu do o Ecomuseu como um atrativo na programa o de visita o dessa escola.

→ **Comunica o (Sinaliza o no Museu)**

Assim como na constru o de acervos e ambientes, que envolvem aspectos comunicacionais   destacado a import ncia da sinaliza o do museu. H  dois tipos de sinaliza o: a sinaliza o interna e externa do Museu.

A sinaliza o interna deve corresponder   expectativa de que o visitante compreenda o que est  sendo transmitido s o destacados detalhes para a identidade visual, logo, circuito expositivo, seguran a e etiquetas e textos explicativos. Como o Ecomuseu ter  um circuito com diversos espa os dispersos ao longo do territ rio   necess ria   cria o de uma identidade visual  nica e uniformizada de todas as outras sinaliza es, incluindo o logo.

Ressaltam-se também as etiquetas e textos que devem possibilitar a acessibilidade de pessoas com necessidades especiais e outros idiomas.

Já a sinalização externa indicará a localização dos polos do Ecomuseu, é necessária uma ação conjunta, para que o circuito possa ser sinalizado adequadamente, seguindo os padrões do Ministério do Turismo para referenciar atrativos turísticos.

→ **Acessibilidade**

Há normas que estabelece como deve ser a acessibilidade em museus, uma delas é a ABNT NBR 15599:2008 que estabelece a parte mais comunicacional de acesso. Na realização do projeto é necessário que se contemple a mobilidade de pessoas com necessidades especiais nos espaços.

Questões que envolvem a acessibilidade são problemáticas e envolvem o despreparo do profissional para lidar com este público. A complexidade do nosso projeto se dá na proposta de polos, em que se têm propriedades privadas como parte do Ecomuseu. A nossa sugestão inicial é a participação dos proprietários dos polos privados na oficina que qualificará os atrativos da cidade quanto à acessibilidade. Há um grupo: “Atendimento a Pessoas com Necessidades Especiais” que elaborou juntamente com os especialistas um curso para a capacitação do trade local.

→ **Hospitalidade e Turismo**

A hospitalidade destacada entre uma das funções dos museus tem como característica o acolhimento e o conforto ambiental. O visitante deve sentir-se confortável e ver suas expectativas atendidas, pois ele também é um canal de distribuição importante no contato “boca a boca”. Além disso, os serviços prestados e a qualidade devem ser prioridade na organização do Ecomuseu. Quanto ao conforto ambiental se relaciona com o quão agradável para o visitante o conforto acústico, lumínico e térmico.

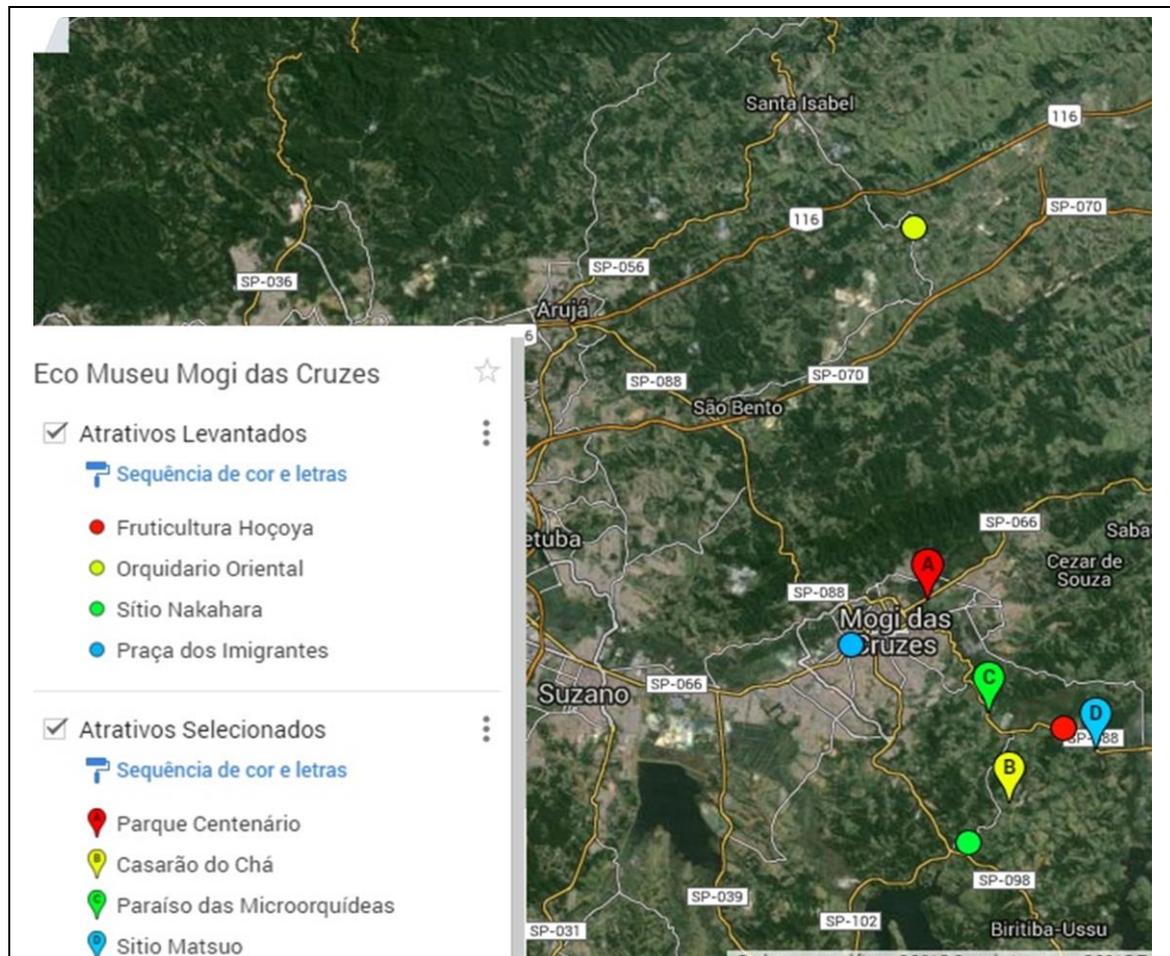
Relacionando-se a isso o Ecomuseu de Memória e Cultura Japonesa precisa ser mais um atrativo cultural, ou um produto, a ser oferecido para os turistas, mas também buscar integrar na economia local a comunidade que está envolta nessa causa.

A aferição da receptividade é um fator importante para ver o quanto o Ecomuseu está cumprindo ou não o seu papel. Para isso é necessário que se criem mecanismos de controle de visitantes no Ecomuseu para obter dados sistematizados. Uma sugestão de controle, que seria também uma ação do Ecomuseu, é a criação de totens que permitem o visitante escrever seu nome e ver como é escrito na língua japonesa e audível. Assim o visitante pode interagir com a proposta da Cultura Japonesa e também deixar seu registro de visita no Ecomuseu.

### 4.3 PROGRAMAÇÃO DE ATIVIDADES NO ECOMUSEU

Como mencionado anteriormente, além do acervo físico do Ecomuseu de Memória e Cultura Japonesa haverá oficinas que buscam integrar e contribuir para a preservação de modos e costumes da cultura japonesa. A seleção das oficinas utilizou o critério temático que permeia e caracteriza a cultura como: artes plásticas e visuais, gastronomia, dança, música, esportes, cinema. Além disso, a agricultura é uma expressão bem característica dos imigrantes japoneses com o cultivo de produtos alimentícios e não alimentícios.

O Ecomuseu está organizado em polos (ver Figura 3) que foram levantados ao longo do PDDTM (Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Mogi das Cruzes). A seleção dos polos adotou os critérios como a história dos japoneses e seus descendentes no território de Mogi. Nesse sentido, as propriedades selecionadas para o projeto ficaram concentradas no bairro de Cocuera, tanto por questões de logística, quanto pela identidade cultural das mesmas. E por fim entramos em contato com cada participante do roteiro para avaliar a disponibilidade e receptividade em aceitar ser um polo do Ecomuseu da Cultura Japonesa, tivemos um aceite de todos os envolvidos: Secretaria da Cultura, Bunkyo, proprietários e Associação do Casarão do Chá.



**FIGURA 3- MAPA DE PROPRIEDADES RURAIS**

Fonte: Os Autores

#### 4.3.1 POLO CENTRAL: PARQUE CENTENÁRIO: MUSEU "TARO KONNO",

Inaugurado em 08 de junho de 2008, como forma de homenagear o Centenário da Imigração Japonesa, possui quatro lagos com pontes flutuantes em estilo oriental, a Praça do Imigrante (conservada pela Associação Bunkyo), a praça do Imigrante, espaço Bom Odori–Samba, Pavilhão das Bandeiras, sendo que o espaço mais relevante para o nosso projeto é o Museu “Taro Konno”.



**Figura 4 - Parque Centenário da Imigração Japonesa (foto: Ney Sarmiento/PMMC/G1)**

O Museu Taro Konno será a centralidade do Ecomuseu da Cultura Japonesa, portanto nele serão dispostas atividades que possam corresponder com os equipamentos e públicos disponíveis. Pela sua localização privilegiada é possível que a comunidade local envolva-se com as oficinas que mesclam a cultura antiga e moderna.

- ❖ ANIMES E MANGÁS: O mangá é um tipo de desenho caricatura que é produzida em histórias em quadrinhos, que possuem a peculiaridade de estarem escrito na ordem inversa de leitura ocidental. Já os animes são ou não mangás que são transformadas em séries animadas. São propostas duas oficinas quanto a esses dois temas, a primeira seria relacionada ao desenho e a segunda seria a montagem da animação.
- ❖ TAIKÔ E KARAOKÊ: As oficinas propostas têm como objetivo propiciar a experimentação prática de como tocar os tambores (taikôs) que geram músicas e também karaokê com músicas enka - que são as tradicionais- e as músicas pop - que possuem influencia dos norte-americanos.

- ❖ CINEMA: A oficina tem como objetivo mostrar a produção de cinema que reproduz fatos sobre a imigração japonesa no Brasil como: Coração Sujos, Gaijin – caminhos da liberdade, “Tokiori” (Dobras do Tempo), Gaijin - Ama-me como Sou, Tudo por Laranjas. Além desses, podem ser levantados outros filmes relacionados à imigração. GASTRONOMIA – os sushis, sashimis e temakis marcam fortemente a influência gastronômica da cultura japonesa. Essa oficina visa o preparo desses insumos e sua degustação.
- ❖ ESPETÁCULOS DE TEATRO E DANÇA - o teatro e a dança são traços marcantes da cultura japonesa. A oficina ligada ao teatro consiste na confecção de kabukis (máscaras) e também dos bunraku (bonecos de mão). Já as oficinas de dança podem ter o apoio de dois nomes importantes na dança Sonia Lima e Lili Mizumoto para poder sistematizar as principais danças, sendo uma delas o Odori (tradicional) e as danças contemporâneas.
- ❖ KIMONO – os kimonos são as vestes tradicionais, de caráter unissex. Essa oficina ensinará como vestir-se com um kimono.

#### 4.3.2 POLO 1: PARAÍSO DAS MICRO-ORQUÍDEAS

A Mata Atlântica da propriedade foi inteiramente restaurada por seus proprietários, durante os últimos 40 anos. O Sr. Masuji Kayasima, proprietário do Paraíso, é um experiente cultivador de espécies raras de Micro-orquídeas. Em sua propriedade existem mais de 10 mil, pertencentes a 800 espécies diferentes. Um local privilegiado, onde é possível observar diversos pássaros e outros animais silvestres.



**Figura 5 – Sítio Paraíso das Micro orquídeas**

Disponível em: [http://orquidario-virtual.blogspot.com.br/2013\\_12\\_01\\_archive.html](http://orquidario-virtual.blogspot.com.br/2013_12_01_archive.html)

Como esse polo tem como principal diferencial o cultivo de plantas e flores, foram selecionadas as seguintes oficinas relacionadas a ele. Além disso, os proprietários disseram na possibilidade de conduzirem estas oficinas com ajuda de monitores por serem especialistas nas oficinas.

- ❖ **ORQUÍDEA, BONSAI, IKEBANA:** o cultivo de orquídea e bonsai é bem comum nas comunidades japonesas, à oficina proposta é de como plantar e cultivar utilizando diversos métodos. Já a Ikebana consiste num arranjo de flores e galhos que visualmente são agradáveis e combina-se entre si, como oficina é interessante a abordagem mercadológica deste produto.
- ❖ **ORIGAMI:** é definido como a arte de dobrar papel e transformá-lo em animais, plantas e até mesmo objetos de uso como suporte para hashis (talhadores japonês) até um organizador para escritório.

#### 4.3.3 POLO 2: CASARÃO DO CHÁ

O Casarão do Chá foi finalizado em 1942, pelo carpinteiro Kazuo Hanaoka, como um monumento da imigração japonesa. O Casarão foi projetado em dois andares para a produção do chá, apresenta traços orientais na sua arquitetura. Há de se observar que os materiais foram rigorosamente selecionados para a obtenção de um perfeito encaixe; sendo tombado pelo CONDEPHAAT em 1982. O Casarão do Chá é situado em uma área histórica de Mogi das Cruzes, que recebeu muitos imigrantes japoneses que ali ficaram e se desenvolveram. De acordo com o site do Casarão: “A Associação Casarão do Chá, juntamente outras instâncias, planeja neste momento uma rota turística, que visa à promoção conjunta destas riquezas históricas e culturais de Mogi das Cruzes”.



**Figura 6 – Casarão do Chá**

Disponível em: <http://www.destaque.com/expresso-turistico-mogi-das-cruzes/>

Esse polo só poderá funcionar para o público aos domingos, devido a suas limitações operacionais. Como este patrimônio tem como característica o principal insumo consumido pelos japoneses e seus descendentes: o chá. Conectado a essa experiência degustativa foi elencada somente uma atividade, já que possuem limitações operacionais.

- ❖ CERIMÔNIA DO CHÁ - é uma cerimônia que consiste em servir chá verde para os convidados. A oficina consiste em ensinar a preparar o chá as suas variâncias e propriedades e depois ensinar os participantes a servi-lo.
- ❖ DEGUSTAÇÃO DO CHÁ – já é uma interação oferecida pelo museu, mas pode ser ampliada com a comercialização de chás e demonstrações de degustação.

#### 4.3.4 POLO 3: SITIO MATSUO

A propriedade tem 08 alqueires e abastece a grande capital com produtos rurais frescos e de alta qualidade. Com inscrição de nomes japoneses nas rochas e um templo budista chamado “Mogi Hakone”, que completou 65 anos no dia 11 de outubro de 2015. O templo foi construído por cinco amigos, dentre eles, o avô do atual proprietário do Sítio. Nesta data foi comemorada a imigração japonesa no bairro de Cocuera e uma missa de culto aos antepassados foi realizada no templo, o que revela o valor desta propriedade para o roteiro turístico proposto.



**Figura 7 – Sítio Matsuo**

Disponível em: <https://www.facebook.com/sitiomatsuo/photos/pb.30260285322>

Neste polo o destaque está envolto no religioso e sua importância na comunidade de imigrantes japoneses. O ambiente é propício para atividades que envolvam a concentração e meditação.

- ❖ ARTES MARCIAIS – a arte marcial é um tipo de luta que tem como principal objetivo o alto desenvolvimento de seus participantes e ligados à espiritualidade. As oficinas ensinarão os princípios básicos de artes marciais como: Aikidô, Judô e Karatê.
- ❖ GINÁSTICA – a ginástica RADIO TAISO tem em suas origens a ginástica laboral. A oficina consistirá em ensinar os principais movimentos desta ginástica que pode ser realizada a qualquer momento.
- ❖ MEDITAÇÃO – uma herança das práticas budistas a meditação eleva o nível de concentração e o contato com o meio ambiente. A oficina consistirá em ensinar as técnicas de respiração e concentração para meditar.
- ❖ CALIGRAFIA/SHODO – os ideogramas da escrita japonesa sempre foram mistério para os ocidentais, pois a simbologia envolvida está relacionada com a natureza. A oficina consiste em ensinar os principais Ganjis usados para expressar palavras e até mesmo frases, além de ensinar o participante a escrever o seu nome nesses ideogramas.

#### **4.4 PUBLICIDADE E MARKETING**

O projeto especifica, no campo de marketing e publicidade (publicidade é comercial, propaganda se usa mais para política) que deverá ser realizada a contratação de uma agência de propaganda e marketing, para a contratação de serviços referidos. Deverão ser contatadas até 3 (três) agências, e se houver um requisito para as agências participantes assinarem isso deve ser informado, conforme as normas da ABA - Associação Brasileira de Anunciantes e da FENAPRO - Federação Nacional das Agências de Propaganda.

O objeto do contrato deverá ser a prestação de serviços de marketing, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de propaganda do projeto aqui relatado, nos veículos e demais meios de divulgação. Deverão integrar o objeto deste contrato, os serviços especializados pertinentes:

- a) a produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada;
- b) o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação de propaganda;

c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos anteriormente terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do CNMP (definir), o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

Os serviços previstos deverão conter em seu corpo, espaços publicitários para os patrocinadores do evento, para que assim possa ser negociados os apoios à produção e execução do projeto.

#### **4.5 OPERACIONALIZAÇÃO**

A proposta é que seja operado durante todos os finais de semana do ano e com uma linha circular de ônibus, porém como não há dados oficiais sobre o número de visitantes em Mogi das Cruzes e nas propriedades, optou-se por propor o funcionamento piloto do roteiro em duas datas, experimentalmente, em 2018: em abril, durante a Festa de Akimatsuri, em agosto, na festa de Fuyumatsuri, e em novembro na festa Furusato Matsuri onde o visitante fará o roteiro com veículo próprio. A partir disso deverão ser analisados os resultados, e definido se o roteiro terá “fôlego” e público para operar nos finais de semana. Salientamos ainda que, em caso de um retorno positivo da proposta, demais propriedades poderão ser incluídas no projeto, aumentando assim o número de roteiros dentro da comunidade.

### **5 PÚBLICO ALVO**

**a) Público primário:** turistas/visitantes de origem nipônica e seus descendentes, em especial da 3ª idade e do sexo feminino que já frequentam os roteiros rurais, de forma a qualificar a demanda existente; outros turistas/visitantes em trânsito por Mogi das Cruzes e São Paulo;

**b) Público Secundário:** população mogiana em geral, estudantes e profissionais da área de turismo e frequentadores da região da Liberdade, em São Paulo;

## **6 OBJETIVOS DO PROJETO**

### **OBJETIVOS GERAIS**

O principal objetivo deste projeto é fazer a difusão e salvaguardar a cultura japonesa perante a sociedade mogiana em geral, através do resgate e divulgação da sua história dentro do contexto urbano da sociedade, transformando locais de suma importância histórica dentro da comunidade japonesa em pontos de turismo e lazer para a população em geral, estudantes, visitantes e turistas.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Aproximar da população e Recuperar o Acervo do Museu da Imigração;
- Aumentar o fluxo de visitantes nos locais;
- Divulgar a história da colônia japonesa no contexto da cidade;
- Fornecer informações e apresenta os trabalhos das comunidades rurais;
- Estabelecer o Ecomuseu como um ponto turístico da região de Mogi das Cruzes

## **7 JUSTIFICATIVA**

A região de Mogi das Cruzes é a segunda maior colônia nipônica do Estado de São Paulo desde 1970, e contribui economicamente de forma expressiva na formação do “cinturão verde paulista”. Segundo Ricardo Hirata, o bairro de Cocuera, em Mogi das Cruzes é o berço da colonização japonesa neste local. Os imigrantes japoneses desta região encontraram, nas Cooperativas e Associações, uma forma de proteger seus interesses econômicos e culturais.

A colônia japonesa, uma vez reunida em um determinado espaço geográfico, fundava, no primeiro instante, associações que geralmente eram e ainda são voltadas à manutenção da cultura, por meio da promoção de festas, torneios, jogos, lazer e educação oriental. Dentro desse pensamento, a cultura trazida pelos imigrantes oriundos do Japão, torna-se um patrimônio cultural da cidade de Mogi das Cruzes e essa herança, aliada aos pensamentos de Bohan (1974), deve ser vista como algo que

herdamos e que deve ser passado às gerações adiante como uma convocação do passado.

## 8 RECURSOS

### 8.1 FÍSICOS

No que tange as questões de espaços físicos para o projeto, é importante destacar que, se faz necessário destacar o uso de 3 propriedades particulares dentro do projeto Ecomuseu (já determinadas anteriormente), pois elas são de grande importância para a comunidade nipônica. Nessas propriedades deverão ser previstas paradas para os veículos dos visitantes, bem como dos ônibus oriundos da região da Liberdade.

### 8.2 HUMANOS

É importante ressaltar que é necessário contratar alguns especialistas em determinadas áreas para que ocorra uma boa elaboração do plano museológico para uma maior interação com o visitante, conforme o mostrado abaixo:

- a) **Historiador:** responsável pelo levante histórico junto a população local. Responsável por selecionar todas as informações que farão parte do Ecomuseu, através da oralidade das comunidades nipônicas de Mogi das Cruzes. Quantidade: 01.
- b) **Arquivista:** será responsável pela organização, reunião, preservação, controle e fornecimento de acesso a informação orgânica e registrada no Ecomuseu. Essa informação pode ser registrada em qualquer suporte material. Quantidade 01.
- c) **Monitores:** serão responsáveis pela organização, reunião, acesso e ajuda aos visitantes do Ecomuseu. Deve controlar e organizar o fluxo de pessoas nos ambientes e orientar os estagiários em suas atividades. Quantidade 05 (1 por cada atrativo).
- d) **Estagiários:** será responsável pelo auxílio aos monitores e demais profissionais na elaboração do projeto e funcionamento do projeto. Quantidade 10 (2 por cada atrativo).

### 8.3 TECNOLÓGICOS

Com relação aos recursos tecnológicos é importante destacar que, para uma maior interação com o visitante, principalmente o público jovem, se faz necessária a

utilização de mídias que promovam a interlocução entre local e visitante. A partir disso, foram pensadas as seguintes interfaces:

- a) **Aplicativo para Mobile:** criação de aplicativo para celular e tablet (IOS e Android), contendo todas as informações sobre o roteiro e Eco museu. Deverá conter a história, imagens e horários de funcionamento do atrativo;
- b) **Banco de Dados:** criação de banco de dados a partir da inscrição dos visitantes via internet, visando definir faixa etária, datas e horários de maior público. Deverá ter uma interface com o Observatório de Turismo de Mogi das Cruzes;
- c) **Homepage:** criação de homepage para o Ecomuseu, contendo todas as informações sobre o mesmo. Deverá conter a história do local visitado, imagens, endereço.
- d) **Vídeos Institucionais:** produção de vídeos institucionais de dois minutos de duração contando a história do local visitado, bem como seus fatos importantes e curiosidades do local narrados através dos colonos. O áudio deverá ser em português com legendas em inglês e linguagem de sinais (Libras-Português);

Em datas comemorativas, poderão ser usados outros recursos de interação com o público visitante, que deverão ser analisados caso e caso, conforme a necessidade da data, devendo obedecer às etapas exigidas pela Associação para seu contrato e divulgação.

## 9 ETAPAS DO PROJETO

O projeto foi dividido em duas etapas de implantação e três fases execução para que fosse possível uma melhor leitura das atividades realizadas. As duas etapas referem-se ao projeto de Ecomuseu e de roteiro turístico, enquanto as fases referem-se as partes de execução e análise dos projetos. Abaixo segue a descrição de cada etapa constante no quadro 1.

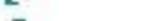
- a) **Etapa I:** reunião das atividades a serem executadas para a implantação do projeto do Ecomuseu. Compreende as fases I e III
- b) **Etapa II:** reunião das atividades a serem executadas para a implantação do projeto do Ecomuseu. Compreende as fases II e III
- c) **Fase I:** reunião das atividades a serem executadas para a implantação do projeto do Ecomuseu, descritas no cronograma físico.
- d) **Fase II:** reunião das atividades a serem executadas para a implantação do projeto do roteiro, descritas no cronograma físico.

- e) **Fase III:** reunião das atividades de análise do processo implantação do projeto de Ecomuseu e do roteiro, descritas no cronograma físico.

Tabela 1: Cronograma de Etapas

Id	Nome da tarefa	Duração	Início	Término	Predecessoras	Out/15	Nov/15	Dez/15	Jan/16	Fev/16	Mar/16	Abr/16	Mai/16	Jun/16	Jul/16	Ago/16	Set/16	Out/16	Nov/16	Dez/16	Jan/17	Fev/17	Mar/17	Abr/17	Mai/17	Jun/17	Jul/17	Ago/17	Set/17	Out/17	Nov/17	Dez/17	Jan/18
1	<b>FASE I - ECOMUSEU DA CULTURA JAPONESA EM MOGI DAS CRUZES</b>																																
2	Aprovação do Projeto	1 mês	Ter 01/12/15	Seg 28/12/15																													
3	Mobilização dos envolvidos no projeto	1 mês	Ter 29/12/15	Seg 25/01/16	2																												
4	Levantamento do acervo com o Bunkyo	2 meses	Ter 26/01/16	Seg 21/03/16	3																												
5	Elaboração do Plano Museológico	1 mês	Ter 22/03/16	Seg 18/04/16	3,4																												
6	Apresentação do Plano Museológico	1 mês	Ter 19/04/16	Seg 16/05/16	3,4,5																												
7	Captação de recursos públicos e privados	1,5 meses	Ter 17/05/16	Seg 27/06/16	6																												
8	Sistematização das oficinas nos polos	1 mês	Ter 28/06/16	Seg 25/07/16	4,5,7																												
9	Seleção de oficinas que serão realizadas	1 mês	Ter 26/07/16	Seg 22/08/16	8																												
10	Contratação de Funcionários	3 meses	Ter 23/08/16	Seg 14/11/16	7,8,9																												
11	Divulgação do Ecomuseu e suas atividades	1,5 meses	Ter 15/11/16	Seg 26/12/16	10																												
12	Inauguração do Ecomuseu	0,05 meses	Ter 27/12/16	Ter 27/12/16	11																												
13	<b>FASE II -ROTEIRO TURÍSTICO DE MEMÓRIA NIPÔNICA - Projeto Piloto</b>																																
14	Planejamento do roteiro turístico	2 meses	Ter 15/11/16	Seg 09/01/17	9,10																												
15	Captação financeira para o Roteiro	1,5 meses	Ter 10/01/17	Seg 20/02/17	14																												
16	Apresentação do produto para o Trade local	1 mês	Ter 21/02/17	Seg 20/03/17	15																												
17	Divulgação do Ecomuseu e suas atividades	1,5 meses	Ter 21/03/17	Seg 01/05/17	16																												
18	Operação dos roteiros turísticos nos eventos	0,05 meses	Ter 02/05/17	Ter 02/05/17	17																												
19	<b>FASE III - AVALIAÇÃO DO PROJETO DO ECOMUSEU E ROTEIRO</b>																																
20	Realimentação sobre a operação do Ecomuseu	2 meses	Qua 03/05/17	Ter 27/06/17	12,18																												
21	Avaliação dos impactos do roteiro turístico em Mogi das Cruzes	2 meses	Qua 28/06/17	Ter 22/08/17	20																												
22	Avaliação dos impactos do Ecomuseu em Mogi das Cruzes	2 meses	Qua 28/06/17	Ter 22/08/17	20																												
23	Propostas de melhorias para o Ecomuseu e os roteiros turísticos	2 meses	Qua 23/08/17	Ter 17/10/17	22																												
24	Divulgação do Ecomuseu e suas atividades	3 meses	Qua 23/08/17	Ter 14/11/17	20,22																												
25	Operação dos roteiros turísticos nos eventos	0,05 meses	Qua 15/11/17	Qua 15/11/17	24																												
26	Análise Final do projeto Ecomuseu	1,5 meses	Qui 16/11/17	Qua 27/12/17	25																												

Tarefa		Resumo do projeto		Resumo Manual		Marco externo	
Divisão		Tarefa Manual		Somente início		Data limite	
Marco		Somente duração		Somente término		Andamento	
Resumo		Acúmulo de Resumo Manual		Tarefa externa		Progresso manual	

## 10 CUSTOS DO PROJETO

Tabela 2: Custos Totais do Projeto

TABELA DE CUSTOS DIRETOS						
ITEM	UNIDADE	QUANT.	Período <sup>(1)</sup> (meses)	C. U.	CUSTOS	
					FIXO	VARIÁVEL
Projeto Museológico <sup>(2)</sup>	projeto	1	1	R\$ 500.000,00	R\$ 500.000,00	
Projeto de Identidade Visual <sup>(3)</sup>	projeto	1	1	R\$ 100.000,00	R\$ 100.000,00	
Gráfica/Panfletaria <sup>(4)</sup>	milheiro	1	12	R\$ 2.000,00		R\$ 24.000,00
Divulgação	projeto	1	20	R\$ 1.000,00		R\$ 20.000,00
Guia de Turismo <sup>(5)</sup>	funcionários/dia	2	4	R\$ 300,00	R\$ 2.400,00	
<b>TOTAL DE CUSTOS</b>					R\$ 602.400,00	R\$ 44.000,00
<b>TOTAL GERAL</b>					R\$ 646.400,00	

TABELA DE CUSTOS INDIRETOS						
ITEM	UNIDADE	QUANT.	Período <sup>(1)</sup> (meses)	C. U.	CUSTOS	
					FIXO	VARIÁVEL
Despesas de Escritório <sup>(6)</sup>	verba/mês	1	25	R\$ 1.500,00		R\$ 37.500,00
Salário do Museólogo <sup>(7)</sup>	funcionários/mês	1	20	R\$ 5.000,00	R\$ 100.000,00	
Salários dos Historiadores <sup>(8)</sup>	funcionários/mês	2	20	R\$ 5.000,00	R\$ 200.000,00	
Salários dos Monitores	funcionários/mês	5	20	R\$ 2.500,00	R\$ 250.000,00	
Salários dos Estagiários <sup>(9)</sup>	funcionários/mês	10	20	R\$ 750,00	R\$ 150.000,00	
Encargos sociais <sup>(10)</sup>	%/mês	125%	20	R\$ 27.500,00	R\$ 687.500,00	
Transportes <sup>(11)</sup>	funcionários/mês	19	20	R\$ 358,00	R\$ 136.040,00	
Alimentação <sup>(12)</sup>	funcionários/mês	19	20	R\$ 500,00	R\$ 190.000,00	
<b>TOTAL DE CUSTOS</b>					R\$ 1.713.540,00	R\$ 37.500,00
<b>TOTAL GERAL</b>					R\$ 1.751.040,00	

RESUMO DE CUSTOS	
Custos Diretos	R\$ 646.400,00
Custos Indireto	R\$ 1.751.040,00
<b>Total Final</b>	<b>R\$ 2.397.440,00</b>
Despesas/ mês	R\$ 99.893,33

(1) Para a composição do período foram considerados o mês fiscal com 20 dias úteis e 4 semanas

(2) Baseado no Museu Casa da Princesa. Disponível em: [http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2014/03/PlanoMuseologico\\_MuseuCasaPrincesa.pdf](http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2014/03/PlanoMuseologico_MuseuCasaPrincesa.pdf)

(3) Dados Associação dos Designers Gráficos do Distrito Federal - ADEGRAF

[http://www.adegraf.org.br/downloads/tabela\\_valores\\_2013\\_2015\\_web.pdf](http://www.adegraf.org.br/downloads/tabela_valores_2013_2015_web.pdf)

(4) Dados Papira Gráfica online. Disponível em: <https://www.papira.com.br/escolha-seu-produto/impressao-de-folder.html>

(5) O Período é diário para este caso

(6) Verba estipulada pelo autor, contemplam telefone, internet e materiais para o escritório

(7) Dados portal IG Educação. Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/educacao/guia-de-profissoes/museologia/4ee37476fb3b72f057000044.html>

(8) Dados portal IG Educação. Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/educacao/guia-de-profissoes/historia/4ee10cc9fb3b72f05700003a.html>

(9) Dados retirados da FUNDAP. Disponível em: <http://estagio.sp.gov.br/>

(10) Somatória de todas as aloquotas

(11) Tarifa Integração SPTTrans (R\$5,45) + SIM Mogi passes (R\$3,50) = R\$8,95 x 02 trechos diários x 20 dias =R\$358,00

(12) Vale Alimentação de R\$ 25,00 x 20 dias =R\$500,00

Disponível em:

Tabela 3: Cronograma de pagamentos financeiros estimados – Ecomuseu ( em R\$)

CRONOGRAMA DE PAGAMENTOS FINANCEIROS ESTIMADOS - ECOMUSEU (em R\$)																																
pagamentos a serem efetuados	2015/2016													2017													TOTAL DAS ATIVIDADES					
	dez/15	jan/16	fev/16	mar/16	abr/16	mai/16	jun/16	jul/16	ago/16	set/16	out/16	nov/16	dez/16	jan/17	fev/17	mar/17	abr/17	mai/17	jun/17	jul/17	ago/17	set/17	out/17	nov/17	dez/17							
Projeto Museológico	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000																					500.000						
Projeto de Identidade Visual		30.000	30.000	40.000																						100.000						
Gráfica/Panfletária					2.000	2.000	2.000	2.000		2.000		2.000		2.000		2.000		2.000		2.000		2.000		2.000		24.000						
Divulgação						1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	20.000						
Guia de Turismo						600						600						600					600			2.400						
Despesas de Escritório	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	37.500						
Salário do Museólogo						5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	100.000						
Salários dos Historiadores						10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	200.000						
Salários dos Monitores						12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	250.000						
Salários dos Estagiários						7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	150.000						
Transportes						6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	6.802	136.040						
Alimentação						9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	9.500	190.000						
Encargos sociais						34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	34.375	687.500						
<b>TOTAL DE MENSAL APROXIMADO</b>	101.500	131.500	131.500,00	141.500,00	103.500,00	90.777	90.177	90.177	88.177	90.177	88.177	90.777	88.177	90.177	88.177	90.177	88.177	90.777	88.177	90.177	88.177	90.177	88.177	90.777	88.177	<b>2.397.440</b>						
<b>TOTAL ANUAL</b>						1.326.116													1.071.324													<b>2.397.440</b>

## 11 JUSTIFICATIVA DE PREÇOS

Com o intuito de impulsionar os jovens estudantes da área de Turismo de Mogi das Cruzes da ETEC Presidente Vargas, oriundos dos cursos de **eventos** e do CRESCER - Centro Municipal de Apoio à Educação de Jovens e Adultos, dos cursos de **organização de eventos e monitor de turismo receptivo** em uma primeira colocação profissional, apostamos na qualificação dos mesmos para serem monitores do Ecomuseu da Cultura Japonesa.

Uma forma de instrumentalizar estes jovens acerca da história da Imigração Japonesa e de torná-los conscientes de uma história que vai além da História Oficial, sugerimos a metodologia de círculo de histórias do **Museu da Pessoa** que debate conceitos de História, Memória individual e Coletiva baseando-se na “metodologia de entrevista, baseada em história de vida, a fim de formar os participantes em metodologias de História Oral e sensibilizar para o registro, organização e socialização de histórias de vida”. De acordo com Karen Worcman, fundadora do Museu da Pessoa:

Sob esta perspectiva, é que posicionamos a captação e disseminação de histórias de vida. As histórias de vida nos apresentam experiências diversas dentro de um mesmo território. Revê-las é trabalhar para inseri-las como parte das narrativas constitutivas de uma cidade, é reinterpretar este território, relativizando valores implicitamente estabelecidos. Constituir um espaço aberto a toda e qualquer pessoa que queira narrar sua história para fazer parte da memória coletiva dessa cidade é disputar, na dimensão da memória, o território simbólico de uma cidade. Tais narrativas nos apresentam esquinas, casas, lugares e trajetórias muitas vezes invisíveis para a maior parte de seus habitantes.

O projeto do Ecomuseu trabalhará a Memória afetiva e simbólica em relação à história e cultura dos imigrantes japoneses, neste sentido, a narrativa de histórias é uma ferramenta poderosa no resgate e preservação da mesma.

Com o aporte de um ou mais historiadores arquivistas com especialização em Museologia, inferimos que a História da Imigração Japonesa em Mogi das Cruzes possa ser reapropriada por seus moradores e visitantes, através da metodologia do Museu da Pessoa, com base em entrevistas e gravação em vídeo, que podem ser apreendidas pelos monitores do Ecomuseu e transmitidas aos visitantes.

Tramita na câmara dos deputados o projeto de lei que regulamenta a profissão dos historiadores. Estes são os profissionais mais adequados ao exercício de suporte arquivístico e museológico para o resgate e a preservação da história de comunidades em museus e instituições privadas em geral. Como não há uma associação resoluta em termos de piso salarial para historiadores, inferimos que no orçamento de contratação individual da consultoria deste profissional deve constar um pagamento mínimo de R\$1917,78 reais mensais, em decorrência da média salarial de historiadores que atuam no magistério.

A consultoria de historiadores também pode ser realizada em contratação de serviços de empresa especialista na oferta de consultoria de historiadores, o que pode ser feito pela responsável administrativa do Ecomuseu, em termos de cotação, no qual inclui prestação de serviços de no mínimo três empresas, com oferecimento de serviços similares e onde é escolhida a mais viável em termos da necessidade do trabalho a ser realizado e do custo relativo.

## 12 PATROCINIO E PARCERIAS

No que tange aos custos de projeto, uma forma de diminuí-los é por meio de parcerias com empresas que estejam ligadas à história da cultura nipônica e ao turismo local. Dentre elas, destacamos as empresas e órgãos abaixo listados, uma vez eles estão ligados diretamente ao turismo da cidade. São eles:

- a) **Bunkyo de Mogi das Cruzes (Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa e de Assistência Social):** a Associação Bunkyo de Mogi das Cruzes, como líder da execução do Projeto do Eco museu, por sua experiência com grandes organizações festivas e com sua missão de salvaguarda e de divulgação da Cultura dos nipônicos e seus descendentes.
- b) **Associação Casarão do Chá:** Devido ao já citado interesse em promover rotas de valorização da história japonesa, sugerimos que esta Associação auxilie para que o Casarão do Chá esteja apto a participar do roteiro proposto neste projeto Interdisciplinar de Turismo. Segundo informações do site Oficial da Associação do Casarão do Chá:

A Associação Casarão do Chá é uma entidade sem fins lucrativos que tem como principais objetivos a restauração, preservação e transformação do patrimônio nacional Casarão do Chá em centro histórico, turístico e cultural na região do Cocuera em Mogi das Cruzes – SP. Fundada em 19 de outubro de 1996 por seu atual presidente Akinori Nakatani, esta associação

trabalhou desde o princípio na restauração do patrimônio Casarão do Chá junto aos órgãos competentes durante 17 anos, e hoje é responsável pela preservação e desenvolvimento do Casarão.

- c) ASDETUR (Associação do Empresários de Turismo Rural):** como uma representante do Turismo Rural em Mogi das Cruzes, a ASDETUR é um essencial articulador na execução do roteiro de Turismo Rural com a temática de valorização da Cultura Japonesa, por sua ampla experiência com os roteiros rurais, dos quais as propriedades sugeridas por este projeto interdisciplinar já são associadas, o que facilita a comunicação e elaboração dos melhores roteiros para a valorização da Cultura Japonesa.
- d) Prefeitura de Mogi das Cruzes e Governo do Estado de São Paulo:** são bons articuladores para que se possam buscar parcerias, uma vez que estes mesmos podem oferecer redução de impostos através de leis orçamentárias para as empresas que vierem a patrocinar qualquer evento cultural na cidade ou no Estado de São Paulo.
- e) ETEC Presidente Vargas e CRESCER:** como instituições educacionais que detêm cursos na área de turismo, podem firmar contrato de estágio de discentes para atuarem no projeto. Dessa forma pode-se ofertar retorno à sociedade visando empregar os estudantes locais. Salientamos que, caso as propriedades julguem necessário, poderão buscar parcerias com outras escolas que possam oferecer serviços e mão de obra.

Além destas tradicionais parceiras do turismo rural em Mogi das Cruzes os autores do projeto entendem que podem ser feitas parcerias com empresas de setores específicos que podem ter algum interesse no projeto por produzirem bens e serviços nos âmbitos municipal e estadual. Dentre estes destacamos dois setores:

**a) Informática:** empresas deste setor podem oferecer o serviço de instalação e manutenção dos totens e bancos de dados, bem como a aparelhagem física; de forma mais barata ou gratuita, uma vez que eles já têm a estrutura montada. Além disso, podem se beneficiar das propostas, uma vez que podem conseguir redução de impostos. Pode ser dada preferência às empresas que já atuem na cidade.

**b) Empresas japonesas:** há empresas japonesas interessadas em ações que promovam a memória da cultura. Em Mogi há diversas empresas que permeiam diferentes ramos que patrocinam ou apoiam os eventos já existentes tais como: Tokio Marine Seguros, Sansuy, Azuma Kirin, Sakura, Santander, Sebrae-SP, Caixa Econômica Federal. Em longo prazo empresas multinacionais japonesas podem ser consultadas para estabelecer alianças com estes projetos tais como: Mitsubishi Corporation, Canon, Nissan, Honda, Toyota.

### **13 RESULTADOS ESPERADOS**

De acordo com o trabalho final do plano diretor de Turismo elaborado para o município de Mogi das Cruzes, a diretriz de Mobilização e Sensibilização dos Três Setores, propõe sensibilizar os moradores de Mogi das Cruzes sobre as histórias dos imigrantes japoneses que se estabeleceram na cidade, assim como suas contribuições culturais para a formação e desenvolvimento do município, com o intuito de consolidar a cultura japonesa na cidade para fins turísticos e qualificar a demanda de turistas nipo-descendentes já existente.

Como grande parte dos moradores da cidade não têm conhecimento das heranças deixadas pela colônia japonesa e de sua importância, acreditamos que através da herança de suas práticas culturais e ritualísticas, é possível disseminar o conhecimento das contribuições e o valor desses imigrantes para a cidade e região.

### **14 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O projeto “Ecomuseu da Cultura Japonesa em Mogi das Cruzes”, é de grande importância para a cidade, uma vez que buscará preservar a cultura japonesa presente na cidade, bem como difundi-la entre a população local, visitantes e turistas, buscando evidenciar a importância da imigração japonesa perante a memória coletiva.

As características arquitetônicas, expressões culturais e importância dos locais perante a história da sociedade, permitiram construir a história dos imigrantes japoneses e de como eles se firmaram na região de Mogi das Cruzes, tornando-a a região responsável por abastecer grande parte da capital paulista com produtos agrícolas, tanto pela menor distância, como pela qualidade e variedade de seus produtos. Isso permitiu a proposta de dar foco principal no resgate e resguardo da memória no território mogiano e, assim, entre as propostas e tipos de museus foi

selecionado o Ecomuseu como modelo para o projeto piloto, o que permitiu visualizar a ideia de integração entre a população local e o rural, somado aos principais atrativos turísticos e de uso da população local na construção do Ecomuseu da Cultura Japonesa de Mogi das Cruzes. O roteiro foi organizado de acordo com a história dos japoneses e seus descendentes, o que concentrou o mesmo no bairro de Cocuera, tanto por questões de logística, quanto pela identidade cultural das mesmas.

A implementação do projeto se dará de curto em longo prazo, sugerimos através de etapas que o projeto do Ecomuseu se amplie e passe a ser mais um produto turístico da cidade. Além disso, elencamos outros Projetos Interdisciplinares que podem a ser beneficiários e beneficiados com a proposta deste trabalho.

Dentro disso, a proposta visa preservar a cultura nipônica dentro do contexto mogiano, dando suporte e desenvolvimento para a mesma através do incentivo ao turismo na região. Desta forma a comunidade é resguardada e devolve todo o investimento feito pela sociedade através de impostos em empregos e postos de trabalho para os moradores da região e seu entorno.

## 15 BIBLIOGRAFIA

ASDETUR. Fruticultura Hoçoya, disponível em: <<http://www.asdetur.com.br/fruticultura-hocoya.html> .> Acesso em 06 de novembro de 2015.

BOHAN, H. A experiência internacional: notas de aula. São Paulo: FAU-USP, 1974.

BRASIL. Congresso. Senado. Constituição (2009). Lei nº 11904, de 14 de janeiro de 2009. **Institui O Estatuto de Museus e Dá Outras Providências**. Brasília, DF, Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2009/Lei/L11904.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L11904.htm)>. Acesso em: 09 nov 2015.

BUENO, Silveira. Minidicionário da Língua Portuguesa. FTD Editora, São Paulo 2000.

CAMÂMARA LEGISLATIVA. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/camارانoticias/noticias/TRABALHO-E-PREVIDENCIA/465842-COMISSAO-APROVA-PROPOSTA-QUE-REGULAMENTA-PROFISSAO-DE-HISTORIADOR.html>. Acesso em 22 nov. 2015.

CASARÃO DO CHÁ. Turismo no Casarão do Chá, disponível em: [http://casaraodocha.org.br/wp/?page\\_id=22](http://casaraodocha.org.br/wp/?page_id=22)>. Acesso em 05 de novembro de 2015.

CULTURA JAPONESA. Disponível em: < <http://www.culturajaponesa.com.br/>>. Acesso em: 09 nov 2015.

DUARTE, Luiz Fernando Dias. Memória e reflexividade na cultura ocidental. In: ABREU, R. e CHAGAS, M. (orgs.). **Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos**. Rio de Janeiro, DP&A, 2003.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO. Disponível em: <[http://www.fundacaofia.com.br/gdusm/mogi\\_cruzes.htm](http://www.fundacaofia.com.br/gdusm/mogi_cruzes.htm)>. Acesso em 22 nov. 2015

G1. Parque Centenário da Imigração Japonesa, disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/mogi-das-cruzes-suzano/noticia/2014/10/parques-de-mogi-das-cruzes-tem-horario-estendido-no-horario-de-verao.html>>. Acesso em 05 de novembro de 2015.

HIRATA, Ricardo Yoshiyuki. **Tempo e espaço na dinâmica migratória japonesa: o caso de Mogi das Cruzes**. 2006. Conference Paper - XV Encontro Nacional de Estudos Populacionais, ABEP.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Museu e Turismo: estratégias de cooperação** – BRASÍLIA, DF: IBRAM, 2014.

JORNAL QUARTEIRÃO: **Ecomuseu, Desenvolvimento Social e Turismo**. Santa Cruz, Rio de Janeiro, 1 jul. 2006. Disponível em: <[http://morrodaqueimada.fiocruz.br/pdf/15\\_Ecomuseu Desenvolvimento Social e Turismo.pdf](http://morrodaqueimada.fiocruz.br/pdf/15_Ecomuseu%20Desenvolvimento%20Social%20e%20Turismo.pdf)>. Acesso em: 09 nov. 2015.

LEMOS, A.C. **O que é Patrimônio Histórico**.1981. Disponível em: < <http://pt.scribd.com/doc/50880456/LEMOS-O-Que-e-Patrimonio-Historico-LIV> >. Acesso em 21 nov. 2015.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/piso-salarial-de-professores?id=21042>>. Acesso em 22 nov. 2015

MUSEU DA PESSOA. Como a informática tem transformado o ofício do historiador? Da Estação Multimídia ao Blog: uma reflexão sobre as novas tecnologias e o Museu da Pessoa. Disponível em: <<http://www.museudapessoa.net/public/editor/fflch.pdf>>. Acesso em 22 nov. 2015.

PREFEITURA DE MOGI DAS CRUZES. Furusato Matsuri. Disponível em: <<http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/comunicacao/noticia.php?id=9016>>. Acesso em 22 nov. 2015.

PREFEITURA DE MOGI DAS CRUZES. Parque Centenário da Imigração Japonesa, disponível em: <http://www.mogidascruzes.sp.gov.br/verde/pqcentenario.php>>. Acesso em 05 nov. 2015.

UNESCO (França) (Ed.). Images of ecomuseum. **Museum**, Paris, v. 37, n. 148, p.182-244, Não é um mês valido! 1985. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001273/127347Eo.pdf>>. Acesso em: 9 nov. 2015.

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). Disponível em <http://www.unesco.org/new/pt/brasil>>. Acesso em 22/12/2015.

WORCMAN, Karen. Metodologia do Museu da Pessoa, disponível em: <[http://www.museudapessoa.net/public/editor/como\\_hist%C3%B3rias\\_de\\_vida\\_mostra\\_m\\_cidades\\_invis%C3%ADveis.pdf](http://www.museudapessoa.net/public/editor/como_hist%C3%B3rias_de_vida_mostra_m_cidades_invis%C3%ADveis.pdf)>. Acesso em 22 nov. 2015.