



## **PLANO MUNICIPAL DE TURISMO (PMT)**

### **Volume 2. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO**

**CARAPICUÍBA  
2017**



## **Prefeitura de Carapicuíba**

Secretaria de Cultura e Turismo



### **PREFEITURA MUNICIPAL DE CARAPICUÍBA**

Marco Aurélio dos Santos Neves – **Prefeito**

Gilmara Almeida Gonçalves Rievers Oliveira – **Vice-Prefeita**

Evaldo Claudino de Almeida – **Secretário Municipal de Cultura e Turismo**

### **EQUIPE TÉCNICA URBATEC**

Thiago Ferrarezi – **Coordenador do Projeto**

Murilo Valencise Ziani – **Turismólogo**

Ronei Grella Dione – **Turismólogo**

Luís Fernando Pereira – **Turismólogo**

Thomaz Ciccarelli – **Turismólogo**



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>16</b>
<b>CAPÍTULO 1 – CARACTERIZAÇÃO GERAL DE CARAPICUÍBA .....</b>	<b>19</b>
1.1. LOCALIZAÇÃO .....	19
1.2. ACESSOS.....	21
1.3. ASPECTOS NATURAIS.....	24
1.3.1. Geologia .....	24
1.3.2. Geomorfologia .....	28
1.3.3. Clima.....	31
1.3.4. Hidrologia .....	32
1.3.5. Vegetação .....	32
1.4. ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS.....	33
1.4.1. Características Demográficas .....	34
1.4.2. Índice de Desenvolvimento Humano.....	35
1.4.3. Atividades Econômicas .....	36
1.4.4. Produto Interno Bruto .....	39
1.4.5. Educação.....	39
1.4.6. Saúde.....	53
1.5. INFRAESTRUTURA BÁSICA URBANA.....	58
1.5.1. Abastecimento de Água .....	59
1.5.2. Rede de Esgotamento Sanitário .....	62
1.5.3. Resíduos Sólidos .....	64
1.5.4. Energia Elétrica.....	67
1.5.5. Transporte Urbano e Rural.....	67
1.5.6. Segurança .....	68
<b>CAPÍTULO 2 – ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA .....</b>	<b>75</b>
2.1. ATRATIVOS E RECURSOS TURÍSTICOS .....	76
2.2. TRADE TURÍSTICO .....	84



# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>CAPÍTULO 3 – OFICINA PÚBLICA DE ANÁLISE SWOT .....</b>	<b>92</b>
4.1. METODOLOGIA SWOT .....	92
4.2. OFICINA PÚBLICA DO DIAGNÓSTICO DA OFERTA TURÍSTICA DE CARAPICUÍBA .....	94
<b>CAPÍTULO 4 – DIAGNÓSTICO TURÍSTICO .....</b>	<b>102</b>
5.1. TURISMO .....	102
5.1.1. Hierarquização dos Atrativos .....	102
5.1.2. Hierarquização de Carapicuíba .....	105
5.1.3. Análise segmentada da Hierarquização dos Atrativos .....	107
5.1.3.1. Atrativos Turísticos Histórico-Culturais .....	107
5.1.3.2. Atrativos Turísticos de Ecoturismo .....	109
5.1.3.3. Atrativos Turísticos Esportivos .....	110
5.1.3.4. Atrativos Turísticos Técnico-Científicos .....	111
5.1.3.5. Atrativos Turísticos Religiosos .....	113
5.1.3.6. Atrativos Turísticos Sociais .....	114
5.1.3.7. Equipamentos de Eventos .....	115
5.1.3.8. Equipamentos de Lazer .....	117
5.1.4. Considerações sobre a Hierarquização .....	118
5.1.5. Segmentação da Oferta Turística .....	119
5.1.5.1. Turismo Cultural .....	120
5.1.5.2. Ecoturismo .....	122
5.1.5.3. Turismo de Esportes .....	123
5.1.5.4. Turismo de Estudos e Intercâmbio .....	125
5.1.5.5. Turismo Religioso .....	127
5.1.5.6. Turismo Social .....	128
5.1.6. Análise do Trade Turístico .....	129
5.1.6.1. Meios de Hospedagem .....	133
5.1.6.2. Serviços de Alimentação .....	134
5.1.7. Análise do Turismo Institucional .....	136
5.1.8. Resumo Executivo .....	142





# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



5.2. INFRAESTRUTURA URBANA .....	145
5.2.1. Problemáticas na Infraestrutura dos Atrativos Turísticos .....	146
5.2.2. Problemáticas na Infraestrutura Turística Geral .....	155
5.3. COMUNICAÇÃO .....	158
5.3.1. Análise da Comunicação Institucional de Carapicuíba .....	163
5.3.2. Análise da Comunicação dos Atrativos de Carapicuíba .....	164
5.3.3. Análise da Comunicação do Trade Turístico de Carapicuíba.....	166
5.3.4. Análise de Presença na Internet.....	169
5.4. MEIO AMBIENTE.....	179
<b>CAPÍTULO 5 – SISTEMATIZAÇÃO DAS PROBLEMÁTICAS .....</b>	<b>184</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>191</b>
<b>ANEXO 1 .....</b>	<b>196</b>
<b>ANEXO 2 .....</b>	<b>208</b>
GRUPO 1 .....	208
GRUPO 2.....	214
GRUPO 3.....	220
GRUPO 4.....	226
GRUPO 5.....	232
GRUPO 6.....	238
GRUPO 7.....	245
GRUPO 8.....	252
GRUPO 9.....	258
GRUPO 10.....	264
GRUPO 11.....	270
GRUPO 12.....	276



## **LISTA DE FIGURAS**

FIGURA 1 - DADOS DA ESTAÇÃO DE CARAPICUÍBA .....	23
FIGURA 2 - RESERVATÓRIO DE ÁGUA EM CARAPICUÍBA .....	61
FIGURA 3 - ESTAÇÃO DE TRATAMENTO DE ESGOTO BARUERI .....	63
FIGURA 4 - HORÁRIOS DOS TRENS CPTM - LINHA 8 DIAMANTE .....	68
FIGURA 5 - QUADRO DE ANÁLISE SWOT .....	93
FIGURA 6 - OFICINA PÚBLICA DE ANÁLISE SWOT -03.08.2017.....	94
FIGURA 7 - ANÁLISE SWOT - CARAPICUÍBA TEM POTENCIAL TURÍSTICO?.....	96
FIGURA 8 - ANÁLISE SWOT - FORÇAS.....	99
FIGURA 9 - ANÁLISE SWOT - FRAQUEZAS .....	100
FIGURA 10 - ANÁLISE SWOT - OPORTUNIDADES .....	100
FIGURA 11 - ANÁLISE SWOT - AMEAÇAS .....	101
FIGURA 12 - SEGMENTAÇÕES TURÍSTICAS .....	120
FIGURA 13 - WEBSITE DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CARAPICUÍBA .....	170
FIGURA 14 - PESQUISA GOOGLE "CARAPICUÍBA SP TURISMO" .....	170
FIGURA 15 - PESQUISA TRIP ADVISOR - CARAPICUÍBA, SP.....	171
FIGURA 16 - RECORTE DAS AVALIAÇÕES NO SITE TRIP ADVISOR .....	172
FIGURA 17 - PÁGINA DO FACEBOOK DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CARAPICUÍBA.....	176



# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - PORCENTAGENS EM ÁREA DOS TIPOS DE ROCHAS QUE OCORREM NA SUB-BACIA DO RIO COTIA .....	26
GRÁFICO 2 - POPULAÇÃO RESIDENTE, POR GRUPOS DE IDADE E SEXO .....	35
GRÁFICO 3 - ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO MUNICIPAL - IDHM - 1991/2000/2010 .....	36
GRÁFICO 4 - TAXA DE HOMICÍDIO DOLOSO POR 100 MIL HABITANTES .....	71
GRÁFICO 5 - TAXA DE FURTO POR 100 MIL HABITANTES .....	72
GRÁFICO 6 - TAXA DE ROUBO POR 100 MIL HABITANTES.....	72
GRÁFICO 7 - TAXA DE FURTO E ROUBO DE VEÍCULO POR 100 MIL HABITANTES.....	73
GRÁFICO 8 - SEGMENTAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS.....	78
GRÁFICO 9 - DIVISÃO DOS ELEMENTOS DO TRADE TURÍSTICO .....	85
GRÁFICO 10 - DIVERSIDADE DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM DE CARAPICUÍBA .....	88
GRÁFICO 11 - DIVERSIDADE DOS SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO DE CARAPICUÍBA.....	89
GRÁFICO 12 - VARIEDADE GASTRONÔMICA DOS RESTAURANTES DE CRAPICUÍBA.....	90
GRÁFICO 13 - PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO ATRATIVOS TURÍSTICOS.....	165
GRÁFICO 14 - PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO - MEIOS DE HOSPEDAGEM CARAPICUÍBA .....	166
GRÁFICO 15 - PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO DOS SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO DE CARAPICUÍBA .....	168



# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



## LISTA DE MAPAS

MAPA 1 - LOCALIZAÇÃO DA REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO .....	19
MAPA 2 - LOCALIZAÇÃO DE CARAPICUÍBA.....	21
MAPA 3 - SUBUNIDADES HIDROGRÁFICAS E RESPECTIVAS ÁREAS EM RELAÇÃO À SUB-BACIA DO RIO COTIA .....	25
MAPA 4 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS TIPOS DE ROCHAS PRESENTES NA ÁREA DE ESTUDO	27
MAPA 5 - DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DAS UNIDADES DE RELEVO NA SUB-BACIA DO RIO COTIA	29



# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - MÉDIA DA CLASSIFICAÇÃO CLIMÁTICA DE CARAPICUÍBA .....	31
TABELA 2 - RECORTE DE DADOS SOCIOECONÔMICOS, COMPARADOS COM A CIDADE DE SÃO PAULO .....	34
TABELA 3 - DADOS POPULACIONAL E TERRITORIAL .....	34
TABELA 4 - CLASSIFICAÇÃO DO MUNICÍPIO REFERENTE AO IDH.....	35
TABELA 5 - PARTICIPAÇÃO DO MUNICÍPIO REFERENTE A ECONOMIA (COMPARATIVO REGIÃO METROPOLITANA E ESTADO) .....	37
TABELA 6 - PARTICIPAÇÃO DOS EMPREGOS FORMAIS NAS ÁREAS (COMPARATIVO REGIÃO METROPOLITANA E ESTADO) .....	37
TABELA 7 - RENDIMENTOS SALARIAIS NAS ÁREAS (COMPARATIVO REGIÃO METROPOLITANA E ESTADO) .....	38
TABELA 8 - PIB PER CAPITA DE CARAPICUÍBA .....	39
TABELA 9 - ESTATÍSTICAS REFERENTES A CARAPICUÍBA NO CADASTRO CENTRAL DE EMPRESAS 2014.....	39
TABELA 10 - RELAÇÃO DAS ESCOLAS MUNICIPAIS EM CARAPICUÍBA .....	41
TABELA 11 - RELAÇÃO DAS ESCOLAS ESTADUAIS EM CARAPICUÍBA .....	46
TABELA 12 - RELAÇÃO DAS ESCOLAS PARTICULARES EM CARAPICUÍBA.....	50
TABELA 13 - RELAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO TÉCNICO EM CARAPICUÍBA .....	51
TABELA 14 - RELAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR EM CARAPICUÍBA.....	52
TABELA 15 - DISPONIBILIZAÇÃO DE SERVIÇOS MÉDICO-HOSPITALARES .....	55
TABELA 16 - DISPONIBILIZAÇÃO DE SERVIÇOS HOSPITALARES .....	57
TABELA 17 - ESTATÍSTICAS DA ÁREA DA SAÚDE.....	58
TABELA 18 - ÓRGÃOS ESTADUAIS DE SEGURANÇA - POLÍCIA CIVIL.....	69
TABELA 19 - ÓRGÃOS ESTADUAIS DE SEGURANÇA - POLÍCIA MILITAR .....	69
TABELA 20 - ÓRGÃOS MUNICIPAIS DE SEGURANÇA.....	70
TABELA 21 - ATRATIVOS TURÍSTICOS DE CARAPICUÍBA .....	77
TABELA 22 - TRADE TURÍSTICO DE CARAPICUÍBA .....	85
TABELA 24 - ANÁLISE SWOT - OFICINA PÚBLICA.....	97
TABELA 25 - HIERARQUIZAÇÃO: POTENCIAL DE ATRATIVIDADE .....	102
TABELA 26 - CRITÉRIOS PARA HIERARQUIZAÇÃO .....	103
TABELA 27 - RANQUEAMENTO DOS ATRATIVOS HIERARQUIZADOS .....	105
TABELA 28 - RECORTE DE ADMISSÕES E DESLIGAMENTOS NO SETOR TURÍSTICO DE CARAPICUÍBA – JAN/2015 À DEZ/2015 .....	131
TABELA 29 - RECORTE DE ADMISSÕES E DESLIGAMENTOS NO SETOR TURÍSTICO DE CARAPICUÍBA – JAN/2016 À DEZ/2016 .....	132
TABELA 30 - RECORTE DE ADMISSÕES E DESLIGAMENTOS NO SETOR TURÍSTICO DE CARAPICUÍBA – PRIMEIRO SEMESTRE DE 2017 .....	132
TABELA 31 - RECORTE DA HIERARQUIZAÇÃO - INFRAESTRUTURA DOS ATRATIVOS.....	147
TABELA 32 - CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO COMUNICACIONAL (PARTE I).....	159
TABELA 33 - CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO COMUNICACIONAL (PARTE II) .....	161



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



TABELA 34 - AVALIAÇÃO DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL TURÍSTICA DE CARAPICUÍBA .	163
TABELA 35 - AVALIAÇÃO DOS ATRATIVOS SEGUNDO O SITE TRIP ADVISOR .....	172
TABELA 36 - SITES DE INTERESSE TURÍSTICO.....	176



## INTRODUÇÃO

O turismo tornou-se uma atividade crescente nas últimas décadas, entretanto, quando este crescimento é desordenado resulta em danos ao meio ambiente, à população, infraestrutura e economia local. Nesse contexto, realizar o planejamento turístico é essencial para garantir a sustentabilidade e a proteção ambiental, promover o desenvolvimento e fomentar a economia local.

O planejamento do turismo é uma atividade complexa e interdisciplinar que deve integrar os diferentes atores presentes em uma localidade e suas percepções sobre esta área. Além disso, deve integrar em sua análise a percepção urbana do território, uma vez que a ordenação do turismo no município tem caráter territorial, englobando aspectos como infraestrutura, gestão ambiental, ordenação do solo, legislação e sua influência na localidade.

Compreender a ordenação territorial e urbanística de uma localidade é essencial para o planejamento turístico, visto que esta área de estudo objetiva a organização física do espaço visando o desenvolvimento equilibrado das regiões. Além disso, é um instrumento de extrema relevância e de indispensável compreensão nos processos de análise da competitividade dos espaços urbanos e, sobretudo, dos espaços turísticos, e de investigação do papel do setor público no alcance desta competitividade.

A valorização de determinados atributos sócio espaciais dos territórios, por parte das diferentes fontes de "turistificação" faz com que o território acabe por ser hierarquizado. A preocupação com a necessidade de controle dos resultados do turismo e com o ordenamento do território por este ocupado tende a ser crescente principalmente para os destinos que estão almejando ampliar a sua competitividade turística.

Esta preocupação está conduzindo o planejamento turístico a estar cada vez mais em evidência, trazendo consigo uma nova discussão sobre o papel que o Estado deve desempenhar no turismo e sobre os possíveis benefícios que a planificação pode vir a ocasionar aos destinos.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Neste sentido, este volume é parte integrante do Plano Municipal de Turismo de Carapicuíba e compreende a etapa de diagnóstico. Busca analisar o turismo local de forma a avaliar a atividade turística já existente e indicar as possíveis interferências visando à melhoria da qualidade dos serviços turísticos e da estrutura pública dedicada à atividade, o aumento do fluxo e o aumento da receita do turismo na cidade.

Um diagnóstico pode ser compreendido, basicamente, como uma investigação ou reflexão da realidade local obtida por meio da coleta de dados empíricos que, neste trabalho, tem como base o inventário turístico. O processo de diagnosticar é complexo e demorado, tem como principal objetivo apontar as deficiências e as oportunidades para o desenvolvimento de projetos voltados para a melhoria da atividade turística.

O diagnóstico turístico de uma localidade proporciona uma visão abrangente do turismo, onde podem ser identificados os pontos fracos e barreiras ao desenvolvimento desta área. Mielke e Nascimento argumentam que o processo de diagnosticar:

[...] deve indicar estratégias particulares e específicas de desenvolvimento do turismo para a área em questão, definida a partir de uma série de linhas ou orientações estratégicas, base nos quais se pode estruturar todo o esquema operacional [...] (2009, p. 2).

O presente volume apresenta a caracterização do município de Carapicuíba, a análise quantitativa do inventário turístico, o relatório de oficina pública de análise swot, o diagnóstico de oferta turística, de comunicação integrada, de gestão ambiental e de infraestrutura urbana e turística, além de estudo sobre a potencialidade turística e a sistematização de problemáticas do destino.

O primeiro capítulo tem o intuito de apresentar dados gerais do município, tais como sua localização no estado de São Paulo, clima, hidrologia, mesorregião e microrregião, dados populacionais, vegetação, usos e ocupação do solo, entre outros pontos importantes para a compreensão desta localidade.





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



O segundo capítulo é destinado a análise dos dados presentes no inventário da oferta turística, os números setoriais da atividade e suas quantificações divididas por segmento, tal como atrativos e recursos turísticos e do trade que englobam a realidade de Carapicuíba.

O terceiro capítulo apresenta o relatório de realização da Oficina Pública de diagnóstico turístico, que se utilizou do método SWOT para produzir material base sobre a relação e a situação atual da atividade turística em Carapicuíba, contando com a presença dos órgãos gestores do turismo municipal, agentes envolvidos no desenvolvimento da atividade turística e população local.

O diagnóstico de Carapicuíba (Capítulo 4) está dividido em quatro etapas. A primeira apresenta o diagnóstico de oferta turística, que consiste na organização das informações coletadas durante o trabalho de inventário, bem como uma análise qualitativa dos dados, além da percepção dos profissionais sobre o assunto. Apresenta a hierarquização dos atrativos e sua importância para o planejamento do turismo na cidade, a segmentação turística de Carapicuíba, uma breve reflexão sobre o trade, as políticas institucionais e a gestão municipal do turismo.

O diagnóstico de gestão ambiental compreende a segunda etapa. Ele avalia a sustentabilidade ambiental no turismo, por meio da análise e interpretação da gestão ambiental de Carapicuíba, a partir da interação e da dinâmica de seus componentes turísticos.

A terceira etapa é representada pelo diagnóstico de comunicação integrada, que consiste no estudo da comunicação institucional e da prática da comunicação pelo trade, através do levantamento, caracterização e análise da comunicação visual, do material de apoio ao turismo, da publicidade e promoção, parcerias e atividades correlatas, além da análise da presença do município na internet.

Considerando que a comunicação envolve troca de informações e que elas precisam ser fornecidas de maneira compreensível, completa e segura, o estudo da comunicação do turismo em Carapicuíba buscou identificar como estes fatores



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



impactam o turismo na cidade. Para isso, analisou a comunicação institucional, no trade, nos atrativos e nos eventos, avaliou também como os atores envolvidos com o turismo utilizam a internet como ferramenta de divulgação e comunicação.

A última etapa é o diagnóstico de infraestrutura urbana e turística, que consiste numa análise dos elementos presentes na cidade e que inter-relacione a infraestrutura urbana e turística, apresentando de fato, qual a real situação dos atrativos turísticos do município, suas vias de acesso e as infraestruturas de apoio que os englobam.

O Capítulo 5 tem o intuito de organizar e sistematizar as problemáticas que o turismo de Carapicuíba apresenta atualmente, de forma a auxiliar no desenvolvimento das próximas etapas do planejamento turístico município. Sendo possível delimitar ações específicas de desenvolvimento turístico e priorizá-las de acordo com a participação da comunidade em oficina pública.

De maneira geral, é possível afirmar que o turismo impacta e é impactado pelo território, de forma positiva ou negativa. A produção de serviços turísticos é fortemente condicionada, tanto no que se refere à qualidade dos serviços como à rentabilidade das empresas, pelas transformações no território. Entender a estrutura existente da cidade faz-se importante, para planejar e prever os impactos que o desenvolvimento do turismo terá sobre a mesma.

Além disso, o turismo possui capacidade de gerar processos de reorganização espacial, mediante a criação de infraestrutura e configuração de verdadeiros eixos de centralidade no território. Desta forma, o estudo do município não pode ser somente de forma pontual, nos atrativos, equipamentos e serviços turísticos, mas também da cidade em sua composição geral, de forma a objetivar, o planejamento estratégico no município.

O planejamento do turismo exige que se tenha o conhecimento do território, seus equipamentos, estruturas e capacidade de atendimento da demanda. Este diagnóstico busca compreender a maneira como a cidade se apresenta ao turista em relação à infraestrutura turística e urbana disponível e como ela pode influenciar o desenvolvimento do turismo. Por fim, é apresentada



## **Prefeitura de Carapicuíba**

Secretaria de Cultura e Turismo



uma análise que busca relacionar os problemas e as barreiras identificadas nos quatro diagnósticos.



## METODOLOGIA

O Diagnóstico Turístico define-se como a análise atual que identifica as potencialidades a serem estimuladas, as deficiências locais e a situação atual que poderá ou não ser mantida com foco no Turismo como atividade socioeconômica e cultural de relevância ao município.

Segundo Dias (2003, p. 97):

No diagnóstico, incluem-se alguns procedimentos tais como: coleta de dados análise das informações obtidas e da situação atual. São listados, quantificados e qualificados os problemas e estabelecidas tendências atuais. Em seguida procede-se a análise do que será planejado procurando identificar as alternativas possíveis, formulando hipóteses e propondo diferentes modelos de desenvolvimento. Após a identificação das alternativas que mais se ajustam as necessidades presentes e futuras, escolhe-se o modelo mais desejável para o desenvolvimento.

O Diagnóstico Turístico é elaborado através das informações coletadas sobre a oferta, a demanda, os projetos existentes, mão de obra, legislação pertinente e envolvimento da comunidade.

Desta forma, foi necessário realizar a análise de todos os componentes que interferem direta ou indiretamente na atividade turística, sendo esta uma atividade dinâmica a qual "a vocação e o protagonismo econômico no território possibilitam, por meio de iniciativas variadas de cooperação, tecnologias e fomento, incorporar valor agregado e ambiente favorável para o desenvolvimento do turismo" (BRASIL. Ministério do Turismo, 2013, p. 29).

Para viabilização desse estudo, inicialmente foram realizadas pesquisas bibliográficas referentes ao tema "turismo", para poder estruturar as ideias usando como referência autores do ramo, posteriormente uma pesquisa sobre o município e a história de sua formação, levando em conta os pontos que poderiam ser explorados na atividade turística, contando ainda com pesquisa bibliográfica e levantamento em banco de dados de informações relevantes ao planejamento turístico municipal facilitando assim a caracterização do município, além da utilização da observação sobre o local durante as visitas em trabalhos de campo. A pesquisa de campo:



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



“(...). Consiste na observação dos fatos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados e no registro de variáveis presumivelmente relevantes para ulteriores análises. Esta espécie de pesquisa não permite o isolamento e o controle das variáveis supostamente relevantes, mas permite o estabelecimento de relações constantes entre determinadas condições e determinados eventos, observados e comprovados” (RUIZ, 1979, p.50).

Para a realização do diagnóstico turístico de Carapicuíba foi realizada visita de campo durante o período de inventariação da oferta turística entre 29 de maio de 2017 e 09 de junho de 2017. Além disso, houve análise da infraestrutura básica de apoio ao Turismo e das estruturas administrativas municipais a fim de compreender a dinâmica turística do município.

Este trabalho ainda se utilizou da análise técnica da oficina de diagnóstico turístico realizada no dia 03 de agosto de 2017, que utilizou-se da metodologia SWOT para entender a dinâmica da atividade turística sob a percepção da população carapicuibana e dos agentes do turismo local, além dos gestores e lideranças públicas do município.

Destaca-se que também foram realizadas buscas em fontes secundárias, especialmente nos portais eletrônicos oficiais do município, nas quais se identificou preliminarmente as entidades e empreendimentos a serem pesquisados na coleta de dados primários. Foram analisadas também as legislações de interesse turístico, os websites e canais de comunicação adotados pelos empreendimentos turísticos e entidades associativas de interesse turístico, visando compreender as estratégias de comunicação utilizadas bem como a obtenção de maiores informações a respeito dos locais mencionados.

Realizou-se a compilação de todos os dados coletados, destacando que a análise da Dinâmica Institucional do município abordou o máximo de informações e instrumentos de gestão existentes, porém, em alguns casos não foi possível encontrar informações detalhadas sobre os níveis de aplicabilidade das legislações e instrumentos de gestão no que tange ao resultado de um planejamento turístico efetivo no município.



## **Prefeitura de Carapicuíba**

Secretaria de Cultura e Turismo



Porém, dados referentes a projetos direta ou indiretamente relacionados ao turismo de datas posteriores as mencionadas, coletados em websites oficiais ou fornecidos pela gestão municipal, podem constar no presente documento.

Podendo assim, afirmar que o diagnóstico consiste em correlacionar informações do inventário turístico e, aplicar nestas, avaliações e análises que sejam adequadas ao processo de planejamento turístico.



## CAPÍTULO 1 – CARACTERIZAÇÃO GERAL DE CARAPICUÍBA

### 1.1. Localização

“A cidade de Carapicuíba está localizada na Região Metropolitana da Grande São Paulo e Microrregião de Osasco, à margem esquerda do Rio Tietê, entre as Rodovias Castello Branco, Raposo Tavares e o Rodoanel Mário Covas, cortada pelos trilhos da antiga Fepasa, distante 25km da capital. ” (TENÓRIO, 2003, p.12).

A região metropolitana de São Paulo foi instituída por uma lei federal de 1973 e disciplinada por uma lei estadual de 1974. No entanto, sua existência legal e política dependia da aprovação de uma lei estadual específica, de acordo com as regras da Constituição Federal de 1988, que atribuiu aos Estados a responsabilidade pela criação das regiões metropolitanas.

O projeto de lei de 2005 aprovado em junho de 2011 pela Assembleia Legislativa foi Estado criou a região metropolitana de São Paulo preenchendo definitivamente o vazio institucional existente na maior concentração populacional do Brasil.

Mapa 1 - Localização da Região Metropolitana de São Paulo



Fonte: Emplasa, 2017.





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Seus municípios estão divididos em sub-regiões e São Paulo integra todas elas:

**Norte:** Caieiras, Cajamar, Francisco Morato, Franco da Rocha e Mairiporã.

**Leste:** Arujá, Biritiba-Mirim, Ferraz de Vasconcelos, Guararema, Guarulhos, Itaquaquetuba, Mogi das Cruzes, Poá, Salesópolis, Santa Isabel e Suzano.

**Sudeste:** Diadema, Mauá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra, Santo André, São Bernardo do Campo e São Caetano do Sul.

**Sudoeste:** Cotia, Embu das Artes, Embu-Guaçu, Itapeverica da Serra, Juquitiba, São Lourenço da Serra, Taboão da Serra e Vargem Grande Paulista.

**Oeste:** Barueri, Carapicuíba, Itapevi, Jandira, Osasco, Pirapora do Bom Jesus e Santana de Parnaíba.

O município de Carapicuíba, localizado a oeste na RMSP, se estende por 34,6 km<sup>2</sup> e tem como estimativa 394.465 (2016) habitantes. No último censo, apresentado em 2010, a população era de 369.584 habitantes. A densidade demográfica é de 10.698,32 habitantes por km<sup>2</sup> no território do município.

Os municípios limítrofes são: a Norte/Oeste: Barueri; a Sudoeste: Jandira; Sul: Cotia e Leste: Osasco. Carapicuíba se situa a 5 km ao Norte-Oeste de Osasco. Situada a 763 metros de altitude, o município tem as seguintes coordenadas geográficas: Latitude: 23° 31' 22" Sul, Longitude: 46° 50' 12" Oeste.





# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



*Mapa 2 - Localização de Carapicuíba*



**Fonte:** Google Maps, 2017.

## 1.2. Acessos

As principais rodovias de acesso ao município são:

A Rodovia Presidente Castelo Branco (SP-280), sendo a principal ligação entre a Região Metropolitana de São Paulo e o Centro-Oeste Paulista. Para o acesso ao município a partir desta rodovia, apenas via marginal.

A Rodovia Raposo Tavares, denominada SP-270. O acesso ao município se dá no km 23 - Via Avenida São Camilo.

Rodoanel Mário Covas (SP-21), também conhecido como Rodoanel Metropolitano de São Paulo, conta com aproximadamente 180 quilômetros de extensão, duas pistas e seis faixas de rodagem que está sendo construído em torno do centro da Grande São Paulo. Atualmente, passa pelo município de São Paulo e alguns municípios da Região Metropolitana, a exemplo do município de Carapicuíba. O acesso se dá no Km 20, Parque Jandaia, via Avenida Leonil C. Bortolosso.

Rodoviário: A cidade possui 3 empresas de ônibus urbanos: ETT Carapicuíba, Del Rey Transportes e Viação Osasco – Filial (Antiga Himalaia). A



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



ETT Carapicuíba e a Del Rey Transportes fazem linhas municipais ligando os bairros ao centro (Estação Carapicuíba) ou a Estação General Miguel Costa em Osasco (antiga Estação quilômetro 21) e intermunicipais ligando a cidade as cidades de Osasco, Barueri, Cotia, São Paulo e Santana de Parnaíba. A Viação Osasco opera apenas linhas intermunicipais.

Ferroviário: A Linha 8–Diamante da CPTM compreende o trecho definido entre as estações Júlio Prestes e Itapevi, com extensão operacional entre as estações Itapevi e Amador Bueno. Até março de 2008 denominava-se Linha B–Cinza. A Linha 8 tem 35,28 quilômetros de extensão de Júlio Prestes a Itapevi e vinte estações, servindo a sub-região oeste da Região Metropolitana de São Paulo, composta pelos municípios de Itapevi, Jandira, Barueri, Carapicuíba e Osasco, além de bairros a oeste da capital até a estação Júlio Prestes, no centro. Além de Itapevi, há um trecho de extensão operacional até Amador Bueno com 6,3 quilômetros. Atualmente, atende mais de 420 mil usuários por dia em toda a sua extensão. Em Carapicuíba, a estação que é administrada desde 1996 pela CPTM, está localizada na Rua Max Zandron, sem número e no ano de 2016, transportou mais de 46 mil passageiros.

Recentemente a Estação passou por reforma, sendo implantados elevadores, escadas rolantes, bilheterias com vidros blindados, bicicletário e displays digitais. Os novos trens foram equipados com ar-condicionado, câmeras de vigilância, monitores de vídeo e itens de acessibilidade.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Figura 1 - Dados da Estação de Carapicuíba

Carapicuíba	
Uso atual	Estação ferroviária
Administração	CPTM
Linha	8 Diamante
Sigla	CPB
Posição	Superfície
Movimento em 2016	46,1 mil passageiros
Serviços	
Informações históricas	
Nome antigo	Km 23 Sylvania
Inauguração	25 de janeiro de 1979 (38 anos)
Localização	
Endereço	R. Max Zandon, S/N - Carapicuíba

Fonte: Wikipédia, 2017.

**Aéreo:** O município de Carapicuíba não é servido de aeroporto, porém está próximo a dois grandes aeroportos instalados na capital além de outro importante aeroporto presente no interior do Estado. São Paulo é o maior portão de entrada do Brasil, já que é o Estado mais bem servido quando o tema é aeroporto. Localizado na cidade de Guarulhos, a 25 Km da capital, o Aeroporto Governador André Franco Montoro, conhecido como Aeroporto de Cumbica, é o maior do país e o terminal mais movimentado de toda a América Latina em relação ao transporte de passageiros (em 2016 recebeu mais de 36,6 milhões de passageiros, em 2013 foram 12,5 milhões só de turistas estrangeiros). Já se tratando do movimento de aeronaves, perde apenas para o Aeroporto da Cidade do México. Outra opção é Aeroporto de São Paulo (Congonhas), a 8 Km do centro da cidade, considerado o terceiro mais movimentado em número de passageiros e o segundo em número de aeronaves do Brasil. Destaque também para o Aeroporto de Viracopos, instalado a 99 Km da capital, na cidade de Campinas, um dos mais importantes polos tecnológicos do país e considerado referência na



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



movimentação de carga internacional, principalmente de produtos com alto valor agregado. Em 2016 registrou média superior a 9,3 milhões de passageiros.

Neste tópico abordamos o que diz respeito à infraestrutura da mobilidade urbana do município, com destaque no campo rodoviário (melhor malha de estradas do país), ferroviário (com transporte de passageiros e recente reforma nas estações para melhor atendimento ao usuário), aeroviário (proximidade com os principais Aeroportos Internacionais do país), excelente acesso ao principal porto do Brasil.

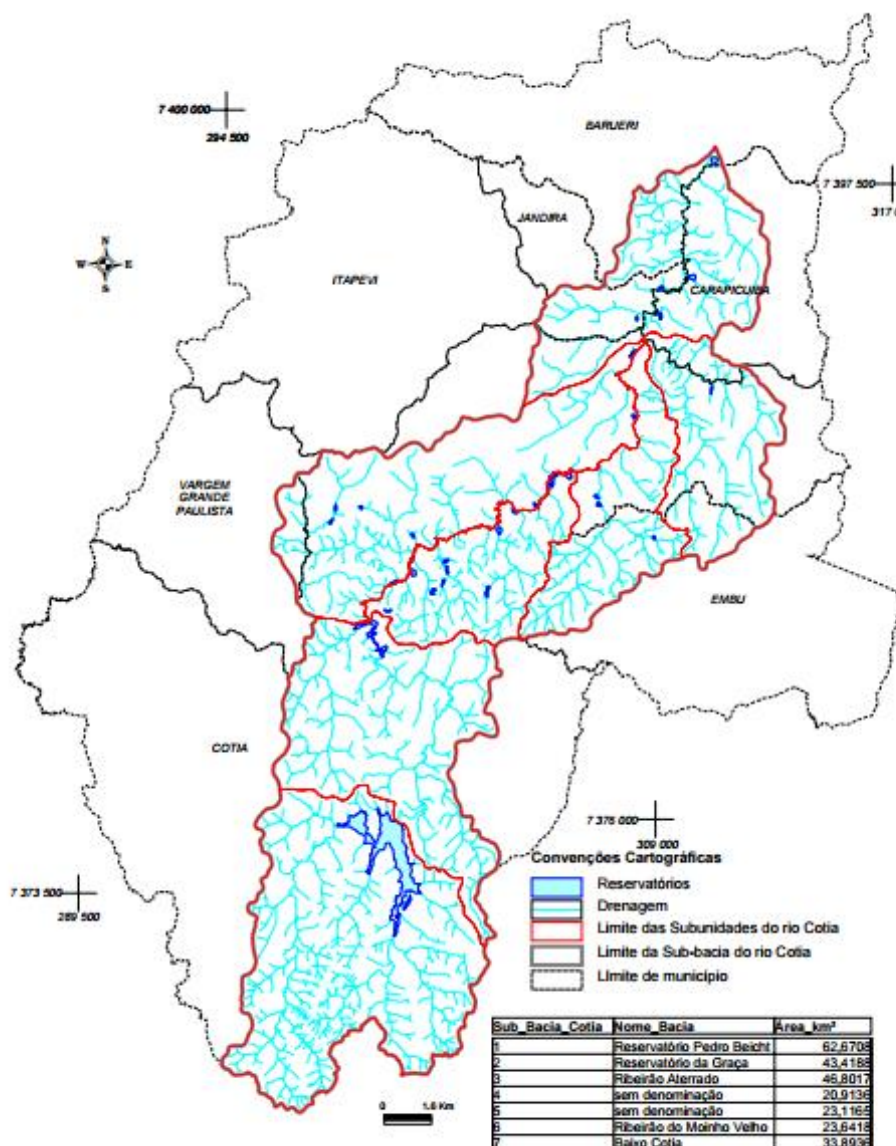
### **1.3. Aspectos Naturais**

#### **1.3.1. Geologia**

Os dados a seguir foram copilados do Plano de Desenvolvimento e Proteção Ambiental da Bacia do Rio Cotia: Caracterização Regional, elaborada em 2007 pela Drenatec Engenharia.

A Sub-bacia do rio Cotia compreende cerca de 262 km<sup>2</sup> e está inserida na porção sul da Bacia Hidrográfica do Alto Tietê (Unidade de Gerenciamento de Recursos Hídricos 6 - UGRHI 6), que, por sua vez, apresenta a totalidade do seu território na Região Metropolitana de São Paulo (RMSP).

Mapa 3 - Subunidades hidrográficas e respectivas áreas em relação à Sub-bacia do Rio Cotia



**Fonte:** Plano de Desenvolvimento e Proteção Ambiental, 2007.

O Plano de Bacia do Alto Tietê seccionou a Bacia Hidrográfica do rio Cotia em duas Subunidades: a do Alto Cotia e a do Baixo Cotia.

Ao longo de seu curso o rio Cotia apresenta cachoeiras, lagos e extensas várzeas, que exercem a função de reservatórios naturais na regularização das enchentes em épocas de chuvas. Próximo à Bacia do Rio Tietê estas características vão diminuindo devido à urbanização desordenada, conforme



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



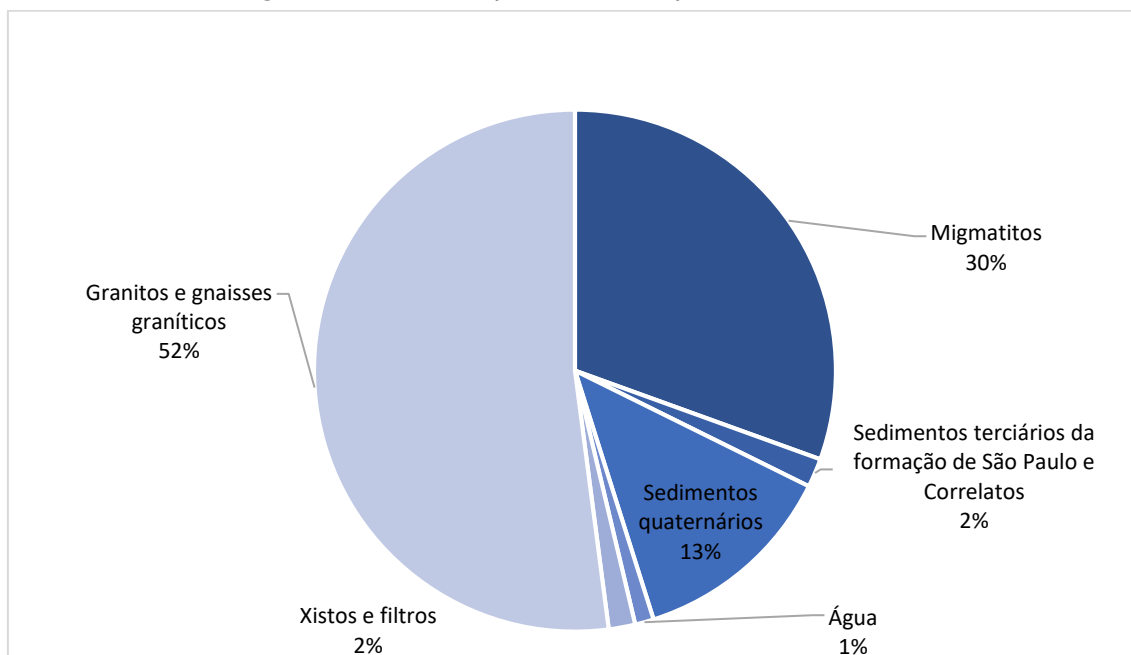
informações da Organização Não Governamental - ONG SOS Manancial do Rio Cotia .

A área de interesse abrange grande parte do município de Cotia; e em menor parte os municípios de Barueri, Carapicuíba, Embu, Jandira e Vargem Grande Paulista.

Na parte norte da Sub-bacia (Baixo Cotia), têm-se áreas dos municípios de Carapicuíba, Jandira e Barueri, caracterizadas por uma grande concentração urbana, anexada à mancha urbana da RMSP.

Na área da Sub-bacia predominam rochas pré-cambrianas, que correspondem a 84,2% da área, e ocorrem ainda, de forma menos expressiva, os sedimentos terciários (1,8%) e os sedimentos quaternários (12,8%), conforme se observa no gráfico 7.

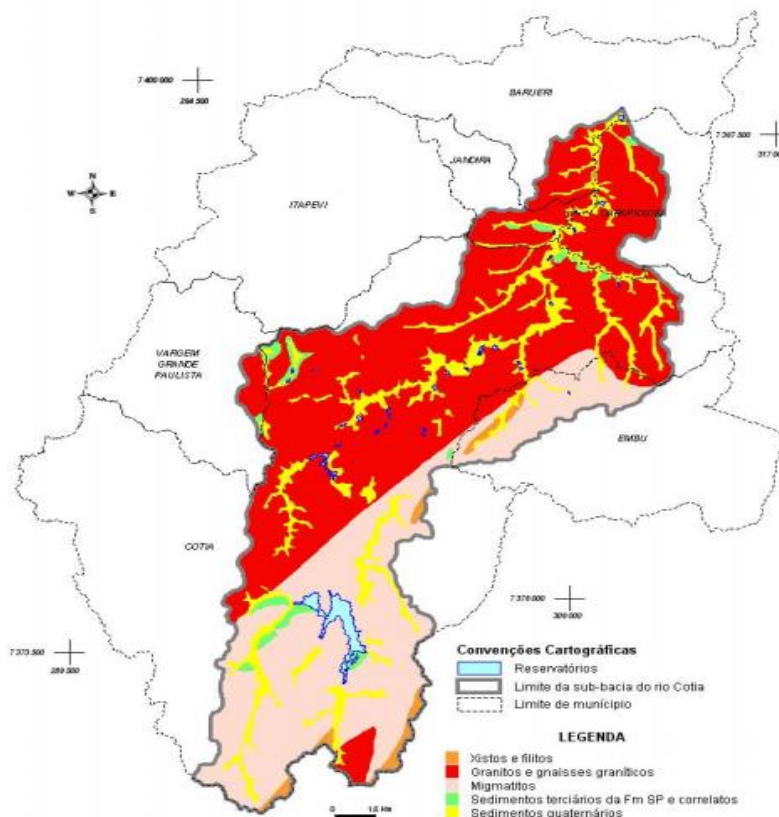
Gráfico 1 - Porcentagens em área dos tipos de rochas que ocorrem na Sub-bacia do rio Cotia



Fonte: Urbatec, 2017 adaptado de Plano de Desenvolvimento e Proteção Ambiental, 2007.



Mapa 4 - Distribuição espacial dos tipos de rochas presentes na área de estudo



**Fonte:** Plano de Desenvolvimento e Proteção Ambiental, 2007.

As rochas pertencentes ao embasamento pré-cambriano são representadas, em sua maior parte por granitos e gnaisses graníticos (52,0%), seguidos de migmatitos (30,5%) e de xistos e filitos (1,6%).

Os sedimentos terciários estão representados na área em foco pelas rochas da Formação São Paulo e correlatas. Os sedimentos da Formação São Paulo e correlatos possuem textura variando desde argilosa até arenosa e encontram-se dispostos em camadas e lentes. Apresentam dois horizontes com gênese e características bem distintas. O horizonte superior tem granulação argilo-arenosa, cor de tonalidades avermelhadas e é notável a presença de materiais cimentantes de alumínio e ferro (solo laterizado). O horizonte inferior é constituído por camadas e lentes intercaladas de areias e argilas. Podem ser identificados quatro níveis denominados solo variegado, argilas vermelhas rijas, argilas duras cinza-esverdeadas e areias basais. Observam-se, ainda, intercaladas nesse pacote sedimentar, crostas limoníticas (ricas em óxido de



ferro), com espessura de até 1 metro. Na Sub-bacia, os sedimentos terciários ocorrem acompanhando os sedimentos aluvionares, ao longo do rio Cotia e de seus principais tributários. Na Sub-bacia, ocorrem nos municípios de Barueri (0,16%), Carapicuíba (1,11%), Cotia (1,86%), Jandira (4,79%) e Vargem Grande Paulista (8,57%).

Os sedimentos quaternários correspondem aos depósitos aluvionares associados à dinâmica dos cursos d'água. Normalmente, apresentam uma seqüência em cujo topo encontram-se sedimentos constituídos por argila e silte, onde se observa a presença de matéria orgânica e restos vegetais, de cor escura e consistência mole. Sob esse sedimento ocorre uma camada de material mais grosseiro constituído por areia fina a média, argilosa a pouco argilosa. A última camada apresenta granulação ainda mais grossa constituída por pedregulhos que marcam, na maior parte dos casos, a base do pacote aluvionar. A seqüência inteira tem espessura variável, podendo atingir 6 metros em planícies bem desenvolvidas, como ao longo do rio Tietê.

Os sedimentos quaternários aparecem nas principais bacias de drenagem do rio Cotia e em grande parte de sua extensão. Ocorrem nas áreas dos municípios de Barueri (18,55%), Jandira (16,87%), Carapicuíba (16,33%), Cotia (12,66%), Embu (8,36%), e Vargem Grande Paulista (5,03%).

### **1.3.2. Geomorfologia**

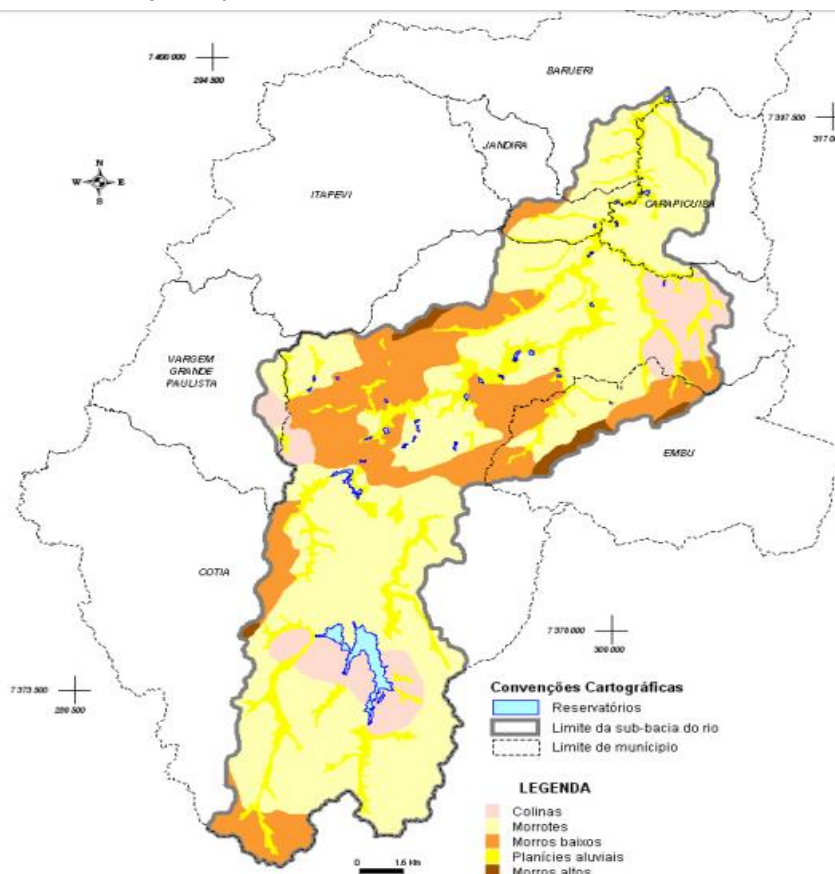
Para apresentar os dados geomorfológicos, também foram compilados dados do Plano de Desenvolvimento e Proteção Ambiental da Bacia do Rio Cotia: Caracterização Regional elaborado em 2007 pela Drenatec Engenharia.

A compartimentação do relevo da Sub-bacia do rio Cotia também se baseou na Carta de Aptidão Física ao Assentamento Urbano (IPT/EMPLASA, 1986), que define as unidades geomorfológicas como unidades homogêneas do relevo, considerando os aspectos topográficos, de declividades, amplitudes e linhas de drenagem, e definem, ainda, padrões, principalmente em decorrência das características geológicas locais.



A área em estudo é caracterizada pela presença de planícies aluviais, colinas, morrotes, morros baixos e morros altos, em geral com altitudes que variam entre 700 e 1.400 m. Predomina na área da Sub-bacia, o relevo de morrotes, abrangendo cerca de 55,85 % do seu território, seguido por relevo de morros baixos, que compreende cerca de 20,0% da área.

*Mapa 5 - Distribuição espacial das unidades de relevo na Sub-bacia do rio Cotia*



**Fonte:** Plano de Desenvolvimento e Proteção Ambiental, 2007.

A seguir apresenta-se a descrição das características de cada unidade geomorfológica presente na Sub-bacia.

**Planícies Aluviais:** As planícies aluviais correspondem a terrenos baixos e planos junto aos cursos d'água e apresentam declividades geralmente inferiores a 5%. Essa unidade abrange 12,8% da área da Sub-bacia, estando distribuída ao longo dos seus principais cursos d'água.

**Colinas:** As colinas apresentam padrão de relevo suave, com amplitudes que variam entre 40-70 m, topos amplos, aplainados ou arredondados, baixa



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



energia potencial. Predominam declividades em torno de 20%, localmente 30%, e os vales são abertos com planícies aluvionares restritas. Na Sub-bacia, essa unidade abrange cerca de 8,58 % da sua área, sendo encontrada em manchas associadas às bordas de falhas, onde predominam os sedimentos do terciário/quaternário. A mancha que caracteriza essa formação é a que está ao redor do Reservatório Pedro Beicht no município de Cotia. Outro município onde é encontrada essa unidade é o de Vargem Grande Paulista, a norte de Cotia. Nos demais municípios essa unidade não foi mapeada na escala considerada.

**Morrotes:** Essa é a unidade com maior área no território da Sub-bacia (55,85 %), aparecendo em todos os municípios nela contidos. Caracteriza-se por apresentar padrão de relevo ondulado, com predominância de amplitudes de 60 m, podendo atingir 90 m, e declividades entre 10 e 30%. Os topos são relativamente amplos e alongados, os vales fechados e as planícies aluviais restritas.

**Morros Baixos:** É a unidade de relevo com a segunda maior área na Sub-bacia do rio Cotia, representando 20,04% do seu território. Caracteriza-se por um relevo ondulado, com predominância de amplitudes da ordem de 90-110 m, declividades entre 20% e 30%, topos estreitos e alongados, vales fechados e assimétricos e planícies aluviais restritas. Aparece de forma expressiva no município de Cotia.

**Morros Altos:** Caracterizam-se por relevos ondulados, com predominância de amplitudes de 140- 160 m, podendo atingir 200 m; declividades desde 10% até maiores que 30%; encostas 20/153 bastante entalhadas, com grotas profundas nas cabeceiras de drenagens; topos estreitos e alongados e vales fechados. Na área da Sub-bacia, essa unidade de relevo abrange apenas 1,48 % do território, com ocorrência nos municípios de Embu e Cotia.



### 1.3.3. Clima

De acordo com a classificação climática de Koeppen o clima da cidade é o Cwa, caracterizado pelo clima tropical de altitude, que abrange toda a parte central do Estado de São Paulo, apresentando um inverno mais ameno e um verão quente, tendo os maiores totais pluviométricos concentrados nos meses com temperaturas mais elevadas (CPA). Classificado como clima tropical de altitude, apresenta chuvas no verão e seca no inverno, com a temperatura média do mês mais quente superior a 28.4°C. A média de temperatura anual gira em torno dos 19.8°C, sendo julho o mês mais frio (média de 9.2°C) e janeiro e fevereiro os mais quentes (média de 28.4°C). O índice pluviométrico anual fica em torno de 1.419 mm (CEPAGRI, 2017).

**Tabela 1 - Média da classificação climática de Carapicuíba**

<b>Classificação Climática de Koeppen: Cwa</b>				
<b>CARAPICUÍBA</b>				
<b>MÊS</b>	<b>TEMPERATURA DO AR (C)</b>			<b>CHUVA (mm)</b>
	<b>Mínima média</b>	<b>Máxima média</b>	<b>Média</b>	
JAN	17.4	28.4	22.9	242.9
FEV	17.6	28.4	23.0	227.4
MAR	16.8	28.0	22.4	185.0
ABR	14.1	26.0	20.0	62.9
MAI	11.3	24.0	17.6	60.6
JUN	9.7	22.8	16.3	42.1
JUL	9.2	22.9	16.0	36.9
AGO	10.4	24.7	17.5	34.0
SET	12.3	25.7	19.0	90.2
OUT	14.1	26.4	20.2	127.4
NOV	15.1	27.2	21.2	119.5
DEZ	16.6	27.4	22.0	190.9
<b>Ano</b>	13.7	26.0	19.8	1419.8
<b>Min</b>	9.2	22.8	16.0	34.0
<b>Max</b>	17.6	28.4	23.0	242.9

Fonte: CEPAGRI, 2017.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



### 1.3.4. Hidrologia

Carapicuíba está inserida na Bacia Hidrográfica do Alto Tietê, cuja área é drenada pelo Rio Tietê. Na porção final desta bacia, a jusante da foz do Rio Pinheiros (que deságua no Tietê) e de municípios como São Paulo, Guarulhos, e da Grande ABC, encontra-se a região Pinheiros-Pirapora que abrange os municípios de Jandira, Pirapora do Bom Jesus, Carapicuíba, Osasco, Barueri, Itapevi, e São Paulo.

O município conta com uma lagoa, Lagoa de Carapicuíba, criada por intervenção humana, através da alteração das planícies aluviais do Rio Tietê pela degradação ambiental da atividade mineraria e pelo processo de urbanização do terreno (CETESB, 2003), bem como pela falta de preocupação por parte das autoridades e gestores públicos com as consequências socioambientais da expansão urbana da metrópole (GOETTEMS, 2006). A exploração de areia no local, onde hoje se localiza a referida Lagoa, teve início na década de 1940 e o auge da exploração para a construção civil ocorreu em 1960, devido ao rápido crescimento urbano da metrópole (GOETTEMS, 2006). No início da década de 70 as cavas existentes foram inundadas por causa do rompimento da margem que separava as obras de retificação do leito do Tietê de uma das cavas de exploração de areia.

### 1.3.5. Vegetação

Ainda, de acordo com o Plano de Desenvolvimento e Proteção Ambiental da Bacia do Rio Cotia, entende-se por flora o conjunto das espécies de plantas de um determinado habitat, região ou época. Para a Sub-bacia do rio Cotia foram consultados os seguintes herbários: Herbário do Departamento de Ciências Biológicas da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (ESALQ); Herbário do Instituto Agrônomo de Campinas (IAC); Herbário do Departamento de Botânica, IB-USP; Herbário de São José do Rio Preto – UNESP; Coleção de Fanerógamas do Herbário do Estado “Maria Eneyda P. Kaufmann Fidalgo”, do



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Instituto de Botânica; Herbário Dom Bento Pickel, do Instituto Florestal; e Herbário da Universidade de Campinas (UNICAMP). Nos municípios inseridos na Sub-bacia do rio Cotia foram identificadas 266 espécies de plantas, pertencentes a 140 gêneros e 73 famílias.

Dentre as localidades da Sub-bacia que foram inventariadas, a mais estudada em relação aos aspectos da flora é a área da Reserva do Morro Grande, localizada no município de Cotia. As diferentes fisionomias da vegetação estão apresentadas a seguir.

Especificadamente em Carapicuíba, os solos pobres, sofrendo de acentuada erosão e forte lixiviação, foram outrora, cobertos de floresta da Mata Atlântica. Hoje, porém, em virtude da fúria predatória dos loteamentos e da construção da COHAB, recobrem-se de mirrada roupagem vegetal, com algumas capoeiras, cerrados e campos com dominância de gramíneas.

A disposição do relevo, as características do clima e a ação destrutiva do homem, influíram sobre a pobreza do solo agricultável e do revestimento florístico, acarretando inúmeros problemas para o traçado das vias públicas e a construção de edifícios.

### **1.4. Aspectos Socioeconômicos**

Produto Interno Bruto (PIB) da Região Metropolitana de São Paulo corresponde a cerca de 18% do total brasileiro e a mais da metade do PIB paulista (55%), só de Carapicuíba, em 2014, representou mais de 7.719 reais per capita. Vivem nesse território quase 50% da população estadual, chegando a 21,2 milhões de habitantes, segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para 2016. A região em que o município se concentra, centraliza importantes complexos industriais (São Paulo, ABC, Guarulhos e Osasco), comerciais e, principalmente, financeiros (Bolsa de Valores), que controlam as atividades econômicas no país. No quesito IDH, o município tem despontado um aumento significativo nos últimos anos, elevando a melhora da qualidade de vida dos carapicuibanos.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



No setor educacional, o município apresenta uma taxa de 96,2% de escolarização entre 06 e 14 anos, tendo mais de 49 mil alunos matriculados no ensino fundamental.

Estes e outros dados serão detalhados e apresentados a seguir nos tópicos específicos.

**Tabela 2 - Recorte de dados Socioeconômicos, comparados com a cidade de São Paulo**

Município	Área (km <sup>2</sup> )	População 2016	Densidade Demográfica 2016 (hab/km <sup>2</sup> )	TGCA 2010/2016 (%)	PIB 2014 (mil reais)
São Paulo	1521,11	12.038.175	7.914,07	1,13	628.064.882
Carapicuíba	34,54	394.465	11.418,54	1,09	4.719.835

Fonte: Emplasa, 2017.

### 1.4.1. Características Demográficas

**Tabela 3 - Dados populacional e territorial**

Território e População	Ano	Município	Reg. Met.	Estado
Área (Em km2)	2017	34,55	7.946,96	248.222,36
População	2017	387.735	20.717.505	43.674.533
Densidade Demográfica (Habitantes/km2)	2017	11.222,43	2.606,97	175,95
Taxa Geométrica de Crescimento Anual da População - 2010/2017 (Em % a.a.)	2017	0,70	0,75	0,83
Grau de Urbanização (Em %)	2017	100,00	98,89	96,37
Índice de Envelhecimento (Em %)	2017	50,58	65,69	72,47
População com Menos de 15 Anos (Em %)	2017	22,46	20,03	19,33
População com 60 Anos e Mais (Em %)	2017	11,36	13,16	14,01
Razão de Sexos	2017	94,41	92,48	94,80

Fonte: SEADE, 2017.

O Gráfico 2 corresponde às pirâmides etárias do município de Carapicuíba, segundo grupos de idade e sexo no ano de 2010. A maior concentração populacional se dá na fase jovem, tanto para homens quanto para mulheres,





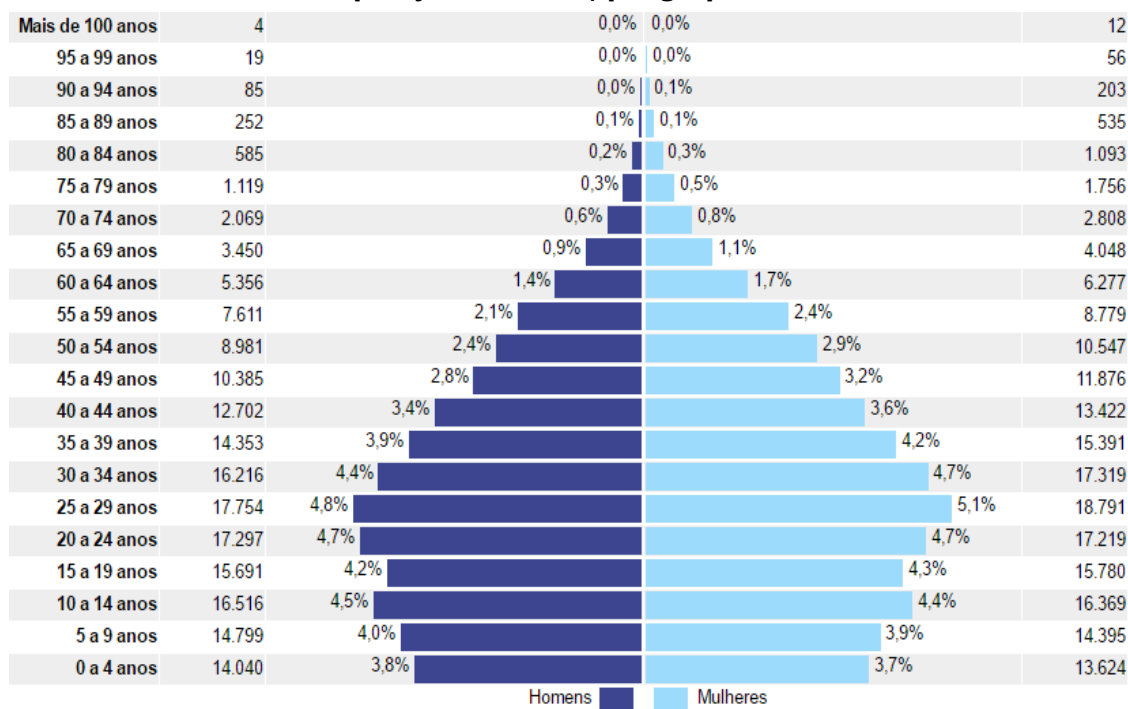
# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



mais especificadamente no intervalo de 25 a 29 anos. No geral, a pirâmide nos mostra traços bem marcados de uma população predominantemente jovem.

**Gráfico 2 - População residente, por grupos de idade e sexo**



Fonte: IBGE, 2017.

## 1.4.2. Índice de Desenvolvimento Humano

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de Carapicuíba, compilado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) é de 0,749, valor este o que o situa na faixa de Desenvolvimento Humano Alto (IDHM entre 0,700 e 0,799).

No *ranqueamento*, o município ocupa a 562<sup>o</sup> posição, conforme apresentado na Tabela 4 abaixo:

**Tabela 4 - Classificação do Município referente ao IDH**

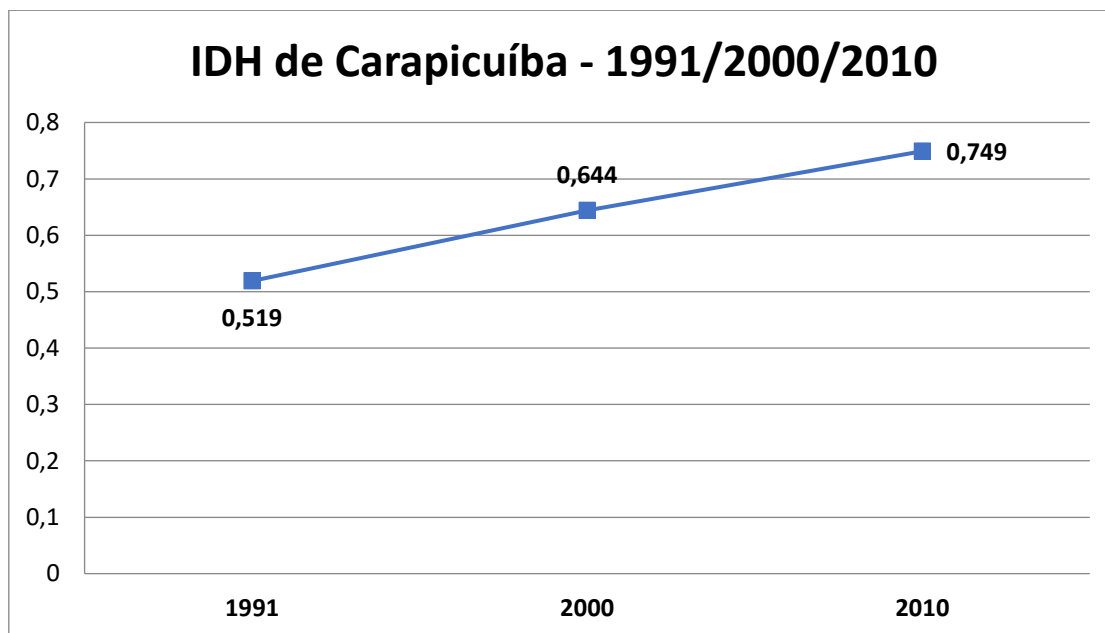
Ranking IDHM 2010	Município	IDHM 2010	IDHM Renda - 2010	IDHM Longevidade 2010	IDHM Educação 2010
562 <sup>o</sup>	Carapicuíba (SP)	0,749	0,721	0,842	0,693

Fonte: SEADE, 2017.



O IDH de Carapicuíba cresceu 47,1% no período de 1991 a 2010, o que é mostrado no Gráfico 3. Estes dados nos mostram que o nível de qualidade de vida cresceu de maneira significativa em Carapicuíba. A cidade passou do 717º no ranking para 562º, subindo 155 posições.

**Gráfico 3 - Índice de Desenvolvimento Humano Municipal - IDHM - 1991/2000/2010**



Fonte: IBGE, 2017.

### 1.4.3. Atividades Econômicas

Até o final da década de 1970, Carapicuíba demonstrava vigor econômico em atividades de comércio e indústria, impulsionada por empresas como INAC (Indústria Nacional de Artefatos de Cimentos), ITA (Indústria de Tapetes Atlântida), Fiação Sulamericana, Semikron Multinacional, entre outros. Nos anos seguintes, a cidade perdeu o fôlego e atingiu índices baixíssimos de desenvolvimento. Agora, no entanto, Carapicuíba retoma um período de crescimento, o que tem colaborado para mudar o título de “cidade dormitório” para “cidade do empreendimento”, cuja população economicamente ativa é de 48% (IBGE).





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



No Município de Carapicuíba predominam as atividades ligadas ao comércio e a indústria (STM, 2012). Segundo dados do IBGE (2010) o número de empresas atuantes no Município é de 6.281 e a mão de obra assimilada é de 48.844 pessoas, sendo 40.975 funcionários com carteira assinada (IBGE, 2010). O Município de Carapicuíba está inserido na Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) que possui o maior polo de riqueza nacional.

Apesar das dificuldades, a nova dinâmica de desenvolvimento de Carapicuíba pode ser facilmente notada por conta de muitas novidades como as novas redes de restaurantes, lojas automotivas e de imóveis, agências bancárias, empreendimentos imobiliários, transportadoras, prestadores de serviços, entre outros, que vieram para o município estrategicamente localizado nas proximidades do Rodoanel Mario Covas e das Rodovias Castello Branco e Raposo Tavares.

As oportunidades de trabalho aparecem em vários segmentos de comércio, serviços e construção civil.

**Tabela 5 - Participação do Município referente a economia (Comparativo Região Metropolitana e Estado)**

Economia	Ano	Município	RMSP	Estado
Participação nas Exportações do Estado (Em %)	2015	0,052818	31,800061	100,000000
Participação da Agropecuária no Total do Valor Adicionado (Em %)	2014	0,00	0,17	1,76
Participação da Indústria no Total do Valor Adicionado (Em %)	2014	17,34	17,15	22,01
Participação dos Serviços no Total do Valor Adicionado (Em %)	2014	82,66	82,68	76,23

Fonte: SEADE, 2017.

Segundo levantamento realizado pelo SEADE 2015, e constatado na tabela acima, o município de Carapicuíba destaca-se por sua representatividade no setor de serviços e seguido do setor industrial.

**Tabela 6 - Participação dos empregos formais nas áreas (Comparativo Região Metropolitana e Estado)**

Emprego	Ano	Município	RMSP	Estado
Participação dos Empregos Formais da Agricultura, Pecuária, Produção Florestal, Pesca e Aquicultura no Total de Empregos Formais (Em %)	2015	0,01	0,13	2,40



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Participação dos Empregos Formais da Indústria no Total de Empregos Formais (Em %)	2015	13,94	13,28	18,36
Participação dos Empregos Formais da Construção no Total de Empregos Formais (Em %)	2015	8,98	5,46	4,96
Participação dos Empregos Formais do Comércio Atacadista e Varejista e do Comércio e Reparação de Veículos Automotores e Motocicletas no Total de Empregos Formais (Em %)	2015	29,36	18,30	19,78
Participação dos Empregos Formais dos Serviços no Total de Empregos Formais (Em %)	2015	47,70	62,83	54,50

Fonte: SEADE, 2017.

Os dados apresentados acima referentes aos empregos formais no município e disponibilizados pelo SEADE 2015, é possível verificar que o setor que mais emprega no município, é o setor do Comércio Atacadista e Varejista e do Comércio e Reparação de Veículos Automotores e Motocicletas, empregando 29,36% do total de empregos formais, seguido pelo setor da Indústria, com 13,94% dos totais.

**Tabela 7 - Rendimentos salariais nas áreas (Comparativo Região Metropolitana e Estado)**

Rendimentos	Ano	Município	RMSP	Estado
Rendimento Médio dos Empregos Formais da Agricultura, Pecuária, Produção Florestal, Pesca e Aquicultura (Em reais correntes)	2015	886,51	2.661,36	1.785,00
Rendimento Médio dos Empregos Formais da Indústria (Em reais correntes)	2015	2.478,05	3.887,52	3.468,54
Rendimento Médio dos Empregos Formais da Construção (Em reais correntes)	2015	1.872,06	2.723,81	2.499,15
Rendimento Médio dos Empregos Formais do Comércio Atacadista e Varejista e do Comércio e Reparação de Veículos Automotores e Motocicletas (Em reais correntes)	2015	1.769,05	2.591,43	2.237,39
Rendimento Médio dos Empregos Formais dos Serviços (Em reais correntes)	2015	2.135,64	3.516,74	3.164,58
Rendimento Médio do Total de Empregos Formais (Em reais correntes)	2015	2.049,56	3.352,73	2.970,72

Fonte: SEADE, 2017.

Na questão salarial, o município de Carapicuíba apresenta uma média salarial de R\$ 2.049,56, ficando bem abaixo da média da Região Metropolitana e da cidade de São Paulo. De acordo com os dados do SAEDE, 2015, o setor que melhor apresenta condições salariais é o da Indústria, com uma média de R\$ 2.478,05. O setor da Agricultura é o que pior apresenta condições salariais, ficando na média dos R\$ 886,51.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



### 1.4.4. Produto Interno Bruto

O PIB *per capita* de Carapicuíba, em 2014, foi de R\$ 12.407,10, abaixo da média paulista que foi R\$ 43.544,61, segundo dados da Fundação Seade (2011) e apresentado na Tabela 8.

**Tabela 8 - PIB per capita de Carapicuíba**

Indicadores	Ano	Município	RMSP	Estado
PIB (em mil reais correntes)	2014	4.719.835,34	1.022.866.523,43	1.858.196.055,52
PIB per Capita (em reais correntes)	2014	12.407,10	50.425,04	43.544,61
Participação no PIB do Estado (Em %)	2014	0,254001	55,046211	100,000000

**Fonte:** SEADE, 2017

No que se refere ao número de empresas instaladas no município, em 2014, havia 5.988 unidades responsáveis pela ocupação de 45.163 mil pessoas, apresentando uma média de 2,4 salários mínimos, conforme apresentado na Tabela 9, abaixo:

**Tabela 9 - Estatísticas referentes a Carapicuíba no Cadastro Central de Empresas 2014**

Número de unidades locais	6.142	Unidades
Pessoal ocupado total	45.163	Pessoas
Pessoal ocupado assalariado	37.624	Pessoas
Salários e outras remunerações	890.898,00	Mil Reais
Salário médio mensal	2,4	Salários mínimos
Número de empresas atuantes	5.988	Unidades

**Fonte:** IBGE, 2017.

### 1.4.5. Educação

Em 2015, os alunos dos anos iniciais da rede pública do município tiveram nota média de 5.9 no IDEB. Para os alunos dos anos finais, essa nota foi de 4.5. Na comparação com municípios do mesmo estado, a nota dos alunos dos anos



## **Prefeitura de Carapicuíba**

Secretaria de Cultura e Turismo



iniciais colocava este município na posição 459 de 645. Considerando a nota dos alunos dos anos finais, a posição passava a 520 de 645.

A taxa de escolarização (para pessoas de 6 a 14 anos) foi de 96.2 em 2010. Isso posicionava o município na posição 595 de 645 dentre os municípios do estado e na posição 4435 de 5570 dentre os municípios do Brasil.

O município de Carapicuíba conta com instituições de ensino administradas pelo poder público em nível municipal e estadual, e com várias escolas particulares, que atendem todos os níveis de ensino.

De acordo com dados fornecidos pela Prefeitura do município, Carapicuíba conta com 67 instituições de ensino municipal e 55 escolas estaduais, que estão listadas, respectivamente, nas Tabelas 10 e 11.

As instituições de ensino oferecem desde a Educação Infantil até o Ensino Médio e estão localizadas em diversos bairros do município, oferecendo oportunidades para os públicos residentes nas diversas áreas da cidade.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



**Tabela 10 - Relação das escolas municipais em Carapicuíba**

<b>INSTITUIÇÃO DE ENSINO MUNICIPAL</b>				
<b>INSTITUIÇÃO</b>	<b>ENDEREÇO</b>	<b>BAIRRO</b>	<b>TELEFONE</b>	<b>E-MAIL</b>
<b>Conveniada - Associação Arara Azul</b>	R. José Fortunato Sartório, 35	Jd. Leopoldina	-	colegioararaazull@bol.com.br
<b>Conveniada - Associação Assistencial e Educacional Pedacinho do Céu</b>	Av. Netuno, 10	Jd. Novo Horizonte	4303-3343	pedacinhodoceu@ig.com.br
<b>Conveniada - Associação Beneficente de Carapicuíba - Casa da Criança</b>	R. Maria Helena, 36	Centro	4184-4430	abccasadacrianca@gmail.com
<b>Conveniada - Associação das Mulheres do Bairro Jd. Novo Horizonte - AMA</b>	R. Itajubá, 57	Pq. Santa Tereza	4147-5053	associacao-ama@hotmail.com
<b>Conveniada - Associação dos Moradores da VL. Menk</b>	R. Antonia da Silva Nicolau, 100	Jd. Maria Beatriz	-	cesarailton@globo.com
<b>Conveniada - Associação Grêmio Esportivo Napoli - Vovó Olinda</b>	Estr. do Pequiá, 1.700	Vi. Silviana	-	escolinhavovoolinda@gmail.com
<b>Conveniada - Associação Santa Brígida</b>	R. Pinhal, 207	Jd. Santa Brígida	4146-1920	ckbrigidaadm@hotmail.com
<b>Conveniada - Associação Visão da Esperança - AVIE</b>	R. Nova Aliança, 150	Jd. das Pedras	4374-2001	aviesperanca@hotmail.com
<b>Conveniada - Centro de Recreação Favo de Mel</b>	Av. Dois Córregos, 334	Ariston	-	centroderecreacaoinfantil@hotmail.com
<b>Conveniada - Comissão de Mães da Recreação Infantil</b>	Av. Amazonas, 270	Cohab II	4188-9066	roseago26@gmail.com
<b>Conveniada - Comunidade Kolping Aldeia de Carapicuíba</b>	R. do Cabo, 20	Jd. Leonor	4186-3730	k.aldeia_carapicuiaba@terra.com.br



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>Conveniada - Comunidade Kolping JD. Tonato</b>	R. Tamboara, 200	Jd. Tonato	4207-4059	cktonato@gmail.com
<b>Conveniada - Comunidade Kolping Nova Carapicuíba</b>	R. Campo Erê, 3.000	Jd. Roseli	4207-2525	kolpingnc@kolpingnc.org.br
<b>Conveniada - Comunidade Kolping São Lucas</b>	Av. Inocêncio Seráfico, 2.450	Jd. Santo Estevão	4189-2415	Sandra.kolpingsaolucas@hotmail.com
<b>Conveniada - Comunidade Kolping VL. Dirce</b>	Av. Inocêncio Seráfico, 3.850	Vi. Dirce	4187-3501	koldirce@amcham.com.br
<b>Conveniada - Comunidade Kolping VL. Menk</b>	Estr. do Aderno, 47	Vi. Menk	4181-3916	ckVL.menk@gmail.com
<b>Conveniada - Comunidade Kolping VL. Sul Americana</b>	Praça São Pedro, 09	Vi. Sul Americana	4181-2862	cksasecretaria@hotmail.com
<b>Conveniada - Fraternidade Assistencial VL. Césamo</b>	R. Serra Paranapiacaba, 44	Jd. Planalto	-	villacesamo@gmail.com
<b>Conveniada - Obra Kolping Estadual de São Paulo - OKE</b>	R. Rio Branco, 36	Cohab II	4183-6018	oke-sp@kolping.org.br
<b>Conveniada - ONG Brasil Melhor Projeto Nosso Futuro</b>	R. Renascença, 368	Jd. Santo Estevão	4188-4060	administracao@sosbrasilmelhor.org.br
<b>Conveniada - ONG Crescer com Saber</b>	Estr. do Pequiá, 1.965	Jd. Leopoldina	4207-2040	crescercsaber@hotmail.com
<b>EMEF - Argeu da Silveira Bueno</b>	Av. Presidente Tancredo de Almeida Neves, 860	Cohab V	4187-0398	emefargeu@yahoo.com.br
<b>EMEF - Edegar Simões</b>	R. Mirassol, 85	Ariston	4181-4351	edegarsimoes@gmail.com
<b>EMEF - Dep. João Hornos Filho</b>	R. Capanema, 75	Vi. Cristina	4169-8169	emefjoahornos@gmail.com
<b>EMEF - Miguel Costa Junior</b>	Estr. Egílio Vitorello, 2.132	Jd. Angélica	4167-8632	emefmiguelcosta@gmail.com



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>EMEF - Nai Molina do Amaral</b>	R. Serra das Agulhas Negras, 199	Jd. Planalto	4187-3084	emefnaimolina@gmail.com
<b>EMEF - Noemy da Silveira Rudolfer</b>	R. Peruíbe, 20	Jd. Santa Brígida	4186-3161	eenoemy@gmail.com
<b>EMEI - Abelhinha</b>	Av. São Paulo Apóstolo, 400	Cohab II	4164-3520	abelhinha.lucimontoro@gmail.com
<b>EMEI - Ademar Ferrari</b>	R. Serra Mailaski, 400	Jd. Planalto	4167-6053	ademarferrari@yahoo.com.br
<b>EMEI - Algodão Doce</b>	R. Dona Linda, 210	Jd. São Daniel	4184-1155	algodaodocemarcondes@gmail.com
<b>EMEI - Ana Estela</b>	R. Monte Aprazível, s/n	Jd. Ana Estela	4186-6600	anaestela.emei@gmail.com
<b>EMEI - Antonia Pereira de Magalhães</b>	R. Lizarda, 470	Ariston	4182-1171	emeivotonha@gmail.com
<b>EMEI - Arco-Íris Recanto do Saber</b>	Av. Victório Fornazaro, s/n	Vi. Sul Americana	4181-7461	moraisdomingues3@gmail.com
<b>EMEI - Asas da Imaginação</b>	R. Tamboara, 200	Jd. Tonato	4169-7192	emeiasasdaimaginacao@hotmail.com
<b>EMEI - Carlos Wanderley</b>	R. Paraguaçu Paulista, 2.847	Jd. Ana Estela	4181-8611	emeivereadorcarloswanderley@gmail.com
<b>EMEI - Carmelinda Cavalcanti Chaves</b>	R. Ingá, 02	Vi. Crett	4184-0534	emeicarmelindachagas@gmail.com
<b>EMEI - Castelo Encantado</b>	Av. Presidente Tancredo de Almeida Neves, 3.500	Cohab V	4187-3707	emeicasteloencantado@hotmail.com
<b>EMEI - Celina - Paraíso das Crianças</b>	R. Tenente José Nogueira, 51 A	Pq. Jandaia	4186-3187	emeiparisodascrianças@gmail.com
<b>EMEI - Cidade Ariston</b>	R. Gália, 669	Ariston	4181-8854	emeiariston@gmail.com





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>EMEI - Ciranda da Criança</b>	R. Beverly, 55	Pq. Flórida	4186-4011	elza_azle@hotmail.com
<b>EMEI - Crescer e Aprender</b>	R. Itajubá, 47	Pq. Santa Tereza	4187-0189	emeicrescer@hotmail.com
<b>EMEI - Emília Leite de Figueiredo</b>	R. José Fernandes Teixeira Zuza, 510	Vi. Crett	4184-0577	crecheemilialeite@gmail.com
<b>EMEI - Evani Tortorelo Pierine</b>	Estr. Doutor Miguel Vieira Ferreira, 44	Vi. Dirce	4187-9372	escolaevanitp@hotmail.com
<b>EMEI - Floresta Encantada</b>	R. Benedita Dionízia, 1.226	Pq. Jandaia	4183-6846	emei.floresta1226@gmail.com
<b>EMEI - Gente Miúda</b>	Av. Rui Barbosa, 2.610	Vi. Santa Terezinha	4183-2511	gentemiuda2015@gmail.com
<b>EMEI - Izaura Quércia</b>	Av. Presidente Tancredo de Almeida Neves, 400	Cohab V	4188-9517	crecheisauraquercia@gmail.com
<b>EMEI - Letrinhas Mágicas</b>	R. Nova Prata, 110	Ariston	4181-8855	letrinhasmagicasemei@gmail.com
<b>EMEI - Luci Montoro</b>	Av. São Paulo Apóstolo, 400	Cohab II	4164-3520	abelhinha.lucimontoro@gmail.com
<b>EMEI - Luiz Simplicio de Andrade</b>	R. Oiticica, 19	Vi. Olivina	4187-7409	luizsimplicio26@gmail.com
<b>EMEI - Luz do Amanhã</b>	R. Águas da Prata, 31	Vi. Gustavo Correia	4164-1354	emeiluzdoamanha@gmail.com
<b>EMEI - Maria de Fatima Campelo Cochi</b>	R. Aspásia, 175	Vi. Capriotti	4188-6566	emei_mfatima@hotmail.com
<b>EMEI - Maria Eliana Zadra</b>	Av. Presidente Tancredo de Almeida Neves, 1.111	Cohab V	4187-1356	emeieli_zadra@hotmail.com
<b>EMEI - Maria José Abyaza</b>	R. Bambuí, 98	Cohab V	4184-3755	mariajoseabyaza@gmail.com





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>EMEI - Monteiro Lobato</b>	Av. Brasil, 24	Cohab I	4164-2783	emeimundomagico.gov@hotmail.com
<b>EMEI - Mundo Mágico CRECHE</b>	Av. Netuno, 428	Jd. Novo Horizonte	4186-7211	crechemundomagiconovo@gmail.com
<b>EMEI - Mundo Mágico EMEI</b>	Av. Brasil, 450	Cohab I	4188-6561	emeimundomagico.gov@hotmail.com
<b>EMEI - Novo Horizonte</b>	Av. Netuno, 428	Jd. Novo Horizonte	4186-7211	crechemundomagiconovo@gmail.com
<b>EMEI - Pequeno Aprendiz</b>	Av. Jatobá, 272	Vi. Veloso	4187-3600	pequeno-jatoba-@hotmail.com
<b>EMEI - Pequeno Príncipe</b>	R. Macaraí, 16 A	Jd. Santa Rita	4184-1843	moraisdomingues3@gmail.com
<b>EMEI - Peter Pan</b>	R. Egeu, 247	Cohab II	4183-6853	crechepeterpan247@gmail.com
<b>EMEI - Senninha</b>	Av. Inocêncio Seráfico, 2.005	Vi. Freida	4187-9926	emeisenninha2015@gmail.com
<b>EMEI - Sítio do Pica-Pau Amarelo</b>	Av. Inocêncio Seráfico, 5.300	Aldeia	4186-4097	crechesitiodopica_pau@hotmail.com
<b>EMEI - Stella Maris</b>	Av. Rui Barbosa, 2.610	Vi. Santa Terezinha	4183-1818	stellamarisacolhedora@gmail.com
<b>EMEI - Thomázia Alijoster Montoro</b>	Av. Inocêncio Seráfico, 2.005	Vi. Freida	4188-0215	crechethomazia2015@gmail.com
<b>EMEI - Tico - Tico</b>	R. Bias Forte, 90	Cohab V	4188-6524	cavalcantio@bol.com.br
<b>EMEI - VL. Helena</b>	R. Vereador José Fernandes Filho, s/n	Vi. Helena	4146-5176	emeiVL.helena@gmail.com
<b>EMEI - Zilda Arns</b>	R. Gustavo Avelino Corrêa, 10	Vi. Gustavo Correia	4184-1116	crechedrazildaarns@gmail.com

**Fonte:** Urbatec, 2017 adaptado de Prefeitura Municipal de Carapicuíba, 2017.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



**Tabela 11 - Relação das escolas estaduais em Carapicuíba**

<b>INSTITUIÇÃO DE ENSINO ESTADUAL</b>			
<b>INSTITUIÇÃO</b>	<b>ENDEREÇO</b>	<b>BAIRRO</b>	<b>TELEFONE</b>
<b>ADALBERTO MECCA SAMPAIO PROFESSOR</b>	R. MINISTRO NELSON HUNGRIA, 500	CHACARA QUIRIRI	4186-4726
<b>ALBERTO KENWORTHY</b>	R. DOUTOR BOTELHO, 210	VL. LOURDES	4181-5323
<b>AMOS MEUCCI</b>	AV. RUI BARBOSA, 1628	VL. CALDAS	4184-2853
<b>ANA RODRIGUES DE LISO</b>	R. BAEPENDI, 149	COHAB V	4187-3439
<b>ANDRE FRANCO MONTORO GOVERNADOR</b>	R. CHAPECÓ, 61	VL. DA OPORTUNIDADE	4167-0184
<b>ANDREI SAKHAROV</b>	AV. AMAZONAS, 224	COHAB I	4184-7799
<b>ANTONIO DE OLIVEIRA GODINHO PADRE</b>	R. WILSON VIEIRA DA SILVA, SN	PARQUE JANDAIA	4186-5854
<b>APARECIDA DE FATIMA SILVA PROFESSORA</b>	R. ARAGUARI, 85	COHAB	4187-3358
<b>BASILIO BOSNIAC</b>	R. EUROPA, 55	VL. SILVIANIA	4187-3560
<b>BENEDITO DE LIMA TUCUNDUVA DOUTOR</b>	R. EDUARDO, 28	JD. ANA MARIA	4164-2751
<b>CECILIA DA PALMA VALENTIM SARDINHA PROFESSORA</b>	R. GALIA, 249	ARISTON	4181-5271



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>CEL JTO A EE WILLIAN RODRIGUES REBUA</b>	AV. AMAZONAS, 1660	COHAB I	4188-4106
<b>CELESTINO CORREIA PINA PROFESSOR</b>	R. PILAR DO SUL, 310	COHAB II	4164-2752
<b>CELSO PACHECO BENTIN PROFESSOR</b>	ESTR. DO PEQUIÁ, 129	VL. SILVIANIA	4187-3612
<b>CICERO BARCALA JUNIOR</b>	ESTR. DO JACARANDA, 3010	ALTOS DA SANTA LUCIA	4187-4501
<b>DERVILLE ALLEGRETTI DEPUTADO</b>	ESTR. DA GABIROBA, 527	JD. MARIA RITA	4187-0160
<b>DIDITA CARDOSO ALVES PROFESSORA</b>	R. ITAPETININGA, 44	COHAB	4187-5499
<b>DIVA DA CUNHA BARRA PROFESSORA</b>	R. SERTANOPOLIS, 43	VL. JUSSARA	4164-2753
<b>EDGARD DE MOURA BITTENCOURT DESEMBARGADOR</b>	R. PARANA, 15	COHAB	4184-1641
<b>ELISABETH SILVA DE ARAUJO PROFESSORA</b>	ESTR. DO ADERNO, 17	VL. AMERICA	4181-7075
<b>ESMERALDA BECKER FREIRE DE CARVALHO PROFESSORA</b>	R. JOÃO FASOLI, 410	JD. MARILU	4186-6161
<b>FABIANA DE QUEIROZ</b>	R. JOSÉ FERNANDES TEIXEIRA ZUZA, 675	VL. ROSA	4164-3066
<b>FLORA STELLA PROFESSORA</b>	ESTR. GOPIUVA, 33	JD. GOPIUVA	4187-0131
<b>FRANCISCO RIBEIRO ROSA PROFESSOR</b>	R. TAMBOARA, 41	JD. NOVA CARAPICUIBA	4169-7307
<b>HADLA FERES PROFESSORA</b>	R. BANDEIRANTES, 80	JD. YAYA	4187-3761
<b>IGNEZ DOS SANTOS SILVA</b>	R. JUNKISHIRO ARAKAWA, 481	JD. CARAPICUIBA	4164-3060



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>JOAO GARCIA DE HARO PROFESSOR</b>	AV. VEREADOR JOSÉ FERNANDES FILHO, 199	JD. HELENA	4186-2156
<b>JORGE JULIAN</b>	R. MARIA CRISTINA, 31	JD. CECILIA CRISTINA	4187-0151
<b>JOSE BENICIO DOS SANTOS</b>	AV. JATOBÁ, 209	VL. VELOSO	4167-0665
<b>JOSE MARIA PEREZ FERREIRA PROFESSOR</b>	R SANTA HELENA, SN	VL. SILVIANIA	4187-4724
<b>JOSUE MATTOS DE AGUIAR</b>	R. LAERTE CEARENSE, 114	VL. GUSTAVO CORREIA	4164-3061
<b>LUIZ PEREIRA SOBRINHO PROFESSOR</b>	ESTR. DO JACARANDA, 7	ALTOS DA SANTA LUCIA	4169-8305
<b>MANOEL DA CONCEICAO SANTOS PROFESSOR</b>	AV. SÃO PAULO APÓSTOLO, 100	COHAB II	4164-3059
<b>MARIA ALICE CRISSIUMA MESQUITA DONA</b>	AV. RUI BARBOSA, 2600	VL. SANTA TEREZINHA	4181-4012
<b>MARIA DE LOURDES TEIXEIRA</b>	ESTR. DOS JACARANDA, 370	ALTOS DA SANTA LUCIA	4187-1393
<b>MARIA HELENA MARDEGAN SCABELLO PROFESSORA</b>	R. JOSÉ ITALO DE CAMARGO, 23	JD. ANA ESTELA	4146-5024
<b>MARIA MARQUES DE NORONHA PROFESSORA</b>	R. RAFARD, 404	ARISTON	4181-2589
<b>MARIO SALES SOUTO ENGENHEIRO</b>	AV. RUI BARBOSA, 670	CENTRO	4164-3063
<b>MARISE DA COSTA CORREA DE OLIVEIRA PROFESSORA</b>	R. PARANAÍ, 49	VL. MARGARIDA	4187-0150
<b>NATALINO FIDENCIO PROFESSOR</b>	R. ZEQUINHA DE ABREU, SN	PARQUE SANTA TERESA	4186-1040
<b>NIDELSE MARTINS DE ALMEIDA PROFESSORA</b>	R. MARTE, 150	JD. NOVO HORIZONTE	-



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>ODETTE ALGODOAL LANZARA PROFESSORA</b>	ESTR. TAMBORY, 13	VL. MERCES	4167-0980
<b>OLIVEIRA RIBEIRO NETO</b>	R. JOSÉ ITALO DE CAMARGO, 23	JD. SANTA CATARINA	4186-1741
<b>OSVALDO ELCI PROFESSOR</b>	R. CAJOBI, 98	JD. ANGELA MARIA	4167-0864
<b>PAULO IDEVAR FERRAREZI SUPERVISOR</b>	R. SEBASTIÃO PEREIRA MACHADO, 31	VL. MUNICIPAL	4164-3058
<b>REGINA HALEPIAN ANTUNES PROFESSORA</b>	R. PARAGUAÇU PAULISTA, 191	JD. ANA ESTELA	4186-1183
<b>RICARDINA CAMPELLO FONSECA RODRIGUES</b>	R. LUIS FRANCA DE CARVALHO, 10	JD. YAYA	4167-0202
<b>RICARDO ANTONIO PECCHIO PROFESSOR</b>	ESTR. PEQUIÁ, 30	VL. SILVIANIA	4187-7045
<b>SALOMAO JORGE DEPUTADO</b>	R. JAÚ, 521	ARISTON	4181-5586
<b>TOUFIC JOULIAN</b>	AV. RUI BARBOSA, 820	CENTRO	4164-3064
<b>VICTORIO FORNASARO</b>	R. NOVO HAMBURGO, 78	VL. SUL AMERICANA	4181-7040
<b>VL. DIRCE II</b>	R. BANDEIRANTES, 22	JD. YAYA	4188-8778
<b>VL. SANTA LUZIA</b>	R. ANGELINA, 252	JD. ANGELA MARIA	4187-7274
<b>WILLIAN RODRIGUES REBUA PROFESSOR</b>	AV. AMAZONAS, 1660	COHAB	4187-5477
<b>ZILDA DOMINGOS DE OLIVEIRA</b>	R. CAMPO GRANDE, 181	COHAB	4164-3056

Fonte: Urbatec, 2017.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Até o primeiro semestre de 2017, existiam no município 18 escolas particulares, oferecendo vagas da pré-escola ao ensino médio, conforme mostrado na Tabela 12.

**Tabela 12 - Relação das escolas particulares em Carapicuíba**

<b>INSTITUIÇÃO DE ENSINO PARTICULAR</b>			
<b>INSTITUIÇÃO</b>	<b>ENDEREÇO</b>	<b>BAIRRO</b>	<b>TELEFONE</b>
<b>ADALZIRA MARQUES DE ARAUJO COLEGIO CRISTAO</b>	R. ANTONIO ROBERTO, 342	JD. DAS BELEZAS	41642474
<b>AGOSTINHO COLÉGIO</b>	R. VARGAS PRESIDENTE, 109	VL. CALDAS	41643767
<b>ANGLO LEONARDO DA VINCI COLEGIO</b>	AV. SAO CAMILO, 2500	CHACARA DOS LAGOS	28236300
<b>CAROLINA WHITAKER ESCOLA EI EF I</b>	R. CAMELIAS, 380	CHACARA VALE DO RIO COTIA	41698114
<b>ESPAÇO DO SABER ESCOLA DE EDUCAÇÃO INFANTIL</b>	ESTR. DA FAZENDINHA, 547	VL. CRISTINA	41862227
<b>GIRASSOL INSTITUTO EDUCACIONAL</b>	R. TTE ANTONIO PEDRO DE OLIVEIRA, 117	VL. SANTA TEREZINHA	41812817
<b>GLÓRIA CASARIN ESCOLA EDUCACAO INFANTIL</b>	R. MIRIAM, 319	CENTRO	41846247
<b>GLÓRIA NOGUEIRA PIQUINI COLÉGIO</b>	COIMBRA, 193	VL. CALDAS	41843733
<b>JD. DAS OLIVEIRAS ESCOLA CRISTÃ</b>	R. TANIA, 44	JD. CARAPICUIBA	41833845
<b>MAJORE PAULA COLÉGIO</b>	R. PADRE AURELIANO, 93	VL. SILVIANIA	41878262



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>MENSAGEIROS DA LUZ CENTRO EDUCACIONAL</b>	R. CAFELANDIA, 14	VL. MERCES	42079649
<b>MONTEIRINHO COLÉGIO</b>	ESTR. DA GABIROBA, 681	JD. CECILIA CRISTINA	41879167
<b>COLÉGIO STATUS</b>	AV. TAMARA, 394	CENTRO	-
<b>PERINI COLÉGIO</b>	ESTR. DO CABREUVA, 560	VL. MARCONDES	41873715
<b>SÃO BERNARDO ESCOLA UNIDADE III</b>	AV. INOCENCIO SERAFICO, 493	CENTRO	41842232
<b>MARIO JORGE COLÉGIO</b>	R. DELFINO CERQUEIRA, 163	CENTRO	41641510
<b>SEMENTES PARA O AMANHÃ ESCOLA</b>	R. ANTONIO FAUSTINO DOS SANTOS, 400	VL. MUNICIPAL	41844049
<b>VL. SOL CENTRO EDUCACIONAL</b>	R. ANGELA PERIOTO TOLAINE, 65	JD. DAS BELEZAS	41835382

Fonte: Urbatec, 2017

A cidade também conta com cursos profissionalizantes, com duas instituições (Tabela 13), sendo elas bem reconhecidas pelo ensino técnico.

**Tabela 13 - Relação das instituições de ensino técnico em Carapicuíba**

<b>INSTITUIÇÃO DE ENSINO TÉCNICO</b>			
<b>INSTITUIÇÃO</b>	<b>ENDEREÇO</b>	<b>BAIRRO</b>	<b>TELEFONE</b>
<b>ETEC - Escola Técnica Estadual de Carapicuíba</b>	Av. Francisco Pignatari, 650	VI. Gustavo Correia	4184-8404
<b>SESI - Serviço Social Indústria</b>	Av. Francisco Pignatari, 700	VI. Gustavo Correia	4185-3300





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



**Fonte:** Urbatec, 2017

No campo educacional de ensino superior, Carapicuíba, conta com três instituições, conforme aponta Tabela 14 abaixo:

**Tabela 14 - Relação das instituições de ensino superior em Carapicuíba**

<b>INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR</b>			
<b>INSTITUIÇÃO</b>	<b>ENDEREÇO</b>	<b>BAIRRO</b>	<b>TELEFONE</b>
<b>Estácio de Sá   FNC - Faculdade Nossa Cidade</b>	Av. Francisco Pignatari, 630	VI. Gustavo Correia	4185-8410
<b>FATEC – Faculdade de Tecnológica de Carapicuíba</b>	Av. Francisco Pignatari, 650	VI. Gustavo Correia	4184-8408
<b>FALC – Faculdade da Aldeia de Carapicuíba (+ Museu)</b>	Estr. da Aldeinha, 245	Jd. Marilu	4185-9292

**Fonte:** Urbatec, 2017.

Caracterizada a infraestrutura educacional, o próximo item dedica-se a verificar o atendimento na área de saúde, bem como outros aspectos importantes relacionados à infraestrutura básica do município.



### 1.4.6. Saúde

O município de Carapicuíba conta com um Sistema de Saúde composto por diversas instituições prestadoras de serviços de saúde, que atendem às necessidades de dimensões biofísicas e psicossociais da população, assim discriminadas:

- 12 Unidades Básicas de Saúde;
- 03 Unidades de Saúde da Família;
- 04 Unidades de Pronto Atendimento;
- 7 Ambulatórios de Especialidades;
- 03 Unidades de Atenção Psico-Social;
- 01 Programa de Saúde Integral do Adolescente;
- 01 Centro de Especialidades Médicas;
- 02 Centros de Especialidades Odontológicas;
- 01 Farmácia Popular;
- 01 Centro de Especialidades Médicas;
- 01 Núcleo de Atendimento de Infectologia;
- 01 Núcleo de Atendimento de Terapias Integrativas;
- 01 Residência Terapêutica;
- 01 SAMU;
- 01 AME;
- 02 Unidades de Vigilância e
- 02 Hospitais.

Alguns parâmetros e recomendações técnicas de cobertura assistencial são estipulados pelo Ministério da Saúde, a partir da Portaria n.º 1101, a fim de orientar os gestores dos municípios a adequarem as ações de saúde a serem desenvolvidas, de forma que toda a população seja assistida. As recomendações do Ministério são ajustadas de acordo com o contingente populacional de cada cidade.



## **Prefeitura de Carapicuíba**

Secretaria de Cultura e Turismo



As Tabelas a seguir, apresentam as relações dos serviços e das atividades médico-hospitalares, de caráter público e privado, disponibilizados para o atendimento da população carapicuibana.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



**Tabela 15 - Disponibilização de serviços médico-hospitalares**

<b>SISTEMA DE SAÚDE</b>				
<b>LOCAL</b>	<b>ENDEREÇO</b>	<b>BAIRRO</b>	<b>CEP</b>	<b>TELEFONE</b>
<b>UBS - Adauto Ribeiro</b>	Estr. da Gabiroba, 519	Jd. Santo Estevão	06331-005	4187-0112
<b>UBS - Ana Estela</b>	R. Monte Aprazível, 50	Jd. Ana Estela	06361-300	4186-1092
<b>UBS - Ariston</b>	R. Dumont, 26	Ariston	06396-200	4181-4757
<b>UBS - Central</b>	R. Joaquim das Neves, 115	Vi. Caldas	06310-030	4188 5930
<b>UBS - Cohab II</b>	Av. do Bosque, 410	Cohab II	06326-040	4164-3112
<b>UBS - Cohab V</b>	Av. Presidente Tancredo de Almeida Neves, 860 A	Cohab V	06329-350	4188-6802
<b>UBS - Novo Horizonte</b>	R. Águila, 24 A	Jd. Novo Horizonte	06341-570	4186-2123
<b>UBS - Parque Flórida</b>	R. Califórnia, 05	Pq. Jandaia	06365-320	4167-0151
<b>UBS - Vila Crett</b>	R. José Fernandes Teixeira Zuza, 510	Vi. Crett	06317-270	4188-9765
<b>UBS - Florispina de Carvalho</b>	R. Bandeirantes, 24	Vi. Dirce	06311-140	4187-3622
<b>UBS - Vila Helena</b>	R. Vereador José Fernandes Teixeira, 78 B	Vi. Helena	06346-140	4146 4609
<b>UBS - Vila Menk</b>	Estr. das Acácias, 202	Vi. Menk	06385-023	4207-9127



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>USF - Vila Dirce</b>	R. Ernestina Vieira, 70	Vi. Dirce	06382-260	4187-3609
<b>USF - Jandaia</b>	R. Ercílio Lincoln, 08	Pq. Jandaia	06333-120	4184-3444
<b>USF - Natércio</b>	R. Bom Pastor, 115	Jd. Bom Pastor	06385-040	4183-3285
<b>Pronto Atendimento - Vila Dirce</b>	R. Ernestina Vieira, 70	Vi. Dirce	06382-260	4188-8309
<b>Pronto Atendimento - Cohab II</b>	Av. do Bosque, 410	Cohab II	06326-040	4164-3112
<b>Pronto Atendimento - Infantil</b>	Av. General Teixeira Lott, 601	Centro	06317-341	4164-2682
<b>Pronto Atendimento - Infantil (Laboratório)</b>	Av. General Teixeira Lott, 601	Centro	06317-341	4184-5880
<b>Caps II - Centro de Atenção Psicossocial - Adulto</b>	Av. Rui Barbosa, 2.484	Vi. Santa Terezinha	06311-000	4184-9013
<b>Caps - Centro de Atenção Psicossocial - Infantil</b>	R. José Fernandes Texeira Zuza, 510	Vi. Crett	06317-270	4183-6549
<b>Caps - Centro de Atenção Psicossocial - Álcool e Droga Adulto</b>	R. José Fernandes Texeira Zuza, 500	Vi. Crett	06317-270	4184-3745
<b>Casa do Adolescente</b>	Av. General Teixeira Lott, 501	Centro	06317-341	4183-4125
<b>CEMM/Policlínica</b>	Al. dos Lírios, 150	Vi. Sul Americana	06397-010	4182-2466
<b>CEO - Centro de Especialidade Odontológica - Ariston</b>	Estr. do Aderno, 360	Vi. Menk	06390-070	4164-3067
<b>CEO - Centro de Especialidade Odontológica - Cohab V</b>	Av. Presidente Tancredo de Almeida Neves, 1.304	Cohab V	06329-350	4188-6776
<b>Farmácia Popular</b>	Av. Inocêncio Seráfico, 42	Centro	06320-290	4184-1133



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>NAIC - Núcleo de Atendimento de Infectologia de Carapicuíba</b>	Al. dos Lírios, 150	Vi. Sul Americana	06397-010	4202-9583
<b>NATI - Núcleo de Atendimento de Terapias Integrativas</b>	Av. Presidente Tancredo de Almeida Neves, 1.304	Cohab V	06329-350	4187-2079
<b>Residência Terapêutica</b>	R. Maria Catú, 78	Vi. Crett	06317-290	98126-5383
<b>Samu</b>	Av. Santo Estevão, 103	Cohab V	06321-490	4188-6358
<b>Vigilância Ambiental</b>	Al. dos Lírios, 150	Vi. Sul Americana	06397-010	4164-3866
<b>Vigilância Epidemiológica</b>	Av. General Teixeira Lott, 601	Vi. Crett	06317-270	4202-9558
<b>AME - Ambulatório Médico de Especialidades de Carapicuíba</b>	Av. Tancredo de Almeida Neves, 1304	Cohab V	06329-350	4083-8600

Fonte: Urbatec, 2017.

**Tabela 16 - Disponibilização de serviços hospitalares**

<b>HOSPITAIS: PUBLICO/PRIVADO</b>				
<b>LOCAL</b>	<b>ENDEREÇO</b>	<b>BAIRRO</b>	<b>CEP</b>	<b>TELEFONE</b>
<b>HGC - Hospital Geral de Carapicuíba</b>	R. da Pedreira, 95	Pq. José Alexandre	06321-665	4185-7600
<b>Hospital Alpha Med</b>	R. Corifeu de Azevedo Marques, 168	Centro	06320-090	4185-8555

Fonte: Urbatec, 2017.



**Tabela 17 - Estatísticas da área da Saúde**

Indicadores	Ano	Carapicuíba	RMSP	Estado
Taxa de Natalidade (Por mil habitantes)	2015	18,56	15,72	14,69
Taxa de Fecundidade Geral (Por mil mulheres entre 15 e 49 anos)	2015	64,59	54,80	52,41
Taxa de Mortalidade Infantil (Por mil nascidos vivos)	2015	13,08	10,90	10,66
Taxa de Mortalidade na Infância (Por mil nascidos vivos)	2015	15,04	12,28	12,04
Taxa de Mortalidade da População de 15 a 34 Anos (Por cem mil habitantes nessa faixa etária)	2015	100,92	117,03	109,44
Taxa de Mortalidade da População de 60 Anos e Mais (Por cem mil habitantes nessa faixa etária)	2015	2.727,71	3.363,91	3.482,85
Nascidos Vivos de Mães com Menos de 18 Anos (Em %)	2015	6,59	5,93	6,25
Mães que fizeram Sete e Mais Consultas de Pré-Natal (Em %)	2015	63,24	74,97	77,77
Partos Cesáreos (Em %)	2015	50,53	53,25	59,40
Nascimentos de Baixo Peso (menos de 2,5kg) (Em %)	2015	9,27	9,37	9,15
Gestações Pré-Termo (Em %)	2015	10,25	10,42	10,63
Leitos SUS (Coeficiente por mil habitantes)	2016	0,57	1,13	1,28

Fonte: SEADE, 2017.

## 1.5. Infraestrutura Básica Urbana

Segundo a Lei 11.445/07, Lei de Saneamento Básico, todas as prefeituras têm obrigação de elaborar seu Plano Municipal de Saneamento Básico (PMSB).

O saneamento básico foi definido pela Lei n.º 11.445/2007 como o conjunto de serviços, infraestruturas e instalações operacionais relativo aos processos de:

- a) abastecimento de água potável;
- b) esgotamento sanitário;
- c) manejo de resíduos sólidos;
- d) drenagem e manejo das águas pluviais urbanas.





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Ou seja, o PMSB deve abranger as quatro áreas, relacionadas entre si. O documento, após aprovado, torna-se instrumento estratégico de planejamento e de gestão participativa Municipal.

Atualmente, o serviço de abastecimento de água, coleta e tratamento de esgoto em Carapicuíba são realizados pela Sabesp, através de contrato de concessão de 30 anos.

Elaborado por Consultoria Técnica contratada pela Prefeitura de Carapicuíba, com apoio de um Comitê formado pelas Secretarias de Governo, Obras, Desenvolvimento Urbano, Meio Ambiente e de Projetos Especiais e Convênios, o PMSB deve ser aprovado em audiência pública, como fórum de discussão da proposta da Prefeitura, apresentação de sugestões e contribuições da comunidade. Em seguida, o PMSB deve ser apreciado pelos vereadores e aprovado pela Câmara Municipal.

Aprovado, o PMSB passa a ser a referência de desenvolvimento do município, estabelecidas as diretrizes para o saneamento básico e fixadas as metas de cobertura e atendimento com os serviços de água; coleta e tratamento do esgoto doméstico, limpeza urbana, coleta e destinação adequada do lixo urbano e drenagem e destino adequado das águas de chuva.

Além do saneamento básico, neste tópico abordaremos também dados referentes ao transporte público, distribuição da energia elétrica e informações a respeito da segurança pública do município.

### **1.5.1. Abastecimento de Água**

O abastecimento de água potável é constituído pelas atividades, infraestruturas e instalações necessárias ao abastecimento público de água potável, desde a captação até as ligações prediais e respectivos instrumentos de medição. Isso significa a captação em um corpo hídrico superficial ou subterrâneo, o tratamento, a adução, a reservação e a distribuição até os pontos de medição. Trata-se de um importante indicador do desenvolvimento de um país, principalmente pela sua estreita relação com a saúde pública e o meio



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



ambiente. A prestação dos serviços de abastecimento de água no município de Carapicuíba foi delegada por concessão à SABESP – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo, até o ano de 2016. Após o vencimento da atual concessão, o município manteve a Companhia Estadual como operadora dos serviços de abastecimento de água e de esgoto do município, porém, por meio de Contrato de Programa, que é um instrumento de cooperação entre os entes federativos para a realização de objetivos de interesse comum, regulamentado na Lei Federal n.º 11.107, de 06 de abril de 2005, a chamada Lei de Consórcios Públicos.

A Região Metropolitana de São Paulo é abastecida por oito sistemas produtores de água: Cantareira, Alto Cotia, Baixo Cotia, Guarapiranga, Rio Grande, Rio Claro, Alto Tietê e Ribeirão da Estiva.

Segundo dados fornecidos pela Sabesp, juntos e em situação de normalidade climática eles têm a capacidade de produzir mais de 75 mil litros de água por segundo.

As interligações são feitas por adutoras que transportam água tratada aos mais de 190 reservatórios setoriais para distribuir o produto aos 20 milhões de moradores em 4,7 milhões de pontos de consumo.

O município de Carapicuíba não possui sistema próprio de produção de água para o abastecimento público. É abastecido pelo Sistema Integrado de Abastecimento de Água da Região Metropolitana de São Paulo, operado pela Sabesp. Este sistema integrado é composto por 8 (oito) sistemas produtores, compreendendo oito estações de tratamento de água (ETAs), 1.270 Km de adutoras, 126 centros de reserva, cerca de 26.000Km de redes de distribuição, além de 24 boosters e 98 estações elevatórias. Este sistema, foi concebido para interligar os principais sistemas produtores, propiciando uma importante flexibilidade operacional.

A Sabesp assumiu os serviços de água e esgotos no município de Carapicuíba em julho de 1986. Carapicuíba é abastecida pelo Sistema Cantareira



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



com capacidade de tratar 33 mil litros de água por segundo. Tem como mananciais os rios Jaguari, Jacareí, Cachoeira, Atibainha e Juqueri.

Cantareira – É o maior da Região Metropolitana de São Paulo. A capacidade da estação de tratamento é de 33 mil litros de água por segundo destinados a 5,3 milhões de pessoas das Zonas Norte, Central e partes das Zonas Leste e Oeste da capital, bem como os municípios de Franco da Rocha, Francisco Morato, Caieiras, Osasco, Carapicuíba e São Caetano do Sul, além de parte dos municípios de Guarulhos, Barueri, Taboão da Serra e Santo André. O sistema é formado pelos rios Jaguari, Jacareí, Cachoeira, Atibainha e Juqueri (Paiva Castro).

Segundo dados da própria Sabesp, no município de Carapicuíba existem 97,771 pontos de ligações de água, 592.13 quilômetros de extensão de redes de água e 04 reservatórios com capacidade de reserva de 21,500 milhões de litros.

De acordo com informações da Sabesp, a maior parte de rede de água foi assentada na década de 60 (4%) e no século 21 (91%).

**Figura 2 - Reservatório de Água em Carapicuíba**





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



**Fonte:** SABESP, 2017.

Listado no Plano Municipal de Saneamento Básico, em virtude do relevo muito acidentado, o que acarreta grande variação de pressão na distribuição, há 23 válvulas redutoras de pressão (VRPs) e um booster para o atendimento às áreas com cotas topográficas mais elevadas. O booster, denominado “Nova Fazendinha”, localizado na Estrada da Fazendinha, na altura do número 1700, possui três conjuntos moto bombas com uma vazão nominal de 87m<sup>3</sup>/h cada um. Um dos conjuntos operacionais funciona como reserva técnica. Outros dados importantes com relação à prestação do serviço de abastecimento de água são os relativos aos volumes consumidos por economia e consumo per capita. Ainda no ano de 2013, tivemos um volume micro medido de 1.798.267m<sup>3</sup>/mês, o que resulta em um consumo per capita de 152,4L/hab/dia (considerando-se, em média, 30,4 dias/mês). Verificou-se também, que o consumo médio por economia foi de 13,7m<sup>3</sup>/mês/economia.

A SABESP atua na cidade com um quadro de aproximadamente, 152 funcionários próprios, para a manutenção e operação do sistema de abastecimento de água e esgotamento sanitário. Com relação à configuração do sistema de distribuição, Carapicuíba é dividida em três setores de abastecimento: Carapicuíba Centro, Carapicuíba-Cohab e Carapicuíba-Vila Dirce.

### **1.5.2. Rede de Esgotamento Sanitário**

O esgotamento sanitário é constituído pelas atividades, infraestruturas e instalações operacionais de coleta, transporte, tratamento e disposição final adequada dos esgotos, desde as ligações prediais até o seu lançamento final no meio ambiente.

Presente no Plano Municipal de Saneamento Básico, verificamos que: juntamente com os serviços de abastecimento de água, a prestação dos serviços de esgotamento sanitário do município de Carapicuíba foi delegada, por concessão, à SABESP – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo.



O esgotamento sanitário na Região Metropolitana de São Paulo – RMSP, em sua área mais conturbada, é feito pelo chamado Sistema Principal, enquanto que as regiões adjacentes, geralmente periféricas, são atendidas por sistemas de esgotamento próprios, denominados Sistemas Isolados.

Os Sistemas Isolados, via de regra, correspondem á localidades periféricas cujos estudos de viabilidade indicaram, como melhor solução a implantação de um sistema completo, com coleta, afastamento e tratamento dos esgotos gerados.

Dos 39 municípios que compõem a RMSP, 26 deles, além do município de São Paulo, contam, integral ou parcialmente, com bacias de esgotamento sanitário que possuem sistemas Isolados.

O Sistema principal é constituído por 5 (cinco) grandes sistemas de esgotamento que são: Barueri, ABC, Parque Novo Mundo, São Miguel e Suzano.

O tratamento de esgoto de Carapicuíba é realizado na Estação de Tratamento de Esgoto Barueri, inaugurada em 1988, que atende à maior parte da cidade de São Paulo e, também, aos municípios de Jandira, Itapevi, Barueri, Carapicuíba, Osasco, Taboão da Serra e partes de Cotia e Embu.

**Figura 3 - Estação de Tratamento de Esgoto Barueri**



**Fonte:** SABESP, 2017.

Localiza-se na margem esquerda do Rio Tietê, em terreno limitado por este curso d'água e pela estrada de ferro da antiga Fepasa, que hoje está integrada ao sistema ferroviário da CPTM.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



A ETE Barueri opera, atualmente, em sua capacidade máxima, tratando uma vazão média de 9,7m<sup>3</sup>/s de esgoto, o que corresponde à uma população aproximada de 4,4 milhões de pessoas atendidas.

Estão sendo executadas obras de ampliação, que aumentarão a capacidade da planta de tratamento em mais 6,5m<sup>3</sup>/s, passando a atender mais 3,0 milhões de pessoas. A conclusão dessas obras está prevista para o ano de 2018.

O sistema de coleta é constituído por duas bacias de esgotamento pertencentes à bacia hidrográfica do rio Tietê: Bacia do rio Cotia e Bacia do Ribeirão Carapicuíba.

O município de Carapicuíba conta com uma extensão total aproximada de 395Km de coletores de esgoto, sendo a maioria (87%) de MBV – Manilha de Barro Vidrado, o que resulta em uma cobertura aproximada de 73,0%.

Este valor de cobertura corresponde ao IN047 – Índice de Atendimento Urbano de Esgoto.

A extensão total das tubulações pertencentes ao sistema de afastamento, coletores tronco, emissários e interceptores, é de 3,5 Km.

Em dezembro de 2013, o município de Carapicuíba contava com os seguintes dados gerais: 87.466 economias ativas de esgoto; 56.922 ligações ativas de esgoto; 3.859 ligações suprimidas/mês (média anual); Volume de esgoto coletado: 1.115.116m<sup>3</sup>/mês (média anual).

### **1.5.3. Resíduos Sólidos**

Os dados apresentados neste item foram retirados do Plano Diretor de Saneamento de Resíduos Sólidos, apresentados no ano de 2013 e está articulado com a Política Nacional de Resíduos Sólidos, Lei Federal Nº 12.305 de 02 de agosto de 2010, conforme dispõe o Artigo 5º da referida Lei.

Em Carapicuíba, com o crescimento da cidade, o desafio da limpeza urbana não consiste apenas em coletar o resíduo de logradouros e edificações, mas, principalmente, em dar um destino final adequado a esses resíduos; além



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



de elaborar legislação municipal, juntamente com uma fiscalização eficaz, para guiar o gerenciamento dos resíduos industriais.

O crescimento populacional de Carapicuíba e, ao mesmo tempo, a mudança no consumo dos cidadãos são fatores que influenciam na questão da geração de resíduos e que modificam a composição e o volume dos resíduos sólidos gerados pela população se comparado com décadas anteriores. Sabe-se que o crescimento considerável da população eleva a demanda de consumo de alimentos e a utilização de água, e conseqüentemente a liberação de esgotos, a geração de resíduos sólidos, podendo comprometer os serviços de saneamento ambiental.

A estrutura do sistema de limpeza urbana em Carapicuíba conta com a administração da Secretaria de Obras e sua operação é realizada por empresas da iniciativa privada e Prefeitura na seguinte distribuição de responsabilidades:

**PREFEITURA MUNICIPAL:** Coleta de resíduos da construção civil e transporte; Coleta mecanizada de resíduos sólidos domiciliares e transporte até a estação de transbordo; Varrição manual de vias e logradouros públicos; Serviços complementares (roçada, capina e pintura de meio fio) e transporte até a estação de transbordo e Coleta seletiva.

**4R AMBIENTAL LOCAÇÃO DE EQUIPAMENTOS LTDA-EPP:** Coleta manual de resíduos domiciliares e transporte até a estação de transbordo.

**TRATALIX AMBIENTAL LTDA:** Coleta, transporte, tratamento e destinação final dos resíduos sólidos de serviços de saúde.

**TECILIX SERVIÇOS URBANOS LTDA:** Transporte dos resíduos classe II A da estação de transbordo até o destino final.

De acordo com o Plano Municipal (2013), diariamente, são coletados e transportados aproximadamente 324 toneladas de resíduos sólidos domiciliares no Município de Carapicuíba. Essa geração decorre de uma produção média per capita de 0,87 kg por habitante dia, para uma população levantada pelo IBGE de 369.584 habitantes. Essa faixa de produção média per capita enquadra-se abaixo da massa diária de resíduos coletados, que é de 0,90 kg para a Faixa 4





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



(Municípios entre 250.001 e 1.000.000 habitantes), segundo o “Diagnóstico de Manejo de Resíduos Urbanos” de 2010 do SNIS. A coleta de resíduos sólidos domiciliares engloba a coleta manual e a coleta das caçambas basculantes.

Os resíduos dos serviços de saúde do grupo A e E são destinados para tratamento em unidade licenciada da TRATALIX AMBIENTAL LTDA., cuja Planta se encontra localizada no Município de Santana de Parnaíba - SP. O processo utilizado para o tratamento desses resíduos é a autoclavagem e os resíduos descaracterizados e esterilizados, oriundos do processo, são dispostos no aterro sanitário de Classe II operado pela ESSENCIS SOLUÇÕES AMBIENTAIS S.A. Em relação ao tratamento dos resíduos dos serviços de saúde do grupo B, este é realizado através do processo de incineração.

Para os resíduos da construção civil, há a coleta diária de cerca de 150 toneladas de resíduos sólidos que são dispostos inadequadamente em valas, terrenos baldios, na região da Aldeia de Carapicuíba (tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - Iphan), no Parque Ecológico dos Paturis e na Chácara do Quiriri. O serviço de coleta e transporte de resíduos da construção civil é realizado pela equipe de obras, mas não há uma equipe específica para sua realização. Assim, quando surge a demanda pelo serviço as equipes de obras são deslocadas para atendê-lo. Parte dos resíduos sólidos transportados pela Secretaria de obras é armazenado temporariamente no galpão da Prefeitura, localizado na Avenida Jatobá, 576, no bairro Vila Veloso. Estes resíduos deverão receber uma destinação final ambientalmente adequada e os rejeitos encaminhados para o aterro sanitário.

Criada em 11 de junho de 2011, a Cooperativa Cara Limpa realiza o serviço de coleta porta a porta dos materiais recicláveis nos bairros Jandaia, Santa Brígida, São Daniel, Vila Cristina e nos condomínios residenciais. A média mensalmente coletada de resíduos sólidos pela cooperativa é de aproximadamente 03 (três) toneladas. Cabe mencionar que este serviço não é realizado de forma regular.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Em Carapicuíba foi implantado um ponto de entrega voluntária de materiais recicláveis, entulho (até 50 Kg ou 100 litros por dia) e grandes objetos (móveis, poda de árvore etc.), denominado ecoponto Vila Municipal, situado na Avenida Desembargador Eduardo Cunha de Abreu, nº 67, onde os munícipes podem dispor o material gratuitamente.

Já o gerenciamento dos resíduos industriais é de responsabilidade dos geradores, assim, estes são obrigados a transportar, tratar e dispor adequadamente seus resíduos.

### **1.5.4. Energia Elétrica**

Em Carapicuíba, a energia é fornecida pela AES Eletropaulo, concessionária de serviço público que atua na distribuição de energia elétrica. De acordo com dados do SEADE, em 2015 existiam mais de 143 mil consumidores no município de Carapicuíba, distribuídos em: 3.023 consumidores em comércio e serviços, 295 industrial, 286 de iluminação e serviço público e 139.447 consumidores residenciais. O consumo total de energia elétrica em MWh era de 569.780.

### **1.5.5. Transporte Urbano e Rural**

Conforme mencionado anteriormente no item 4.2 Acesso, a cidade de Carapicuíba conta com três empresas de ônibus urbanos, sendo elas: ETT Carapicuíba, Del Rey Transportes e Viação Osasco – Filial (Antiga Himalaia). A ETT Carapicuíba e a Del Rey Transportes fazem linhas municipais ligando os bairros ao centro (Estação Carapicuíba) ou a Estação General Miguel Costa em Osasco (antiga Estação quilômetro 21) e intermunicipais ligando a cidade as cidades de Osasco, Barueri, Cotia, São Paulo e Santana de Parnaíba. A Viação Osasco opera apenas linhas intermunicipais.

Além dos ônibus, a município conta com o sistema ferroviário no transporte de passageiros, realizado pela CPTM, através da Linha 8–Diamante,

compreendendo o trecho entre as estações Júlio Prestes e Itapevi. A Linha 8 tem 35,28 quilômetros de extensão de Júlio Prestes a Itapevi e vinte estações. Em Carapicuíba, a estação que é administrada desde 1996 pela CPTM, está localizada na Rua Max Zandron.

**Figura 4 - Horários dos trens CPTM - Linha 8 Diamante**

**FAIXAS HORÁRIAS E INTERVALOS PROGRAMADOS ENTRE TRENS**

		Data	Horário	Intervalo (min)
<b>LINHA 8- DIAMANTE</b>	Júlio Prestes - Itapevi	Dias Úteis	4h - 5h	10
			4h - 5h30	8
			5h30 - 9h30	5
			9h30 - 17h15	8
			17h15 - 20h15	6
			20h15 - 24h	10
		Sábados *	4h - 5h45	10
			5h45 - 9h	8
			9h - 20h	8
	Domingos e Feriados *	20h - 24h	12	
		4h - 22h	10	
	Itapevi - A. Buenc	Dias Úteis	22h - 24h	15
			4h - 24h	30
4h - 24h			30	
Sábados *	4h - 24h	30		
	Domingos e Feriados *	4h - 24h	30	

Obs: A circulação dos trens é realizada com base em intervalos médios programados, sujeitos às condições operacionais.

**Fonte:** CPTM, 2017.

### 1.5.6. Segurança

O município de Carapicuíba possui um sistema integrado de prevenção, coação, justiça, defesa dos direitos, saúde e social, que envolve um conjunto de órgãos de atuação em nível estadual e municipal. Não se trata de uma unificação, e sim de instituições diversas e autônomas, em que cada qual cumpre sua responsabilidade, mas trabalham de forma integrada. As Tabelas 18 a 20 mostram a relação das instâncias governamentais, nos níveis estadual e municipal, respectivamente, comprometidas com a segurança pública da cidade.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



**Tabela 18 - Órgãos estaduais de segurança - Polícia Civil**

POLÍCIA CIVIL				
NOME	ENDEREÇO	BAIRRO	CEP	TELEFONE
Delegacia de Polícia Seccional de Carapicuíba	Av. General Teixeira Lott, 239	Jd. Tucunduva	06317-340	4184-2345
1º Distrito Policial de Carapicuíba	Av. Rui Barbosa, 1582	Vi. Caldas	06311-001	4184-2616
2º Distrito Policial de Carapicuíba	Av. Sul Americana, 360	Vi. Sul Americana	06397-030	4181-2725
3º Distrito Policial de Carapicuíba	R. Araguari, 24	Cohab	06327-130	4187-4500
DDM – Delegacia de Polícia de Defesa da Mulher de Carapicuíba	Av. Rui Barbosa, 1582	Vi. Caldas	06311-001	4187-7183

Fonte: Urbatec, 2017.

**Tabela 19 - Órgãos estaduais de segurança - Polícia Militar**

POLÍCIA MILITAR				
NOME	ENDEREÇO	BAIRRO	CEP	TELEFONE
33º BPM/M do Município de Carapicuíba	Av. Comendador Dante Carraro, 333	Arisotn	06395-010	4169-6218
1ª Cia. do 33º BPM/M do Município de Carapicuíba	Estr. do Gopiúva, 1661	Pq. Jandaia	06320-290	4207-1916
2ª Cia. do 33º BPM/M do Município de Carapicuíba	Av. Amazonas, 40	Cohab	06327-270	4184-5042

Fonte: Urbatec, 2017.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



**Tabela 20 - Órgãos municipais de segurança**

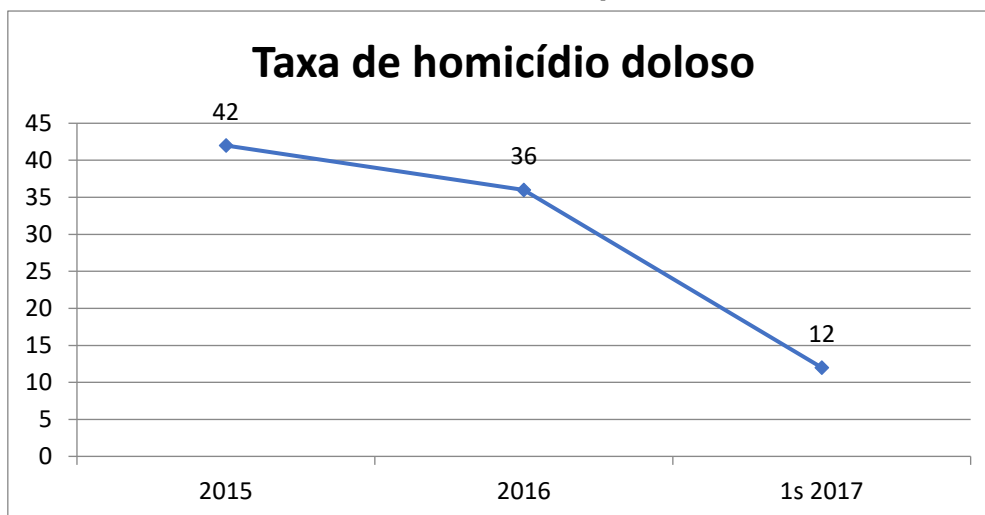
SEGURANÇA PÚBLICA MUNICIPAL				
NOME	ENDEREÇO	BAIRRO	CEP	TELEFONE
<b>GCM - Guarda Civil Municipal</b>	R. Serra dos Cristais, 128	Jd. Planalto	06362-110	4183-7501
<b>Basa da GCM - Ariston</b>	Av. Bárbara Hypolito Capriotti, s/n	Ariston	06395-000	s/n
<b>COMDEC - Coordenadoria Municipal da Defesa Civil</b>	R. Xapuri, 420	Aldeia	06343-020	4146-5810

Fonte: Urbatec, 2017.



Quanto às ocorrências registradas, o Gráfico 4 mostra queda da taxa de homicídio doloso, no período de 2015 a 2017. As taxas de delito são definidas para cada 100 mil habitantes, segundo dados da Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo.

**Gráfico 4 - Taxa de homicídio doloso por 100 mil habitantes**



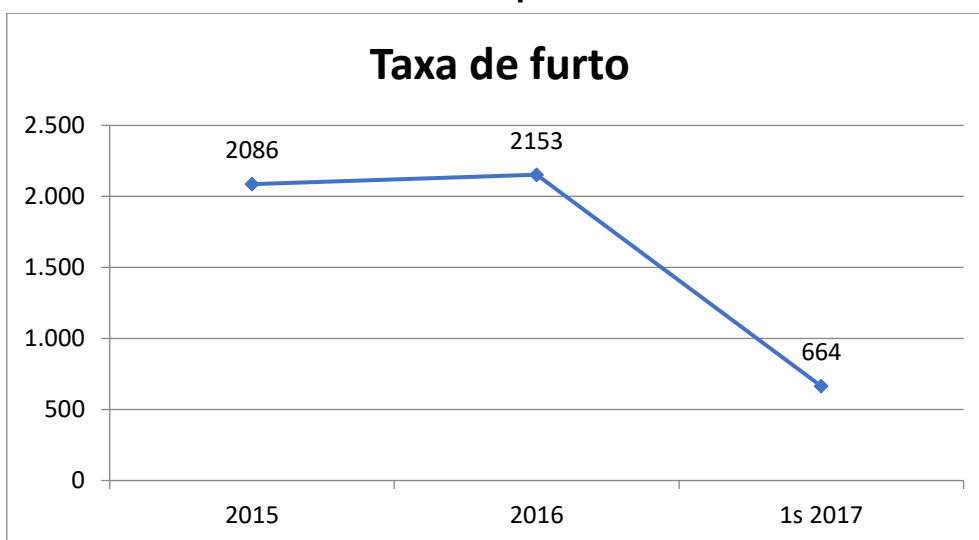
**Fonte:** Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo, 2017.

Observando e interpretando os dados que foram expostos acima no Gráfico 4, nota-se que, em 2017, a taxa de homicídio doloso foi a mais baixa dentro do período compreendido nos últimos 3 anos. Se analisarmos os dados que foram disponíveis até o momento de 2017, que compreende os meses de janeiro a abril temos 12 homicídios dolosos, no mesmo período do ano de 2016, foram registrados 16 homicídios e em 2015, foram registrados 18.

Abaixo, o Gráfico 5 reflete a taxa de furtos no município, também correspondente ao período de 2015 a 2017. Observa-se certa estabilidade no índice, no período de 2015 a 2017, sendo que a situação de redução dos furtos seria a ideal.



**Gráfico 5 - Taxa de furto por 100 mil habitantes**

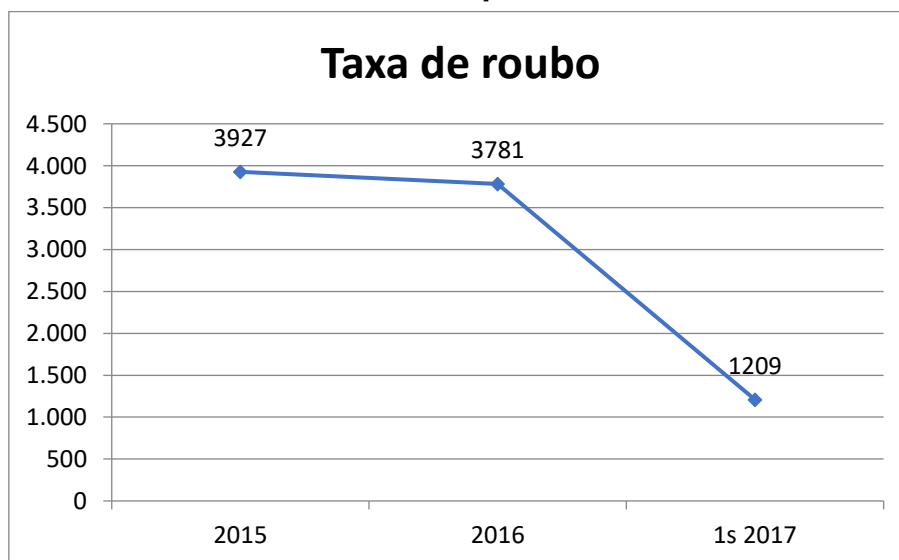


**Fonte:** Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo, 2017.

Comparando os dados disponibilizados até o momento neste ano de 2017, que compreende os meses de janeiro a abril, com os demais anos, 2015 e 2016, no mesmo período, temos os seguintes números referente a taxa furto: 2017 – 664 furtos; 2016 - 783 furtos e 2015 - 550 furtos.

Quanto à taxa de roubos (Gráfico 6), pode-se notar que houve uma ligeira queda no nos índices de taxa de roubo, o que não se descarta a necessidade de uma ação conjunta efetiva sugerindo planejamento para uma maior inibição dessas ocorrências.

**Gráfico 6 - Taxa de roubo por 100 mil habitantes**





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo

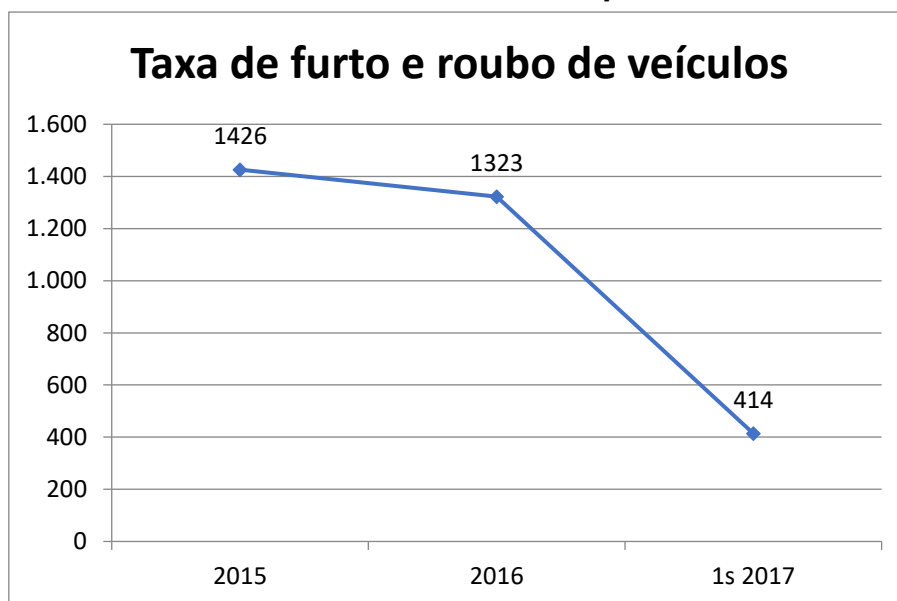


**Fonte:** Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo, 2017.

Levando em consideração o período disponibilizado para o ano de 2017, compreendido entre os meses de janeiro a abril, houve uma queda nos crimes cometidos e registrados quanto ao roubo. Em 2015, referente aos meses em questão, haviam sido cometidos 1.429 crimes desta natureza, já em 2016, foram registrados 1.278, enquanto para o mesmo período em 2017, foram apresentados 1.209.

A taxa de furto e roubo de veículos (Gráfico 7) também acompanha a taxa de roubos, com leve queda nos últimos 3 anos. No período de janeiro a abril de 2017, foram registradas 394 ocorrências de furto e roubo, no mesmo período em 2016, foram apresentados 445 casos, enquanto em 2015, foram registradas 459 ocorrências.

**Gráfico 7 - Taxa de furto e roubo de veículo por 100 mil habitantes**



**Fonte:** Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo, 2017.

Embora a interpretação dos dados deva se dar com prudência, pois são de um retrato de processo social e notificação de crimes sujeitos a confiabilidade, e não uma reprodução fiel do universo criminal, estudos do IBGE, juntamente com a Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo, revelaram, em janeiro de 2014, uma relação das cidades do Estado com as maiores taxas de homicídios por 100 mil habitantes, sendo que de acordo com matéria veicula em





## **Prefeitura de Carapicuíba**

Secretaria de Cultura e Turismo



2015 pela Revista Exame, publicada em 24/08, tendo como base dados estatísticos da Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo (SSP/SP), divulgou as 10 cidades mais violentas do estado, com mais de 100 mil habitantes e Carapicuíba não aparece entre elas. Este reflexo se dá pelos investimentos que a cidade realizou no quesito segurança pública nos últimos anos. Planejamentos e ações conjuntas devem ser constantes para que cada vez mais diminuam estes índices e faça com que a cidade apresente aos seus moradores e visitantes a sensação de segurança.



## **CAPÍTULO 2 – ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA**

O Inventário Turístico de Carapicuíba teve por objetivo, levantar, identificar e registrar informações a respeito dos atrativos e recursos turísticos (histórico-culturais, rurais e naturais), atividades culturais, técnico-científicas e econômicas relevantes, bem como os equipamentos e serviços turísticos, infraestrutura básica do município (saúde, educação, transporte, segurança, bancos, etc.), infraestrutura de apoio ao turismo, entre outras variáveis como, mão-de-obra, entidades de classe, características socioeconômicas, tecnológicas, além de outros elementos fundamentais que determinam a dimensão da sua oferta turística.

Com este levantamento é possível dar maior subsídio aos gestores públicos e instâncias de governança responsáveis pelo planejamento turístico municipal pautado na sustentabilidade, e também pode ser utilizado como base de informações atualizadas aos profissionais que atuam junto ao turismo. Além disso, o documento também pode atender a estudantes, pesquisadores e docentes, bem como empresários, imprensa e munícipes que necessitem de informações sobre o município.

A partir das informações colhidas, que é o resultado da revisão e atualização de documentos anteriores, e que refletem a dinâmica contemporânea da economia do turismo em Carapicuíba, o atual trabalho apresenta uma gama de informações primordiais para se conhecer e destacar o potencial turístico que o Destino Carapicuíba dispõe, além de permitir que o município se transforme em um MIT – Município de Interesse Turístico, título concedido pelo Governo do Estado de São Paulo, e, com isso, ter acesso a recursos direcionados para investimentos no setor.

Desenvolver as potencialidades turísticas de cada região é impossível sem planejamento e planejar exige consistência e confiabilidade de dados como base para análises e decisões acertadas. É sobre esse tipo de informações geradas



pelo inventário que se deve debruçar – estudá-las e extrair-lhes os elementos que devem subsidiar diagnósticos e prognósticos mais precisos.

Este capítulo do Diagnóstico Turístico tem por objetivo analisar e quantificar a distribuição da atividade turística no município de Carapicuíba, de acordo com a segmentação do turismo, com o trade turístico municipal e outras informações relevantes ao seu desenvolvimento, de forma a servir como uma base de dados confiável à elaboração do diagnóstico turístico do município e, futuramente, nos estudos consequentes.

## **2.1. Atrativos e Recursos Turísticos**

De acordo com Barreto (2003) apud Boullón o planejamento tem de levar em considerações as terminologias empregadas no desenvolvimento turístico de um determinado local, desta forma diversos conceitos e termos surgem para identificar os elementos deste processo, Área turística, Atrativos Turísticos, Centros Turísticos, Centro de Apoio, Ciclo Vital, Recursos Turísticos, Complexos Turísticos, Oferta Turística entre outros.

Um atrativo turístico é composto de “locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los. Os atrativos turísticos podem ser naturais; culturais; atividades econômicas; eventos programados” (BRASIL, MTUR, 2007b, p.27). O atrativo “é o elemento que desencadeia o processo turístico” (VALLS, 2006, p. 27), ou seja, a matéria-prima do turismo sem a qual um país ou uma região não poderiam empreender o desenvolvimento turístico (BOULLÓN, 2002).

Para Beni (2003), é “todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los”.

O atrativo turístico é um dos principais componentes do sistema de turismo, pois é ele o fator motivador do deslocamento. Contudo, é importante diferenciar atrativos de recursos, como aponta Gunn (1993 apud UFMS, 2006) “os recursos naturais, culturais, etc. são o fundamento para o desenvolvimento



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



posterior da atração”, isto é, o atrativo turístico passa a existir a partir do momento que são fornecidas as condições necessárias para que seja conhecido. Essas condições podem ser entendidas como acesso, serviços de alojamento, restaurantes, transportes, dentre outros.

Os atrativos turísticos podem ser classificados em naturais, culturais, manifestações e usos tradicionais e populares, realizações técnicas e científicas contemporâneas e acontecimentos programados (BENI, 2003).

Por se constituir em um dos principais elementos do turismo, o atrativo turístico deve ser utilizado de maneira racional e sustentável, as intervenções realizadas devem estar de acordo com a legislação ambiental e cultural vigentes, conciliando os interesses dos proprietários, turistas e da comunidade local.

Em Carapicuíba, de acordo com o Inventário da Oferta Turística, este segmento possui grande relevância e diversificação, levando em consideração que todos os pontos de desenvolvimento turístico foram considerados como Atrativos Turísticos e não Recursos.

O fato de classificar a gama de produtos turísticos como Atrativos no município, significa que, apesar de Carapicuíba não ter, até o momento desta pesquisa, programas para difundir a atividade, ou um fluxo real e constante de turistas, os locais que possuem potencial de atratividade também possuem infraestrutura básica necessária para o desenvolvimento da atividade, e, muitas das vezes, já realizam, mesmo que timidamente, ações de visitação, eventos e manifestações de atração regional e estadual, e até federal.

Desta forma, a tabela abaixo apresenta a segmentação dos Atrativos Turísticos de Carapicuíba e sua quantificação, perante a análise da oferta turística.

**Tabela 21 - Atrativos Turísticos de Carapicuíba**

<b>SEGMENTO</b>	<b>QUANTIDADE DE ATRATIVOS</b>
ATRATIVOS CULTURAIS	9
ECOTURISMO	5



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



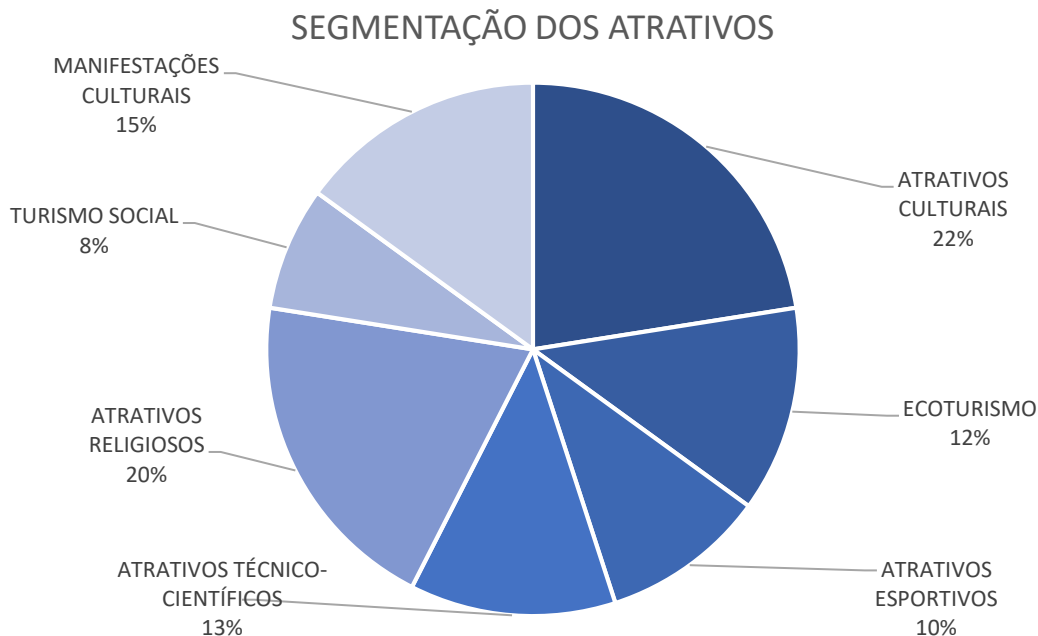
ATRATIVOS ESPORTIVOS	4
ATRATIVOS TÉCNICO-CIENTÍFICOS	5
ATRATIVOS RELIGIOSOS	8
TURISMO SOCIAL	3
MANIFESTAÇÕES CULTURAIS	6

Fonte: Urbatec, 2017.

A partir deste levantamento é possível afirmar que o município de Carapicuíba possui 40 Atrativos turísticos, sejam eles em estado de exploração ou de potencialidade, divididos em 7 segmentos distintos, revelando a diversidade de oferta que a cidade possui quando o assunto é turismo.

O gráfico abaixo nos auxilia a entender melhor esta divisão dos segmentos turísticos municipais.

**Gráfico 8 - Segmentação dos Atrativos Turísticos**



Fonte: Urbatec, 2017.

Como podemos observar no gráfico os Atrativos Culturais (22%) representam a maior concentração de opções de desenvolvimento turístico para Carapicuíba, seguido pelos Atrativos Religiosos (20%) e Manifestações Culturais



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



(15%), entretanto, também são oportunidades, os Atrativos Técnico-Científicos (13%), o Ecoturismo (12%), os Atrativos Esportivos (10%) e o Turismo Social (8%).

O Ministério do Turismo (2008, p.15) conceitua turismo cultural como “a 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”. Nesta conceituação está clara a definição das atrações que são classificadas como culturais, correspondentes ao patrimônio cultural de uma localidade. É nesse aspecto que Carneiro (2010) mostra que a utilização de conceitos voltados para a oferta não devem inviabilizar as motivações da demanda, pois os turistas, tidos como culturais, possuem como principal motivação o desejo de entrar em contato com diferentes culturas, visitando os elementos representativos do patrimônio de uma determinada comunidade (conjuntos arquitetônicos, sítios arqueológicos, danças típicas, religiosidade, gastronomia, o artesanato, a musicalidade, performances artísticas).

Em Carapicuíba, os Atrativos Culturais são representados pela Aldeia de Carapicuíba, Teatro Municipal Jorge Amado, Centro Unificado Ariston, Complexo Esportivo Vereador Edmundo Alves de Oliveira (FUCA), Praça das Bandeiras, Praça Anita Caldas, Praça Padre Kirano, Calçadão de Carapicuíba e Plaza Shopping Carapicuíba.

Entre estes pontos identificados a Aldeia de Carapicuíba se apresenta como o principal atrativo turístico do segmento, e devido ao grau de importância que representa, o responsável por atrair o maior fluxo de visitantes ao município. A Aldeia de Carapicuíba foi tombada em 1941, hoje é patrimônio nacional pelo IPHAN, tida então como único exemplo de antiga aldeia de jesuítas, servindo como memória ao resgate de um capítulo de nossa história indígena, jesuítica, bandeirista, raiz missionária da religião e do folclore nela caracterizada, marca da conquista e da perseverança de um povo.

Os atrativos Teatro Municipal Jorge Amado, Centro Unificado Ariston, Complexo Esportivo Vereador Edmundo Alves de Oliveira (FUCA), Praça das



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Bandeiras, Praça Anita Caldas e Praça Padre Kirano foram tomados como culturais devido à sua história estar intrinsecamente ligada à história do município, além do fato dos eventos que são realizados nestes locais disseminarem cultura em suas mais diversas formas atraindo visitantes e fluxo de pessoas. Ainda os atrativos identificados como Calçadão de Carapicuíba e Plaza Shopping Carapicuíba são protagonistas no segmento de Compras no município, além de possuir facilidades ao desenvolvimento da atividade turística em sua estrutura e proximidades, como bancos, correios, restaurantes e meios de hospedagem.

Ainda como complementar ao Turismo Cultural, as Manifestações Culturais do município de Carapicuíba identificadas como responsáveis de mover considerável fluxo de visitantes ao município foram: Amigos da Viola, Festa Nordestina, Festa de Santa Cruz, Encenação da Paixão de Cristo, Corpus Christi e Carnaval da Aldeia.

O conceito de "turismo religioso", segundo Serrallonga e Hakobyam (2011, apud FARIAS, 2013) tem sido objeto de discussão entre os cientistas e estudos não só o mundo do turismo e as instituições sociais, mas também por etnógrafos, antropólogos, sociólogos, geógrafos, economistas.

A denominação do turismo como religioso encerra várias discussões, que surgem na tentativa de compreender sua identidade, suas motivações, entre outros aspectos que o envolvem. Sob esse enfoque, o turismo religioso, assim como o próprio turismo, apresenta-se como um fenômeno múltiplo, de caráter complexo, abrangendo diferentes significados e motivações e podendo ser analisado e compreendido por meio de abordagens diversas (SCHNEIDER e SANTOS, 2012; CHRISTOFFOLI, 2007; DIAS, 2010, apud FARIAS, 2013).

Levando em consideração a devoção e fé de parte dos visitantes e turistas que frequentam o município de Carapicuíba, os atrativos aqui identificados, por sua singularidade, ou por sua capacidade de atração de fiéis e devotos, independente do credo ou origem, foram: Paróquia Nossa Senhora Aparecida, Igreja Universal, Paróquia Santa Rita de Cássia, Paróquia São Lucas Evangelista,





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Paróquia São Roque, Paróquia São Paulo Apóstolo, Congregação Cristã no Brasil e Paróquia Nossa Senhora das Graças.

O Turismo de Estudos e Intercâmbio 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.

Devido à força das universidades e polos de educação do município de Carapicuíba, este segmento apresenta grande potencialidade, seja com eventos acadêmicos abertos à comunidade propiciados por estas entidades, seja pelo fato de atrair estudantes da região com sua grande diversidade de áreas de estudo.

Desta forma, os atrativos técnico-científicos identificados foram: ETEC de Carapicuíba, FATEC de Carapicuíba, SESI – CE 077 Carapicuíba, Faculdade Nossa Cidade – Unidade Estácio Carapicuíba e Faculdade da Aldeia de Carapicuíba.

A ETEC e a FATEC de Carapicuíba possuem uma alta diversidade de cursos, ambas estão localizadas na mesma estrutura, apesar de terem duas administrações e logísticas distintas. De acordo com informações coletadas no local, o grande destaque para a atividade turística destes atrativos são os eventos realizados por suas administrações, sendo os principais eventos da ETEC o Festival de Talentos (Dança, Teatro, Stand up, etc.), Primavera do Saber (Troca de livros), Festival de animações (curso de comunicação visual com pequenas animações de 1 minuto em média); e da FATEC a Semana da Tecnologia, FATEC Game Week, FATEC Solidária e FATEC Game Jam, sendo este último evento responsável por levar consigo o nome da cidade no mundo dos jogos digitais, segmento que apresenta crescimento vertente nos dias de hoje.

O SESI – CE 077 Carapicuíba, talvez seja o único recurso turístico que o município de Carapicuíba possui. Devido à sua recente instalação, e a sua nomenclatura e destinação a ser um Centro Educacional, o local não possui uma grade de eventos e abrange apenas ensinos fundamental e médio.

A Faculdade Nossa Cidade – Unidade Estácio, mesmo que timidamente, é responsável por atrair um fluxo considerável de visitantes ao município, a grande





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



parcela que se desloca até este local tem por objetivo cursos de qualidade nas mais variadas áreas de estudo, porém, a FNC realiza alguns eventos anuais que atraem a população e visitantes, como por exemplo o Natal Solidário, a Feira do Empreendedorismo, e Jornadas, Simpósios entre outros apenas para alunos.

A Faculdade da Aldeia de Carapicuíba seja, talvez, o principal elemento deste grupo de atrativos. A Faculdade foi instalada em um antigo sanatório e possui diversos azulejos restaurados e pontos históricos em seu interior. Diversas matérias já foram gravadas ou escritas sobre o local, auxiliando no despertar da curiosidade de visitantes pelo município. Além dos cursos que atraem pessoas não residentes de Carapicuíba, a FALC realiza eventos abertos ao público periodicamente, como por exemplo o Dia do Advogado, a Semana Cultural, Dia específicos para os cursos, Festa Junina. Por fim, é possível agendar a visita que é feita a pé, ou em trenzinho especial adaptado sobre rodas no caso de visitas infantis.

O ecoturismo ou turismo ecológico é a atividade turística que se desenvolve sem alterar o equilíbrio do Ambiente, evitando assim danificar a natureza. Trata-se de uma tendência que procura compatibilizar a indústria turística com a ecologia.

Ou seja, o ecoturismo, está associado a um sentido da ética, uma vez que, para além do desfrute do viajante, procura promover o bem-estar das comunidades locais (receptoras do turismo) e a preservação do meio natural. O turismo ecológico também procura incentivar o desenvolvimento sustentável (isto é, o crescimento atual que não ponha em risco as possibilidades futuras).

Embora não existam Atrativos Naturais propriamente ditos em Carapicuíba, o município possui alguns parques ecológicos construídos, onde é possível a realização de práticas voltada a este perfil de viajante. Estes são representados pelo Parque Estadual Gabriel Chucre, Parque Ecológico dos Paturis, Parque Ecológico da Aldeia, Parque Ecológico Planalto e Parque do Jandaia.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



O turismo de esportes compreende as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas.

O conceito de turismo esportivo descreve um segmento constituído por programas e atividades com fins específicos de promover a prática de esportes por amadores ou profissionais, sendo uma atividade tradicional no tempo livre e de férias. Contando ainda com a incorporação de novos esportes, sobretudo os de aventura.

Neste segmento foram identificados os grandes palcos de competições esportivas no município, responsáveis pela atração de equipes e convidados para estes eventos, como o Ginásio Poliesportivo Ayrton Senna, o Estádio Niterói e o Centro Poliesportivo Tancredo Neves. Ainda, como uma atividade esportiva alternativa às tradicionais, foi identificado a equoterapia, tendo por atrativo a Hípica Santa Terezinha responsável por atrair pessoas residentes e não residentes de Carapicuíba conveniados com o espaço. Existindo ainda a pretensão de implantar o hipismo no ano de 2018, potencializando assim a sua capacidade de atração de visitantes.

Por fim, o Turismo Social é a forma de conduzir e praticar a atividade turística promovendo a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão.

Este segmento surge para que todos tenham oportunidade de participar dos benefícios econômicos da atividade turística, com vistas a uma distribuição de renda e riqueza mais igualitária.

Em Carapicuíba as Associações que lidam com pessoas em situação de vulnerabilidade fazem este papel, seja por atividades agendadas e monitoradas com visitantes, seja por intermédio de seus eventos beneficentes. Tendo por protagonistas identificados a Oca Escola Cultural, a Associação Santa Terezinha e a Associação São Joaquim de apoio à maturidade.



## 2.2. Trade Turístico

Além dos atrativos e recursos turísticos em um município que já corroboram para o fluxo de pessoas em determinado destino, é necessário a este, possuir uma série de serviços e infraestruturas de apoio para torna-lo mais atrativo.

A oferta turística se refere a tudo que compõe o produto turístico, ou seja, o que pode ser incluído no consumo turístico (como bens, serviços públicos e serviços privados prestados ao turista), recursos naturais e culturais, eventos, etc., e que desagrupado possui pouco valor turístico. (DORTA, 2015)

De acordo com a EMBRATUR (1995), o trade turístico é formado por organizações privadas e governamentais atuantes no setor de "Turismo e Eventos" como os Hotéis, Agências de Viagens especializadas em Congressos, Transportadoras Aéreas, Marítimas e Terrestres, além de Promotores de Feiras, Montadoras e Serviços Auxiliares (tradução simultânea, decoração, equipamentos de áudio visuais, etc.)

Desta forma é possível compreender que o conjunto de empresas que, de alguma maneira, ofertam serviços aos turistas, são intitulados de Trade Turístico.

No que diz respeito ao município de Carapicuíba, podemos afirmar, com base no levantamento de informações e na base de dados gerados pelo Inventário da Oferta Turística, que o município possui déficits em sua infraestrutura de serviços para complementar sua oferta turística. Um fato a ser levado em consideração é a não difusão da atividade turística como uma das alternativas econômicas ao desenvolvimento do município, e sua potencialidade de geração de emprego e renda ao destino. O baixo fluxo de visitantes e a grande competitividade com cidades próximas por investimentos do setor privado, fazem com que o trade turístico da cidade ainda não atinja níveis satisfatórios.

Desta forma, a tabela abaixo tem por objetivo quantificar os serviços identificados no processo de inventário da oferta turística, servindo como base ao prosseguimento das análises setoriais do Trade Turístico de Carapicuíba.

**Tabela 22 - Trade Turístico de Carapicuíba**

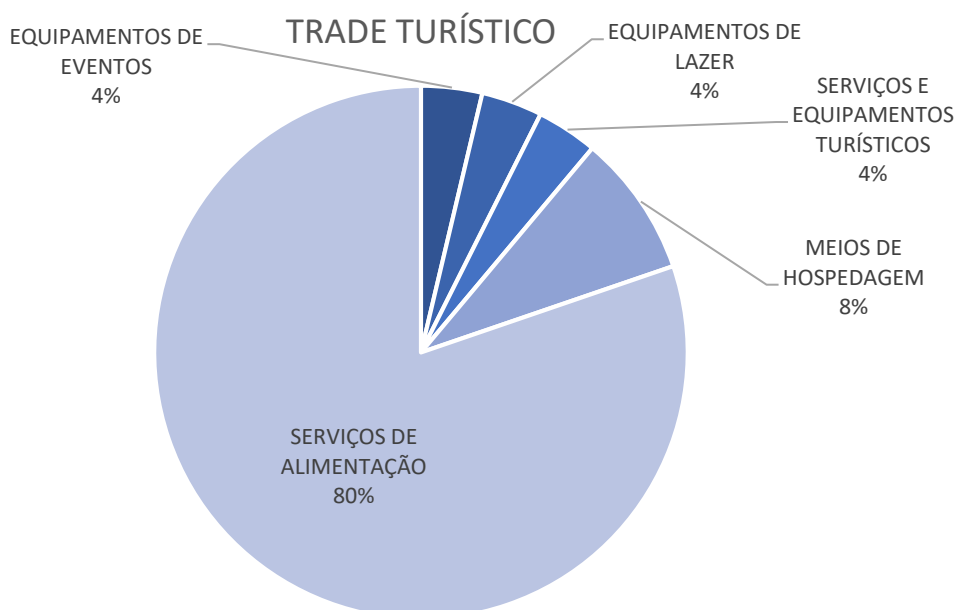
SEGMENTO	QUANTIDADE INVENTARIADA
EQUIPAMENTOS DE EVENTOS	3
EQUIPAMENTOS DE LAZER	3
SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS	3
MEIOS DE HOSPEDAGEM	7
SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO	65

**Fonte:** Urbatec, 2017

A partir deste levantamento é possível afirmar que o município de Carapicuíba possui 81 elementos pertencentes ao Trade Turístico municipal, dividido nas categorias de Equipamentos de Eventos, Equipamentos de Lazer, Serviços e Equipamento Turísticos, Meios de Hospedagem e Serviços de Alimentação.

O gráfico abaixo nos auxilia a entender melhor esta divisão dos elementos do trade turístico municipal.

**Gráfico 9 - Divisão dos Elementos do Trade Turístico**



**Fonte:** Urbatec, 2017



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Como é possível analisar no gráfico acima, do trade turístico inventariado de Carapicuíba 80% diz respeito aos serviços de alimentação, 8% aos meios de hospedagem, 4% aos equipamentos de eventos, 4% aos equipamentos de lazer e 4% aos serviços e equipamentos turísticos.

Em relação aos equipamentos de eventos de Carapicuíba, foram listados alguns devido a sua localização estratégica, ou a realização de eventos com maior periodicidade, entre eles, foram mapeados o Rancho da Hípica, que conta com uma programação intensa de shows de renomados artistas brasileiros, o Rancho da Viola localizado na Aldeia de Carapicuíba e o Forró Nova Praça.

Quanto aos equipamentos de lazer, em suas análises conceituais do lazer, Dumazedier (1973, p. 34) o compreende como, [...] um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou ainda para desenvolver sua formação desinteressada, sua participação social voluntária, ou sua livre capacidade criadora, após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais.

Em Carapicuíba, este segmento é representado por alguns itens presentes no Plaza Shopping Carapicuíba, sendo o Cinépolis e o Fantasy Park, visto que outros itens também entrariam como equipamentos de lazer em outros estudos, e que neste, devido as suas peculiaridades foram enquadrados como atrativos turísticos.

Os Serviços e Equipamentos turísticos são itens de extrema importância ao desenvolvimento turístico, visto que são formas de facilitar a integração entre os atrativos e outros serviços do trade turístico. No município de Carapicuíba foram listados 3 destes, sendo as agências de turismo emissivo presentes no município: CVC, Oca Viagens e Afontur, e talvez um dos itens que marcam o diferencial do município na oferta de serviços, o Helipark, intitulado de o maior Heliponto da América Latina, com capacidade de operar cerca de 50 helicópteros simultaneamente.



## **Prefeitura de Carapicuíba**

Secretaria de Cultura e Turismo



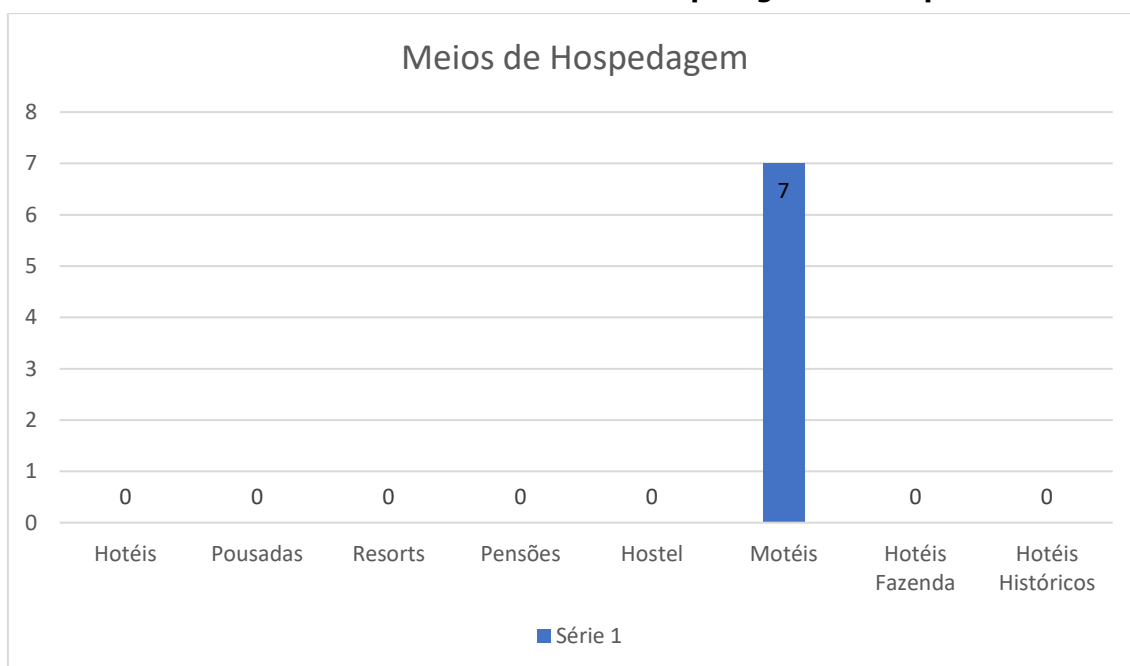
A empresa hoteleira constitui um dos elementos essenciais da infraestrutura turística, sendo um dos suportes básicos para o desenvolvimento do turismo em uma determinada região ou país. É necessária a criação de redes de hotéis e similares capazes de satisfazer as necessidades, tanto da demanda interna quanto da demanda externa, mantendo os padrões de qualidade e conforto que são exigidos pelos diferentes segmentos.

O Ministério do Turismo desenvolveu para esta categoria o SBClass ou Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem, sendo “um importante passo para possibilitar a concorrência justa entre os meios de hospedagem do país e auxiliar os turistas, brasileiros e estrangeiros, em suas escolhas.”. (BRASIL, 2010).

De acordo com este sistema temos a divisão dos meios de hospedagem nas seguintes categorias, Hotel, Resort, Hotel Fazenda, Cama & Café, Hotel Histórico, Pousada e Flat/Apart-Hotel. Entretanto outros meios de hospedagem também são válidas de acordo com o CADASTUR, programa de cadastro dos serviços turísticos na plataforma do Ministério do Turismo, sendo os Albergues, Pensões, Hostels, Motéis, entre outros.

O município de Carapicuíba possui certo déficit na diversidade de serviços de hospedagem, e na capacidade de acolhimento em leitos, sendo 484 a capacidade máxima de hospedagem em pessoas no município. O gráfico abaixo explora a diversidade de serviços de hospedagem na cidade.

**Gráfico 10 - Diversidade dos Meios de Hospedagem de Carapicuíba**



**Fonte:** Urbatec, 2017

Como é possível analisar, a diversidade de tipos de meios de hospedagem em Carapicuíba é inexistente, a cidade conta apenas com 7 motéis.

**Motéis:** motel é um estabelecimento de hospedagem geralmente localizado às margens de rodovias, com aposentos mobiliados e uma gama de serviços pessoais menos variada que a de um hotel convencional, destinado principalmente ao pernoite de pessoas durante suas viagens terrestres. (BRASIL; UNICAMP, 2006, p.18)

Este dado é extremamente para os debates do desenvolvimento turístico municipal, de certa forma, a falta de diversidade de produtos na área de meio de hospedagem, são empecilhos. Hoje a oferta já não supre a demanda, os motéis citados não trabalham com sistema de diárias e apenas de pernoite, ocasionando que diversas pessoas que viajam ao município pelos mais variados motivos, acabam por se hospedar em outros municípios próximos.

Segundo o Inventário da Oferta Turística de Carapicuíba o setor de alimentações é o mais bem diversificado do trade turístico municipal e conta com 65 itens mapeados.

Segundo o Ministério do Turismo (2006), os serviços de alimentação chamam a atenção pelos seguintes aspectos:



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo

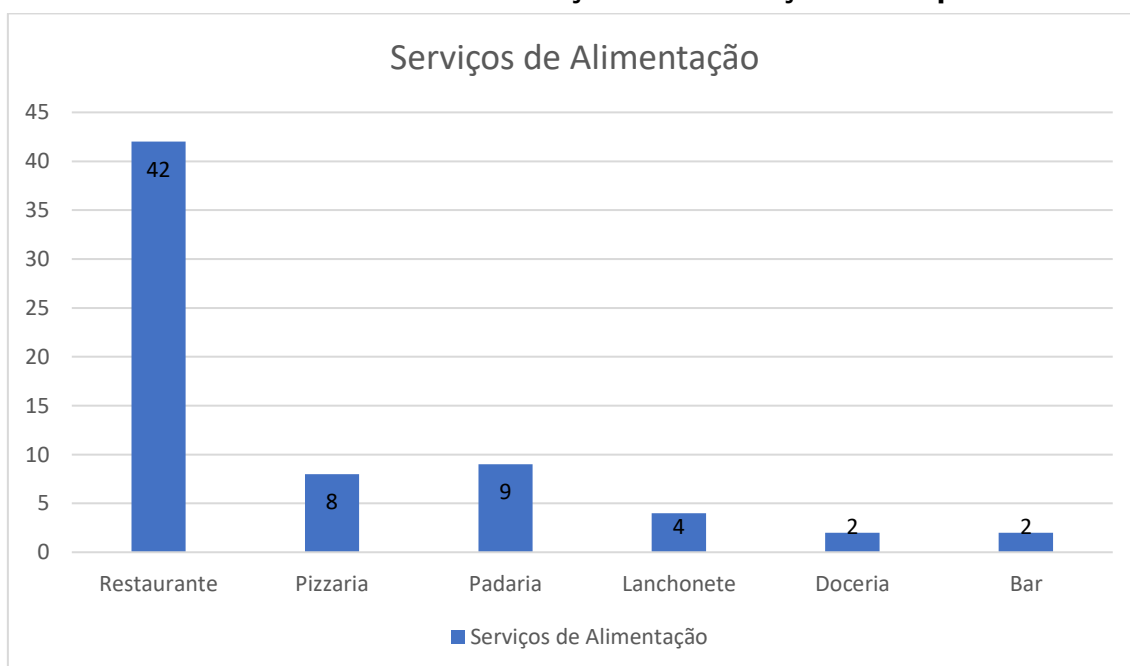


- É um setor intensivo em mão-de-obra, portanto importante na geração de empregos;
- Abrange tanto turistas como residentes;
- É inerente à a atividade turística;
- Faz parte de um atrativo cultural;
- É um dos tipos de roteiros turísticos (gastronômico);
- Pode ser considerado uma atividade peculiar no que se refere a saúde de turistas e população local.

Este segmento é composto por uma diversidade de empreendimentos, entre eles, restaurantes, bares, cafés, lanchonetes, casas de chá, confeitarias, sorveterias, padarias, cantinas, quiosques, barracas. Tais empreendimentos que podem estar localizados em diversos espaços: shopping centers, hotéis, praias, campo, centros de cidades, hospitais, escolas, dentre outros. (BRASIL; UNICAMP, 2006).

A distribuição dos empreendimentos ligados aos serviços de alimentação em Carapicuíba pode ser entendida da seguinte maneira, conforme o gráfico abaixo.

**Gráfico 11 - Diversidade dos Serviços de Alimentação de Carapicuíba**

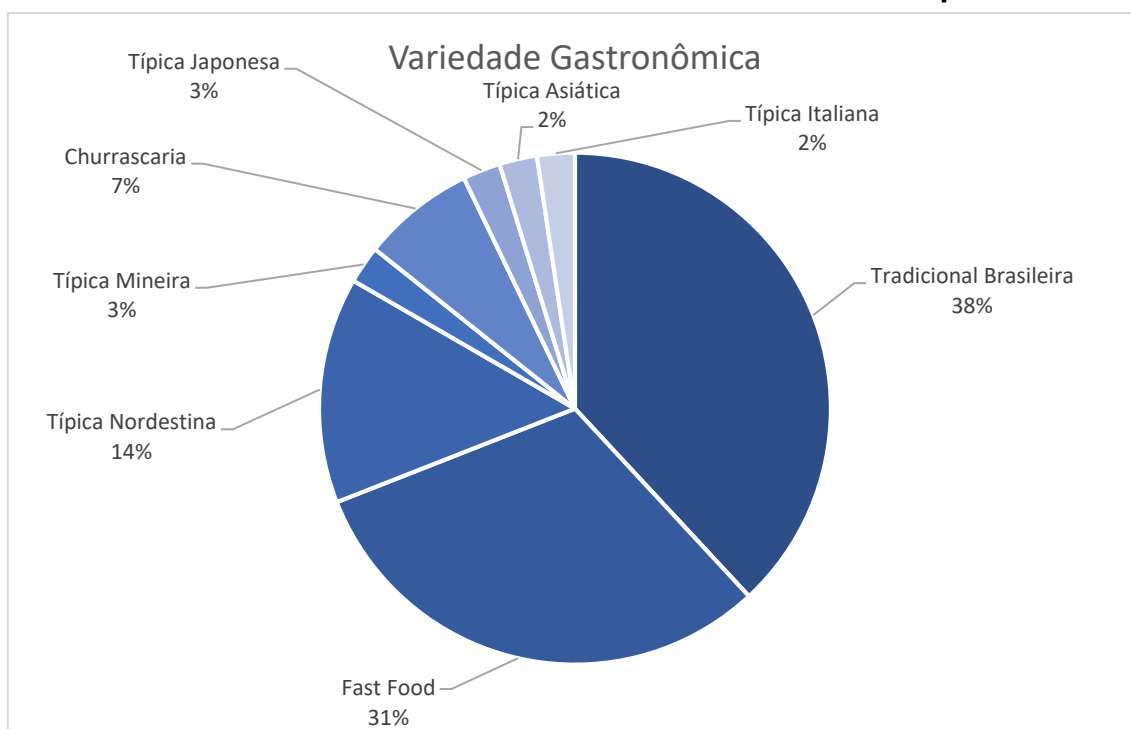


Fonte: Urbatec, 2017



Desta forma, em relação a locais que tenham vocação, facilidade ou alguma ligação com o desenvolvimento da atividade turística, o município de Carapicuíba conta com 2 bares, 2 docerias, 4 lanchonetes, 9 padarias, 8 pizzarias e 42 restaurantes, sendo este último capaz ainda de ser segmentado pelas características gastronômicas dos estabelecimentos, conforme gráfico abaixo.

**Gráfico 12 - Variedade Gastronômica dos Restaurantes de Carapicuíba**



**Fonte:** Urbatec, 2017

Desta forma, podemos compreender um alto índice de variações gastronômicas, onde podemos dar destaque a culinária Típica Nordestina que representa fatia significativa, 14%, da variedade gastronômica dos restaurantes de Carapicuíba.

Por fim, de acordo com o Inventário da Oferta Turística, o município conta com algumas peculiaridades nos Serviços de Apoio ao Turista, que envolvem facilidades e características próprias de um município.

Desta forma a presença de um Poupa Tempo no município pode, em algum momento, ser útil à um visitante que possa sofrer algum tipo de transtorno, como a perda de documentos. Ainda existe uma segurança no quesito de saúde pública para qualquer eventualidade que um turista possa vir a ter



## **Prefeitura de Carapicuíba**

Secretaria de Cultura e Turismo



durante sua estada no município, sendo representada pelo HGC (Hospital Geral de Carapicuíba) e o PSI (Pronto Socorro Infantil), além das outras infraestruturas destinadas ao atendimento de saúde.



## **CAPÍTULO 3 – OFICINA PÚBLICA DE ANÁLISE SWOT**

### **4.1. Metodologia SWOT**

Os procedimentos básicos utilizados para a realização do estudo foram às pesquisas de campo, bibliográfica, documental e em meios eletrônicos, com o objetivo de resguardar o caráter científico do trabalho, assim como teorizar os aspectos defendidos durante a pesquisa e discussão de resultados. Deste modo, durante todo o processo de coleta de dados, foram realizadas simultaneamente consultas que procuraram estabelecer o embasamento teórico que nortearam todo o método de construção da pesquisa, visando estabelecer parâmetros científicos para o desenvolvimento do tema proposto.

É importante destacar que as informações coletadas sobre os atrativos selecionados foram base sobre a qual todo o trabalho foi desenvolvido. Assim, se utilizou o método indutivo de pesquisa, procurando conhecer a realidade do município, para então, traçar projeções ideais e possíveis para o desenvolvimento do turismo no local. Para Parra Filho & Santos (2003, p.77), “o método indutivo vai permitir, a partir de observações, inferir condições e situações gerais e esperadas”. De tal modo, pretendeu-se promover um diagnóstico do desenvolvimento turístico local através da análise SWOT.

A análise SWOT é um sistema simples utilizado para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa ou, neste caso, de segmento, no ambiente em questão. 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.

Para alcançar esse objetivo, fez-se necessária a utilização da proposta de análise de ambiente do método SWOT, que possibilitou o posicionamento da

localidade no cenário turístico atual. Assim, essa metodologia é convenientemente representada pelo seguinte quadro:

**Figura 5 - Quadro de Análise Swot**



**Fonte:** Parra Filho & Santos, 2003

Ela se apresenta basicamente como uma análise de cenário e se divide em ambiente interno (Forças e Fraquezas) e ambiente externo (Oportunidades e Ameaças). As forças e fraquezas são determinadas pela posição atual da Prefeitura e se relacionam, quase sempre, a fatores internos. Já as oportunidades e ameaças são antecipações do futuro e estão relacionadas a fatores externos.

O ambiente interno pode ser controlado pelos dirigentes da empresa, uma vez que ele é resultado das estratégias de atuação definidas pelos próprios membros da organização.

Desta forma, durante a análise, quando for percebido um ponto forte, ele deve ser ressaltado ao máximo; e quando for percebido um ponto fraco, a organização deve agir para controlá-lo ou, pelo menos, minimizar seu efeito. Já o ambiente externo está totalmente fora do controle da organização. Mas, apesar de não poder controlá-lo, a empresa deve conhecê-lo e monitorá-lo com frequência, de forma a aproveitar as oportunidades e evitar as ameaças.

Após estabelecer os componentes da Matriz SWOT, é necessário cruzar as Oportunidades com as Forças e as Fragilidades com as Ameaças, buscando estabelecer estratégias que minimizem e monitorem os aspectos negativos e maximizem as potencialidades, visando a capitalização, o crescimento, a manutenção e a sobrevivência do destino turístico. Isto possibilitará a análise da real situação interna e externa do município em relação às fidedignas possibilidades de implementação de um desenvolvimento turístico para o local.

## 4.2. Oficina Pública do Diagnóstico da Oferta Turística de Carapicuíba

A 1ª Oficina Pública do Plano Municipal de Turismo de Carapicuíba ocorreu no dia 03 de agosto de 2017, às 18:00 horas, na Associação Comercial de Carapicuíba (ACE), localizada na Avenida Sandra Maria, n. 28 – Centro, e contou com a presença de 104 participantes incluindo gestores municipais do turismo, representantes do trade turístico e sociedade civil carapicuibana, conforme anexo 1.

**Figura 6 - Oficina Pública de Análise SWOT -03.08.2017**



**Fonte:** Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, 2017.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Previamente esta Oficina Pública foi dividida em duas etapas, sendo a primeira etapa a Oficina de Diagnóstico da Oferta Turística de Carapicuíba, tendo o intuito de destacar, por meio de Análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) ou FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças), a situação da atividade turística atual e futura, considerando os fatores internos e externos ao seu desenvolvimento. A segunda etapa diz respeito a um momento futuro do processo do Planejamento Turístico Municipal, sendo parte de um próximo volume do PMT (Plano Municipal de Turismo) de Carapicuíba.

Desta forma, com as análises e discussões geradas nesta oficina, conduzidas pelo responsável da empresa Urbatec, Thiago Ferrarezi e pelo Turismólogo da empresa, Murilo Valencise Ziani, suportadas pela equipe da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Carapicuíba, é possível integrar o material obtido nestas oficinas com as análises realizadas pela equipe técnica da empresa durante o período de inventariação da oferta turística e levantamento bibliográfico acerca da atividade no município, de modo que, a elaboração do Diagnóstico da Atividade Turística de Carapicuíba seja um documento realista, que vem de encontro com as noções, necessidades e opiniões dos que vivenciam os impactos da atividade turística na cidade, com um crivo técnico de especialistas na área e no assunto.

Para a realização da oficina, os participantes foram divididos em 12 grupos e cada um deste recebeu 6 folhas de sulfite para a organização do processo. A primeira folha trazia a pergunta "**CARAPICUÍBA** tem potencial para o **TURISMO?**", desta forma os grupos foram instruídos a responder sobre quais os principais locais a serem explorados no desenvolvimento turístico municipal. A segunda folha trazia explicações sobre a metodologia SWOT a ser empregada no decorrer da Oficina realizada. As quatro folhas seguintes tratavam, respectivamente, das Forças, Fraquezas, Oportunidade e Ameaças ao desenvolvimento turístico de Carapicuíba.

Após a distribuição do material aos grupos e as explicações sobre a realização da oficina e sobre a proposta da atividade, foi disponibilizado 20

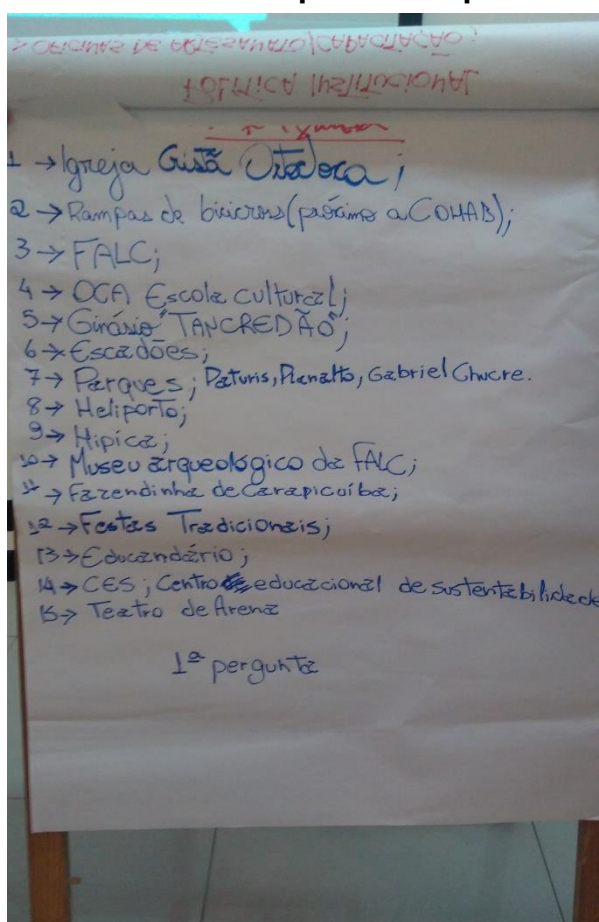


minutos para que os grupos debatessem entre si as respostas de cada item. O material gerado por cada grupo encontra-se anexado ao final deste volume (Anexo 2).

Em sequência, foi solicitado aos grupos que escolhesse um orador, e que de maneira organizada cada um dos oradores dissesse os pontos principais de suas respostas.

Quanto à pergunta “**CARAPICUÍBA** tem potencial para o **TURISMO?**” a resposta foi unânime: “SIM!”.

**Figura 7 - Análise SWOT - Carapicuíba tem potencial turístico?**



Fonte: Urbatec, 2017.

Quanto aos principais pontos elencados pelos grupos como os elementos âncoras ao desenvolvimento turístico municipal foram citados a “Igreja Cristã Ortodoxa”, com características russas, e que apesar de não ser um ponto aberto normalmente à visitação, chama a atenção pela peculiaridade histórica e





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



arquitetônica. As “rampas de bicicross”, a “Falc, e também seu museu arqueológico”, o local já foi um manicômio antes de ser faculdade, e preserva diversos azulejos, traços arquitetônicos e materiais históricos, o “Ginásio Tancredo”, a “Oca Escola Cultural”, os “Escadões”, os “Parques Ecológicos: Paturis, Aldeia, Gabriel Chucre, Jandaia, Planalto, entre outros”, o “Helipark”, sendo o maior heliporto da América Latina, a “Hípica”, que além de atrair visitantes da região para a prática de equoterapia, também realiza diversos shows com artistas renomados, as “Festas Tradicionais”, o “Educandário”, entre outros diversos pontos que os participantes da oficina julgam compor a base do turismo local.

As próximas perguntas diziam respeito ao cenário do turismo local, interno e externo, atual e futuro, chegando assim na elaboração da matriz SWOT do turismo no município de Carapicuíba conforme a tabela abaixo.

**Tabela 23 - Análise SWOT - Oficina Pública**

<b>FORÇAS</b>	<b>FRAQUEZAS</b>
Comércio Ambulante (desde que organizado);	Malha Hoteleira;
Acesso Rodoviário;	Vulnerabilidade Social;
Localização Geográfica;	Trânsito;
Diversidade Cultural;	Segurança;
Helipark;	Estrada da Aldeia;
Mão de obra;	Sinalização Urbana e Turística;
Teatros;	Renda Per Capita;
Plaza Shopping Carapicuíba;	Ausência de Sentimento de
Artistas Locais;	Pertencimento;
Vontade Política;	Iluminação Pública;
Comércio e Associação Comercial	Saneamento Básico;
Fortes;	Recursos Públicos Limitados;
Artesanato;	Pronto Atendimento;
Motoclube;	Acessibilidade;
	Lixo



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo

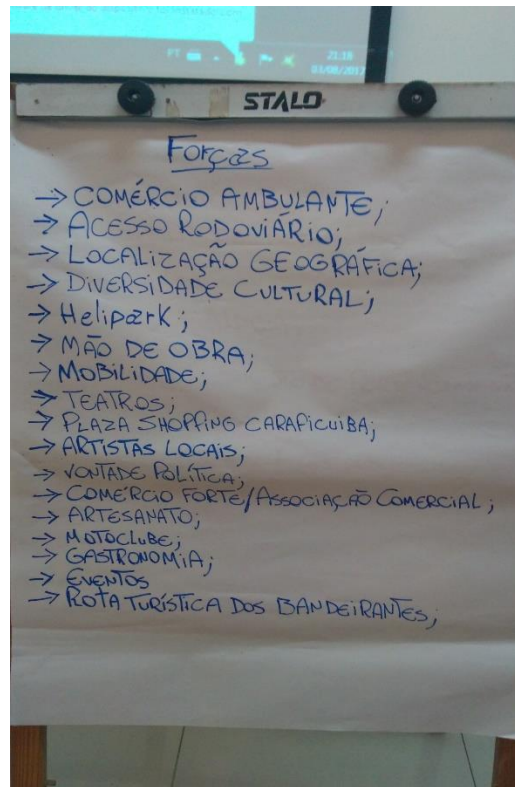


Gastronomia; Eventos; Ser integrante da Rota Turística dos Bandeirantes; Mobilidade (fácil acesso ao município)	
<b>OPORTUNIDADES</b> Comércio Local; Desenvolvimento Turístico com oportunidades aos artistas e músicos locais; Rota de Perigração; Parceria Público Privadas; Convênios Estaduais e Federais; Manifestações Culturais; Faculdades; Campanhas de Conscientização; Fluxo de Pessoas; Cidades Irmãs; Culinária; Empreendedorismo; Município de Interesse Turístico; Eventos Esportivos; Valorização da Cidade; Criação de Identidade ao município	<b>AMEAÇAS</b> Violência Urbana; Regularização Fundiária; Descontinuidade de programas; Densidade demográfica sem infraestrutura para comportar; Drogas; Projetos Inacabados; Crescimento Populacional Desordenado; Crise Econômica; Baixa auto estima do municípe; Crise Política; Invasões

Fonte: Urbatec, 2017.

A pergunta número 2 dizia "Quais são as **forças** de nossa cidade?". As principais respostas selecionadas pelos grupos foram:

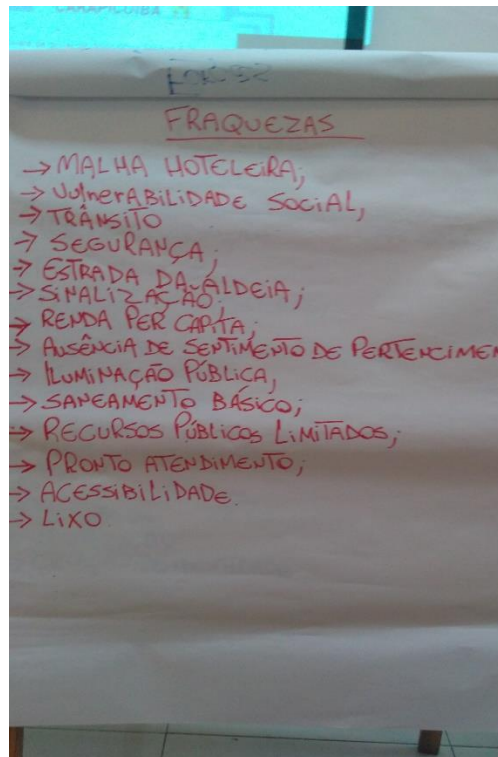
**Figura 8 - Análise SWOT - Forças**



**Fonte:** Urbatec, 2017

A pergunta número 3 dizia "Quais são as **fraquezas** de nossa cidade?".  
As principais respostas selecionadas pelos grupos foram:

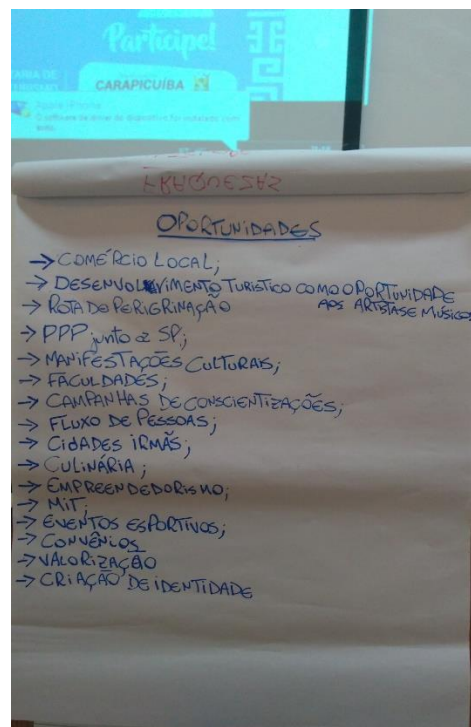
**Figura 9 - Análise SWOT - Fraquezas**



Fonte: Urbatec, 2017

A pergunta número 4 dizia "Quais são as **oportunidades** de nossa cidade?". As principais respostas selecionadas pelos grupos foram:

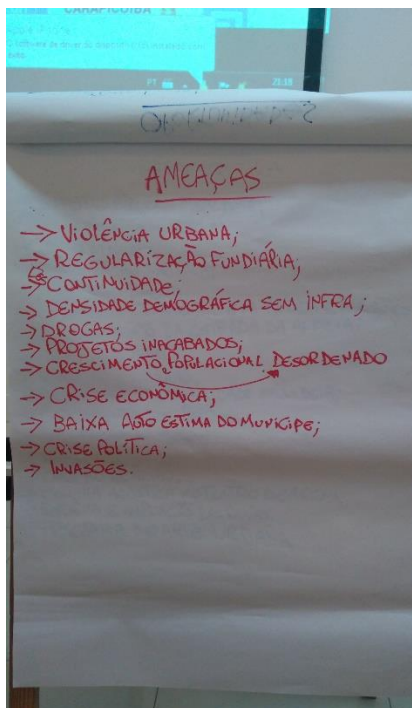
**Figura 10 - Análise SWOT - Oportunidades**



**Fonte:** Urbatec, 2017

E a última pergunta, número 5, dizia "Quais são as **ameaças** de nossa cidade?". As principais respostas selecionadas pelos grupos foram:

**Figura 11 - Análise SWOT - Ameaças**



**Fonte:** Urbatec, 2017.

A realização da oficina pública de Carapicuíba é parte integrante do planejamento integrado do turismo e é essencial para a identificação da opinião, demandas e dúvidas dos envolvidos direta e indiretamente com o turismo. Diante disso, a oficina atingiu seu objetivo e os resultados obtidos serão utilizados na elaboração do Plano Municipal de Turismo de Carapicuíba.



## **CAPÍTULO 4 – DIAGNÓSTICO TURÍSTICO**

### **5.1. Turismo**

O diagnóstico da oferta turística realizará uma reflexão sobre os atrativos turísticos da cidade, o trade turístico, políticas institucionais e segmentação turística.

#### **5.1.1. Hierarquização dos Atrativos**

A hierarquização dos atrativos é uma adaptação do modelo utilizado pela Organização Mundial de Turismo (OMT) e Centro Interamericano de Capacitação Turística (CICATUR).

A hierarquização dos atrativos de Carapicuíba é uma pesquisa qualitativa realizada junto com a coleta de dados para o inventário, a fim de formular uma matriz de hierarquização dos atrativos para auxiliar na gestão e desenvolvimento da atividade turística local.

Primeiramente avalia-se o potencial de atratividade de acordo com as suas características, peculiaridades e interesses que podem motivar o turista a visitar o atrativo. Para esse fim, utilizou os critérios expostos na tabela abaixo.

**Tabela 24 - Hierarquização: Potencial de Atratividade**

<b>Hierarquia</b>	<b>Características</b>
<b>03 (Alto)</b>	É todo atrativo turístico excepcional e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais e potenciais.
<b>02 (Médio)</b>	Atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este.



<b>01 (Baixo)</b>	Atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capazes de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais).
<b>00 (Nenhum)</b>	Atrativos sem méritos suficientes, mas que são parte do patrimônio turístico como elementos que podem complementar outros de maior hierarquia. Podem motivar correntes turísticas locais, em particular a demanda de recreação popular.

**Fonte:** Ministério do Turismo, 2007.

Em segundo lugar, avaliam-se os aspectos que contribuirão para a definição da hierarquia e na diferenciação das características dos atrativos, tais como:

- **Grau de uso atual** – permite analisar o atual volume de fluxo turístico efetivo e sua importância para o município. Difere do grau de interesse por representar a situação atual, em vez da potencial. Um alto grau de uso indica que o atrativo apresenta uma utilização turística efetiva;
- **Representividade** – fundamenta-se na singularidade ou raridade do atrativo. Quanto mais se assemelhar a outros atrativos, menos interessante ou prioritário;
- **Apoio local** – a partir da opinião dos líderes comunitários, deve-se analisar o grau de interesse da comunidade local para o desenvolvimento e disponibilidade ao público;
- **Estado de Conservação** – verificar, por observação in loco, o estado de conservação da paisagem que circunda o atrativo. Neste item é analisada a ambiência do atrativo.;
- **Infraestrutura** – verificar, in loco, se existe infraestrutura disponível no atrativo e o seu estado de conservação.

**Tabela 25 - Critérios para Hierarquização**

Critérios	Valores			
	00	01	02	03





# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Hierarquia	Potencial de Atratividade (a)	Nenhum	Baixo	Médio	Alto
	Grau de uso atual (b)	Fluxo turístico insignificante	Pequeno fluxo	Média intensidade e fluxo	Grande fluxo
	Representatividade (c)	Nenhuma	Elemento bastante comum	Pequeno grupo de elementos similares	Elemento singular, raro
	Apoio local e Comunitário (d)	Nenhum	Apoiado por uma pequena parte da comunidade	Apoio razoável	Apoiado por grande parte da comunidade
		00	01	02	03
Hierarquia	Estado de conservação da paisagem circundante (e)	Estado de conservação péssimo	Estado de conservação regular	Bom estado de conservação	Ótimo estado de conservação
	Infraestrutura (f)	Inexistente	Existente, porém em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções/melhorias	Existente e em ótimas condições
	Acesso (g)	Inexistente	Em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções/melhorias	Em ótimas condições

Fonte: Ministério do Turismo, 2007.

Seguindo esses procedimentos metodológicos propostos pela OMT e a CICATUR, os critérios de maior significância, a saber, Potencial de Atratividade e



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Representatividade devem receber a pontuação em dobro, sendo, portanto, valorados com peso dois. Por fim, somam-se os pontos obtidos e define-se o ranking de atrativos.

A seguir, o resultado das análises baseadas na metodologia apresentada e por fim o ranqueamento dos atrativos.

### 5.1.2. Hierarquização de Carapicuíba

O município de Carapicuíba apresenta um grande potencial para diferentes segmentações turísticas, entretanto é necessário entender as potencialidades de cada um destes segmentos. A seguir, o ranqueamento dos atrativos e as análises dos atrativos.

Os atrativos foram hierarquizados com base em análise e avaliação criteriosas realizadas pela Empresa Urbatec. Para tanto, foram considerados os conceitos expostos, e os dados coletados e observados durante a visita técnica no processo de Inventariação da Oferta Turística.

**Tabela 26 - Ranqueamento dos Atrativos Hierarquizados**

<b>Atrativo</b>	<b>Potencial de atratividade</b>	<b>Grau de uso atual</b>	<b>Representatividade</b>	<b>Apoio local e comunitário</b>	<b>Estado de conservação da paisagem circundante</b>	<b>Infraestrutura</b>	<b>Acesso</b>	<b>Total</b>
<b>Aldeia de Carapicuíba</b>	6	2	6	2	2	2	2	22
<b>Parque Ecológico Aldeia</b>	6	2	6	2	2	2	2	22
<b>Plaza Shopping Carapicuíba</b>	4	3	4	2	2	3	3	21
<b>Parque Gabriel Chucre</b>	4	2	4	3	2	3	3	21
<b>Faculdade da Aldeia de Carapicuíba – FALC</b>	6	2	4	2	3	2	2	21
<b>Associação Santa Terezinha</b>	4	2	4	3	3	3	2	21
<b>Paróquia São Lucas Evangelista</b>	4	2	4	2	3	3	2	20
<b>Hípica Santa Terezinha</b>	4	2	4	2	2	2	3	19



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>FATEC de Carapicuíba</b>	4	2	4	2	2	2	3	19
<b>Congregação Cristã no Brasil</b>	4	2	4	2	2	3	2	19
<b>Associação São Joaquim de Apoio à Maturidade</b>	4	1	4	2	3	3	2	19
<b>Rancho da Hípica</b>	4	2	4	2	2	2	3	19
<b>Cinépolis</b>	4	2	4	1	2	3	3	19
<b>Ginásio Poliesportivo Ayrton Senna</b>	4	2	4	2	2	2	2	18
<b>Estádio Niterói</b>	4	1	4	2	2	2	2	17
<b>Paróquia Nossa Senhora Aparecida</b>	4	1	4	2	2	2	2	17
<b>Paróquia São Roque</b>	4	1	4	2	2	2	2	17
<b>Oca Escola Cultural</b>	4	1	4	2	2	2	2	17
<b>Parque Ecológico Paturis</b>	4	1	4	2	1	1	3	16
<b>Faculdade Nossa Cidade – Unidade Estácio Carapicuíba</b>	2	2	2	2	2	3	3	16
<b>Rancho da Viola</b>	4	1	4	1	2	2	2	16
<b>Praça Anita Caldas</b>	2	1	2	3	3	2	2	15
<b>Atrativo</b>	<b>Potencial de atratividade</b>	<b>Grau de uso atual</b>	<b>Representatividade</b>	<b>Apoio local e comunitário</b>	<b>Estado de conservação da paisagem circundante</b>	<b>Infraestrutura</b>	<b>Acesso</b>	<b>Total</b>
<b>Praça Padre Kirano</b>	4	1	2	2	2	2	2	15
<b>Calçadão de Carapicuíba</b>	2	2	2	2	2	2	3	15
<b>Parque Ecológico Planalto</b>	4	1	4	2	1	1	2	15
<b>Centro Poliesportivo Tancredo Neves</b>	4	0	4	2	2	1	2	15
<b>ETEC de Carapicuíba</b>	2	2	2	2	2	2	3	15
<b>Fantasy Park</b>	2	2	2	1	2	3	3	15
<b>Praça das Bandeiras</b>	2	1	2	2	2	2	3	14
<b>Igreja Universal</b>	2	1	2	2	2	2	2	13
<b>Paróquia Santa Rita de Cássia</b>	2	1	2	2	2	2	2	13
<b>Paróquia São Paulo Apóstolo</b>	2	1	2	2	2	2	2	13
<b>Paróquia Nossa Senhora das Graças</b>	2	1	2	2	2	2	2	13



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>Forró Nova Praça</b>	2	2	2	1	1	2	3	13
<b>Centro Unificado Ariston</b>	2	0	2	2	2	2	2	12
<b>Complexo Esportivo Vereador Edmundo Alves de Oliveira - Fuca</b>	2	0	2	2	2	2	2	12
<b>Parque do Jandaia</b>	2	0	2	2	2	1	2	12
<b>SESI – CE 077 Carapicuíba</b>	2	0	2	1	1	3	3	12
<b>Teatro Municipal Jorge Amado</b>	2	0	2	1	1	1	2	9

Fonte: Urbatec, 2017

### 5.1.3. Análise segmentada da Hierarquização dos Atrativos

Este tópico visa analisar a Hierarquização dos atrativos inventariados e analisados, aglomerados em suas respectivas segmentações turísticas, que serão melhor explicadas no item 5.1.5. Segmentação da Oferta Turística de Carapicuíba.

#### 5.1.3.1. Atrativos Turísticos Histórico-Culturais

Os Atrativos Turísticos Histórico-Culturais são 09, entre eles, a Aldeia de Carapicuíba, o Teatro Municipal Jorge Amado, o Centro Unificado Ariston, o Complexo Esportivo Vereador Edmundo Alves de Oliveira – FUCA, a Praça das Bandeiras, a Praça Anita Caldas, a Praça Padre Kirano, o Calçadão de Carapicuíba e o Plaza Shopping Carapicuíba.

Quanto ao grau de potencialidade de atração, a Aldeia de Carapicuíba se enquadra no nível 03, que se refere a atrativos excepcionais e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais e potenciais. A Praça Padre Kirano e o Plaza Shopping Carapicuíba se enquadram no nível 02, que se refere a atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este. Quanto aos demais, apresentam nível 01, que diz respeito a atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



área por outras motivações turísticas, ou capazes de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais).

Os atrativos Histórico-Culturais possuem em sua maioria baixo grau de utilização turística, tendo, sua maior parte de fluxo representada por moradores do município, devido às atividades desenvolvidas nestes pontos. Com exceção ao Plaza Shopping Carapicuíba que, segundo a administração do local, conta com um alto fluxo de visitantes, principalmente aos finais de semana.

A representatividade dos atrativos Histórico-Culturais tem os níveis 01 e 02, atingindo diferentes públicos, nas mais diversas orientações deste segmento. Apenas a Aldeia de Carapicuíba apresenta nível 03 de representatividade devido à sua singularidade histórica.

O apoio da comunidade atinge nível 02 na maioria dos atrativos, que representa um apoio razoável, visto que, devido à baixa exploração turística e utilização dos equipamentos, não existem ainda vínculos com os locais mencionados. Somente a Praça Anita Caldas possuem um alto envolvimento e apoio da comunidade devido aos eventos ligados à Paróquia Santos Antônio.

Sobre o Estado de Conservação e Infraestrutura todos, com exceção ao Plaza Shopping Carapicuíba que possui ótimo estado de conservação, foram considerados em bom estado de apresentação, mas precisam de alguns ajustes na infraestrutura, visto que a manutenção é fundamental para a atratividade de um recurso turístico.

O acesso aos atrativos Histórico-Culturais é considerado bom, porém é necessário que a Prefeitura realize a manutenção das vias públicas, o acesso é fácil e elas, em sua maioria, estão em bom estado de conservação. Um ponto importante a ser salientado no acesso é a falta de sinalização indicativa, que facilita ao visitante se localizar e definir as melhores rotas de acesso à determinados locais.

Os atrativos Histórico-Culturais precisam ser valorizados para que sejam conservados e tornem-se importantes para a cidade de Carapicuíba



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



### *5.1.3.2. Atrativos Turísticos de Ecoturismo*

Os Atrativos Turísticos de Ecoturismo são 05, entre eles o Parque Gabriel Chucre, o Parque Ecológico Paturis, o Parque Ecológico Aldeia, o Parque Ecológico Planalto e o Parque do Jandaia.

Quanto ao grau de potencialidade o Parque Ecológico da Aldeia possui nível 03, que se refere a atrativos excepcionais e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais e potenciais, devido à Aldeia de Carapicuíba estar inclusa em seu complexo. Os Parques Ecológicos Paturis e Planalto e o Parque Gabriel Chucre possuem nível 02, que se refere a atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este. E o Parque do Jandaia possui nível 01, que diz respeito a atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capazes de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais).

Os Atrativos Turísticos de Ecoturismo possuem grau de utilização turística variado, sendo o Parque Gabriel Chucre e Parque Ecológico da Aldeia de nível 2, o Parque Ecológico Paturis e Parque Ecológico Planalto nível 1, e o Parque Ecológico não possui grau de utilização turística. Tendo, estes três últimos, sua maior parte de fluxo representada por moradores do município.

A representatividade dos Atrativos Turísticos de Ecoturismo é equivalente à sua potencialidade e grau de utilização, sendo o Parque Ecológico Aldeia de nível 03, o Parque Ecológico Gabriel Chucre, Planalto e Paturis de nível 02 e o Parque do Jandaia de nível 01.

O apoio da comunidade atinge nível 02 na maioria dos atrativos, que representa um apoio razoável, este envolvimento, apesar de não ser ainda ideal, permite entender a boa relação da população carapicuibana com os espaços voltados ao lazer e contato com a natureza no município.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Sobre o Estado de Conservação e Infraestrutura em todos foi constatado a necessidade de ajustes na infraestrutura, visto que a manutenção é fundamental para a atratividade de um recurso turístico. Sendo o Parque Ecológico da Aldeia e o Parque Gabriel Chucre com melhor estado de conservação.

O acesso aos Atrativos Turísticos de Ecoturismo é considerado bom, porém é necessário que a Prefeitura realize a manutenção das vias públicas, o acesso é fácil e elas, em sua maioria, estão em bom estado de conservação.

Os Atrativos Turísticos de Ecoturismo precisam de melhorias em suas infraestruturas para potencializar sua atração e auxiliar nas necessidades dos turistas.

### *5.1.3.3. Atrativos Turísticos Esportivos*

Os Atrativos Turísticos Esportivos são 04, entre eles a Hípica Santa Terezinha, o Ginásio Poliesportivo Ayrton Senna, o Estádio Niterói e o Centro Poliesportivo Tancredo Neves.

Quanto ao grau de potencialidade todos os Atrativos Turístico Esportivos possuem nível 02, que se refere a atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este. Este nível foi considerado devido às atividades que são desenvolvidas nestes espaços.

O grau de utilização turística dos Atrativos Turísticos Esportivos é variado, sendo a Hípica Santa Terezinha e o Ginásio Ayrton Senna de nível 02, o Estádio Niterói de nível 01 e o Centro Poliesportivo Tancredo Neves sem utilização. O grau de utilização destes atrativos é intrinsecamente ligado às atividades desenvolvidas nestes espaços, e o Centro Poliesportivo Tancredo Neves encontra-se fechado para reformas, por esta razão seu grau de utilização atual foi desconsiderado.





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



A representatividade dos Atrativos Turísticos Esportivos é equivalente à sua potencialidade, todos são considerados de nível 02, devido as atividades, treinos, campeonatos e competições esportivas, desenvolvidas nesses espaços.

Devido à esta representatividade o apoio dos Atrativos Turístico Esportivos é considerado razoável, devido á relação próxima de grupos específicos que utilizam estes espaços.

Sobre o Estado de Conservação e Infraestrutura em todos foi constatado a necessidade de ajustes na infraestrutura, visto que a manutenção é fundamental para a atratividade de um recurso turístico. Sendo o Centro Poliesportivo Tancredo Neves o atrativo com maior necessidade de intervenções.

O acesso aos Atrativos Turísticos Esportivos é considerado bom, porém é necessário que a Prefeitura realize a manutenção das vias públicas, o acesso é fácil e elas, em sua maioria, estão em bom estado de conservação. Um ponto importante a ser salientado no acesso é a falta de sinalização indicativa, que facilita ao visitante se localizar e definir as melhores rotas de acesso à determinados locais.

Os Atrativos Turísticos Esportivos precisam de melhorias em suas infraestruturas para potencializar sua atração e auxiliar nas necessidades dos turistas.

### *5.1.3.4. Atrativos Turísticos Técnico-Científicos*

Os Atrativos Turísticos Técnico-Científicos são 05, entre eles a ETEC e FATEC de Carapicuíba, a Faculdade Nossa Cidade – Unidade Estácio Carapicuíba, a FALC – Faculdade da Aldeia de Carapicuíba e o SESI – CE 077 Carapicuíba que se apresenta como um recurso turístico ainda, por ser apenas um Centro Educacional e não realizar eventos periodicamente.

Quanto a potencialidade dos Atrativos Turísticos Técnico-Científicos a FALC – Faculdade da Aldeia de Carapicuíba apresenta nível 03, que se refere a atrativos excepcionais e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



visitantes, atuais e potenciais, devido à sua relação com a Aldeia de Carapicuíba, e suas singularidades históricas. A FATEC de Carapicuíba apresenta nível 02, que se refere a atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este, principalmente por conta de seus eventos relacionados à games de computador. A Faculdade Nossa Cidade – Unidade Estácio Carapicuíba, a ETEC de Carapicuíba e o SESI – CE 077 Carapicuíba possuem nível 01, que diz respeito a atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capazes de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais).

O grau de utilização turística dos Atrativos Turísticos Técnicos-Científicos, com exceção ao SESI – CE 077 Carapicuíba que não apresenta utilização voltada à finalidade turística, é de nível 02, este grau de utilização se dá pela localização, cursos oferecidos e atividades extracurriculares desenvolvidas nestas instituições.

A representatividade dos Atrativos Turísticos Técnicos-Científicos é composta por dois grupos, os de nível 02 de representatividade, sendo a FALC – Faculdade da Aldeia de Carapicuíba e FATEC de Carapicuíba, e os de nível 01, representados pela Faculdade Nossa Cidade – Unidade Estácio Carapicuíba, ETEC de Carapicuíba e SESI – CE 077 Carapicuíba.

Todos os Atrativos Turísticos Técnico-Científicos possuem apoio razoável da comunidade devido à tradição destas instituições e sua proximidade com o desenvolvimento do município, com exceção ao SESI – CE 077 Carapicuíba, justificável por ser um estabelecimento recente.

Sobre o Estado de Conservação e Infraestrutura foi constatado que todos possuem bom estado de apresentação, mas precisam de alguns ajustes em suas infraestruturas para potencializar sua atração e se adaptar para a utilização turística.



O acesso aos Atrativos Turísticos Técnicos-Científicos é considerado bom, porém é necessário que a Prefeitura realize a manutenção das vias públicas, o acesso é fácil e elas, em sua maioria, estão em bom estado de conservação.

### *5.1.3.5. Atrativos Turísticos Religiosos*

Os Atrativos Turísticos Religiosos são 08, entre eles a Paróquia Nossa Senhora Aparecida, a Igreja Universal, a Paróquia Santa Rita de Cássia, a Paróquia São Lucas Evangelista, a Paróquia São Roque, a Paróquia São Paulo Apóstolo, a Congregação Cristã no Brasil e a Paróquia Nossa Senhora das Graças.

Quanto a potencialidade dos Atrativos Turísticos Religiosos a Paróquia São Lucas Evangelista, a Congregação Cristã no Brasil, a Paróquia São Roque e a Paróquia Nossa Senhora Aparecida possuem nível 02, que se refere a atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este. Enquanto a Igreja Universal, a Paróquia Santa Rita de Cássia, a Paróquia São Paulo Apóstolo e a Paróquia Nossa Senhora das Graças possuem nível 01, que diz respeito a atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capazes de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais). Tal potencialidade foi definida pelo tamanho dos templos, infraestruturas que possuem e eventos que realizam aos fiéis e peregrinos.

O grau de utilização turística dos Atrativos Turísticos Religiosos possui em sua maioria nível 01, sendo a Paróquia São Lucas Evangelista e a Congregação Cristã no Brasil de nível 02 de acordo com as informações cedidas pelos representantes destas instituições.

A representatividade dos Atrativos Turísticos Religiosos é equivalente à potencialidade de atração destes, sendo a Paróquia São Lucas Evangelista, a Congregação Cristã no Brasil, a Paróquia São Roque e a Paróquia Nossa Senhora



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Aparecida de nível 02 e a Igreja Universal, a Paróquia Santa Rita de Cássia, a Paróquia São Paulo Apóstolo e a Paróquia Nossa Senhora das Graças de nível 01.

Todos os Atrativos Turísticos Religiosos possuem apoio razoável da comunidade, visto que tal apoio é derivado de grupos específicos que tenham alguma relação com estes espaços.

Sobre o Estado de Conservação e Infraestrutura foi constatado que todos possuem bom estado de apresentação, mas precisam de alguns ajustes em suas infraestruturas para potencializar sua atração e se adaptar para a utilização turística.

O acesso aos Atrativos Turísticos Religiosos é considerado bom, porém é necessário que a Prefeitura realize a manutenção das vias públicas, o acesso é fácil e elas, em sua maioria, estão em bom estado de conservação.

A cidade de Carapicuíba também conta com outros espaços religiosos que possuem potencialidade turística devido a singularidade e capacidade de movimentar fluxos a partir da fé, mas devido às suas restrições de funcionamento não estão presentes neste momento do desenvolvimento turístico municipal.

### *5.1.3.6. Atrativos Turísticos Sociais*

Os Atrativos Turístico Sociais são 03, entre eles a Oca Escola Cultural, a Associação Santa Terezinha e a Associação São Joaquim de apoio a maturidade.

Quanto a potencialidade, todos apresentam nível 02, que se refere a atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este, devido a importância do trabalho social desenvolvido nestes locais.

O grau de utilização turística da Associação Santa Terezinha apresenta nível 02, enquanto a Oca Escola Cultural e Associação São Joaquim de apoio a maturidade apresentam nível 01. A utilização turística se dá pela procura pelos espaços para a realização de atividades extras às já desenvolvidas, e não atingem níveis satisfatórios devido à novidade do segmento turístico.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



A representatividade dos Atrativos Turísticos Sociais é equivalente à potencialidade destes locais, sendo todos de nível 02, devido ao trabalho social desenvolvido no município.

A maioria dos Atrativos Turísticos Sociais possui apoio razoável da comunidade, visto que tal apoio é derivado de grupos específicos que tenham alguma relação com estes espaços. Exceto a Associação Santa Terezinha que apresenta nível 03, devido à relação entre esta Associação e a história do município.

Sobre o Estado de Conservação e Infraestrutura foi constatado que a Associação Santa Terezinha e a Associação São Joaquim de apoio a maturidade possuem ótimo estado de apresentação e se encontram prontos à desenvolver a atividade turística, enquanto a Oca Escola Cultural possui bom estado de apresentação, mas precisa de alguns ajustes em sua infraestrutura para potencializar sua atração e se adaptar para a utilização turística.

O acesso aos Atrativos Turísticos Sociais é considerado bom, porém é necessário que a Prefeitura realize a manutenção das vias públicas, o acesso é fácil e elas, em sua maioria, estão em bom estado de conservação. Um ponto importante a ser salientado no acesso é a falta de sinalização indicativa, que facilita ao visitante se localizar e definir as melhores rotas de acesso à determinados locais.

Os Atrativos Turísticos Sociais possuem grande relevância ao desenvolvimento turístico municipal, devido à potencialidade deste setor e por ser um segmento ainda pouco explorado no país.

### *5.1.3.7. Equipamentos de Eventos*

Os Equipamentos de Eventos são 03, entre eles o Rancho da Hípica, o Forró Nova Praça e o Rancho da Viola.

Quanto a potencialidade o Rancho da Hípica e o Rancho da Viola possuem nível 02, que se refere a atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este, devido a importância do trabalho social desenvolvido nestes locais, este nível se apresenta ao Rancho da Hípica devido à qualidade e a alta periodicidade na realização de eventos que atraem grandes fluxos ao município, já o Rancho da Viola recebe esta categorização por estar inserido no Complexo da Aldeia de Carapicuíba. O Forró Nova Praça possui nível 01, que diz respeito a atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capazes de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais), devido ao alto direcionamento à um público específico.

O grau de utilização turística do Forró Nova Praça e do Rancho da Hípica é de nível 02, devido à constância de realização de eventos. Enquanto o Rancho da Viola apresenta nível 01, pela mesma razão dos anteriores.

A representatividade dos Equipamentos de Eventos é equivalente a potencialidade dos mesmos, sendo o Rancho da Hípica e o Rancho da Viola de nível 02, e o Forró Nova Praça de nível 01.

A maioria dos Equipamentos de Eventos possui apoio razoável da comunidade pois a comunidade tem um baixo envolvimento com a atividade turística de Carapicuíba e na maioria das oportunidades esse envolvimento acontece por causa de interesses para o seu próprio negócio. Exceto o Rancho da Hípica que possui um maior envolvimento da população por atrair eventos de seu interesse.

Sobre o Estado de Conservação e Infraestrutura todos foram considerados em bom estado de apresentação, mas precisam de alguns ajustes em suas infraestruturas, visto que a manutenção é fundamental para a atratividade de um equipamento turístico, além destes espaços estarem em constante adaptação, visando a melhoria e o conforto aos seus usuários.

O acesso aos equipamentos de eventos está em bom ou ótimo acesso, a maioria é acessado por vias asfálticas, no entanto falta sinalização indicativa para encontrar os locais.



### *5.1.3.8. Equipamentos de Lazer*

Os equipamentos de lazer são 02, entre eles o Cinépolis e o Fantasy Park.

Quanto à potencialidade o Cinépolis apresenta nível 02, que se refere a atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este, devido a importância do trabalho social desenvolvido nestes locais, devido à qualidade deste equipamento e sua baixa oferta na região onde está inserido. O Fantasy Park apresenta nível 01, que diz respeito a atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capazes de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais), isto se deve pelo fato do Fantasy Park não ser o principal responsável pela atração de público, e sim o complexo do qual faz parte, o Plaza Shopping Carapicuíba.

O grau de utilização turística dos Equipamentos de Lazer é de nível 02, isto ocorre visto que ambos se encontram instalados no Plaza Shopping Carapicuíba, e este possui um frequente fluxo de visitantes, principalmente aos finais de semana.

A representatividade dos Equipamentos de Lazer é equivalente a potencialidade dos mesmos, sendo o Cinépolis de nível 02, e o Fantasy Park de nível 01.

Os Equipamentos de Lazer possuem baixo envolvimento da comunidade, pois a comunidade tem um baixo envolvimento com a atividade turística de Carapicuíba e na maioria das oportunidades esse envolvimento acontece por causa de interesses para o seu próprio negócio.

Sobre o Estado de Conservação e Infraestrutura ambos foram considerados em ótimo estado de apresentação e conservação, é válido salientar que as instalações do Plaza Shopping Carapicuíba são recentes e modernas.





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Visto que ambos estão localizados no Plaza Shopping Carapicuíba o acesso aos Equipamentos de Lazer foi considerado ótimo, porém é necessário que a Prefeitura realize a manutenção das vias públicas.

### **5.1.4. Considerações sobre a Hierarquização**

Após este processo de hierarquização foi constatado que dos 39 atrativos, recursos e equipamentos turísticos inventariados e analisados, 03 possuem nível hierárquico 03, no caso todos relacionados ao principal atrativo da cidade de Carapicuíba, a Aldeia de Carapicuíba, patrimônio tombado pelo IPHAN e pelo CONDEPHAAT, os outros atrativos que apresentam nível hierárquico 03 são o Parque Ecológico da Aldeia e a FALC – Faculdade da Aldeia de Carapicuíba. Os demais atrativos inventariados e analisados possuem nível de atratividade 02 e 01, com aspectos comuns ou excepcionais, e ainda possuem alto grau de representatividade.

Além disso a partir da hierarquização é possível identificar que o grau de conservação do entorno dos atrativos é satisfatório na maioria dos casos. Deste modo o município de Carapicuíba apresenta um potencial de atração turística que atualmente é pouco explorado.

A matriz de hierarquização mostrou que o envolvimento da comunidade com a atividade turística é fraco e insatisfatório, pois não participam do desenvolvimento turístico e posteriormente podem se mostrar insatisfeitos com a prática da atividade, exceto em casos específicos de locais que são destinados à grupos segmentados da atividade turística. Para identificar as razões dessa falta de envolvimento da comunidade, posteriormente serão desenvolvidas pesquisas de sensibilização da comunidade, a fim de identificar as principais causas para esse afastamento da comunidade da atividade turística.

Outro ponto revela a falta de infraestrutura dos atrativos turísticos do município, que refletem diretamente em seu grau de utilização, não permitindo que a prática se desenvolva de maneira organizada e planejada. Com a ausência de infraestruturas de apoio aos turistas em determinados atrativos sua visitação



é afetada negativamente, e acabam por prosseguir sendo um ponto a ser explorado e não já desenvolvido.

Ressalta-se que é necessário conscientizar as pessoas que participam direta e indiretamente na atividade turística mostrando que é preciso desenvolvê-la.

### 5.1.5. Segmentação da Oferta Turística

A segmentação é uma forma de dividir o mercado para desenvolvê-lo de acordo com as suas potencialidades, sobre segmentação o Ministério do Turismo (2010) afirma:

[...] a segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda [...]

Para o planejamento turístico a segmentação de mercado está dividida em duas partes, a segmentação da demanda turista que será realizada posteriormente na pesquisa de demanda e a segmentação da oferta turística que é baseada nos critérios:

- **Aspectos e características comuns** – geográficas, históricas, arquitetônicas, urbanísticas, sociais;
- **Atividades, práticas e tradições comuns** – esportivas, agropecuárias, de pesca, manifestações culturais, manifestações de fé;
- **Serviços e infraestrutura comuns** – serviços públicos, meios de hospedagem e de lazer.

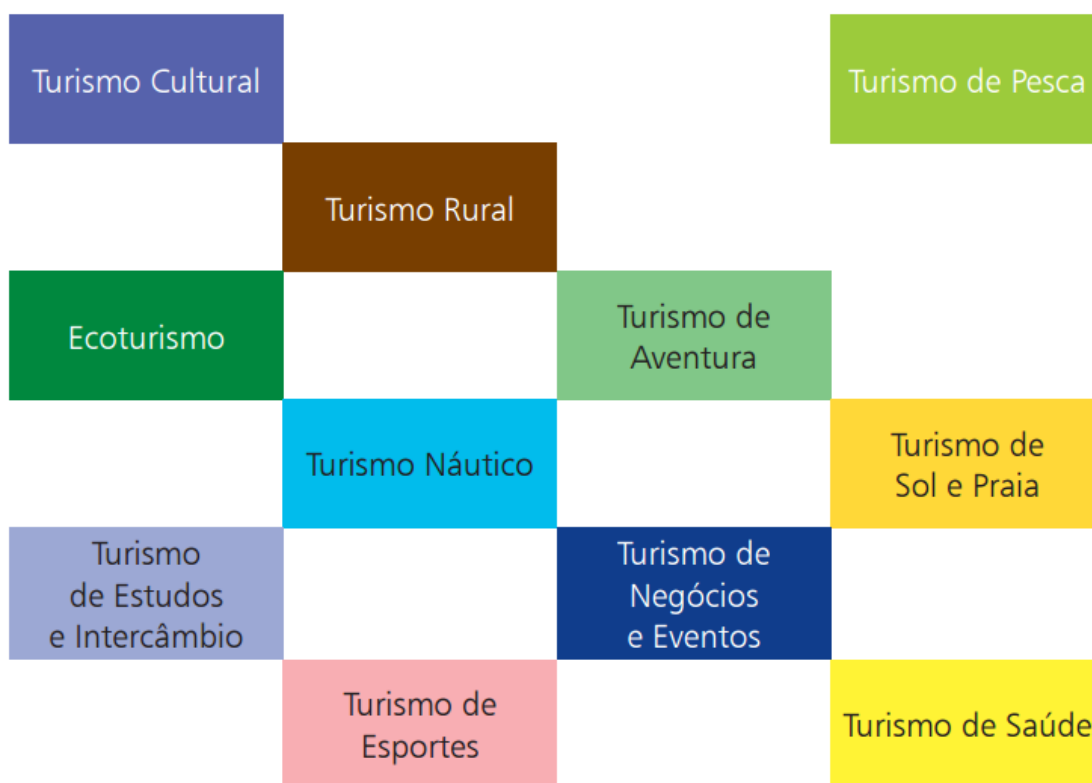
Os produtos turísticos são baseados na oferta, assim caracterizam o tipo ou segmento do turismo de uma cidade, região ou localidade. Dessa maneira, os segmentos turísticos criam uma identidade que determinam a imagem do roteiro ou da localidade turística e balizam a estruturação de produtos, a fim de atender as necessidades da demanda.

[...] É necessário entender quais os segmentos de oferta podem ser trabalhados em uma localidade, considerando a vocação e

potencialidades do destino para determinado tipo de atividade/turismo que pode ser vivenciado. [...] (MTUR, 2010)

O ministério do turismo desenvolveu cartilhas de apoio a segmentação da oferta turística e definiu segmentos prioritários para o desenvolvimento do turismo no Brasil, elencados abaixo.

**Figura 12 - Segmentações Turísticas**



**Fonte:** MTUR, 20010.

Ressalta-se que existem outros segmentos turísticos importantes, como o turismo religioso, no entanto, os segmentos destacados acima foram definidos como prioritários para o Ministério do Turismo.

A seguir, a segmentação turística de Carapicuíba baseada na sua oferta de atrativos.

### *5.1.5.1. 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,



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



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 identifica-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 histórico-culturais do município de Carapicuíba ressalta-se o potencial de resgatar as histórias de formação do município e a variedade de subsegmentos que este setor apresenta. O turismo cultural de Carapicuíba é representado pelos atrativos Aldeia de Carapicuíba, Teatro Municipal Jorge Amado, Centro Unificado Ariston, Complexo Esportivo Vereador Edmundo Alves de Oliveira – FUCA, Praça das Bandeiras, Praça Anita Caldas, Praça Padre Kirano, Calçadão de Carapicuíba e Plaza Shopping Carapicuíba.

A Aldeia de Carapicuíba, assim como demonstrado na hierarquização de atrativos, é o carro chefe do potencial turístico municipal, e, igualmente o principal atrativo cultural da cidade, visto sua singularidade histórica que atinge nível nacional e sua representatividade à população de Carapicuíba.

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

A melhoria na infraestrutura também é necessária para que os atrativos possam ter funcionalidade ao visitante. Programas de visitação bem divulgados e a integração entre os atrativos também se fazem necessários.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



### 5.1.5.2. Ecoturismo

O Ecoturismo foi introduzido no Brasil no final dos anos 80, seguindo a tendência mundial de valorização do meio ambiente e segundo o Ministério do Turismo (2006)

[...] 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. (BRASIL, Ministério do Turismo, 2006, p. 9).

O segmento é reconhecido por introduzir as práticas sustentáveis no desenvolvimento turístico, levando em consideração que as práticas sustentáveis são compreendidas de acordo com o Ministério do Turismo, 2006 (*apud* World Commission on Environment and Development, 1987) como “o desenvolvimento capaz de atender às necessidades da geração atual sem comprometer os recursos para a satisfação das gerações futuras”.

Esse tipo de turismo pressupõe atividades que promovam a reflexão e a integração homem e ambiente, em uma inter-relação vivencial com o ecossistema, com os costumes e a história local. Deve ser planejado e orientado visando o envolvimento do turista nas questões relacionadas à conservação dos recursos que se constituem patrimônio. (BRASIL, Ministério do Turismo, 2006, p. 10)

Quanto aos atrativos de Ecoturismo em Carapicuíba, todos são parques ecológicos artificiais, ou seja, construídos e instalados pelo homem, apesar de todos se enquadrarem na prática de Ecoturismo devido à proposta de sua implantação, nem todos desenvolvem atualmente práticas ligadas a esta atividade. Um motivo para que isso ocorra é o direcionamento de alguns destes ao lazer da população, visto que a atividade turística é pouco desenvolvida no município.

O Ecoturismo em Carapicuíba é representado pelos atrativos Parque Gabriel Chucre, Parque Ecológico Paturis, Parque Ecológico Planalto, Parque Ecológico Aldeia e Parque do Jandaia.

Assim como exposto na hierarquização dos atrativos, o Parque Ecológico Aldeia é um dos principais elementos de difusão do desenvolvimento turístico municipal, visto que foi construído anexo à Aldeia de Carapicuíba, e



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



manifestações culturais de extrema importância, tal qual a Encenação da Paixão de Cristo, são realizados em seu teatro de Arena.

Em relação as práticas de conscientização ambiental e monitoria, o Parque Gabriel Chucre é o que mais se aproxima da logística ideal de funcionamento. Enquanto os Parques Ecológicos Planalto, Paturis e Parque do Jandaia ainda são entendidos apenas como equipamentos de lazer aos munícipes e estão com suas infraestruturas precarizadas.

De acordo com o processo de inventariação, o tráfico de drogas, a ocupação indevida destes parques e outros problemas comuns à centros de alta concentração populacional são algumas das causas que impedem o desenvolvimento de atividades alternativas nestes espaços, sendo entendido por grande parte da população envolvida com a atividade turística, o fechamento e o controle de visitantes destes como prioridade para a conservação destes espaços públicos

### *5.1.5.3. Turismo de Esportes*

O Turismo de Esportes, junto às motivações religiosas, expansão territorial e tratamentos medicinais, corresponde às primeiras práticas de mobilidade humana. A Grécia antiga durante a realização das Olimpíadas era tomada por atletas ou simplesmente por pessoas que desejavam festejar os jogos, entretanto, apenas começou a ser tratada como parte da atividade turística no século XX.

Desta forma, o Ministério do Turismo (2006, p. 23) estabelece que o Turismo de Esportes “compreende as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas”.

Ainda, segundo o Ministério do Turismo (2006, p. 24-25), o Turismo de Esportes possui algumas características que fazem com que ele se destaque, como por exemplo:

- Estímulo a outros segmentos e produtos turísticos, uma vez que a estada do turista em um destino em função de determinado evento



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



esportivo permite a visitação a outros atrativos e o consumo de produtos diversos caracterizando diferentes tipos de turismo;

- Incentivo a eventos e calendários esportivos, já que a organização do segmento assenta-se primordialmente na realização de eventos esportivos de qualidade e com potencial de atratividade. Assim, quanto maior a movimentação turística em função de determinado esporte, maior é a necessidade de organização do setor estimulando a elaboração de calendários bem definidos e compartilhados, e do fortalecimento dos eventos tradicionais e a ampliação da oferta a partir da criação e inovação de outros eventos;
- Não depende, de modo geral, da utilização de recursos naturais para exercer atratividade, mas de equipamentos e estruturas específicas construídas para a prática do esporte;
- Induz a implantação de estruturas esportivas também para o uso da comunidade receptora, como “legados”;
- Funciona como indutor da infraestrutura urbana;
- Não depende, necessariamente, do clima ou épocas do ano, mas principalmente da elaboração de calendário;
- Estimula a comercialização de produtos e serviços agregados (roupas e artigos esportivos, suplementos, etc);
- Estimula o sentimento de pertencimento<sup>2</sup> e fortalece a auto-estima de quem pratica e de quem assiste à apresentação;
- Estimula práticas e estilos de vida saudáveis;
- Valoriza o ser humano e a prática do esporte;
- Promove a confraternização;
- Tem a capacidade de transformar as competições esportivas em fatores de sociabilidade.

Quanto aos Atrativos Esportivos de Carapicuíba, estes são representados pelo Ginásio Poliesportivo Ayrton Senna, Hípica Santa Terezinha, Estádio Niterói e Centro Poliesportivo Tancredo Neves.





Neste segmento às competições esportivas são o real atrativo, sendo os espaços anteriormente citados apenas as infraestruturas, que devem estar adequadas para o fluxo de atividades e o número de visitantes que recebe.

Durante o processo de inventariação foi possível checar que todos encontram-se em atividade e tem considerável periodicidade na realização de atividades ou competições esportivas, com exceção ao Centro Poliesportivo Tancredo Neves que encontra-se fechado para reformas.

#### *5.1.5.4. Turismo de Estudos e Intercâmbio*

O Turismo de Estudos e Intercâmbio engloba diversas práticas e se mostra como um segmento bem abrangente. Teve a partir da Revolução Industrial na Europa o início do seu desenvolvimento como tentativa de acompanhar a evolução científica da época.

O Ministério do Turismo define o Turismo de Estudos e Intercâmbio como a “movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional” (2006, p. 19).

Entretanto alerta para a necessidade de entender como Turismo de Estudos e Intercâmbio aquelas que pressupõem a efetivação de atividades consideradas turísticas, podendo, neste segmento, ser considerados os equipamentos e produtos de:

- Operação e agenciamento;
- Transporte;
- Hospedagem;
- Alimentação;
- Recepção;
- Recreação e entretenimento;
- Eventos;
- Outras atividades complementares



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



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).

Em Carapicuíba, o segmento de Turismo de Estudos e Intercâmbio é representado pelos atrativos ETEC de Carapicuíba, FATEC de Carapicuíba, Faculdade Nossa Cidade – Unidade Estácio de Carapicuíba e FALC – Faculdade da Aldeia de Carapicuíba. Neste ponto de segmentação o recurso SESI – CE 077 Carapicuíba, que foi mapeado no inventário da oferta turística como pertencente deste grupo de atrativos, foi retirado, devido à sua baixa relevância ao desenvolvimento turístico atual da cidade, de acordo com a gestão do local, o espaço trata-se de um Centro Educacional (CE) apenas, e até o momento não tem intuito de desenvolver atividades ou práticas que estimulem o desenvolvimento da atividade turística.

Os demais elementos foram mapeados devido a 3 motivos, primeiramente o fluxo de pessoas não residentes de Carapicuíba que de alguma forma participam da rotina destes espaços (professores, funcionários, estudantes, familiares, etc), fato que colabora para a divulgação do município e a ampliação de alcance de estratégias de marketing turístico, além de, apesar da efetividade da utilização de serviços que tenham relação a atividade turística ser pequena, representar certa movimentação de divisas. Em segundo lugar devido à projeção que estas instituições dão ao nome de Carapicuíba, visto que todas elas possuem o nome da cidade em sua nomenclatura. O terceiro ponto são os eventos que estas instituições realizam, sendo alguns deles abertos ao público e gerando movimentação de pessoas de locais variados no município, como por exemplo a FATEC de Carapicuíba, que realiza anualmente evento relacionado a prática de jogos de computador, fato que leva patrocinadores, curiosos, e grande público adepto desta prática à conhecerem o espaço, e eventualmente o município.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Ainda neste segmento, é possível destacar a FALC como um grande potencial a ser explorado, não apenas como um atrativo de Turismo de Estudos e Intercâmbio, mas também como um Atrativo Cultural do município, devido à sua singularidade histórica, o local já foi um manicômio e tem intrínseca relação com a Aldeia de Carapicuíba.

### *5.1.5.5. Turismo Religioso*

O Turismo Religioso está relacionado às mais diversas instituições religiosas, configurando-se pelas atividades decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa, ou seja, a maior motivação deste segmento é a fé e a crença em religiões institucionalizadas.

Segundo o Ministério do Turismo (2006, p. 16)

O Turismo Religioso está relacionado à religiões institucionalizadas tais como as afro-brasileiras, espírita, protestantes, católica, as de origem oriental, compostas de doutrinas, hierarquias, estruturas, templos, rituais e sacerdócio.

Sendo a busca espiritual e a prática religiosa caracterizadas pelo deslocamento de pessoas a espaços e eventos com a finalidade de:

- Realização de peregrinações e romarias;
- Participação em retiros espirituais;
- Participação em festas e comemorações religiosas;
- Contemplação de apresentações artísticas de caráter religioso;
- Participação em eventos e celebrações relacionados à evangelização de fiéis;
- Visitação a espaços e edificações religiosas (igrejas, templos, santuários, terreiros);
- Realização de itinerários e percursos de cunho religioso;
- Outros.

É importante destacar que viagens motivadas pelo interesse cultural ou apreciação pelo legado arquitetônico e artístico são considerados simplesmente Turismo Cultural e não práticas relacionadas as motivações religiosas.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Em Carapicuíba este segmento é representado pela Paróquia Nossa Senhora Aparecida, Igreja Universal, Paróquia Santa Rita de Cássia, Paróquia São Lucas Evangelista, Paróquia São Roque, Paróquia São Paulo Apóstolo, Congregação Cristã no Brasil e Paróquia Nossa Senhora das Graças.

Estes templos religiosos são responsáveis por atrair fiéis de variados locais, para assistir suas celebrações e até mesmo para a participação em eventos religiosos.

Neste ponto é importante destacar que existem outros potenciais atrativos turísticos religiosos no município de interesse turístico, tal qual a Igreja Cristã Ortodoxa, Mesquita e outros templos que promovem fluxo turístico devido às suas manifestações religiosas e não apenas por seus traços arquitetônicos e singularidade histórica. Entretanto devido à imaturidade da atividade turística no município, estes locais encontram-se fechados à grupos específicos, não sendo interessantes, neste momento, ao desenvolvimento turístico municipal. Todavia destaca-se a importância de uma futura inclusão destes potenciais atrativos em futuros roteiros e rotas turísticas religiosas no município.

### *5.1.5.6. Turismo Social*

A denominação deste segmento surgiu na Europa, em meados do século XX, sendo utilizada primeiramente como uma proposta de lazer para um número maior de pessoas, organizado por associações, sindicatos ou cooperativas, tendo por finalidade atender as necessidades de férias das camadas sociais menos favorecidas.

Com a evolução das práticas turísticas e das atividades empregadas em cada segmento, e a busca por novas opções, o Turismo Social veio evoluindo e hoje tem em sua prática a intenção de colaborar com o desenvolvimento social das localidades onde é instalado e praticado.

Nessa perspectiva, procura-se desenvolver o turismo com vistas à inclusão, privilegiando a ótica de cada um dos distintos atores envolvidos na atividade: o turista, o prestador de serviços, o grupo social de interesse turístico e as comunidades residentes nos destinos. (BRASIL, Ministério do Turismo, 2006, p. 5).



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Desta forma, o Ministério do Turismo (2006, p. 6) define o Turismo Social como “a forma de conduzir e praticar a atividade turística promovendo a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão”.

Quanto aos atrativos Sociais de Carapicuíba, estes são representados pela Associação Santa Terezinha, Associação São Joaquim de Apoio a maturidade e Oca Escola Cultural.

Cada uma destas possui alto valor e são reconhecidas no município pelo trabalho que fazem. São aqui elencadas como atrativos pois vários são os grupos que solicitam agendamentos e fazem visitas monitoradas nestes espaços para entender como as atividades são desenvolvidas, e o impacto que isso causa nos assistidos, sejam eles idosos, jovens ou crianças.

Cita-se aqui a possibilidade de formatar roteiros que valorizem este segmento da atividade turística, e ainda de gerar oportunidades para que estes se integrem com os demais atrativos, não somente na forma de visita, mas também no modelo de apresentações culturais, exposição de trabalhos feitos pelo grupo, entre outros.

### 5.1.6. Análise do Trade Turístico

O Trade Turístico é parte fundamental ao desenvolvimento turístico municipal, o visitante passa a se enquadrar como turista quando usufrui de uma gama de serviços ligados à atividade turística em uma determinada localidade. Desta forma, alheio a motivação, o Trade é responsável pelo conforto do turista, e por atender, com qualidade e diversidade, as necessidades deste.

A oferta turística se refere a tudo que compõe o produto turístico, ou seja, o que pode ser incluído no consumo turístico (como bens, serviços públicos e serviços privados prestados ao turista), recursos naturais e culturais, eventos, etc., e que desagrupado possui pouco valor turístico. (DORTA, 2015)

De acordo com a EMBRATUR (1995), o trade turístico é formado por organizações privadas e governamentais atuantes no setor de "Turismo e



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Eventos" como os Hotéis, Agências de Viagens especializadas em Congressos, Transportadoras Aéreas, Marítimas e Terrestres, além de Promotores de Feiras, Montadoras e Serviços Auxiliares (tradução simultânea, decoração, equipamentos de áudio visuais, etc.)

Desta forma é possível compreender que o conjunto de empresas que, de alguma maneira, ofertam serviços aos turistas, são intitulados de Trade Turístico.

Em Carapicuíba, foram mapeados, durante o processo de Inventariação da Oferta Turística, 81 estabelecimentos que possuem relação direta com a atividade turística, sendo 3 Equipamentos de Eventos, 3 Equipamentos de Lazer, 3 Serviços e Equipamentos Turísticos, 7 Meios de Hospedagem e 65 Serviços de Alimentação.

Além das facilidades, qualidade e conforto que o Trade Turístico gera aos turistas que visitam a cidade, este setor também é responsável pelo desenvolvimento econômico e social de uma localidade, tendo em vista a alta geração de empregos diretos e indiretos que este proporciona.

A cadeia produtiva do Turismo engloba diversas ramificações econômicas dentro do progresso de um município, visto que ao aumentar o fluxo corrente de visitantes, existe uma tendência de difusão e ampliação da quantidade de opções na malha hoteleira, serviços de alimentação e outros equipamentos ligados diretamente a atividade turística, e, conseqüentemente, um aumento da demanda aos seus fornecedores diretos e indiretos.

O Ministério do Trabalho do Brasil, disponibiliza em seu site a plataforma CAGED – Cadastro Geral de Empregados e Desempregados<sup>1</sup>, onde é possível checar as Admissões e Demissões setorializadas por áreas econômicas e divididas em empregos cadastrados.

Desta forma é possível fazer o recorte do impacto da atividade turística na economia e na geração de emprego e renda da cidade de Carapicuíba de acordo com as informações cedidas pela plataforma.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://pdet.mte.gov.br/aceso-online-as-bases-de-dados>



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



As tabelas abaixo representam este recorte nos períodos de janeiro de 2015 a dezembro de 2015, janeiro de 2016 a dezembro de 2016 e primeiro semestre de 2017.

**Tabela 27 - Recorte de Admissões e Desligamentos no setor turístico de Carapicuíba – jan/2015 à dez/2015**

<b>Profissão</b>	<b>Salário Médio</b>	<b>Admissões</b>	<b>Desligamentos</b>	<b>Saldo</b>
Atendente de Lanchonete	888,81	161	156	5
Operador de Caixa	1.051,00	69	73	-4
Camareiro de Hotel	1.041,28	61	39	22
Auxiliar nos Serviços de Alimentação	1.037,84	44	39	5
Trabalhador de Serviços de Limpeza e Conservação de Áreas Públicas	918,54	24	26	-2
Garçom	1.206,80	20	22	-2
Copeiro	1.132,62	13	19	-6
Recepcionista de Hotel	1.341,23	13	12	1
Gerente de Hotel	2.040,25	4	1	3
Atendente de Agencia	1.001,33	3	2	1
Gerente de Restaurante	1.533,33	3	6	-3
Pizzaiolo	929	2	2	0
Recreador	1.245,50	2	2	0
Sushiman	1.250,00	2	3	-1
Gerente de Bar	1.089,00	1		1
Organizador de Evento	1.096,00	1	1	0
Gerente de Agencia	1.015,00	1		1
Chefe de Cozinha (Desativado em 2010)	2.182,00	1	2	-1
Barman	1.010,00	1	1	0
Padeiro	n/d		1	-1
Chefe de Bar	n/d		1	-1
Maitre	n/d		2	-2
<b>TOTAL</b>	<b>--</b>	<b>426</b>	<b>410</b>	<b>16</b>

Fonte: Urbatec, 2017 adaptado de

[http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged\\_perfil\\_municipio/index.php](http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_perfil_municipio/index.php)





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



**Tabela 28 - Recorte de Admissões e Desligamentos no setor turístico de Carapicuíba – jan/2016 à dez/2016**

Profissão	Salário Médio	Admissões	Desligamentos	Saldo
Operador de Caixa	995	5	4	1
Atendente de Lanchonete	1.256,50	4	12	-8
Auxiliar nos Serviços de Alimentação	1.138,25	4	3	1
Garçom	1.335,50	2		2
Camareiro de Hotel	1.132,00	2	2	
Padeiro	1.109,00	1		1
Recreador	1.324,00	1		1
Gerente de Restaurante	3.000,00	1		1
Copeiro	1.287,00	1	2	-1
Recepcionista de Hotel	n/d		1	-1
<b>TOTAL</b>	<b>--</b>	<b>21</b>	<b>24</b>	<b>-3</b>

Fonte: Urbatec, 2017 adaptado de

[http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged\\_perfil\\_municipio/index.php](http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_perfil_municipio/index.php)

**Tabela 29 - Recorte de Admissões e Desligamentos no setor turístico de Carapicuíba – Primeiro Semestre de 2017**

Profissão	Salário Médio	Admissões	Desligamentos	Saldo
Atendente de Lanchonete	1.138,76	87	117	-30
Auxiliar nos Serviços de Alimentação	1.200,97	34	59	-25
Operador de Caixa	1.135,41	17	27	-10
Camareiro de Hotel	1.239,00	12	8	4
Bilheteiro no Serviço de Diversões	868	11	11	
Garçom	1.453,60	10	9	1
Copeiro	1.233,33	9	7	2
Recreador	1.144,43	7	4	3
Pizzaiolo	1.285,00	7	4	3
Porteiro (Hotel)	1.616,00	2		2
Gerente de Restaurante	2.215,00	2	6	-4
Barman	1.318,00	2	2	
Gerente de Bar	1.600,00	1	6	-5
Padeiro	1.306,00	1		1
Maitre	1.674,00	1		1



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>Recepcionista de Hotel</b>	n/d		6	-6
<b>Sushman</b>	n/d		3	-3
<b>TOTAL</b>	--	<b>203</b>	<b>269</b>	<b>-66</b>

**Fonte:** Urbatec, 2017 adaptado de

[http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged\\_perfil\\_municipio/index.php](http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_perfil_municipio/index.php)

A partir das informações obtidas é possível notar a baixa na oferta de empregos nas áreas relacionadas à atividade turística, em 2015 o ano finalizou com um saldo positivo de 16 empregos, entretanto nos anos seguintes apresentou baixas de -3 empregos em 2016, e -66 empregos no primeiro semestre de 2017.

A baixa oferta turística no município e a tímida atividade desenvolvida atualmente reflete diretamente nestes números, pois quanto menos demanda pelos serviços ofertados, maior a escassez de oportunidade à mão de obra especializada. Todavia não podemos descartar o período de recessão econômica que o país vem passando, fato que impacta diretamente na geração de emprego e renda para as comunidades locais.

### *5.1.6.1. Meios de Hospedagem*

Conforme o artigo 23 da Lei 11.771 que dispõe sobre a Política Nacional do Turismo, são considerados 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, denominado de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária.

De acordo com o disposto na legislação, o município de Carapicuíba conta, atualmente, com 7 meios de hospedagem, sendo o Hotel Colonial, Hotel Coqueiros, Hotel Estrela, Hotel Life, Laranjeiras Motel, Hotel Endless Love e Hotel Pop.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Os sete meios de hospedagem, correspondem, a uma capacidade de hospedagem de 484 pessoas, sendo que em conjunto possuem 242 unidades habitacionais para atender a demanda turística.

A empresa hoteleira constitui um dos elementos essenciais da infraestrutura turística, sendo um dos suportes básicos para o desenvolvimento do turismo em uma determinada região ou país. É necessária a criação de redes de hotéis e similares capazes de satisfazer as necessidades, tanto da demanda interna quanto da demanda externa, mantendo os padrões de qualidade e conforto que são exigidos pelos diferentes segmentos.

Sobre a participação em projetos institucionais do turismo como o CADASTUR, nenhum deles possui o cadastro na plataforma, sendo que o CADASTUR é obrigatório para meios de hospedagem.

Quanto a diversidade de tipos de meios de hospedagem em Carapicuíba é inexistente, a cidade conta apenas com 7 motéis.

**Motéis:** motel é um estabelecimento de hospedagem geralmente localizado às margens de rodovias, com aposentos mobiliados e uma gama de serviços pessoais menos variada que a de um hotel convencional, destinado principalmente ao pernoite de pessoas durante suas viagens terrestres. (BRASIL; UNICAMP, 2006, p.18)

Este dado é extremamente para os debates do desenvolvimento turístico municipal, de certa forma, a falta de diversidade de produtos na área de meio de hospedagem, são empecilhos. Hoje a oferta já não supre a demanda, os motéis citados não trabalham com sistema de diárias e apenas de pernoite, ocasionando que diversas pessoas que viajam ao município pelos mais variados motivos, acabam por se hospedar em outros municípios próximos. Além disso, faz-se necessário o cadastramento no CADASTUR e tentar seguir os critérios de categorização hoteleira do Ministério do Turismo.

### *5.1.6.2. Serviços de Alimentação*

Para o presente Plano Municipal de Turismo de Carapicuíba foram inventariados e diagnosticados os sessenta e nove empreendimentos gastronômicos que se destacam no município e que podem ser recomendados



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



aos turistas, levando em conta a qualidade da comida e do serviço oferecido, o ambiente, a localização, a higiene e limpeza bem como o preço e o horário de funcionamento dos mesmos.

Este segmento é composto por uma diversidade de empreendimentos, entre eles, restaurantes, bares, cafés, lanchonetes, casas de chá, confeitarias, sorveterias, padarias, cantinas, quiosques, barracas. Tais empreendimentos que podem estar localizados em diversos espaços: shopping centers, hotéis, praias, campo, centros de cidades, hospitais, escolas, dentre outros. (BRASIL; UNICAMP, 2006).

Em Carapicuíba, este segmento tem grande destaque, visto que representa 80% do trade turístico municipal e em alguns casos é o principal elemento de atração de visitantes ao município, principalmente por sua diversidade gastronômica.

Realizando a divisão dos Serviços de Alimentação, de acordo com o Inventário da Oferta Turística, por empreendimentos, temos que o município hoje, dentro das características exemplificadas acima quanto à qualidade, localização entre outros, 42 restaurantes, 8 pizzarias, 9 padarias, 4 lanchonetes, 2 docerias e 2 bares.

Os restaurantes são os principais responsáveis por atender a demanda atual, sendo que estão totalmente preparados para atender a população e parcialmente estruturados para o atendimento ao turista. Ainda os restaurantes podem ser segmentados de acordo com sua especialidade gastronômica, desta forma o município de Carapicuíba possui, 16 restaurantes de culinária típica brasileira, 13 restaurantes de atendimento *fast food*, 6 restaurantes focados na culinária típica nordestina, 1 restaurante focado na culinária típica mineira, 3 churrascarias, 1 restaurante focado na culinária japonesa, 1 restaurante focado na culinária asiática e 1 restaurante focado na culinária italiana.

A maioria dos estabelecimentos abre aos finais de semana, e o município é bem servido de opções gastronômicas para horários alternativos aos convencionais.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Assim como os meios de hospedagem, os restaurantes não participam dos projetos institucionais do Ministério do Turismo e nenhum dos serviços de alimentação citados possuem CADASTUR.

De modo geral os serviços de alimentação de Carapicuíba estão bem estruturados e aptos a atender a demanda atual e parcialmente aptos a atender a demanda futura. A qualidade deste setor e a potencialidade que ele representa ao município é um fator extremamente relevante. Estratégias de integração dos serviços de alimentação junto aos meios de hospedagem e atrativos se fazem necessários, além de existir a possibilidade de se desenvolverem rotas gastronômicas dentro do município, aumentando o desenvolvimento deste setor.

### **5.1.7. Análise do Turismo Institucional**

Para que a atividade turística seja desenvolvida de maneira sustentável em uma determinada localidade é necessário que esta esteja pautada na legislação do municipal, e tenha destaque nas prioridades de desenvolvimento municipal.

De acordo com o inventário turístico de Carapicuíba, a cidade possui em legislações pertinentes que permitem a implantação, bom funcionamento e manutenibilidade da atividade turística em Carapicuíba.

A Lei Orgânica do Município de Carapicuíba organiza os órgãos da administração municipal, bem como a relação entre os órgãos do Executivo e Legislativo; disciplina a competência legislativa do Município; estabelece as regras do processo legislativo municipal e toda regulamentação orçamentária, em consonância com a Constituição Federal e Estadual. A menção ao turismo aparece em três momentos, sendo o primeiro, na Capítulo II, referente as competências do município: "Ao Município compete dispor, na forma da Constituição Federal, sobre assuntos de interesse local, assim se considerando, entre outros, os seguintes: XXIII - prover e incentivar o turismo local como fator de desenvolvimento social e econômico".



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Citado novamente o turismo, na subseção IV, referente às Comissões, "Art. 22 - As Comissões, órgãos internos destinados a estudar, investigar e apresentar pareceres, conclusões, indicações ou recomendações sobre a matéria submetida à sua apreciação, poderão ser permanentes ou temporárias, e, serão constituídas na forma do Regimento Interno, ao qual caberá indicar suas atribuições e seu modo de funcionamento". No "§ 3º - Serão obrigatórias, no mínimo, as comissões permanentes de:" sendo que no item IV inclui a Saúde, Educação, Cultura, Lazer e Turismo.

E por último no Capítulo III, da educação, da cultura, dos esportes e do lazer, Seção III, Art. 211, compreende que, "Os serviços municipais de esporte e recreação articular-se-ão entre si e com as atividades culturais do Município, visando à implementação e o desenvolvimento do turismo". (Redação dada pela Emenda nº 045/2012 de 20.12.2012).

A lei 3420 de 21 de dezembro de 2016, dispõe sobre a criação do Conselho Municipal de Turismo de Carapicuíba – CMTC – e do Fundo Municipal de Apoio ao Turismo de Carapicuíba – FUMATUC, vinculado à Secretaria Municipal de Cultura e Turismo.

O Conselho Municipal de Turismo - CMTC, é um órgão de representação colegiada, de caráter normativo, consultivo, orientador, e, objetiva institucionalizar a relação entre a Administração Municipal e os setores da sociedade civil ligados ao turismo.

O CMTC é composto por 08 conselheiros titulares e seus respectivos suplentes, sendo 04 titulares representantes da sociedade civil e seus suplentes e 04 titulares representantes do governo municipal e seus suplentes. O governo municipal será representado por 01 membro da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo e seus respectivos suplentes; 01 membro da Secretaria Municipal do Desenvolvimento Econômico Social e Trabalho e seu respectivo suplente; 01 membro da Secretaria Municipal da Fazenda e seu respectivo suplente e 01 membro da Secretaria Municipal de Governo e seu respectivo suplente.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Os representantes, titulares e suplentes, da sociedade civil das diversas áreas serão eleitos no Fórum Municipal de Turismo de Carapicuíba, sendo: 01 membro representante das agências de turismo; 01 membro representante da cultura popular do Município; 01 membro representante das empresas de transportes de Turismo e 01 membro representante dos museus e pontos de turismo.

O mandato dos membros do Conselho Municipal de Turismo de Carapicuíba e do Fundo, é de 02 anos, admitida sua recondução por um único período. A executiva do Conselho Municipal de Turismo é constituída por: 01 presidente; 01 vice-presidente; 01 Secretário Geral e 01 Segundo Secretário.

De acordo com o Capítulo II, Artigo 5º da Lei, compete ao Conselho Municipal de Turismo de Carapicuíba - CMTUC:

I - representar a sociedade civil organizada de Carapicuíba junto ao Poder Público Municipal no que se refere a assuntos de turismo;

II - elaborar juntamente com a Secretaria Municipal da Cultura e Turismo nas questões pertinentes ao Fundo Municipal de Apoio ao Turismo de Carapicuíba - FUMUTUC, as diretrizes e normas referentes à Política do Turismo do Município, influenciando junto ao Poder Executivo Municipal quando da aplicação das diretrizes, subsídios e recomendações para o desenvolvimento do Turismo do Município de Carapicuíba, observada a legislação em vigor;

III - apresentar, discutir, emitir parecer sobre projetos que tratam do desenvolvimento, da produção, do acesso e da divulgação do turismo no Município;

IV - propor programas, ações e projetos objetivando estimular atividades de produção do turismo no Município;

V - emitir parecer sobre questões referentes a: prioridades dos projetos no orçamento; propostas de obtenção de recursos; estabelecimento de parcerias com instituições e entidades de turismo.

VI - colaborar para o estudo e o aperfeiçoamento da legislação sobre a política do turismo, em âmbito municipal, estadual e federal;





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



VII - apresentar sugestões na elaboração da Lei de Diretrizes Orçamentárias - LDO, no que for de competência da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo;

VIII - contribuir na elaboração do Plano Municipal de Turismo, fiscalizando e orientando a sua execução;

IX - propor políticas de geração, captação e alocação de recursos para o setor turismo;

X - participar com a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo na seleção das entidades que visam obter recursos por intermédio de auxílios e subvenções;

XI - auxiliar a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo na proposição de instrumentos que assegurem um permanente processo de fiscalização da aplicação dos recursos das atividades turismo desenvolvidas por entidades que recebem auxílio ou subvenção no âmbito da União, Estado e Município;

XII - identificar tendências, e práticas que possam ser incorporados à política do turismo no município;

XIII - difundir no âmbito da sociedade, juntamente com a administração Municipal e outros setores organizados da sociedade, a valorização do turismo no nosso Município;

XIV - incentivar a instituição de novos Pólos Turísticos e apoiar os já existentes com a finalidade de agregar e fomentar as atividades de turismo no nosso Município;

XV - zelar pela manutenção e atualização do cadastro das instituições de turismo e agentes de turismo que atuem no campo do turismo no nosso Município;

XVI - atribuir a especialistas, técnicos de reconhecida competência, a incumbência de promover estudos e pesquisas que permitam identificar, colaborar e orientar o Conselho Municipal de Turismo - CMTC;

XVII - articular todos os setores do poder público e da sociedade civil em defesa da valorização e preservação do turismo na cidade de Carapicuíba;



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



XVIII - elaborar seu Regimento Interno e encaminhar ao Prefeito Municipal para conhecimento e publicação;

XIX - Garantir a continuidade dos projetos e ações no Município;

Parágrafo Único - O Conselho Municipal de Turismo - CMTC, terá garantido, para os fins do disposto neste artigo, o direito de acesso a documentações administrativas, contábeis e financeiras do Fundo Municipal de Apoio à Turismo de Carapicuíba - FUMUTUC, assegurado assim o direito de chamar à sua análise, questões julgadas relevantes pelo Conselho, nos termos do seu Regimento Interno.

Através da mesma lei (Lei 3420 de 21 de dezembro de 2016) que se criou o Conselho Municipal de Turismo de Carapicuíba – CMTC, institui-se também o Fundo Municipal de Apoio ao Turismo de Carapicuíba – FUMATUC, ambos vinculados à Secretaria Municipal de Cultura e Turismo. O FUMUTUC fica subordinado diretamente à Secretaria Municipal de Cultura e Turismo – CMTC, com o objetivo de vincular receitas públicas e privadas ao desenvolvimento de atividades Turísticas voltadas para o Município.

Referente as receitas do FUMUTUC, na Seção I da Lei 3420/2016, Artigo 15º, constituirão as receitas:

I - 20% da parte das receitas auferidas da arrecadação dos preços públicos de quaisquer atividades turísticas promovidos pela Secretaria Municipal de Cultura e Turismo que couber ao Poder Público.

II - 20% das doações, legados, subvenções, auxílios e contribuições de qualquer natureza, dos setores públicos ou privados, nacionais ou internacionais;

III - 20% das verbas municipais, estaduais ou federais e eventuais, bem como quaisquer outros recursos, créditos, rendas adicionais e extraordinárias e outras contribuições financeiras legalmente incorporáveis;

IV - 20% dos recursos provenientes da venda de produtos institucionais, de caráter turísticos municipal.

V - 20% dos resultados de convênios, contratos e acordos firmados com instituições públicas ou privadas nacionais ou internacionais;



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



VI - 100% das receitas com aplicações dos recursos no mercado financeiro;

VII - outras rendas eventuais.

Parágrafo 1º - As receitas descritas neste artigo serão depositadas obrigatoriamente em conta especial a ser aberta e mantida em agência de estabelecimento de crédito.

Parágrafo 2º - A aplicação dos recursos de natureza financeira dependerá de prévia aprovação do CMTC.

De acordo com a Seção II, Artigo 17º, o FUMUTUC será administrado por uma Comissão de Gestão e Acompanhamento, presidida pelo Secretário Municipal de Cultura e Turismo e, composta pelos seguintes membros: Secretário(a) Municipal da Cultura e Turismo; 01 representante da Secretaria Municipal de Governo; 01 representante da Secretaria Municipal da Fazenda e 01 representante da Sociedade Civil, eleito no Fórum Municipal de Turismo.

Os membros da Comissão de Gestão e Acompanhamento da Administração Municipal serão nomeados pelo Prefeito e à exceção do Secretário Municipal da Cultura e Turismo, nenhum dos demais membros da Comissão de Gestão e Acompanhamento poderá ter assento no CMTC.

Para o mandato dos membros componentes da Comissão de Gestão e Acompanhamento do FUMUTUC, institui-se que será de 02 anos, permitida uma única recondução por igual período com exceção do cargo de presidente exercido pelo o secretario.

Quanto as atribuições da Comissão de Gestão e Acompanhamento, presente na Seção IV, Artigo 18º:

I - manter em conta bancária do FUMUTUC os recursos disponíveis;

II - executar a aplicação dos recursos, de acordo com as deliberações do Conselho Municipal de Turismo - CMTC;

III - encaminhar para deliberação do CMTC, a aceitação do disposto no Inciso III do "caput" do art. 15;



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



IV - prestar contas ao CMTC e a secretaria da fazenda mensalmente, ou sempre que por esta solicitado.

Ainda em relação ao desenvolvimento turístico pautado na institucionalização, é necessário, e também abarcado pela legislação que trata dos Município de Interesse turístico, que todo o processo de planejamento turístico municipal seja instituído em forma de lei, para que assim os projetos sejam fidelizados e não se corra o risco de descontinuidade das ações propostas.

### **5.1.8 Resumo Executivo**

O Diagnóstico de Oferta Turística de Carapicuíba avaliou e hierarquizou 39 atrativos do destino. Esta hierarquização é necessária para o planejamento do turismo na localidade, pois, permite que se tenha uma visão geral sobre o potencial de atratividade, o grau de uso atual, sua representatividade, apoio da população local, estado de conservação, acesso e infraestrutura de cada um dos atrativos individualmente.

Para cada um dos quesitos avaliados durante a hierarquização é atribuída uma pontuação, onde 03 representa um alto potencial, 02 médio, 01 baixo e 0 nenhum. A somatória destes pontos mostra que Carapicuíba possui uma boa dispersão de níveis em seus atrativos e equipamentos turísticos, sendo um deles de nível 03 na hierarquia, isso significa que é excepcional e de grande interesse para o mercado turístico. Além disso, a maioria dos demais atrativos possui nível hierárquico com aspectos excepcionais ou capazes de atrair demandas locais e regionais, complementando atrativos de maior hierarquia no município, indicando que o destino possui alto potencial de atração turística, que atualmente é pouco explorado.

A matriz de hierarquização mostra que a maioria dos atrativos não possui apoio da comunidade local, ou seja, o envolvimento da comunidade é insatisfatório. Isso pode ser explicado, ainda que em partes, pela ausência do desenvolvimento de políticas públicas para o fomento da área, e pela ausência participação dos moradores nos processos tomada de decisão sobre o turismo.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



A ausência de apoio da comunidade local não é favorável ao planejamento turístico, uma vez que os moradores são peças fundamentais para a divulgação da cidade e seus atrativos, tem contato direto com os turistas e influenciam em seu atendimento. Além disso, são os munícipes que recebem o impacto, seja ele, positivo ou negativo, do desenvolvimento turístico e, diante disso, é preciso que haja integração dos mesmos no planejamento do turismo para sanar dúvidas e conseguir apoio individual e de entidades presentes na localidade.

Ainda sobre os atrativos de Carapicuíba, o diagnóstico indica que existe a necessidade de integrar os atrativos e estreitar as relações entre o Trade turístico, Prefeitura e COMTUR para que os objetivos para desenvolver o turismo da cidade.

O diagnóstico mostrou que o turismo cultural, o turismo de estudos e intercâmbio, o turismo social e o ecoturismo são os principais pontos para o desenvolvimento da atividade turística no município de Carapicuíba, estes segmentos são representados por recursos turísticos com alto nível de potencialidade e representatividade, e necessitam aumentar o grau de utilização e conseqüentemente o fluxo de turistas no município. Sendo a Aldeia de Carapicuíba o principal atrativo a ser trabalhado e complementado com as demais ofertas identificadas.

Além disso, é preciso realizar ações de divulgação da cidade e seus atrativos para que a atividade comece a ser fomentada, não obstante, é importante criar estratégias para a visitação dos demais pontos turísticos, inserindo-os em roteiros que busquem entreter o visitante durante sua estada no local.

O diagnóstico também auxilia a entender que a população precisa de programas de conscientização e sensibilização quanto ao resgate cultural, atividade turística e preservação ambiental. Com isso em prática, espera-se fomentar o sentimento de pertencimento e despertar o interesse dos moradores para as atividades e espaços de planejamento do turismo.

Quanto ao Trade Turístico de Carapicuíba, a partir do diagnóstico é possível compreender que o município já não comporta a demanda atual no que



## **Prefeitura de Carapicuíba**

Secretaria de Cultura e Turismo



diz respeito a malha hoteleira, que necessita de estratégias de atração de investimentos para a diversificação deste setor. Em relação aos demais serviços turísticos no município existe a falta de elementos que auxiliem na recepção e na organização de programação a serem ofertadas e vendidas aos visitantes que chegam ao município, como Agências de Turismo Receptivo e Centros de Informações ao visitante. Os serviços de alimentação foram considerados satisfatórios e encontram-se preparados para a demanda atual e parcialmente preparados para a demanda futura, visto a necessidade de investimento na área de capacitação de funcionários e de atendimento ao público em geral.

Outro problema identificado pelo diagnóstico é o não cadastramento da maioria dos estabelecimentos de hospedagem e de alimentação no CADASTUR, ou seja, não estão aptos a participar de projetos institucionais do Ministério do Turismo. É preciso lembrar que o cadastro no CADASTUR é obrigatório para os meios de hospedagem.

Deste modo, é notável que a atividade turística no município de Carapicuíba é uma novidade aos gestores municipais, população e mesmo aos donos de estabelecimentos de interesse turístico no município. Para tanto, é de extrema importância que a construção das políticas e programas de fomento à atividade sejam feitas em conjunto entre Órgão Público, Trade Turístico e População, para que se minimizem os impactos negativos e potencializem os benefícios que a inserção da atividade possa vir a ocasionar a todo o município de Carapicuíba, gerando oportunidades de desenvolvimento.



## 5.2. Infraestrutura Urbana

A infraestrutura urbana é o conjunto de sistemas técnicos e serviços necessários ao desenvolvimento das funções urbanas, esses sistemas e serviços integrados refletem em como a cidade irá funcionar (NPQV, Núcleo de Pesquisas de Qualidade de Vida do Mackenzie). Para que a cidade tenha um perfeito funcionamento é necessário investimento em bens ou equipamentos que devem atender a toda população de maneira satisfatória, de forma a evitar sobrecargas que impeçam os padrões de atendimento previstos.

Infraestrutura turística propicia as condições mínimas que viabilizam a realização do produto: sinalização turística, guias turísticos, pontos ou centro de informações turísticas (FERREIRA; COUTINHO, 2002). Na análise da infraestrutura turística de uma parcela fragmentada do tecido urbano é preciso ser cauteloso pois o espaço em questão não precisa ser autossuficiente, visto que o entorno próximo pode suprir as carências daquela área. É preciso levar em consideração o deslocamento por esse ser uma característica básica da atividade.

Para o desenvolvimento do Plano de Infraestrutura é preciso realizar um diagnóstico dos elementos presentes na cidade e que inter-relacionem a infraestrutura urbana e turística. Somente assim o resultado terá considerações finais coesas e que de fato possam ajudar na intervenção de modo positivo para evolução turística e da cidade como um todo.

Ignarra (2003, p.21) identifica a importância da infraestrutura geral como parte do produto turístico, que somados aos atrativos turísticos, serviços turísticos e os serviços urbanos de apoio ao turismo compõem os atrativos que motivam a atividade turística. Segundo Ignarra, a infraestrutura geral pode ser definida como:

“(...) são elementos essenciais à qualidade de vida das comunidades e que beneficiam completamente os turistas ou os empreendimentos turísticos. Embora não sejam implantados para beneficiar exclusivamente os turistas, podem contribuir para a qualidade do produto turístico. Fazem parte desta infraestrutura básica os seguintes elementos: vias de acesso, saneamento básico, rede de energia elétrica, comunicações, sinalização turística e iluminação pública, entre outros.”





Nesta etapa do trabalho são realizadas as análises da infraestrutura dos atrativos mapeados e do acesso aos mesmos. Além de sintetizar as facilidades urbanas em relação a infraestrutura turística como sinalização turística e centros de informações destinados ao atendimento para o visitante.

### **5.2.1. Problemáticas na Infraestrutura dos Atrativos Turísticos**

Segundo o SEBRAE (2016, p.7),

Os atrativos turísticos exercem papel fundamental para o desenvolvimento do turismo receptivo, uma vez que compõem a oferta turística diferencial de uma localidade, ou seja, são os principais responsáveis pela atratividade das regiões turísticas, que geram os fluxos turísticos. A qualidade da oferta desses atrativos impacta diretamente no posicionamento do destino no mercado turístico.

A partir da hierarquização dos atrativos da cidade de Carapicuíba é possível destacar, a partir da potencialidade de atração e representatividade ao município, a Aldeia de Carapicuíba, o Parque Ecológico da Aldeia e a Faculdade da Aldeia de Carapicuíba – FALC como os principais atrativos turísticos do município. Todavia, é necessário analisar a infraestrutura de todos os atrativos turísticos mapeados no processo de Inventariação da Oferta Turística para que, de fato, sejam traçadas estratégias de desenvolvimento turístico municipal. Desta forma o planejamento turístico colabora não só para que a localidade tenha potencial de atração, mas que também complemente a oferta turística com uma variedade de opções de atividades e facilidades, aumentando o período de permanência do turista.

Para realizar a análise da Infraestrutura dos atrativos turísticos da cidade de Carapicuíba é necessário realizar um recorte na hierarquização da oferta turística dos atrativos nos índices de análise de estado de conservação da paisagem circundante e infraestrutura geral. Com base neste recorte é possível traçar o perfil do atrativo, suas potencialidades e sua situação atual.

A análise dos atrativos representa a condição atual de sua própria infraestrutura e do espaço circundante onde está inserido, para esta avaliação são atribuídos níveis de 00 a 03. Desta forma, na avaliação de estado de



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



conservação da paisagem o nível 00 representa estado de conservação péssimo, 01 estado de conservação regular, 02 bom estado de conservação e 03 ótimo estado de conservação. Em relação à Infraestrutura o nível 00 representa infraestrutura inexistente, 01 existente porém em estado precário, 02 existente, mas necessitando de intervenções/melhorias e 03 existente e em ótimas condições.

**Tabela 30 - Recorte da Hierarquização - Infraestrutura dos atrativos**

<b>Atrativo</b>	<b>Estado de conservação da paisagem</b>	<b>Infraestrutura</b>
<b>Aldeia de Carapicuíba</b>	2	2
<b>Parque Ecológico Aldeia</b>	2	2
<b>Plaza Shopping Carapicuíba</b>	2	3
<b>Parque Gabriel Chucre</b>	2	3
<b>Faculdade da Aldeia de Carapicuíba – FALC</b>	3	2
<b>Associação Santa Terezinha</b>	3	3
<b>Paróquia São Lucas Evangelista</b>	3	3
<b>Hípica Santa Terezinha</b>	2	2
<b>FATEC de Carapicuíba</b>	2	2
<b>Congregação Cristã no Brasil</b>	2	3
<b>Associação São Joaquim de Apoio à Maturidade</b>	3	3
<b>Ginásio Poliesportivo Ayrton Senna</b>	2	2
<b>Estádio Niterói</b>	2	2
<b>Paróquia Nossa Senhora Aparecida</b>	2	2
<b>Paróquia São Roque</b>	2	2
<b>Oca Escola Cultural</b>	2	2
<b>Parque Ecológico Paturis</b>	1	1
<b>Faculdade Nossa Cidade – Unidade Estácio Carapicuíba</b>	2	3
<b>Praça Anita Caldas</b>	3	2
<b>Praça Padre Kirano</b>	2	2
<b>Calçadão de Carapicuíba</b>	2	2
<b>Parque Ecológico Planalto</b>	1	1
<b>Centro Poliesportivo Tancredo Neves</b>	2	1



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>ETEC de Carapicuíba</b>	2	2
<b>Praça das Bandeiras</b>	2	2
<b>Igreja Universal</b>	2	2
<b>Paróquia Santa Rita de Cássia</b>	2	2
<b>Paróquia São Paulo Apóstolo</b>	2	2
<b>Paróquia Nossa Senhora das Graças</b>	2	2
<b>Centro Unificado Ariston</b>	2	2
<b>Complexo Esportivo Vereador Edmundo Alves de Oliveira - Fuca</b>	2	2
<b>Parque do Jandaia</b>	2	1
<b>SESI – CE 077 Carapicuíba</b>	1	3
<b>Teatro Municipal Jorge Amado</b>	1	1

Fonte: Urbatec, 2017

Com base nesta análise é possível afirmar que os atrativos Associação Santa Terezinha, Paróquia São Lucas Evangelista e Associação São Joaquim de apoio à maturidade possuem os melhores índices de infraestrutura para a prática da atividade turística. Foi identificado nestes três casos que a paisagem circundante está em ótimo estado de conservação e a infraestrutura em ótimas condições.

Os demais atrativos serão tratados individualmente por possuírem debilidades em alguma das áreas exploradas.

A Aldeia de Carapicuíba possui bom estado de conservação da paisagem circundante, anexá-la ao Parque Ecológico Aldeia é considerado uma boa estratégia para aumentar a oferta turística do espaço, entretanto as vias de acesso ao local encontram-se em estado precário em alguns pontos e algumas invasões do espaço prejudicam a imersão do turista na viagem no tempo que o local proporciona. Quanto à sua infraestrutura é considerada existente, porém necessitando de intervenções/melhorias, neste ponto vê-se a necessidade de uma melhor estruturação dos espaços de estacionamento próximo à aldeia, que devem ter capacidade suficiente para a demanda que espera-se atrair, este deve ter vagas para carros de passeio e veículos de possíveis excursões, com vagas delimitadas e também parcialmente destinadas à idosos e portadores de necessidades especiais. Outro ponto destacado é a falta sensação de segurança, em alguns momentos é possível observar bases comunitárias da força policial,



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



entretanto, em períodos noturnos estas rondas são menos frequentes o que abre margem para a criminalização do espaço, ainda a falta de acessibilidade no local impacta diretamente os visitantes com mobilidade reduzida. Por fim, vê-se a necessidade de exploração do espaço com uma maior gama de serviços e atividades turísticas, visto que atualmente este fica rendido à visitas pré-agendadas, eventos tradicionais realizados, ou apenas a contemplação arquitetônica. Por se tratar de um patrimônio nacional tombado pelo IPHAN, qualquer alteração ou intervenção que o local, ou seu entorno, necessite deve ser realizada respeitando as normas que o título implica.

O Parque Ecológico da Aldeia possui bom estado de conservação da paisagem circundante, assim como a Aldeia de Carapicuíba, as invasões de espaços públicos em seu entorno e até mesmo inseridas em sua área impactam diretamente as impressões do turista sobre o espaço visitado. Quanto à sua infraestrutura é considerada existente, porém necessitando de intervenções/melhorias, neste ponto vê-se a necessidade de uma melhor estruturação dos espaços de estacionamento próximo ao parque, que devem ter capacidade suficiente para a demanda que espera-se atrair, este deve ter vagas para carros de passeio e veículos de possíveis excursões, com vagas delimitadas e também parcialmente destinadas à idosos e portadores de necessidades especiais. A poda das árvores, jardinagem, pintura, limpeza do lago e do parque como um todo são imprescindíveis para passar uma boa impressão ao visitante. Outro ponto destacado é a falta sensação de segurança, em alguns momentos é possível observar bases comunitárias da força policial, entretanto, em períodos noturnos estas rondas são menos frequentes o que abre margem para a criminalização do espaço, ainda a falta de acessibilidade no local impacta diretamente os visitantes com mobilidade reduzida. Por fim a implantação de sanitários e a ampliação das áreas destinadas a atividade de lazer como playgrounds, academias ao ar livre, bancos, lixeiras entre outros mobiliários se fazem necessário com vistas a atender a demanda local e emergente de modo



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



que a atividade turística não se aproprie do espaço, ocasionando o afastamento da população local.

O Plaza Shopping Carapicuíba possui bom estado de conservação da paisagem circundante, neste ponto o local ainda está em fase de obras, com avenidas de acesso ao local sendo finalizadas, entretanto destaca-se a falta de arborização do espaço circundante ao atrativo. Quanto à sua infraestrutura é considerada existente e em ótimas condições.

O Parque Gabriel Chucre possui bom estado de conservação da paisagem circundante, o local fica próximo ao limítrofe do município com Barueri, e o fluxo de veículos é intenso, entretanto este fluxo não atrapalha a sensação de contato à natureza. Um ponto a se destacar é a necessidade de um embelezamento urbano na área que circunda o parque, com atenção à Lagoa de Carapicuíba. Quanto à sua infraestrutura é considerada existente e em ótimas condições.

A Faculdade da Aldeia de Carapicuíba possui ótimo estado de conservação da paisagem circundante, o local fica próximo ao complexo da Aldeia de Carapicuíba e possui em sua área grande parte destinada a conservação de áreas verdes. Quanto à sua infraestrutura é considerada existente, porém necessitando de intervenções/melhorias, dentro dos limites orçamentários da instituição existem modificações a serem feitas à fim de facilitar o desenvolvimento da visitação turística que já ocorre no espaço. É fato que a instituição trabalha em prol do desenvolvimento turístico municipal, colabora conservando diversas peças históricas e estruturas da época que o espaço era um manicômio, todavia ainda falta acessibilidade em alguns pontos e melhoria de alguns espaços, importante salientar que diversos projetos a fim de melhorar a visitação já estão em execução por parte da administração do local.

A Hípica Santa Terezinha possui bom estado de conservação da paisagem circundante, a falta de arborização e a manutenção das vias públicas, além do calçamento e pintura do meio fio são fatores que impactam na primeira impressão de um visitante. Quanto à sua infraestrutura é considerada existente, porém necessitando de intervenções/melhorias, dentro dos limites orçamentários



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



da instituição existem modificações a serem feitas à fim de facilitar o desenvolvimento da visitaçã o turística que já ocorre no espaço. A administração do local pretende, em 2018, agregar a atividade de hipismo, além da equoterapia já existente. Destaca-se aqui que o local possui infraestrutura desativada de restaurante, alguns locais desorganizados e que precisam de atenção quanto a poda de arvores, limpeza do lago, entre outros pequenos pontos que colaboram para a organizaçã o e melhoria da qualidade do espaço.

A FATEC e a ETEC de Carapicuíba possuem bom estado de conservaçã o da paisagem circundante, a falta de arborizaçã o e a manutençã o das vias públicas, além do calçame nto, pintura do meio fio e a fachada também já apagada do local são fatores que impactam na primeira impressã o de um visitante. Quanto às suas infraestruturas, são consideradas existentes, porém necessitando de intervençã o/melhorias, dentro dos limites orçame ntários da instituição existem modificações a serem feitas à fim de facilitar o desenvolvimento da visitaçã o turística que já ocorre no espaço. Auditórios e espaços de área comum precisam de melhorias, enquanto a infraestrutura básica do local também sofre com a falta de recursos.

A Congregaçã o Cristã no Brasil, possui bom estado de conservaçã o da paisagem circundante, a falta de arborizaçã o e a manutençã o das vias públicas, além do calçame nto, pintura do meio fio e sua localizaçã o são fatores que impactam na primeira impressã o de um visitante. Quanto à sua infraestrutura é considerada existente e em ótimas condiçã oes.

O Ginásio Poliesportivo Ayrton Senna possui bom estado de conservaçã o da paisagem circundante, a falta de arborizaçã o e a manutençã o das vias públicas, além do calçame nto e pintura do meio fio são fatores que impactam na primeira impressã o de um visitante. Quanto à sua infraestrutura é considerada existente, porém necessitando de intervençã o/melhorias, neste caso são poucas as necessidades de melhorias, entretanto são propostas à fim de promover maior conforto em relaçã o às atividades que já ocorre no espaço, existe uma demanda grande quanto à acessibilidade do local e melhoria dos sanitários.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



O Estádio Niterói possui bom estado de conservação da paisagem circundante, a falta de arborização e a manutenção das vias públicas, além do calçamento, pintura do meio fio e principalmente neste caso a falta de uma fachada de identificação do espaço, são alguns dos fatores que impactam na primeira impressão de um visitante. Quanto à sua infraestrutura é considerada existente, porém necessitando de intervenções/melhorias, neste caso são poucas as necessidades de melhorias, entretanto são propostas à fim de promover maior conforto em relação às atividades que já ocorre no espaço, existe uma demanda grande quanto à acessibilidade do local.

As Paróquias Nossa Senhora Aparecida, São Roque, Santa Rita de Cássia, São Paulo Apóstolo, Nossa Senhora das Graças e a Igreja Universal possuem bom estado de conservação da paisagem circundante, a falta de arborização e a manutenção das vias públicas, além do calçamento e pintura do meio fio são fatores que impactam na primeira impressão de um visitante. Quanto à infraestrutura destes locais, é considerada existente, porém necessitam de intervenções/melhorias, este grupo de atrativos foi analisado em conjunto devido à semelhança em seu potencial de atração e o foco no segmento de Turismo Religioso, desta forma, as atividades que se desenvolvem são cultos ou eventos de cunho religiosos, ou seja, as intervenções necessárias nestes espaços diz respeito à agregar serviços que colaborem ao desenvolvimento da atividade turística, melhoria da infraestrutura dos salões paroquiais para a realização de eventos, em alguns casos a pintura deteriorada dos locais, a manutenção do espaço e modificações referentes à acessibilidade a pessoas com mobilidade reduzida em geral.

A Oca Escola Cultural possui bom estado de conservação da paisagem circundante, a falta de arborização e a manutenção das vias públicas, além do calçamento, pintura do meio fio e principalmente neste caso a falta de uma fachada de identificação do espaço, são alguns dos fatores que impactam na primeira impressão de um visitante. Por se localizar próxima a Aldeia de Carapicuíba, também sofre com as invasões que se consolidaram nos espaços





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



públicos que circundam o local. Quanto a infraestrutura, é considerada existente, porém necessitando de intervenções/melhorias, dentro dos limites orçamentários da instituição existem modificações a serem feitas à fim de facilitar o desenvolvimento da visitação turística que já ocorre no espaço.

A Faculdade Nossa Cidade – Unidade Estácio de Carapicuíba possui bom estado de conservação da paisagem circundante, a falta de arborização e a manutenção das vias públicas, além do calçamento e pintura do meio fio são alguns dos fatores que impactam na primeira impressão de um visitante. Quanto à sua infraestrutura é considerada existente e em ótimas condições.

O Parque Ecológico Paturis, Parque Ecológico Planalto e Parque do Jandaia possuem estado regular de conservação da paisagem circundante, a manutenção das vias públicas, a poda das árvores, jardinagem, pintura das estruturas presentes e conservação dos monumentos são pontos que impactam na primeira impressão de um visitante. Quanto à sua infraestrutura é considerada existente, porém em estado precário, a falta de lixeiras, bancos, conservação do calçamento, sanitários além de pontos importantes ao desenvolvimento turístico como a falta de segurança e iluminação nestes locais implicam diretamente na qualidade do serviço ofertado ao turista.

A Praça Anita Caldas possui ótimo estado de conservação da paisagem circundante. Quanto à sua infraestrutura considerada existente, porém necessitando de intervenções/melhorias, principalmente na manutenção do local e da iluminação pública.

A Praça Padre Kirano possui bom estado de conservação da paisagem circundante, a manutenção das vias públicas, além do calçamento e pintura do meio fio são alguns dos fatores que impactam na primeira impressão de um visitante. Quanto à sua infraestrutura considerada existente, porém necessitando de intervenções/melhorias, a praça possui alguns pontos de vandalismo e necessita de poda de árvores, jardinagem e manutenção do calçamento, além da melhoria da iluminação pública.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



A Praça das Bandeiras possui bom estado de conservação da paisagem circundante, a manutenção das vias públicas, além do calçamento e pintura do meio fio são alguns dos fatores que impactam na primeira impressão de um visitante. Quanto à sua infraestrutura considerada existente, porém necessitando de intervenções/melhorias, a praça possui uma fonte que encontra-se desativada na maior parte do tempo e apresenta déficit em relação a lixeiras.

O Calçadão de Carapicuíba possui bom estado de conservação da paisagem circundante, leva-se em consideração a diversidade de estabelecimentos comerciais implantados neste local e algumas fachadas já antigas, sem manutenção ou vítimas de atos de vandalismo impactam na impressão do visitante sobre o espaço como um todo. Quanto à sua infraestrutura considerada existente, porém necessitando de intervenções/melhorias, a iluminação noturna é precária e existe uma grande concentração de ambulantes com barracas e carrinhos despadronizados que atrapalham o fluxo de pessoas no local, todavia, a administração pública de Carapicuíba já vem desenvolvendo técnicas para a organização destes em quiosques anexos ao espaço do Calçadão com vistas a melhoria do ambiente, a limpeza do local é frequente, e é bem dotado de lixeiras e bancos.

O Centro Unificado Ariston e o Complexo Esportivo Vereador Edmundo Alves de Oliveira – FUCA possuem bom estado de conservação da paisagem circundante, a manutenção das vias públicas, além do calçamento e pintura do meio fio são alguns dos fatores que impactam na primeira impressão de um visitante. As fachadas destes locais também não são atrativas, dando a entender que tratam-se apenas de equipamentos de uso da população carapicuibana. Quanto a infraestrutura destes espaços, foram consideradas existentes, porém necessitando de intervenções/melhorias, o Complexo Esportivo Vereador Edmundo Alves de Oliveira – FUCA possui em seu complexo teatro que necessita de intervenções para que possa voltar a possuir significativa agenda cultural, ambos os espaços dividem seu complexo com outras secretarias municipais que ofertam serviços não comuns à atrativos turísticos, como posto de saúde, creche,



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



pontos de assistência social, setor de obras e serviços públicos, esta realidade não é ideal caso exista a intenção de promover visitas ou atividades que venham gerar fluxo de visitantes devido a apropriação de espaços voltados a população e possíveis riscos que possam ocasionar.

O Centro Poliesportivo Tancredo Neves e o Teatro Municipal Jorge Amado apresentam níveis diferentes quanto à conservação da paisagem circundante, sendo bom e regular respectivamente, entretanto esta diferença se dá apenas por conta da fachada já deteriorada do Teatro, a manutenção das vias públicas, além do calçamento e pintura do meio fio são algumas das necessidades para melhorar o impacto na primeira impressão de um visitante. Quanto a infraestrutura destes espaços, ambos foram considerados existente, porém em estado precário. Os dois locais encontram-se fechado à suas atividades devido a reforma, manutenção e adaptação do espaço.

De maneira geral é possível afirmar que a gama de atrativos de Carapicuíba é bem estruturada, o estado de conservação da paisagem circundante é regular ou bom na maioria dos casos e não existem atrativos sem infraestrutura básica ao desenvolvimento de atividades, todavia é notável que a maioria destas infraestruturas precisa de manutenção e em alguns casos intervenções e melhorias para que a oferta turística do município se consolide.

### **5.2.2. Problemáticas na Infraestrutura Turística Geral**

A infraestrutura urbana é para muitos pesquisadores do turismo, um dos fatores condicionantes para o desenvolvimento da atividade turística, ela garante condições para o investimento privado no setor e o desenvolvimento de suas atividades, além de trazer melhorias e bem estar social para as comunidades, ou seja, para que esta esteja pronta para receber a atividade turística deve ser bem estruturada e pensada primeiramente nas necessidades básicas de uma determinada localidade.

De acordo com Beni (1998, p.123) a medida que aumenta o fluxo de pessoas em uma cidade ou região, são necessárias ampliações dos investimentos



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



nos serviços de infraestrutura, luz, calçamento, aeroportos e rodovias. A infraestrutura pode ser dividida em infraestrutura geral e específica, sendo que a infraestrutura geral é a que “consiste na rede viária e de transporte, no sistema de telecomunicações, de distribuição de energia, de água de captação de esgotos e outros.”, ela reúne condições para que haja habitabilidade e apoio aos equipamentos e serviços turísticos, deste modo atinge tanto a comunidade quanto aos visitantes. A infraestrutura específica é a que destina-se exclusivamente a exploração da atividade turística.

Quanto à infraestrutura geral de Carapicuíba, de acordo com as visitas técnicas realizadas durante o processo de Inventariação da Oferta Turística, é possível afirmar que é necessário desenvolver estratégias e rotas alternativas das vias públicas para evitar o trânsito em horários de pico nas avenidas principais da cidade. A manutenção destas vias também faz-se necessária, em conjunto aos programas de embelezamento urbano, poda de árvores e melhoria da iluminação pública.

Quanto à infraestrutura turística foi detectado que necessita de uma política de ampliação, sendo voltada a sinalização urbana e turística que ainda não tem capacidade de direcionar o visitante pelo município, ou até, em alguns dos casos, identificar os locais quando próximo a eles. A falta de um centro de informações turísticas ou de apoio ao turista é outro fator agravante ao desenvolvimento turístico municipal, pois este local é o responsável por ceder informações sobre os atrativos turísticos municipais, auxiliar na contratação de serviços do trade turístico, expor as facilidades e direcionar a visita do turista de acordo com as suas intenções. Ainda a falta de pórtico nas entradas do município podem ser um ponto importante na atração do visitante ao município, visto que por ser localizar na região metropolitana de São Paulo, a cidade acaba sendo condensada em consideração ao espaço e distância de outros municípios, ocasionando na falta de percepção do visitante sobre o local por onde transita.

Desta forma, é visível que por conta do baixo desenvolvimento turístico municipal e pela novidade que a atividade implica, são várias as interferências



## **Prefeitura de Carapicuíba**

Secretaria de Cultura e Turismo



urbanas e adequações necessárias ao município. Todavia destaca-se aqui os benefícios gerados com essas intervenções e melhorias, tendo em vista o impacto que gera não só no desenvolvimento turístico municipal, mas também na qualidade de vida populacional e na capacidade de atrair investimentos para Carapicuíba.



### 5.3. Comunicação

A Comunicação na sua definição consiste num processo que envolve troca de informações, é por meio dela, que desenvolvemos a capacidade de realizar uma ligação que atende plenamente às necessidades humanas e assim promover uma interação com nossos semelhantes.

Comunicação é uma palavra de sentido amplo e abre um leque de possibilidades em vários segmentos. Com o surgimento de novas tecnologias, além da sofisticação e aprimoramento de métodos de comunicação já existentes, a cada dia novas alternativas surgem, tornando mais dinâmicas as possibilidades de comunicação. Essa evolução na área de comunicação é parte integrante da própria evolução do homem e da sociedade, pois a comunicação está diretamente ligado aos sentidos humanos, o que nos permite afirmar que é praticamente impossível o homem deixar seus sentidos de lado simplesmente ignorando-os e deixando de se comunicar.

Comunicar significa é muito mais que passar uma informação, é trabalhar para que esta seja compreendida e possa gerar alguma forma de crescimento para o meio a qual pertence. Turismo envolve não apenas viajar, mas compreende um fluxo que gera na economia e pode desenvolver uma cidade ou região.

O estudo da comunicação do turismo não se resume apenas em descobrir as estratégias necessárias para que o produto possa chegar ao seu consumidor, mas trata-se de uma ferramenta essencial capaz de contribuir para o desenvolvimento sustentável e para a melhoria da qualidade de vida da população nos destinos envolvidos.

O Diagnóstico de Comunicação do Destino se estruturou conforme a tabela abaixo:



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



**Tabela 31 - Critérios de Avaliação Comunicacional (Parte I)**

<b>CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO</b>	<b>SINALIZAÇÃO TURÍSTICA</b>	<b>MARCA PADRONIZADA</b>	<b>MATERIAL PROMOCIONAL INSTITUCIONAL</b>	<b>MATERIAL INFORMATIVO TURÍSTICO</b>	<b>CANAIS DE DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO</b>
<b>ÓTIMO</b>	há placas interpretativas ou painéis – breve descritivo do atrativo, fotos antigas/atuais do atrativo; um pequeno mapa da cidade apontando onde se encontra o atrativo; acessibilidade de interpretação para portadores de necessidades especiais e placas em dois idiomas. Além disso, se as mesmas se encontram em bom estado de conservação (estão legíveis e com a pintura) e se seguem a padronização do Ministério do Turismo.	há marca padronizada e/ou identidade visual definida: o uso das cores, o uso da mensagem gráfica (se a mesma tem ligação ou não com o município), o slogan possui identificação direta com o município, a identificação direta da marca com o município e o uso das cores no mobiliário urbano (lixeiras, pontos de ônibus...).	há material promocional digital e impresso, como: show case, dvd, folders informativos, guia gastronômico, revistas, panfletos, mala direta, folhetos, dentre outros materiais.	há material informativo turístico digital e impresso, como: mapa turístico (em dois idiomas), newsletter, folhetos informativos, guia de bolso, dentre outros materiais.	há website, Fanpage no Facebook, Canal no YouTube, Instagram, Flickr, Twitter, dentre outros meios de comunicação online atualizados. Além de divulgação em revistas, jornais, canais de tv, websites e rádio.
<b>BOM</b>	há placas interpretativas ou painéis – breve descritivo do atrativo, fotos antigas/atuais do atrativo e um pequeno mapa da cidade apontando onde se encontra o atrativo. Além disso, se as mesmas se encontram em bom estado de conservação (estão legíveis e com a pintura) e se seguem a padronização do Ministério do Turismo.	há marca padronizada e/ou identidade visual definida: o uso das cores, o uso da mensagem gráfica (se a mesma tem ligação ou não com o município), o slogan possui identificação direta com o município, a identificação direta	há material promocional digital e impresso, como: folders informativos, dvd's, revistas, panfletos, mala direta, folhetos, dentre outros materiais.	há material informativo turístico impresso, como: mapa turístico (em dois idiomas), newsletter e folhetos informativos.	há website, Fanpage no Facebook, Canal no YouTube, Instagram, Twitter, dentre outros meios de comunicação online atualizados. Além de divulgação





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



		da marca com o município.			em revistas, jornais e rádio.
<b>REGULAR</b>	há placas interpretativas ou painéis com breve descritivo do atrativo.	há marca padronizada e/ou identidade visual definida: o uso das cores e o slogan.	há material promocional impresso, como: folders informativos, dvd's, panfletos, folhetos.	há material informativo turístico impresso, como: mapa turístico, folhetos informativos.	há website, Fanpage no Facebook, Canal no YouTube, Instagram, Twitter desatualizados.
<b>RUIM</b>	há placas apenas com o nome do atrativo.	há marca padronizada e/ou identidade visual, porém, a mesma não é explorada.	há material promocional impresso, como: folders informativos, panfletos e folhetos.	há material informativo turístico impresso, como: folhetos informativos.	há Fanpage no Facebook.
<b>INEXISTENTE</b>	não há sinalização turística no município.	não há marca padronizada e/ou identidade visual.	não há material promocional institucional.	não há material informativo turístico.	não há promoção digital online (website e redes sociais).

Fonte: Urbatec, 2017.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



**Tabela 32 - Critérios de Avaliação Comunicacional (Parte II)**

<b>CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO</b>	<b>ATENDIMENTO AO TURISTA</b>	<b>VÍDEO INSTITUCIONAL</b>	<b>APLICATIVO TURÍSTICO (GUIA)</b>	<b>PESQUISA DE FLUXO TURÍSTICO</b>	<b>PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA</b>	<b>PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS E EVENTOS</b>
<b>ÓTIMO</b>	há Centro de Informações Turísticas (CAT) em funcionamento - tanto em dias úteis, como aos fins de semana, com um profissional especializado, além de materiais promocionais e informativos turísticos.	quando há vídeo institucional apresentando os aspectos históricos e culturais do município, sua infraestrutura, bem como seus principais atrativos turísticos, meios de hospedagem e gastronomia, além de informações de apoio ao turista.	quando há um aplicativo para a divulgação do município, uma espécie de guia turístico – com todos os atrativos turísticos da cidade, bem como restaurantes, hotéis, serviços de apoio ao turista, roteiros que possam ser realizados na cidade, informações sobre linhas de ônibus para chegar até os atrativos e dicas de viagem em geral.	quando há pesquisas de fluxo turístico de 6 em 6 meses e durante eventos ocorridos no município.	quando há pesquisas de demanda turística de 12 em 12 meses e durante eventos ocorridos no município.	quando há participação periódica em diversas feiras e eventos ligados ao turismo e voltados a divulgação do município.
<b>BOM</b>	há Centro de Informações Turísticas (CAT) em funcionamento - em dias úteis, com um profissional especializado, além de materiais promocionais e informativos turísticos.	quando há vídeo institucional apresentando os aspectos históricos e culturais do município, bem como seus principais atrativos turísticos, meios de hospedagem e gastronomia, além de informações de apoio ao turista.	quando há um aplicativo para a divulgação do município, uma espécie de guia turístico – com todos os atrativos turísticos da cidade, bem como restaurantes, hotéis e serviços de apoio ao turista.	quando há pesquisas de fluxo turístico de 12 em 12 meses e durante eventos ocorridos no município.	quando há pesquisas de demanda turística de 24 em 24 meses e durante eventos ocorridos no município.	quando há participação em diversas feiras e eventos ligados ao turismo e voltadas a divulgação do município.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>REGULAR</b>	há Centro de Informações Turísticas (CAT) em funcionamento - em dias úteis, além de materiais promocionais e informativos turísticos.	quando há vídeo institucional apresentando os principais atrativos turísticos, meios de hospedagem e gastronomia.	quando há um aplicativo para a divulgação do município, uma espécie de guia turístico – com os principais atrativos turísticos, restaurantes e hotéis do município.	quando há pesquisas de fluxo turístico de 18 em 18 meses.	quando há pesquisas de demanda turística de 30 em 30 meses.	quando há a participação ao menos 3x ao ano em feiras e eventos ligados ao turismo.
<b>RUIM</b>	há Centro de Informações Turísticas (CAT), porém, o mesmo se encontra desativado.	quando há vídeo institucional com os principais atrativos turísticos do município.	quando há um aplicativo para a divulgação do município, porém, o mesmo o mesmo não é explorado.	quando há pesquisas de fluxo turístico a cada 36 meses (3 anos).	quando há pesquisas de demanda turística a cada 36 meses (3 anos).	quando há participação em feiras e eventos ligados ao turismo apenas 1x ao ano.
<b>INEXISTENTE</b>	não há atendimento ao turista.	não há vídeo institucional.	não há aplicativo turístico (guia).	não há pesquisa de fluxo turístico.	não há pesquisa de demanda turística.	não há participação em eventos e feiras.

Fonte: Urbatec, 2017.



### 5.3.1. Análise da Comunicação Institucional de Carapicuíba

A partir das tabelas 32 e 33, de diagnóstico da comunicação turística do município, é possível analisar como a cidade de Carapicuíba se vende ao potencial visitante. Cada segmento foi analisado a partir das visitas em campo durante o Inventário de Oferta Turística e contou ainda com o fornecimento de informações por parte da Prefeitura Municipal de Carapicuíba.

Desta forma os resultados obtidos acerca da Comunicação Institucional de Carapicuíba estão destacados na tabela abaixo:

**Tabela 33 - Avaliação da Comunicação Institucional Turística de Carapicuíba**

<b>Objeto Avaliado</b>	<b>Avaliação</b>	<b>Descritivo</b>
<b>Sinalização Turística</b>	Ruim	Há placas apenas com o nome de alguns dos atrativos.
<b>Marca Padronizada</b>	Inexistente	Não há marca padronizada e/ou identidade visual turística.
<b>Material Promocional Institucional</b>	Ruim	Há material promocional impresso, como: folders informativos, panfletos e folhetos.
<b>Material Informativo Turístico</b>	Ruim	Há material informativo turístico impresso, como: folhetos informativos.
<b>Canais de Divulgação e Promoção</b>	Ruim	Há Fanpage no Facebook, entretanto não tem finalidade de promoção turística.
<b>Atendimento ao Turista</b>	Inexistente	Não há atendimento ao turista.
<b>Vídeo Institucional</b>	Inexistente	Não há vídeo institucional.
<b>Aplicativo Turístico (guia)</b>	Inexistente	Não há aplicativo turístico (guia).
<b>Pesquisa de Fluxo Turístico</b>	Inexistente	Não há pesquisa de fluxo turístico.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>Pesquisa de Demanda Turística</b>	Inexistente	Não há pesquisa de demanda turística.
<b>Participação em Feiras e Eventos</b>	Inexistente	Não há participação em eventos e feiras.

**Fonte:** Urbatec, 2017.

Desta forma é possível identificar que ainda não há a exploração comercial do município como um destino turístico, faltam materiais e estratégias de divulgação a fim de atrair o visitante ao município. Todavia, é compreensível a debilidade no processo de comunicação, tendo em vista, a tentativa de desenvolvimento turístico do município que se encontra em fase de planejamento.

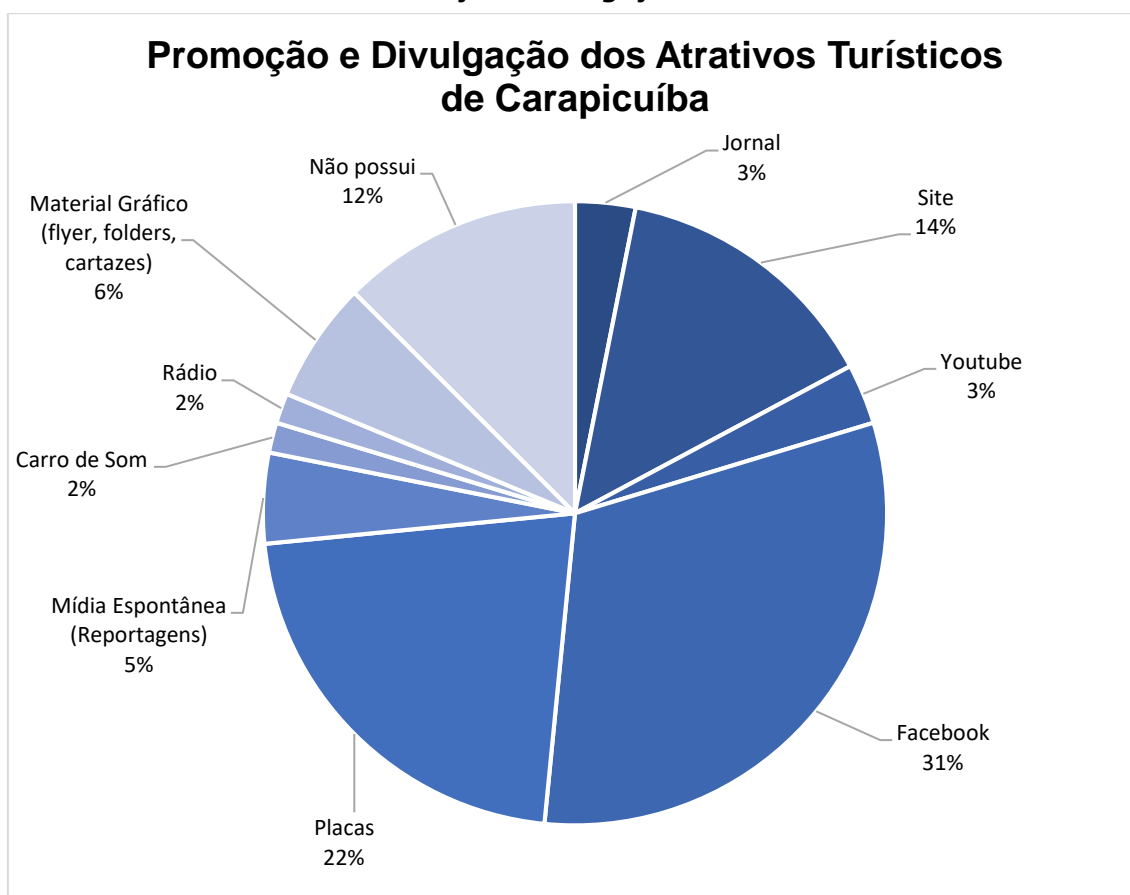
Por fim, no capítulo 7 deste volume serão sistematizadas as problemáticas da área referente a comunicação do turismo na cidade de Carapicuíba com o intuito de promover de forma consciente a promoção do turismo local.

### 5.3.2. Análise da Comunicação dos Atrativos de Carapicuíba

A partir da análise da oferta turística é possível afirmar que o município de Carapicuíba possui 40 Atrativos Turísticos, sejam eles em estado de exploração ou de potencialidade, divididos em 6 segmentos distintos, Turismo Cultural, Ecoturismo, Turismo de Esportes, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo Religioso e Turismo Social, revelando a diversidade de oferta que a cidade possui quando o assunto é turismo.

Analisando a promoção digital destes atrativos foi possível identificar que dos 40 Atrativos Turísticos inventariados, 32 possuem um canal de comunicação com o público-alvo/clientes e os principais meios de comunicação utilizados por esses atrativos podem ser observados no gráfico abaixo:

**Gráfico 13 - Promoção e Divulgação Atrativos Turísticos**



**Fonte:** Urbatec, 2017

O Facebook se destacou como o meio de comunicação mais utilizado pelos atrativos turísticos de Carapicuíba, ele representa 31 % das estratégias de autopromoção dos atrativos.

As Placas de Sinalização representam 22% da promoção turística dos atrativos de Carapicuíba, este fato não é positivo, tendo em vista a necessidade do turista já estar no município para que este meio de divulgação tenha funcionalidade. Entretanto este ponto pode ser explicado devido ao alto número de atrativos de responsabilidade do órgão público municipal, que possui poucos canais de divulgação e baixo planejamento de promoção do destino, como visto no item 5.3.1.

O website é utilizado por 14% dos atrativos turísticos do município, enquanto os atrativos que não se utilizam de nenhum meio de promoção representam 12%.



Os atrativos turísticos de Carapicuíba que mais investem em divulgação são: Aldeia de Carapicuíba, Plaza Shopping Carapicuíba e FALC.

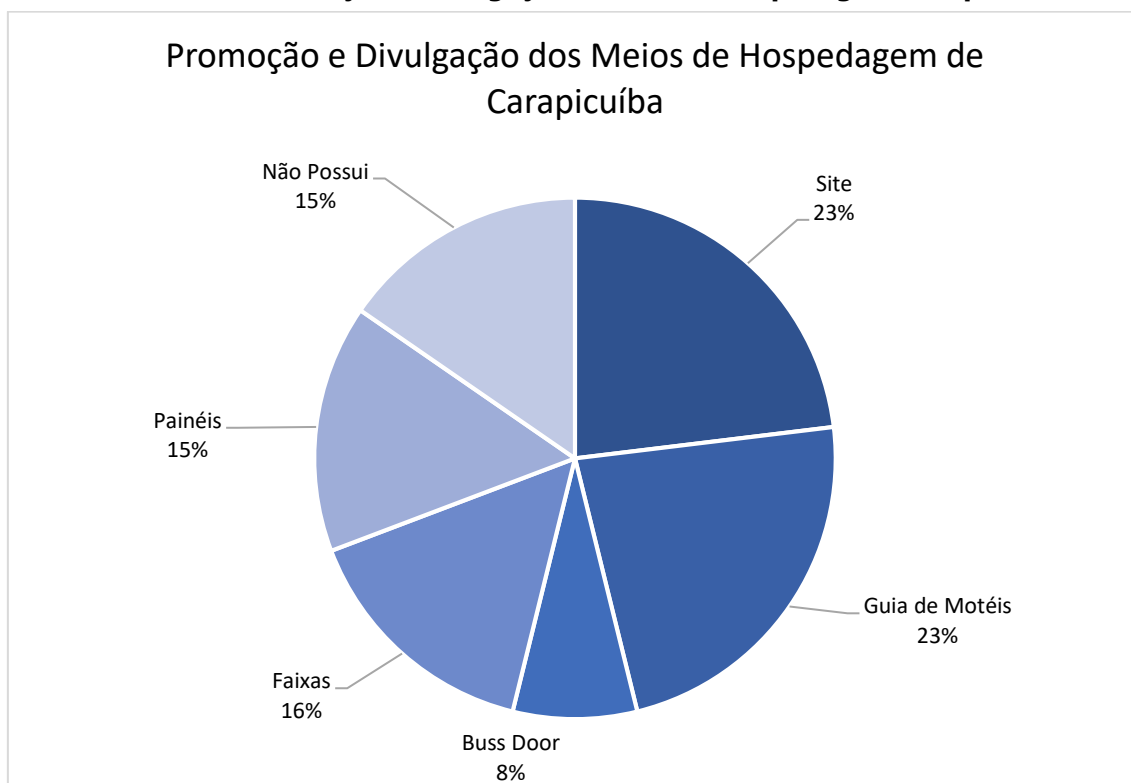
Por fim, também é possível ver outras estratégias de divulgação dos atrativos como Materiais gráficos (6%), Mídia Espontânea (5%), Youtube e Jornal (3%), Rádio e Carro de som (2%).

### 5.3.3. Análise da Comunicação do Trade Turístico de Carapicuíba

Carapicuíba possui 7 meios de hospedagem como já exposto anteriormente. A partir da Análise da Comunicação do Trade Turístico de Carapicuíba é possível afirmar que 5 destes realizam alguma ação de comercialização e promoção do empreendimento em contato direto com o público.

Os principais canais de comunicação utilizados por estes estabelecimentos são:

**Gráfico 14 - Promoção e Divulgação - Meios de Hospedagem Carapicuíba**



Fonte: Urbatec, 2017





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



O Website e o Guia de Motéis foram os canais de comunicação que mais se destacaram, sendo responsáveis juntos por 46% dos estabelecimentos, sendo o Hotel Coqueiros, o Hotel Life e o Laranjeiras Motel.

O Hotel Life ainda é responsável pelos 8% dos estabelecimentos que utiliza o Buss Door como meio de comunicação e comercialização do seu produto.

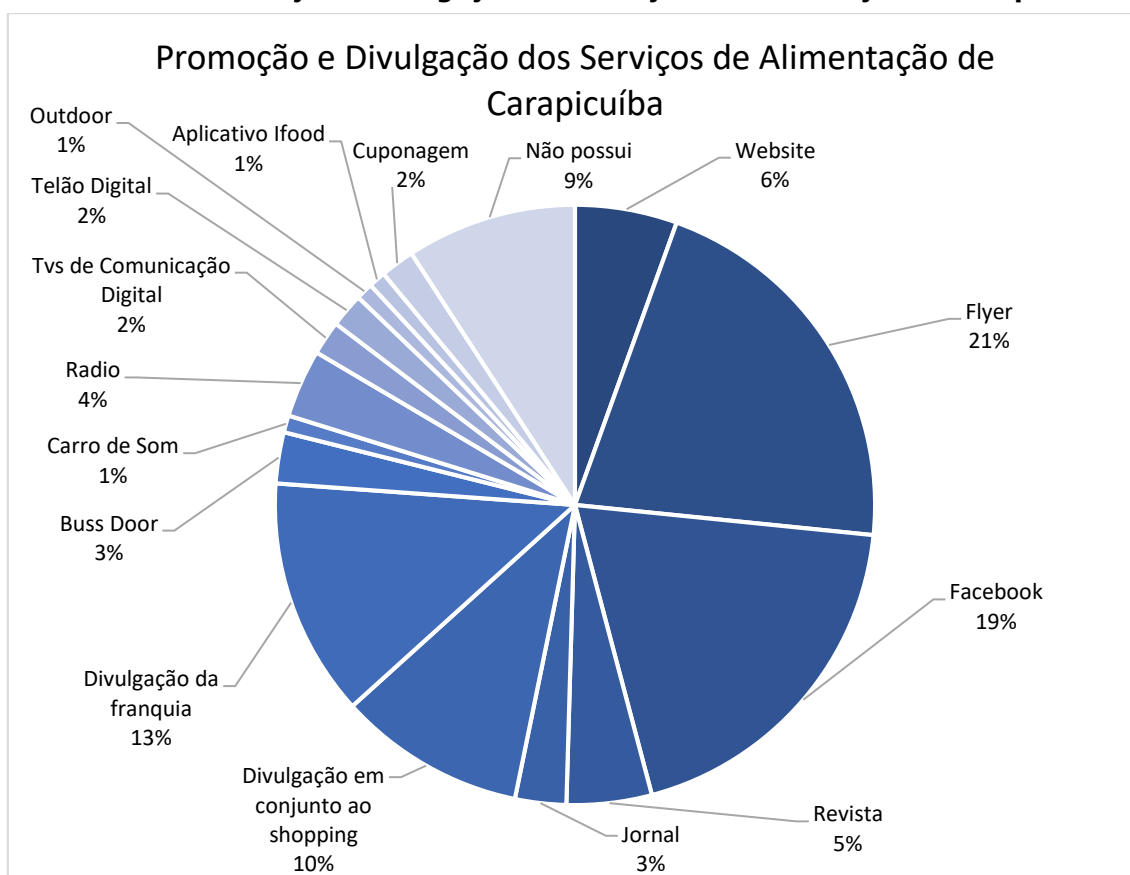
Os Hotéis Colonial e Estrela representam os 15% que não possuem canais de comunicação diretamente com o público.

Por fim, os Hotéis Pop e Endless Love são os responsáveis pela somatória de 31% na utilização de Painéis e Faixas como formas de comunicação diretamente com o público.

Além disso, é importante destacar que a maioria dos meios de comunicação utilizados pelos meios de hospedagem se destinam apenas a divulgação dos produtos e serviços oferecidos e não divulgam o município e seus atrativos.

Quantos aos serviços de alimentação, foram inventariados 65 estabelecimentos, entre restaurantes, padarias, docerias, bares, lanchonetes, pizzarias. A maioria dos estabelecimentos inventariados possuem meios de comunicação direta com o público-alvo/clientes, conforme o gráfico a seguir:

**Gráfico 15 - Promoção e Divulgação dos Serviços de Alimentação de Carapicuíba**



**Fonte:** Urbatec, 2017

De acordo com o gráfico, os estabelecimentos gastronômicos de Carapicuíba, em sua maioria, investem na comunicação e divulgação do seu estabelecimento, sendo que dos 65 estabelecimentos, apenas 9% não possui nenhuma estratégia de divulgação: Bar e Casa do Norte Fumbec, Padaria Santa Terezinha, Lanchonete Princesinha de Carapicuíba, Padaria Carolina, Padaria Majulu, Alibabar, Carnavale Restaurante, Cantinho Verde Restaurante e Pizzaria, Pães e Doces São Bartolomeu, Restaurante Oriente.

O meio de comunicação mais utilizado são os Flyers (21%), sendo 23 o número de estabelecimentos que utilizam deste método para divulgação dos seus serviços.

Em sequência, o Facebook é o canal de comunicação que 19% dos estabelecimentos mantém de contato com o seu público alvo/clientes. Ainda por



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



conta das franquias presente no município, 13% realizam sua divulgação com base na divulgação oficial das franquias.

10% realiza sua divulgação em conjunto à divulgação do Plaza Shopping Carapicuíba, por estarem inseridos neste local. E outros meios de divulgação também são utilizados como: Website (6%), Revistas (5%), Rádio (4%), Buss Door (3%), Jornal (3%), Cuponagem (2%), Tvs de Comunicação Digital (2%), Telão Digital (2%), Carro de Som (1%), Outdoor (1%) e Aplicativo Ifood (1%).

Outro ponto importante a ser destacado é a maioria dos estabelecimentos gastronômicos listados acima não divulgam o município de Carapicuíba e seus atrativos turísticos, portanto, os canais de comunicação e divulgação utilizados por eles se referem apenas à divulgação de seus produtos/serviços oferecidos.

Diante das informações expostas acima, a avaliação da promoção e divulgação do trade de Carapicuíba é regular.

### **5.3.4. Análise de Presença na Internet**

O site de buscas Google apresenta aproximadamente 1.760.000 resultados para a pesquisa "Carapicuíba SP". O website da Prefeitura Municipal, <http://www.carapicuiiba.sp.gov.br/>, aparece em 1º lugar nessa busca. Entretanto o site não possui link de direcionamento ou qualquer informação relativa aos atrativos, e/ou facilidade ao turista que pretende ir ao município.



# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Figura 13 - Website da Prefeitura Municipal de Carapicuíba

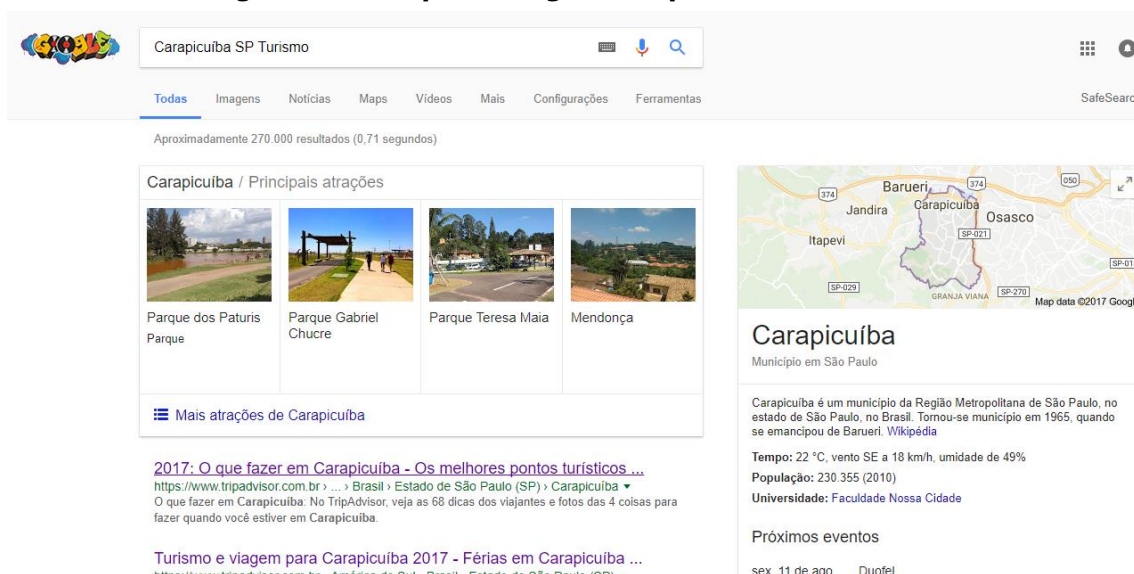


Fonte: <http://www.carapicuiiba.sp.gov.br/>

Apenas na 3ª página de busca do Google é que começam a aparecer algumas informações sobre atrativos e hotéis da cidade, Cinépolis Plaza Shopping Carapicuíba (3ª página), Laranjeiras Motel (3ª página), Hotel Life (3ª página), Hotel Coqueiros (5ª página). Até a 6ª página não foram encontradas mais informações sobre atrativos e atividades que possa se desenvolver no município.

Se na busca do Google acrescentarmos a palavra Turismo, ou seja, "Carapicuíba SP Turismo", o próprio site já nos mostra uma relação das principais atrações, seguido pelo site colaborativo "Trip Advisor".

Figura 14 - Pesquisa Google "Carapicuíba SP Turismo"



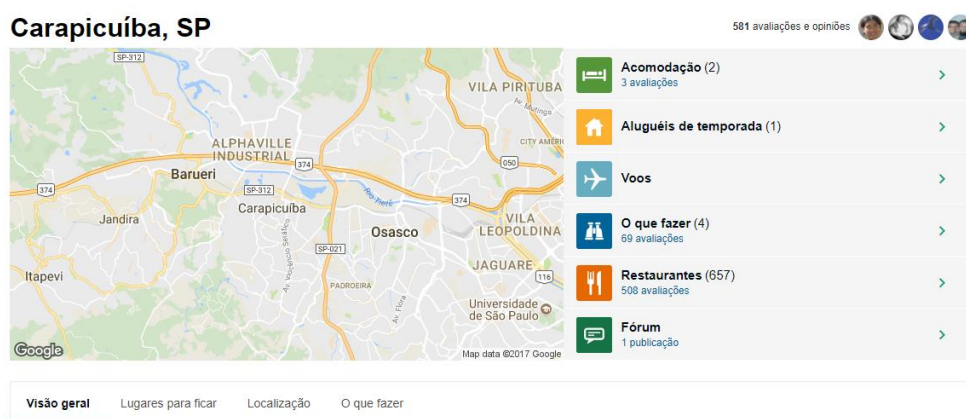
**Fonte:** Urbatec, 2017

Ainda na 1ª página de busca, aparecem sites com os seguintes títulos: “Turismo de Carapicuíba SP – Ache Tudo e Região”, “O que fazer em Carapicuíba – SP | Mundi”, “Secretaria de Cultura e Turismo – Prefeitura de Carapicuíba”, entre outros que envolvem a atividade, mas que apresenta informações muito rasas sobre o que fazer no município ou sobre as facilidades que podem ser encontradas na cidade.

Ainda sobre o Trip Advisor, é colaborativo e traz dicas de milhões de viajantes sobre destinos, hotéis/pousadas, restaurantes, atrativos, atividades que podem ser realizadas, dentre outros. Sua concepção se baseia na ideia de compartilhar experiências: turistas confiam na opinião de outros turistas para planejar suas viagens, ou, ao menos, obtém ajuda confiável para as decisões relativas a viagens ou serviços ligados ao turismo.

Dada a relevância e alcance do site, o Trip Advisor se configura em uma importante fonte de informação a ser monitorada por gestores de destinos e de equipamentos turísticos. Algumas informações importantes sobre o destino no Trip Advisor<sup>2</sup>.

**Figura 15 - Pesquisa Trip Advisor - Carapicuíba, SP**



**Fonte:** [https://www.tripadvisor.com.br/Tourism-g2342779-Carapicuibas\\_State\\_of\\_Sao\\_Paulo-Vacations.html](https://www.tripadvisor.com.br/Tourism-g2342779-Carapicuibas_State_of_Sao_Paulo-Vacations.html)

<sup>2</sup> Pesquisa realizada em agosto de 2017.



É possível visualizar que 581 visitantes fizeram uma avaliação sobre Carapicuíba, SP. O item o que fazer conta com 4 locais e 68 avaliações, o item acomodações conta 2 estabelecimentos e 3 avaliações e o item restaurantes conta com 657 estabelecimentos e 508 avaliações.

**Figura 16 - Recorte das avaliações no site Trip Advisor**



Fonte: Urbatec, 2017

**Tabela 34 - Avaliação dos Atrativos segundo o site Trip Advisor**


Atrativo	Número de Avaliações	Pontuação	Principais Comentários Positivos	Principais Comentários Negativos
<b>Aldeia de Carapicuíba</b> 	47	Média: 3,5 Excelente: 8 Muito Bom: 13 Razoável: 19 Ruim: 5 Horrível: 2	“Tai um passeio muito agradável para se fazer no final de semana. Com bons restaurantes e lojinhas. Recomendo muito!”  “Quando você visita a Aldeia	“Largado, município não investe no local que tem algum valor histórico ! Não tem nada pra fazer lá. Triste .”  “O local em si não tem estrutura nenhuma, o parque tem la seu



# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



			<p>conhece muito da História da Cidade de Carapicuíba... ponto Turístico sem dúvida"</p> <p>"É um dos lugares mais bonitos da cidade"</p>	<p>valor histórico mas fora isso não tem nenhum atrativo a mais para chamar o público"</p> <p>"Não gostei do local. Quando fui estava muito mal frequentado. Pretendo não voltar. Não gostei do local onde estacionei meu veículo também, senti certa insegurança."</p>
<p><b>Teatro Municipal Jorge Amado</b></p> 	21	<p>Média: 3,5 Excelente: 5 Muito bom: 7 Razoável: 6 Ruim: 2 Horrível: 1</p>	<p>"Para quem deseja apreciar a cultura popular do município e com baixo orçamento, este local é super indicado e possui localização super acessível."</p> <p>"Recepção muito boa. Para quem procura um programa em família vale muito à pena. Fácil localização !!"</p>	<p>"bom, é um miniteatro, de estrutura muito pequena, fica localizado no centro de carapicuíba na av miriam, falta fiscalização em volta, além de ser muito pequeno."</p> <p>"nunca está aberto e uma vez ou outra que abre suas peças são muito ruins . muito provavelmente a prefeitura não cuida desse espaço"</p>
<p><b>CHGV Centro Hípico Granja Viana</b></p> <p><b>(Não possui foto)</b></p>	1	<p>Média: 5 Excelente: 1 Muito bom: 0 Razoável: 0 Ruim: 0</p>	<p>"Ótima estrutura para o esporte, com cavalos bem tratados. Os treinadores e cuidadores de</p>	--





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



		Horrível: 0	cavalos são muito bons e atenciosos e ainda há um espaço coberto para iniciantes e equoterapia. Altamente recomendável.”	
<b>Club Aldeia (Não Possui foto)</b>	0	--	--	--

**Fonte:** [https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g2342779-Activities-Carapicuiaba\\_State\\_of\\_Sao\\_Paulo.html](https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g2342779-Activities-Carapicuiaba_State_of_Sao_Paulo.html)

Em relação a acomodações no site Trip Advisor, o Município de Carapicuíba conta com 2 estabelecimentos, Hotel Colonial, que conta com 1 avaliação, e Coqueiros Hotel, que conta com 2 avaliações. Ambos estão classificados no site como Hotéis Especializados. Considerando as avaliações, de acordo com o site Trip Advisor, a média da pontuação dos meios de Hospedagens de Carapicuíba é de 3,66. Para esse cálculo, foi feita uma média aritmética simples, composta pela soma das notas atribuídas aos hotéis avaliados, dividindo pelo número de hotéis (no caso 2).

Já o item restaurantes conta com 654 estabelecimentos cadastrados e foram feitas 508 avaliações de usuários. Os restaurantes, em sua maioria, apresentam boa avaliação dos usuários. Há opções de restaurantes de culinárias especializadas, como a italiana, japonesa, pizzarias, além de restaurantes variados, lanchonetes, casas de suco, hamburguerias, choperias, esfiharias, sorveterias, pastelarias e bares.

Dos 654 estabelecimentos cadastrados, apenas 120 contam com avaliações de usuários, sendo a média da pontuação dos serviços de alimentação de Carapicuíba de 4,31. Da mesma maneira que o cálculo da média de pontuação dos meios de hospedagem, foi feita uma média aritmética simples, considerando apenas aqueles restaurantes que receberam alguma avaliação.

Booking.com é o líder mundial em reservas online de acomodações. Diariamente, de acordo com o próprio site, mais de 900.000 diárias são



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



reservadas pelo local. O site e os aplicativos da Booking.com atraem visitantes, sejam eles com motivação de lazer ou negócios, no mundo todo. A Booking.com está disponível em mais de 40 idiomas e possui 802.167 propriedades ativas em 221 países e territórios. Além de oferecer a reserva, o site também é colaborativo: os usuários avaliam os estabelecimentos e atribuem notas, podendo também 115 deixar comentários e recomendações aos internautas.

A cidade de Carapicuíba não possui meios de hospedagem cadastrados no Booking.com.

O Facebook é a rede social popular ao redor do mundo e a mais utilizada no Brasil. Possui mais de 1 bilhão de usuários ativos e é frequentemente utilizada para compartilhar experiências diversas, incluindo de viagens e serviços associados ao turismo.

É também utilizada com fins promocionais: alguns destinos turísticos possuem páginas – conhecidas como fanpages, onde são divulgadas informações de interesse turístico, tais como atrativos, eventos, novidades, dentre outras.

A Prefeitura de Carapicuíba alimenta com conteúdo uma página no Facebook, com 21.833 seguidores<sup>3</sup>, onde são divulgadas informações gerais sobre ações da Prefeitura ou assuntos de interesse do município:

---

<sup>3</sup> Pesquisa realizada no dia 11/08/2017.



**Figura 17 - Página do Facebook da Prefeitura Municipal de Carapicuíba**



**Fonte:** <https://www.facebook.com/prefeituradecarapicuibasp/>

Desta forma, apesar de algumas postagens estarem correlacionadas ao tema Turismo, a página da Prefeitura também não possui fins promocionais e não está voltada para o turista.

Além dos sites e redes sociais já citados anteriormente, vale destacar outros que tem bastante visibilidade e também são bastante utilizados por turistas:

**Tabela 35 - Sites de Interesse Turístico**

<b>Tipo</b>	<b>Endereço</b>	<b>Descrição</b>
<b>Reservas Online</b>	<a href="http://www.decolar.com">www.decolar.com</a>	Site de reservas online, onde é possível comprar passagens aéreas, hotéis, pacotes de viagem, cruzeiros e aluguel de carro
	<a href="http://www.hotelurbano.com">www.hotelurbano.com</a>	Site de reservas de hotéis, pacotes fechados e cruzeiros



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<b>Informações sobre destinos turísticos</b>	<a href="http://www.turismoemsao paulo.com">www.turismoemsao paulo.com</a>	Site da Secretaria de Estado de Turismo de São Paulo, com informações sobre os destinos do estado
	<a href="http://www.aprecesp.com.br">www.aprecesp.com.br</a>	Site gerenciado pela Associação das Prefeituras das Cidades Estância do Estado de São Paulo - Aprecesp
	<a href="http://viajeaqui.abril.com.br/guia4rodas">viajeaqui.abril.com.br/guia4rodas</a>	Guia turístico de referência nacional
<b>Redes Sociais</b>	<a href="http://www.instagram.com">www.instagram.com</a>	Rede social exclusiva para postagem de fotos
	<a href="http://www.twitter.com">www.twitter.com</a>	Rede social e servidor para microblogging, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, em textos de até 140 caracteres, conhecidos como tweets

**Fonte:** Urbatec, 2017.

Ao verificar o posicionamento de Carapicuíba na internet, a partir dos principais sites ligados ao turismo e redes sociais, percebeu-se que a cidade ainda tem uma participação bastante tímida.

Nota-se que o destino não possui uma presença promocional turística na internet: além do site da Prefeitura, não foram identificadas páginas que contém informações sobre atrativos turísticos, bem como atividades que podem ser desenvolvidas no destino; não há perfis em redes sociais voltadas para estimular



## **Prefeitura de Carapicuíba**

Secretaria de Cultura e Turismo



ou despertar o interesse do viajante; não há ferramentas de divulgação e/ou promoção de eventos e/ou atividades culturais no destino.

É importante destacar que a internet é hoje considerada uma ferramenta decisiva na escolha de um destino turístico, bem como na seleção das atividades e serviços a serem experimentados em determinado local. Segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, 2014), a internet foi a fonte de informação mais citada para organização de viagens por turistas, tendo uma forte tendência de crescimento.

Por esse motivo, é fundamental que destinos turísticos utilizem as possibilidades que as ferramentas online oferecem, contribuindo com uma maior exposição de modo a despertar o interesse de turistas potenciais.



#### **5.4. Meio Ambiente**

A Gestão Ambiental tem como princípios as políticas básicas de ação que consistem nos direcionamentos gerais de onde partem todas as ações e políticas secundárias. Há algumas diferenças entre os princípios de gestão ambiental pública e privada, mas ambos são formulados por necessidade de resolver problemas ambientais que afetam a sociedade, seja por interesse econômico, social ou cultural.

A gestão ambiental internacional baseia-se principalmente nos princípios da Declaração do Rio, na Agenda 21, nos preceitos ditados por organismos internacionais como a ONU, ISO e OMC, podendo-se incluir também as exigências de organizações financeiras internacionais como o Banco Mundial e o Banco Interamericano de Desenvolvimento.

A Constituição Federal brasileira estabelece que “Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado”, sendo este o primeiro de todos os princípios que regem a política ambiental no país. Qualquer ato ou ação contrária a este princípio básico é Políticas de gestão ambiental ilegal. Outros princípios estabelecidos na Constituição são: o da sustentabilidade, impondo-se ao poder público e, à coletividade, o dever de defender e preservar o ambiente para a presente e futuras gerações; e o da responsabilidade ambiental, imputando o ônus da recuperação dos impactos e danos ambientais ao agente causador dos impactos ou danos ambientais. Os demais princípios básicos da gestão ambiental pública brasileira, derivados dos três primeiros, são estabelecidos na Lei nº 6938/81, em seu Artigo 2º, como segue:

Art. 2º. A Política Nacional do Meio Ambiente tem por objetivo a preservação, melhoria e recuperação da qualidade ambiental propícia à vida, visando assegurar, no País, condições ao desenvolvimento sócio-econômico, aos interesses da segurança nacional e à proteção da dignidade da vida humana, atendidos os seguintes princípios:



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



- I - ação governamental na manutenção do equilíbrio ecológico, considerando o meio ambiente como um patrimônio público a ser necessariamente assegurado e protegido, tendo em vista o uso coletivo;
- II - racionalização do uso do solo, do subsolo, da água e do ar;
- III - planejamento e fiscalização do uso dos recursos ambientais;
- IV - proteção dos ecossistemas, com a preservação de áreas representativas;
- V - controle e zoneamento das atividades potencial ou efetivamente poluidoras;
- VI - incentivos ao estudo e à pesquisa de tecnologias orientadas para o uso racional e a proteção dos recursos ambientais;
- VII - acompanhamento do estado da qualidade ambiental;
- VIII - recuperação de áreas degradadas;
- IX - proteção de áreas ameaçadas de degradação;
- X - educação ambiental a todos os níveis do ensino, inclusive a educação da comunidade, objetivando capacitá-la para participação ativa na defesa do meio ambiente.

Na área privada a gestão ambiental é fator de competição comercial devido à tendência da maioria das pessoas em preferir produtos e serviços ambientalmente corretos. Além disso, contratos de comércio internacional são facilitados para a organização que adota sistemas de gestão baseados em normas reconhecidas internacionalmente como as da ISO<sup>4</sup> e do FSC<sup>5</sup>.

A gestão ambiental privada, conforme as normas da ISO série 14001<sup>6</sup>, no âmbito exclusivamente empresarial, tem entre seus princípios, mas não se limitando a estes:

---

<sup>4</sup> ABNT. NBR ISO 14001: Sistemas de Gestão Ambiental - Especificação e Diretrizes para Uso. Rio de Janeiro: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS - ABNT, 1996.

<sup>5</sup> FSC – Forest Stewardship Council – Organização internacional que certifica empresas florestais.

<sup>6</sup> ABNT. NBR ISO 14001: Sistemas de Gestão Ambiental - Especificação e Diretrizes para Uso. Rio de Janeiro: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS - ABNT, 1996.





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



- Reconhecer que a gestão ambiental se encontra entre as mais altas prioridades da organização;
- Estabelecer e manter comunicação com as partes interessadas internas e externas;
- Determinar os requisitos legais aplicáveis e os aspectos ambientais associados às atividades, produtos ou serviços da organização;
- Desenvolver o comprometimento da administração e dos empregados no sentido da proteção ao meio ambiente, com uma clara definição de responsabilidades e responsáveis;
- Estimular o planejamento ambiental ao longo do ciclo de vida do produto ou do processo;
- Estabelecer um processo que permita atingir os níveis de desempenho visados;
- Prover recursos apropriados e suficientes, incluindo treinamento para atingir os níveis de desempenho visados, de forma contínua;
- Políticas de gestão ambiental: Avaliar o desempenho ambiental com relação à política, objetivos e metas ambientais da organização, buscando aprimoramentos, onde apropriado;
- Estabelecer um processo de gestão para auditar e analisar criticamente o SGA e para identificar oportunidades de melhoria do sistema e do desempenho ambiental resultante;
- Estimular prestadores de serviços e fornecedores a estabelecer um SGA.

Os princípios de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) em organizações, de acordo com as normas ISO da série 14000<sup>7</sup>, são os seguintes:

---

<sup>7</sup> ABNT. NBR ISO 14004: Sistemas de gestão ambiental – Diretrizes gerais sobre princípios, sistemas e técnicas de apoio. Rio de Janeiro: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS - ABNT, 1996.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Princípio 1 – Comprometimento e política. É recomendado que uma organização defina sua política ambiental e assegure o comprometimento com o seu SGA.

Princípio 2 – Planejamento. É recomendado que uma organização formule um plano para cumprir sua política ambiental.

Princípio 3 – Implementação. Para uma efetiva implementação, é recomendado que uma organização desenvolva a capacitação e os mecanismos de apoio necessários para atender sua política, seus objetivos e metas ambientais.

Princípio 4 – Medição e avaliação. É recomendado que uma organização mensure, monitore e avalie seu desempenho ambiental.

Princípio 5 – Análise crítica e melhoria. É recomendado que uma organização analise criticamente e aperfeiçoe continuamente seu sistema de gestão ambiental, com o objetivo de aprimorar seu desempenho ambiental global.

Com isto em mente, o SGA é melhor visto como uma estrutura organizacional, que se recomenda ser continuamente monitorada e periodicamente analisada criticamente, a fim de que se possam dirigir da organização, em resposta à mudança de fatores internos e externos. É recomendado que cada pessoa da organização aceite sua responsabilidade quanto a melhorias ambientais.

A política de gestão ambiental privada, nos termos das normas ISO, portanto, tem como princípio escutar os setores da sociedade envolvidos, clientes, governo, fornecedores, trabalhadores, acionistas, vizinhos, etc, para criar um sistema de gestão dos aspectos ambientais de seus processos e produtos, melhorando-o continuamente.

A Gestão Ambiental do Turismo consiste em planejar, desenvolver e executar projetos que visam à preservação do meio ambiente natural e cultural, estudando o funcionamento do meio ambiente e suas relações com o ser humano frente ao desenvolvimento do turismo.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



Para tanto, faz-se necessário avaliar o impacto do turismo sobre o meio ambiente natural e cultural, considerando o potencial turístico existente, encontrando desta forma soluções que visem estimular a preservação ambiental e o turismo sustentável da atividade.

Tarefas a serem desenvolvidas:

- Planejar, desenvolver e executar projetos que visam à preservação do meio ambiente, prevenindo, reduzindo ou eliminando a poluição das águas e a deterioração das matas e do solo.
- Planejar a forma com que o empreendimento ou região se desenvolve, visando conciliar o crescimento do turismo com a preservação ambiental
- Elaborar estratégias para minimizar o impacto causado pelo turismo.
- Planejamento ambiental, na exploração dos recursos naturais de forma sustentável. Plano de recuperação e manejo de áreas degradadas.
- Educação Ambiental: planejar programas para a conscientização da população sobre a importância de preservar o meio ambiente.
- Elaborar programas de reciclagem de materiais e de educação ambiental.
- Desenvolvimento de projetos de exploração de recursos naturais, empregando métodos e técnicas não poluentes. Desenvolver políticas de tratamento de efluentes e dejetos, com o devido controle e adoção de normas de proteção ambiental e de tecnologias limpas.
- Elaborar programas de recuperação de solo degradados.
- Elaborar programas de compostagem e tratamento de lixo.
- Buscar soluções para drenar águas das chuvas.
- Certificações de acordo com a norma ISO 14001.



## **CAPÍTULO 5 – SISTEMATIZAÇÃO DAS PROBLEMÁTICAS**

A partir do Diagnóstico da Oferta Turística do Município de Carapicuíba realizado neste volume do Plano Municipal de Turismo, é possível sistematizar neste capítulo as problemáticas ao desenvolvimento turístico municipal identificadas.

A Sistematização das problemáticas tem o intuito de organizar e setorizar as debilidades que o turismo de Carapicuíba apresenta atualmente, de forma a auxiliar no desenvolvimento das próximas etapas do planejamento turístico município. Sendo possível delimitar ações específicas de desenvolvimento turístico e priorizá-las de acordo com a participação da comunidade em oficina pública.

Desta forma temos a seguinte sistematização:

<b>Sistematização das problemáticas ao desenvolvimento turístico de Carapicuíba - SP</b>	
<b>Eixo</b>	<b>Problemáticas</b>
<b>Oferta Turística</b>	<p>1 – Falta de Roteiros e Rotas Turísticas segmentadas ou inclusivas: Rota Turística Histórico-Cultural, Gastronômica, Pedagógico, Eco turística, Religiosa, etc.</p> <p>2 – Falta de integração entre os Atrativos Turísticos e o Trade Turístico Municipal;</p> <p>3 – Baixa disponibilidade de leitos;</p> <p>4 – Oferta limitada de Meios de Hospedagem;</p> <p>5 – Falta de diversificação da Malha Hoteleira;</p>



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



	<p>6 – Ausência de Receptivo Turístico e City Tour;</p> <p>7 – Baixa oferta de Guias Turísticos Municipais;</p> <p>8 – Falta capacitação para o atendimento ao turista;</p> <p>9 – Ausência de programas de incentivo/capacitação do artesanato local;</p> <p>10 – Ausência de programa de cadastramento junto ao Ministério do Turismo (CADASTUR);</p> <p>11 – O município não está presente nas atualizações do Mapa do Turismo Brasileiro e Mapa Turístico do Estado de São Paulo.</p> <p>12 – Eventos e Manifestações Culturais da cidade não fazem parte do calendário oficial de turismo do Estado de São Paulo.</p>
<b>Infraestrutura dos Atrativos</b>	<p>13 – Sanitários públicos, ciclovia e calçamento adequado, acessibilidade, segurança e iluminação na Aldeia de Carapicuíba;</p> <p>14 – Sanitários públicos, mobiliário urbano ciclovia e calçamento adequado, acessibilidade, segurança e iluminação no Parque Ecológico Aldeia;</p>



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



	<p>15 – Adequação da infraestrutura ao desenvolvimento turístico e acessibilidade no Ginásio Ayrton Senna;</p> <p>16 – Adequação da infraestrutura ao desenvolvimento turístico, melhoria da fachada e acessibilidade no Estádio Niterói;</p> <p>17 – Adequação da infraestrutura ao desenvolvimento turístico, acessibilidade, mobiliário urbano e iluminação da Praça Anita Caldas;</p> <p>18 – Adequação da infraestrutura ao desenvolvimento turístico, acessibilidade, jardinagem, manutenção, mobiliário urbano e iluminação da Praça Padre Kirano;</p> <p>19 – Regularização e padronização dos ambulantes no Calçadão de Carapicuíba;</p> <p>20 – Sanitários públicos, ciclovia e calçamento adequado, acessibilidade, segurança, cercamento, jardinagem, manutenção dos equipamentos, mobiliário urbano e iluminação no Parque Ecológico Planalto;</p> <p>21 – Sanitários públicos, ciclovia e calçamento adequado, acessibilidade, segurança, cercamento, jardinagem, manutenção dos equipamentos,</p>
--	--



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



	<p>mobiliário urbano e iluminação no Parque Ecológico Paturis;</p> <p>22 – Adequação da infraestrutura ao desenvolvimento turístico e as atividades esportivas desenvolvidas e acessibilidade no Centro Poliesportivo Tancredo Neves;</p> <p>23 – Manutenção, jardinagem e melhoria do mobiliário urbano na Praça das Bandeiras;</p> <p>24 - Adequação da infraestrutura ao desenvolvimento turístico do Centro Unificado Ariston;</p> <p>25 - Adequação da infraestrutura ao desenvolvimento turístico do Complexo Esportivo Vereador Edmundo Alves de Oliveira – FUCA;</p> <p>26 - Sanitários públicos, ciclovia e calçamento adequado, acessibilidade, segurança, cercamento, jardinagem, manutenção dos equipamentos, mobiliário urbano e iluminação no Parque do Jandaia;</p> <p>27 – Adequação da infraestrutura ao desenvolvimento turístico e as atividades culturais desenvolvidas no Teatro Municipal Jorge Amado.</p>
<b>Infraestrutura Turística</b>	<p>28 – Insuficiência na sinalização turística;</p>





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



	<p>29 – Ausência de Centro de Informações Turísticas / Centro de Apoio ao Turista;</p> <p>30 – Ausência de espaço para captação e realização de eventos de grande porte / convenções;</p> <p>31 – Ausência de pórtico nas entradas da cidade;</p> <p>32 – Manutenção das vias públicas, jardinagem, embelezamento e mobiliário urbano;</p> <p>33 – Trânsito intenso nas principais vias do município;</p>
<b>Comunicação</b>	<p>34 – Ausência de marca padronizada do turismo municipal;</p> <p>35 – Insuficiência de material gráfico de promoção turística;</p> <p>36 – Ausência de mapa turístico;</p> <p>37 – Baixa presença nos canais de divulgação e promoção turística;</p> <p>38 – Ausência de redes sociais de divulgação e promoção turística;</p> <p>39 – Ausência de vídeo institucional do turismo de Carapicuíba;</p> <p>40 – Ausência de aplicativo (guia) turístico;</p> <p>41 – Ausência de pesquisa de demanda/fluxo de turistas;</p> <p>42 – Baixa participação em feiras e eventos de promoção turística;</p>



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



	43 – Baixa integração de divulgação entre o turismo institucional e o trade turístico;
<b>Meio Ambiente</b>	44 – Ausência de análise técnica ambiental nos parques; 45 – Ausência de estudo de impacto ambiental na implantação da atividade turística; 46 – Insuficiência de estudos para utilização das áreas de preservação em programas de turismo sustentável; 47 – Ausência de estudo arqueológico na aldeia; 48 – Insuficiência de programas de conscientização ambiental voltado à população e visitantes.

**Fonte:** Urbatec, 2017.

A sistematização das problemáticas é uma importante ferramenta do planejamento turístico, visto sua capacidade de expor e organizar as dificuldades identificadas que a atividade turística terá para se desenvolver de maneira consciente e sustentável em determinada localidade.

Em Carapicuíba a organização e sistematização das problemáticas que implicam diretamente ao desenvolvimento turístico municipal revelaram 48 situações que são adversas ao sucesso da atividade turística.

Todavia, como parte fundamental do processo de planejamento turístico estas problemáticas serão discutidas em conjunto aos órgãos gestores municipais do turismo, responsáveis pelo trade turístico municipal e população, a fim de desenvolver planos de ações estratégicos com a finalidade de sanar as problemáticas e priorizá-los de acordo com as necessidades.



## **Prefeitura de Carapicuíba**

Secretaria de Cultura e Turismo



Desta forma o próximo volume do Plano Municipal de Turismo de Carapicuíba tem o intuito de apresentar o prognóstico e os programas, planos e ações, elaborados de maneira participativa, que devem ser seguidos para que a atividade turística venha a se tornar uma alternativa ao desenvolvimento econômico, social, cultural e ambiental de Carapicuíba, afunilando a relação entre população e município, conscientizando sobre a importância da atividade à geração de emprego e renda na localidade e por fim, visando a preservação do patrimônio histórico, cultural e natural, seja ele material ou imaterial.



## REFERÊNCIAS

\_\_\_\_\_. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional:** destinos indutores do desenvolvimento turístico regional – Relatório Brasil 2014. Brasília – DF: Ministério do Turismo, 2014.

ALMEIDA, J. R. **Gestão Ambiental para o desenvolvimento sustentável.** Rio de Janeiro: Thex, 2012, 566 p.

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo.** 13ª ed. Campinas, SP: Papirus, 2003.

BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo.** 2.ed. São Paulo: Editora Senac, 1998.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo.** 9. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

BOULLÓN, Roberto C.. **Planejamento do espaço turístico.** Editora da Universidade do Sagrado Coração, 2002. Tradução: Josely Vianna.

BRASIL, Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo - **Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7 Roteirização Turística**/ Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2007.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2003-2007.** Brasília: 2003.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo:** Diretrizes. Brasília, 2013.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado.** / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais.** Brasília: Ministério do Turismo, 2006

BRASIL, Ministério do Turismo; FGV, Fundação Getúlio Vargas. **Estudo de competitividade de produtos turísticos.** Brasília, DF: SEBRAE, 2011. Disponível em:



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



<[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Estudo\\_de\\_Competitividade\\_de\\_Produtos\\_Turxsticos.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Estudo_de_Competitividade_de_Produtos_Turxsticos.pdf)> Acesso em junho de 2017.

BRASIL, Ministério do Turismo; UNICAMP. **Estudos da Competitividade do Turismo Brasileiro – Serviços de Hospedagem**. 2006. Disponível em: <[https://www3.eco.unicamp.br/neit/images/stories/arquivos/SERVICOS\\_DE\\_HOSPEDAGEM.pdf](https://www3.eco.unicamp.br/neit/images/stories/arquivos/SERVICOS_DE_HOSPEDAGEM.pdf)> Acesso em agosto de 2017.

BRASIL, Ministério do Turismo; UNICAMP. **Estudos da Competitividade do Turismo Brasileiro – Serviços de Alimentação**. 2006. Disponível em: <[https://www3.eco.unicamp.br/neit/images/stories/arquivos/SERVICOS\\_DE\\_ALIMENTACAO.pdf](https://www3.eco.unicamp.br/neit/images/stories/arquivos/SERVICOS_DE_ALIMENTACAO.pdf)> Acesso em agosto de 2017.

CARAPICUÍBA. **Plano diretor de saneamento ambiental de resíduos sólidos**. BrasilCidade, 142p, jan. de 2013.

CARAPICUÍBA. **Plano Municipal de Saneamento Básico**: [Componentes: abastecimento de água, esgotamento sanitário e drenagem urbana e esgotamento de águas pluviais]. Carapicuíba: I&T GESTÃO DE RESÍDUOS, 310p, maio de 2015. Relatório.

**CEPAGRI** - Centro de pesquisas meteorológicas e climáticas aplicadas a agricultura: Clima dos Municípios paulistas. Disponível em: <[http://www.cpa.unicamp.br/outras-informacoes/clima\\_muni\\_122.html](http://www.cpa.unicamp.br/outras-informacoes/clima_muni_122.html)>. Acessado em 15 de jun. 2017.

**CETESB** – Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental: Monitoramento realizado na lagoa de Carapicuíba, 2003.

CONCEIÇÃO, A. da. et all. **A importância do Sistema de Gestão Ambiental (SGA)**. Estudo de caso na empresa Grande Rio Honda em Palmas – Tocantins. Palmas – TO, 2011.

COSME, Carla Barbosa Batista. **Turismo Sustentável x Meio Ambiente – Uma Gestão Integrada**. Universidade Cândido Mendes. Rio de Janeiro, 2011. **CPTM**. Disponível em: <<https://www.cptm.sp.gov.br/sua-viagem/Documents/L8.pdf>>. Acessado em 06 de jun. 2017.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo**: Política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.

DORTA, Lurdes Oliveira. **Fundamentos em Técnicas de eventos [recurso eletrônico]**. Porto Alegre: Bookman, 2015.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



DRENATEC ENGENHARIA. **Plano de Desenvolvimento e Proteção Ambiental da Bacia do Rio Cotia: Caracterização Regional.** São Paulo: jun, 2007. (Relatório Técnico nº 88 219-205).

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular.** Tradução de Maria de Lourdes Santos Machado. São Paulo: Perspectiva, 1973.

EMBRATUR. **Definição de Trade Turístico.** Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/gloss%C3%A1rio-do-turismo/67-outros/gloss%C3%A1rio-do-turismo/901-t.html>> Acesso em agosto de 2017.

**EMPLASA:** RMSP. Disponível em: < <https://www.emplasa.sp.gov.br/RMSP>>. Acessado em 14 de jun. 2017.

FARIAS, Mayara Ferreira de. **Turismo Religioso na Cidade da Santa:** a percepção da comunidade sobre a construção do Complexo Turístico e Religioso Alto de Santa Rita, Santa Cruz/RN. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2013.

FERREIRA, L. F.; COUTINHO, M. C. B. **Ecoturismo:** visitar para conservar e desenvolver a Amazônia. Brasília: MMA/SCA/Proecotur, 2002.

GOETTEMS, Arno Aloísio. **Problemas ambientais urbanos:** desafios e possibilidades para a escola pública. 2006. 221 f. Dissertação (Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo), São Paulo: FFLCH/USP, 2006.

**GOOGLE MAPS.** Localização da cidade de Carapicuíba. Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps/place/Carapicu%C3%ADba+-+Vila+Dirce,+Carapicu%C3%ADba+-+SP/@-23.5475646,-46.8804354,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x94cf004a6c29542f:0x89d7d06ffc024cbf!8m2!3d-23.5239623!4d-46.8411243>> Acesso em junho de 2017.

IBAMA – INSTITUTO BRASILEIRO DO MEIO AMBIENTE E DOS RECURSOS NATURAIS RENOVÁVEIS. **Atlas de conservação da Natureza Brasileira:** Unidades Federais. São Paulo: Metalivros, 2004.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estado de São Paulo.** Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php?sigla=sp>> Acesso em maio de 2017.

**IBGE:** Panorama de Carapicuíba. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/sp/carapicuiba/panorama>>. Acessado em 14 de jun. 2017.



## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 2.ed. São Paulo: Editora Thompson, 2003.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR), Manual de Planejamento e Gestão Socioambiental. Brasília. 2009, 86 p.

MMA/MTUR - Ministério do Meio Ambiente e Ministério do Turismo. Portaria Interministerial Nº 281 de 16 de setembro de 2008. **Institui o Grupo de Trabalho de Fomento ao Turismo com Sustentabilidade Ambiental**. Publicação no Diário Oficial da União edição Nº 180, 17 de setembro de 2008.

MMA/MTUR - Ministério do Meio Ambiente e Ministério do Turismo. Portaria Interministerial Nº 171 de 21 de maio de 2009. Institui Grupo de Trabalho Interministerial-GTI. Publicação no Diário Oficial da União edição Nº 96, 17 de maio de 2009.

NASCIMENTO, H.H & SILVA, V.P. **Turismo pós-moderno: Dilemas e perspectivas para uma gestão sustentável**. Holos, Ano 25, Vol. 3. 2009.

NÚCLEO DE PESQUISA EM QUALIDADE DE VIDA (NPQV). **Infraestrutura Urbana**. Departamento de Economia da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Disponível em: [http://www.mackenzie.br/fileadmin/Graduacao/CCSA/nucleos/NPQV/Relatorio\\_I\\_EQV/infraestrutura.pdf](http://www.mackenzie.br/fileadmin/Graduacao/CCSA/nucleos/NPQV/Relatorio_I_EQV/infraestrutura.pdf). Acesso em: agosto/2017.

PARRA FILHO, D.; SANTOS, J.A. **Metodologia científica**. 6.ed. São Paulo: Futura, 1998. 277p.

**REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO**. Disponível em: <<http://site.sabesp.com.br/site/interna/Default.aspx?secaoId=36>>. Acesso em 26 de maio 2017

RUIZ, J. A. **Metodologia científica: guia prático para eficiência nos estudos**. São Paulo: Atlas, 1979, p. 50-57.

SEADE, Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados. **PIB anual**. Disponível em: <<http://www.seade.gov.br/produtos/pib-anual/>> Acesso em maio de 2017.

**SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA DO ESTADO DE SÃO PAULO**. Disponível em: <<http://www.ssp.sp.gov.br/Estatistica/Mapas.aspx>>. Acessado em 14 de jun. 2017.

TENÓRIO, Pedro. **Carapicuíba, São Paulo: presente e passado, 1580 – 2003**. São Paulo: Secretaria Municipal da Educação, 2003.





## Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



VALLS, Josep-Francesc. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Tradução: Cristiano Vasques e Liana Wang. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

WIKIPEDIA. **Estação Carapicuíba**. Disponível em:  
<[https://pt.wikipedia.org/wiki/Esta%C3%A7%C3%A3o\\_Carapicu%C3%ADba](https://pt.wikipedia.org/wiki/Esta%C3%A7%C3%A3o_Carapicu%C3%ADba)>  
Acesso em junho de 2017.



# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



## ANEXO 1

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE CARAPICUÍBA				
03 de agosto de 2017				
	NOME	TELEFONE	E-MAIL	INSTITUIÇÃO
1	Rita de Cassia Souza	954308007	rita de cassia 1806@hotmail.com	Educação
2	Sandra Porto	949885633	sandraportofreire@hotmail.com	Promocão Social
3	Matheus Venâncio	99799-3211	matheus.venancio@gotaspublica.et.br	J.R.B
4	Jônia R.S. Viana	99626-9579	Joniaviana@terra.com.br	Educação
5	Josoni Duarte da Silva	98681-0376		Promocão Social
6	Michelle Ruz	96954-9564	MICHELLEUS@HOTMAIL.COM	Sec. de Educação
7	Andreea do Carmo	983297204	ad-mabb@gmail.com	Sec. Educação
8	Claudio M. Norcimo	970356556	claudio_carmo@hotmail.com	Sec. Educação
9	MARLOS VILLENTE	95740-1187	M.VILLENTE.M@HOTMAIL.COM	Sec. Comunidade
10				



# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



## PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE CARAPICUÍBA

03 de agosto de 2017

	NOME	TELEFONE	E-MAIL	INSTITUIÇÃO
1	LUIZ GONZAGA DE OLIVEIRA	4167-6222	luizoliveira57@gmail	PMTC
2	Dionizete Ca. da Silva	9.42513566	/	CENTRO POP
3	LUIZ CARLOS R. COELHO	98888 5272	Luiz-coelho82@gmail	MALCO B7
4	Reunene Oyar Brindando	99996-0951	LBINOWA01@VAIHOZ.COM.BR	Conselho Municipal de Turismo
5	Jajajana foma da Silva	989523151	lujajana@hotmail.com	Educação
6	Rita Lopez	984.100978	gicario78@hotmail.com	SASC
7	M <sup>o</sup> Amélia Fozzi		mpuicamiliafozzi100@gmail	Educação
8	Renata Mizael Jucapaviani	98725 5531	litenha.magica@gmail.com	Educação
9	Alan David Ribeiro	95826-5017	DRALAN@UOL.COM.BR	FACENDIA
10				



# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



## PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE CARAPICUÍBA

03 de agosto de 2017

	NOME	TELEFONE	E-MAIL	INSTITUIÇÃO
1	Kaytl de Costa Nair Compairi	99533-1647	Kaytl.n.c@hotmail.com	Emef Corgeu
2	William Cosmo de Oliveira	998693088	W.PlanCdeOliveira@gmail.com	
3	ADRIANA DE VASCONCELOS	9.9472-0454	DRICADURNAL@MSN.COM	CONSELHO
4	Vandulucia S.C. Melo	98467-9786	Vanduc@delucca.com	De Ucci
5	Monta Maria da S.S. Guêrnido	98034-2796	monta.maria@hotmail.com	Monta Maria
6	MASQUINHO GAMA	9.8160.5500	masquinhogama@hotmail.com	
7	Liliana Braga	9.6048.2612	liliana.educacao@gmail.com	Liliana Braga
8	BESERRA	961616885		
9				
10				



# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



## PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE CARAPICUÍBA

03 de agosto de 2017

	NOME	TELEFONE	E-MAIL	INSTITUIÇÃO
1	Resângela dos Santos Cruz	95417-2698	resatevras29@gmail.com	Educação
2	Claudia C. D. Moraes	95375-9252	moraesdomingues3@gmail.com	Educação
3	Kleber dos S. Norimoto	96103-2669	KLEBERS@PROFESSOR-EDUCACAO.SP.GOV.BR	Educação
4	Juliana Domingos da Silva	98255-7349	julianadomingos08.jd@gmail.com	Educação
5	Edson Souza do Nor	4186-0827	edsonsouzanosorimentado@gmail.com	OSCIPI-210311
6	Lucila Santos			Educação
7	Maria Odete Borges	998590038	maodete.borges@bol.com.br	Educação
8				
9				
10				





# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



## PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE CARAPICUÍBA

03 de agosto de 2017

	NOME	TELEFONE	E-MAIL	INSTITUIÇÃO
1	Andréa Rosa Silva	982526649	gabrielacandrea@ig.com.br	Educação
2	Rosemeire Ap. dos Santos	95391-0545	rosemeire.a55@yahoo.com	Educação
3	Elza da Silva	98156-0741	elza_agle@hotmail.com	Educação
4	Janda Rox	971605398	Janda-mex-serveira@l...	Educação
5	Flávia Maria Pereira	11-41861252	Casaramoreg@terra.com.br	Educação
6	Paulo Geraldo	972556802	SECPAULO@td.com.br	OCA/FUMACC
7	Júlia Diniz D'Almeida	(11)99132.1072	JU.DINIZ@YANU.COM.BR	Museus
8	Danda F. Rodrigues	4134-999		Fundo Social
9	Zelma Lue li Ferraz	963623862	zelmaslue@Hotmail.com	Comun. Prof. Luan
10	Andréa C.S. Starowski	98082-1317	andreasstarowski@gmail.com	Educação



# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



## PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE CARAPICUÍBA

03 de agosto de 2017

	NOME	TELEFONE	E-MAIL	INSTITUIÇÃO
1	Vicencia T. Pennacchioni	96651 5961	VICENCIAARREAVISA@hotmail.com	Educação
2	Ruth Streck	41689936		
3	Adriano Guarato	9 9342 6969		
4	André Consenso	987495936	Eduardo. Edu@gmail	Assoc.
5	Angela Regina P. de Lima	95039-2417		Educação
6	Edivaldo F. Gonçalves	941913 765	edivaldofg@gmail.com	Educação
7	Antonieta J. Dertkijl	9994 25722	antonieta@ocaevidaula.com.br	OCA
8	Gladys Nascimento	951900765	gladys_nascimento@yahoo.com.br	Educação
9	Leticia Dias	98427 9182	leticiahd.fob@gmail.com	Cultura
10	Priscila D. Cruz	97328-4267		Educação





# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



## PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE CARAPICUÍBA

03 de agosto de 2017

	NOME	TELEFONE	E-MAIL	INSTITUIÇÃO
1	Maria da Glória J. Santos	42438968	glau.punk@hotmail.com	Depto. Educação
2	Janaína G.C. Barreto	97298.8540	jjgarcacamarop@bol.com.br	Educação MVE
3	Vera Lúcia E.C. Siqueira	991201737	veramargo0201@gmail	Amigos Granje.
4	Darliza C. B. Bilkate	90571-8070	darlizaibilicate@gmail	Educação
5	Marcos Elias	989411697	KyTo--@hotmail.com	SASC?
6	Renato G. R. Silva	982455880	Reals@idnetmail.com	SASC
7	Ana Paula Ferreira	962303564	paulepura@terra.com.br	SASC
8	Jaci de A. Couto	983538685	jacisilva1376@gmail	com. Secret. Educação
9	Amanda Moraes	99409-0529	amandamoraes@terra.com.br	-
10	Vera Lúcia M. Santos	9.4463-7716	VeraluciaMS11@Yahoo.com.br	Secretaria da Ed.



# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



## PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE CARAPICUÍBA

03 de agosto de 2017

	NOME	TELEFONE	E-MAIL	INSTITUIÇÃO
1	Shirley Soares da Silva	99994-4805	shirleylicitacao@gmail.com	Educação
2	Luís de Jesus	943851977		Lutas
3	Marinho Pereira Gomes	959344517	CandidoTevolluci@Yahoo.com.BR	
4	Bruno Oliveira	97089344		Sec. Educação
5	ISABELA MARIA GOMES DE MENEZES	941492947	ISABELAMGMENEZES@GMAIL.COM	TRANSITION GRANJA VIANA
6	DANIELA TERRAUNI	985780864	Daniteracuni@GMAIL.COM	TRANSITION GRANJA VIANA
7	Mariana Widmer	9-8125-8345	mariana-widmer@hotmail.com	Esporte
8	Eliana M. P. Louro	990963741	eluzp.dalora@outlook.com	Fundo Social
9	Neide Ap. Bicef	971580327	neide.bicef@hotmail.com	Educação
10	Talita de Souza Silva	994448354	TALITA_DSILVA@YAHOO.COM.BR	Educação



# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



## PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE CARAPICUÍBA

03 de agosto de 2017

	NOME	TELEFONE	E-MAIL	INSTITUIÇÃO
1	Ricardo Monteiro	96212-2271	monteirocarapic04@gmail.com	Sec. Educação
2	Renato Pinheiro Dantas	984196453	redanpin@gmail.com	Sec. Educação
3	Maristela do Lago	995353475	maristeladilago1954@gmail.com	Educação
4	Andréa Ap. Silva Codagno	98194 7555	andrea.codagno203@gmail.com	Sec. Educ.
5	Roberto Lopes Almeida	98716-6465	brunode1@hotmail.com	Sec. Educação
6	Renato Martins Filho	98377-1005	RENATOFILHO75@yaho.com	FAZENDA
7	Apauçada Edjaine de Oliveira	973540463	ed-djaine@terra.com.br	sec. educação
8	Waller Fernandes	960976628	fernandes.waller33@gmail.com	Estudante
9	Luciana Soares dos Reis	966277905	luciana_soares51@hotmail.com	Sec. Educação
10	Luciana Soares dos Reis	986195159		SASC



# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



## PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE CARAPICUÍBA

03 de agosto de 2017

	NOME	TELEFONE	E-MAIL	INSTITUIÇÃO
1	Giovanna Cavalho	992622609	gio.bcardalho@uol.com.br	Memórias da Grande Vianna
2	Rubens Almeida	963140448	A Compor Hoste	
3	Deise de Oliveira	98341 2511	deise_1506@hotmail.com	SASC
4	Yanica Lima	951136177	yanica.lima@fahoo.com	JGASC
5	Raimundo Custódio Leite	940347600	raimundo.custodio@procel.com.br	
6	Rosemeire J. dos Santos	972011625	meireose.santos@procel.com.br	NAT. MOLINA
7	Elaine de C. Lourenço		elaine2009@hotmail.com	Arca Jui
8	Debra O. Fernandes Silva	98750-9751	debra.2010de@hotmail.com	Arca Offshore
9	Denilde Machado Ortaloni	985074059	denildeortalonid@hotmail.com	Ana Estete
10	Frederico Campioto	982019515	woucampio16@gmail.com	Secretaria de Educação





# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



## PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE CARAPICUÍBA

03 de agosto de 2017

	NOME	TELEFONE	E-MAIL	INSTITUIÇÃO
1	Edy J. Souza	975366550	edha.t40@gnul.co	Jurisdição
2	Ladenilson de Pereira	973281709	PROFLADENILSON.GABINETE@GMAIL.COM	Arquitetura
3	Maria Cp. Domingues	975510645	cdadadomingues@y40.com.br	Envi-Vila Heleni-
4	Mônica Cp. Luppino	95356-9200	monicaluppino@hotmail.com	Deche Sites
5	Adúlia D. de Almeida	971688151	klaraa@ig.com.br	Isaura Oliveira/Alpaga
6	Sara M <sup>c</sup> de Luz Paula	(9)9445-8381	donc-mc@hotmail.com	Envi Envi - Envio Zilda
7	Gelson de Araujo Alves	11-78225.04.13	gargomel.anjos@gmail.com	Biblioteca Beleza
8	Adriana Santos	951429479	duca_78@hotmail.com	Educação Zadia
9	Elias de Campos Filho	967743676	elyazcammpaga@gmail.com	Educação
10	Josely da Silva Souza	959650392	JOSYPROF2@GMAIL.COM	Educação



# Prefeitura de Carapicuíba

Secretaria de Cultura e Turismo



## PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE CARAPICUÍBA

03 de agosto de 2017

	NOME	TELEFONE	E-MAIL	INSTITUIÇÃO
1	ERALDO FIRMINO	41358244	eraldo.f.firmino@gmail.com	DIRETORIA DE ENSINO CARAPICUÍBA
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				



**ANEXO 2**

**Grupo 1**

**CARAPICUÍBA** tem potencial para o **TURISMO** ?

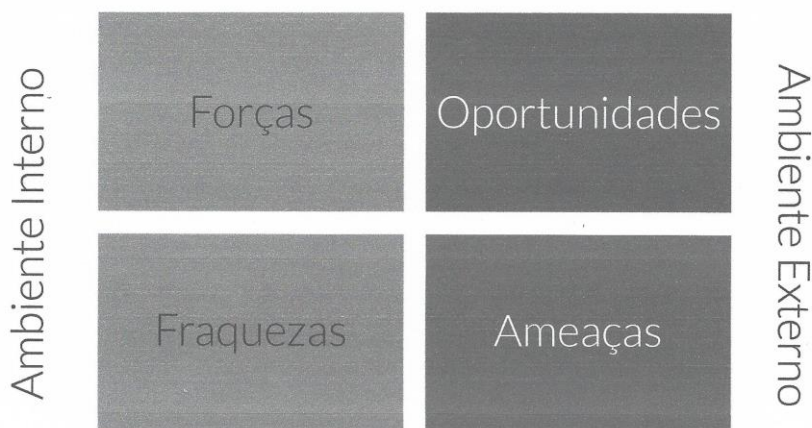
Sim. Por conta de atrações como:

- Igreja Cistã Ortodoxa (próxima à Av. Romanoff)
- Pista de BiciCross (próxima do Campo do Pedreira)
- Edifício Santa Teresinha e respectiva Igreja
- Parque Gabriel Chucre
- Edifício São Camilo (Seminário)
- FALC (antigo Sanatório Anhembi)





### Análise Swot



**1. Análise do ambiente interno**

Nesta etapa são analisadas as forças e fraquezas da cidade, ou seja, ele identifica em quais aspectos a cidade possui vantagens e desvantagens perante seus concorrentes.

**2. Análise do ambiente externo**

Na análise do ambiente externo da cidade são analisados as oportunidades e as ameaças que rodeiam a cidade, ou seja, é nesta etapa que se analisa onde se pode aproveitar as oportunidades e minimizar as possíveis ameaças.





**Quais são as fraquezas de nossa cidade?**

**1.2 Fraqueza**

A fraqueza está relacionada às desvantagens que a cidade possui perante aos concorrentes, ou seja, se seus recursos são limitados, baixa diversidade de produtos ou serviços, problemas operacionais, falta de investimento em tecnologia e inovação ou até mesmo a falta de funcionários capacitados para determinado processo.

- Tráfego pesado e intenso na Avenida Proclamação Seráficois
- Infraestrutura hoteleira incipiente
- Vizinhanças estreitas e mal sinalizadas (difícil acesso às malhas viárias secundárias)
- Segurança Pública



**Quais são as oportunidades de nossa cidade?**

**2.1 Oportunidades**

As oportunidades são as vantagens competitivas que ajuda a cidade a ampliar sua participação de mercado, podendo ser com a inserção de um novo produto no mercado que de fato atenda as expectativas dos clientes, utilizar novas tecnologias para agilizar e facilitar a produção, ampliação de filiais ou até mesmo aproveitar a dificuldade de seus concorrentes para ganhar novos clientes.

Oportunidades de geração de empresa e renda em segmentos como (cultura - hotéis - transportes - alimentação - etc).

→ O desenvolvimento do turismo cria oportunidade de empresa e renda para os músicos e artistas de Carapicuíba.







Grupo 2

CARAPICUÍBA tem potencial para o TURISMO ?



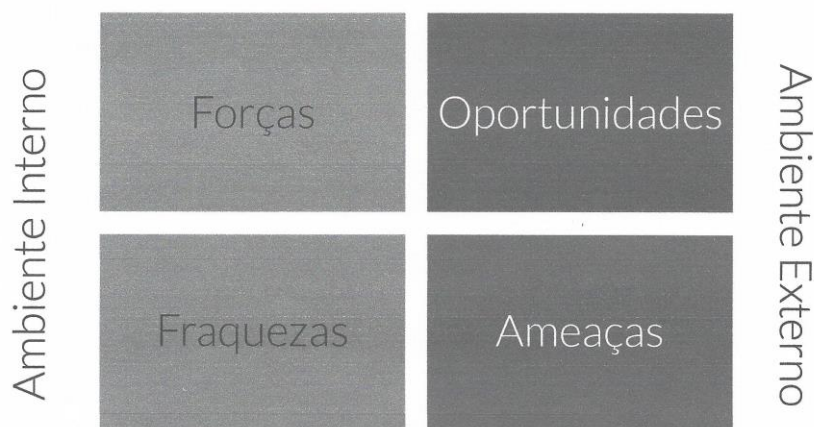
Sim!

Após análise realizada pelo Grupo, identificamos que Carapicuíba possui vários pontos importantes, históricos e que representam a cultura de nossa cidade, são eles:

- 1) Campos de competição de bicicross na COAHB próximo ao EXTRA.
- 2) FALC. (Antes de ser a faculdade, era manicômio. Original e preservado, possui capela e museu e a estrutura antiga.
- 3) Educandário. Em sua história abrigou leprosus, foi feita ponte Jacaré infantil; possui uma capela histórica.
- 4) Campo de tênis (local turístico esportivo) Tenistas famosos já participaram de jogos nos locais.
- 5) Heliponto



### Análise Swot



**1. Análise do ambiente interno**

Nesta etapa são analisadas as forças e fraquezas da cidade, ou seja, ele identifica em quais aspectos a cidade possui vantagens e desvantagens perante seus concorrentes.

**2. Análise do ambiente externo**

Na análise do ambiente externo da cidade são analisados as oportunidades e as ameaças que rodeiam a cidade, ou seja, é nesta etapa que se analisa onde se pode aproveitar as oportunidades e minimizar as possíveis ameaças.





**Quais são as forças de nossa cidade?**

**1.1 Força**

Força esta ligada com o que a cidade faz de melhor quando comparado aos concorrentes podendo ser em questão de serviço prestado, produto de qualidade, serviço qualificado de atendimento ao cliente, liderança de mercado, boas parcerias entre outros aspectos.

- ① Comércio ambulante.  
Foi organizado e padronizado pela prefeitura e a ideia é inovadora
- ② Grandes mercados (Frigo, atacados, açai, abate, extra).
- ③ Shopping
- ④ Universidades (FALC, FNC, FATEC)
- ⑤ Acesso às principais rodovias (Rodovia Taubaté, Castelo Branco, Rodovanel).
- ⑥ Concentração de população nortista e estrangeiros. (Bolivianos, Haiti, entre outros).



### Quais são as fraquezas de nossa cidade?

#### 1.2 Fraqueza

A fraqueza está relacionada às desvantagens que a cidade possui perante aos concorrentes, ou seja, se seus recursos são limitados, baixa diversidade de produtos ou serviços, problemas operacionais, falta de investimento em tecnologia e inovação ou até mesmo a falta de funcionários capacitados para determinado processo.

① Vulnerabilidade social
② criminalidade e vandalismo
③ Baixa geografia (cidade marcada pela indústria e falta de planejamento turístico)
④ Falta de incentivos p/ implantação de indústrias na cidade.
⑤ Desemprego e ausência de oportunidades de emprego. Consequência = migração p/ trabalhar em outras cidades.



**Quais são as oportunidades de nossa cidade?**

**2.1 Oportunidades**

As oportunidades são as vantagens competitivas que ajuda a cidade a ampliar sua participação de mercado, podendo ser com a inserção de um novo produto no mercado que de fato atenda as expectativas dos clientes, utilizar novas tecnologias para agilizar e facilitar a produção, ampliação de filiais ou até mesmo aproveitar a dificuldade de seus concorrentes para ganhar novos clientes.

1) Petunias Pode ser transformado em local familiar, com brinquedos, pedalinhos, turquia, entre outros.
2) _____ O forte do município é o comércio É necessário criar mecanismos para incentivar a formalidade visando desen- volver o comércio local e também a arrecadação do município.







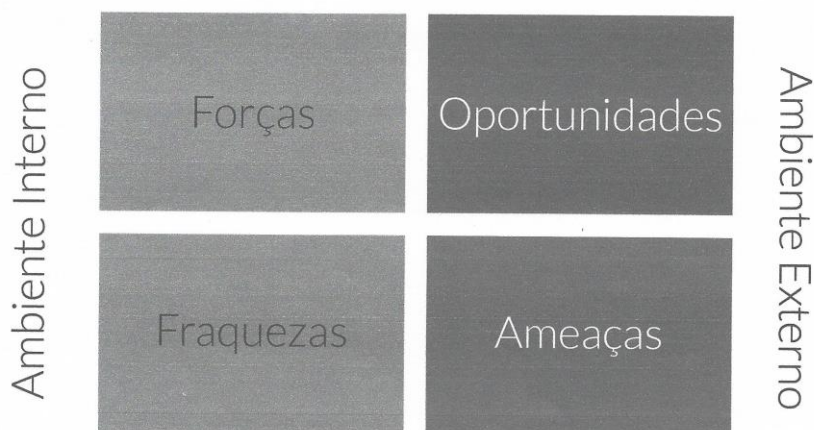
Grupo 3

CARAPICUÍBA tem potencial para o TURISMO



- ① - 5 Parques: Patris, Gabriel Chware, Plonatto, Jandaia e Aldeia
- ② - Associação Santa Teresinha e Capulos Arquitetônicas.
- ③ - Calçadão (artistas de rua)
- ④ - Lagoa de Carapicuíba
- ⑤ - Antigo Sanatório (Faelc) ✓
- ⑥ - Ginásio Esportes Tenqredo ✓
- 7 - COHAB
- 8 - Reservas da Mata Atlântica
- 9 - mirante do Campo de Golf
- 
- 
- 
- 
-

## Análise Swot



### 1. Análise do ambiente interno

Nesta etapa são analisadas as forças e fraquezas da cidade, ou seja, ele identifica em quais aspectos a cidade possui vantagens e desvantagens perante seus concorrentes.

### 2. Análise do ambiente externo

Na análise do ambiente externo da cidade são analisados as oportunidades e as ameaças que rodeiam a cidade, ou seja, é nesta etapa que se analisa onde se pode aproveitar as oportunidades e minimizar as possíveis ameaças.







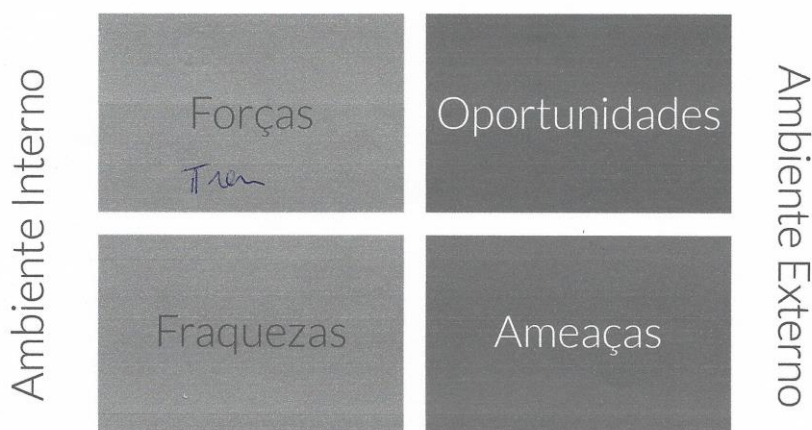








### Análise Swot



**1. Análise do ambiente interno**

Nesta etapa são analisadas as forças e fraquezas da cidade, ou seja, ele identifica em quais aspectos a cidade possui vantagens e desvantagens perante seus concorrentes.

**2. Análise do ambiente externo**

Na análise do ambiente externo da cidade são analisados as oportunidades e as ameaças que rodeiam a cidade, ou seja, é nesta etapa que se analisa onde se pode aproveitar as oportunidades e minimizar as possíveis ameaças.







**Quais são as fraquezas de nossa cidade?**

**1.2 Fraqueza**

A fraqueza esta relacionada às desvantagens que a cidade possui perante aos concorrentes, ou seja, se seus recursos são limitados, baixa diversidade de produtos ou serviços, problemas operacionais, falta de investimento em tecnologia e inovação ou até mesmo a falta de funcionários capacitados para determinado processo.

- Segurança
- Limpeza
- Mobilidade
- Sinalização
- Saneamento
- Manutenção dos lagos (lagos)
- Iluminação pública
- entorno da aldeia





**Quais são as oportunidades de nossa cidade?**

**2.1 Oportunidades**

As oportunidades são as vantagens competitivas que ajuda a cidade a ampliar sua participação de mercado, podendo ser com a inserção de um novo produto no mercado que de fato atenda as expectativas dos clientes, utilizar novas tecnologias para agilizar e facilitar a produção, ampliação de filiais ou até mesmo aproveitar a dificuldade de seus concorrentes para ganhar novos clientes.

- polo industrial
- peregrinação
- Carnaval
- Feira de produtores.
- Feira de antiguidades.
- Oficina de artesanato e artes
- Bazar
- Feira de adoção de animais  
com castração e vacinação
- Semana de Esportes
  - futebol/handbal/volley.
- Estímulo ao empreendedorismo





Grupo 5

CARAPICUÍBA tem potencial para o TURISMO ?



PRESET

do uma

A existência

dos cultura de todos o presente

COMUNIDADE DOS

SIM.

SÍTIOS HISTÓRICOS

POCOS CULTURAIS E MANIFESTAÇÕES

CIDADE INMÃ MENAGIO ITALIA

POTÊNCIAL HUMANO / SABORES DAS

CULTURA NORDESTINA

OCA ESCOLA CULTURAL

1. PRESEÇA DE SÍTIOS HISTÓRICOS

2. Presença de pcos culturais a partir de manifestações culturais das populações migrantes que ocupam esta cidade

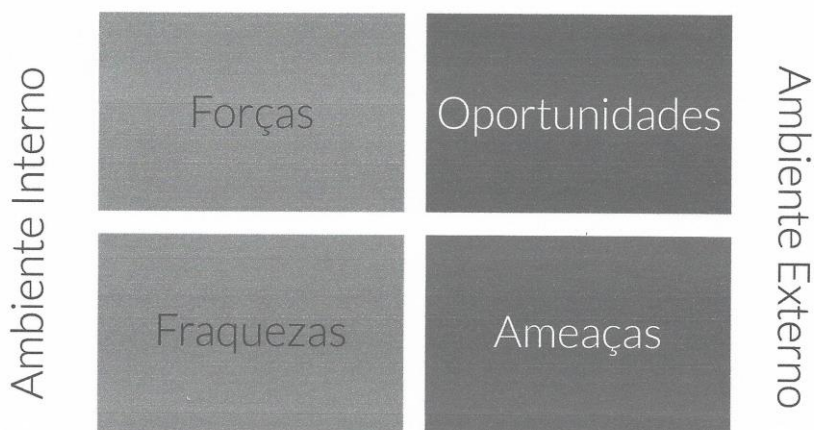
3. PROJETO DE EDUCAÇÃO QUE AFIRME A importância histórica desse município -

OCA - ASSOCIAÇÃO Aldria de Carapicuíba.

4. CES - CENTRO DE EDUCAÇÃO P/ SUSTENTABILIDADE



### Análise Swot



**1. Análise do ambiente interno**

Nesta etapa são analisadas as forças e fraquezas da cidade, ou seja, ele identifica em quais aspectos a cidade possui vantagens e desvantagens perante seus concorrentes.

**2. Análise do ambiente externo**

Na análise do ambiente externo da cidade são analisados as oportunidades e as ameaças que rodeiam a cidade, ou seja, é nesta etapa que se analisa onde se pode aproveitar as oportunidades e minimizar as possíveis ameaças.





**Quais são as forças de nossa cidade?**

**1.1 Força**

Força esta ligada com o que a cidade faz de melhor quando comparado aos concorrentes podendo ser em questão de serviço prestado, produto de qualidade, serviço qualificado de atendimento ao cliente, liderança de mercado, boas parcerias entre outros aspectos.

PROXIMIDADE DA MAIOR CIDADE BRASILEIRA.

POSSIBILIDADE DE PARCERIAS PÚBLICO/PRIVADA  
PROJETOS DE INCENTIVOS

FACILIDADE DE ACESSO

*paternidade*

1. PROXIMIDADE DA MAIOR CIDADE BRASILEIRA /  
O que pode viabilizar PARCERIAS PÚBLICAS  
e PRIVADAS

*DA AMÉRICA DO SUL*

2. Facilidade de acesso (com a saída

~~de~~ RECAPEADA DA ESTRADA DA ALDEIA COM  
ACesso direto à PARQUE TAVARES; Além dos  
ACesso para pedestres.



**Quais são as fraquezas de nossa cidade?**

**1.2 Fraqueza**

A fraqueza está relacionada às desvantagens que a cidade possui perante aos concorrentes, ou seja, se seus recursos são limitados, baixa diversidade de produtos ou serviços, problemas operacionais, falta de investimento em tecnologia e inovação ou até mesmo a falta de funcionários capacitados para determinado processo.

1. BURACOS NAS VIAS ACESSO A CIDADE
  2. POUCO PERTENCIMENTO A CIDADE
  3. CONHECIMENTO DA HISTÓRIA DA CIDADE
  4. FALTA DE HOTÉIS
  5. " RESTAURANTES
  6. LIXO NAS VIAS DA CIDADE
  7. SEGURANÇA PÚBLICA
  8. ILUMINAÇÃO / POUCA ESTRUTURA BÁSICA
  9. URBANA
  10. AUSÊNCIA DE PRESERVAÇÃO AMBIENTAL
  11. " EDUCAÇÃO AMBIENTAL
  12. ALTO " HISTÓRICA DA CIDADE
  13. ADENSAMENTO URBANO SEM INFRAESTRUTURA
- AUSÊNCIA de um plano diretor que impeça  
construções de 20 andares em área que não  
existe infraestrutura viária, de saneamento  
básico - e acesso para pedestre - ESPECIFICAMENTE  
A ENTRADA DA ALDEIA DE CARAPICUÍBA.

FALTA DE ARBORIZAÇÃO QUE PROVOCA AUSÊNCIA  
DE CONFORTO TÉRMICO E AMBIENTAL  
. SEGREGAÇÃO URBANA. ÁREAS QUE NÃO SE CONVERSAM



**Quais são as oportunidades de nossa cidade?**

**2.1 Oportunidades**

As oportunidades são as vantagens competitivas que ajuda a cidade a ampliar sua participação de mercado, podendo ser com a inserção de um novo produto no mercado que de fato atenda as expectativas dos clientes, utilizar novas tecnologias para agilizar e facilitar a produção, ampliação de filiais ou até mesmo aproveitar a dificuldade de seus concorrentes para ganhar novos clientes.

<del>P</del> <del>EXISTÊNCIA</del> DIVERCIDADE CULTURAL
CRESCIMENTO GASTO MÔNICO
CRESCIMENTO <sup>PROSÓTOS</sup> CULTURAL
1. Presença de valores culturais de comunidades migrantes de diversos estados brasileiros a serem documentados e possibilitados (Forum)
2. ESPAÇOS DE MANIPULAÇÃO.
2. Proximidade DA maior cidade DO BRASIL (AA América do Sul) o que pode viabilizar PARCERIAS PÚBLICAS e PRIVADAS
criação de uma identidade de cidade.

1.





**Quais são as ameaças de nossa cidade?**

2.2 Ameaças

As ameaças são os fatores que influenciam diretamente com o plano de negócio da cidade, ou seja, é onde deve ser mantido o foco de atenção para não ocasionar em uma dificuldade de aumentar a sua participação de mercado. As principais ameaças são as mudanças da legislação, as novas estratégias de seus concorrentes, mudanças demográficas e as barreiras para conquistar novos clientes.

VIOLENCIA, DESCONTINUIDADE
DE PROJETOS
<del>FALTA</del> DE POLITICAS PÚBLICAS
AUSENCIA
DRUGAS, INVASÃO DA ÁREAS
PÚBLICAS E DE PATRIMÔNIO HISTÓRICOS
AUSENCIA DE UM PLANO-DIRETOR
DA CIDADE QUE IMPEÇA CONSTRUÇÃO
EM ÁREAS QUE NÃO TEM INFRA-
ESTRUTURA VIÁRIA E SANEAMENTO BÁSICO



Grupo 6

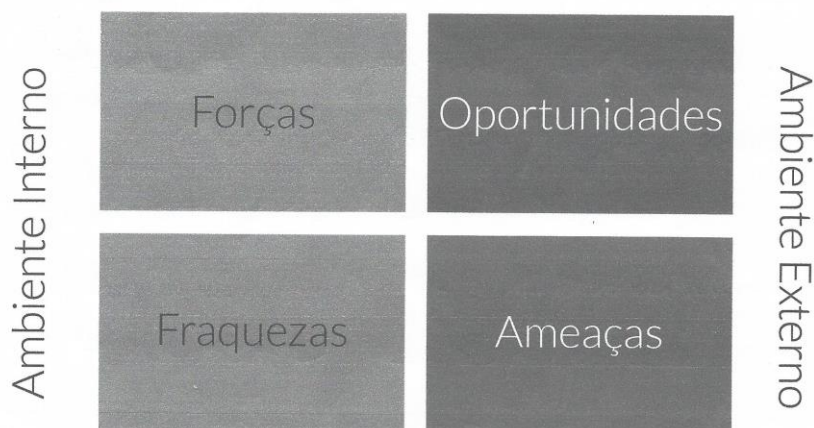
CARAPICUÍBA tem potencial para o TURISMO



Sim, trazer mais <sup>(dinheiro)</sup> divisas para o nosso município. Fazendo as ocupações nos espaços públicos com entretenimento às comunidades ao redor e o demais de outros bairros da cidade. Revitalização dos parques na cidade. Tatuís, Planalto Gabriel Chucre, \* Rede de hotéis para receber os turistas, \*



### Análise Swot



**1. Análise do ambiente interno**

Nesta etapa são analisadas as forças e fraquezas da cidade, ou seja, ele identifica em quais aspectos a cidade possui vantagens e desvantagens perante seus concorrentes.

**2. Análise do ambiente externo**

Na análise do ambiente externo da cidade são analisados as oportunidades e as ameaças que rodeiam a cidade, ou seja, é nesta etapa que se analisa onde se pode aproveitar as oportunidades e minimizar as possíveis ameaças.



**Quais são as forças de nossa cidade?**

**1.1 Força**

Força esta ligada com o que a cidade faz de melhor quando comparado aos concorrentes podendo ser em questão de serviço prestado, produto de qualidade, serviço qualificado de atendimento ao cliente, liderança de mercado, boas parcerias entre outros aspectos.

Parque dos Paturis, Planalto,  
Chiclé, <sup>Abel</sup> Teatro Arena.  
Atrações - revitalização  
↳ culturais para os parques  
revitalizados -  
Artistas locais - #  
Artesanato: Renda Renascença











Banhais – ecológica  
reutilização água da chuva para  
molhar plantas –  
Paisagismo de acordo com  
a aldeia → plantas originárias da  
época.  
Reutilização da aldeia de acordo  
com a época 1580.



**Quais são as ameaças de nossa cidade?**

2.2 Ameaças

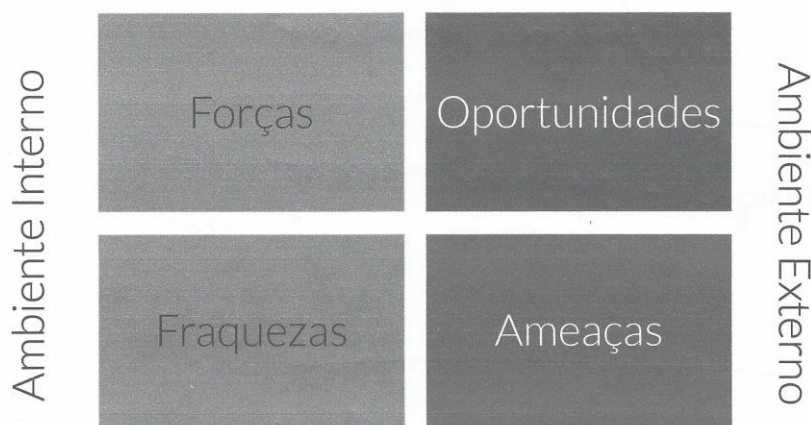
As ameaças são os fatores que influenciam diretamente com o plano de negócio da cidade, ou seja, é onde deve ser mantido o foco de atenção para não ocasionar em uma dificuldade de aumentar a sua participação de mercado. As principais ameaças são as mudanças da legislação, as novas estratégias de seus concorrentes, mudanças demográficas e as barreiras para conquistar novos clientes.

Mais ações nos parques, apropriação dos dos espaços públicos, trazendo as comunidades a cada final de semana, com eventos planejados.  
\* Crescimento desordenado dos conjuntos de aglomerados (áreas livres) \* Invasões.





### Análise Swot



**1. Análise do ambiente interno**

Nesta etapa são analisadas as forças e fraquezas da cidade, ou seja, ele identifica em quais aspectos a cidade possui vantagens e desvantagens perante seus concorrentes.

**2. Análise do ambiente externo**

Na análise do ambiente externo da cidade são analisados as oportunidades e as ameaças que rodeiam a cidade, ou seja, é nesta etapa que se analisa onde se pode aproveitar as oportunidades e minimizar as possíveis ameaças.



força - o que se pode  
trazer ou já  
existe que nos  
traga benefícios

fraqueza - difícil acesso dos  
proprietários municipais

oportunidades - o que podemos  
seguir p/ o Turismo  
em nossa cidade

ameaças - diversidade de ideias  
e governo





**Quais são as forças de nossa cidade?**

**1.1 Força**

Força esta ligada com o que a cidade faz de melhor quando comparado aos concorrentes podendo ser em questão de serviço prestado, produto de qualidade, serviço qualificado de atendimento ao cliente, liderança de mercado, boas parcerias entre outros aspectos.

✓ Trazer aos parques alguns atrativos, como food truck, feiras, atividades direcionadas;

✓ Valorização do comércio local

✓ Festas tradicionais do município

✓ Atracões nos teatros - divulgação de peças

✓ Educandários

✓ Calçadão





### Quais são as fraquezas de nossa cidade?

#### 1.2 Fraqueza

A fraqueza está relacionada às desvantagens que a cidade possui perante aos concorrentes, ou seja, se seus recursos são limitados, baixa diversidade de produtos ou serviços, problemas operacionais, falta de investimento em tecnologia e inovação ou até mesmo a falta de funcionários capacitados para determinado processo.

✓ Dificil acesso dos próprios municípios
✓ Falta de segurança.
<del>Calçada</del>
✓ Recursos
✓ Pronto atendimento.
✓ necessidades inclusivas (apropria ação)







Grupo 8

CARAPICUÍBA tem potencial para o TURISMO ?



- Bim
- Igreja Nossa Senhora Aparecida
- \* Parque Gabriel Chucre <sup>boa localização</sup>
- Parque dos Paturos
- Aparthor Academia (nos Parques)
- Fatec
- Etec
- Escola de música
- Sesi
- Sale.
- \* Museu Arqueológico Sale.
- Estácio (Frc)
- Teatro Jorge Amado / Luca.
- Ginásio de Esportes (Semiuba e Anton Serra) Juncadas.
- PD do Planalto

## Análise Swot



### 1. Análise do ambiente interno

Nesta etapa são analisadas as forças e fraquezas da cidade, ou seja, ele identifica em quais aspectos a cidade possui vantagens e desvantagens perante seus concorrentes.

### 2. Análise do ambiente externo

Na análise do ambiente externo da cidade são analisados as oportunidades e as ameaças que rodeiam a cidade, ou seja, é nesta etapa que se analisa onde se pode aproveitar as oportunidades e minimizar as possíveis ameaças.



**Quais são as forças de nossa cidade?**

**1.1 Força**  
Força esta ligada com o que a cidade faz de melhor quando comparado aos concorrentes podendo ser em questão de serviço prestado, produto de qualidade, serviço qualificado de atendimento ao cliente, liderança de mercado, boas parcerias entre outros aspectos.

- \* Interligação entre vias e Rodovias (fácil acesso)
- Parque Estadual Churrasco
- \* Shopping Plaza Carapicuíba
- Feirinha
- Feijão de Arada
- Habib's
- Aeroporto









**Quais são as ameaças de nossa cidade?**

**2.2 Ameaças**

As ameaças são os fatores que influenciam diretamente com o plano de negócio da cidade, ou seja, é onde deve ser mantido o foco de atenção para não ocasionar em uma dificuldade de aumentar a sua participação de mercado. As principais ameaças são as mudanças da legislação, as novas estratégias de seus concorrentes, mudanças demográficas e as barreiras para conquistar novos clientes.

Falta de investimento
• Descaço do governo (População)
• Desvalorização Patrimônio
ff histórico cultural e material
• Ginásio de Esportes fechados
• Quadras fechadas
• Falta de incentivo ao teatro
• Museu Arqueológico (Falc)
falta de divulgação
* Projetos inacabados
* Orçamento mal planejado



Grupo 9

**CARAPICUÍBA** tem potencial para o **TURISMO** ?

Penso que, ainda que não tenha, poderemos descobrir se se potencial através de instrumentos como esse que estamos iniciando.

- Nesta realidade é privilégio de em relação a outros municípios.
- Grande número de habitantes.
- Praça Gabriel Charre...
- Deslocamento.
- Voo sim.
- Escadões da Nova Residência





**Quais são as forças de nossa cidade?**

**1.1 Força**

Força está ligada com o que a cidade faz de melhor quando comparado aos concorrentes podendo ser em questão de serviço prestado, produto de qualidade, serviço qualificado de atendimento ao cliente, liderança de mercado, boas parcerias entre outros aspectos.

- Feij. de Obra ✓
- Abundância de hotéis-restaurantes
- História Rica
- Crescer em desenvolvimento
- Fácil acesso
- Personal da Polícia Local





**Quais são as fraquezas de nossa cidade?**

**1.2 Fraqueza**

A fraqueza está relacionada às desvantagens que a cidade possui perante aos concorrentes, ou seja, se seus recursos são limitados, baixa diversidade de produtos ou serviços, problemas operacionais, falta de investimento em tecnologia e inovação ou até mesmo a falta de funcionários capacitados para determinado processo.

- Baixa qualidade da população ✓
- Baixa per capita ✓
- Baixa de valores dos pequenos, mas significativos da cidade.  
↳ empreendimentos
- Densidade Habitacional  
↳ Casas  
↳ CDLUs, etc.



Quais são as oportunidades de nossa cidade?

2.1 Oportunidades

As oportunidades são as vantagens competitivas que ajuda a cidade a ampliar sua participação de mercado, podendo ser com a inserção de um novo produto no mercado que de fato atenda as expectativas dos clientes, utilizar novas tecnologias para agilizar e facilitar a produção, ampliação de filiais ou até mesmo aproveitar a dificuldade de seus concorrentes para ganhar novos clientes.

- Criação de Polo Turístico ✓
  - Criação de ~~empresas~~ empresas (externas) ✓
  - ~~Arquitetura~~ 4 Faculdades ✓
  - ~~Trabalhadores de Comércio~~
  - ~~Visões Empreendedoras~~
  -
- 
- Forte fornecedor de m.o.
  - 4 Faculdades
  - Escolas de Idiomas
  - Vasto campo p/ empreendimentos.



**Quais são as ameaças de nossa cidade?**

**2.2 Ameaças**

As ameaças são os fatores que influenciam diretamente com o plano de negócio da cidade, ou seja, é onde deve ser mantido o foco de atenção para não ocasionar em uma dificuldade de aumentar a sua participação de mercado. As principais ameaças são as mudanças da legislação, as novas estratégias de seus concorrentes, mudanças demográficas e as barreiras para conquistar novos clientes.

- Investimentos de apartamentos e casas.
- Uso inadequado de drogas.
- Acolhimento (falta) nas repartições públicas, seja na área da saúde, educação, entre outros para que os cidadãos sintam-se acolhidos e valorizem seus serviços oferecidos na nossa cidade.



## Análise Swot



### 1. Análise do ambiente interno

Nesta etapa são analisadas as forças e fraquezas da cidade, ou seja, ele identifica em quais aspectos a cidade possui vantagens e desvantagens perante seus concorrentes.

### 2. Análise do ambiente externo

Na análise do ambiente externo da cidade são analisados as oportunidades e as ameaças que rodeiam a cidade, ou seja, é nesta etapa que se analisa onde se pode aproveitar as oportunidades e minimizar as possíveis ameaças.



### Quais são as forças de nossa cidade?

#### 1.1 Força

Força está ligada com o que a cidade faz de melhor quando comparado aos concorrentes podendo ser em questão de serviço prestado, produto de qualidade, serviço qualificado de atendimento ao cliente, liderança de mercado, boas parcerias entre outros aspectos.

*Potencial*

- \* Complexo Santa Tereziinha;
- Os parques;
- \* Vila Sulamericana;
- \* Teatro Luca e Jorge Amado
- \* Ginásio Poliesportivos;
- As Faculdades;
- Instituições de Ensino Técnico;
- Clube da Sabesp; Center Club
- \* Imagem da Santa na Vila Iza;
- Heliponto;
- Hípica;

*Forças:*

- Trabalho artesão.
- Teatros
- Shopping: - Circo
- Atacados
- Artistas locais





**Quais são as fraquezas de nossa cidade?**

**1.2 Fraqueza**

A fraqueza está relacionada às desvantagens que a cidade possui perante aos concorrentes, ou seja, se seus recursos são limitados, baixa diversidade de produtos ou serviços, problemas operacionais, falta de investimento em tecnologia e inovação ou até mesmo a falta de funcionários capacitados para determinado processo.

- Falta de investimentos em tecnologia;
- Trabalho de reciclagem / lixo;
- Aumentar a segurança;
- Pavimentação; trânsito
- + Iluminação;
- Investimentos em Albergues;
- \* Revitalização dos Parques; Projeto
- falta hotel
- \* vulnerabilidade social
- Trânsito av. principal
- Sinalização
-



**Quais são as oportunidades de nossa cidade?**

**2.1 Oportunidades**

As oportunidades são as vantagens competitivas que ajuda a cidade a ampliar sua participação de mercado, podendo ser com a inserção de um novo produto no mercado que de fato atenda as expectativas dos clientes, utilizar novas tecnologias para agilizar e facilitar a produção, ampliação de filiais ou até mesmo aproveitar a dificuldade de seus concorrentes para ganhar novos clientes.

- Centro Empresarial mais ativo;
- Transporte coletivo;
- Shopping;
- Terminal Rodoferroviário;
- Acesso Rodoviário e Rodovias;
- Hipermercados e Mercados;
- Centro Comercial (Calçados); ✓



**Quais são as ameaças de nossa cidade?**

**2.2 Ameaças**  
As ameaças são os fatores que influenciam diretamente com o plano de negócio da cidade, ou seja, é onde deve ser mantido o foco da atenção para não ocasionar em uma dificuldade de aumentar a sua participação de mercado. As principais ameaças são as mudanças de legislação, as novas estratégias de seus concorrentes, mudanças demográficas e as barreiras para conquistar novos clientes.

- Falta de segurança (ocasionar do assaltos, vandalismo, etc.)
- Falta de lazer e esportes; (Entretimento);
- falta continuidade (apoiar)
- Com a edificação das cidades - Carapicuíba x Embu das Artes - necessitamos estar atentos quanto ao Vandalismo, para que não perdamos a credibilidade, e assim consigamos prosperar, deixando a nossa cidade no Top.



Grupo 11

**CARAPICUÍBA** tem potencial para o **TURISMO** ?

Sim, Ginásio Tancredo com incentivo ao esporte e eventos.  
Esse já foi o espaço mais visitado da cidade onde com diversos eventos esportivos trouxe vários turistas porém hoje está na vti.

## Análise Swot



### 1. Análise do ambiente interno

Nesta etapa são analisadas as forças e fraquezas da cidade, ou seja, ele identifica em quais aspectos a cidade possui vantagens e desvantagens perante seus concorrentes.

### 2. Análise do ambiente externo

Na análise do ambiente externo da cidade são analisados as oportunidades e as ameaças que rodeiam a cidade, ou seja, é nesta etapa que se analisa onde se pode aproveitar as oportunidades e minimizar as possíveis ameaças.





**Quais são as forças de nossa cidade?**

**1.1 Força**

Força esta ligada com o que a cidade faz de melhor quando comparado aos concorrentes podendo ser em questão de serviço prestado, produto de qualidade, serviço qualificado de atendimento ao cliente, liderança de mercado, boas parcerias entre outros aspectos.

- Rodovias - Carapicuíba é cercada pelas rodovias Castelo Branco, Rodovia Nelson e Raposo Tavares.
- Heliponte  
com a facilidade de locomoção  
esses pontos fazem com que Carapicuíba esteja estrategicamente muito bem localizada.





**Quais são as fraquezas de nossa cidade?**

**1.2 Fraqueza**

A fraqueza está relacionada às desvantagens que a cidade possui perante aos concorrentes, ou seja, se seus recursos são limitados, baixa diversidade de produtos ou serviços, problemas operacionais, falta de investimento em tecnologia e inovação ou até mesmo a falta de funcionários capacitados para determinado processo.

Rede de hotelaria.  
ter um sim alguns MAS infelizmente.  
não são o suficiente. e não tem  
BOAS condições ou seja Hotel. ou  
motel. A estrada.





**Quais são as ameaças de nossa cidade?**

2.2 Ameaças

As ameaças são os fatores que influenciam diretamente com o plano de negócio da cidade, ou seja, é onde deve ser mantido o foco de atenção para não ocasionar em uma dificuldade de aumentar a sua participação de mercado. As principais ameaças são as mudanças da legislação, as novas estratégias de seus concorrentes, mudanças demográficas e as barreiras para conquistar novos clientes.

- Segurança - Falta de segurança
- Limpeza.
- Sinalização
- ACESSIBILIDADE.



## Análise Swot



### 1. Análise do ambiente interno

Nesta etapa são analisadas as forças e fraquezas da cidade, ou seja, ele identifica em quais aspectos a cidade possui vantagens e desvantagens perante seus concorrentes.

### 2. Análise do ambiente externo

Na análise do ambiente externo da cidade são analisados as oportunidades e as ameaças que rodeiam a cidade, ou seja, é nesta etapa que se analisa onde se pode aproveitar as oportunidades e minimizar as possíveis ameaças.







### Quais são as fraquezas de nossa cidade?

#### 1.2 Fraqueza

A fraqueza está relacionada às desvantagens que a cidade possui perante aos concorrentes, ou seja, se seus recursos são limitados, baixa diversidade de produtos ou serviços, problemas operacionais, falta de investimento em tecnologia e inovação ou até mesmo a falta de funcionários capacitados para determinado processo.

Identificamos que a comissão seja o ponto de partida a ausência da sincronização da modernidade com a realidade da cidade.

- ESTREITAMENTO DAS VIAS LOCAIS SEM CUMPRIMENTO ~~DA~~ INTEGRAL DAS LEIS DE TRÂNSITO



**Quais são as oportunidades de nossa cidade?**

**2.1 Oportunidades**

As oportunidades são as vantagens competitivas que ajuda a cidade a ampliar sua participação de mercado, podendo ser com a inserção de um novo produto no mercado que de fato atenda as expectativas dos clientes, utilizar novas tecnologias para agilizar e facilitar a produção, ampliação de filiais ou até mesmo aproveitar a dificuldade de seus concorrentes para ganhar novos clientes.

*Oportunidades existem sim, vai depender do foco e da dinâmica com o público alvo.*

*- INTENSIFICAR A EDUCAÇÃO TURÍSTICO-CULTURAL DOS ALUNOS DAS ESCOLAS PÚBLICAS E PARTICULARES - (Companhia de conscientização)*

