

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA



DO ESTADO DE SÃO PAULO

PROJETO DE LEI N° 0663/2019

ESTEVAM GALVÃO

RGL 03463/2019

Classifica como de Interesse Turístico o Município de Suzano.

VOL. 7



5

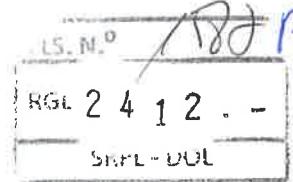


Foto 47 - Banheiros Pesqueiro Carrossel.

Fonte: Elétrons, 2015.

O pesqueiro encontra-se muito próximo a Aldeia Lobo Velho, ao Recanto da Torre, à Chácara da Toca e à Chácara Prosperidade, logo, se fornecesse uma estrutura melhor e mais atraente poderia realizar “parcerias” com os visitantes destes empreendimentos.

Foto 48 - Estrutura externa Pesqueiro Carrossel.



Fonte: Elétrons, 2015.

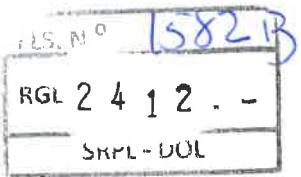


Foto 49 - Estrutura dos lagos Pesqueiro Carrossel.



Fonte: Elétrons, 2015.

O pesqueiro conta com uma lanchonete, porém que tem poucas opções e uma vez por mês recebe bandas de música ao vivo.

A estrada de acesso não é pavimentada e apesar dos buracos existentes é acessível pela maioria dos veículos. A mesma não conta com mobiliários urbanos como iluminação noturna, lixeiras, ou pontos de ônibus, porém encontra-se a aproximadamente 2 km da Rodovia Índio Tibiriçá. Durante toda a extensão da estrada há diversas placas não padronizadas que indicam como chegar ao pesqueiro.

A única estratégia de comunicação do Pesqueiro são anúncios em Ribeirão Pires quando há eventos musicais; não possui website oficial nem página em redes sociais.

Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso do Pesqueiro Carrossel, de modo a sintetizar essas informações.

Tabela 121 - Condições de Uso do Pesqueiro Carrossel.

CONDIÇÕES DE USO		
Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante
Ruim	N/A	Regular
Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Inexistente	Existente	Ruim

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.





A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se o Pesqueiro Carrossel conforme tabela a seguir.

Tabela 122 - Grau de Atratividade do Pesqueiro Carrossel.

ATRATIVIDADE		
Singularidade e Expressividade	Abrangência Atual	Abrangência Potencial
Comum e de Expressividade Baixa	Regional (com ABC Paulista)	Regional

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Ainda considerando as condições de uso do atrativo destaca-se na tabela a seguir a avaliação da acessibilidade e da sinalização turística do mesmo.

Tabela 123 - Acessibilidade e Sinalização do Pesqueiro Carrossel.

Rua das Figueiras				SINALIZAÇÃO TURÍSTICA	
ACESSIBILIDADE				SINALIZAÇÃO TURÍSTICA	
Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Regular	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Existente (não padronizada)	Inexistente

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

dddd) Pague e Pesque Paraíso

A estrutura para a pesca é boa, os 5 lagos contam com bancos às suas margens, algumas lixeiras e 15 quiosques. Em volta do mesmo há bastante sombra devido à diversidade de árvores.

Porém, a área do restaurante necessita de melhorias, o local é escuro, possui algumas paredes com infiltração, o chão é irregular e no telhado há ninhos de pombo. Outro ponto negativo é a quantidade de lixo pequeno espalhado pelo local e a carpinagem, apesar de o lugar possuir paisagismo, há bastante mato.



Apenas um lago é visível a quem entra no local, seria interessante a colocação de placas indicativas internas.

O Pague Pague Paraíso é o pesqueiro mais próximo ao centro da cidade, encontra-se próximo da Chácara Vovó Maria, do Tênis Clube Suzano, do ACEAS Nikkey e da Granja Fujikura.

A estrada de acesso ao Pesqueiro não é pavimentada e possui diversos buracos, porém não necessita de veículos 4x4, e o único mobiliário urbano existente são postes de iluminação pública. A estrada referência é a Fazenda Viaduto, que também não conta com muitos mobiliários urbanos e possui muito lixo por toda a sua extensão.

Há placas de sinalização indicativa do pesqueiro, o mesmo não possui website oficial ou página em redes sociais. Seus principais meios de comunicação são anúncios no “Jornal da Pesca” e mais um que o proprietário não soube informar.

Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso do Pague Pague Paraíso, de modo a sintetizar essas informações.

Tabela 124 - Condições de Uso do Pague Pague Paraíso.

CONDIÇÕES DE USO		
Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante
Regular	N/A	Ruim
Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Regular	Existente	Ruim

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se o Pague Pague Paraíso conforme tabela a seguir.

Tabela 125 - Grau de Atratividade do Pague Pague Paraíso.

ATRATIVIDADE		
Singularidade e Expressividade	Abrangência Atual	Abrangência Potencial



O adubo orgânico que é utilizado na plantação tem a sua qualidade enriquecida dentro da própria propriedade rural a partir de compostos orgânicos e o repouso em áreas abertas.

A via de acesso ao local não é pavimentada e se encontra em boas condições. Possui somente iluminação pública como mobiliário urbano.

Não há nenhum tipo de sinalização de acesso ou em frente ao local. Os equipamentos mais próximos são as propriedades rurais do Rui Terao e do Jair Flesh.

Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso do Sítio Hasegawa, de modo a sintetizar essas informações.

Tabela 127 - Condições de Uso do Sítio Hasegawa.

CONDIÇÕES DE USO		
Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante
Bom	Bom	Bom (grupos específicos da área)
Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Regular	Existente	Regular

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se o Sítio Hasegawa conforme tabela a seguir.

Tabela 128 - Grau de Atratividade do Sítio Hasegawa.

ATRATIVIDADE		
Singularidade e Expressividade	Abrangência Atual	Abrangência Potencial
Raro e de Expressividade Baixa	Estadual	Estadual

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Ainda considerando as condições de uso do atrativo destaca-se na tabela a seguir a avaliação da acessibilidade e da sinalização turística do mesmo.

Tabela 129 - Acessibilidade e Sinalização do Sítio Hasegawa.

Rua Mimosa, 541	ACESSIBILIDADE	SINALIZAÇÃO TURÍSTICA



Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Boa	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

eeee) Jair Flesh

A propriedade rural de Jair Flesh trabalha desde 2012 com orgânicos e tem diversificado a sua oferta ao longo dos anos, contando hoje com 50 tipos de produtos entre legumes e folhas, além de ter iniciado recentemente o cultivo de frutas.

Cerca de 95% de sua venda é direta em feiras que ocorrem nas cidades de Santos e Santo André. Para o público final a propriedade trabalha com o sistema de delivery, através do site [“www.organicosdavila.com.br”](http://www.organicosdavila.com.br), atendendo os municípios de São Paulo, Santo André e do Alto Tietê. São feitas 2 entregas por semana.

Também oferecem os produtos através de compra coletiva e para alguns restaurantes das cidades de São Paulo e Santo André.

O local está aberto, mediante agendamento, para visitas de clientes que querem conhecer a produção. Os responsáveis, entretanto, consideram pouco viável a oferta do “colha e pague” aos visitantes.

Jair Flesh já participou dos cursos de turismo rural oferecidos pelo SENAR e considera que sua propriedade ainda não está pronta para receber turistas, pois falta estrutura. Entretanto, demonstra interesse pela atividade.

A via de acesso ao local não é pavimentada e se encontra em boas condições. Possui somente iluminação pública como mobiliário urbano.

Não há nenhum tipo de sinalização de acesso ou em frente ao local. Os equipamentos mais próximos são as propriedades rurais do Rui Terao e o Sítio Hasegawa.

Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso da propriedade do Jair Flesh, de modo a sintetizar essas informações.

Tabela 130 - Condições de Uso da propriedade Jair Flesh.

CONDIÇÕES DE USO		
Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante



Bom	Bom	Bom
Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Regular	Existente	Bom

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se a propriedade Jair Flesh conforme tabela a seguir.

Tabela 131 - Grau de Atratividade da propriedade Jair Flesh.

ATRATIVIDADE		
Singularidade e Expressividade	Abrangência Atual	Abrangência Potencial
Poucos similares e de Expressividade Baixa	Estadual	Estadual

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Ainda considerando as condições de uso do atrativo destaca-se na tabela a seguir a avaliação da acessibilidade e da sinalização turística do mesmo.

Tabela 132 - Acessibilidade e Sinalização da propriedade Jair Flesh.

Rua Mimosa, 160				SINALIZAÇÃO	
ACESSIBILIDADE				SINALIZAÇÃO	
Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Boa	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Sítio Cazarini

O Sítio Cazarini trabalha com a produção de orgânicos, principalmente verduras e algumas frutas. Há também a criação de galinhas para produção de ovos e a posterior venda.

O proprietário do local se mostra interessado no turismo, o que o fez construir um banheiro para visitantes e ter a ideia de futuramente transformar um espaço de um antigo galinheiro em salão de recepção e café para fregueses que frequentam o espaço.



Atualmente os visitantes são, principalmente, amigos, conhecidos e familiares que querem conhecer a propriedade.

No local é possível conhecer uma pequena estufa onde se encontram mudas de hortaliças, o galinheiro e uma grande área de plantação de orgânicos. Porém nota-se que a propriedade necessita de carpinagem, de uma melhor manutenção e limpeza, para facilitar a locomoção e também para melhorar a imagem e visualização do espaço.

Não há ainda nenhuma estrutura para receber visitantes e o caminho até a plantação possui mato alto e nenhum acesso facilitado com terra batida e pedras.

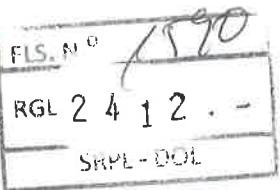
Foto 50 - Caminho para visualização da plantação de orgânicos do Sítio Cazarini.



Fonte: Elétrons, 2015.

Foto 51 - Acesso ao banheiro que se encontra ao fundo - Sítio Cazarini.





Fonte: Elétrons, 2015.

O proprietário possui um empório há dois anos na cidade de Suzano onde vende seus produtos. O filho que trabalha no estabelecimento já fez curso de turismo rural do SENAR oferecido pela Prefeitura Municipal e Sindicato Rural de Suzano e recebe total incentivo do pai. Os principais clientes do empório são de Suzano, seguido de Poá e Ribeirão Pires.

O acesso ao local é pavimentado e os únicos mobiliários urbanos são a iluminação pública e a sinalização de trânsito. O Sítio se encontra próximo ao Atelier Lázaro Teixeira, que aparentemente está fechado sem funcionamento.

Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso do Sítio Cazarini, de modo a sintetizar essas informações.

Tabela 133 - Condições de Uso do Sítio Cazarini.

CONDIÇÕES DE USO		
Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante
Ruim	Bom	Bom
Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Regular	Existente	Ruim

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se o Sítio Cazarini a seguir.

Tabela 134 - Grau de Atratividade do Sítio Cazarini.

ATRATIVIDADE		
Singularidade e Expressividade	Abrangência Atual	Abrangência Potencial
Poucos similares e de Expressividade Baixa	Regional	Regional

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Ainda considerando as condições de uso do atrativo destaca-se na tabela a seguir a avaliação da acessibilidade e da sinalização turística do mesmo.

Tabela 135 - Acessibilidade e Sinalização do Sítio Cazarini.

Estrada do Kidani, 585	
ACESSIBILIDADE	SINALIZAÇÃO



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo



FLS. N°

1591

RGL 2412 -

BRASIL - DOL

Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Boa	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

gggg) Marco Lima Jr.

A propriedade rural de Marco Lima Jr. utiliza da técnica da hidroponia para a produção de alface crespa.

A hidroponia é uma técnica de cultivar plantas sem solo a partir de uma solução nutritiva balanceada que contém água e todos os nutrientes essenciais para o desenvolvimento da planta. Na produção de Marco Lima Jr. as raízes ficam suspensas em meio líquido e as plantas crescem e se desenvolvem.

Os únicos visitantes do local são pessoas que também trabalham com hidroponia ou que possuem alguma dúvida referente à técnica e vão até a propriedade para saná-la.

O proprietário não se mostra muito interessado pelo turismo e quando pessoas que ele não conhece batem à sua porta, curiosas sobre a técnica, o mesmo prefere não recebê-las. Além disso, Marco teme que o turismo afete sua produção, pelo fato da plantação através da hidroponia ser frágil e facilmente danificada.

O local não possui estrutura de recepção de visitantes e tem uma boa manutenção e limpeza. Os principais clientes do local são mercados pequenos e sacolão em que o próprio proprietário organiza as entregas e não há a retirada dos produtos na propriedade.

O acesso ao local não é pavimentado e a via é de terra batida com pedras, não há calçamento e em relação ao mobiliário urbano há somente iluminação. O local se encontra próximo à Chácara Sato.

Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso da propriedade do Marco Lima Jr., de modo a sintetizar essas informações.

Tabela 136 - Condições de Uso da propriedade do Marco Lima Jr.

CONDIÇÕES DE USO		
Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante
Bom	Bom	Bom (visitantes específicos)



Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Regular	Existente	Bom

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se a propriedade do Marco Lima Jr. conforme tabela a seguir.

Tabela 137 - Grau de Atratividade da propriedade do Marco Lima Jr.

ATRATIVIDADE		
Singularidade e Expressividade	Abrangência Atual	Abrangência Potencial
Raro e de Expressividade Baixa	Regional	Regional

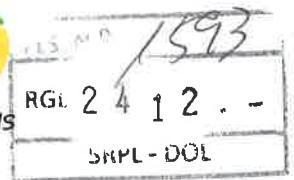
Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Ainda considerando as condições de uso do atrativo destaca-se na tabela a seguir a avaliação da acessibilidade e da sinalização turística do mesmo.

Tabela 138 - Acessibilidade e Sinalização da propriedade do Marco Lima Jr.

Rua Keigo Sato, 119				SINALIZAÇÃO	
ACESSIBILIDADE				SINALIZAÇÃO	
Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Boa	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.



hhh) João Kazuya Ishibashi

Na propriedade de João Kazuya Ishibashi há o cultivo de mais de 80 espécies de plantas ornamentais. Foram os avós do proprietário que introduziram a kaizuka (um tipo de conífera que cresce em espiral), o Bonsai e a Azaléia no paisagismo brasileiro.

Os principais clientes do local são o CEASA (Centrais Estaduais de Abastecimento), lojistas, decoradores e paisagistas, a maioria do Estado e cidade de São Paulo, porém também fazem algumas vendas para todo o Brasil.

Cerca de 40% da mercadoria é entregue pela propriedade aos clientes, e 60% buscam no local de produção.

A propriedade rural não possui estrutura de recepção de visitantes, principalmente por esse não ser o seu atual foco. Os únicos que visitam o local são compradores que aparecem ali para retirada de mercadoria e tratar de negócios.

O pavimento interno próximo à produção se encontra por vezes com lama, pedras e irregularidades que podem prejudicar a locomoção daqueles que visitam o local.

A via de acesso não é pavimentada e possui algumas irregularidades. O único mobiliário urbano é a iluminação pública. A propriedade rural de João Kazuya se encontra próximo à Casa de Repouso Suzano e ao Sítio TKM.

Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso da propriedade do João Kazuya Ishibashi, de modo a sintetizar essas informações.

Tabela 139 - Condições de Uso da propriedade do João Kazuya Ishibashi

CONDIÇÕES DE USO		
Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante
Regular	Bom	Regular (visitantes específicos)
Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Regular	Existente	Regular

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.



A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se a propriedade do João Kazuya Ishibashi conforme tabela a seguir.

Tabela 140 - Grau de Atratividade da propriedade do João Kazuya Ishibashi

ATRATIVIDADE		
Singularidade e Expressividade	Abrangência Atual	Abrangência Potencial
Poucos Similares e de Expressividade Baixa	Estadual	Estadual

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Ainda considerando as condições de uso do atrativo destaca-se na tabela a seguir a avaliação da acessibilidade e da sinalização turística do mesmo.

Tabela 141 - Acessibilidade e Sinalização da propriedade do João Kazuya Ishibashi

Estrada do Tany, 1881				SINALIZAÇÃO	
ACESSIBILIDADE				SINALIZAÇÃO	
Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Em geral BOA	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

iii) Flora Évora - Eduardo Merida Giampersa

A propriedade rural Flora Évora possui 10 mil m² de estufas e trabalha há mais de 30 anos na elaboração de projetos e instalação de paisagismo, com destaque ao jardim vertical e ao telhado verde. Atualmente, dá também palestras e explicações em empresas e escolas públicas sobre sustentabilidade.

Há pouco tempo houve uma enchente no local devido ocupações irregulares ao redor da propriedade, e grande parte da produção foi perdida, assim como a estrutura que está em reforma e se encontra em grande parte deteriorada.



No passado o local recebeu algumas escolas particulares para atividades e explicações, porém hoje isso não acontece mais. Há até mesmo um espaço de recepção para oferta de café e para que visitantes possam se sentar, entretanto esse local não é mais utilizado e atualmente o proprietário, apesar de um pouco interessado no turismo, não tem feito ações para que o mesmo ocorra em sua propriedade.

Devido à enchente a estrutura do local ainda está desorganizada, havendo lama, objetos jogados ao chão e irregularidades nos acessos internos que dificultam a locomoção dentro da propriedade. Além disso, há diversos pontos de água parada e uma enorme quantidade de mosquitos, o que se torna perigoso para os que frequentam e visitam o local devido à transmissão de doenças.

Atualmente, os visitantes do local se resumem a paisagistas, agrônomos e pessoas ligadas à área. Com um baixo fluxo de visitas o local não possui uma estrutura de atendimento ao público final e só trabalha com clientes externos, para os quais fazem a entrega do produto.

A mercadoria é vendida no CEASA (Centrais Estaduais de Abastecimento) de São Paulo, e os principais clientes são atacadistas e paisagistas da capital, porém há também clientes em outros lugares do Brasil.

O acesso ao local se dá pela Estrada Furuyama que tem apenas uma parte pavimentada e depois se transforma em terra batida. No entorno dessa há muito lixo, ocupações irregulares, falta de segurança, além de não haver nenhum tipo de mobiliário urbano, nem mesmo iluminação pública. Já houve um projeto para asfaltar a Estrada e estendê-la até Mogi das Cruzes, porém até o momento nada foi feito.



Foto 52 -Estrada Furuyama com lama e grande quantidade de lixo.



Fonte: Elétrons, 2015.

Foto 53 - Acúmulo de materiais na área interna onde ocorreu a enchente - Flora Évora.



Fonte: Elétrons, 2015.

Não há sinalização de acesso e a única placa de sinalização interpretativa se encontra em frente ao portão de acesso do local com informações de contato, horários e dias de funcionamento.

A propriedade se encontra próxima ao Centro Comunitário Boa Vista e à propriedade rural do Enio Sergio Magrini.

Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso da Flora Évora, de modo a sintetizar essas informações.



Tabela 142 - Condições de Uso da propriedade da Flora Évora

CONDIÇÕES DE USO		
Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante
Ruim (grande parte devido à enchente)	Bom	Bom (atualmente somente visitantes específicos)
Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Inexistente	Existente	Ruim (grande parte devia à enchente)

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se a propriedade da Flora Évora conforme tabela a seguir.

Tabela 143 - Grau de Atratividade da propriedade da Flora Évora

ATRATIVIDADE		
Singularidade e Expressividade	Abrangência Atual	Abrangência Potencial
Poucos similares e de Expressividade Baixa	Estadual	Estadual

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Ainda considerando as condições de uso do atrativo destaca-se na tabela a seguir a avaliação da acessibilidade e da sinalização turística do mesmo.

Tabela 144 - Acessibilidade e Sinalização da propriedade da Flora Évora

ACESSIBILIDADE				SINALIZAÇÃO	
Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Ruim	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Existente (não padronizada)

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.



jjjj) Chácara de Rosas Magrini - Enio Sergio Magrini

A propriedade do Enio Sergio Magrini é a responsável pelo cultivo de em média 120 variedades de rosas no município. O proprietário atua nessa área há 20 anos e o cultivo de rosas vem de uma tradição familiar.

A caixa com muda de rosa custa em média R\$ 25 e não há a possibilidade de compra somente das flores.

Enio recebe de 5 a 6 carros por sábado de compradores que visitam a propriedade, a maioria de Mogi das Cruzes. Além disso, já recebeu grupos da terceira idade organizados pela Prefeitura Municipal de Suzano.

O proprietário tem interesse no turismo, porém vê a necessidade de adequar a sua estrutura, com a construção de banheiros, calçamento interno no canteiro principal da plantação para uma melhor locomoção, e um espaço de repouso e recepção de visitantes.

Enio já participou de um curso sobre cultivo de rosas no Sindicato Rural, assim como de reportagens televisivas do Globo Rural.

O local fornece seus produtos principalmente para o CEASA (Centrais Estaduais de Abastecimento) e para a decoração de eventos. A divulgação é feita por panfletos, pela rede social Facebook e pelo site *Youtube*, porém todos com um baixo acesso do público.

A via de acesso ao local é pavimentada e possui como mobiliário urbano somente iluminação pública, porém nas proximidades há ponto de parada de ônibus e telefone público.

Não há sinalização de acesso e as únicas sinalizações são uma grande placa indicativa ao lado da propriedade com o escrito “Chácara de Rosas Magrini” e uma pequena placa interpretativa no portão de acesso com os horários e dias de funcionamento. O local mais próximo à Chácara de Rosas é o Templo Hare Krishna Suzano Mandir, a cerca de 2 km.

Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso da Chácara de Rosas Magrini, de modo a sintetizar essas informações.



Tabela 145 - Condições de Uso da propriedade da Chácara de Rosas Magrini.

CONDIÇÕES DE USO		
Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante
Bom	Bom	Ótimo
Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Regular	Existente	Bom

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se a propriedade da Chácara de Rosas Magrini conforme tabela a seguir.

Tabela 146 - Grau de Atratividade da propriedade da Chácara de Rosas Magrini.

ATRATIVIDADE		
Singularidade e Expressividade	Abrangência Atual	Abrangência Potencial
Raro e de Expressividade Média	Regional	Estadual

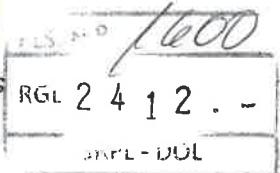
Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Ainda considerando as condições de uso do atrativo destaca-se na tabela a seguir a avaliação da acessibilidade e da sinalização turística do mesmo.

Tabela 147 - Acessibilidade e Sinalização da propriedade da Chácara de Rosas Magrini.

Rosa Umehara Manabe, 102				SINALIZAÇÃO	
ACESSIBILIDADE					
Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Boa	Existente em poucos trechos e coberto de grama	Inexistente	Inexistente	Existente	Existente

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.



kkkk) Casa de Repouso Suzano

A Casa de Repouso Suzano é uma entidade benéfica que oferece atendimento social e médico a 30 idosos, em suítes individuais e duplas, além de atividades de lazer específicas para cada residente.

A produção orgânica sem o uso de agrotóxicos, de inhame, quiabo, milho mandioca, lacyo, nabo e alface é para consumo da própria casa. O destaque do local, porém, está na maior produção de Dália do Brasil, são aproximadamente 80 tipos de tamanhos, cores e formatos diferentes.

A fim de celebrar a tradição do cultivo de flores pelos japoneses, a casa, com o auxílio da Beneficência Nipo-Brasileira de São Paulo e de voluntários, organiza as tradicionais Festas da Dália e do Ipê, a primeira com um público entre 8 a 10 mil pessoas e a segunda com cerca de 2 mil.

O espaço está preparado para receber visitantes com uma estrutura completa e em boas condições de manutenção e limpeza. Conta com 25 banheiros masculinos e 25 banheiros femininos espalhados pelo local, um salão de festas e eventos com palco, cozinha, mesas e cadeiras, além de pessoal capacitado no atendimento ao público. Há também banheiros acessíveis aos portadores de necessidades especiais.

A Casa de Repouso pavimentou o caminho central que dá acesso à plantação de dália, para assim facilitar a locomoção tanto dos idosos residentes, quanto dos visitantes.

O local possui interesse no turismo, porém o florescimento das dália, segundo o responsável, acontece apenas uma vez ao ano por cerca de um mês, tornando necessária uma melhor organização durante esse período dos grupos interessados. Algumas escolas da cidade já fazem a visitação com seus alunos ao local.

A via de acesso não é pavimentada e possui algumas irregularidades. O único mobiliário urbano é a iluminação pública. A Casa de Repouso Suzano se encontra próxima à propriedade rural de João Kazuya e ao Sítio TKM.

Não há sinalização de acesso e a única placa indicativa se encontra ao lado do portão de entrada do local, com uma boa visibilidade e legibilidade.



Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso da Casa de Repouso Suzano, de modo a sintetizar essas informações.

1001
REG 2412.-
SINPL - DOL

Tabela 148 - Condições de Uso da Casa de Repouso Suzano

CONDIÇÕES DE USO		
Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante
Bom	Bom	Ótimo
Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Regular	Existente	Ótimo

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se a Casa de Repouso Suzano conforme tabela a seguir.

Tabela 149 - Grau de Atratividade da Casa de Repouso Suzano

ATRATIVIDADE		
Singularidade e Expressividade	Abrangência Atual	Abrangência Potencial
Raro e de Expressividade Alta (no período das dálias)	Estadual	Estadual

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Ainda considerando as condições de uso do atrativo destaca-se na tabela a seguir a avaliação da acessibilidade e da sinalização turística do mesmo.

Tabela 150 - Acessibilidade e Sinalização da Casa de Repouso Suzano

ESTRADA DO TANY, 751				SINALIZAÇÃO	
ACESSIBILIDADE			Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Em geral BOA	Existente	Inexistente	Existente	Existente	Inexistente

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.



Rui Terao começou a plantar no ano de 2011, experimentalmente, pés de maçã em sua propriedade, e no ano de 2013, após qualificar seu negócio, o agricultor colheu sete toneladas da fruta. Atualmente, são 900 pés de maçã irrigados por água de poço artesiano.

O proprietário também cultiva outros tipos de frutas como, por exemplo, o decopon, a lichia e a atemoia. Os produtos são vendidos diretamente na feira de agricultura familiar de Suzano, festividades da cidade e mercados locais.

Rui possui interesse no turismo e já realiza a atividade de colha e pague como forma de renda extra. Geralmente recebe grupos de 10 a 30 pessoas, sendo a maioria da terceira idade, da cidade de São Paulo e região.

Os grupos de visitantes são organizados pela agência Art Turismo da cidade de São Paulo e a frequência das visitas varia de acordo com a época das frutas.

Durante a visita é realizada uma reunião em uma área externa, próxima à churrasqueira, onde Rui dá uma palestra sobre colheita e durabilidade das frutas, e oferece um café da tarde diferenciado, com suco da época, bolo de decopon, doce de zamboa e kinkan. O passeio custa 20 reais por pessoa, mais o valor do quilo do colha e pague, sendo que os visitantes ficam livres para colher aquilo que lhes agrada.

O local possui uma estrutura em boas condições, com uma boa manutenção, porém o local onde a palestra é realizada (área de churrasqueira) necessita de uma melhor organização e limpeza. Não há acessibilidade à portadores de necessidades especiais e os banheiros que são utilizados encontram-se dentro da casa sede.

A via de acesso ao local é pavimentada e se encontra em boas condições. Os únicos mobiliários urbanos são a iluminação pública e a sinalização de trânsito e não há sinalização indicativa de acesso, nem mesmo sinalização interpretativa. A propriedade se encontra próxima ao Sítio Hasegawa e às propriedades de Jair Flesh e Domingos

Fredericci.

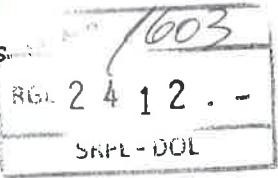


Foto 54 - Área da churrasqueira da propriedade de Rui Terao.



Fonte: Elétrons, 2015.

Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso da propriedade de Rui Terao, de modo a sintetizar essas informações.

Tabela 151 - Condições de Uso da da propriedade de Rui Terao

CONDIÇÕES DE USO		
Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante
Bom	Bom	Ótimo
Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Regular	Existente	Bom

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se a da propriedade de Rui Terao conforme tabela a seguir.

Tabela 152 - Grau de Atratividade da da propriedade de Rui Terao

ATRATIVIDADE		
Singularidade e Expressividade	Abrangência Atual	Abrangência Potencial
Raro e de Expressividade Média (no período das frutas)	Estadual	Estadual

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.



1604
2 4 1 2 . -
MEL-DOL

Ainda considerando as condições de uso do atrativo destaca-se na tabela a seguir a avaliação da acessibilidade e da sinalização turística do mesmo.

Tabela 153 - Acessibilidade e Sinalização da da propriedade de Rui Terao

Estrada do Tany, 751

ACESSIBILIDADE				SINALIZAÇÃO	
Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Boa	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

mmmm)“Sítio TKM”

O Sítio TKM é considerado o maior produtor de shimeji de Suzano, com uma grande produção de cogumelos em vasos ao abrigo de luz e em espaços climatizados.

Geralmente não fazem a venda direta e os produtos são enviados e distribuídos nos Estados de São Paulo, Mato Grosso, Rio de Janeiro e Bahia, sendo o CEAGESP (Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo) seu principal cliente.

A maioria das visitas que recebem é de clientes ou de pessoas relacionadas à área da fungicultura, como faculdades ligadas à agronomia, assim como grupos de coreanos também ligados a esse tipo de produção.

O local possui interesse no turismo esporádico e, atualmente, recebe cerca de um grupo de visitantes a cada dois meses e todo mês recebe pequenos grupos de até quatro pessoas que querem conhecer a propriedade. Normalmente há alguém que acompanha os visitantes e dá explicações.

Para a visita às salas climatizadas de produção não são necessárias roupas e medidas especiais de higiene para visitação. A estrutura, manutenção e limpeza do local se encontram em ótimas condições, e os banheiros dos funcionários são, por enquanto, os mesmos oferecidos aos visitantes.

A via de acesso não é pavimentada e possui algumas irregularidades. O único mobiliário urbano é a iluminação pública. O Sítio TKM se encontra próximo à propriedade rural de João Kazuya e à Casa de Repouso Suzano. Não há sinalização de acesso e nem mesmo qualquer placa indicativa em frente ao local, somente uma placa interpretativa ao lado do portão de entrada com os dias e horários de funcionamento.



Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso do Sítio TKM, de modo a sintetizar essas informações.

Tabela 154 - Condições de Uso do Sítio TKM

CONDIÇÕES DE USO		
Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante
Ótimo	Bom	Bom
Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Regular	Existente	Ótimo

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se o Sítio TKM conforme tabela a seguir.

Tabela 155 - Grau de Atratividade do Sítio TKM

ATRATIVIDADE		
Singularidade e Expressividade	Abrangência Atual	Abrangência Potencial
Raro e de Expressividade Baixa	Estadual	Estadual

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Ainda considerando as condições de uso do atrativo destaca-se na tabela a seguir a avaliação da acessibilidade e da sinalização turística do mesmo.



Tabela 156 - Acessibilidade e Sinalização do Sítio TKM

Estrada do Tany, 2800

ACESSIBILIDADE				SINALIZAÇÃO TURÍSTICA	
Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Em geral BOA	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

nnnn) Granja Ino

A Granja Ino, por ser a maior produtora de ovos de galinha do município de Suzano, ainda não possui uma estrutura adequada para a realização de atividade turística nem medidas de segurança a fim de evitar a contaminação do produto.

Porém, quanto à estrutura de produção está em ótimas condições. A granja está passando por um processo de modernização e automação que garante mais qualidade aos produtos e reduz as perdas, e é justamente isso que se torna atrativo no local.

O potencial do local está tanto para o desenvolvimento do turismo rural quanto do turismo técnico científico, integrado a universidades que queiram realizar pesquisas e auxiliar o próprio produtor. Atualmente, o fluxo de pessoas no local é exclusivo de transporte de mercadoria, não há venda para o público final. Quando às vezes há visitas de escolas e universidades, as mesmas são agendadas por e-mail e o Sr. Ino acompanha os visitantes.

A Granja não possui nenhum tipo de sinalização indicativa, nem mesmo em sua entrada e encontra-se na mesma estrada que o produtor Domingos Fredericci. É uma estrada não pavimentada, de difícil acesso, com inúmeros buracos e fissuras profundas, sem nenhum mobiliário urbano.

Ela não possui website oficial nem pagina em redes sociais, mas aparece em diversas listas telefônicas disponíveis na internet.

Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso da Granja Ino, de modo a sintetizar essas informações.



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

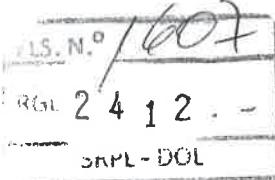


Tabela 157 - Condições de Uso da Granja Ino.

CONDIÇÕES DE USO

Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante
Ótima (não para o turismo)	N/A	Regular
Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Inexistente	Existente	Ótimo

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se a Granja Ino conforme tabela a seguir.

Tabela 158 - Grau de Atratividade da Granja Ino.

ATRATIVIDADE

Singularidade e Expressividade	Abrangência Atual	Abrangência Potencial
Raro e de Expressividade Baixa	Estadual (comércio)	Regional

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Ainda considerando as condições de uso do atrativo destaca-se na tabela a seguir a avaliação da acessibilidade e da sinalização turística do mesmo.

Tabela 159 - Acessibilidade e Sinalização da Granja Ino.

Rua Ida Jorge do Nascimento

ACESSIBILIDADE				SINALIZAÇÃO	
Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Ruim	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.



0000) Granja Fujikura

A Granja Fujikura, por ser uma das maiores fornecedoras de pintinhos e ovos de codorna do Brasil, ainda não possui uma estrutura adequada para a realização de atividade turística, está mais voltada a sua produção. Caso a atividade venha a ser desenvolvida, deve-se levar em conta medidas de segurança a serem tomadas a fim de evitar a contaminação do produto.

O interessante desta Granja é conhecer o processo de “criação” dos animais em incubadoras. O potencial do local está tanto para o desenvolvimento do turismo rural voltado ao público geral quanto do turismo técnico científico, integrado a universidades que queiram realizar pesquisas e auxiliar o próprio produtor. Atualmente, o fluxo de pessoas no local é exclusivo de transporte de mercadoria, não há venda para o público final. Quando às vezes há visitas de escolas e universidades, as mesmas são agendadas por e-mail e o Sr. William ou o Sr. Fábio acompanham os visitantes. Porém, não foi demonstrado interesse pela atividade.

A estrada de acesso a Granja é pavimentada, porém possui várias fissuras no asfalto e o único mobiliário urbano existente são postes de iluminação pública. A única sinalização existente é na entrada do local, não existem placas indicativas. Ela encontra-se próximo da Chácara Vovó Maria, do Tênis Clube Suzano, do ACEAS Nikkey e do Pesque Pague Paraíso.

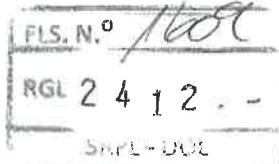
Ela possui website oficial, mas aparece em diversas listas telefônicas disponíveis na internet e já participou de reportagens da TV Diário e Globo Rural.

Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso da Granja Fujikura, de modo a sintetizar essas informações.

Tabela 160 - Condições de Uso da Granja Fujikura.

CONDIÇÕES DE USO		
Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante
Ótima (não para o turismo)	N/A	Regular
Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Regular	Existente	Ótimo

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.



A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se a Granja Fujikura conforme tabela a seguir.

Tabela 161 - Grau de Atratividade da Granja Fujikura.

ATRATIVIDADE		
Singularidade e Expressividade	Abrangência Atual	Abrangência Potencial
Raro e de Expressividade Baixa	Estadual (comércio)	Regional

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Ainda considerando as condições de uso do atrativo destaca-se na tabela a seguir a avaliação da acessibilidade e da sinalização turística do mesmo.

Tabela 162 - Acessibilidade e Sinalização da Granja Fujikura.

Rua das Figueiras				SINALIZAÇÃO TURÍSTICA	
ACESSIBILIDADE				SINALIZAÇÃO TURÍSTICA	
Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Regular	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Existente (não padronizada e apenas no local)	Inexistente

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

pppp) Leonardo Naoki Tanabe

Criador de carpas coloridas ornamentais (nishikigois) e de outros peixes ornamentais de água doce, o Sr. Haruki Tanabe começou sua criação há 40 anos e foi ao Japão, seu país de origem, fazer curso com um dos cinco melhores criadores de carpas do país asiático nos anos 1970. Ele foi o responsável por inserir diversas matrizes de nishikigoi e de outros peixes no Brasil, já foi destaque de matérias de revistas nacionais e internacionais e atualmente é o maior criador desse tipo de peixe do Brasil.



A nishikigoi é uma variação das carpas tradicionais. Elas apresentam as mais belas e diversas colorações e estampas. Este peixe é muito utilizado para decorar ambientes; representa sofisticação, sucesso, força, união e na cultura oriental é utilizada para comemorar a chegada de um filho homem; vivem em média 70 anos e são de fácil criação; encantam por sua beleza estética e sua forma de nadar.

Seus peixes podem chegar a custar até R\$ 20 mil, dependendo da variação escolhida, e além de criar e vender carpas, também oferece serviços de consultoria. Todos os anos realiza um leilão em seu estabelecimento antes da exposição que ocorre no Parque da Água Branca com apoio da Associação Brasileira de Nishikigoi da qual faz parte.

As vendas e a retirada dos peixes ocorrem no próprio local, pelo fato do cliente ter que escolher as carpas de acordo com a variedade e seu gosto, e também para que o proprietário possa auxiliar cada cliente de forma personalizada, por esse motivo as vendas acontecem em pequenas quantidades.

A maior parte dos compradores é da cidade de São Paulo e de cidades da região metropolitana de São Paulo. Alguns também são do interior do Estado (SP). Os visitantes são principalmente integrantes de comunidades nipônicas.

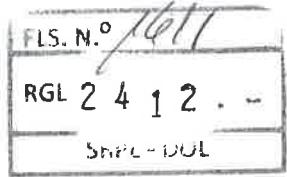
Além dos clientes, o local também recebe visitantes apenas para conhecer a criação; geralmente de duas a três pessoas por final de semana. O proprietário não se importa em receber curiosos, porém ao mesmo tempo não tem certeza sobre os benefícios do turismo para o seu estabelecimento, pois seu principal produto não pode ser vendido como peixe de aquário, a venda é muito específica e geralmente demora horas.

Leonardo, porém, se interessa pelo turismo e facilmente poderá se engajar em algum projeto que o beneficie. O mesmo acredita que o local deveria ter algo a mais (serviço e estrutura) para receber visitantes.

Além dos tanques de carpas, Leonardo possui também uma pequena loja de peixes de aquário, porém essa se encontra em más condições de estrutura, manutenção e limpeza, sendo necessário andar sobre tablados soltos de madeira para visitar o local.



Foto 55 - Estrutura de tablados da loja de peixes do estabelecimento de Leonardo Naoki Tanabe.



Fonte: Elétrons, 2015.

Em geral, a estrutura do estabelecimento é simples e não possui nenhuma atratividade, além dos peixes que se encontram em tanques e aquários. Seria interessante que o proprietário criasse um jardim com um pequeno lago para não só a apreciação dos visitantes, mas também para que os clientes possam ter um modelo a ser seguido e se sintam inspirados.

O local conta com a estrutura de dois banheiros, porém nenhum é acessível a portadores de necessidades especiais. As condições de manutenção e limpeza em geral são regulares, e o local poderia ser mais bem organizado, principalmente em relação à loja de peixes de aquário.

Em relação à comunicação, Leonardo possui um site que mantém os clientes informados acerca dos peixes e serviços oferecidos.

O acesso se dá por uma via pavimentada com irregularidades e alguns buracos no pavimento. Além disso, o único mobiliário urbano do entorno é a iluminação pública e um ponto de ônibus nas proximidades.

Não há sinalização indicativa de acesso, e a única placa interpretativa se encontra no portão de entrada dando destaque ao horário de funcionamento e à necessidade de apertar a campainha para ser atendido, porém essa está desgastada, além de ser pequena e de difícil visualização para quem passa pela via.



O equipamento mais próximo ao estabelecimento de Leonardo Naoki é o local de produção de cogumelos do Dimas Champignon, porém este último está praticamente fechado e a empresa tem trabalhado somente com a embalagem e distribuição do produto importado de outras empresas. A Chácara da Torre, a Chácara da Toca, a Aldeia Lobo Velho e o Pesqueiro Carrossel estão a cerca de 2km.

Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso do estabelecimento de Leonardo Naoki Tanabe, de modo a sintetizar essas informações.

Tabela 163 - Condições de Uso do estabelecimento de Leonardo Naoki Tanabe.

CONDIÇÕES DE USO		
Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante
Regular	Bom	Bom
Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Regular	Existente	Ruim

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se o estabelecimento de Leonardo Naoki Tanabe conforme tabela a seguir.

Tabela 164 - Grau de Atratividade do estabelecimento de Leonardo Naoki Tanabe

ATRATIVIDADE		
Singularidade e Expressividade	Abrangência Atual	Abrangência Potencial
Raro e de Expressividade Baixa	Estadual	Estadual

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Ainda considerando as condições de uso do atrativo destaca-se na tabela a seguir a avaliação da acessibilidade e da sinalização turística do mesmo.



Tabela 165 - Acessibilidade e Sinalização do estabelecimento de Leonardo Naoki Tanabe

Rua Avelino Mariano Pena, 151

ACESSIBILIDADE			SINALIZAÇÃO		
Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Em geral BOA	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Existente (não padronizada)

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

qqqq) Domingos Fredericci

A propriedade rural de Domingos Fredericci trabalha com o cultivo e venda de plantas ornamentais. No local havia também um apiário, único do município, que foi vendido há pouco tempo, devido ao adoecimento do proprietário.

Os produtos são vendidos em atacado e são retirados direto na propriedade. A maioria dos clientes do local é da Grande São Paulo, porém há também alguns do Estado de Minas Gerais.

As visitas que ocorrem ao local são feitas por conhecidos ou pessoas que souberam da propriedade por indicação. Já houve visitas de grupos de escolas que eram de vez em quando acompanhadas pelos responsáveis, porém isso já não acontece mais.

O fluxo de compradores e visitantes varia muito, havendo semanas em que ninguém aparece. O local não possui estrutura para recepção e visitação de turistas e necessitaria de reformas e organização, assim como de uma melhor manutenção e limpeza da área. Além disso, a família responsável pelo espaço não possui grande interesse no turismo.

O acesso ao local não é pavimentado e possui grandes buracos e irregularidades que podem danificar o veículo ou até mesmo impedir a locomoção. Além disso, o único mobiliário no entorno é a iluminação pública, não havendo sinalização ou qualquer outro tipo de suporte.

A propriedade de Domingos Fredericci se encontra próxima do Sítio Hasegawa e das propriedades do Rui Terao e do Jair Flesh.

Com base nisso, a tabela a seguir apresenta uma avaliação objetiva do que foi mencionado sobre as condições de uso da propriedade de Domingos Fredericci, de modo a sintetizar essas informações.

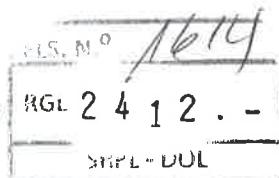


Tabela 166 - Condições de Uso da propriedade de Domingos Fredericci.

CONDIÇÕES DE USO		
Condições de Estrutura do Recurso / Atrativo	Integralidade do Recurso / Atrativo	Interatividade com o visitante
Ruim	Bom	Ruim
Mobiliário Urbano no entorno	Equipamentos no entorno	Manutenção / Limpeza
Regular	Existente	Ruim

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

A análise no que tange ao turismo ainda avalia a atratividade turística do recurso ou atrativo em relação à sua singularidade e ao seu nível de abrangência do fluxo turístico, conforme definições expressas no item 4. Análise do Turismo Interno. Assim avaliou-se a propriedade de Domingos Fredericci conforme tabela a seguir.

TABELA 166 - Grau de Atratividade da propriedade de Domingos Fredericci.

ATRATIVIDADE		
Singularidade e	Abrangência Atual	Abrangência Potencial
Poucos similares e de Expressividade Baixa	Estadual	Estadual

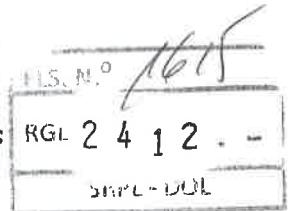
Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Ainda considerando as condições de uso do atrativo destaca-se na tabela a seguir a avaliação da acessibilidade e da sinalização turística do mesmo.

Tabela 167 - Acessibilidade e Sinalização da propriedade de Domingos Fredericci

ACESSIBILIDADE				SINALIZAÇÃO	
Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Ruim	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.



rrrr) Dimas Champignon

A empresa Dimas Champignon vai parar com a produção de cogumelos em Suzano por falta de mão de obra e mudanças climáticas. No município só funcionará a central de embalagem e distribuição dos produtos importados da China e da Polônia.

Sendo assim, não foi possível avaliar a estrutura do local.

ssss) Mais de 300 produtores de olericolas e plantas Ornamentais

A olericultura e a produção de flores se faziam presentes na riqueza da cidade. Nas décadas de 80 e 90, Suzano era conhecida como a "Cidade das Flores", pois tanto produzia quanto exportava flores. Suzano faz parte do chamado Cinturão Verde da Região Metropolitana de São Paulo. Há uma forte presença de produtores rurais (cerca de 540 produtores rurais, metade deles de origem japonesa) que produzem verduras e legumes.



4.2. ANÁLISE DOS EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

Os atrativos turísticos foram avaliados descritivamente, pois eles constituem a principal motivação do fluxo turístico. Os equipamentos turísticos são essencialmente serviços básicos de hospedagem, lazer, alimentação e transporte que buscam atender às necessidades dos visitantes durante sua estada no destino e complementar a experiência vivida nos atrativos e recursos turísticos.

Atualmente, porém, destaca-se que os equipamentos oferecem cada vez mais atividades e opções de lazer, espaços multiuso e interatividade que o tornam tanto equipamento quanto atrativo.

Entretanto, este capítulo avaliará objetivamente cada equipamento considerando que lugares que prestam o mesmo serviço teoricamente apresentam características muito semelhantes, por exemplo, todos os meios de hospedagem oferecem em graus diferentes de conforto do mesmo serviço: a hospedagem.

Porém, quando necessário, informações relevantes serão analisadas, principalmente relacionados aos equipamentos de lazer que cada vez tornam-se motivadores de fluxo.

4.2.1. EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM

Suzano apresenta hoje uma carência quanto a meios de hospedagem que atendam a demanda existente e potencial tanto do público de negócios quanto do de lazer. Ao todo são 10 estabelecimentos que de exercem a função de meio de hospedagem conforme definido no artigo 23 da Lei 11.771 que dispõe sobre a Política Nacional do Turismo:

"Consideram-se meios de hospedagem os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária".



principal gerador de fluxo de pessoas a lazer no município de Suzano, sozinho chega a atrair em torno de 300.000 pessoas por ano.

Como o próprio nome já diz, a Pousada Magic City é completa. Ela está anexada a um parque aquático ao qual é aberto para hóspedes e para pessoas que só queriam passar o dia. A diária da pousada pode ser em forma de meia pensão - café da manhã e jantar - ou pensão completa - café da manhã, almoço e janta - e dá acesso a toda a estrutura de lazer da Complexo, composta por: 5 piscinas (coberta, descoberta, aquecida, infantil e de ondes), 6 tobogãs, hidromassagem, sala de jogos, tênis de mesa, playground, passeios com animais, pesqueiro, área VIP (onde há uma cascata de água natural e banheiras de ofurô) e parque de diversões (composto por brinquedos como Barco Viking, Twistter, Bate-Bate, Balãozinho, Playground Infantil, além de Campo de Futebol e Churrasqueira). As unidades habitacionais estão em ótima manutenção e possui uma estrutura completa com televisão, aquecimento central e solar, frigobar, mesa para refeição, mesa de trabalho, telefone e ventiladores; cada suíte pode acomodar até cinco pessoas. Todas as áreas e atividades são monitoradas por profissionais treinados e salva vidas.

Uma estrutura tão completa acaba atraindo muitas pessoas, porém como dentro do complexo há tudo que o hóspede necessita - hospedagem, restaurante, lazer e compras - o mesmo acaba ficando restrito a este espaço e não interage com o entorno e com as outras atividades do município, até mesmo porque o Complexo encontra-se em uma área bem afastada, ao sul de Suzano, cujo atrativo mais próximo é o pesqueiro Peixe Grande, há quase 2 km.

O Hotel Villa da Fonte Fazenda não possui uma estrutura tão completa quanto o Magic City, porém oferece bons equipamentos de lazer, tais como: duas piscinas ao ar livre, uma piscina aquecida, campo de areia, quadra poliesportiva, lagos com pedalinho, playground, redário, trilhas para caminhada, restaurante, salões para cultos e palestras, salas de descanso e interação e capela. Logo, sua estrutura é mais voltada a pessoas e famílias que queriam descansar em meio a natureza com opções de lazer mais tranquilas. Ao todo são 51 chalés que podem abrigar duas, três ou quatro pessoas, equipados com quarto, banheiro e sala de estar; como o intuito é o descanso, não há televisão nem internet nos quartos. Além dos chalés, há 3 alojamentos destinados a grupos, na maioria das vezes, de igrejas. Os hóspedes deste hotel também ficam restritos à própria estrutura oferecida e acabam não conhecendo os atrativos do município; no



entorno do Villa da Fonte, o equipamento mais próximo é o Ateliê Lázaro Teixeira (que se encontra fechado) e um pouco mais distante estão o Pesque Pague Kidani e a Hípica Suzano.

Os dois outros meios de hospedagem apontados no inventário, a Fazenda Santa Helena e a Chácara da Lia, possuem uma estrutura adequada para receber hóspedes, porém o primeiro ainda não trabalha com aluguel de diárias, apenas por temporada ou moradia, e o segundo só aluga a estrutura para conhecidos ou religiosos. Os demais locais, como já mencionados, são Chácaras de aluguel para grupos, como geralmente são destinados a eventos, os mesmos foram inseridos como "Locais para Eventos".

Além disso, foram identificados no município de Suzano dois motéis de maior destaque, o Suzanotel e o Motel Emphasis. A estrutura interna de ambos não pode ser avaliada, porém, de acordo com o site de cada um, parecem possuir boas condições de uso e manutenção e estar bem equipados. Nos dois casos, há a possibilidade do uso para pernoite.

Por fim, é importante destacar que em abril de 2014 o curso de Lazer e Turismo da EACH (Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo) desenvolveu e aplicou em Suzano uma pesquisa com as principais indústrias do município a fim de identificar necessidades quanto aos meios de hospedagem e onde seria o local mais indicado para se construir um novo hotel destinado principalmente ao público de negócios.

Foram aplicadas pesquisas com 22 empresas e os resultados obtidos foram:

- Necessidade de mais opções de hotéis econômicos de boa qualidade e, em alguns casos foi apontada a falta de hotéis quatro estrelas;
- A maioria dos entrevistados disse que o melhor local para um hotel seria no centro, mais especificamente próximo ao Suzano Shopping;



- O público que vai a Suzano a negócios é variado, desde diretores, gerentes e técnicos, com destaque para este último; além disso, as empresas recebem tanto brasileiros quanto estrangeiros;
- A maioria vai para treinamentos, reuniões e conferências;
 - Normalmente estes turistas a negócios preferem quartos single e permanecem de 2 a 5 dias no município;
 - Além de hotéis melhor estruturados, estas empresas sentem falta de um espaço para realização de eventos, reuniões e palestras, que comporte pelo menos 100 pessoas;
 - Atualmente, muitas empresas hospedam seus funcionários em cidades vizinhas, principalmente em Mogi das Cruzes.

Com base nesta pesquisa de demanda, percebe-se que a unidade em construção do Ibis Budget Hotel, que segue padrões de construção e atendimento da rede hoteleira ACCOR, em frente ao Suzano Shopping, terá 126 quartos e atenderá a demanda existente do público de negócios.

Esse novo concorrente pode gerar uma necessidade de reestruturação no Hotel Imperial, principal meio de hospedagem voltado a esse público atualmente, melhorando assim a qualidade do parque hoteleiro do município.

A obra do Ibis Hotel está em andamento, e ainda não há uma previsão oficial sobre o término da mesma, mas acredita-se que até o fim de 2016 o hotel já esteja em atividade.



4.2.2. EQUIPAMENTOS DE GASTRONOMIA

A fim de facilitar a análise situacional dos Equipamentos de Gastronomia de Suzano os mesmos foram organizados em uma tabela resumo que conta com as seguintes variáveis:

1. Tipo de serviço

- a) A la carte (quando o serviço se baseia nas opções disponíveis em um cardápio);
- b) Buffet/kg (quando o próprio cliente se serve das opções disponíveis no dia e paga um determinado valor por quilo);
- c) Buffet livre (quando o próprio cliente se serve das opções disponíveis no dia e paga um valor fixo independente do quilo de seu prato);
- d) Rodízio (quando os garçons levam as opções de pratos até a mesa do cliente e este se serve do que preferir pagando valor fixo);
- e) Delivery (quando o cliente faz encomendas pelo telefone e os funcionários entregam o pedido em sua residência ou empresa).

2. Gastronomia

Geralmente é classificada quando o cardápio segue a base dos principais pratos de um país, região ou o prato principal. Quando se diz que a gastronomia é *variada* significa que o estabelecimento serve diferentes tipos de comida, entre brasileira, japonesa, italiana, etc.

3. Capacidade

Número de pessoas sentadas que o estabelecimento comporta de uma única vez.

4. Estrutura

Classificada em: ótima, boa, regular ou ruim, levando-se em conta a manutenção do local, o espaço de circulação, a iluminação, a circulação de ar e a limpeza.



5. Atendimento

Classificada em: ótima, boa, regular ou ruim, levando-se em conta a apresentação e limpeza dos funcionários, simpatia, proatividade, agilidade e conhecimento sobre o estabelecimento.

6. Estacionamento

Se o estabelecimento possui estabelecimento próprio ou conveniado.

7. Valor médio

Valor médio dos pratos oferecidos pelo estabelecimento, não do gasto do cliente.

Dessa forma, apresenta-se a seguir a tabela de avaliação dos 62 equipamentos de gastronomia de Suzano com base nas informações presentes no Inventário Turístico do Município e nas observações coletadas durante os trabalhos de campo.



GOVERNO DO ESTADO
GOVERNO FEDERAL
SÃO PAULO
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo
BRASIL
ELÉTRONS



Tabela 168 - Avaliação dos equipamentos gastronômicos do município de Suzano.

Empreendimento	Tipo de serviço	Gastronomia	Capacidade	Estrutura	Atendimento	Estacionamento	Valor Médio	Observação
Alibaba Bar e Choperia	A la carte	Apenas drinks e locação de neruqué	210	Boa	Bom	Não	25	Música ao vivo, shows de stand up, comedi e festa árabe
Aquários	Buffet/kg	Churrasco	80	Regular	Regular	Não	25	Karaokê
Arte da Comida	Buffet/kg	Variada	120	Regular	Regular	Sim	12	
Bar do Braga	Balcão	Lanches, porções e pratos prontos	24	Regular	Bom	Sim	15	Parada de motoqueiros
Benjamin Cervejaria	A la carte	Prêços, petiscos e cervejas variadas	300	Boa	Bom	Não	25	Variedade de cervejas e música ao vivo
Bombaguete	A la carte e delivery	Lanches	14	Regular	Ruim	Não	10	
Boteco Dom Joaquim	A la carte	Porções, petiscos e lanches	300	Ótima	Bom	Não	30	Música ao vivo e transmissão de jogos
Boteco Helena	Buffet/kg, a la carte e marmitech	Variada	160	Boa	Bom	Não	20	Música ao vivo e banch. p/ cadeirante
Boteco Mathias	A la carte	Porções e petiscos	100	Boa	Bom	Não	40	Stand up comedy, sem placa de identificação
Buenos Pizza	Buffet/kg a la carte e delivery	Pizza, lanches, porções, almoço e chinesa	58	Boa	Regular	Não	30	
Cacau Show	A la carte	Doceria	7	Boa	Bom	Não	10	
Cachaçaria Água Doce	A la carte	Mineira	152	Boa	Bon	Não	60	Variedade de cachaças
Casa do Milk Shake	A la carte	Sorveteria	7	Ruim	Regular	Não	5	
Chincha's Bar e Grill	A la carte	Grelhados	60	Regular	Regular	Não	25	
Churrascaria Estância Gaúcha	Buffet/kg e rodízio	Churrasco	100	Regular	Regular	-	25	



GOVERNO DO ESTADO
SAO PAULO

GOVERNO FEDERAL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA
BRASIL



Ministério do
Turismo

ELÉTRONS

Tabela 169 - Avaliação dos equipamentos gastronômicos do município de Suzano.

Empreendimento	Tipo de serviço	Gastronomia	Capacidade	Estrutura	Atendimento	Estacionamento	Valor Médio	Observação
Colonial Restaurante e Pizzaria	A la carte e delivery	Portuguesa e italiana	90	Boa	Bom	Não	65	Pratos mais sofisticados
Disk Pizza Suzano	Delivery	Pizzas, lanches e	0	Regular	Regular	Não	25	Formatos variados de pizza e menor preço
Doce Magia	A la carte e encomenda	Doceria e cafeteria	66	Boa	Bom	Não	10	Localizado no Suzano Shopping
Duetto Confeitaria	A la carte	Doceria e cafeteria	15	Boa	Bom	Sim	10	Suzano Shopping
Espaço da Gula	Buffet/kg	Variada	50	Regular	Regular	Não	50	Único na região
Espetinho Medalhão	A la carte	Brasileira e oriental	20	Boa	Regular	Não	10	
Garota de Suzano	A la carte	Trivial, lanches,	120	Boa	Bom	Não	13	
Grãos da Terra	Buffet/kg	Natural	80	Boa	Bom	Não	26	
Grife dos Pães	Buffet/kg e a la carte	Padaria, confeitaria,	45	Boa mas	Regular	Não	25	
Habib's	A la carte	Fast food de comida árabe, italiana e lanches	120	Regular	Regular	Sim	10	
Hairu Sushi	A la carte e rodízio	Japonesa	80	Boa	Bom	Não	45	
Império do Sabor	Buffet/kg	Variada	140	Boa	Bom	Sim	32	
Kilo Nobre	Buffet/kg	Variada	110	Boa	Bom	Não	40	
Massa Mais	A la carte	Salgados e porções	30	Regular	Regular	Não	30	
Mc Donald's	A la carte e Fast Food		80	Boa	Regular	Sim	15	
Mea Espetinho na Brasa	A la carte	Porções, caldos e	80	Boa	Bom	Não	25	
Mega Pastel	A la carte e delivery	Pasteis, lanches, caldo de cana e	20	Regular	Regular	Não	10	
Mirella	A la carte	Doceria	120	Boa	Regular	Não	10	

Tabela 170 - Avaliação dos equipamentos gastronômicos do município de Suzano.

Empreendimento	Tipo de serviço	Gastronomia	Capacidade	Estrutura	Atendimento	Estacionamento	Valor Médio	Observação
Monte da Cebola	A la carte	Portuguesa e italiana	90	Boa	Bom	Não	65	Pratos mais sofisticados
Monte da Cebola	A la carte	Portuguesa e italiana	90	Boa	Bom	Não	65	Pratos mais sofisticados
Monte da Cebola	A la carte	Portuguesa e italiana	90	Boa	Bom	Não	65	Pratos mais sofisticados
Monte da Cebola	A la carte	Portuguesa e italiana	90	Boa	Bom	Não	65	Pratos mais sofisticados



GOVERNO DO ESTADO
SAO PAULO

GOVERNO FEDERAL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA
BRAZIL
ELÉTRONS

Ministério do
Turismo



Empreendimento	Tipo de serviço	Gastronomia	Capacidade	Estrutura	Atendimento	Estacionamento	Valor Médio	Observação
Min-Pastel	A la carte	Pasteis, panquecas, lanches, porções	68	Ruim	Regular	Não	10	
Nebuta	A la carte	Japonesa	18	Regular	Regular	Sim	12	Temakeria; localizado no Suzano
Nobutatsu	A la carte	Japonesa	30	Regular	Ruim	Não	15	Pode ser que feche
Obento do Japa	Buffet/kg a la carte e delivery	Japonesa	30	Boa	Regular	Não	20	
Padaria Ana Claudia	Balcão	Padaria e confeitoria	30	Regular	Ruim	Não	12	
Padaria Dona Augusta	A la carte e balcão	Padaria, confeitoria, lanches e salgados	25	Regular	Regular	Não	15	
Padaria Katayama	Balcão	Padaria e lanchonete	30	Regular	Regular	Sim	6	Festival da esfiha
Padaria Santa Helena	A la carte	Padaria, confeitoria, restaurante e café	100	Ótima mas apertada	Bom	Sim	42	Sofisticado
Panificadora Nova Imperador	Balcão e buffet/kg	Caseira, lanches, pães, doces, salgados e pizza	50	Boa	Regular	Não	20	
Pollo Pizza	A la carte e delivery	Pizza						
Ponto da Esfiha	A la carte e delivery	Arabe, Italiana, lanches, doces e salgados.	138	Boa	Bon	Não	5	
Quintal do Camarão	A la carte e rodízio	Frutos do mar	200	Boa	Bom	Sim	43	Gastronomia
Rancho do Arthur	Buffet/kg	Variada	200	Regular	Regular	Sim	20	
Recanto Mineiro	Buffet livre	Mineira	500	Boa	Regular	Sim	39	
Restaurante e Pizzaria Dema Joe	A la carte e delivery	Caseira e pizza	22	Regular	Regular	Não	20	
Restaurante Fujii	Buffet/kg e a la carte	Frutos do mar e caseira	108	Regular	Ruim	Sim	13	Sem placa de
Restaurante Nosso Cantinho	Buffet/kg	Caseira	60	Regular	Regular	Sim	20	

Tabela 171 - Avaliação dos equipamentos gastronômicos do município de Suzano.



Os demais estabelecimentos são chácaras de aluguel que geralmente exigem no mínimo 10 pessoas por locação e que não oferecem os serviços complementares aos tradicionais meios de hospedagem.

No município foram identificados 5 hotéis destinados a atender principalmente o público de negócios, são eles: Hotel Shalom, Hotel Imperial, Hotel Metrópole, Hotel Itaguaí e Hotel VIP. Porém, destes, apenas os dois primeiros apresentam condições adequadas de uso e prestação de serviços, o restante está mal conservado, não oferece nenhum serviço adicional, o atendimento é muito ruim e funcionam também como motel.

O Hotel Imperial está localizado na parte mais central de Suzano, próximo ao Centro Cultural Francisco Moriconi e a diversos restaurantes. Sua estrutura é um pouco antiga, porém oferece uma boa estadia ao hóspede. Metade das suas acomodações são *flats*, ou seja, além de quarto e banheiro contam com sala e cozinha; são equipadas com cama box, escrivaninha, televisão com canais abertos (cuja transmissão é ruim), secador de cabelo, ventiladores de teto, rádio relógio, frigobar e cofre; apenas a Suíte Master conta com ar condicionado. O café da manhã está incluso no valor da diária e à noite é servido jantar por um preço a parte. Não oferecem produtos gastronômicos locais aos hóspedes, nem serviços de receptivo ou opções de lazer.

O outro hotel que apresenta condições adequadas para o hóspede que vai a Suzano a lazer ou a negócios é o Hotel Shalom. Ele está um pouco mais distante do centro, a cerca de 1 km da estação de trem da CPTM e não possui equipamentos e atrativos no entorno. Porém, sua estrutura é recém-reformada, a decoração é de muito bom gosto, os quartos podem abrigar até 3 pessoas e são compostos por banheiro privativo, cama box, escrivaninha, tv tela plana, frigobar e ar condicionado. O serviço de café da manhã é completo, com diversas opções de pães, frios, bolos e bebidas, e está incluso no valor da diária. A estrutura de lazer - piscina, salão de jogos, churrasqueira e academia, bem como o salão de convenções estão em fase de acabamento. O hotel conta ainda com uma sala de televisão e uma sala de reuniões. O atendimento é muito bom e têm a opção de pernoite.

A fim de atender o turista a lazer os meios de hospedagem que se destacam são o Complexo Magic City e o Hotel Villa da Fonte Fazenda. O primeiro, atualmente, é o



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo
GOVERNO FEDERAL
BRASIL
ELÉTRONIS



Saldanha Disk Lanches	A la carte e delivery	Lanches	80	Regular	Regular	Não	20	Maior lanche da região
San Remo Pizzaria e Restaurante	A la carte e rodizio	Variada	400	Boa	Bom	Não	30	
Sushi Banana Temakeria	A la carte	Japonesa	16	Boa mas apertado	Bom	Não	20	
Suzulan	A la carte e delivery	Oriental	80	Regular	Regular	Não	25	
Tempero Manero	Buffet/kg e a la carte	Brasileira	200	Regular	Regular	Sim	22	
Tomodaty	Buffet/kg	Variada	100	Boa	Bom	Não	28	
Villa Costa	Buffet/kg e marmitech	Variada	84	Boa	Regular	Não	23	
Yakissoba Factory	A la carte e delivery	Chinesa	45	Boa	Regular	Não	25	
Yoga Lounge Bar	A la carte	Porções, petiscos, lanches e drinks	196	Boa	Bom	Não	45	
Yskynão	Buffet/kg	Variada	130	Regular	Regular	Não	12	

Fonte: Elaborada pelos autores, 2015.



A partir dos dados dos 62 estabelecimentos gastronômicos analisados em Suzano, podemos notar que a média de preço gasto com refeição no município é de R\$ 23.

Quanto à estrutura, 31 estabelecimentos foram avaliados como bom, 26 regulares, 2 ótimos e 2 ruins. Quanto ao atendimento, a maioria (33 estabelecimentos) apresentaram nota regular, seguido por 24 avaliados com um bom atendimento e 2 ruins. Apenas 14 estabelecimentos apresentaram estacionamento próprio ou conveniado e a capacidade média dos lugares ficou em 103 pessoas.

De um modo geral, Suzano apresenta uma gastronomia variada, seus estabelecimentos oferecem desde o tradicional arroz, feijão e carne, até comida japonesa, italiana, lanches e pastéis, são poucos os lugares que possuem uma culinária determinada, identificando-se assim uma falta de identidade gastronômica no município.

Os pratos mais "típicos", o *yakissoba* e o pastel, ganham destaque principalmente nas feiras, os restaurantes que os servem geralmente são de rede e não há uma receita própria local. A comida japonesa, que poderia ser muito explorada devido à grande quantidade de imigrantes existentes no município, não apresenta nenhum diferencial, a cultura não é explorada nos restaurantes do dia a dia.

Os barzinhos noturnos, segundo as entrevistas realizadas em campo, começaram a surgir há cerca de 6 anos eram muito poucas as opções de restaurantes noturnos. Hoje, os que existem atraem muito o público de municípios próximos, como Mogi das Cruzes, Poá e Itaquaquecetuba, principalmente por oferecerem shows de banda ao vivo e *stand up comedy*.

Nota-se ainda que a maioria das opções gastronômicas do município estão situadas na Zona Central do mesmo - principalmente nas Ruas Benjamin Constant, Francisco Glicério, Baruel, Nove de Julho e Tiradentes. São pouquíssimas opções na área rural, tendo sido identificados apenas o Bar do Braga e o Rancho do Artur.

Outro fato identificado é que nenhum dos restaurantes visitados trabalha com a revenda de produtos produzidos no município, apenas os utiliza como matéria prima de seus pratos, ainda assim, não são todos os estabelecimentos cujo fornecedor é de Suzano.



Por fim, é importante ressaltar que Suzano é o único município da região que possui um restaurante de comida natural, o Grãos da Terra - que recebeu os prêmios "Top of Mind-Dat 2009", promovido pelo Jornal Diário do Alto Tietê, e o "Marcas em Destaque" em 2008, promovido pelo Grupo DS de Comunicação -, e um restaurante especializado em frutos do mar e pescados, como é o caso do Quintal do Camarão. Devido a essa exclusividade, estes restaurantes acabam atraindo clientes de municípios próximos bem como de moradores de bairros da Zona Leste de São Paulo.



4.2.3. EQUIPAMENTOS PARA REALIZAÇÃO DE EVENTOS

Dos 31 equipamentos para realização de eventos da cidade de Suzano avaliados, mais da metade possui um salão de festas de capacidade máxima alta, que acolhe de 100 a 700 convidados sentados.

Cerca de 10 equipamentos possuem acomodações para pernoites e alguns ainda permitem acampamento no local, e até mesmo aqueles que não possuem alojamento não se importam com a presença de barracas na área aberta.

Além de receber eventos, muito estabelecimentos permitem a locação do espaço para temporadas, enquanto outros são áreas destinadas exclusivamente para o uso de um só dia. Somente um dos equipamentos (Chácara do Osias) é particular e ainda não permite a locação do espaço. O mesmo foi colocado na lista e avaliado pelo fato de, segundo a Diretoria de Turismo da cidade, ter potencial para se tornar um bom local de realização de festas e eventos.

As estruturas mais comuns a todos os equipamentos são banheiros/vestiários, cozinha, salão de festas, estacionamento, piscina, churrasqueira, campo de futebol e playground.

Grande parte dos equipamentos oferecem também serviços de buffet, fotografia, filmagem, som etc. de forma opcional ou obrigatória no momento da locação.

Em geral, avalia-se os equipamentos para realização de eventos da cidade como bons, devido à variedade de estruturas e serviços oferecidos, desde somente salões de eventos até chácaras com áreas abertas e com a possibilidade de pernoite.



4.2.4. DANCETERIAS

A fim de complementar as opções de lazer existentes em Suzano, foram apontadas as sete principais danceterias do município. Por questões de horário de funcionamento, não foi possível visitar tais espaços, logo as informações obtidas estão baseadas nas disponíveis nos websites e redes sociais oficiais das mesmas.

Percebe-se que apenas a Confraria Brasileira e a Arkus não têm o Sertanejo como o principal estilo de música tocado no ambiente, estilo quase exclusivo das outras cinco danceterias. Apenas de quarta-feira não há opções de danceterias abertas, todos os outros dias, inclusive domingo, segunda e terça há este tipo de entretenimento a disposição no município.

As bandas e artistas que se apresentam nestes lugares são tanto da região como famosos daquele determinado estilo, o que acaba por atrair um público de diversos municípios vizinhos e até mesmo de alguns lugares mais distantes.

Quanto à infraestrutura a maioria das danceterias apresenta um espaço regular, formado por um salão central, um palco, algumas mesas e cadeiras e um bar. O Bonaparte Bar, o Chão Selvagem e a Fazenda Universitária, porém, destacam-se pela infraestrutura, com opções de áreas ao ar livre, destinada aos fumantes e camarote. A última, porém, é a que apresenta estrutura mais completa.

Devido a essa estrutura, aos convidados e ao serviço prestado, essas três citadas anteriormente também são as mais conhecidas do município e as que recebem maior público.

Além de danceterias, alguns desses espaços também podem ser alugados para a realização de eventos particulares, como é o caso da Skina Country, da Chão Selvagem e da Fazenda Universitária.

Tais informações apresentadas podem ser melhor verificadas na tabela 169 a seguir.



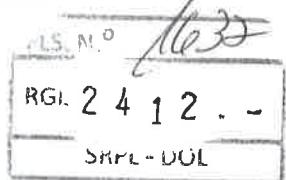
GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA



Tabela 172 - Análise das Danceterias de Suzano.

Danceteria	Estilo de Música	Dias da semana	Horário	Convidados	Localização	Espaços	Observação
Skina Country	Sertanejo	Terças, quintas, sextas e sábados	22h às 1h	Duplas da Região	Centro	Bar e palco	Aluga o espaço
Confraria Brasileira	Samba, pagode e música variada	Sextas, sábados e domingos	22h às 5h / 14h às 5h	True Colors e eventuais famosos como Karametade, Sampa Krew e Peruchi & Gabriel	Centro	Apenas o salão	-
AZ deOuro	Sertanejo, pagode, axé e funk	Sextas	22h às 4h	Malla 100 Alça, Francis Lopes, Rei da Cacimbinha, Companhia do Calypso	Centro	Apenas o salão	-
Bonaparte Bar	Sertanejo	Sábados e segundas	23h	Cesar e Neto, Marcos e Bueno, Daniel Sampaio, rafael augusto, Thiago Guedes e Rodrigo Guedes	Centro	Bar, palco, espaço externo	-
Chão Selvagem	Country e serlaneja	Sábados e segundas	-	Victor & Léo, Jorge & Mateus, Edson e Hudson	"Centro" atrás do shop. Suzano	Camarotes, área de fumantes, espaço que pode ser reservado para festas e comemorações.	Aluga o espaço
Fazenda Universitária	Sertanejo	Sextas e domingos	22h às 5h / 16h às 00h	Roger & Rogério, Marcos & Bueno, Bruno Miguel, Bruninho & Davi, Banda 8 Segundos,	Rural, próximo ao Rancho Macal e ao Templo Nambei.	Espaço ao ar livre com atividades adicionais: passeios de pedalinho e a cavalo; almoços, música ao vivo, aula de dança, trilhas ecológicas, exposição de animais, artesanato, atividades de aventura e recreação para crianças.	Aluga o espaço
Arkus	Bar e karaokê	-	-	-	-	-	-



4.2.5. LOJAS DE PRODUTOS RELACIONADOS AO TURISMO

tit) SuzanoGarden

A Suzano Garden faz parte da empresa Femaya Paisagismo, atuante no mercado há mais de 20 anos. Oferece serviços de manutenção de jardim, projeto residencial, comercial e empresarial. Também realiza serviços de montagem de feiras, eventos e stands de lançamentos imobiliários.

Além disso, possuem varejo com show-room de pronta entrega de plantas para jardim, jardim de inverno, floricultura, garage sale, cestaria, vidros, cachepots, pedras, vasos especiais texturizados, mudas ornamentais, terra vegetal, entre outros. As plantas que são vendidas são de produtores rurais da região.

No espaço da loja há também a venda de produtos artesanais de decoração de casa e jardim, porém vale frisar que tal artesanato é feito na cidade de Guararema, onde existem mais duas lojas da mesma empresa, o que aponta para o não reconhecimento e incentivo ao artesanato do município de Suzano.

O local conta com estacionamento interno para os clientes e possui uma boa estrutura e condições de manutenção e limpeza.

Os principais visitantes do local são os próprios clientes que vão com intenção de compra. A demanda é principalmente regional e a loja chega a receber de 100 a 150 pessoas por dia.

A via de acesso é pavimentada e encontra-se em boas condições. Conta com calçamento em seus dois lados. Em relação aos mobiliários urbanos a mesma conta com sinalização de trânsito, radar, iluminação pública e pontos de ônibus.

Em frente ao Suzano Garden há sinalização interpretativa não padronizada com um grande letreiro com contato e informações sobre o lugar, assim como outra placa indicativa não padronizada apontando para o estacionamento, o nome do local e o número de telefone para contato. O grande letreiro encontra-se um pouco desgastado, porém o mesmo é ainda legível e permite a sua visualização e compreensão.

O estabelecimento se encontra próximo a diversos equipamentos gastronômicos e ao Motel Emphasis.

Atabelaaseguir,apresentaumaavaliaçãoobjetivasobreascondiçõesde uso da Suzano Garden.



Tabela 173 - Condições de Uso da Suzano Garden.

CONDIÇÕES DE USO			
Condições de Estrutura do Equipamento	Outros Equipamentos e Atrativos no entorno	Manutenção / Limpeza	
		EXTERNA	INTERNA
Boa	Existente	Boa	Boa

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

Em relação à acessibilidade e sinalização turística do equipamento, destaca-se na tabela a seguir uma breve avaliação da via de acesso que serve como endereço da Suzano Garden. Informações sobre as principais vias que dão acesso aos atrativos e equipamentos encontram-se nos itens 3.2. Acessibilidade e 3.3. Sinalização.

Tabela 174 - Acessibilidade e Sinalização da Suzano Garden.

Rua Major Pinheiro Fróes, 1828					
ACESSIBILIDADE				SINALIZAÇÃO TURÍSTICA	
Pista De Rolamento	Calçamento	Ciclovia	Portadores De Deficiência	Indicativa	Interpretativa
Boa	Existente	Inexistente	Inexistente	Existente	Existente

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

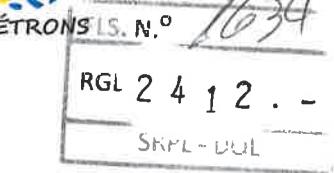
Considerando as formas de comunicação adotadas pelo equipamento, destaca-se na tabela a seguir a avaliação deste item. Tais informações encontram-se analisadas em maior profundidade no item 5.2. Estratégias de Comunicação e Comercialização dos Equipamentos e Serviços Turísticos.

Tabela 175 -- Comunicação Suzano Garden

COMUNICAÇÃO		
Website	Redes	Material
Possui	Possui	Possui

Fonte: Pesquisa Secundária em websites e redes sociais oficiais do equipamento, 2015.

As tabelas anteriores foram formuladas apenas para fins de complementaridade, represtando os dados, apenas para destacar novamente as informações principais de forma objetiva.



4.2.6. AGÊNCIAS DE VIAGENS

No município de Suzano existem atualmente onze agências de viagem, das quais oito são de turismo emissivo e três de emissivo e receptivo.

Em relação às agências emissivas, há desde as que operam destinos tradicionais como Brasil, Estados Unidos, Argentina, Itália, França, Espanha, etc., e segmentos e públicos diversos - como é o caso da Via Firenze Viagens, TR Tour Turismo, Sara Maris Viagens, Utiyama Turismo e CVC - até uma especializada em Japão, como a BR Travel Tour, e uma voltada a viagens de luxo e destinos exóticos, como a Plenitude Viagens e Turismo.

Duas agências de turismo emissivo e receptivo, Aventuras Brasil Trilhas e Rapel e Sentido Obrigatório, são especializadas em destinos de ecoturismo principalmente do Brasil, tais como PETAR, Bonito, Rio de Janeiro, Minas Gerais, entre outros. Em Suzano, as duas agências operam passeios à Pedra do Estudante e apenas a segunda leva ocasionalmente grupos até a Pedra do Jacu. Já a Mundii Turismo trabalha com diversos destinos brasileiros, como Ouro Preto, São Luis do Paraitinga e Parque Beto Carrero World, que são necessitam apenas de transporte terrestre, não trabalham com aéreo. Em Suzano e região, a agência trabalha principalmente com a venda de ingressos e reservas para o Complexo Magic City, organizando eventuais passeios às trilhas da Pedra do Estudante e Mogi-Bertioga.

Como se pode perceber, ainda são poucos os atrativos do município explorados pelas agências de receptivo local. Uma agência de São Paulo, a Art Turismo, por sua vez, é a principal operadora dos grupos que visitam o Sítio Vale da Serra (Família Parisoto) e o produtor

Rui

Terao.



4.3. ROTEIRO TURÍSTICO

O município de Suzano ainda não conta com um Roteiro ou Rota Turística estruturada capaz de ser operada, porém algumas iniciativas de passeios ou participação em rotas já foram realizadas ou estão em fase de estruturação, são elas: Roteiro de Apresentação do Turismo Rural de Suzano; Passeio Ciclístico Rural em Suzano; Circuito Saúde, Caminhada, Corrida Rústica, Passeio Ciclístico e Circuito KIDS; Roda SP; e Roteiros do Circuito Turístico das Nascentes.

Cada um destes roteiros será apresentado nos itens a seguir.

4.3.1. ROTEIRO DE APRESENTAÇÃO DO TURISMO RURAL DE SUZANO

Quando ?

Quem participou: Artesãos / Quais: ?

Onde ?

Quais os Roteiro e Atividades ?

4.3.2. PASSEIO CICLÍSTICO RURAL EM SUZANO

No segundo semestre de 2014 a loja de equipamentos ciclísticos de Suzano "Bike Nakashima", juntamente à Equipe de Ciclismo Suzano, com o apoio da Prefeitura Municipal através das Secretarias de Trânsito e de Esportes, realizaram pela primeira vez 4 edições do "Passeio Ciclístico Rural em Suzano" a fim de incentivar as pessoas a cada vez mais praticar o esporte com segurança em busca de uma melhor qualidade de vida.

Puderam participar do passeio pessoas de todas as idades - crianças deveriam estar acompanhadas de um responsável - e de diferentes níveis de intimidade com o esporte. Como foi uma modalidade de passeio e não de competição, os trajetos foram selecionados para que a maioria das pessoas conseguisse concluir o percurso e ciclistas mais experientes foram como voluntários para dar apoio a quem tivesse mais dificuldade. Todas as edições foram gratuitas e a maioria do público, cerca de 60% das pessoas, era do próprio município de Suzano, e restante, cerca de 20% era de Poá, 10% de Itaquaquecetuba e 10% de Mogi das Cruzes e outros municípios do entorno.

Cada edição teve um roteiro diferente, porém todos eles foram realizados na zona rural com extensão de 25 a 30 km. Três edições aconteceram no Bairro da Fazenda Viaduto, onde



se dá a divisa de Suzano e Ribeirão Pires, com três trajetos distintos; o outro aconteceu próximo à divisa de Suzano e Mogi das Cruzes.

Todo o percurso foi acompanhado por um carro de apoio equipado com frutas, água e equipamentos de primeiros socorros e duas paradas rápidas para descanso e alongamento foram realizadas em pontos estratégicos, porém não em propriedades rurais ou estabelecimentos parceiros, mas sim às margens da via. Além disso, cada participante deveria levar a sua própria bicicleta, não houve opção de aluguel e poucas estavam disponíveis para empréstimo.

O contato o qual informou todas essas condições, o Sr. Lincoln da Bike Nakamura, não possuía um mapa que indicasse exatamente todas as rotas, porém com alguns estudos seria possível contemplar um roteiro ciclístico que usasse como ponto de parada algumas propriedades ou pelo menos passasse pelas proximidades.

A próxima edição do Passeio está prevista para acontecer no mês de Maio e a sua divulgação será como nas edições anteriores, principalmente através da rede social Facebook.

Figura 10 - Material de divulgação do 4º Passeio Ciclístico Rural de Suzano.



Fonte: Página do Facebook do Bike Nakashima, 2014.



4.3.3. CIRCUITO SAÚDE ECO ADVENTURE SPORT

A Corrida Rústica é uma corrida que acontece várias vezes ao ano em diferentes municípios do Estado de São Paulo, e organizada pela APEAA - Associação Paulista de Esportes de Ação e Aventura. Geralmente, a corrida é de caráter particular, onde há o custo de R\$ 70 por corredor mais o apoio estrutural e financeiro cedido pela Prefeitura Municipal e/ou empresas locais a fim de pagar as despesas com equipe organizadora, montagem do evento, compra de kits de corridas, entre outras necessidades específicas.

Porém, todo ano é aprovada uma lei de incentivo ao esporte que possibilita a realização deste evento gratuitamente tanto para os participantes e atletas quanto para a prefeitura do município sede, como foi o caso de Suzano que em novembro de 2014 sediou pela primeira vez a Corrida. Caso a lei seja aprovada completamente em Maio de 2015, muito provavelmente Suzano sediará outra etapa do evento.

Ano passado o evento aconteceu em dois dias e no entorno do complexo Magic City. No primeiro dia (sábado), foram realizadas três modalidades: a Corrida Rústica de Montanha, a Caminhada Turística e o Circuito KIDS. Nestes casos, cada pessoa participa da modalidade a qual está mais bem preparada e não há paradas durante o caminho, afinal o evento é de caráter competitivo. A Caminhada Turística acontece em meio à mata também, porém não tem paradas em pontos estratégicos de interesse.

No segundo dia, domingo, foi realizado o Ciclo Turismo Rural um passeio de bicicleta também no entorno do Complexo Magic City, porém sem caráter competitivo.

Quem participou do evento ganhou 50% de desconto no ingresso de acesso ao Parque Aquático, uma ótima parceria para divulgação do atrativo, algo que poderia ser replicado ou pensado semelhantemente em outros empreendimentos.



Fonte: Página do Facebook do Bike Nakashima, 2014.

4.3.4. RODA SP

Roda SP é um programa desenvolvido pelo Governo do Estado, por intermédio de sua Secretaria de Turismo, que visa promover e desenvolver o turismo paulista. Consiste em um programa itinerante composto de ônibus de turismo que percorrem diversas regiões do Estado de São Paulo ao longo do ano acompanhando os grandes fluxos de turistas em festas, eventos e períodos de férias.

O programa ocorre desde 2011 e tem como objetivo promover o potencial turístico natural e monumental dos municípios paulistas, oferecendo aos que as visitam uma opção de roteiro turístico regional, com ricas informações e descrições das características locais e dos principais pontos e equipamentos turísticos do Estado.

Os ônibus de turismo do Roda SP fazem circuitos intermunicipais, ligando uma cidade a outra, e realizam rotas que tem como pontos de parada as principais atrações turísticas dessas cidades. Sua frota é composta por ônibus double deckers, convencionais e micro ônibus, sendo alguns deles adaptados, com plataforma móvel¹⁹.

A passagem custa R\$ 10 e tem validade de 24 horas, desta forma, o usuário pode subir e descer dos ônibus quantas vezes quiser acessando-os nos pontos de parada determinados.



Em maio de 2013, cinco municípios da região do Alto Tietê foram contemplados pelo programa Roda SP, foram eles: Suzano, Mogi das Cruzes, Biritiba Mirim, Salesópolis e Guararema.

Ao todo foram disponibilizados 16 veículos para circular pela região durante 15 dias e 17 pontos de embarque e desembarque. Suzano fez parte da Rota Religiosa, ou Rota Rosa, cujo roteiro contemplou a Festa do Divino em Mogi das Cruzes, o Largo do Carmo, o Centro de Educação e Cultura Francisco Carlos Moriconi, o templo budista Daigozan Jomyoji (Templo Nambei), Praça Cidade das Flores e o Complexo Magic City (passando em frente à Igreja do Baruel).

4.3.5. ROTEIROS DO CIRCUITO TURÍSTICO DAS NASCENTES

O Circuito Turístico das Nascentes é uma câmara temática da Agência de Desenvolvimento do Alto Tietê - ADRAT. Nele está inserido 12 cidades *citar as cidades com vocação turística em diversos segmentos e engloba importante área de proteção ambiental e de mananciais, rico em recursos naturais e históricos/culturais. Localizado na Região Metropolitana do Estado de São Paulo, tem acesso fácil às principais rodovias estaduais e federais e ao Aeroporto Internacional de Guarulhos.

Em toda a região há significativos exemplares da fauna e flora remanescente da Mata Atlântica, nascentes, riachos, rios e cachoeiras, represas, fontes de água mineral, montanhas e parques. Além de toda essa riqueza natural, o Circuito Turístico das Nascentes conta ainda com valioso patrimônio histórico que remontam do período colonial. Em algumas cidades é expressiva a influência da imigração japonesa.

Cabe também destacar a existência de belos atrativos como hotéis, hotéis-fazenda, pousadas, parques temáticos, haras, pesqueiros, restaurantes típicos, artesanato e grupos de manifestação cultural.

TURISMO HISTÓRICO E CULTURAL

Aldeia Indígena Lobo Velho
Estrada Índio Tibiriçá Km 56 - Palmeiras
(11) 7871-0425

Capela Santa Agata
Rua Domingos Pazini, 470 - Estância Angelina
(11) 4751-4971

Centro Cultural Moriconi
Rua Benjamin Constant, 682 - Centro
(11) 4747-4180

Feira de Artesanato
Praça João Pessoa
(11) 4744-5540



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo



ELÉTRONIS

16/10
S.N.D. 2412-
SRPL-DUL

Fukuhaku (Criação da Fundação de Gateball da
América Latina)
Rua Alerto José Pereira, 95 - Vila Ipelândia
(11) 4742-6661

Igreja do Baruel
Rodovia Índio Tibiriçá, altura do km 12
Palmeiras - (11) 4747-4672
Igreja São Sebastião
Praça João Pessoa, s/nº - Centro
(11) 4748-1534

Templo Budista Nambei
Estrada dos Fernandes, 1927
(11) 96173-9200

Templo Hare Krishna Suzano Mandir
Rua: Saburo Manabe, 585 - Jd. Chácara Mea
(11) 96778-5262

Terazaki
(1ª Academia de Judô da América Latina)
Rua Prof. Tokuzo Terazaki, 25 – Vila Urupês
(11) 4746-4872

ECOTURISMO

Parque Max Feffer
Av. Sen. Roberto Simonsen, 195 - Jd. dos Ipês
(11) 4746-2539

Pedra do Estudante
Informações: (11) 4256-2834

Pedra do Jacu
Informações: (11) 99778-0728

TURISMO RURAL

Família Parisoto - Sítio Vale da Serra
Estrada Vale da Serra, 200 - Tijuco Preto
(11) 4742-6466
www.familiaparisoto.com.br

Haras Abrigo
Est. Santa Luzia, 10.200 km 40 – Palmeiras
(11) 4743-9792



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

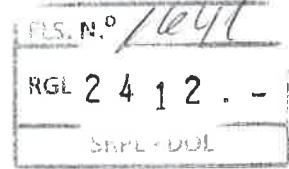
GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo



Haras Andrade - Centro Hípico
Est. Carlos Alemão, 1.401 - Nova Ipelândia
(11) 4751-6050 - www.aulasdeequitacao.com.br

Haras RT e Village Verde
Rua Iran, 1.900 - Recreio Internacional
(11) 2973-7933 / 3481-3962



Hípica Suzano
Estrada Keida Harada, 9181 Estância Piratininga
(11) 4748-0474 / 99907-9317

Pesqueiro Conquista
Rua Hélio, 528 - Vale da Serra
(11) 4751-1457 / 97552-1551 / 97197-9405

Pesqueiro Magic Fish
Estrada do Pavoeiro, 8870 B – Clube dos Oficiais
(11) 4751- 4486 / 4751-4699 / 99708-1647

Pesqueiro Mingão
Estrada da Adutora, 1675 - 5^a Divisão
(11) 4748-0042

Pesqueiro Onze
Estrada SP 43 (Adultora) Km 11
(11) 4742-6079

Pesqueiro Peixe Grande
Rodovia Índio Tibiriçá - Km. 58.5 – 5^a Divisão
(11) 4742-6569

Rancho Macal
Estrada dos Moreiras – Casa Branca
(11) 4746-4047
www.ranchomacal.com.br

Rui Terao - Produtor de Frutas
(11) 4742-3182

Sítio do Cristo
Estrada do Samuel - Samambaia
(11) 99607-0203

Sítio Passagli
Estrada do Pau a Pique, s/n - Fazenda Viaduto
(11) 94606-0005



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo



TURISMO DE EVENTO E LAZER

Aceas Nikkey
Rua Dibe Tannus, 535 - Chácara Reunida Guaió
(11) 4746-1214

Bunkyo Suzano
Av. Armando Salles de Oliveira, 444 - Centro
(11) 4746-2744

Chácara Gyotoku
Estrada Tauê, 440 - Bairro Guaio
(11) 4747-5435

Chácara Ponderosa
Estrada Keida Harada, 999 - Vl. Ipelândia
(11) 4368-9516

Chácara Recanto dos Lagos
Estrada do Fujimura, 200
(11) 2376-5580 / 4742-2225

Chácara Recanto Verde
Estrada Chácara Coming, 153
(11) 2376-5580 / 4742-2225

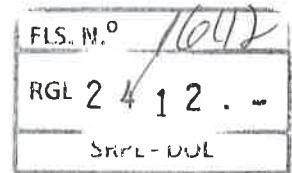
Clube Suzaninho
Rua Nove de Julho, 722 - Centro
(11) 4747-6011

Fazenda Universitária
Estrada dos Fernandes, 6927
(11) 4292-5883

Esconderijo do Altíssimo
Estrada do Samuel, 5200 Jd. Samambaia
(11) 4634-2487 / 97082-5592

Espaço Riviera Suzano
Estrada Antônio Jorge, 450
(11) 96767-1695

Fukuhaku (Criação da Fundação de Gateball da
América Latina)
Rua Alerto José Pereira, 95 - Vl. Ipelândia
(11) 4742-6661
Haras RT e Village Verde
Rua Irân, 1.900 - Recreio Internacional
(11) 2973-7933 / 3481-3962





GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo



Hotel Villa da Fonte
Estrada do Kidani, 355 – Palmeiras
(11) 4438-7407 / 4432-0402 / 4436-8378
www.villadafonte.com.br

Magic City Parque Aquático e Pousada
Estrada do Pavoeiro nº 8870 - Quinta Divisão
(11) 4746-5800
www.magiccity.com.br

Quinta do Baruel
Rodovia Índio Tibiriçá km 63 - Bairro Baruel
(11) 2376-5580 / 99707-6716

Suzan Fest
Av. Armando S. de Oliveira, 2056 - Pq Suzano
(11) 4657-5582 / 4748-4641

Tênis Clube de Suzano
Rua Rocha, 62
(11) 4746-7060

TURISMO GASTRONOMICO

Bar do Braga
Estrada dos Fernandes, 10.556 - Sete Cruzes
(11) 4759-8480

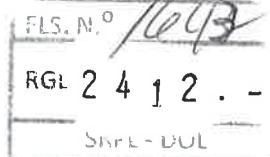
Chincha's Bar e Grill
Rua Sete de Setembro, 247 - Centro
(11) 4759-6648

Colonial Pizzaria e Restaurante
Rua Tiradentes, 174 – Centro
(11) 4747-4022 / 4748-2688
www.colonialrestaurante.com.br

Padaria Santa Helena
Rua Benjamin Constant, 1130 - Centro
(11) 4746-2125 / (11) 4748-3738

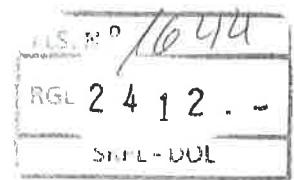
Quintal do Camarão
Avenida Major Pinheiro Froes, 1735
(11) 4747-7051

Rancho do Arthur
Rod: Indio Tibiriçá, 14.730 - Palmeiras
(11) 4751-1001
www.ranchodoarthur.com.br





Recanto Mineiro
Av. Major Pinheiro Froes, 2111
Vila Maria de Maggi
(11) 4748-5533
www.restauranterecantomineiro.com.br



Restaurante Espaço da Gula
Rua General Francisco Glicério, 1417 - Centro
(11) 4759-6524

Restaurante e Pizzaria Dema Joe
R. Quinze de Novembro, 219 – Centro
(11) 4748-8304 / 4744-7227
www.demajoe.com.br

Restaurante Família Fuji
Av. Major Pinheiro Froes, 2338
(11) 4748-5447

Restaurante Grãos da Terra
Av. Armando Salles de Oliveira, 387 - Centro
(11) 4744-6568
www.graosdaterra.net

Restaurante João Sabugo
Estrada dos Fernandes, 10.368 - Sete Cruzes
(11) 4741-2575

Restaurante Kilo Nobre
Rua Benjamin Constant, 511 - Centro
(11) 4748-6227

Restaurante Midori Japanese Food
Rua Gal. Francisco Glicério, 1400
(11) 4742-3672

Restaurante Pague Pouco
Rua Felício de Camargo, 536 – Centro
(11) 4748-3875

Saldanha Lanches
Rua Baruel, 691 - Centro
(11) 4744-4657

HOSPEDAGEM

Hotel Imperial
Rua Jamil D'aglia, 243 - Centro



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

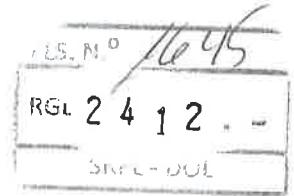
Ministério do
Turismo



(11) 4743-4000

Hotel Metrópole
Rua Benjamin Constant, 17 - Centro
(11) 4746-2404

Hotel Shalon
Rua Prudente de Moraes, 2121
(11) 4744-7660



Magic City Parque Aquático e Pousada
Estrada do Pavoeiro, 8870 - Quinta Divisão
(11) 4746-5800 - www.magiccity.com.br

¹⁹ Texto retirado integralmente do site oficial do programa Roda SP. Disponível em: <<http://rodasp.com/quem-somos/>>



4.4. EVENTOS

A Diretoria de Turismo do município de Suzano no ano de 2015 fez um levantamento de alguns dados das principais festas e eventos que ocorrem na cidade, sendo eles Festa de São Sebastião, Carnaval de Suzano, Festa da Dália, Aniversário de Suzano, Festa do Divino Espírito Santo, Festa da Cerejeira, Torneio Misto de Softball, Bunka Matsuri e Feira do Livro, Festa Nordestina, Festa das Nações, Festa do Ipê, Festa do Baruel, e Semana da Consciência Negra.

Os dados levantados são referentes às datas e à localização em que os eventos ocorrem aos organizadores e responsáveis e ao contato desses, ao ano da primeira edição do evento e, por fim, à quantidade de participantes no ano de 2012, 2013 e 2014.

Os eventos com um maior público em todos os anos analisados são o Carnaval de Suzano, a Festa Nordestina, o Aniversário de Suzano, a Festa da Cerejeira, a Festa das Nações e a Festa da Dália, respectivamente do maior para o menor.

A Festa da Dália, apesar de não ser o evento com maior público, é aquele que mais atrai pessoas de outros municípios, principalmente pelo fato de, durante a festa, serem disponibilizados ônibus (pagos) que partem do Bairro da Liberdade da cidade de São Paulo até o local do evento. A Festa resgata uma importante tradição do município: a produção de flores, que já foi símbolo de Suzano.

Vê-se a necessidade de uma pesquisa de demanda planejada para tais eventos citados acima, pois com a possibilidade de reconhecer o perfil do público participante pode-se entender seus gostos, preferências e todo o contexto em que ele se encontra, além de sua opinião quanto à estrutura e organização do evento, permitindo ao setor público e privado direcionar suas ações de planejamento e comunicação da melhor maneira possível.



4.5. SEGMENTAÇÃO DO TURISMO

A partir do que foi apresentado, nota-se que o município de Suzano possui muito mais recursos do que atrativos, ou seja, há lugares de interesse turístico tanto para o turismo histórico cultural, quanto natural, rural e técnico científico, mas em todos os casos estes espaços e proprietários ainda necessitam de muita orientação e estruturação.

A seguir, será apresentado um resumo da situação atual do município de acordo com a segmentação adotada pelo Ministério do Turismo e aquilo que já existe ou é potencial em Suzano.

4.5.1. TURISMO CULTURAL

O Turismo Cultural, segundo o Ministério do Turismo, “compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (BRASIL. Ministério do Turismo, 2006, p. 13), e além de proporcionar a vivência e incentivar a preservação da integridade desses bens culturais como recursos e atrativos do turismo, também incentiva a revitalização de edificações que podem começar a ser utilizadas e visitadas tanto pelos turistas quanto pelos próprios habitantes.

Dentro do segmento de Turismo Cultural identificam-se bens culturais, de valor histórico, artístico, científico, simbólico, passíveis de atração turística: arquivos, edificações, conjuntos urbanísticos, sítios arqueológicos, ruínas; museus e outros espaços destinados à apresentação ou contemplação de bens materiais e imateriais; manifestações, como música, gastronomia, artes visuais e cênicas, festas, eventos religiosos, exposições de arte, de artesanato, musicais, entre outros (BRASIL. Ministério do Turismo, 2006, p. 14).

Quanto aos atrativos históricos culturais do município de Suzano, ressalta-se o potencial existente no município em resgatar a memória de tantas culturas e povos que habitaram este território, com destaque aos indígenas e japoneses, como também dos moradores atuais.

A Igreja e o Memorial do Baruel - diretamente ligados à origem do município e aos conflitos entre indígenas e homem branco - ainda são recursos em fase inicial, um trabalho de resgate da memória e inserção destes espaços no contexto histórico do município ainda é muito necessário, afinal a Igreja abre apenas uma vez por ano e não possui nenhum tipo de interatividade, e o Memorial do Baruel encontra-se abandonado, os dois espaços são



meramente contemplativos e da forma em que estão hoje não apresentam nenhuma atratividade.

A Aldeia Lobo Velho - que resgata a cultura indígena - já pode ser considerada um atrativo, pois oferece diversas atividades interativas que fazem os visitantes se sentirem imersos naquele contexto de vida.

As Associações Japonesas e os Templos Budistas possuem grande potencial atrativo, já têm uma estrutura adequada à visitação, necessitando apenas de algumas manutenções, e uma programação variada de eventos e atividades, porém estas ainda encontram-se muito restritas aos seus sócios e pessoas da cultura japonesa. Dessa forma, estratégias de resgate e transmissão desse conhecimento devem ser pensadas a fim de tornar estes lugares mais atrativos e acessíveis às pessoas de outros costumes e tradições.

O Templo Hare Krishna Suzano Mandir é algo extremamente potencial do município, pois é único na região e pode despertar a curiosidade de muitos turistas, seu entorno, porém, necessita de melhorias.

O Teatro Municipal possui uma estrutura boa e uma programação variada, a mesma porém, deveria apenas ser melhor divulgada para uma maior atração do público. O mesmo acontece com o Centro Cultural Francisco Moriconi.

O Casarão das Artes, anexo ao Centro Cultural, por sua vez, apresenta um grande potencial, afinal é aonde se encontram todos os registros documentais da história do município, porém, os mesmos ficam guardados em lugares onde nem a população, nem os turistas têm acesso e a estrutura deste espaço necessita de grande manutenção.

O Teatro Contadores de Mentiras é algo inovador no município e região, afinal possui uma programação variada, lúdica e itinerante, que pode atrair diferentes públicos e tornar-se um diferencial de Suzano. Outro fato importante é que o município ainda não possui uma identidade gastronômica e artesanal forte, a partir do momento que isso for trabalhado, oficinas que permitam o compartilhamento de conhecimentos podem ser exploradas, de forma que o visitante fará parte daquele contexto.

Portanto, nota-se a necessidade de um profundo trabalho de resgate da história local e sua transmissão principalmente aos municípios, afinal se as pessoas do local não possuem interesse e conhecimento do lugar onde moram, provavelmente esse sentimento será replicado aos turistas e visitantes.



4.5.2. ECOTURISMO

Segundo o Ministério do Turismo (2006, p. 9)

“Ecoturismo é um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações”.

Sob esse enfoque, o Ecoturismo caracteriza-se pelo contato com ambientes naturais e pela realização de atividades que possam proporcionar a vivência e o conhecimento da natureza, e pela proteção das áreas onde ocorre. Ou seja, assenta-se sobre o tripé: interpretação, conservação e sustentabilidade. Assim, o Ecoturismo pode ser entendido como as atividades turísticas baseadas na relação sustentável com a natureza, comprometidas com a conservação e a educação ambiental. (BRASIL, Ministério do Turismo, 2006, p. 11).

No município de Suzano identificam-se somente dois atrativos naturais onde ocorrem atividades próximas ao ecoturismo, as Pedras do Jacu e do Estudante.

Atualmente, tais atrativos já são explorados por agências de turismo receptivo local ou por pessoas que têm um conhecimento prévio sobre estes locais, porém algumas adequações a fim de ajudar a preservar estes espaços e proporcionar maior segurança aos usuários são necessárias, tais como: sinalização e manutenção da trilha, orientação quanto ao descarte de lixo e um estudo de capacidade de carga ou apenas a redução de pessoas por grupo.

A Represa de Taiaçupeba e o Santuário Miraporanga, como já mencionado, são potenciais atrativos, recursos, onde podem ser realizadas atividades voltadas ao ecoturismo, educação ambiental e estudos do meio ambiente. Porém questões burocráticas e de interesses devem ser trabalhadas além de legislações e medidas de segurança que regulamentem as atividades permitidas nestes ambientes a fim de evitar possíveis usos inadequados, acidentes e até mesmo degradação.

4.5.3. TURISMO RURAL

Por definição do Ministério do Turismo (2006, p. 49):

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



Esse segmento consiste em vivenciar estas atividades, promovendo ainda atividades e serviços como, hospedagem, alimentação, recepção à visitação em propriedades rurais, recreação, entretenimento e atividades pedagógicas vinculadas ao contexto rural e outras atividades complementares desde que praticadas no meio rural, que existam em função do turismo ou que se constituam no motivo da visitação. Essa atividade, se bem estruturada, contribui para a permanência dos produtores no meio rural, combate o êxodo rural, consequentes problemas de desigualdade social, a especulação imobiliária e a preservação de áreas mananciais.

Atualmente, o município de Suzano vem trabalhando muito para o desenvolvimento desta atividade através de cursos de capacitação dos produtores rurais e leis de regulamentação da atividade, afinal, o município encontra-se no Cinturão Verde do Estado de São Paulo e possui uma diversidade de produtos cultivados em seu território.

Relacionados a este segmento, destacam-se com maior atividade e atratividade os inúmeros pesqueiros presentes no município, uns em melhores condições de uso, outros com necessidades de manutenção e alguns bem irregulares. Essa atividade na realidade é considerada pelos estudiosos como “turismo no espaço rural” afinal, é principalmente uma atividade de lazer e apresenta pouca interatividade com o visitante e valorização cultural. Dentretodos os pesqueiros analisados, os mais completos e com melhor estrutura são o Pesqueiro do Mingão e o Pesqueiro Onze.

Outro tipo de atrativo comum do Turismo Rural e muito presente no município são os Haras e Hípicas. Os existentes em Suzano, em sua maioria, são voltados ao comércio e estalagem de cavalos e éguas, outros oferecem aulas de equitação e outras variações de atividades. Nenhum oferece ainda passeios regulares a cavalo a outros atrativos ou espaços do município, provavelmente devido à baixa demanda, porém quando alguém no local solicita este tipo de passeio, os lugares realizam.

Este tipo de passeio pode muito bem ser explorado e integrado com outros atrativos próximos, porém necessita certa estruturação da atividade bem como o apoio da Prefeitura quanto a sinalização e orientação dos motoristas.

Quanto aos produtores rurais, há diversas questões a serem pensadas e trabalhadas. Ao todo são mais de 400 produtores em todo o município de Suzano, porém, devido a viabilidade, foram visitados apenas 15 que apresentam destaque ou exclusividade em sua produção.



Destes 15, apenas quatro já realizam atividades voltadas ao turismo, são eles Sítio Vale da Serra (resgate da cultura italiana e produção de uvas, vinhos, queijos e leites de cabra), Rui Terao (colha e pague de variadas frutas), Casa de Repouso Suzano (maior produção de Dália do Brasil) e Chácara de Rosas Magrini (produção de Rosas). Os dois primeiros fazem parte de roteiros de Turismo Rural vendidos pela Agência Art Turismo, o segundo realiza anualmente as Festas da Dália e do Ipê e o terceiro apresenta uma estrutura que ainda necessita de pequenas melhorias para o turismo, porém já possui um fluxo espontâneo e é muito interativo.

O produtor orgânico Jair Flesh, o Sítio Cazarini, a Flora Évora, o Sítio TKM, a Granja Ino e o Sr. Leonardo Tanabi possuem certo interesse pelo turismo, porém não sabem como desenvolvê-lo sem prejudicar a sua produção. O Sítio Hasegawa, o Marco Lima Jr., a Granja Fujikura, e o Domingos Fredericci não conseguem ainda ver quais serão os benefícios trazidos pela atividade e a consideram uma ameaça à produção.

O que se pode perceber é que mesmo com iniciativas de cursos voltados ao Turismo Rural e uma presente conversa da Diretoria de Turismo com esses produtores, o interesse pelo turismo ainda é muito baixo e visto como inviável. Claro que há medidas de esclarecimento e incentivo que podem ser tomadas, mas é preciso conscientizá-los, porém, de um modo geral, baseado nas visitas e nos relatos ouvidos durante as atividades de campo, as propriedades encontram-se muito despreparadas para receber visitantes, apresentam pouca atratividade, muitas não possuem interesse no turismo e são focados somente na produção. Dessa forma, para se desenvolver um turismo rural sólido e de qualidade deve-se levar em conta somente os produtores que realmente possuem interesse e o mínimo de estrutura para a atividade. Além disso, é imprescindível o desenvolvimento de uma pesquisa de demanda potencial para avaliar qual seria o provável fluxo a estas propriedades.

4.5.4. TURISMO DE EDUCAÇÃO E INTERCÂMBIO / TÉCNICO CIENTÍFICO

Levando-se em conta que o município conta com grandes produtores que distribuem seus produtos no mercado nacional, que possuem técnicas de produção diferenciadas e que algumas propriedades já são procuradas por profissionais da área, há a oportunidade de se desenvolver em Suzano o segmento de “Turismo de Estudos e Intercâmbio” ou Turismo Técnico Científico.



Este segmento, segundo o Ministério do Turismo (2006, p.19) constitui-se “da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional”.

“Desta forma, podem-se constituir atividades desse tipo de turismo: os intercâmbios estudantil, esportivo e universitário; a operacionalização de acordos de cooperação entre países, estados e municípios na área educacional e entre instituições pedagógicas; os cursos de idiomas, cursos técnicos, profissionalizantes e cursos de artes; e as visitas técnicas, pesquisas científicas e os estágios profissionalizantes, além dos trabalhos voluntários com caráter pedagógico”. (BRASIL, Ministério do Turismo, 2006, p. 21).

A princípio, o Sítio Hasegawa, as Granjas Ino e Fujikura e o Sítio TKM são potenciais lugares onde esta atividade pode ser realizada, lembrando-se que ela não necessita ser restrita aos grandes produtores, tanto que se for estendida aos menores, as pesquisas desenvolvidas podem vir a contribuir significativamente com o avanço da produção.

A partir de parcerias firmadas com empresas e principalmente instituições de ensino superior, Suzano pode vir a se tornar referência nacional de um destino de estudos voltados à agronomia.



4.5.5. TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS

Segundo o Ministério do Turismo (2006, p. 6):

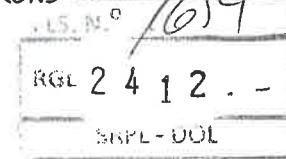
“Turismo de Negócios e Eventos compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social”.

Tais encontros se referem a contatos e relacionamentos de trabalho, corporativos, sob diferentes formas, tais como reuniões, visitas, missões e eventos de diferentes naturezas.

Suzano, devido sua excelente localização, próximo a capital paulista e ao maior aeroporto internacional do país, e pelo grande número de indústrias em seu território, mais de 600, possui uma movimentação de viagens a negócios, importante para o município. A partir de contatos realizados com o trade da cidade, e a partir de uma pesquisa realizada pelos alunos do curso de Lazer e Turismo da EACH (Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo) em 2014 pode-se notar que tais empresas geram o principal fluxo de visitantes a Suzano.

Todo mês tais indústrias recebem funcionários e convidados de empresas que vão trabalhar, participar de eventos, reuniões ou treinamentos. O número de estadia varia, entre 1 a 7 dias, o que mostra a importância desse segmento para o trade do município (meios de hospedagem, serviços de alimentação, transporte, locais para eventos etc), especialmente quando a estadia dura cerca de uma semana.

A pesquisa mostrou tanto a necessidade de mais opções de hospedagem, conforme foi apontado no item 4.2.1 do presente diagnóstico, e também ressaltou a importância de um centro de convenções que comporte pelo menos 300 pessoas, algo que o projeto em andamento da Arena Multiuso pretende suprir.



4.5.6. CICLOTURISMO

Segundo a Associação dos Ciclousuários de Florianópolis (Via Ciclo) cicloturismo é uma modalidade de viagem turística usando a bicicleta não só como meio de transporte, mas como uma companheira de viagem, geralmente em estradas secundárias e caminhos de interior.

O cicloturista busca aventura, belezas naturais e simplicidade, mas aprecia conforto e bons serviços. O cicloturista vive intensamente o trajeto, relaciona-se com as pessoas do caminho e dá tanta ou maior importância ao percurso quanto ao destino.

O cicloturismo é uma modalidade que conquista cada vez mais adeptos no Brasil e no mundo e os municípios podem criar estruturas e medidas simples e eficazes para atrair seus praticantes, contribuindo para o incremento da economia local, além de outros efeitos ambientais e culturais positivos²⁰.

Conforme mencionado no item 4.3.2 do presente diagnóstico, a partir de 2014 foram realizados Passeios Ciclísticos Rurais em Suzano, porém, não foram integrados a nenhum atrativo ou equipamento. Tendo em vista que é possível realizar este tipo de atividade no município, pode-se então pensar em estratégias de torná-la um produto e/ou roteiro que integre diversas atividades.

²⁰ Texto retirado integralmente do material “Circuitos de cicloturismo: manual de incentivo e orientação para os municípios brasileiros”. Disponível em: <<http://ciclo.tur.br/arquivos/Manual-Circuitos-Cicloturismo.pdf>>. Acesso em: 12 de março de 2015.



5. ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO E MARKETING

A informação é essencial para a gerência de qualquer ramo de atividade, seja ela gerida pelo poder público ou por entidades e empresas do setor privado, com ou sem finalidade lucrativa.

Atualmente, a informação também é essencial para a tomada de decisão dos consumidores seja este por serviço ou produtos, seja para fiscalizar os órgãos e entidades de interesse público ou para o comércio simplesmente.

A crescente busca por informações em todos os canais de comunicação existentes, principalmente a internet devido à rapidez de atualização das informações por este meio, faz com que os clientes potenciais e reais possam cada vez mais decidir pelo serviço ou produto mais atraente e escolher com base em muitas comparações e pesquisas, o que também traz a crescente necessidade do mercado apresentar melhorias nos seus serviços e produtos, visando conquistar seu público-alvo e mantê-lo, o que se torna um desafio no mercado atual.

Desta forma, a utilização de ferramentas eficazes de comunicação tornou-se essencial para manter contato com clientes e até mesmo para atentar-se às novas posições do mercado e da concorrência. Percebe-se que a vantagem de manter uma gestão de comunicação é emitir ao mercado e fazer chegar aos clientes potenciais e reais a imagem desejada para o seu negócio e poder focá-lo ao nicho de mercado desejado. Conforme Andrade “Todo ato de comunicação constitui um processo que tem por objetivo a transmissão de uma mensagem” (ANDRADE, 2009. J.19.), assim a estratégia de comunicação adotada pode trazer ao cliente o sentimento de necessidade pelo produto ou serviço.

As gestões públicas também percebem a importância de manter canais de comunicação, possibilitando informar as suas ações e os serviços de utilidade pública e mantendo uma relação com a sociedade. Segundo o Ministério do Turismo a comunicação “é entendida como a capacidade de administrar, organizar e distribuir, a partir do potencial das novas tecnologias e dinâmicas presenciais, gerando: formação, informação, atualização, criação, produção, relacionamento, acesso, gestão do conhecimento e memória.” Sendo estas ferramentas que “assegurarão a excelência dos resultados para a estrutura de gestão, da cadeia produtiva do turismo local, regional, estadual e nacional e para os cidadãos e consumidores” (BRASIL. Ministério do Turismo, 2013, p. 34).



Em relação às redes sociais, destaca-se que “a internet potencializou o funcionamento da rede, atuando como plataforma de auxílio dessas comunidades” (UGARTE, 2009. apud Revista Digital Interligados, 2015). “Sendo assim, as redes sociais virtuais podem utilizar recursos diversos, tais como, e-mails, fóruns, chats, listas de discussão, newsletters e softwares sociais” (MACHADO e TIJIBOY, 2005. apud Revista Digital Interligados, 2015).

Conforme aponta Recuero “a comunidade virtual é um grupo de pessoas que estabelecem entre si relações sociais, que permaneçam um tempo suficiente para que elas possam constituir um corpo organizado, através da comunicação mediada por computador” (RECUERO, 2005. p.12 apud Revista Digital Interligados, 2015).

Para o entendimento do uso dos canais virtuais utilizados a seguir por empreendimentos e entidades segue breve descrição das diferentes redes sociais que serão abordadas neste capítulo.

Destaca-se que atualmente essas redes virtuais tornaram-se uma ferramenta também de divulgação voluntária e muito eficaz, uma vez que qualquer pessoa pode comentar sobre qualquer assunto, é comum os clientes divulgarem suas impressões em relação a suas experiências comerciais sejam estas por produtos ou serviços, incentivando ou não o consumo, uma vez que diferente da comunicação realizada diretamente pelo empreendimento não há por parte do consumidor interesse específico na divulgação da sua percepção, tornando-se para o consumidor apenas um meio de interagir nas redes sociais e expressar sua opinião sobre suas ações, inclusive as que envolvem suas decisões de consumo.

- Facebook

Segundo o Facebook em seu Termo de Uso e Declaração de Direitos e Responsabilidades “Você é proprietário de todas as informações e conteúdos que publica no Facebook, e você pode controlar como eles serão compartilhados por meio de suas configurações de privacidade e de aplicativos”, em relação às configurações de privacidade a tudo que seja publicado de “conteúdos ou informações usando a opção Público, você está permitindo que todos, incluindo pessoas fora do Facebook, acessem e usem essas informações e as associem a você (isto é, ao seu nome e foto do perfil)” (Facebook, 2013).



Desta forma, ainda que não se tenha uma conta no Facebook, haverá acesso à informação por parte de qualquer pessoa que encontre a página do Facebook do empreendimento ou entidade todos os seus conteúdos publicados como público, sendo assim a Página no Facebook torna-se uma importante ferramenta de divulgação, com a característica atual de interatividade, conectividade, e rapidez de informações. Atualmente, as Fan Pages²¹ dos empreendimentos podem oferecer aplicativos para sorteios, promoções e atividades virtuais de atração de público.

- Twitter

O Twitter é uma rede social que possui característica de blog instantâneo, a publicação chamada de tweet “é uma expressão de um momento ou ideia. Ele pode conter textos, fotos, e vídeos. Milhões de tweets são compartilhados em tempo real, todos os dias”, os tweets podem ser respondidos, compartilhados, e favoritados, e através da hashtag se atribui um tópico para um Tweet, ao clicar em uma hashtag pode-se ver os tweets relacionados ao tópico, as hashtags mais utilizadas ficam listadas em tempo real, este recurso pode ser utilizado para promoções e divulgação (Twitter, 2015).

- Flickr

O Flickr é uma rede de organização e compartilhamento de arquivos de imagem. Ao ter uma conta no Flickr é possível seguir outros perfis bem como ser seguido, o que significa que tudo que for compartilhado será avisado ao seguidor para que ele possa acompanhar todos os uploads de imagens que forem feitos na conta do seguido.

Entre os recursos do Flickr que possibilita a organização das imagens em álbuns com descriptivo e legendas pode-se relacionar a foto características sobre a câmera utilizada (modelo, marca), no site do Flickr pode ser visualizado no item Localizador de Câmeras os modelos mais populares dentro dos usuários de marca e modelos de câmeras (Flickr, 2015).

²¹ *Fan Page*: Segundo o Facebook, uma *Fan Page* é uma interface específica com o objetivo de disponibilizar um recurso de interação e comunicação voltado especificamente para a divulgação de marcas, produtos, empresas, bandas, etc. Ao realizar a criação é possível escolher o objetivo dela, conseguindo assim melhor segmentação do público que deseja alcançar. A *Fan Page* é, em essência, uma página do Facebook que pode ser seguida pelos usuários e interessados em determinada marca ou empresa, oferecendo uma estratégia de marketing digital eficiente e de baixo custo (FanPages.com.br).



- Youtube

O Youtube é um site que permite que seus usuários carreguem e compartilhem vídeos em formato digital. Ao ter uma conta no Youtube é possível seguir outros perfis bem como ser seguido, o que significa que tudo que for compartilhado será avisado ao seguidor para que ele possa acompanhar todos os uploads de vídeos que forem feitos na conta do seguido.

Entre outros recursos o Youtube permite que os usuários avaliem de forma positiva ou negativa os vídeos aos quais assistem, assim como façam comentários sobre o mesmo e o compartilhem em outras redes sociais e via e-mail. Ao postar um vídeo é possível criar uma descrição para o mesmo e a partir do momento em que ele começa a ser visualizado por outros usuários há a possibilidade de saber quantas vezes o vídeo já foi assistido.

É possível ainda criar playlists, lista de favoritos e lista de vídeos para assistir mais tarde (Youtube, 2015).

- Instagram

Instagram é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos com duração de até 15 segundos que permite a seus usuários aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais.

As postagens de vídeos e fotos podem ser comentadas ou favoritadas pelos usuários, assim como cada perfil criado pode seguir outros perfis ou ser seguido. Ou seja, cada foto ou vídeo postado poderá ser visualizado pelos seguidores de tal usuário que realizou a postagem.



5.1. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

5.1.1. MATERIAIS IMPRESSOS

a) Material Promocional Turismo em Suzano

Em 2013 a Diretoria de Turismo de Suzano elaborou um primeiro material promocional do Turismo do Município. Foram impressos 20000 exemplares que foram disponibilizados na ABAAV, em Hotéis da Região e em outros países como Japão e Estados Unidos e enviados a feiras nacionais do setor de Turismo a serem distribuídos nos stands do Circuito Turístico das Nascentes.

O material possui um tamanho grande, maior que uma folha de A4, e foi impresso em formato de folder, com quatro seções, frente e verso, totalizando oito espaços disponíveis para a inserção de textos, fotos e mapas informativos.

O logotipo elaborado para representar o turismo do município representa resumidamente tudo o que o mesmo possui, indústrias, meio rural e história. Os atrativos contemplados com fotos e textos foram: a Aldeia Lobo Velho, o Memorial do Baruel, a Igreja do Baruel, o Templo Nambei, o Sítio do Cristo, o Memorial do Alto Tietê, o Santuário Ecológico Miraporanga, as Pedras do Jacu e Estudante, além de um texto geral falando sobre o turismo Rural e o de Negócios.

É importante ressaltar que a finalidade de um material promocional é atrair turistas e visitantes ao município, porém é de extrema importância que os atrativos mencionados possuam uma estrutura mínima capaz de recepcionar esse novo fluxo de pessoas. Dos nove atrativos mencionados apenas cinco apresentam condições de se realizar visitação, e mesmo assim a Pedra do Jacu e do Estudante necessitam de serviços de guiamento.

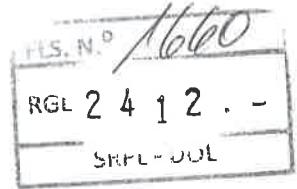
Lugares como Memorial do Baruel, a Igreja do Baruel e Santuário Ecológico Miraporanga, por exemplo, ainda não são atrativos consolidados e não apresentam nenhum tipo de interatividade, o primeiro e o último estão praticamente abandonados e a Igreja abre apenas uma vez ao ano. Como essas informações não foram deixadas em evidência, caso alguém resolva visitar os lugares destacados, não terá uma boa experiência e poderá prejudicar a imagem do município.

Outras informações como calendário de eventos e locais, dias e horários das principais feiras do município também estão presentes no material.



Por fim, o material não conta com um mapa que mostre a localização dos equipamentos e atrativos mencionados, devido a extensão territorial do município, essa informação seria necessária.

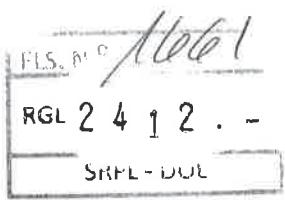
uuuu) Revista Dia a Dia



A Secretaria Municipal de Cultura de Suzano publica mensalmente a revista Dia a Dia que é disponibilizada nos principais equipamentos públicos do município. A mesma traz a programação cultural e artística prevista para aquele mês nos Centros Culturais Boa Vista, Palmeiras, Colorado e Francisco Carlos Moriconi além do Teatro Municipal Dr. Armando de Ré.

As informações são bem precisas e de fácil leitura para a maioria das pessoas, com tamanho e fonte legíveis. É um material curto e pequeno, com cerca de 8 páginas.

Sua tiragem mensal é pequena, cerca de centenas de exemplares, e a sua distribuição poderia ser expandida aos Hospitais, Escolas Municipais, estabelecimentos do comércio local e meios de hospedagem a fim de expandir a comunicação dos eventos e atividades realizadas no município.



5.1.2. Websites Institucionais

a) Website Institucional Prefeitura Municipal de Suzano

O endereço virtual do website oficial da Prefeitura de Suzano é [“http://suzano.sp.gov.br/”](http://suzano.sp.gov.br/).

A página inicial de acesso oferece na parte superior as três principais notícias sobre o município, assim como pequenos links de acesso à página/perfil das redes sociais Facebook e Twitter do mesmo, em seguida o website dá enfoque nos links “Concursos Públicos”, “Editais e Licitações” e “Leis e Decretos” que podem ser acessados rapidamente pelo leitor. Abaixo segue a seção de “Notícias/Acontecimentos”; “TV Prefeitura” com vídeos também postados no Youtube; “Agenda de Eventos” com um mapa interativo que dá a localização de eventos da cidade com a possibilidade de ao clicar sobre o nome do evento receber informações sobre o mesmo; destaque à página da Prefeitura no Facebook, com a quantidade de usuários que a “curtiram”; e listagem de todos os membros da Administração Municipal, com suas respectivas fotos e cargos e com a possibilidade de ao clicar em uma das personalidades públicas obter informações sobre sua formação, experiência e trajetória profissional, assim como o seu contato dentro da Prefeitura (e-mail, telefone e endereço).

Na extrema parte superior do website são oferecidos alguns links de grande utilidade aos cidadãos de Suzano, espaço nomeado como “Cidadão - Serviços e Informações”, e que ao clicar aparecem as opções “Portal do Cidadão - Controle das Ações do Governo Municipal”, “NF-e - Emissão de Nota Fiscal Eletrônica”, “Ouvidoria”, “Ônibus”, “ISSQN - Emissão de Nota Fiscal Eletrônica”, “GDE - Acesso para o Sistema de Remessa”, “Telefones Úteis”, “Lista de Radares”, “CIPA - Comissão Interna de Prevenção de Acidentes”, “Procon”, “IPTU”, “Transparência”, “Biblioteca Pública”, “CCM - Cadastro de Contribuintes Mobiliários” e “ITBI - Emissão da Guia de ITBI”.

O acesso a itens específicos localiza-se na parte superior do website a partir dos seguintes links:

- “Prefeitura”: informações sobre a Prefeitura (prefeito e vice-prefeita) e todas as Secretarias e Órgãos Públicos que organizam e atuam em determinados setores.



No link de cada Secretaria e Órgão Público há informações precisas sobre suas atribuições e tarefas, assim como notícias sobre a área de atuação.

-“Cidadão”: também dá acesso à página de links com informações e serviços de grande utilidade aos cidadãos, com os itens que foram exemplificados acima (NF- e, Biblioteca Pública etc).

-“Transparência”: acesso a “Editais e Licitações”, “Leis e Decretos”, “Leis Orçamentárias”, “Receitas e Despesas”, “Processo Seletivo”, “Terceiro Setor”, “Concursos Públicos”, e “Contas Públicas”.

-“Empresas”: acesso direto à Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Geração de Emprego (dados, informações, notícias etc) e a um breve resumo do perfil socioeconômico do município.

-“Servidor Municipal”: zona de acesso restrito.

-“Cidade”: informações sobre a localização e história de Suzano.

-“Notícias”: notícias sobre os acontecimentos do município aparecem neste link em ordem cronológica do mais novo ao mais antigo.

-“TV Prefeitura”: acesso aos vídeos postados no Youtube que aparecem neste link em ordem cronológica do mais novo ao mais antigo.

A única referência ao setor de Turismo do município ocorre dentro do link da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Geração de Emprego, no item “Diretorias”, em que são destacadas a missão e as atribuições da Diretoria de Turismo de Suzano.

O Turismo no município (atrativos, equipamentos, calendário de eventos etc) não é abordado em nenhum momento por nenhum link específico do website, somente há algumas notícias relacionadas que relatam eventos sobre o setor dos quais a cidade participou.



PLS. N.º 1663
RGL 2412.-
SRFL-DUL

Figura 12 - Página Inicial do Website Oficial da Prefeitura Municipal de Suzano.

Fonte: Site Prefeitura
Municipal de
Suzano, 2015.

The screenshot shows the homepage of the Municipal Government of Suzano website. At the top, there are logos for the city of Suzano, the state of São Paulo, the federal government of Brazil, and the Ministry of Tourism. A large banner at the top right features a photo of two men, one in a white shirt and tie, the other in a uniform, standing in front of a display of bananas. The banner text reads: "Prefeitos de Suzano-SP e de São Paulo-SP compartilham avanços nos primeiros meses de mandato e destacam perfil empresarial frente às prefeituras". Below the banner, there are sections for "Notícias/Acontecimentos" (News/Events) and "Agenda de Eventos" (Event Calendar). The "Notícias/Acontecimentos" section includes four thumbnail images with corresponding news links: "Secretaria de Transportes de Suzano-SP inicia o novo projeto de revitalização das faixas", "Secretaria de Cultura de Suzano-SP retorna projeto de festivais culturais no Colorado", "Campanha do Agasalho de Suzano-SP arrecada mais de 1 mil peças em duas semanas", and "Prefeito de Suzano-SP inaugura projeto de iluminação, economia será de 100%". The "Agenda de Eventos" section shows a map with three event locations: "Esportes na Praia", "Próprio da Luta", and "Amanhã na Praia de Suzano". Below these sections, there are banners for "CULTURA" (Culture), "SERVIÇOS SECRETARIA DE CULTURA", and "TRANSPARÊNCIA". A large central box contains a "COMUNICADO" (Communication) titled "IPTU 2017" and "Assunto: Impressão dos Carnês do IPTU 2017". The communication details the printing of IPTU 2017 bills and provides instructions for payment. Below this box is a banner for "CONSULTA DE VIAJARDÔNE PARA ABERTURA DE EMPRESAS" (Business Opening Consultation) featuring a handshake icon. At the bottom of the page, there are logos for various partners: Poder Público, CAIXA, DESENVOLVE SP, PAT, MCTI, and SEBRAE. The footer contains links to various municipal services and the official seal of the Municipal Government of Suzano.



www) Website Institucional da Agência de Desenvolvimento Regional do Alto Tietê - ADRAT

A Agência de Desenvolvimento Regional do Alto Tietê (ADRAT) foi criada com a meta de contribuir para a iniciação ou aceleração de processos de desenvolvimento econômico e social da região, que engloba, originalmente, os municípios de Arujá, Biritiba Mirim, Ferraz de Vasconcelos, Guararema, Guarulhos, Itaquaquecetuba, Mogi das Cruzes, Poá, Salesópolis, Santa Isabel e Suzano.

Por meio da articulação de interesses em torno de objetivos comuns e estímulo à realização de ações conjuntas entre os municípios, entidades públicas, privadas e sociedade civil organizada, foram elaboradas seis câmaras temáticas pela Agência (turismo, inovação tecnológica, política industrial, agricultura, comércio exterior e formação profissional).

O endereço virtual do website oficial da Agência de Desenvolvimento Regional do Alto Tietê é [“http://www.adrat.org.br/index.php”](http://www.adrat.org.br/index.php).

A página inicial de acesso fornece a visualização dinâmica das sete principais notícias e informações do momento, e ao lado de tal recurso encontram-se links que chamam a atenção do leitor e que podem ser acessados rapidamente, sendo eles “Agenda”, com a disposição de um calendário de palestras e eventos; “E-Serviços”, em que solicitações de ações e serviços podem ser enviadas por mensagem à Agência; e “Vídeos”, com a presença de apenas um vídeo em que a Presidente da ADRAT é entrevistada pela Nova TV Comunitária.

Na parte superior do website há uma área de busca, e logo abaixo alguns links como “Início”, “Quem somos”, com um breve histórico da Agência, “Colabore” (página em construção), e “Documentos”, com a disponibilização do Estatuto e Pautas de Reunião. No dia 31 de março de 2015 havia apenas um Edital de Convocação - Assembléia Geral Ordinária, na página referente às Pautas.

Na parte inferior da página principal há a exposição dos nomes e logos dos parceiros institucionais, e ao lado os nomes das Câmaras Temáticas que compõem a Agência e os projetos referentes a cada uma. Ao clicar nos links das Câmaras, porém, a página é redirecionada novamente à página principal, o que torna necessário a construção de links específicos que permitam o acesso a informações e dados de cada câmara, informações essas inexistentes dentro do site.



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo



No final da parte inferior da página inicial há novamente um link de acesso à “Agenda de Eventos”, e outros dois chamados “Temas em Questão” e “Faça você mesmo” (páginas em construção).

Ao lado é possível acessar novamente o Estatuto e as Pautas de Reunião através dos links “Documentos” e “Pautas de Reunião”, todos os outros links (Atas, Relatório e Termo de Uso) estão em construção, ou não pode ser aberto (Estatuto).

Por fim, no item “Sobre a ADRAT” pode-se acessar novamente a página “Quem somos”, e há o link “Notícias”, em que atividades e ações da Agência são divulgadas. Este último deveria ter um enfoque maior, pois se encontra somente ao final da página com letras pequenas de difícil visualização.

Figura 13 - Página Inicial do Website Oficial da ADRAT.



Fonte: Site ADRAT, 2015.



www) Website Institucional Consórcio de Desenvolvimento dos Municípios do Alto Tietê - CONDEMAT

O Consórcio de Desenvolvimento dos Municípios do Alto Tietê (CONDEMAT) é formado pelos prefeitos dos onze municípios que integram a ADRAT. Juntos o CONDEMAT e a ADRAT desenvolvem ações, por vezes com a parceria do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas).

O Consórcio, com sede e foro no município de Suzano, tem por objetivo o desenvolvimento sustentável e com equidade social da região, articulando as ações públicas federais, estaduais e municipais, com apoio nas organizações da sociedade civil e na iniciativa privada, focando-se na busca da realização plena do valor da pessoa humana, na preservação do meio ambiente, na melhoria dos serviços públicos de saúde e segurança pública, de educação, de saneamento básico, de infraestrutura, de transportes, de turismo e de cultura, de agricultura, de esportes e de lazer.

O endereço virtual do website oficial do CONDEMAT é [“http://www.condemat.net/index.php”](http://www.condemat.net/index.php).

A página inicial de acesso fornece a visualização dinâmica das principais notícias e informações do momento, e em ambos os lados de tal recurso encontram- se os seguintes links:

-“Institucional”: acesso aos “Municípios Consorciados” com um pequeno histórico e algumas informações de cada uma das onze cidades; e à “Estrutura Organizacional”, cuja página se encontra em branco.

-“Publicações Oficiais”: acesso a “Editais”, “Portarias” e “Resoluções”, sendo que as duas últimas páginas se encontram em branco.

-“Documentos”: acesso a “Relatórios”, “Pautas de Reuniões”, “Atas” e “Estatuto”.

-“Grupos de Trabalho”: com os links “Infraestrutura”, “Desenvolvimento Econômico”, “Desenvolvimento Urbano”, “Saúde”, “Educação Cultura e Esportes” e “Segurança Pública” que ao serem acessados retornam à página inicial do website; com o link “Desenvolvimento Ambiental” que se encontra em branco; e, por fim, com o link “Atividades dos GTs” que mostra os gastos realizados pelo Governo do Estado com a região do Alto Tietê.



-“Sala de Imprensa”: acesso a “Releases” e “Clipping”. Os links “Fotos” e “Vídeos”, quando acessados retornam à página inicial;

Do lado direito do site é possível visualizar os ícones que levam às redes sociais do Consórcio, como o Facebook, Twitter e Blog. Este último é utilizado para “clipping” de diversas notícias e matérias, ou seja, para organizar tudo aquilo que já aconteceu e foi publicado sobre o CONDEMAT.

Na parte inferior do site é possível acessar a TV CONDEMAT em que as reuniões do Consórcio são transmitidas ao vivo, além de acesso a outras notícias disponibilizadas ao lado.

Na parte final inferior do site os itens “Grupos de Trabalho”, “Institucional”, “Publicações Oficiais”, “Documentos” e “Sala de Imprensa” são retomados.

Na extrema parte superior do site é possível acessar a página inicial (Home), a página de “Contato”, “Notícias” e o “Portal da Transparência” em que os contratos, orçamentos, balancetes, demonstrativos e relatórios dos anos 2012, 2013 e 2014 podem ser acessados. O contato com o Consórcio pode ser realizado mediante formulário disponibilizado no link “Contato”, ou via telefone a partir do número que pode ser visualizado ao final da página.

As bandeiras de cada cidade na parte superior da página inicial dão acesso direto aos sites das Prefeituras Municipais das mesmas.

Sente-se a necessidade da criação do link “Quem somos”, pois apesar das notícias e publicações informarem acerca da atuação do Consórcio, é interessante que, anteriormente, o leitor tenha acesso rápido a esse tipo de informação. Além disso, é importante que as notícias do website possuam a data de publicação, pois somente com as datas e meses torna-se difícil saber a qual ano se referem.



Ministério do
Turismo



PLS. N. ^D / 1668
RGL 2412 . -
SPL - DDL

Figura 14 - Página Inicial do Website Oficial do CONDEMAT.

Figura 3 - Página da CONDEMAT

Figura 3 - Página da CONDEMAT

Home Contato Notícias Portal da Transparéncia

Faça sua pesquisa

CONDEMAT

Institucional

- Municípios Consorciados
- Estrutura Organizacional

Publicações Oficiais

- Editais
- Portarias
- Resoluções

Documentos

- Relatórios
- Pautas de Reuniões
- Atas
- Estatuto

Câmara de Desenvolvimento Social recebe técnicos dos governos federal e estadual

PREVIOUS NEXT

AGENDA - Fevereiro de 2016

Câmaras técnicas do Condemat se preparam para retomar reuniões

Coordenadores e membros dos grupos temáticos do consórcio estão finalizando as pautas das reuniões para iniciar os trabalhos de 2016 a partir do dia 2 de fevereiro.

Os trabalhos das Câmaras Técnicas do Consórcio de Desenvolvimento dos Municípios do Alto Tietê (Condemat) serão retomados a partir de fevereiro. Até o fim deste mês, coordenadores e membros dos grupos de trabalho finalizarão as pautas das reuniões para dar início às discussões do ano.

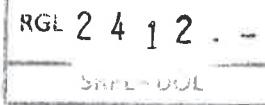
Grupos de Trabalho

- Infraestrutura
- Desenvolvimento Econômico
- Desenvolvimento Urbano
- Desenvolvimento Ambiental
- Saúde
- Educação, Cultura e Esportes
- Segurança Pública
- Atividades dos GTs

Sala de Imprensa

- Releases
- Fotos
- Clipping
- Vídeos
- Agenda de Reuniões
- Seminário de Gestão Pública

Fonte: Site CONDEMAT, 2016.



xxxx) Website Institucional do Sindicato Rural de Suzano

Pensando no fortalecimento e desenvolvimento da agricultura suzanense, os produtores de aves, frutas, verduras, flores, entre outros, do município criaram o Sindicato Rural. A entidade foi reconhecida pelo Ministério do Trabalho no dia 27 de abril de 1966 e atua até hoje perpetuando o objetivo de promover a agricultura local.

O endereço virtual do website oficial do Sindicato Rural é [“http://www.sindicatoruralsuzano.com.br/site/”](http://www.sindicatoruralsuzano.com.br/site/). A página inicial dá um primeiro destaque a alguns links que podem ser acessados. São eles:

- “Home”: acesso à página inicial.

-“Quem somos”: acesso ao histórico do Sindicato e aos nomes dos membros da Diretoria Efetiva, Suplentes da Diretoria, Conselho Fiscal, Delegados junto à Federação e Assessorias.

-“Associados”: acesso a informações sobre os produtores rurais (contato, localização, principais produtos etc) através de uma divisão por tipo de produto (animais e aves, flores, fungicultura, haras, hortaliças, piscicultura e propriedade de turismo rural).

-“Serviços”: acesso a uma lista dos serviços que são oferecidos pelo Sindicato Rural aos associados (preenchimento nota de produtor, cadastro de Incra, cancelamento de IPTU, entre outros).

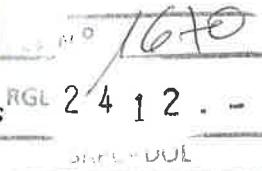
-“Canais”: acesso às “Matérias” (notícias) do website, às “Receitas”, que podem ser feitas a partir de produtos locais, e aos “Vídeos”, relacionados às receitas e notícias.

-“Eventos”: notícias e informações sobre eventos, festivais, encontros etc relacionados à agricultura municipal.

-“Cursos”: notícias e informações sobre cursos ligados à agricultura municipal, como cursos de artesanato, agricultura orgânica, processamento de carnes, entre outros. O último Curso de Turismo Rural oferecido pelo Sindicato aconteceu entre os dias 8 e 10 de dezembro de 2014 e estava em sua décima edição.

-“Fique de olho”: página com notícias, informações e dicas relevantes aos produtores. No dia 31 de março de 2015 haviam somente duas postagens, uma de agosto de 2014 e a outra de outubro do mesmo ano.

-“Fale conosco”: mapa com localização do Sindicato e telefone de contato.



Na página inicial, abaixo dos links que foram citados acima, há um espaço interativo que mostra notícias e informações atuais e relevantes. Abaixo é possível acessar novamente as páginas de “Receitas”, “Vídeos” e o “Fique de olho”.

Aos leitores é oferecida a possibilidade de compartilhar o link de acesso do website por meio de redes sociais e e-mail. Abaixo deste recurso é possível encontrar uma área que apresenta a previsão do tempo na cidade, além das principais matérias, vídeos e receitas publicadas.

Na parte inferior da página inicial é dada a sugestão de acesso aos websites da FAESP (Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de São Paulo) e SENAR (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural), do Ministério de Desenvolvimento Agrário (MDA) e da Coordenadoria de Assistência Técnica Integral (CATI).

O website encontra-se muito bem estruturado e atualizado. As matérias e notícias em geral são escritas e postadas mais de uma vez ao mês, o que mostra a preocupação e atenção dos responsáveis para com os interessados.

Figura 15 - Página Inicial do Website Oficial do Sindicato Rural de Suzano.



Fonte: Site Sindicato Rural de Suzano, 2016.



yyyy) Website Oficial Diário de Suzano

Conhecido como um importante jornal regional, o Diário de Suzano apresenta, diariamente, uma cobertura completa e atualizada dos acontecimentos locais, do Brasil e do mundo, além de participar ativamente do processo de crescimento econômico e modernização dos mercados e das empresas do Alto Tietê.

Empresários, empreendedores, comerciantes e lojistas possuem oportunidade de espaço no Diário que representa uma boa alternativa de mídia publicitária para atingir os segmentos com maior potencial de consumo, formadores de opinião e lideranças empresariais, políticas e comunitárias.

O endereço virtual do website oficial do Diário de Suzano é [“http://www.diariodesuzano.com.br/”](http://www.diariodesuzano.com.br/).

O website é dividido em sua parte superior nos seguintes links: Caderno D, Cidades, Editorial, Esportes, Nacional, Polícia, Social, Região, Classificados e Assine DS (Assinatura do Diário de Suzano).

Bem estruturado e atualizado, o website não possui nenhuma matéria sobre o turismo em Suzano ou na região, somente trata de alguns casos de gestão e planejamento de áreas e atrativos, como, por exemplo, as matérias publicadas nos dias 20 e 21 de março de 2015 acerca das propostas de tornar o Miraporanga um Parque Estadual e de criar o Parque do Mirante.

O Diário de Suzano também possui uma página atualizada na rede social Facebook com 3.123 curtidas, e um canal no Youtube com apenas um vídeo postado há três semanas da data de acesso com 235 visualizações²².

²² A página no Facebook e o canal no Youtube foram analisados no dia 31 de março de 2015. Facebook Diário de Suzano. Disponível em: <<https://www.facebook.com/pages/Di%C3%A1rio-de-Suzano/582902678419807?ref=photo>>. Youtube Diário de Suzano. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCLXmCDeXwvNxB665h88HNzA>>.



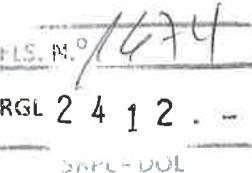
Figura 16 - Página Inicial do Website Oficial do Diário de Suzano.

Fonte: Site Diário de Suzano, 2016.

zzzz) Website Oficial Diário do Alto Tietê

O Diário do Alto Tietê é um importante jornal regional que traz matérias tanto sobre as cidades da região como também acerca do contexto nacional e internacional, com notícias sobre cultural, esportes, política, economia, turismo, entre outros.

O endereço virtual do website oficial do Diário de Suzano é "<http://www.jornaldat.com.br/default.aspx>". O website é dividido em sua parte superior nos seguintes links: Cidades (em que traz notícias de cada município da região: Arujá, Biritiba, Ferraz, Guararema, Guarulhos, Itaquá, Mogi, Poá, Salesópolis, Santa Isabel e Suzano), Opinião, Polícia, Região, Serviços (página em branco sem nenhuma matéria publicada), Social, Variedades, e Suplementos (com notícias sobre diversos assuntos e edições especiais do jornal).



Em relação ao turismo, traz, principalmente, notícias sobre atividades, festas e eventos culturais, obras e reformas de equipamentos. Praticamente não há matérias que tratam a fundo os atrativos e ofertas turísticas regionais.

O Diário do Alto Tietê também possui um perfil atualizado na rede social Facebook, com postagens diárias e 4.990 amigos²³.

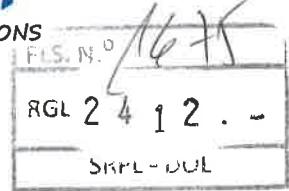
Figura 17 - Página Inicial do Website Oficial do Diário do Alto Tietê.

A captura de tela mostra a interface do site "PORTALNEWS.COM.BR". No topo, uma barra com links para "Home", "Esportes", "Fale Conosco", "Localização", "Quem Somos" e "Sobre". No topo direito, ícones para Facebook e Twitter. O logo "PORTALNEWS.COM.BR" está no topo esquerdo. No topo central, uma barra com o link "Quinta Feira Fazenda". Abaixo, uma barra com links para "Opinião", "Cidades", "Política", "Brasil e mundo", "Esportes", "Inovação", "Social", "Gley Gómez", "Educação", "Notícias do Diário", "Multimídia", "Gostei", "PDF TV". A barra de busca contém o placeholder "AGORA OS JORNALIS MOGI NEWS E DIÁRIO DO ALTO TIETÉ TAMBÉM TE ATENDEM NO WHATSAPP! 9 6858.3924". À direita, logos para "MOGI NEWS" e "Dat". A seção principal exibe uma foto de uma clínica com pessoas em frente. O subtítulo da foto é "Jovem quer processar Pronto Socorro Municipal de Suzano por negligência". Abaixo, uma seção "DESTAQUES" com três fotos: uma fábrica, uma partida de futebol e uma multidão. Abaixo, uma seção "CIDADES" com o link "Testimônia culpa a atual administração por ora estar paralizada". À direita, uma seção "MOGI NEWS" com miniaturas de artigos, uma seção "VIDEO" com miniaturas de vídeos, uma seção "DAT" com miniaturas de artigos, uma seção "MAIS VISTOS" com miniaturas de artigos, e uma seção "ASSINE O MOGI NEWS" com o link "Curta nossa".

Fonte: Site Diário do Alto Tietê, 2016.

²³ O perfil no Facebook foi analisado no dia 31 de março de 2015.

Facebook Diário do Alto Tietê. Disponível em: <<https://www.facebook.com/diariodoaltotiete?ref=ts>>.



5.1.3. REDES SOCIAIS E CANAIS VIRTUAIS DE COMUNICAÇÃO

a) Facebook Prefeitura Municipal de Suzano

O endereço virtual da página oficial da Prefeitura de Suzano no Facebook é “<https://www.facebook.com/prefsuzano>”.

A Prefeitura utiliza a página para divulgar serviços e notícias gerais do município, desde assuntos sobre segurança e saúde, até assuntos de entretenimento e lazer. As publicações diárias, com fotos e por vezes vídeos, possuem a principal finalidade de informar os habitantes sobre as atividades e serviços da cidade, sendo que somente algumas informações podem ser aproveitadas por visitantes e quase nenhuma postagem se direciona ao turismo no município.

A página em 30 de março de 2015 possuía 11.492 curtidas e informa em sua descrição o e-mail e telefone de contato, o site da Prefeitura, assim como algumas orientações de uso da página.

Na página dúvidas e comentários de habitantes e interessados nas notícias e serviços não são respondidos pelos responsáveis da página da Prefeitura, o que mostra uma falta de interatividade e atenção da administração pública nos interesses pessoais e coletivos daqueles que vivem em Suzano.

A divulgação do site oficial da Prefeitura na página do Facebook se faz essencial para que a comunicação esteja interligada e a indicação de outro canal de comunicação facilite o encontro de diferentes informações existentes em cada um deles, possibilitando ao visitante encontrar as informações que julgue mais necessária. É importante que tais canais comecem a valorizar o turismo no município, ação que ainda não ocorre e que se torna essencial para que tanto os munícipes, quanto os visitantes, conheçam os atrativos, equipamentos e estabelecimentos existentes na cidade, seu funcionamento e localização.

Através de informações virtuais a Prefeitura pode realizar um processo de sensibilização da população para o turismo, destacando os benefícios que o mesmo pode trazer a todos, além de valorizar a cultura, os equipamentos e a paisagem local.

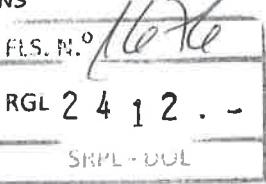


Figura 18 - Página no Facebook da Prefeitura de Suzano.

facebook



Fonte: Facebook Prefeitura de Suzano, 2015.

aaaaa) Facebook Circuito Turístico das Nascentes

O Circuito Turístico das Nascentes faz parte da Câmara Temática de Turismo da ADRAT e foi criado com o objetivo de fomentar o turismo regional do Alto Tietê. Composto pelos onze municípios integrantes da ADRAT, o Circuito engloba uma região de proteção ambiental e mananciais que se destaca como opção de lazer e turismo para a população da Grande São Paulo e do Vale do Paraíba.

O endereço virtual da página oficial do Circuito Turístico das Nascentes no Facebook é www.facebook.com/circuitoturisticodasnascentes?ref=ts.

Na página, quase todos os dias, são postadas informações, notícias, fotos e dicas de eventos e festas culturais, encontros, palestras e seminários acerca das cidades integrantes do Circuito e do turismo regional como um todo.

Na descrição da página no link “Sobre”, consta uma breve e uma longa descrição sobre o Circuito, o e-mail de contato e um link de acesso direto ao site da ADRAT, sendo que



este último também pode ser acessado a partir da “Linha do Tempo”, ao lado esquerdo da página.

Pode-se notar que a grande maioria das postagens recebem poucas ou nenhuma “curtida”, assim como pouquíssimos comentários, o que mostra que apesar das informações e notícias serem postadas quase diariamente, não há uma boa receptividade do público perante as matérias, assim como a construção de uma interatividade com este.

No dia 31 de março de 2015 a página possuía apenas 691 curtidas, o que aponta para a falta de uma melhor divulgação da mesma, principalmente considerando que o Circuito abrange onze municípios e a página alcançou somente esse número reduzido de pessoas.

Figura 19 - Página no Facebook do Circuito Turístico das Nascentes.



Fonte: Facebook Circuito Turístico das Nascentes, 2015.



RGL 2412	SRPL - DUL
----------	------------

bbbb) Facebook Consórcio de Desenvolvimento dos Municípios do Alto Tietê
CONDEMAT

O endereço eletrônico da página do CONDEMAT na rede social Facebook é “<https://www.facebook.com/condemat>”.

As principais postagens são relacionadas às reuniões e encontros das Câmaras do CONDEMAT, com setores públicos da esfera municipal, estadual e até mesmo federal.

Pode-se notar que a grande maioria das postagens recebem poucas ou nenhuma “curtida”, assim como praticamente nenhum comentário, o que mostra que apesar das informações e notícias serem postadas com uma grande frequência (quase diariamente), não há uma boa receptividade do público perante as matérias, assim como a construção de uma interatividade com este.

No dia 31 de março de 2015 a página possuía apenas 175 curtidas, o que aponta para a falta de uma melhor divulgação da mesma, principalmente considerando que o Consórcio abrange onze municípios da região do Alto Tietê e a página alcançou somente esse número reduzido de pessoas.

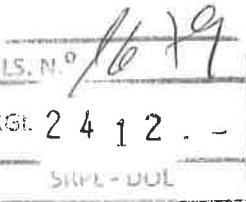


Figura 20 - Página no Facebook do CONDEMAT.



Fonte: Facebook CONDEMAT, 2015.

cccc) Facebook Agência de Desenvolvimento do Alto Tietê - ADRAT

O endereço eletrônico da página da ADRAT na rede social Facebook é [“https://www.facebook.com/pages/ADRAT-Ag%C3%A3ncia-de-Desenvolvimento-do-Alto-Tiet%C3%AA/246283782076024”](https://www.facebook.com/pages/ADRAT-Ag%C3%A3ncia-de-Desenvolvimento-do-Alto-Tiet%C3%AA/246283782076024).

As principais postagens destacam e informam acerca dos encontros, palestras, conselhos e reuniões da ADRAT que acontecem na região, referentes à cultura, meio ambiente, agricultura, empreendedorismo, entre outros. Além disso, a página dá destaque em diversas postagens à Associação de Desenvolvimento da Região do Alto Tâmega (ADRAT) de Portugal, que serve como inspiração à Agência de Desenvolvimento do Alto Tietê.

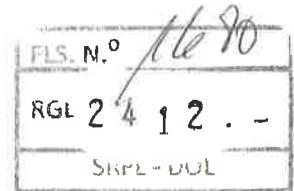
Pode-se notar que a grande maioria das postagens recebem poucas ou nenhuma “curtida”, assim como praticamente nenhum comentário, o que mostra que apesar das informações e notícias serem postadas com uma grande frequência (quase diariamente), não há uma boa receptividade do público perante as matérias.



Nota-se, porém, que quando questionados, os responsáveis pela página respondem a perguntas feitas pelo público, o que aponta para a necessidade de trabalhar tal interatividade a ponto de cativar e trazer o público para perto das ações e notícias da Agência.

No dia 31 de março de 2015 a página possuía 1.009 curtidas, número de certa forma relevante quando comparado às “curtidas” das páginas Circuito Turístico das Nascentes e CONDEMAT, porém ainda irrisório diante do número de cidades integrantes à Agência, o que aponta para a falta de uma melhor divulgação da página.

Figura 21 - Página no Facebook da ADRAT.



Fonte: Facebook ADRAT, 2015.



Twitter Prefeitura Municipal de Suzano

O endereço eletrônico do Twitter da Prefeitura de Suzano é “<https://twitter.com/PrefSuzano>”. Criado em janeiro de 2010, o perfil no dia 01 de abril de 2015 possuía 4.161 tweets²⁴ e 1.961 seguidores²⁵. Quase todas as postagens feitas eram vinculadas às notícias publicadas no website institucional da Prefeitura, com destaque para o título das matérias. Além disso, a página também contava com tweets relacionados a fotos e vídeos de outras páginas da web.

A primeira data de outubro de 2012 enquanto a última postagem realizada é de julho de 2013, o que mostra que o vínculo com o site não existe mais e o Twitter não é mais utilizado pela Prefeitura como meio de comunicação. Um link que dá acesso ao website oficial da Prefeitura encontra-se do lado esquerdo da página, logo abaixo da foto de perfil e de uma pequena descrição.

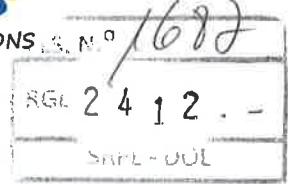
Figura 22 - Twitter Prefeitura de Suzano.



Fonte: Twitter Prefeitura de Suzano, 2015.

²⁴ Tweets são postagens de até 140 caracteres que os usuários da rede social podem publicar em suas páginas iniciais e que aqueles que os seguem podem visualizar.

²⁵ Usuários da rede social Twitter que seguem as atualizações e postagens da Prefeitura.



eeee) Twitter CONDEMAT

O endereço eletrônico do Twitter do Consórcio de Desenvolvimento dos Municípios do Alto Tietê é “<https://twitter.com/CondematOficial/>”. Criado em maio de 2012, o perfil no dia 01 de abril de 2015 possuía 87 tweets e apenas 39 seguidores.

Diversas postagens realizadas estavam relacionadas às notícias publicadas no website oficial do CONDEMAT, instigando o leitor a acessá-las. Além disso, outros tweets eram postados a partir do compartilhamento de tweets de outros perfis, assim como houve a postagem de links de sites e páginas da internet tratando de assuntos de interesse do Consórcio e de seu público leitor, como, por exemplo, notícias do Diário de Suzano, do Ministério do Meio Ambiente etc.

A primeira postagem data de maio de 2012 enquanto a última realizada é de março de 2015, o que mostra que, apesar da pequena quantidade de tweets, a página ainda está ativa e pode tratar com um maior número de postagens, assim como explorar melhor o seu público ao ser divulgada em outros meios de comunicação do CONDEMAT.

Um link que dá acesso ao website oficial do Consórcio encontra-se do lado esquerdo da página, logo abaixo da foto de perfil. A indicação de outro canal de comunicação (website) acaba por ser um importante instrumento de ligação e divulgação, porém essa interligação entre os canais dos quais o CONDEMAT disponibiliza deve ser trabalhada.

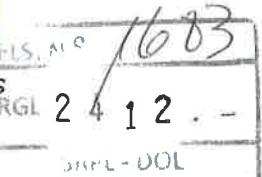
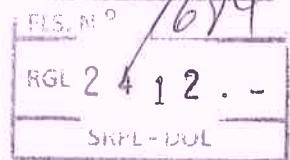


Figura 23 - Twitter CONDEMAT.

Fonte: Twitter CONDEMAT, 2015.



Flickr Prefeitura Municipal de Suzano

O endereço eletrônico do Flickr da Prefeitura de Suzano é [“https://www.flickr.com/people/71029509@N07”](https://www.flickr.com/people/71029509@N07). Membro desde novembro de 2011, a página possui 3.998 fotos postadas e a última data de dezembro de 2012, o que mostra que o Flickr não é mais utilizado pela Prefeitura como meio de comunicação e divulgação de fotos.

As fotos postadas foram, na época, divididas em 148 álbuns, referentes aos mais diversos tipos de eventos, festas, encontros e homenagens vinculados aos setores públicos envolvidos, desde a área da saúde até cultura e entretenimento.

A página faz uma breve descrição de sua função e dá destaque ao website institucional, ao Twitter, ao Facebook e ao Youtube da Prefeitura de Suzano. A indicação de outros canais de comunicação acaba por ser um importante instrumento de ligação e divulgação, porém devido ao fato da página estar inativa não há uma efetiva interligação entre os canais dos quais a Prefeitura disponibiliza.



ggggg) Youtube Prefeitura Municipal de Suzano

NS
PLS. NO 1685
RGL 2 4 1 2 . -
SMT - DUL

O endereço eletrônico do Youtube da Prefeitura de Suzano é “<https://www.youtube.com/user/prefsuzano>”.

A página possui 25 vídeos postados e as visualizações de cada vídeo variam de 9 a 25.130, sendo que a última postagem foi realizada há 23 horas e a primeira data de 1 ano atrás, de acordo com o dia e horário de avaliação²⁶.

No total, 14 vídeos são matérias feitas pela TV Prefeitura que abordam tanto eventos da cidade, quanto obras e momentos importantes do setor público. Enquanto outros vídeos levam informações sobre o município aos moradores, assim como notícias sobre serviços e equipamentos dos quais esses podem utilizar.

A imagem superior de capa da página também tem o propósito de informar os leitores; nela, a avaliação do site, por exemplo, ameaça referir a oferta de passagens livres de transporte público para estudantes. Além disso, um pequeno link de acesso direto ao site da Prefeitura é disponibilizado no canto inferior direito da imagem, possibilitando acesso rápido a outro meio de comunicação do setor público. O link “Sobre” permite a leitura de uma pequena descrição acerca do canal da Prefeitura no YouTube e destaca a existência de perfis e páginas também em outras redes sociais que podem ser acessadas.

O canal no Youtube, porém não aborda em nenhum momento o turismo em Suzano, com a apresentação de atrativos, de equipamentos e do trade de serviços, ação que seria interessante tanto para que os próprios municípios pudessem conhecer o turismo local, quanto para a atração de visitantes.

²⁶ Avaliação da Youtube da Prefeitura realizada no dia 02 de abril de 2015, às 09h40.



Figura 24 - Youtube da Prefeitura de Suzano.

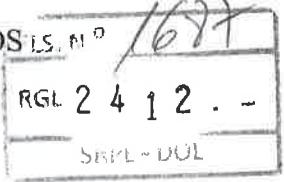


Fonte: Youtube Prefeitura de Suzano, 2015.



5.2. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

5.2.1. EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM



Serão analisadas a seguir as informações disponibilizadas na internet em relação aos Serviços de Hospedagem de Suzano.

É importante ressaltar que só foram apresentados nas tabelas a seguir os equipamentos que possuem algum tipo de canal de comunicação virtual oficial. Nota-se então que, dos treze equipamentos de hospedagem existentes no município, apenas sete possuem canais de comunicação que viabilizam o possível contato com o cliente.

O equipamento de hospedagem melhor preparado em termos de comunicação é a Pousada Magic City que possui além de website completo, as mais variadas redes sociais atualizadas.

Em geral, os websites possuem uma estrutura simples com informações suficientes, porém com poucos recursos, principalmente sem a facilidade de reservas online. Dois hotéis (Hotel Imperial e Hotel Metrópole) e um motel (Motel Emphasis) disponibilizam somente de websites, enquanto o Hotel Shalom possui somente a rede social Facebook como meio de comunicação.

Dos três estabelecimentos particulares que podem ser somente locados em temporadas (Chácara dos Fernandes, Fazenda Santa Helena e Recanto da Lia), apenas um possui página na web.

Além disso, nenhum dos meios de hospedagem possui alguma seção em seus sites e redes de comunicação que traga informações e aborde os atrativos e opções de lazer da cidade de Suzano.

Dessa forma, avalia-se a comunicação dos Serviços de Hospedagem de Suzano como ruim e de baixa eficácia para o município, pois os canais de comunicação existentes se preocupam apenas em divulgar, de forma breve na maioria das vezes, as informações dos próprios estabelecimentos de hospedagem, sem apresentar nada sobre a cidade que os abriga.



a) Website Oficial²⁷

Pousada Magic City	<p>Endereço: http://www.magiccity.com.br/?pag=estrutura</p> <p>O website da pousada é completo, com informações sobre os tipos de acomodação, estrutura do parque aquático e de diversões, atividades, gastronomia, localização, fotos, funcionamento para grupos e eventos, bem como preços de diárias e promoções. É possível fazer reservas da pousada e comprar ingressos para o parque pelo website. Além disso, possui links diretos de acesso às páginas do Magic City nas redes sociais Facebook, Twitter, Instagram e Youtube. As informações são voltadas apenas às atividades internas do hotel, não há nenhuma seção que aborde os atrativos de Suzano, e até mesmo no link chamado “Turismo Rural” o meio de hospedagem só cita a própria produção interna que ocorre com a técnica da hidroponia.</p>
Hotel Villa da Fonte Fazenda	<p>Endereço: www.villadafonte.com.br</p> <p>A página inicial do website destaca todos os equipamentos de hospedagem pertencentes ao Hotel Villa da Fonte localizados em diferentes municípios. A opção referente à Suzano é nomeada de “Fazenda” e destaca o público como Igrejas, Empresas e Escolas. São disponibilizadas informações e fotos sobre a quantidade e a estrutura dos chalés no local, serviços de gastronomia, áreas de convenções e eventos, estruturas de lazer, contato e localização. É possível fazer reserva no site por meio de um formulário, porém o mesmo é referente a eventos e não há um formulário específico somente para acomodações. Não há nenhuma seção que traga informações e aborde os atrativos e opções de lazer da cidade de Suzano.</p>
Hotel Metrópole	<p>Endereço: www.hotelemetropole.com.br/suzano.htm</p> <p>O website possui uma estrutura simples, trazendo informações sobre as acomodações, os serviços oferecidos, a localização e contato tanto do Hotel Metrópole localizado em Mogi das Cruzes, quanto em Suzano. O website conta com cinco abas em sua parte superior nomeadas “Home”, “Quem somos”, “Mogi”, “Suzano” e “Contato”. Não são disponibilizadas informações sobre as tarifas, assim como as reservas não podem ser feitas pelo site e, por esse motivo, telefones, e-mail e um formulário são disponibilizados para contato. Não há nenhuma seção que traga informações e aborde os atrativos e opções de lazer da cidade de Suzano.</p>
Motel Emphasis	<p>Endereço: www.motelemphasis.com.br</p> <p>O website possui uma estrutura simples, trazendo informações sobre os tipos de acomodações, o serviço de lavanderia para lençóis, cobertores e fronhas, a localização e o contato. Não são disponibilizadas informações sobre as tarifas, assim como as reservas não podem ser feitas pelo site e, por esse motivo, telefone e um formulário são disponibilizados para contato.</p>

²⁷ Avaliação dos websites oficiais feita no dia 02 de abril de 2015.



1689
RG 2412.-
SITEL - OUL

Hotel Imperial	<p>Site: http://www.hotelimperial.com.br/</p> <p>O website possui uma estrutura simples, trazendo informações sobre os tipos de acomodações, os serviços oferecidos, a localização e o contato. O link “como chegar” dentro da seção “Localização”, assim como a seção “Reservas” não funcionam, sendo que o primeiro fica em branco quando acessado e o segundo nem mesmo abre. Há uma “Galeria de Fotos” com imagens da estrutura, acomodações e restaurante do local. Não são disponibilizadas informações sobre as tarifas, assim como as reservas não podem ser feitas pelo site e, por esse motivo, telefone e e-mails são disponibilizados para contato. Não há nenhuma seção que traga informações e aborde os atrativos e opções de lazer da cidade de Suzano.</p>
Chácara dos Fernandes	<p>Site: www.3duques.com.br</p> <p>O website possui uma estrutura simples e possui apenas quatro abas em sua parte superior nomeadas como “Espaço 3 Duques”, “Chácara dos Fernandes”, “Como Chegar” e “Contato”. No espaço destinado à Chácara há informações breves acerca da estrutura de lazer do local, localização e algumas fotos das áreas internas, como piscina, campo de futebol, etc. A seção “Como Chegar” é destinada somente ao espaço de eventos “Espaço 3 Duques”. Não são disponibilizadas informações sobre o preço de locação, assim como as reservas não podem ser feitas pelo site, dessa forma para maiores informações telefones, e-mail e um formulário online são disponibilizados. Não há nenhuma seção que traga informações e aborde os atrativos e opções de lazer da cidade de Suzano.</p>

||||||| Redes Sociais e Canais Virtuais de Comunicação²⁸

Pousada Magic City	<p>Facebook: https://www.facebook.com/magiccityoficial?ref=ts&_rdr</p> <p>Instagram: https://instagram.com/magiccitybr/</p> <p>Youtube: https://www.youtube.com/user/magicmkt</p> <p>Twitter: https://twitter.com/magiccitybr</p> <p>A Pousada possui conta em diversas redes sociais. O Facebook recebe postagens diárias com informações e fotos do local. Com 189.509 curtidas a página possui um link de acesso direto ao website oficial do Magic City. O Instagram por sua vez, com 218 publicações, possui 3.062 seguidores, também com link de acesso ao website oficial. O YouTube com 30 vídeos postados tem visualizações que variam de 409 a 94.807. Os vídeos começaram a ser postados no ano de 2007 e o último data de março de 2015. O Twitter, por fim, possui 1.591 tweets e 971 seguidores, se mostrando como a rede social menos eficaz e abrangente. Encontra-se atualizada devido ao vínculo que possui com as postagens do Facebook.</p>
--------------------	--

²⁸ Avaliação das redes sociais feita no dia 02 de abril de 2015.



Hotel Villa da Fonte Fazenda	<p>Facebook: www.facebook.com/villadafonte.fazenda?ref=ts</p> <p>O Hotel possui um perfil no Facebook, porém o mesmo se encontra desatualizado, sendo que a última “atividade” da página data de setembro de 2012. O perfil possui atualmente apenas 525 amigos.</p>
Hotel Shalom	<p>Facebook: www.facebook.com/pages/Hotel-Shalom-de-Suzano/295235070624118</p> <p>A página do Hotel no Facebook disponibiliza informações acerca da localização, contato e funcionamento, assim como algumas fotos da estrutura do hotel, hóspedes e serviços. As postagens acontecem esporadicamente, algumas vezes com intervalos de meses sem nenhuma atualização. A última foi realizada no dia 28 de março de 2015. A página possui 229 curtidas.</p>

5.2.2. EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS DE GASTRONOMIA

Serão analisados a seguir as informações disponibilizadas na internet em relação aos Serviços de Gastronomia de Suzano.

É importante ressaltar que só foram apresentados nas tabelas a seguir os equipamentos que possuem algum tipo de canal de comunicação virtual oficial. Nota-se então que, dos 62 equipamentos gastronômicos analisados no inventário turístico de Suzano, 43 (cerca de 69% do total²⁹) possuem website oficial e/ou página ou perfil na rede social Facebook.

Dos 43 equipamentos, entretanto, deve-se considerar que alguns fazem parte de grandes redes de restaurante ou produtos alimentícios, como Mc Donald's, Habib's, Cacau Show e Cachaçaria Água Doce, ou de outras redes menos conhecidas e que possuem franquias espalhadas pelo país, como Tempero Manero e Yakisoba Factory. Essas grandes redes possuem uma página/perfil principal em redes sociais e um website oficial que une todas as unidades dentro de um espaço, sendo que dificilmente existe um site para cada franquia aberta. Dessa forma, para este trabalho, esses websites e redes sociais principais foram levados em consideração.

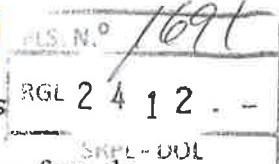
Dos 35 equipamentos que possuem página ou perfil na rede social Facebook, 17 possuem suas contas desatualizadas, inativas ou realizam postagens esporádicas com grandes intervalos de tempo, sendo que desse número, 13 só possuem o Facebook como meio de comunicação, o que mostra um descuido de diversos equipamentos gastronômicos diante do seu relacionamento com o cliente.



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo

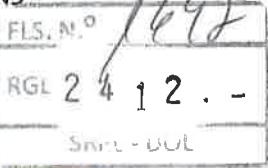


Dos 25 equipamentos que possuem website, 3 deles estão com a página fora de funcionamento, sendo uma delas em manutenção, e deste número, 2 possuem somente o site como meio de comunicação.

Dos 62 equipamentos da cidade, 43 possuem algum tipo de canal de comunicação, porém excluindo aqueles que estão inativos, desatualizados ou fora de funcionamento e que possuem somente um tipo de canal (website ou rede social), são apenas 28 (cerca de 45% do total) aqueles que conseguem transmitir informações e manter um canal de comunicação frequente com os seus clientes.

Avalia-se a comunicação dos Serviços de Gastronomia de Suzano, como regular, pois cerca de 45% do total de equipamentos analisados mantém um canal virtual direto de relacionamento com o cliente, e algumas vezes por meio de um website de estrutura simples, mas que transmite informações completas e suficientes, poderiam ser melhor trabalhados.

²⁹ Todas as porcentagens foram calculadas levando em conta o total de 62 equipamentos gastronômicos avaliados.



a) Website Oficial³⁰

Kilo Nobre Restaurante	<p>Site: www.kilonobrorestaurante.com.br</p> <p>Contém informações sobre a história do restaurante, equipe, reservas, horário de funcionamento, localização e contato. Além do número de telefone há um formulário que pode ser preenchido a fim de pedir maiores informações. O site também disponibiliza algumas fotos e dicas de alimentação. Além disso, possui um mapa do Google com a localização do estabelecimento e link direto para a página oficial do Facebook e Twitter que ao serem acessados não abrem na página do restaurante e sim na página inicial de acesso das redes sociais, o que mostra mau funcionamento de tal recurso.</p>
Império do Sabor	<p>Site: www.imperiodesabor.com.br - Site fora de funcionamento.</p>
Grãos da Terra Empório e Restaurante Natural	<p>Site: www.graosdaterra.net</p> <p>Contém informações sobre a história do restaurante e do empório, produtos, receitas, dicas, contato (e-mail e telefone) e localização. Além disso, conta com formulário para contato, mapa do Google com a localização do estabelecimento, possibilidade de compra online e link direto para a página oficial do Facebook.</p>
Padaria Santa Helena	<p>Site: www.santahelenasuzano.com.br</p> <p>Contém informações sobre a história, produtos oferecidos, cardápio, espaço gourmet com serviço de café da manhã, almoço, happy hour etc, assim como contato, localização e horário de funcionamento. Possui um mapa do Google com a localização do estabelecimento, e ao lado esquerdo da página há fotos que mostram as novidades do local.</p>
Tempero Manero	<p>Site: www.temperomanero.com.br</p> <p>Contém informações sobre a empresa sua estrutura e diferenciais, notícias sobre a mesma e as novas unidades abertas, informações sobre como ser um fraqueado, oportunidades de trabalho na rede, e contato (e-mail, telefone e formulário online) e endereço do escritório central localizado em Bauru. No final do site há um recurso que possibilita encontrar o restaurante mais próximo da localização atual da pessoa. Suzano é facilmente encontrado por tal mecanismo e um mapa do Google dá destaque ao local do restaurante.</p>

³⁰ Avaliação dos websites oficiais feita no dia 02 e 06 de abril de 2015.



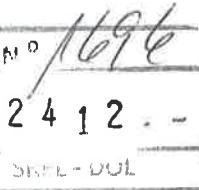
Mc Donald's	<p>Site: www.mcdonalds.com.br</p> <p>Website para toda a rede. Contém informações de cardápio, novidades de produtos, promoções, informação nutricional dos produtos, informações institucionais e mapa do Google que automaticamente traz a loja mais próxima da localização atual da pessoa e que também possui um sistema de busca. A loja de Suzano facilmente é encontrada por tal mecanismo e um mapa do Google dá destaque ao local do restaurante.</p>
Cacau Show	<p>Site: www.cacaushow.com.br</p> <p>Website para toda a rede. Contém informações sobre a história da marca, oportunidade de ser um franqueado e de trabalho, produtos, dicas e curiosidades, receitas entre outros. No site há um espaço voltado para as crianças com vídeos e jogos, assim como há um espaço promocional de acordo com a época do ano (Páscoa, por exemplo). Há um recurso que possibilita encontrar a loja mais próxima da localização atual da pessoa. A cidade de Suzano é facilmente encontrada por tal mecanismo e um mapa do Google dá destaque ao local do estabelecimento.</p>
Mirella Doceria	<p>Site: http://www.mirella.com.br/</p> <p>Contém informações sobre a história da doceria e de suas lojas, a filosofia da empresa, fotos, localização e contato telefônico de cada loja, lista de produtos com informações e fotos, e por último o contato oficial (e-mail e telefone) para dúvidas, críticas e sugestões e para oportunidade de trabalho.</p>
Boteco Helena	<p>Site: www.botecohelena.com.br</p> <p>Página principal utilizada para divulgação da programação do local, como shows e apresentações. Contém como abas a agenda oficial do mês, as novidades do Boteco, a possibilidade de comemorar o aniversário no local com a necessidade de agendamento mediante um formulário online, o cardápio, fotos, vídeos e rádio com músicas que combinam com o estilo do local, e por fim o contato, com telefone, endereço e mapa do Google Maps com a localização. Há também um link que dá acesso direto ao Facebook e Twitter do Boteco Helena.</p>
Quintal do Camarão	<p>Site: www.quintaldocamarao.com.br</p> <p>Contém informações sobre o cardápio, preços, horário de funcionamento, localização (mapa do Google Maps e endereço) e contato (telefone e formulário online). O link “Galeria” ainda encontra-se sem fotos, porém algumas imagens aparecem na página inicial e no link “Cardápio”.</p>
Churrascaria Estância Gaúcha	<p>Site: www.churrascariaestanciagaucha.com.br</p> <p>Contém informações sobre a estrutura, os serviços oferecidos, cardápio e buffet, eventos com fotos de clientes, possibilidade de convênios com empresas, contato (e-mail, telefone e formulário online) e localização através de mapa do Google Maps. Há também um link que dá acesso direto à página da Churrascaria no Facebook, e à Rádio Estância Gaúcha que quando acessada abre um website oficial de rádio sem relação com o equipamento gastronômico.</p>



Espetinho Medalhão	<p>Site: http://espetinho-medalhao.webnode.com.br/</p> <p>Contém informações sobre o estabelecimento como missão, visão e histórico, mapa com a localização no Google Maps, contato (e-mail e telefone dos responsáveis e formulário online), notícias (somente duas e datam de abril de 2011) e produtos oferecidos. Algumas abas encontram-se desatualizadas e o modelo de website utilizado possui uma estrutura simples. Não possui link de acesso direto à pagina do Facebook.</p>
Habib's	<p>Site: www.habibs.com.br</p> <p>Website para toda a rede. Contém informações de cardápio, novidades de produtos, promoções, informação nutricional dos produtos, informações institucionais e histórico, franquias e mapa do Google que automaticamente traz a loja mais próxima da localização atual da pessoa e que também possui um sistema de busca. A loja de Suzano facilmente é encontrada por tal mecanismo e um mapa do Google dá destaque ao local do restaurante. Há ainda a possibilidade de compra dos produtos online e de acesso direto ao Facebook e Twitter do Habib's.</p>
Colonial Restaurante e Pizzaria	<p>Site: http://www.colonialrestaurante.com.br/</p> <p>Contém informações sobre o histórico do estabelecimento, cardápio, localização com visualização de um pequeno mapa, fotos dos pratos e produtos oferecidos, assim como da estrutura do restaurante, e contato (endereço, telefone, e-mail e formulário online). Não link de acesso direto à página do Facebook.</p>
Grife dos Pães	<p>Site: http://www.grifedospaes.com.br/</p> <p>O website está em manutenção e as únicas informações que aparecem são o logo do estabelecimento, os telefones de contato e o endereço. Há uma mensagem que diz: "Aguardem, em breve novo site".</p>
Obento do Japa	<p>Site: http://www.obentodojapa.com.br/</p> <p>Contém informações sobre o local, curiosidades sobre nome do restaurante, cardápio com as opções de prato e preços, promoções, contato (telefone e formulário online), localização e horário de funcionamento. As opções de prato são acompanhadas por fotos e há um link direto de acesso à página do Facebook.</p>
Restaurante Pague Pouco	<p>Site: http://www.restaurantepaguepouco.com.br/</p> <p>Contém informações sobre o cardápio fixo semanal, horários e dias de funcionamento, localização, contato (e-mail, telefone e formulário online), fotos das opções de comida oferecidas eda estrutura do local e receitas para os leitores do website. Possui uma estrutura simples, porém de fácil manuseio. A aba "O Restaurante" está em branco e não possui informações sobre o histórico do estabelecimento.</p>



Doce Magia	<p>Site: www.docemagiapoa.com.br</p> <p>Website sem formato definido e sem nenhuma informação, apenas com links de assuntos relacionados à confeitoria e buffet. Seria necessário que o Doce Magia configurasse uma página própria e bem definida de seu estabelecimento, pois esta não parece ser seu website oficial.</p>
Cachaçaria Água Doce	<p>Site: http://www.aguadoce.com.br/</p> <p>Website para toda a rede contém informações sobre o histórico da empresa, franquias e estabelecimentos, oportunidades de trabalho, cardápio, promoções, receitas, eventos, parceiros, novidades e fotos. Além disso, é possível acessar fotos, o contato (telefone, facebook e e-mail) e a localização de cada unidade. Há link direto de acesso tanto ao Facebook da unidade de Suzano, quanto ao Facebook e Twitter de toda a rede.</p>
Hairu Sushi	<p>Site: http://hairusushi.com.br/1/</p> <p>Contém informações sobre a história do local, cardápio, fotos das opções gastronômicas e da estrutura, preço do rodízio, contato telefônico e localização a partir de um mapa do Google Maps. Há um link de acesso direto ao perfil do facebook.</p>
Yakisoba Factory	<p>Site: http://www.yakisobafactory.com/suzano</p> <p>Website para toda a rede, com possibilidade de localizar as unidades espalhadas pelo Brasil. Possui informações sobre a história da empresa, o cardápio com preços, promoções, franquias, notícias, oportunidades de trabalho e contatos (e-mail e formulário online). A unidade de Suzano pode ser encontrada na aba “Onde estamos” em que são disponibilizados o horário de funcionamento, a localização (endereço e mapa do Google Maps) e o telefone do local.</p>
Padaria Nova Imperador	<p>Site: www.padarianovaimperador.com.br</p> <p>Disponibiliza informações sobre a história, produtos, cardápio, serviços, horário de funcionamento, localização (endereço e mapa do Google Maps), e contato (telefone e e-mail).</p>
Padaria Dona Augusta	<p>Site: http://www.padariadonaaugusta.com.br/</p> <p>Contém cardápio de produtos oferecidos, algumas fotos espalhadas pelo site, contato (telefone e e-mail), horário de funcionamento e localização (endereço). Não há link direto para o perfil do facebook.</p>
Yooga Lounge Bar	<p>Site: http://yoogamusicbar.webs.com/</p> <p>Contém informações sobre a história do local, cardápio com preços, galeria de fotos (somente um álbum com 12 fotos do ano de 2012), contato (formulário online) e localização (endereço e mapa do Google Maps). As abas “Serviços” e “Eventos” estão em branco sem nenhuma informação e não há nenhum link de acesso direto à página do Facebook.</p>
Suzulan	<p>Site: www.suzulan.com.br</p> <p>Contém informações sobre a história do estabelecimento, cardápio com preços, serviço de delivery, galeria com apenas quatro fotos, localização e contato (telefone e formulário online). Seria interessante que houvesse mais fotos das opções gastronômicas e também da estrutura do local.</p>



iiii) Redes Sociais e Canais Virtuais de Comunicação³¹

Kilo Nobre Restaurante	<p>Facebook: www.facebook.com/pages/Kilo-Nobre-Restaurante/208690659199883?sk=timeline</p> <p>Uso do Facebook a fim de divulgar informações (localização, contato, funcionamento e site oficial), promoções, eventos e fotos do Equipamento. Realiza postagens esporádicas com intervalo de meses entre uma e outra. Possui 498 curtidas.</p>
Grãos da Terra Empório e Restaurante Natural	<p>Facebook: https://www.facebook.com/graosdaterra.natural</p> <p>Uso do Facebook a fim de divulgar informações (localização, contato, funcionamento e site oficial), produtos, serviços e fotos do Equipamento. Frequentemente atualizado. Possui 1.889 curtidas.</p>
Mc Donald's	<p>Facebook: https://www.facebook.com/McDonaldsBrasil?fref=ts</p> <p>Página para toda a rede do Brasil, sendo que não há uma página oficial do Mc Donald's de Suzano. Utilizada para divulgar produtos, vídeos, fotos, serviços e promoções. Possui mais de 56 milhões de curtidas.</p>
Cacau Show	<p>Facebook: https://www.facebook.com/CacauShow?fref=ts</p> <p>Página para toda a rede do Brasil, sendo que não há uma página oficial do Cacau Show de Suzano. Utilizada para divulgar produtos, vídeos, fotos, serviços e promoções. Possui mais de 7 milhões de curtidas.</p>
Boteco Mathias	<p>Facebook: https://www.facebook.com/botecomathias?fref=ts</p> <p>Página no Facebook a fim de divulgar datas especiais de apresentações ao vivo, eventos, fotos dos clientes, tipos de música nos dias da semana, assim como localização, contato e horário de funcionamento. Possui 14.467 curtidas.</p>
Boteco Helena	<p>Twitter: https://twitter.com/botecohelena</p> <p>Facebook: www.facebook.com/pages/Boteco-Helena/124374981050090?sk=timeline</p> <p>Twitter era utilizado para divulgação dos serviços, produtos, promoções e programação do local. Possui somente 58 tweets e 97 seguidores. O Boteco é membro desde abril de 2010 e o último tweet data de setembro de 2011. O nome que aparece nas postagens é de Dorival Martins, provavelmente proprietário do local.</p> <p>Uso do Facebook para divulgação dos serviços, produtos, promoções e programação do local através de postagens e fotos. Na maioria das postagens consta a localização do Boteco. A página dá acesso direto ao website oficial em que podem ser encontradas maiores informações. Possui 11.377 curtidas.</p>

³¹ Avaliação das redes sociais feita no dia 02 e 06 de abril de 2015.



Recanto Mineiro	<p>Facebook: www.facebook.com/recanto.mineiro.1?ref=ts&fref=ts</p> <p>Perfil no Facebook para divulgação de fotos, cardápio, programação, promoções e oportunidades de trabalho no local. A primeira postagem data de junho de 2012 e a última de novembro de 2012. Possui apenas 241 amigos. O perfil encontra-se desatualizado.</p>
Boteco Dom Joaquim	<p>Facebook: https://www.facebook.com/pages/Boteco-Dom-Joaquim/376335725725604?sk=timeline</p> <p>Página no Facebook para divulgação de fotos, programação, promoções, cardápio, localização, horário de funcionamento e contato (telefone). A primeira postagem data de fevereiro de 2012 e a última de junho de 2013. A página possui 6.207 curtidas e encontra-se desatualizada.</p>
Churrascaria Estância Gaúcha	<p>Facebook: https://www.facebook.com/pages/Churrascaria-Est%C3%A2ncia-Ga%C3%A3Acha/206307229497281</p> <p>Página no Facebook para divulgação de fotos, programação, cardápio, localização, horário de funcionamento e contato (telefone). A primeira postagem data de julho de 2012 e a última de maio de 2014. A página possui 304 curtidas e encontra-se desatualizada.</p>
Espetinho Medalhão	<p>Facebook: https://www.facebook.com/pages/Restaurante-Espetinho-Medalh%C3%A3o/413355098771113?sk=timeline</p> <p>Página no Facebook para divulgação de fotos e informações sobre os produtos e estrutura do restaurante, promoções, serviços, localização, contato (telefone) e horário de funcionamento. O link de acesso ao website não está correto e quando clicado dá erro na nova página que é aberta. A primeira postagem data de agosto de 2013 e a última de março de 2015. A página possui 378 curtidas e é frequentemente atualizada.</p>
Mea Espetinho na Brasa	<p>Facebook: www.facebook.com/pages/Espetinho-na-Brasa-MEA/680796651972134</p> <p>Página no Facebook para divulgação de fotos e informações sobre os produtos (cardápio) e a estrutura do local, endereço, contato (telefone) e horário de funcionamento. São poucas postagens realizadas, sendo que a primeira data de fevereiro de 2014 e a última de fevereiro de 2015. Realiza postagens esporádicas com intervalo de dias ou meses entre uma e outra. Possui 150 curtidas.</p>
Benjamin Cervejaria	<p>Facebook: www.facebook.com/CervejariaBenjamin</p> <p>Página no Facebook para divulgação da programação, fotos das apresentações que ocorrem no local, dos clientes e da estrutura, localização e telefone de contato. O horário de funcionamento é divulgado nas postagens. A página possui 15.575 curtidas e é frequentemente atualizada.</p>



Alibaba Bar e Chopperia	<p>Facebook: www.facebook.com/AlibabaBarChopperia?ref=ts</p> <p>Página no Facebook para divulgação da programação, promoções, fotos dos clientes, das apresentações e da estrutura do local, da localização, contato (telefone) e horário de funcionamento. A página possui 4.698 curtidas e é frequentemente atualizada.</p>
Disk Pizza Suzano	<p>Facebook: https://www.facebook.com/pages/Pizzaria-Suzano/322760391082774?sk=timeline</p> <p>Criada em 2011, a única informação que consta na página é o contato telefônico da pizzaria na foto de perfil. Não há nenhuma outra postagem ou informação. A página inativa possui 77 curtidas.</p>
Habib's	<p>Twitter: https://twitter.com/HabibsOnline</p> <p>Facebook: https://www.facebook.com/HabibsOnline</p> <p>Perfil no Twitter e página no Facebook para toda a rede, sendo que não há um perfil ou página específicos em tais redes sociais para o Habib's de Suzano. Ambos são utilizados para divulgação de produtos, promoções e novidades, e possuem um link de acesso direto ao website oficial. O Twitter possui 78 mil tweets e 30,1 mil seguidores, enquanto a página do Facebook possui mais de 3 milhões de curtidas. Tanto o Twitter, quanto o Facebook do Habib's são frequentemente atualizados.</p>
Colonial Restaurante e Pizzaria	<p>Facebook: https://www.facebook.com/Colonial.Restaurante.e.Pizzaria/timeline</p> <p>Página no Facebook para divulgação dos produtos e serviços, fotos dos pratos e da estrutura do local, endereço, telefone de contato, horário de funcionamento e link direto de acesso ao website oficial. A primeira postagem aconteceu em maio de 2013 e a última em janeiro de 2015. São poucas postagens e há um intervalo de dias ou meses entre uma e outra; o que mostra a necessidade de atualização da página. Possui 484 curtidas.</p>
Grife dos Pães	<p>Facebook: https://www.facebook.com/grifedospaes?ref=ts</p> <p>Página no Facebook para divulgação da localização (endereço), do link de acesso direto ao website oficial, e dos produtos e serviços, principalmente por meio de fotos. Possui 2.231 curtidas e é frequentemente atualizada.</p>
Obento do Japa	<p>Facebook: https://www.facebook.com/obento.dojapa?ref=ts</p> <p>Página no Facebook para divulgação de promoções, produtos, localização, contato (telefone) e do link direto de acesso ao website oficial do estabelecimento. Há a publicação de fotos e a página é frequentemente atualizada. Possui 1.212 curtidas.</p>
Restaurante Fujii	<p>Facebook: www.facebook.com/pages/Restaurante-Fujii/291009534312893?ref=ts</p> <p>Criada em 2012, as únicas informações que constam na página são o contato telefônico, o endereço, o horário de funcionamento e a especialidade em frutos do mar. Não há nenhuma postagem ou foto. A página inativa possui somente 7 curtidas.</p>



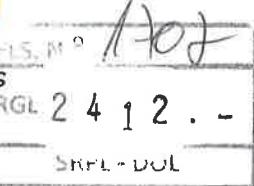
Restaurante Pague Pouco	<p>Facebook: https://www.facebook.com/RestaurantePaguePouco</p> <p>Página no Facebook para divulgação da estrutura do local, do cardápio e opções de prato, principalmente por meio de fotos, do contato (telefone), da localização, do horário de funcionamento, dos serviços, e do link direto para o website oficial do estabelecimento. A página é atualizada frequentemente e possui 616 curtidas.</p>
Cachaçaria Água Doce	<p>Twitter: https://twitter.com/aguadoceoficial/</p> <p>Facebook: https://www.facebook.com/AguaDoceOficial</p> <p>Facebook: https://www.facebook.com/aguadocesuzano</p> <p>Os dois primeiros links pertencem a toda a rede Chaçaria Água Doce e o último somente à unidade de Suzano. O Twitter e o Facebook da rede são vinculados e tudo aquilo que é postado neste último é também postado no primeiro. O Facebook é atualizado diariamente com fotos e informações sobre o cardápio. O Twitter conta com 4.110 tweets e 1.076 seguidores, enquanto o Facebook possui 99.622 curtidas. A página da Cachaçaria Água Doce de Suzano divulga por sua vez, não só as promoções, os produtos e a programação, como também a localização, o horário de funcionamento e o contato (telefone), além disso, disponibiliza o link de acesso direto ao website oficial da rede. Possui 1.335 curtidas.</p>
Chincha's Bar e Grill	<p>Facebook: https://www.facebook.com/pages/Chinchas-Bar-e-Grill/208852052564792?sk=timeline</p> <p>A página foi criada no ano de 2012 e nela consta somente uma postagem realizada em julho de 2012 com uma foto da estrutura do local. A página está inativa e as únicas informações que se pode encontrar são o contato telefônico e o endereço do estabelecimento. Possui 472 curtidas.</p>
Áquarios Restaurante e Churrascaria	<p>Facebook: www.facebook.com/AquariosRestauranteEChurrascaria/timeline</p> <p>Página no Facebook para divulgação do cardápio e produtos, localização, contato telefônico, horário de funcionamento, promoções e programações do estabelecimento. Erafrequentemente atualizada, porém a última postagem data de outubro de 2014, e desde então a página está desatualizada. Possui 732 curtidas.</p>
Lanchonete Bombaguete	<p>Facebook: www.facebook.com/bombaguete</p> <p>Página no Facebook para divulgação do cardápio, preços, notícias e novidades, promoções, localização e contato telefônico. O link que dá acesso ao website está desatualizado e leva direto à página do Facebook. A página está atualizada, porém algumas postagens possuem intervalos de dias ou meses entre elas. Possui 5.450 curtidas.</p>



Villa Costa Restaurante	<p>Facebook: www.facebook.com/RestauranteVillaCosta/timeline?ref=page_internal</p> <p>Página no Facebook para divulgação da programação de eventos e apresentações que acontecem no estabelecimento, cardápio, estrutura, localização, contato telefônico e fotos de clientes, das opções gastronômicas e do local. A página era frequentemente atualizada, porém a última postagem é de setembro de 2014. Possui 319 curtidas.</p>
Padaria Katayama	<p>Facebook: https://www.facebook.com/padaria.katayama</p> <p>As principais atualizações do perfil no Facebook são as fotos de capa que remetem aos produtos do estabelecimento. Há somente uma postagem que data de maio de 2014 com fotos de doces, bolos e tortas que são feitas no local. A última postagem é de dezembro de 2014. Não há nenhuma informação sobre localização, contato e horário de funcionamento. O perfil possui 439 amigos.</p>
Sushi Banana Temakeria	<p>Facebook: www.facebook.com/sushibananatemaki/timeline</p> <p>Página no Facebook para divulgação da programação de eventos e apresentações que acontecem no estabelecimento, cardápio, estrutura, localização, contato telefônico e fotos de clientes, das opções gastronômicas e do local. A página é frequentemente atualizada, com apenas alguns dias de intervalo entre uma postagem e outra. Possui 505 curtidas.</p>
Hairu Sushi	<p>Facebook: www.facebook.com/Hairu.Sushi?ref=ts&fref=ts www.facebook.com/pages/Hairu-Sushi/693936807311445?fref=ts</p> <p>O primeiro link é do perfil do estabelecimento no Facebook, enquanto o segundo é da página. Tanto o perfil quanto a página são atualizados frequentemente com as mesmas postagens sobre o cardápio, promoções, serviços, horário de funcionamento, localização e contato telefônico. Os últimos três itens podem ser encontrados mais facilmente na página e nela há também a possibilidade de acesso direto ao website oficial do estabelecimento. O perfil possui 330 amigos, enquanto a página 442 curtidas.</p>
Restaurante Pizzaria Dema Joe e	<p>Facebook: www.facebook.com/RestaurantePizzariaDemaJoe?fref=ts</p> <p>Página no Facebook para divulgação dos serviços, cardápio, contato (telefone), localização, horário de funcionamento, fotos dos clientes, da equipe e da estrutura. A primeira postagem data de novembro de 2011, enquanto a última é de janeiro de 2015. São poucas postagens e há um intervalo de dias ou meses entre uma e outra, o que mostra a necessidade de atualização da página. Possui 764 curtidas.</p>



Yakisoba Factory	<p>Facebook: https://www.facebook.com/yakisobafactorysuzano?ref=ts</p> <p>Página no Facebook para divulgação do cardápio, promoções, horário de funcionamento, contato telefônico, localização, link de acesso direto ao website oficial, fotos das opções gastronômicas e da estrutura. A página é frequentemente atualizada, por vezes somente com alguns dias de intervalo entre uma postagem e outra. Possui 332 curtidas.</p>
Padaria Dona Augusta	<p>Facebook: https://www.facebook.com/padaria.donaaugusta?ref=ts</p> <p>As primeiras postagens realizadas no ano de 2011 trouxeram algumas fotos dos produtos e da estrutura do estabelecimento, porém até 2013 não houve mais postagens, e neste ano foram realizados somente alguns compartilhamentos de postagens de outros lugares. No ano de 2014 as postagens realizadas não se relacionavam com o estabelecimento e última feita foi em abril de 2014, o que aponta para a desatualização do perfil. O perfil possui 776 amigos e não apresenta informações sobre localização, contato e horário de funcionamento.</p>
Yooga Lounge Bar	<p>Facebook: www.facebook.com/pages/Yooga-lounge/431084426954595?ref=ts</p> <p>Página no Facebook para divulgação, principalmente, da programação de apresentações musicais que ocorrem no local. Há também informações quanto à localização, contato (telefone) e horário de funcionamento. A página é frequentemente atualizada e possui 2.169 curtidas.</p>
San Remo Pizzaria e Restaurante	<p>Facebook: www.facebook.com/pizzariasanremo1?ref=ts</p> <p>A página encontra-se inativa e possui apenas uma postagem feita em novembro de 2013 em que a foto de capa foi atualizada e constam diversos números para contato telefônico. O único comentário da página foi feito por um cliente insatisfeito com o atendimento do local e que critica tal questão. Há informações sobre o horário de atendimento, localização e contato (telefone). Possui 374 curtidas.</p>
Restaurante Sabor Brasil	<p>Facebook: www.facebook.com/pages/Restaurante-Sabor-Brasil/116561035172484</p> <p>Página no Facebook para divulgação dos serviços, fotos de produtos/cardápio e estrutura do local, localização, contato telefônico e horário de funcionamento. A maioria das postagens acontece esporadicamente, muitas vezes com intervalo de meses entre elas, o que torna a página desatualizada. Possui 112 curtidas.</p>
Dueto Confeitaria	<p>Facebook: https://www.facebook.com/duetoconfeitaria/timeline</p> <p>Página no Facebook para divulgação dos produtos por meio de fotos, promoções, contato telefônico e localização. As postagens ocorreram entre os meses de julho de 2014 a outubro do mesmo ano, e desde então a página se encontra desatualizada. Possui 109 curtidas.</p>



5.2.3. EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS DE EVENTOS

Serão analisados a seguir as informações disponibilizadas na internet em relação aos Equipamentos e Serviços de Eventos de Suzano. É importante ressaltar que só foram apresentados nas tabelas a seguir os equipamentos que possuem algum tipo de canal de comunicação virtual oficial. Nota-se então que, dos 31 equipamentos de eventos analisados no inventário turístico de Suzano, 20 possuem website oficial e/ou página ou perfil na rede social Facebook.

Porém dentro desse número, alguns possuem o website oficial fora de funcionamento ou totalmente desatualizado e outros apresentam a página ou perfil no Facebook inativo ou sem novas atualizações. Além disso, muitos equipamentos possuem websites de estrutura muito simples, sem facilidades de recursos e de disposição de informações, ou realizam suas postagens na rede social Facebook em grandes intervalos de tempo, o que prejudica a manutenção de um canal de comunicação com o cliente.

Apesar de um pouco mais da metade dos equipamentos de eventos da cidade de Suzano possuir ao menos um tipo de canal de comunicação, os mesmos devem trabalhar em cima desses em prol de uma melhor organização de informações e facilitação de contatos.

a) Website Oficial³²

Village Verde Eventos e Lazer	<p>Endereço: http://villageverde.com.br/</p> <p>Contém informações sobre a estrutura e espaços do local, os serviços oferecidos e parceiros, tipos de eventos, localização (endereço, mapa próprio e acesso ao mapa do Google Maps), fotos, e contato (telefone, horário de funcionamento e formulário online). Há a possibilidade de acessar o Facebook e Twitter através de um link disponibilizado no website.</p>
Chácara Sato	<p>Endereço: http://www.chacarasato.com.br/</p> <p>O website se encontra indisponível.</p>
Chácara Recanto Verde	<p>Endereço: http://www.chacararecantoverde.com.br/</p> <p>Contém informações sobre o espaço, a estrutura, cardápio (serviço de buffet), galeria de fotos além de outras fotos espalhadas pelo site, localização (endereço e mapa do Google Maps com possibilidade de download), contato (telefone e e-mail) e orçamento (telefone, e-mail e formulário online). Há link de acesso direto à página no Facebook.</p>

³² Avaliação dos websites oficiais feita no dia 07 de abril de 2015.



Quinta do Baruel	<p>Endereço: http://www.quintadobaruel.com.br/</p> <p>Contém informações sobre o espaço, estrutura, galeria de fotos além de outras fotos espalhadas pelo site, cardápio, localização (endereço e mapa do Google Maps com possibilidade de download) e contato (telefone e formulário online). O link “Parceiros” se encontra em branco e há a possibilidade de acessar a página do Facebook através de link disponibilizado no website.</p>
Chácara Recanto dos Lagos	<p>Endereço: http://www.chacararecantodoslagos.com.br/</p> <p>Contém informações sobre o espaço, estrutura, tipos de eventos, cardápio, galeria de imagens além de outras fotos espalhadas pelo site, localização (endereço e mapa do Google Maps com possibilidade de download) e contato (telefone, e- mail e formulário online). Há a possibilidade de acessar a página do Facebook através de link disponibilizado no website.</p>
Chácara Prosperidade	<p>Endereço: www.chacaraprosperidade.com.br</p> <p>Website de formato simples contém informações sobre o espaço, a estrutura, localização e contato telefônico. Há também fotos das principais áreas para evento e lazer. Apesar de simples, o site possui informações suficientes para contato com os responsáveis, porém seria interessante ao menos um número maior de fotos, principalmente dos alojamentos.</p>
Chácara da Toca	<p>Endereço: www.chacaratoca.com/</p> <p>Contém somente o contato telefônico na imagem de capa do website que destaca a piscina e um salão de jogos do local através de uma montagem de fotos, e um mapa com a localização da Chácara de má qualidade e que não permite uma boa visualização. Todas as abas existentes não dão acesso a outras informações e a estrutura do website está desatualizada.</p>
Chácara Ponderosa	<p>Endereço: www.chacaraponderosa.com.br/site/</p> <p>Contém informações sobre o espaço, a estrutura, serviços, cardápio, galeria de fotos além das imagens espalhadas pelo site, localização (endereço, mapa próprio e mapa do Google Maps), parceiros e contato (telefone, e-mail e formulário online). Apesar de existir links apontando para a existência de páginas no Facebook, Twitter e Youtube, somente este último abre um link específico da Chácara Ponderosa em que vídeos sobre o local podem ser visualizados. Os links do Facebook e Twitter quando clicados abrem as páginas iniciais de tais redes sociais sem qualquer vínculo com o espaço de eventos.</p>
Chácara Encanto das Águas	<p>Endereço: www.chacaraencantodasaguas.com.br</p> <p>Contém informações sobre o espaço, estrutura, serviços, cardápios, tipos de eventos, fotos, parcerias, promoções, localização (endereço e mapa do Google Maps) e contato (e-mail, telefone e formulário online).</p>



Espaço Riviera	<p>Endereço:http://www.espacoriviera.com.br/</p> <p>Contém informações sobre o espaço, estrutura, galerias de fotos além daquelas espalhadas pelo site, tipos de eventos, orçamento (formulário online), localização (endereço e mapa do Google Maps), contato (e-mail, telefone e formulário online) e depoimentos de clientes e conhecidos. Além disso, há a possibilidade de acesso à página do Facebook através de um link disponibilizado no site.</p>
SuzanFest	<p>Endereço: http://www.suzanfest.com.br/</p> <p>Contém informações sobre o espaço, estrutura, serviços (decoração), tipos de eventos, galerias de fotos além daquelas espalhadas pelo site, parceiros, horário de atendimento, localização (endereço e mapa próprio) e contato (telefone e e-mail).</p>
Minelli Buffet	<p>Endereço:www.minellibuffet.com.br</p> <p>Contém galeria de fotos, galeria de vídeos (acesso à página própria no Youtube), possibilidade de enviar pedido de orçamento via formulário online, lista de serviços oferecidos, localização (endereço e mapa próprio) e contato (telefone, e-mail e formulário online). Não há informações sobre o espaço e a estrutura, apesar das fotos que possibilitam de certa forma visualizá-los.</p>
Espaço Lica	<p>Endereço:http://espacolica1.blogspot.com.br/</p> <p>Contém dicas de planejamento, dicas de decoração e lembrancinhas pós-festa, informações sobre parceiros, breve descrição sobre a estrutura do local, contato (telefone e e-mail), acesso à página do Facebook e breve descrição sobre a localização sem o endereço ou mapa de apoio. O website possui uma estrutura simples de blog, ou seja, permite atualização mais rápida a partir de acréscimos de textos, porém ao mesmo tempo pode ser considerado um canal de comunicação amador devido o seu formato.</p>
Espaço 3 Duques	<p>Endereço:www.3duques.com.br</p> <p>O website possui uma estrutura simples e possui apenas quatro abas em sua parte superior nomeadas como “Espaço 3 Duques”, “Chácara dos Fernandes”, “Como Chegar” e “Contato”. Na área destinada ao Espaço 3 Duques há um breve descrição e fotos do espaço e estrutura do local. A seção “Como Chegar” é destinada ao espaço de eventos através de um mapa próprio que dá destaque ao endereço e ao itinerário que pode ser feito. Não são disponibilizadas informações sobre o preço de locação, assim como as reservas não podem ser feitas pelo site, dessa forma para maiores informações telefones, e-mail e um formulário online são disponibilizados.</p>
Espaço Candelabro	<p>Endereço:www.espacocandelabro.com.br</p> <p>O website de estrutura simples contém informações sobre o espaço, estrutura, localização (endereço e mapa do Google Maps), contato (telefone e e-mail) e galeria de fotos. Não há link de acesso direto à página do Facebook.</p>



Chácara Suzano	<p>Endereço: www.chacarasuzano.com.br</p> <p>O website traz informações sobre a possibilidade de hospedagem, capacidade, contato (telefone, e-mail e formulário online), promoções, espaço, estrutura, fotos, preços e localização (endereço, mapa do Google Maps e mapa próprio).</p>
Rotary Clube de Suzano	<p>Endereço: http://www.rotarysuzano.com.br</p> <p>O endereço eletrônico é divulgado pela página do Facebook do Rotary Clube de Suzano, porém o website encontra-se fora de funcionamento.</p>
Lions Clube de Suzano	<p>Endereço: www.lionsclubedesuzano.com.br</p> <p>Contém informações sobre o Lions Clube de Suzano em geral, com apenas um pequeno link na página inicial direcionado para o salão de festas que é disponibilizado para aluguel. Na página pede-se para entrar em contato em caso de interesse e há apenas quatro fotos do espaço em que não é possível ver muito bem a estrutura do salão. O website disponibiliza o contato (formulário online) e a localização (endereço e mapa do Google Maps) do Clube. Não há link de acesso à página no Facebook.</p>

iiii) Redes Sociais e Canais Virtuais de Comunicação³³

Village Verde Eventos e Lazer	<p>Twitter: https://twitter.com/villageverde</p> <p>Facebook: https://www.facebook.com/RanchoVillageVerde</p> <p>Praticamente todos os tweets resumem-se, principalmente, a links do Facebook que são postados sem nenhum título ou pequena descrição que esclareça do que se trata. Há a possibilidade de acesso direto ao website oficial do estabelecimento. A página possui 675 tweets e apenas 8 seguidores. O perfil no Facebook utiliza a página para divulgação de eventos que já aconteceram no Village, da estrutura e serviços utilizados. Porém perde o foco em diversos momentos com postagens sobre política e outros assuntos não relacionados ao espaço de eventos. Há a possibilidade de acesso à página do Facebook e ao website oficial. A última postagem data de janeiro de 2015 e até aquele mês o perfil era frequentemente atualizado, porém desde então não houve mais atualizações. Possui 4.959 amigos. A página no Facebook, por sua vez, se foca na divulgação do espaço, estrutura, atividades e eventos realizados no local, parceiros, serviços, e fotos que remetem aos itens anteriores. Além disso, disponibiliza a localização, o contato e o horário de funcionamento do estabelecimento. Há a possibilidade de acessar o website oficial por meio de um link disponibilizado. A página era atualizada no ano de 2013 com frequência, porém já no ano de 2014 a única e última postagem data do mês de janeiro, o que mostra que a página se encontra inativa desde então. Possui 1.568 curtidas.</p>
-------------------------------	---

³³ Avaliação dos websites oficiais feita no dia 07 de abril de 2015.



Chácara Sato	<p>Endereço: www.facebook.com/chacarasatooficial?fref=ts&rf=601687 539848400</p> <p>Página no Facebook para divulgação da estrutura, atividades, eventos, fotos, localização (endereço) e contato (telefone) do local. Há um link de acesso direto ao website oficial, porém o mesmo encontra-se indisponível. As postagens são esporádicas e acontecem com intervalos de dias ou até mesmo meses entre uma e outra. A última foi realizada em fevereiro de 2015. Possui 1.318 curtidas.</p>
Sítio Passagli	<p>Endereço: https://www.facebook.com/sitio.passagli?fref=ts https://www.facebook.com/pages/S%C3%ADtio-Passagli/512648778807009?sk=timeline</p> <p>O perfil no Facebook é utilizado na divulgação do espaço, estrutura, eventos e atividades que ocorrem no Sítio. É frequentemente atualizado, apesar de por vezes ter postagens com intervalos de meses entre elas. Há a possibilidade de acessar a página no Facebook do estabelecimento por meio de um link. Possui 285 amigos. As postagens da página no Facebook, por sua vez, foram feitas entre julho e dezembro de 2013 e desde então a página se encontra desatualizada. Era utilizada na divulgação do espaço, estrutura, eventos e atividades que ocorriam no Sítio. Há o endereço e o telefone de contato. Possui 626 curtidas.</p>
Chácara Recanto Verde	<p>Endereço: https://www.facebook.com/pages/Ch%C3%A1cara-Recanto-Verde/269515259730536?fref=ts</p> <p>Página no Facebook para divulgação do espaço, estrutura, eventos e atividades, fotos, promoções, programação de atendimento, localização, contato telefônico e link de acesso ao website oficial. Cursos e workshops sobre eventos, principalmente casamentos, também são divulgados; tanto aqueles realizados dentro do espaço, como também aqueles realizados por outras organizações em outros locais. A página é atualizada, porém existem diversas postagens com intervalo de meses entre elas. Possui 3.436 curtidas.</p>
Espaço Lica	<p>Endereço: https://www.facebook.com/espacolicasuzano</p> <p>Página no Facebook para divulgação do espaço, estrutura, promoções, fotos, contato (e-mail e telefone), equipe e parceiros. O blog e a localização são divulgados por meio de postagens. A página é frequentemente atualizada. Possui 476 curtidas.</p>



Quinta do Baruel	<p>Endereço: https://www.facebook.com/pages/Quinta-do-Baruel/462206913894260?ref=ts</p> <p>Página no Facebook para divulgação do espaço, estrutura, eventos e atividades, fotos, localização, contato telefônico e link de acesso ao website oficial. Desfiles, cursos e workshops sobre casamentos, também são divulgados; tanto aqueles realizados dentro do espaço, como também aqueles realizados por outras organizações em outros locais. A página é atualizada, porém existem diversas postagens com intervalo de meses entre elas. Possui 343 curtidas.</p>
Chácara Recanto dos Lagos	<p>Endereço: www.facebook.com/chacararecantodoslagos?ref=ts</p> <p>Página no Facebook para divulgação do espaço, estrutura, eventos e atividades, promoções, fotos, localização, contato telefônico e link de acesso ao website oficial. Desfiles, cursos e workshops sobre casamentos, também são divulgados; tanto aqueles realizados dentro do espaço, como também aqueles realizados por outras organizações em outros locais. A página é frequentemente atualizada. Possui 3.530 curtidas.</p>
Espaço Riviera	<p>Endereço: www.facebook.com/rivierasuzano</p> <p>Página no Facebook para divulgação do espaço, estrutura, eventos e atividades, funcionamento, serviços e parceiros, promoções, fotos, localização, contato telefônico e link de acesso ao website oficial. A página é frequentemente atualizada. Possui 1.745 curtidas.</p>
SuzanFest	<p>Endereço: https://www.facebook.com/SuzanFest</p> <p>Página no Facebook para divulgação do espaço, estrutura, localização, eventos, e eventos externos com o tema “casamento”. As postagens se concentram no ano de 2013 e a última realizada data de abril de 2014, o que mostra que a página está inativa. Possui 1.403 curtidas.</p>
Espaço Candelabro	<p>Endereço: https://www.facebook.com/espaco.candelabro</p> <p>O perfil no Facebook teve cerca de somente três postagens próprias entre os anos de 2011 a 2015, sendo que a última é de abril de 2012 e não possui relação com o espaço de eventos. O perfil com 551 amigos se encontra inativo.</p>



Recanto Villarejo	<p>Endereço: www.facebook.com/PageRecantoVillarejo</p> <p>Página no Facebook para divulgação do espaço, estrutura e fotos. As principais postagens dão destaque aos eventos e festas que são organizados pelo próprio espaço, com informações sobre os pontos de vendas e valores dos convites. A localização e contato (telefone) são disponibilizados em grande parte das postagens. A página possui 914 curtidas.</p>
Rotary Clube de Suzano	<p>Endereço: https://www.facebook.com/RotarySuzano/timeline</p> <p>Página no Facebook para divulgação, principalmente das atividades, festas e eventos do Rotary Clube em geral, sendo que não há nenhuma postagem específica sobre o espaço de eventos que o Clube possui. O website divulgado está fora do ar. A página é atualizada, porém possui algumas postagens com grandes intervalos de tempo entre si. Possui 572 curtidas.</p>
Lions Clube de Suzano	<p>Endereço: https://www.facebook.com/lionsclubedesuzano?ref=hl</p> <p>Há somente uma postagem de outubro de 2013 referente à locação do salão social do Lions Clube para eventos, que é administrado pela imobiliária Maria Evania Imóveis. A página é utilizada para divulgação, principalmente das notícias pertinentes ao Lions Clube e das atividades, festas e eventos que são realizados pela entidade. Há possibilidade de acesso direto ao website oficial da unidade de Suzano. A página possui postagens esporádicas, algumas com grandes intervalos de tempo entre si. Possui 200 curtidas.</p>

5.2.4. SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE VIAGENS E TURISMO

Serão analisados a seguir as informações disponibilizadas na internet em relação as Agências de Viagens e Turismo presentes no município de Suzano.

É importante ressaltar que só foram apresentados nas tabelas a seguir os estabelecimentos que possuem algum tipo de canal de comunicação virtual oficial. Nota-se então que, das onze agências analisadas, cinco possuem website oficial - Via Firenze, TR Tour Turismo, Utiyama Turismo, CVC e Sentido Obrigatório possuem sites completos onde o cliente consegue fazer a reserva de sua viagem praticamente sozinho, pois fica restrito aos pacotes disponibilizados; e a Plenitude Turismo fornece em seu website as informações necessárias para o cliente entrar em contato com a agência já sabendo praticamente o que deseja, porém não oferece opção de reserva direta pelo site.

Quanto às redes sociais, das onze agências, seis possuem página ou perfil da rede social Facebook, são elas, Via Firenze e TR Tour Turismo, CVC, Plenitude Turismo, Mundii Turismo, Sentido Obrigatório e Aventuras Brasil Trilhas e Rapel, com destaque a

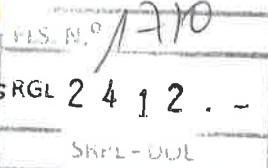


esta última que apesar de não possuir site, a página do Facebook supre todas as necessidades de comunicação da agência.

Apenas a Sentido Obrigatório possui uma página na rede social Instagram e apenas a Plenitude Turismo possui uma conta na rede social do Twitter, porém a mesma não é utilizada para

As agências Sara Maris Viagens e BR Travel Tour não possuem website oficial nem página em redes sociais, o que dificulta a contratação de seus serviços e a restringe ao público local de Suzano. A segunda, porém, aparece em guias e listas de estabelecimentos disponíveis para acesso na internet.

A seguir, uma análise mais detalhada dos websites e redes sociais das respectivas agências de viagem e turismo de Suzano.



a) Website Oficial³⁴

Via Firenze Viagens	<p>Endereço: www.viafirenzeviagens.com.br</p> <p>A página inicial do website da agência possui três seções que levam aos principais pacotes, destinos e parceiros com que a agência trabalha. São elas: nacionais, internacionais, cruzeiros, resorts, Club Med, Rio Quente, Disney e Lua de Mel. Na seção nacional, o cliente seleciona o destino, a origem, o tipo de viagem (ecológica, de charme, resort, ou feriado) e o período desejado e o site automaticamente faz o filtro das opções de pacotes disponíveis, já com aéreo, hospedagem e passeios (quando houver), montando assim o roteiro completo para o cliente. Dessa forma, o contato com a agência é feito apenas para fins de reserva e pagamento, o cliente já sabe praticamente tudo o que irá fazer em sua viagem. Na seção internacional, o cliente seleciona o destino desejado - com o descriptivo do roteiro - bem como a sua disponibilidade, e o site busca as melhores opções de voos, hospedagem, passeio, traslado e seguro viagem, dessa forma, o próprio cliente monta a sua viagem conforme seu gosto e valores que pode pagar. No final, o site oferece um resumo da viagem bem como o preço total, a partir disso o cliente entra em contato com a agência para verificar questões de pagamento.</p> <p>Na seção de cruzeiros, não são todas as opções que possuem informações e nenhuma apresenta tabela de preços. Neste tipo de viagem, o cliente necessita contatar a agência. Para viagens de Lua de Mel, o atendimento é um pouco mais exclusivo, o cliente seleciona os destinos desejados e solicita uma cotação a agência.</p> <p>Na seção Rio Quente e Club Med só há informações sobre a estrutura dos locais, tipos de acomodação e como chegar. Orçamentos devem ser solicitados por e-mail ou telefone. Na seção Disney há pacotes completos com todas as informações necessárias. Além disso, na parte inferior da <i>home page</i> há links para os principais sites onde se encontram informações complementares à viagem, tais como alfandega, consulados, embaixadas, fuso horário, mapas de metrô, vistos, vacinas, transporte de animais, passaporte, documentos para embarque, fuso horário e previsão do tempo.</p> <p>As seções destinadas a locação de veículos e passagens aéreas encontram-se indisponíveis.</p> <p>As informações de contato telefônico, endereço de e-mail e endereço da agência estão sempre bem visíveis e há um espaço destinado para envio direto de mensagens.</p> <p>Nota-se assim que a agência Via Firenze possui um website completo onde o próprio cliente monta sua viagem conforme as opções disponíveis, o mesmo dificilmente sente necessidade de se dirigir à agência física.</p>
------------------------	---



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo



ELÉTRONS

LS. N°	1711
RGL 2412 ..	
SRPL-DOL	

³⁴ Avaliação dos websites oficiais feita no dia 07 de abril de 2015.

—



Utiyama
Turismo

Endereço: www.utiyamaturismo.com.br redirecionado para www.parceiroscvc.com.br/site/index.jsf?par=utiyamaturismo

A página inicial do website desta agência possui abas para acessar as seções quem somos, Disney, exóticos e Europa, trabalhe conosco e contato, além de vários links destinados a promoções, pacotes e destinos. As páginas possuem muitas informações, layout parecido e cores próximas que causa certa confusão ao leitor. Os destinos nacionais e internacionais, em suas respectivas seções são organizados por ordem alfabética, porém quando selecionado o pacote desejado, aparece a mensagem “página não encontrada”.

A seção “Disney” redireciona para o site da agência RCA Turismo e a seção “Destinos Exóticos” redireciona para o site <http://www.roteirosturisticos.tur.br/novo/?a=15484&rv=201502191242420> novo site da agência Utiyama.

Este website possui abas separadas por continentes onde o cliente seleciona o destino desejado. A partir dessa pré- seleção inúmeras opções de pacotes que incluem passagem aérea, hospedagem, traslados e passeios são disponibilizados. As informações de roteiro dia-a-dia, o que está incluso e o que não está bem como preços e opcionais aparecem em abas separadas, ao final de cada uma o cliente é direcionado para a próxima até chegar na opção de solicitar a reserva ou personalizar o roteiro por passageiro caso seja necessário.

Há também seções específicas para viagens em grupos religiosos, férias e feriados, bloqueios aéreos, viagens temáticas, sem excursão e cruzeiros.

Ao final de todas as páginas, há links para com informações complementares à viagem como passaporte, vistos, vacinas, carteira internacional de motorista, menores de idade, seguro viagem, orientações antes e durante a viagem, dicas e formulários. As informações de contato telefônico e e-mail também são disponibilizadas na parte inferior do website. Não há nenhum endereço físico disponível. Nota-se assim que a agência Utiyama Turismo possui um website completo onde o próprio cliente monta sua viagem conforme as opções disponíveis, porém, com endereços da web distintos, dessa forma, deve procurar retirar os “não oficiais” para evitar transtornos.



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo

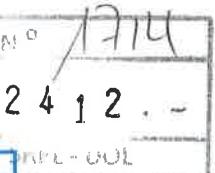
ELÉTRONS

1713
S.M.
NGL 24 12.
SRPL - DOL

CVC

Endereço: www.cvc.com.br

Como é uma franquia da rede de agências da CVC tanto a loja existente no Shopping Suzano quanto à do centro utilizam o site universal na agência. As agências Via Firenze, TR Tour Turismo e Utiyama Turismo são autorizadas da CVC Viagens, logo as informações contidas em seus sites são baseadas nesta última. O site da CVC é completo e o cliente pode montar seu próprio roteiro, desde aéreo, hotel e hospedagem ou selecionar um pacote disponível dentro do período desejado. Há opções de destinos nacionais, internacionais, cruzeiros, intercâmbios e lista de casamentos. Para conseguir o contato de uma determinada loja, o cliente deve acessar essa seção e digitar o nome do município desejado que o mapa mostra a localização das mesmas e o telefone e e-mail para contato.



Sentido Obrigatório	<p>Endereço: http://web.sentidobrigatorioaventuras.com.br/</p> <p>A página principal do website da agência possui pouca informação, apenas dá acesso às outras seções do site que são: institucional, parceiros, loja virtual, bike tour SP, fotos e fale conosco; em sua parte inferior possui links para as páginas da agência nas redes sociais Instagram e Facebook; e a imagem de fundo é o cartaz promocional da “Black Friday”, porém esta promoção não é mais válida e as informações estão cortadas.</p> <p>A seção “institucional” apresenta a empresa, sua área de atuação, equipe, missão, visão e valores; e, um diferencial entre as outras empresas analisadas até então, deixa a fins de consulta os números de seu CADASTUR e CNPJ. Na seção Loja Virtual estão disponíveis todos os roteiros previstos dentro do período de três meses. Todos os roteiros possuem um descritivo da atividade e o que está incluso no valor, bem como pontos de encontro e telefones para contato. O cliente pode adicionar o passeio ao seu carrinho e finalizar a compra pelo próprio site.</p> <p>A distribuição das informações, porém, é novamente confusa, a fonte utilizada faz com que alguns textos se sobreponham o que dificulta a leitura. Além disso, não estão organizados por data de realização, o que também causa certa confusão.</p> <p>Em todas as seções do site há um espaço para o cliente postar comentário direto na página da agência no Facebook.</p>
Plenitude Viagens e Turismo	<p>Endereço: www.plenitudeturismo.com.br</p> <p>O website desta agência possui informações bem distribuídas e sistema de busca de hotéis e passagens aéreas, este último, porém, encontra-se indisponível. A página inicial possui abas para acessar as seções de roteiros exclusivos, pacotes nacionais e internacionais, cruzeiros e Lua de Mel. Além de informações sobre a cotação do Dólar no dia, acesso às redes sociais da agência, informações adicionais da viagem e documentação. Os Roteiros exclusivos, que têm como destino Jordânia, Israel, Paris e Dubai, possuem todas as informações de preço, roteiro dia-a-dia, formas de pagamento e o que está incluso, porém, estão desatualizados, com datas de partida referentes a Outubro de 2014.</p> <p>Nos pacotes nacionais, as informações sobre o Club Med e o Rio Quente Resorts são referentes a acomodação, lazer, gastronomia e localização, não há tabela de preços; os pacotes nacionais e internacionais possuem todas as informações necessárias ao cliente, desde preços, até roteiro e passeios inclusos; as seções de hotéis de luxo e pacotes personalizados estão indisponíveis; a distribuição e as informações dos pacotes internacionais segue o mesmo modelo das agências Via Firenze, TR Tour Turismo e Utiyama Turismo, assim como a seção de cruzeiros.</p> <p>De um modo geral, o site possui as informações necessárias para o cliente entrar em contato com a agência já sabendo praticamente o</p>

kkkkk) Redes Sociais e Canais de Comunicação Virtual³⁵

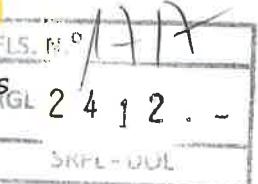


Via Firenze Viagens	<p>Endereço: www.facebook.com/pages/Via-Firenze-Viagens/1498968687021454?sk=timeline</p> <p>A agência possui uma página na rede social Facebook, sem link direto através de seu website, que possui apenas 144 curtidas. Na página são postadas algumas imagens dos destinos operados pela mesma e eventuais promoções. Porém, de um modo geral, é uma página com pouca atualização e atratividade. A única informação existente sobre a agência é o link para seu website oficial.</p>
TR Tour Turismo	<p>Endereço: www.facebook.com/pages/TR-Tour-Turismo/194114523963815?fref=ts</p> <p>Endereço: www.facebook.com/trtour.turismo?fref=ts</p> <p>A agência possui uma página e um perfil na rede social Facebook. No primeiro caso, a página possui apenas 133 curtidas, possui link direto através do website oficial e a sua última postagem foi em agosto de 2012, logo, percebe-se uma inatividade da mesma. Em relação ao perfil, só é possível ter acesso às informações se for "amigo" do mesmo, logo a comunicação da agência através de redes sociais é ruim e praticamente inexistente.</p>
CVC	<p>Endereço: www.facebook.com/cvcturismosuzano?ref=ts&fref=t</p> <p>As agências da CVC de Suzano compartilham uma mesma página na rede social Facebook. Esta possui 9.706 curtidas e é constantemente atualizada com fotos dos destinos que operam. Porém, estas publicações recebem em média 20 curtidas, o que sugere um baixo alcance deste tipo de comunicação que está sendo realizada.</p>
Aventuras Brasil Trilhas e Rapel	<p>Endereço: www.facebook.com/AventurasBrasilTrilhasERapel?ref=ts</p> <p>A agência Aventuras Brasil não possui mais um website oficial, logo o seu principal canal de comunicação é a sua página da rede social Facebook. A mesma é constantemente atualizada a fim de divulgar os eventos e roteiros programados para as datas próximas. A página possui 3.240 curtidas e os eventos divulgados geralmente têm a participação média de 130 pessoas. Na página há uma breve descrição sobre a agência e os principais telefones de contato, não é informado nenhum e-mail. Na página há uma seção onde o cliente preenche um formulário e faz a reserva da "aventura" a qual deseja participar. Apesar de não possuir site, a página do Facebook supre todas as necessidades de comunicação da agência.</p>

³⁵ Avaliação das redes sociais feita no dia 07 de abril de 2015.



Sentido Obrigatório	<p>Endereço: instagram.com/osentido/ www.facebook.com/sentido.obrigatorioaventurasradi_cais?ref=fref A agência possui um perfil aberto na rede social Facebook e outro no Instagram. O perfil do Facebook possui 3.979 amigos e é utilizado para postar fotos dos roteiros realizados e divulgar os novos eventos, estes geralmente têm uma participação média de 30 pessoas. Não há informações de contato e atuação da agência fixadas no perfil. No website oficial a agência não divulga o rapel realizado no viaduto Ryo Mizuno de Suzano, isso ocorre através do Facebook. A página do Instagram possui todos os contatos da agência e tem 784 seguidores e 117 publicações. É utilizada principalmente para divulgar fotos dos roteiros realizados.</p>
Plenitude Viagens e Turismo	<p>Endereço: www.facebook.com/Plenitude-Viagens-e-Turismo-Keyla-Carvalho-da-Silva/245616308833371?ref=ts https://twitter.com/plenitudekeyla A página na rede social Facebook da agência possui 533 curtidas, e é utilizada principalmente para postar fotos e promoções de destinos operados pela mesma. A única informação de contato da agência disponibilizada é o website oficial. O perfil na rede social Twitter possui 791 seguidores e é frequentemente atualizado, porém as informações postadas não têm relação direta com a agência. O Canal do Youtube da agência encontra-se indisponível.</p>
Mundií Turismo	<p>Endereço: https://www.facebook.com/mundiiturismo A agência não possui website oficial, ogo utiliza a rede social Facebook como o seu principal meio de comunicação. A página possui 735 curtidas e é atualizada frequentemente. A mesma é utilizada para divulgar os roteiros e passeios realizados pela agência, bem como os eventos de parceiros. Porém as postagens têm baixa repercussão, em média 10 pessoas as curtem. Além disso, as únicas postagens relacionadas a Suzano são os shows de Stand Up Comedy que acontecem no Aquários American Bar, muito restrito a uma agência receptiva. Não há nenhuma informação de contato ou atuação da agência fixada na aba “sobre” a página.</p>



5.2.5. DANCETERIAS

Serão analisados a seguir as informações disponibilizadas na internet em relação as Danceterias de Suzano. É importante ressaltar que só foram apresentados nas tabelas a seguir os equipamentos que possuem algum tipo de canal de comunicação virtual oficial. Nota-se então que, das sete danceterias analisadas, apenas a Arkus e a Az de Ouro não possuem website oficial. Em relação às redes sociais, apenas a Arkus não possui nenhum tipo de divulgação, todas as demais atualizam constantemente seu Facebook, principal rede social utilizada, com a programação semanal.

Destaca-se pelo grande número de seguidores a Fazenda Universitária, a Chão Selvagem e o Bonaparte Bar.

Além da rede social Facebook, a Skina Country e o Chão Selvagem possuem canal do Youtube onde frequentemente são postados vídeos dos eventos e apresentações que acontecem no local.

A seguir, a comunicação destes espaços é analisada mais detalhadamente.

a) Website Oficial³⁶

Skina Country	<p>Endereço: http://www.skinacountry.com.br/novo/</p> <p>Informações sobre o espaço, agenda, galeria de fotos, notícias e depoimentos de clientes, além de orientações para realização de festas e eventos no local. Formulário para contato, telefone e e-mail de fácil visualização.</p>
Confraria Brasileira	<p>Endereço: http://www.confrariabrasileira.com.br/</p> <p>Site indisponível.</p>
Bonaparte Bar	<p>Endereço: http://www.bonapartebar.com.br/</p> <p>Poucas informações sobre a casa, programação e contato. Porém, com um layout diferente.</p>
Chão Selvagem	<p>Endereço: http://www.chaoselvagem.com.br/</p> <p>Informações sobre o espaço, agenda, ingressos, camarote, galeria de fotos, localização e informações para aniversariantes e reserva o espaço. Telefone e e-mail para contato são de fácil visualização.</p>
Fazenda Universitária	<p>Endereço: http://www.fazendauniversitaria.com/index-1.html</p> <p>Site bem organizado com informações sobre o espaço, programação, serviços, álbum de fotos, ingressos e lista de convidados e mapa de localização. Os telefones e e-mails para contatos ficam na parte inferior de cada página.</p>

³⁶ Avaliação dos websites oficiais feita no dia 07 de abril de 2015.

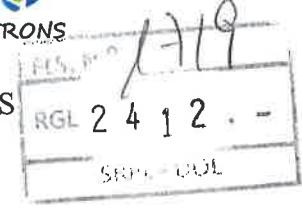


17/8

III) Redes Sociais e Canais de Comunicação Virtual³⁷

Skina Country	<p>Endereço: www.facebook.com/SkinaCountryOficial/info?tab=page_info www.youtube.com/user/PauloeVaguinho/videos</p> <p>Página do Facebook com 1702 curtidas, constantemente atualizadas com a programação da semana. O canal do Youtube com as apresentações da dupla Paulo e Vaguinho, principal atração do local.</p>
Confraria Brasileira	<p>Endereço: https://www.facebook.com/ConfrariaBrasileira</p> <p>Página do Facebook com 4.006 curtidas, constantemente atualizada com a programação da semana e vídeos com os artistas convidados.</p>
AZ de Ouro	<p>Endereço: www.facebook.com/azdeourodance/timeline</p> <p>Página do Facebook com 1.687 curtidas, constantemente atualizada com a programação da semana e vídeos com os artistas convidados.</p>
Bonaparte Bar	<p>Endereço: www.facebook.com/bonapartebar.oficial</p> <p>Página do Facebook com 10.933 curtidas, constantemente atualizada com a programação da semana.</p>
Chão Selvagem	<p>Endereço: www.facebook.com/chaoselvagem.suzano www.youtube.com/user/tvchaoselvagem/videos plus.google.com/photos/117392828826661105192/ albums?banner=pwa</p> <p>Página do Facebook com 28.583 curtidas, constantemente atualizada com a programação da semana. Canal do Youtube com os shows realizados no local e depoimento dos artistas. Álbum de fotos dos eventos na rede social do Google.</p>
Fazenda Universitária	<p>Endereço: www.facebook.com/fazendauniversitariaoficial/timeline</p> <p>Página do Facebook com 54.521 curtidas, constantemente atualizada com a programação da semana e vídeos dos eventos.</p>

³⁷ Avaliação das redes sociais feita no dia 07 de abril de 2015.



5.2.6. MATERIAIS IMPRESSOS DOS ATRATIVOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

A maioria dos atrativos, meios de hospedagem e restaurantes do município de Suzano possuem materiais impressos - folders e cartões de visita - porém, os mesmos são disponibilizados apenas no próprio local. Dessa forma, vê-se uma falta de integração da divulgação e comunicação entre os empreendimentos turísticos. Uma estratégia que permitisse o compartilhamento desses materiais entre os empreendimentos deve ser pensada.

Apenas os pesqueiros, haras e hípicas estendem a sua comunicação, geralmente esses atrativos anunciam em jornais e revistas do segmento, tais como “Pesca ABC e Região” e “Jornal da Pesca”. Além disso, alguns produtores rurais e certos atrativos já participaram de matérias para programas de televisão das emissoras Rede Globo e SBT, e de matérias de jornais locais como Diário de Suzano.

Por fim, alguns eventos e atividades culturais do município são divulgadas no site Catraca Livre e jornais da região.



6. ANÁLISE DO ATENDIMENTO E DA CAPACITAÇÃO TÉCNICA

O atendimento oferecido no município de Suzano atualmente pode ser avaliado como regular, pois os vendedores e prestadores de serviços oferecem o básico aos clientes, ainda não há uma postura que busca conhecer os interesses de cada cliente e oferece-lo atenção e um serviço diferenciado.

Quanto ao turismo, através dos trabalhos de campo foi possível perceber que os donos e funcionários de estabelecimentos comerciais, principalmente de restaurantes, não possuem informações sobre as opções de lazer existentes no município, alguns até diziam expressões como “turismo”?

Em Suzano?”. Em duas entrevistas aplicadas com gerentes e funcionários dos dois principais hotéis do município destinados ao turismo de negócios, foram levantadas questões como: “o que tem para fazer em Suzano?”, “gostaria de conhecer essa oferta, pois quando os hóspedes perguntam não sei o que indicar...”.

Isso mostra que a atividade ainda é muito pouco explorada pelos próprios municípios, e se eles não conhecem sua própria cidade, torna-se mais complicado informar e despertar o interesse do turista, afinal, na maioria das vezes, serão essas pessoas que terão o primeiro contato com o visitante.

Quanto à capacidade técnica dos funcionários locais, houveram muitas queixas por parte dos donos e gerentes de hotéis e restaurantes sobre a dificuldade de se contratar profissionais com conhecimento na área e uma boa postura. Muitos disseram que eles mesmos oferecem cursos básicos de como servir os clientes e manipular alimentos, em alguns casos o próprio dono contrata serviços do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) para orientar seus funcionários.

Os cursos com maior demanda no município são na área de alimentos e bebidas, tais como garçom, cozinheiro, recepcionista, barman, sushiman e manipulação de alimentos, além de recepcionista em meios de hospedagem e camareira, no caso dos hotéis e pousadas. Muita queixa também aconteceu com a falta de conhecimento por parte dos funcionários relacionadas a português e principalmente matemática. Na maioria dos casos, os funcionários possuíam no máximo o Ensino Médio Completo.

No município de Suzano há duas principais formas de se realizar cursos de especialização gratuitos e de curta duração. Dentro da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e



Geração de Emprego, por exemplo, existe uma unidade ativa do SEBRAE, regulamentada pela Lei municipal nº 4105 de 21 de agosto de 2007, que oferece continuamente diversos cursos à população, desde os mais voltados à gestão de negócios e controle de orçamento, até os mais básicos voltados à uma rápida inserção do aluno no mercado de trabalho. Além disso, a própria secretaria mantém um cadastro ativo das pessoas que estão procurando emprego em determinada área e vagas disponíveis no município.

Quando apresentadas essas informações aos estabelecimentos entrevistados, muitos não tinham conhecimento sobre esses cursos e nem sobre o cadastro de profissionais. Em parte essa falta e informação pode se dar por um desinteresse da população, mas também devido a uma má comunicação por parte da prefeitura.

Os outros cursos gratuitos de capacitação são disponibilizados pelo Sindicato Rural de Suzano, voltados a diversos tipos de produção, agricultura convencional e orgânica, artesanato, manipulação de carnes, gestão da produção e até mesmo de Turismo Rural, todos em parceria com o SENAR (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural).

Em relação ao curso de Turismo Rural, três turmas já foram montadas, em anos não consecutivos, porém apenas as dos anos de 2010 e 2014 concluíram o curso, a de 2013 foi cancelada. Em 2010 a turma iniciou com 20 alunos, dos quais 18 o finalizaram, e em 2014 iniciou com 25 alunos, dos quais 9 eram produtores rurais, e finalizou com 13.

O curso de Turismo Rural é composto por 10 módulos, cada um com três dias de aula, que compreendem os seguintes assuntos:

I. Elaboração do inventário turístico do município; identificação de atrativos e recursos, e seleção de 4 propriedades e atrativos a serem trabalhados;

II. Identidade e cultura local - apresentação da teoria e elaboração de um almanaque do município com as danças, músicas, gastronomia e patrimônios locais;

III. Planejamento de um festival gastronômico;

IV. Elaboração de um Plano de Negócios e Gestão para cada empreendimento identificado no módulo I;

V. Como trabalhar com atrativos naturais, regras e procedimentos, e identificação de potencialidades no município;

VI. Planejamento e implantação de um ponto de venda de produtos artesanais;

VII. Planejamento de um meio de hospedagem a fim de melhorar algo já existente ou pensar a longo prazo;

VIII. Como estruturar um empreendimento gastronômico;



Ministério do
Turismo

REF. N° 1732
S RGL 2412 -
SPL - DUL

- IX. Atendendo e encantando o cliente - técnicas de atendimento;

X. Execução do Festival Gastronômico e consolidação das ações futuras.

Alguns dos produtores rurais que já participaram do curso de Turismo Rural são: Sítio Parisoto, Rui Terao, Goro, Walter Kojima, Enio da Chácara do Lago, Clube dos Oficiais, Fazenda Santa Helena, Rancho Gazaroli, Leonor.

Destes apenas o Sítio Família Parisoto (Vale da Serra), o produtor Rui Terao e a Chácara do Lago estão desenvolvendo atividades voltadas ao turismo.



7. MATRIZ SWOT

A Matriz SWOT é uma ferramenta da administração estratégica muito utilizado na área turística, o processo de planejamento estratégico consiste em “estruturar e esclarecer a visão dos caminhos que a organização deve seguir e os objetivos que deve alcançar”, entende-se como organização empresas do setor privado, entidades do terceiro setor e órgãos do poder público, assim ressalta-se ainda que, o “processo de planejamento estratégico é uma sequência de análises e decisões que compreende as seguintes etapas”

Etapa 1. Análise situacional atual.

Etapa 2. Análise do ambiente externo.

Etapa 3. Análise do ambiente interno.

Etapa 4. Definição do planejamento com base nos objetivos traçados.

Com base neste conceito, compreende-se que este trabalho analisou a situação atual do turismo no município em todas as áreas e, neste capítulo se fará a análise do ambiente externo e interno que consistem em identificar as ameaças e oportunidades (externo) e as forças e fraquezas (interno) para o desenvolvimento da atividade turística no município.

Destaca-se que a etapa 4 é posterior ao diagnóstico, pois consiste no planejamento, projetos e ações que serão efetuadas a partir da definição das estratégias para o desenvolvimento se conhecendo a situação atual do município. Este documento norteará as definições de estratégias e a partir da conclusão, no próximo capítulo, o início de um posicionamento estratégico para desenvolvimento do turismo começará a se constituir.

A tabela a seguir expressa as informações coletadas e apresentadas no documento conforme a análise SWOT, que é considerada como:

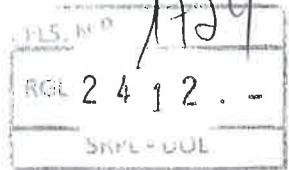
[...] um sistema simples utilizado para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa [...]. É uma sigla oriunda do inglês e é um acrônimo de Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). Assim, esta metodologia torna-se uma ferramenta ideal no processo de gestão e monitoramento do turismo de uma determinada localidade, tendo sua autoria creditada a dois professores da Harvard Business School: Kenneth Andrews e Roland Christense (SOUZA DANTAS e SOUZA MELO 2008, P. 120).



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo



A tabela está dividida por áreas de impacto, conforme temas: Tema

1. Equipamentos e Infraestrutura Urbana

Tema 2. Comunicação e Marketing

Tema 3. Atendimento, Capacitação Técnica e Qualidade do Serviço Tema 4.

Capacidade Institucional e Legislações de Interesse Turístico Tema 5. Oferta

Turística: Atratividade e Serviços

	Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Tema 1 - Equipamentos e Infraestrutura Urbana	Sede de jogos locais e regionais de diversas modalidades esportivas	Má qualidade das vias, principalmente rurais	Importantes rodovias regionais que cortam o município	
	Grande variedade de equipamentos que oferecem atividades gratuitas	Muito lixo jogado nas vias públicas	Plano do SISEM de implantação de 15 museus na Região Metropolitana de SP	
	Quantidade de placas, atrativos e vias contemplados pela Sinalização Turística Indicativa	Poucas lixeiras públicas		
	Existência de estação ferroviária que dá acesso à capital	Muitos cachorros pelas ruas na zona rural		
	Reforma da estação de trem	Muitas ocupações irregulares		
	Projeto de construção do Centro de Atendimento ao Turista em andamento	Estrutura ruim e em má manutenção de alguns equipamentos urbanos (centro comunitário boa vista, casarão das artes, etc)		

Força	Fraqueza	Oportunidade	Ameaça
Quantidade suficiente de árvores	Pouca arborização		



GOVERNO DO ESTADO
SAO PAULO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo

ELÉTRONS
FOL 100
RGI 2412

12/15

Existência de pontos e linhas	Equipamentos urbanos		
	Falta de sinal		
	Pouca ou nenh		
	Pouca acess		
	Falta de um ponto		
	Inexistênc ia de		
	Problemas de segu rança no		
	Gran de		
	Falta		

For	Fra	Oport	A
ce	cue	unidad	u
Existênc ia de	Muitas críticas dos	Programação do Teatro Municipal	
	Informações de		
	Não há interativid		

Tema 2 - Comunicação e Marketing

Tema 1 - Equipamentos e Infraestrutura Urbana



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo



IFLS N° 1726
ELÉTRONS RGL 2412...

		Pouca divulgação		
--	--	------------------	--	--

	Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Tema 3 - Atendimento, Capacitação Técnica e Qualidade do Serviço	Curso de Turismo Rural oferecido pelo SENAR	Pouco conhecimento sobre o turismo local e opções de lazer por parte dos municíipes e comércio em geral.	Instalação de uma unidade da FATEC	
	Cursos do SEBRAE	Necessidade de cursos de capacitação em hotelaria e gastronomia.		
		Falta de conhecimento sobre os cursos de capacitação gratuitos oferecidos pela Prefeitura		



	Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Tema 4 - Capacidade Institucional e Legislações de Interesse Turístico	Diretor de turismo do município é o Coordenador do Circuito das Nascentes	Falta de conhecimento claro sobre os segmentos da cidade por meio de pesquisas de demanda e oferta	Desenvolvimento regional através da ABRAT e CONDEMAT	Não encaminhamento de ações e projetos devido a eleições Municipais, Estaduais e Federais
	Diretor de turismo com formação na área	Pequena equipe de trabalho na Diretoria de Turismo		Pouca preocupação com a preservação das nascentes do município
	Reestruturação do COMTUR e FUMTUR em andamento	Falta de dados sobre as principais festas e eventos da cidade		
	Projeto de Lei em andamento para o tombamento de 4 patrimônios municipais			
	Existência de lei que regulamenta as atividades de Turismo Rural na Agricultura Familiar			

	Fo rça	Fr aça	Op ort	A m
Tema 5 - Oferta Turística: atratividade e serviços	Pre ser vaç ão da cul	As soc iaç ões da cul	Tur ism o téc nic o	Ci da de s do en
	Tu ris mo de	Fal ta de int	Tur ism o de	
	Gr an de	Fal ta de	Cir cuit o	
	Té cni cas dif	Fal ta de um	Ap rov eita me	



17/08
S/N
S/N

	Instal açã o de	Po uca ati vid ade	Cul tur a Jap one	
	Fes ta da Dá lia	Fal ta de ide nti	Transf or ma ção	
	Exi stê nci a de feir	Fal ta de um art esa	Re aliz açã o de ofi	
	Co nst ruç ão de	Po uca ofe rta e	Re pre sa Tai açu	
	Qu atr o agê nci	Qu ase ine xis tên	Pro xi mi dad e	
	Fo rca	Fr an	Op ort	A m
		Po uc o res gat	Exi stê nci a de	
		Má ma nut enç ão e/o u		
		Po uc os atr ati vos		
		Ex plo raç ão ina		

Tema 5 - Oferta Turística: atratividade e serviços



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA



		Inexistência de G	

PLS. NO. 129
RGL 2412. -
SKPL-DOL



8. CONCLUSÃO

Ao longo deste trabalho, observou-se diversos aspectos do município de Suzano a fim de compreender seu posicionamento no mercado como município turístico. Foram analisados sua infraestrutura de apoio ao turismo, equipamentos de lazer, sinalização, comunicação e marketing, atendimento e capacitação dos prestadores de serviço, capacidade institucional, legislação de interesse turístico, e a atratividade e qualidade da oferta de turística dos serviços relacionados à atividade.

A seguir, um resumo será feito a fim de destacar os principais pontos observados sobre a cidade e que tornará a possível a elaboração de planos de ação para o município.

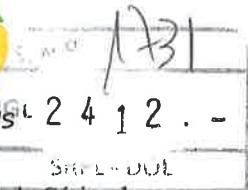
Primeiramente destaca-se que a infraestrutura de Suzano necessita de grandes mudanças e melhorias, tanto em relação aos mobiliários urbanos que atualmente são inexistentes em muitas áreas ou degradados, quanto à acessibilidade, que devido à pavimentação irregular e ausência de calçamento, dificulta não só o ir e vir dos munícipes, como também o desenvolvimento do turismo.

Outro fator que deve ser levado em conta é a dificuldade de acesso e deslocamento aos equipamentos e atrativos, que encontram-se muitas vezes na zona rural e distantes um do outro, o que impossibilita visitas sem a utilização de veículos próprios.

Além disso, apesar do setor público investir em atividades de lazer para a população, a estrutura dos equipamentos necessita de manutenção, pois muitos encontram-se desgastados e com infiltrações. Essas atividades, porém, são direcionadas principalmente aos munícipes e pouco atrativas para o público externo.

A comunicação pública acaba por não envolver o turismo local e apresentá-lo de forma eficaz para os moradores da cidade, o que acaba gerando uma falta de conhecimento sobre as possibilidades nessa área e faz com que a cidade não seja vista como um destino turístico. As poucas iniciativas de divulgação do turismo local apontam para atrativos não consolidados, o que pode tornar um passeio frustrante no momento em que o visitante não encontra o que procura.

Dos 53 empreendimentos analisados, 21 são considerados recursos turísticos e 32 atrativos de acordo com as atividades realizadas e a atratividade das mesmas.



Foram classificados como recursos os seguintes lugares: Memorial do Baruel, Sítio do Cristo, Bunkyo - Associação Cultural Suzanense, Associação Okinawa de Suzano, Terazaki Judô Clube, Aceas Nikkey, Associação Nikkey do Bairro das Palmeiras e Fukuhaku Taikô, Associação Fukushima Kenjin-kai de Suzano, Santuário Ecológico Miraporanga, Represa Taiaçupeba, Sítio Hasegawa, Jair Flesh, Sítio Cazarini, Marco Lima Jr., João Kazuya, Flora Évora, Sítio TKM, Granja Ino, Granja Fujikura, Leonardo Naoki Tanabe, Domingos Fredericci.

A justificativa para esta classificação como recurso turístico leva em conta diversos aspectos do local, o Memorial do Baruel, o Santuário Ecológico Miraporanga e a Represa de Taiaçupeba, por exemplo, não apresentam estrutura para a recepção de visitantes, nenhuma atividade e os dois primeiros encontram-se abandonados; no caso do Sítio do Cristo, o proprietário ainda não está muito aberto a receber turistas e algumas medidas de segurança devem ser tomadas; no caso das Associações Japonesas, apesar de apresentarem estrutura adequada e realizarem atividades típicas, estas ainda são restritas aos seus frequentadores, a interação com o público em geral se dá principalmente durante as festas; por fim, em relação aos produtores rurais, todos esses ainda preocupam-se mais com a sua produção do que com a realização da atividade turística.

Resumidamente, a tabela a seguir quantifica a qualidade dos recursos e atrativos em relação à estrutura, interatividade, manutenção e limpeza, singularidade, abrangência potencial e sinalização indicativa.

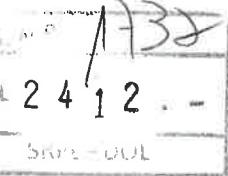
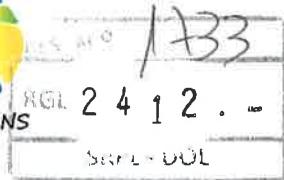


Tabela 176- Quantificação dos recursos e atrativos por parâmetros de qualificação.

	Empreendimentos: 53	
	Recursos:	Atrativos:
Estrutura		
Ótima:	4	3
Boa:	7	20
Regular:	2	4
Ruim:	7	3
Inexistente:	1	2
Interatividade		
Ótima:	0	6
Boa:	7	8
Regular:	8	7
Ruim:	3	6
Inexistente:	3	5
Manutenção e Limpeza		
Ótima:	3	2
Boa:	7	21
Regular:	4	2
Ruim:	7	6
Singularidade		
Comum:	5	16
Poucos similares:	6	9
Raro:	10	7
Abrangência Potencial		
Estadual	8	10
Local	2	3
Regional	11	19
Sinalização Indicativa		
Padronizada	2	6
Não padron.	1	16
Inexistente:	18	10

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da análise de campo, 2015.

De acordo com a tabela apresentada a estrutura dos atrativos encontram-se em ótimas ou boas condições, enquanto metade dos recursos deveriam se atentar mais a esse fator. É importante ressaltar que a estrutura, principalmente das propriedades rurais, foi avaliada como um todo e não somente aquela dedicada ao turismo, por isso o alto índice de estruturas boas ou ótimas que podem ser adaptadas facilmente à atividade turística.

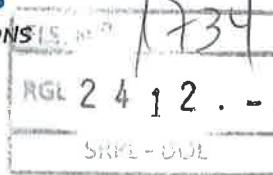


A manutenção e limpeza dos atrativos, itens essenciais para uma boa impressão, segurança e experiência do visitante, também teve bons resultados, porém ainda há lugares em que tais fatores foram considerados regulares ou até mesmo ruins. Já em relação aos recursos, cerca de 50% necessitam de maiores cuidados.

Quanto à interatividade, tanto os recursos quanto os atrativos precisam melhorar a sua recepção e atendimento com foco em atividades lúdicas, educativas e que estimulem a participação dos visitantes.

Um fator interessante a ser destacado é a singularidade dos recursos e atrativos, que se caracterizam como raros e comuns, respectivamente. Dessa forma nota-se que há uma grande potencialidade quanto aos recursos, que podem criar um diferencial e buscar uma possível identidade para o município. Acredita-se que o maior público potencial para o turismo local seja, principalmente, o regional, que ainda não é devidamente explorado.

Após esse breve levantamento de pontos importantes do diagnóstico, nota-se a falta de investimentos em setores de atendimento básico do município; a necessidade de uma pesquisa de demanda real e potencial e de um controle do fluxo turístico, tanto em festividades, quanto em atrativos e meios de hospedagem; a maior integração dos envolvidos diretamente com o turismo, bem como a conscientização da população; o resgate e a valorização da cultura japonesa, de modo que ela possa se integrar melhor ao contexto municipal; a necessidade de uma identidade gastronômica e artesanal; e o desenvolvimento potencial dos segmentos de turismo rural, de negócios e técnico científico.



9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO ALTO TIETÊ - *ADRAT*. Disponível em: <<http://www.adrat.org.br/index.php>>. Acesso em: 31 de março de 2015.

ANDRADE, Maria Margarida de. *Língua Portuguesa: Noções Básicas para cursos superiores*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BRASIL. *Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm>. Acesso em: 20 de março de 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Búzios inicia implantação de sinalização turística*. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20141229.html>. Acesso em: 06 de março de 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Novas placas ajudam turista a se localizar pelas praias de SC*. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20150128_3.html>. Acesso em: 06 de março de 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. “*Programa de Regionalização do Turismo - Diretrizes*”. Brasília, 2013. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/PROGRAMA_DE_REGIONALIZACAO_DO_TURISMO_-_DIRETRIZES.pdf>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. “*Inventário da Oferta Turística*”. Brasília, 2011.

BRASIL¹. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. “*Manual de orientações: turismo e acessibilidade*”. Brasília, 2006. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/MIOLO_-_Turismo_e_Acessibilidade_Manual_de_Orientaxes.pdf>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2015.

BRASIL². Ministério do Turismo. *Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais*. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf>. Acesso em: 06 abr. 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Turismo de Negócios & Eventos: Orientações básicas*. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.



BRASIL. Portal da Transparência. Disponível em: <http://www.portaltransparencia.gov.br/convenios/consultam.asp?fcod=7151&fnome=SUZANO&fuf=sp&festado=sao%20paulo&forgao=00&fnomeorgao=&fconsulta=0>. Acesso em: 20 de março de 2015.

CONCESSIONÁRIA SPMAR *RODOANEL SUL E LESTE*. Disponível em: <http://www.spmar.com.br/concessionaria.htm>. Acesso em: 20 de março de 2015.



CONSÓRCIO DE DESENVOLVIMENTO DOS MUNICÍPIOS DO ALTO TIETÊ - CONDEMAT. Disponível em: <http://www.condemat.net/index.php>. Acesso em: 31 de março de 2015.

CREA - MG. "Guia de Acessibilidade Urbana: Fácil Acesso Para Todos". Belo Horizonte: CREA-MG, 2006.

DIÁRIO DE SUZANO. Disponível em: <http://www.diariodesuzano.com.br/>. Acesso em: 31 de março de 2015.

DIÁRIO DE SUZANO. *Museu de Arte e Memória de Suzano*. Disponível em: <http://www.diariodesuzano.com.br/noticia.php?id=273388#VNSyeJ3F9W8>. Acesso em: 20 de março de 2015.

DIÁRIO DO ALTO TIETÊ. Disponível em: <http://www.jornaldat.com.br/default.aspx>. Acesso em: 31 de março de 2015.

DIÁRIO DO ALTO TIETÊ. *Cultura conclui projeto para tombar imóveis*. Disponível em: <http://www.diariodoaltotiete.com.br/materia/94147/cultura-conclui-projeto-para-tombar-imoveis.aspx>. Acesso em: 20 de março de 2015.

DIÁRIO DO ALTO TIETÊ. *Tokuzumi cobra obras na Marginal do Una*. Disponível em: <http://www.jornaldat.com.br/materia/91983/tokuzumi-cobra-obra-na-marginal-do-una.aspx>. Acesso em: 20 de março de 2015.

DIÁRIO DO GRANDE ABC. *DER instala 13 radares de velocidade na Índio Tibiriçá*. Disponível em: <http://www.dgabc.com.br/Noticia/537924/der-instala-13-radares-de-velocidade-na-indio-tibirica?referencia=buscas-lista>. Acesso em: 20 de março de 2015.

FACEBOOK. Página *ADRAT*. Disponível em: <https://www.facebook.com/pages/ADRAT-Ag%C3%A1ncia-de-Desenvolvimento-do-Alto-Tiet%C3%AA/246283782076024>. Acesso em: 01 de abril de 2015.

FACEBOOK. Página *Círculo Turístico das Nascentes*. Disponível em: <https://www.facebook.com/circuitoturisticodasnascientes?fref=ts>. Acesso em: 31 de março de 2015.

FACEBOOK. Página *CONDEMAT*. Disponível em: 01 de abril de 2015. Acesso em: 01 de abril de 2015.



FACEBOOK. Página Prefeitura de Suzano. Disponível em: <https://www.facebook.com/prefsuzano>. Acesso em: 30 de março de 2015.

FLICKR. Prefeitura de Suzano. Disponível em: <https://www.flickr.com/people/71029509@N07>. Acesso em: 01 de abril de 2015.

G1. Globo. *Prefeitura de Suzano busca criar lei que protege patrimônios históricos.* Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/mogi-das-cruzes-suzano/noticia/2014/12/prefeitura-de-suzano-busca-criar-lei-que-protege-patrimonios-historicos.html>. Acesso em: 20 de março de 2015.

FLS.N.º 1736
3463

G1. Globo. *Rodovia Índio Tibiriçá em Suzano recebe lombadas eletrônicas e radares.* Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/mogi-das-cruzes-suzano/noticia/2014/06/rodovia-indio-tibirica-em-suzano-recebe-lombadas-eletronicas-e-radares.html>. Acesso em: 20 de março de 2015.

INFRAERO. Aeroporto de São Paulo/Congonhas. Disponível em: <http://www.infraero.gov.br/index.php/aeroportos/sao-paulo/aeroporto-de-sao-paulo-congonhas.html>. Acesso em: 10 de março de 2015.

INFRAERO². *Aeroporto Internacional de São José dos Campos - Professor Urbano Ernesto Stumpf.* Disponível em: <http://www.infraero.gov.br/index.php/aeroportos/sao-paulo/aeroporto-de-sao-jose-dos-campos.html>. Acesso em: 30 de março de 2015.

IPHAN. *Guia da Sinalização de Orientação Turística.* Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/files/Guia_Embratur/conteudo/principal.html. Acesso em: 06 de março de 2015.

JUSBRASIL. Suzano. Lei 4063/06. Disponível em: <http://cm-suzano.jusbrasil.com.br/legislacao/567325/lei-4063-06#art-2>. Acesso em: 20 de março de 2015.

JUSBRASIL. Suzano. Lei 4064/06. Disponível em: <http://cm-suzano.jusbrasil.com.br/legislacao/567317/lei-4064-06>. Acesso em: 20 de março de 2015.

LEIS MUNICIPAIS. *Lei complementar 145/2004.* Disponível em: <https://www.leismunicipais.com.br/a/sp/s/suzano/lei-complementar/2004/15/145/lei-complementar-n-145-2004-institui-o-plano-diretor-de-desenvolvimento-integrado-do-municipio-de-suzano-e-da-outras-providencias?q=tombamento>. Acesso em: 20 de março de 2015.

LEIS MUNICIPAIS. *Lei ordinária 4526/2011.* Disponível em: <https://www.leismunicipais.com.br/a/sp/s/suzano/lei-ordinaria/2011/453/4526/lei-ordinaria-n-4526-2011-define-as-atividades-turisticas-que-especifica-como-atividades-de-turismo-rural-na-agricultura-familiar?q=turismo>. Acesso em: 20 de março de 2015.



LEIS MUNICIPAIS. *Lei ordinária 4105/2007*. Disponível em: <https://www.leismunicipais.com.br/a/sp/s/suzano/lei-ordinaria/2007/411/4105/lei-ordinaria-4105-2007>. Acesso em: 20 de março de 2015.

MACHADO e TIJIBOY, 2005. *Em: Revista Digital Interligados, 2015*. “Redes Sociais: Definição e Objetivo.” Disponível em: <https://interligadouni.wordpress.com/2011/06/09/redes-sociais-definicao-e-objetivo/>. Acesso em Janeiro de 2015.

MELO, N.R. de. A aplicação da análise SWOT no planejamento turístico de uma localidade: o caso de Araxá, MG. *Caderno Virtual de Turismo*. Rio de Janeiro, v. 11, n. 2., p.164-176, ago. 2011.

PORTAL DOS CONVÊNIOS SICONV. Disponível em: <https://www.convenios.gov.br/siconv/proposta/ConsultarProposta/ConsultarProposta.do>. Acesso em: 20 de março de 2015.

PORTAL DOS CONVÊNIOS SICONV. *Convênio 793703/2013*. Disponível em: <https://www.convenios.gov.br/siconv/ConsultarProposta/ResultadoDaConsultaDeConvenio SelecionarConvenio.do?sequencialConvenio=793703&Usr=guest&Pwd=guest>. Acesso em: 20 de março de 2015.

PORTAL DOS CONVÊNIOS SICONV. *Proposta 1810565*. Disponível em: <http://api.convenios.gov.br/siconv/dados/proposta/1810565.html>. Acesso em: 20 de março de 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SUZANO. Disponível em: <http://suzano.sp.gov.br/>. Acesso em: 30 de março de 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SUZANO. *3º fórum de turismo deve atrair 250 empresários*. Disponível em: <http://suzano.sp.gov.br/web/3o-forum-de-turismo-deve-atrais-250-empresarios/>. Acesso em: 20 de março de 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SUZANO. *Diretoria de Turismo*. Disponível em: <http://suzano.sp.gov.br/web/desenvolvimento-economico/diretorias/turismo/>. Acesso em: 20 de março de 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SUZANO. *Órgãos públicos*. Disponível em: <http://suzano.sp.gov.br/web/orgaos-publicos/>. Acesso em: 20 de março de 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SUZANO. *Plano Diretor*. Disponível em: <http://www.suzano.sp.gov.br/planodiretor/>. Acesso em: 20 de março de 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SUZANO. *Plano Diretor: grupo técnico participa de reunião com os rotarianos*. Disponível em: <http://suzano.sp.gov.br/web/plano-diretor-grupo-tecnico-participa-de-reuniao-com-os-rotarianos/>. Acesso em: 20 de março de 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SUZANO. *Secretarias*. Disponível em: <http://suzano.sp.gov.br/web/secretarias/>. Acesso em: 20 de março de 2015.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SUZANO. *Secretaria Municipal de Política Urbana. Revisão do Plano Diretor de Suzano 2006 - 2016: Etapa 4 - Construção do Conhecimento sobre a Realidade Local.* Suzano: FUPAM, 2007.

PREFEITURA DE SUZANO. *Secretaria Municipal de Trânsito e Mobilidade Urbana. POT Turístico: Locais de Instalação e Dimensões das Placas.*

RECUERO, 2005. Pag.12. Em: Revista Digital Interligados, 2015. “Redes Sociais: Definição e Objetivo.” Disponível em: <<https://interligadouni.wordpress.com/2011/06/09/redes-sociais-definicao-e-objetivo/>>. Acesso em Janeiro de 2015.

SÃO PAULO TURISMO. *Comunicação. Nova sinalização turística para pedestre começa a ser instalada em São Paulo.* Disponível em: <<http://imprensa.spturis.com.br/releases/nova-sinalizacao-turistica-para-pedestre-comeca-ser-instalada-em-sao-paulo>>. Acesso em: 05 de março de 2015.

SÃO PAULO TURISMO. *Comunicação. Totens de sinalização turística são instalados no centro de São Paulo.* Disponível em: <<http://imprensa.spturis.com.br/releases/totens-de-sinalizacao-turistica-sao-instalados-centro-de-sao-paulo>>. Acesso em: 05 de março de 2015.

SETU - Secretaria de Estado do Turismo. “*Orientação para Gestão Municipal do Turismo: Guia Prático para Dirigentes Públicos Municipais de Turismo*”. Curitiba, 2012. Pag. 44.

SINDICATO RURAL DE SUZANO. Disponível em: <<http://www.sindicatoruralsuzano.com.br/site/>>. Acesso em: 31 de março de 2015.

SINDICATO RURAL DE SUZANO. Cursos. Disponível em: <<http://www.sindicatoruralsuzano.com.br/site/category/cursos/page/2/>>. Acesso em: 20 de março de 2015.

TWITTER. CONDEMAT. Disponível em: <<https://twitter.com/CondematOficial>>. Acesso em: 01 de abril de 2015.

TWITTER. Prefeitura de Suzano. Disponível em: <<https://twitter.com/PrefSuzano>>. Acesso em: 01 de abril de 2015.

UGARTE, 2009. Em: *Revista Digital Interligados*, 2015. “Redes Sociais: Definição e Objetivo.” Disponível em: <<https://interligadouni.wordpress.com/2011/06/09/redes-sociais-definicao-e-objetivo/>>. Acesso em Janeiro de 2015.

USP. *Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Pesquisa Empresarial Hoteleira do Município de Suzano*, 2014.

VIACICLO - *Associação dos Ciclousários da Grande Florianópolis. Circuitos de Cicloturismo: manual de incentivo e orientação para os municípios brasileiros*, 2010. Disponível em: <<http://ciclo.tur.br/arquivos/Manual-Circuitos-Cicloturismo.pdf>>. Acesso em: 12 de março de 2015.



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

Ministério do
Turismo



ELÉTRON

2412
SRFL-DUL

1739

1739
3468
1739
3468

YOUTUBE. *Prefeitura de Suzano.* Disponível em:
<<https://www.youtube.com/user/prefsuzano>>. Acesso em: 02 de abril de 2015.

ANEXO
REGISTRO DE
LICENÇA DE
ESTABELECIMENTO
DE SERVIÇO

JUNTADA

Segue juntada vol. VIII
fls. de n.º 1746 a 1973
SRPL.09108.117

78