



PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE BRAGANÇA PAULISTA



Setembro 2017

Plano Municipal de Turismo de Bragança Paulista

Setembro/2017

Material elaborado por:



Av. Pedroso de Moraes, 2267 – São Paulo, SP. 05420-003

www.gks.com.br | info@gks.com.br

São Paulo | Salvador | Singapura

Prefeitura Municipal de Bragança Paulista

Jesus Adib Abi Chedid : Prefeito Municipal

Professor Amauri Sodré: Vice-Prefeito Municipal

Cleber Centini Cassali : Secretário Municipal de Cultura e Turismo

Vanessa Nogueira : Presidente do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR)

GKS Negócios Sustentáveis

Cássio Garkalns : Líder do contrato

Gleice R. Guerra : Gerente técnica

Marta Poggi e Borges : Especialista de campo

Thais S. Rinaldi : Sistematização

Sergio Marcos : Conteúdos educacionais/ apoio técnico

Sidnei Raimundo : Especialista em sustentabilidade

Mara Flora : Especialista em gestão pública

Ulysses Ahualli : Especialista em planejamento territorial

Maria Helenita : Especialista em sistema de informação

Vladimir Maciel : Especialista em estudos econômicos

Miriam Isabel : Engenheira cartógrafa

Lúcia Helena Nilson : Moderadora de oficinas

Solange Ferrarezi: Moderadora de oficinas

Apresentação

Este trabalho foi desenvolvido para atender ao Termo de Referência do Edital de Licitação de Tomada de Preços 02/2016, que prevê a elaboração do Plano Municipal de Turismo (PMT) de Bragança Paulista.

A concepção do planejamento do turismo em Bragança Paulista partiu de uma visão sistêmica e global da atividade, considerando uma abordagem integrada, de maneira a abranger todos os agentes envolvidos no seu desenvolvimento. As ações propostas fundamentam-se no conceito da sustentabilidade do turismo que, em termos gerais, relaciona-se com a gestão de todos os recursos componentes da atividade, de modo a atender às necessidades econômicas, sociais e ambientais dos territórios, mantendo a integridade natural e cultural local.

O modelo de trabalho empreendido considerou o alinhamento do PMT ao Plano Diretor de Bragança Paulista; a aplicação das melhores práticas em planejamento turístico; a mobilização de uma equipe composta por profissionais com comprovada experiência prática e inquestionável formação e qualidade técnica; o envolvimento participativo de todas as partes interessadas no desenvolvimento do PMT, incluindo o poder público, o *trade* turístico, as lideranças comunitárias, os empreendedores individuais ou de empreendimentos solidários, os potenciais interessados em capacitação em turismo, os visitantes regionais, os meios de comunicação, a sociedade civil organizada, as instituições de ensino e outras interessadas e/ou envolvidas com o desenvolvimento sustentável do turismo em Bragança Paulista; a preocupação com o envolvimento e a qualificação da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, de forma a capacitá-la para a condução e implantação do PMT de forma eficiente e eficaz; e o interesse de que o turismo se torne um vetor para o desenvolvimento econômico e social de Bragança Paulista, contribuindo para a geração de emprego e renda, valorização dos recursos culturais e naturais, geração de divisas para o poder público e melhoria do capital reputacional do município.

Este volume apresenta o inventário da oferta turística, a pesquisa de demanda e o diagnóstico formulado. Define princípios, objetivos e estratégias, traçando diretrizes de desenvolvimento turístico. Formula programas para curto, médio e longo prazos, e detalha projetos prioritários para os próximos 18 meses. Descreve as instâncias de participação e seus resultados, incorporando a visão de futuro do poder público, do *trade* turístico e de representantes da sociedade civil nas recomendações para o turismo de Bragança Paulista.

Sumário

Introdução.....	28
1 Contexto municipal	30
1.1 Informações básicas municipais	30
1.2 Acesso a Bragança Paulista	35
1.3 Infraestrutura básica municipal	46
1.4 Gestão pública e desenvolvimento do turismo.....	54
1.4.1 Marcos legais, mecanismos e instrumentos de gestão	55
1.4.2 Programas e investimentos públicos na área de turismo	59
1.4.3 Desenvolvimento do turismo.....	62
2 Caracterização do Centro Histórico	66
2.1 Limites e bairros	67
2.2 Acessos e mobilidade urbana.....	69
2.3 Infraestrutura básica no Centro Histórico.....	73
2.3.1 Saneamento básico	73
2.3.2 Energia elétrica e iluminação pública.....	74
2.4 Características dos espaços públicos.....	76
2.5 Principais marcos e pontos de referência	83
2.6 Uso e ocupação do solo e ordenamento territorial	87
3 Inventário turístico	92
3.1 Oferta turística	97
3.1.1 Atrativos e recursos	98
3.1.2 Equipamentos.....	160
3.1.3 Serviços.....	277
3.2 Demanda turística.....	285
3.2.1 Demanda atual	285
3.2.2 Demanda potencial.....	308
3.3 Promoção turística e concorrentes	310
4 Diagnóstico.....	319
4.1 Análise SWOT	319
4.2 Oferta diferencial	326
4.3 Posicionamento potencial	339
5 Diretrizes	343
5.1 Princípios.....	344

5.2	Objetivos estratégicos	346
5.3	Estratégias por componente	347
5.4	Monitoramento e avaliação	352
6	Programas e projetos.....	356
6.1	Projetos	364
6.1.1	Monitoramento e gestão de infraestrutura	364
6.1.2	Governança do turismo	365
6.1.3	Requalificação do Centro Histórico.....	372
6.1.4	Charcutaria (ou linguiça) bragantina	383
6.1.5	Compras e lazer	396
6.1.6	Bragança Paulista e natureza.....	397
6.1.7	Bragança Paulista cultural	398
6.1.8	Bragança Paulista rural	401
6.1.9	Eventos em Bragança Paulista	403
6.1.10	Turismo qualificado.....	405
6.1.11	Receptivo em Bragança Paulista	409
6.1.12	Bragança Paulista para bragantinos	411
6.1.13	Marketing de Bragança Paulista	413
6.1.14	Monitoramento do turismo	420
6.2	Principais aspectos.....	421
6.2.1	Dimensionamento do investimento total	421
6.2.2	Priorização dos projetos	423
7	Oficinas	425
7.1	Reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho	425
7.2	Oficina de validação do inventário turístico	431
7.3	Oficina de validação de projetos	438
	Referências	456
	Apêndices.....	467

Lista de abreviaturas e siglas

ABRAA – Associação Bragantina Amigos das Artes
AIUCC – Área de intervenção urbana do centro comercial
AIUCH – Área de intervenção urbana do Centro Histórico
AIUEH – Área de intervenção urbana do eixo histórico
ALBRAG – Associação dos Produtores de Linguíça de Bragança Paulista
ANTT – Agência Nacional de Transportes Terrestres
ARCAB – Associação Recreativa e Cultural Afro-Brasileira
ARIE – Área de Relevante Interesse Ecológico
ARTESP – Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo
CEUCLAR – Centro Universitário Claretiano
CLT – Consolidação das Leis Trabalhistas
CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNT – Confederação Nacional do Transporte
COMTUR – Conselho Municipal de Turismo
CONDEPHAC – Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Artístico e Cultural
CPI – Comando de Policiamento do Interior
DADE – Departamento de Apoio às Estâncias Turísticas
DAESP – Departamento Aeroviário do Estado de São Paulo
DENATRAN – Departamento Nacional de Trânsito
ECD – Estrutura-Conduta-Desempenho
ECIB – Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira
Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
FAEL – Faculdade Educacional da Lapa
FATEC-SP – Faculdade de Tecnologia de São Paulo
FESB – Faculdade de Ciências e Letras de Bragança Paulista
FGV – Fundação Getúlio Vargas
FUMTUR – Fundo Municipal do Turismo
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDHM – Índice de desenvolvimento humano municipal
IFSP – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo
IML – Instituto Médico Legal
INFRAERO – Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária
IPTU – Imposto predial e territorial urbano
LGBT – Lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros
LOM – Lei Orgânica do Município
LPUOS – Lei de Parcelamento, Uso e Ocupação do Solo
MDF – *Medium density fiberwood* (fibra de média densidade)
MEC – Ministério da Educação
MTur – Ministério do Turismo
OMT – Organização Mundial do Turismo
OSBP – Orquestra Sinfônica de Bragança Paulista

PIB – Produto interno bruto
PMPPC – Plano Municipal de Preservação do Patrimônio Cultural
PMT – Plano Municipal de Turismo
PROEJA – Programa Nacional de Integração da Educação Profissional com a Educação Básica na Modalidade de Educação de Jovens e Adultos
RMSP – Região Metropolitana de São Paulo
RPPN – Reserva particular do patrimônio natural
SABESP – Companhia de Saneamento do Estado de São Paulo
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
SENAT – Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte
SESC – Serviço Social do Comércio
SESCOOP – Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo
SESI – Serviço Social da Indústria
SEST – Serviço Social de Transporte
SISP – Serviço de Inspeção do Estado de São Paulo
SSAAM – Sociedade Sinfônica Amigos da Arte Musical
SSP – Secretaria de Segurança Pública
UAM – Universidade Anhembi Morumbi
UBC – Universidade Braz Cubas
UH – Unidade habitacional
UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNIDERP – Universidade Anhanguera
UNIFAL-MG – Universidade Federal de Alfenas
UNIFRAN – Universidade de Franca
UNIMES – Universidade Metropolitana de Santos
UNINTER – Centro Universitário Internacional
UNIP – Universidade Paulista
UNOPAR – Universidade Pitágoras
USF – Universidade São Francisco
ZECT – Zona Especial do Centro Tradicional

Lista de tabelas

Tabela 1 – Distâncias entre municípios limítrofes e de referências e Bragança Paulista	31
Tabela 2 – Caracterização do território: área, grau de urbanização e densidade demográfica, 2016	32
Tabela 3 – Caracterização da população: população estimada, por situação de domicílio e taxa de crescimento anual, 2016	32
Tabela 4 – Caracterização da população: IDHM, 2010, e PIB per capita, 2013	33
Tabela 5 – Emprego e renda, 2014.....	34
Tabela 6 – Participação no valor adicionado (%), 2013	34
Tabela 7 – Aeródromos públicos, 2015.....	35
Tabela 8 – Fluxo de passageiros intraestadual, 2015	41
Tabela 9 – Fluxo de passageiros interestadual, 2015	41
Tabela 10 – Domicílios, urbano e rural, 2010.....	46
Tabela 11 – Domicílios com água canalizada e esgotamento sanitário, 2010.....	46
Tabela 12 – Domicílios com lixo coletado e energia elétrica, 2010	46
Tabela 13 – Sistema de saúde, 2016.....	47
Tabela 14 – Sistema de educação, 2014.....	47
Tabela 15 – Ocorrência policial, 2014-2015.....	52
Tabela 16 – Sistema de comunicação: rádio e televisão, 2016.....	52
Tabela 17 – Sistema de comunicação: rede de telefonia e internet, julho/2016	52
Tabela 18 – Serviços complementares: rede bancária, farmácias e postos de combustível	53
Tabela 19 – Administração municipal	54
Tabela 20 – Pagamentos realizados pelo DADE, em R\$, 2011-2016	60
Tabela 21 – Convênios federais, jan/1996-out/2016	62
Tabela 22 – Transferência de recursos, 2013-2015.....	62
Tabela 23 – Meios de hospedagem	160
Tabela 24 – Análise técnica, por tipo de atrativo	326
Tabela 25 – Análise técnica, por pontuação total	328
Tabela 26 – Fabricantes de produtos de carne, por número de funcionários, 2015	389
Tabela 27 – Dimensionamento por componente, programa e projeto	421

Lista de quadros

Quadro 1 – Mesorregião Macro Metropolitana Paulista, microrregiões e municípios	31
Quadro 2 – Região administrativa de Campinas, região de governo e municípios	32
Quadro 3 – Linhas intraestaduais de transporte rodoviário para Bragança Paulista, 2016...	39
Quadro 4 – Linhas interestaduais de transporte rodoviário com Bragança Paulista, 2016 ...	41
Quadro 5 – Ensino técnico, 2016.....	48
Quadro 6 – Ensino superior, 2016	48
Quadro 7 – Sistema S.....	50
Quadro 8 – Polícia Civil	51
Quadro 9 – Polícia militar, corpo de bombeiros, defesa civil e guarda municipal	51
Quadro 10 – Estrutura institucional	54
Quadro 11 – Instrumentos de gestão urbana	55
Quadro 12 – Instrumentos de planejamento municipal	55
Quadro 13 – Leis intrínsecas ao turismo nos âmbitos federal, estadual e municipal, 1945-2016	56
Quadro 14 – Programas estaduais de turismo e participação de Bragança Paulista	60
Quadro 15 – Grupamento de macrozonas	90
Quadro 16 – Categorias de atrativos turísticos	94
Quadro 17 – Critérios para hierarquização de recursos e atrativos turísticos.....	94
Quadro 18 – Exemplo para avaliação e hierarquização de recursos e atrativos turísticos ...	95
Quadro 19 – Informações gerais, Centro Náutico Russolândia	100
Quadro 20 – Análise técnica, Centro Náutico Russolândia	100
Quadro 21 – Informações gerais, Conexão Equestre.....	100
Quadro 22 – Análise técnica, Conexão Equestre	101
Quadro 23 – Informações gerais, Fazenda Serrinha.....	104
Quadro 24 – Análise técnica, Fazenda Serrinha	104
Quadro 25 – Informações gerais, Jardim Público.....	106
Quadro 26 – Análise técnica, Parque Luiz Gonzaga da Silva Leme (Jardim Público)	106
Quadro 27 – Informações gerais, Lago do Orfeu	107
Quadro 28 – Análise técnica, Lago do Orfeu	107
Quadro 29 – Informações gerais, Lago do Taboão	110
Quadro 30 – Análise técnica, Lago do Taboão	110
Quadro 31 – Informações gerais, Marina Confiança	112
Quadro 32 – Análise técnica, Marina Confiança	112
Quadro 33 – Informações gerais, MWS Wake Cable Park.....	113
Quadro 34 – Análise técnica, MWS Wake Cable Park.....	114

Quadro 35 – Informações gerais, Parque Natural Municipal Lago dos Padres	115
Quadro 36 – Análise técnica, Parque Natural Municipal Lago dos Padres.....	115
Quadro 37 – Informações gerais, ARIE Bosque das Araucárias e Parque Natural Municipal Petronilla Markowicz	117
Quadro 38 – Análise técnica, ARIE Bosque das Araucárias e Parque Natural Municipal Petronilla Markowicz	117
Quadro 39 – Informações gerais, Parque Natural Municipal Refúgio das Aves	118
Quadro 40 – Análise técnica, Parque Natural Municipal Refúgio das Aves.....	118
Quadro 41 – Informações gerais, Pesqueiro do Galo.....	119
Quadro 42 – Análise técnica, Pesqueiro do Galo	119
Quadro 43 – Informações gerais, Pesqueiro Santa Rita	120
Quadro 44 – Análise técnica, Pesqueiro Santa Rita.....	120
Quadro 45 – Informações gerais, Catedral de Nossa Senhora da Conceição.....	122
Quadro 46 – Análise técnica, Catedral de Nossa Senhora da Conceição	122
Quadro 47 – Informações gerais, Matadouro	123
Quadro 48 – Análise técnica, Matadouro	123
Quadro 49 – Informações gerais, Estádio Nabi Abi Chedid.....	125
Quadro 50 – Análise técnica, Estádio Nabi Abi Chedid.....	125
Quadro 51 – Informações gerais, Feira do Lago (artesanato)	127
Quadro 52 – Análise técnica, Feira do Lago (artesanato)	127
Quadro 53 – Informações gerais, Igreja Nossa Senhora do Rosário e Praça do Rosário ..	129
Quadro 54 – Análise técnica, Igreja Nossa Senhora do Rosário	129
Quadro 55 – Informações gerais, Mercado Municipal	131
Quadro 56 – Análise técnica, Mercado Municipal	131
Quadro 57 – Informações gerais, Museu Municipal Oswaldo Russomano.....	133
Quadro 58 – Análise técnica, Museu Municipal Oswaldo Russomano	134
Quadro 59 – Informações gerais, Museu do Telefone.....	135
Quadro 60 – Análise técnica, Museu do Telefone.....	135
Quadro 61 – Informações gerais, Parque de Exposições Dr. Fernando Costa.....	136
Quadro 62 – Análise técnica, Parque de Exposições Dr. Fernando Costa.....	137
Quadro 63 – Informações gerais, Quarto da Santa Paulina	139
Quadro 64 – Análise técnica, Quarto da Santa Paulina	139
Quadro 65 – Análise técnica, realizações artísticas	140
Quadro 66 – Análise técnica, eventos programados	147
Quadro 67 – Análise técnica, recursos turísticos	153
Quadro 68 – Informações gerais, Aeroclube de Bragança Paulista	154
Quadro 69 – Informações gerais, Haras Flores.....	154

Quadro 70 – Informações gerais, Haras Guaripocaba	155
Quadro 71 – Informações gerais, Cervejaria Bragantina.....	159
Quadro 72 – Análise técnica, Cervejaria Bragantina	159
Quadro 73 – Informações gerais, 20 Park Hotel	162
Quadro 74 – Informações gerais, Grande Hotel Bragança.....	162
Quadro 75 – Informações gerais, Hotel Carvalho	163
Quadro 76 – Informações gerais, Hotel Colonial.....	164
Quadro 77 – Informações gerais, Hotel Estância	165
Quadro 78 – Informações gerais, Hotel Garoto.....	166
Quadro 79 – Informações gerais, Hotel Villa Santo Agostinho	167
Quadro 80 – Informações gerais, Ka Business Hotel	168
Quadro 81 – Informações gerais, NC Hotel	169
Quadro 82 – Informações gerais, The Plaza Hotel.....	170
Quadro 83 – Informações gerais, Fazenda Coronel Jacinto.....	171
Quadro 84 – Informações gerais, Hospedaria Rural	172
Quadro 85 – Informações gerais, Hotel Fazenda Dona Carolina	173
Quadro 86 – Informações gerais, Hotel Fazenda Tio Nicola	174
Quadro 87 – Informações gerais, Hotel Mil Flores	175
Quadro 88 – Informações gerais, Pousada Luz e Paz	176
Quadro 89 – Informações gerais, Pousada Recanto Família	177
Quadro 90 – Informações gerais, Pousada Recanto das Rosas	178
Quadro 91 – Informações gerais, Pousada Santa Luzia	179
Quadro 92 – Informações gerais, Pousada das Maritacas.....	180
Quadro 93 – Informações gerais, Aldeia do Sabor.....	182
Quadro 94 – Informações gerais, Alecrim Restaurante.....	182
Quadro 95 – Informações gerais, A Nossa Restaurante	183
Quadro 96 – Informações gerais, Bem Bolado.....	184
Quadro 97 – Informações gerais, Bisa Restaurante.....	185
Quadro 98 – Informações gerais, Cantina NC	186
Quadro 99 – Informações gerais, Pop Restaurante e Lanchonete.....	187
Quadro 100 – Informações gerais, Prato Fino	188
Quadro 101 – Informações gerais, Reis Restaurante.....	189
Quadro 102 – Informações gerais, Show Cook Restaurante.....	190
Quadro 103 – Informações gerais, Amity	191
Quadro 104 – Informações gerais, Cabaña Gourmet.....	192
Quadro 105 – Informações gerais, Cà de Mezz Amig.....	193

Quadro 106 – Informações gerais, Cantina Bella Itália	194
Quadro 107 – Informações gerais, Casa Blanca Restaurante.....	195
Quadro 108 – Informações gerais, Chopp Time.....	196
Quadro 109 – Informações gerais, Churrascaria Lago do Sul Tchê	197
Quadro 110 – Informações gerais, Esmeralda Pizzaria	198
Quadro 111 – Informações gerais, Estalagem Dom João	199
Quadro 112 – Informações gerais, Forneria Razera	200
Quadro 113 – Informações gerais, Giorgino Ristorante	201
Quadro 114 – Informações gerais, Giulio's Bar & Restaurante	202
Quadro 115 – Informações gerais, Glass Restaurante.....	203
Quadro 116 – Informações gerais, Gonza Restaurante e Pizzaria.....	204
Quadro 117 – Informações gerais, Gusto Italianissimo Ristorante	205
Quadro 118 – Informações gerais, Haw-Lai Restaurante Chinês.....	206
Quadro 119 – Informações gerais, Iwata Sushi.....	207
Quadro 120 – Informações gerais, Mister Shao & Happy Sushi.....	208
Quadro 121 – Informações gerais, Oishii Sushi	209
Quadro 122 – Informações gerais, Oso Restaurante	210
Quadro 123 – Informações gerais, Pizzaria Jardins	211
Quadro 124 – Informações gerais, Porteira Grill	212
Quadro 125 – Informações gerais, Quintal de Casa Bar Restô	213
Quadro 126 – Informações gerais, Red Peppers Pizza & Buffet	214
Quadro 127 – Informações gerais, Restaurante Casarão	215
Quadro 128 – Informações gerais, Tacos & Cia.....	216
Quadro 129 – Informações gerais, Tenshi Sushi Boteco	217
Quadro 130 – Informações gerais, TH Traditional House	218
Quadro 131 – Informações gerais, 10 Pastéis	219
Quadro 132 – Informações gerais, Big X Picanha Lanches	220
Quadro 133 – Informações gerais, Choppão Lanches	221
Quadro 134 – Informações gerais, Fresco Saladas e Sanduíches.....	222
Quadro 135 – Informações gerais, Lancheria do Marcelo	223
Quadro 136 – Informações gerais, Lanchonete Stop Burger.....	224
Quadro 137 – Informações gerais, Tapiocaria Beiju Paulista	225
Quadro 138 – Informações gerais, Xará's Café e Pastelaria.....	226
Quadro 139 – Informações gerais, Burger King	227
Quadro 140 – Informações gerais, Camarão & Cia.....	228
Quadro 141 – Informações gerais, Giraffas	229

Quadro 142 – Informações gerais, Griletto	230
Quadro 143 – Informações gerais, Habib's	231
Quadro 144 – Informações gerais, La Panqueca	232
Quadro 145 – Informações gerais, Lug's	233
Quadro 146 – Informações gerais, Makis Place Temakeria	234
Quadro 147 – Informações gerais, McDonald's	235
Quadro 148 – Informações gerais, Parmeggio	236
Quadro 149 – Informações gerais, Patroni	237
Quadro 150 – Informações gerais, Sr. Espeto	238
Quadro 151 – Informações gerais, Subway	239
Quadro 152 – Informações gerais, Suco da Fruta	240
Quadro 153 – Informações gerais, Vermelho Tomate	241
Quadro 154 – Informações gerais, Villa Roxa	242
Quadro 155 – Informações gerais, Youburger	243
Quadro 156 – Informações gerais, Café & Bobagem	244
Quadro 157 – Informações gerais, Café do Lago	245
Quadro 158 – Informações gerais, Café Donuts	246
Quadro 159 – Informações gerais, Café Society	247
Quadro 160 – Informações gerais, Casa Pilão	248
Quadro 161 – Informações gerais, Chicolatti Nicolatti	249
Quadro 162 – Informações gerais, Dell Amore Caffé & Cia	250
Quadro 163 – Informações gerais, Empório Europa Cafeteria Gourmet	251
Quadro 164 – Informações gerais, Inverno D'Itália Coffee	252
Quadro 165 – Informações gerais, Natural do Lago	253
Quadro 166 – Informações gerais, Padaria Badajoz	254
Quadro 167 – Informações gerais, Padoka do Lago	255
Quadro 168 – Informações gerais, Chiquinho Sorvetes	256
Quadro 169 – Informações gerais, Formiga Maluca Doceria	257
Quadro 170 – Informações gerais, Ice by Nice	258
Quadro 171 – Informações gerais, Ice Creamy	259
Quadro 172 – Informações gerais, Santa Rita Sorveteria	260
Quadro 173 – Informações gerais, Sodiê Doces	261
Quadro 174 – Informações gerais, Acervo do Tuzzi	262
Quadro 175 – Informações gerais, Bar Rosário e Restaurante	263
Quadro 176 – Informações gerais, Boteco São Gabriel	264
Quadro 177 – Informações gerais, Copo Sujo Bar	265

Quadro 178 – Informações gerais, Deck 552.....	266
Quadro 179 – Informações gerais, Galpão Busca Vida.....	268
Quadro 180 – Informações gerais, Petiscos & Cia.....	269
Quadro 181 – Informações gerais, Public House Pub.....	270
Quadro 182 – Informações gerais, Quiosque Chopp Brahma.....	271
Quadro 183 – Informações gerais, Real Bragança Linguçaria.....	272
Quadro 184 – Informações gerais, Salomé Bar.....	273
Quadro 185 – Informações gerais, Tap House.....	274
Quadro 186 – Informações gerais, Trairagem Bar.....	275
Quadro 187 – Informações gerais, Wine House.....	276
Quadro 188 – Informações gerais, Casa do Mel.....	277
Quadro 189 – Informações gerais, Linguçaria Autêntica.....	278
Quadro 190 – Informações gerais, Linguçaria Bragança.....	278
Quadro 191 – Informações gerais, Antaris Travel.....	279
Quadro 192 – Informações gerais, Azul Viagens.....	279
Quadro 193 – Informações gerais, CVC Viagens.....	280
Quadro 194 – Informações gerais, DMAS Comunicação e Eventos.....	280
Quadro 195 – Informações gerais, Flytour Viagens.....	280
Quadro 196 – Informações gerais, GX Intercâmbio.....	281
Quadro 197 – Informações gerais, Janice Valle Turismo e Intercâmbio.....	281
Quadro 198 – Informações gerais, JMC Turismo.....	281
Quadro 199 – Informações gerais, Latam Viagens.....	282
Quadro 200 – Informações gerais, Nora Turismo.....	282
Quadro 201 – Informações gerais, Teka Turismo.....	282
Quadro 202 – Informações gerais, TZ Viagens.....	283
Quadro 203 – Informações gerais, Verona Turismo.....	283
Quadro 204 – Informações gerais, AGK Corretora de Câmbio.....	283
Quadro 205 – Informações gerais, Cashier Câmbio.....	284
Quadro 206 – Materiais promocionais de turismo de Bragança Paulista, impressos.....	310
Quadro 207 – Divulgação do turismo de Bragança Paulista, eletrônica.....	313
Quadro 208 – Principais destinos competidores de Bragança Paulista.....	316
Quadro 209 – Panorama geral, Bragança Paulista.....	320
Quadro 210 – Análise SWOT, Bragança Paulista.....	323
Quadro 211 – Visão de futuro, Bragança Paulista 2027.....	341
Quadro 212 – Identidade de Bragança Paulista.....	342
Quadro 213 – Objetivos estratégicos.....	346

Quadro 214 – Definição de estratégias	347
Quadro 215 – Estratégias, infraestrutura	348
Quadro 216 – Estratégias, institucional.....	349
Quadro 217 – Estratégias, produto turístico	350
Quadro 218 – Estratégias, promoção	351
Quadro 219 – Indicadores de monitoramento, mercado turístico	352
Quadro 220 – Indicadores de monitoramento, infraestrutura básica e serviços em geral...	353
Quadro 221 – Indicadores de monitoramento, quadro institucional.....	354
Quadro 222 – Indicadores de monitoramento, aspectos socioambientais.....	354
Quadro 223 – Componentes, objetivos, estratégias e programas	356
Quadro 224 – Programas e projetos	358
Quadro 225 – Modelo de quadro para projetos propostos	362
Quadro 226 – Aperfeiçoamento e ampliação da sinalização viária, turística e ambiental ...	364
Quadro 227 – Mobilização e articulação do trade turístico	365
Quadro 228 – Capacitação para formular e executar ações sobre a cadeia produtiva do turismo.....	366
Quadro 229 – Revisão e discussão da atuação do COMTUR.....	367
Quadro 230 – Capacitação do COMTUR sobre seu papel e sobre políticas públicas de turismo	368
Quadro 231 – Políticas públicas para incentivo e financiamento de estruturação e ampliação de empreendimentos turísticos	369
Quadro 232 – Políticas públicas para incentivo à realização de eventos	370
Quadro 233 – Fomento a associações e cooperativas.....	371
Quadro 234 – Revisão da legislação de uso e ocupação do solo e manutenção da população residente.....	374
Quadro 235 – Controle da paisagem urbana	376
Quadro 236 – Acessibilidade	377
Quadro 237 – Mobilidade.....	380
Quadro 238 – Principais produtores de linguiça em Bragança Paulista	388
Quadro 239 – Tipos de linguiças bragantinas e variantes derivadas.....	390
Quadro 240 – Linguiça bragantina, síntese da análise.....	393
Quadro 241 – Cooperação entre empresários da charcutaria (ou linguiça).....	394
Quadro 242 – Desenvolvimento da gastronomia típica	395
Quadro 243 – Parceria do município com shopping centers e lojistas	396
Quadro 244 – Educação ambiental e sensibilização para o turismo para agentes multiplicadores.....	397
Quadro 245 – Resgate das tradições culturais.....	398

Quadro 246 – Valorização dos aspectos histórico-culturais regionais para crianças e adolescentes	399
Quadro 247 – Exposição de atividades culturais regionais	400
Quadro 248 – Valorização dos modos de vida tradicionais	401
Quadro 249 – Esclarecimentos e mobilização das comunidades para o turismo rural	402
Quadro 250 – Aproveitamento turístico dos eventos.....	403
Quadro 251 – Revisão do calendário de eventos.....	404
Quadro 252 – Capacitação de gestores e empresários da cadeia produtiva do turismo	405
Quadro 253 – Capacitação de mão de obra em função especializada do turismo	406
Quadro 254 – Empreendedorismo	407
Quadro 255 – Capacitação de gestores e empresários da cadeia produtiva do turismo	408
Quadro 256 – Aperfeiçoamento de guias e condutores de turismo	409
Quadro 257 – Criação de roteiros de visitaço	410
Quadro 258 – Incentivo para uso de atrativos locais para lazer e recreação da população.....	411
Quadro 259 – Oportunidades de lazer e cultura para crianças e jovens	412
Quadro 260 – Marca de Bragança Paulista	413
Quadro 261 – Sistema de divulgação intra-empresendimentos da oferta turística.....	414
Quadro 262 – Plano de marketing digital	415
Quadro 263 – Canais de comunicação entre Secretaria de Cultura e Turismo, COMTUR, sociedade civil organizada e trade turístico.....	416
Quadro 264 – Criação de vídeo institucional de turismo	417
Quadro 265 – Divulgação das peças institucionais de turismo.....	418
Quadro 266 – Melhoria da participação em feiras e eventos de turismo	419
Quadro 267 – Definição de indicadores, ...	420
Quadro 268 – Projetos, por prioridade de implantação	423
Quadro 269 – Convidados, oficina de validação do inventário turístico.....	431
Quadro 270 – Participantes, oficina de validação de projetos	438
Quadro 271 – Avaliações e recomendações sobre os projetos propostos	452
Quadro 272 – Avaliação, oficina de validação de projetos	455

Lista de figuras

Figura 1 – Etapas do trabalho.....	28
Figura 2 – Localização, Bragança Paulista	30
Figura 3 – Caracterização da população: faixa etária, 2016.....	33
Figura 4 – Aeroporto Estadual Arthur Siqueira.....	36
Figura 5 – Aeroporto Estadual Arthur Siqueira, instalações	36
Figura 6 – Aeroporto Estadual Arthur Siqueira, sinalização	37
Figura 7 – Aeroporto Estadual Arthur Siqueira, hangar.....	37
Figura 8 – Rodoviária.....	38
Figura 9 – Rodoviária, instalações e guichê de passagens.....	38
Figura 10 – Rodoviária, área de embarque e desembarque	39
Figura 11 – Acessos rodoviários	42
Figura 12 – SP-063, Itatiba/ Bragança Paulista, sinalização	43
Figura 13 – SP-063, Itatiba/ Bragança Paulista, pavimento e sinalização	44
Figura 14 – Sinalização, acesso às rodovias e obras de conservação.....	44
Figura 15 – Malha rodoviária, Bragança Paulista.....	45
Figura 16 – Estado de conservação, trechos da malha viária de acesso	45
Figura 17 – Polo Bem Viver, conforme categorias dos municípios.....	63
Figura 18 – Macrorregião turística Entradas e Bandeiras	64
Figura 19 – Estâncias, região de Bragança Paulista	64
Figura 20 – Localização geográfica, Centro Histórico	67
Figura 21 – Esquema da evolução da ocupação inicial, Centro Histórico	68
Figura 22 – Trânsito local no cruzamento das ruas Antônio Cruz e Dr. Cândido Rodrigues, Centro Histórico.....	69
Figura 23 – Trânsito local na Rua Dr. Tosta, Centro Histórico	70
Figura 24 – Carregamento do sistema viário, Centro Histórico	70
Figura 25 – Sistema viário existente e seus fluxos.....	71
Figura 26 – Frota municipal, Bragança Paulista, 2016.....	72
Figura 27 – Domicílios particulares permanentes (%), por forma de abastecimento de água ..	73
Figura 28 – Domicílios particulares permanentes (%), por tipo de esgotamento sanitário	74
Figura 29 – Domicílios particulares permanentes (%), com serviço público de coleta dos resíduos sólidos.....	74
Figura 30 – Domicílios particulares permanentes (%), por tipo de fornecimento de energia elétrica.....	75
Figura 31 – Domicílios particulares permanentes (%), com iluminação pública	75
Figura 32 – Passeio público estreito, Centro Histórico.....	76

Figura 33 – Domicílios particulares permanentes (%), por aspectos físicos do entorno	77
Figura 34 – Domicílios particulares permanentes (%), por aspectos ambientais do entorno	77
Figura 35 – Arborização existente e vias com pouca ou nenhuma arborização	78
Figura 36 – Arborização de grande porte presente nas praças, Centro Histórico.....	79
Figura 37 – Ausência de arborização em boa parte das vias, Centro Histórico.....	80
Figura 38 – Arborização de pequeno porte presente em poucas vias, Centro Histórico.....	80
Figura 39 – Poluição visual causada pelo excesso de cabeamento aéreo.....	81
Figura 40 – Poluição visual nas fachadas de conjuntos arquitetônicos	82
Figura 41 – Imóveis de interesse histórico, cultural e arquitetônico por grau de integridade	82
Figura 42 – Grande Hotel Bragança	83
Figura 43 – Grupo Escolar Dr. Jorge Tibiriçá	83
Figura 44 – Praça Raul Leme	84
Figura 45 – Antigo Teatro Carlos Gomes.....	84
Figura 46 – Praça Jacinto Domingues	85
Figura 47 – Catedral de Nossa Senhora da Conceição	85
Figura 48 – Elementos da morfologia urbana, Centro Histórico	86
Figura 49 – Centro Náutico Russolândia (a)	98
Figura 50 – Centro Náutico Russolândia (c)	99
Figura 51 – Centro Náutico Russolândia (b)	99
Figura 52 – Conexão Equestre	101
Figura 53 – Fazenda Serrinha (a)	102
Figura 54 – Fazenda Serrinha (b)	102
Figura 55 – Fazenda Serrinha (c)	103
Figura 56 – Fazenda Serrinha (d)	103
Figura 57 – Fazenda Serrinha (e)	104
Figura 58 – Jardim Público (a)	105
Figura 59 – Jardim Público (b)	105
Figura 60 – Jardim Público (c)	106
Figura 61 – Lago do Orfeu	107
Figura 62 – Lago do Taboão (a)	108
Figura 63 – Lago do Taboão (b)	108
Figura 64 – Lago do Taboão (c).....	109
Figura 65 – Lago do Taboão (d)	109
Figura 66 – Marina Confiança (a).....	110
Figura 67 – Marina Confiança (c).....	111
Figura 68 – Marina Confiança (b).....	111

Figura 69 – Marina Confiança (d).....	112
Figura 70 – MWS Wake Cable Park	113
Figura 71 – Parque Natural Municipal Lago dos Padres (a).....	114
Figura 72 – Parque Natural Municipal Lago dos Padres (b).....	115
Figura 73 – ARIE Bosque das Araucárias e Parque Natural Municipal Petronilla Markowicz	116
Figura 74 – ARIE Bosque das Araucárias.....	116
Figura 75 – Parque Natural Municipal Refúgio das Aves	118
Figura 76 – Pesqueiro do Galo	119
Figura 77 – Pesqueiro Santa Rita	120
Figura 78 – Catedral de Nossa Senhora da Conceição	121
Figura 79 – Praça Raul Leme	121
Figura 80 – Matadouro.....	123
Figura 81 – Estádio Bragantino.....	124
Figura 82 – Bar Rosário e Restaurante, Estádio Bragantino	124
Figura 83 – Centro de Artesanato	125
Figura 84 – Feira do Lago, trabalho em tecido.....	126
Figura 85 – Feira do Lago, trabalho em madeira	127
Figura 86 – Praça do Rosário	128
Figura 87 – Igreja Nossa Senhora do Rosário	128
Figura 88 – Mercado Municipal (a).....	130
Figura 89 – Mercado Municipal (b).....	130
Figura 90 – Museu Municipal Oswaldo Russomano (a)	132
Figura 91 – Museu Municipal Oswaldo Russomano (b)	132
Figura 92 – Museu Municipal Oswaldo Russomano (c)	133
Figura 93 – Museu do Telefone (a).....	134
Figura 94 – Museu do Telefone (b).....	135
Figura 95 – Parque de Exposições Dr. Fernando Costa	136
Figura 96 – Santa Casa de Bragança Paulista.....	137
Figura 97 – Quarto da Santa Paulina.....	138
Figura 98 – Capela da Santa Casa de Bragança Paulista	138
Figura 99 – Associação dos Escritores de Bragança	140
Figura 100 – Sede do Clube Recreativo e Beneficente 13 de Maio	141
Figura 101 – Banda Municipal	142
Figura 102 – Baque Lua Cris	142
Figura 103 – Companhia Malungos do Baque	143
Figura 104 – Espaço Edith Cultura	144

Figura 105 – Instituto Entrando em Cena.....	144
Figura 106 – Orquestra de Metais Lyra Bragança.....	145
Figura 107 – Orquestra Sinfônica de Bragança	146
Figura 108 – Desfile das escolas de samba.....	148
Figura 109 – Expoagro e Festa do Peão.....	149
Figura 110 – Feira das Nações	149
Figura 111 – Festa da Linguíça.....	150
Figura 112 – Festival de Arte Serrinha.....	151
Figura 113 – Orquestra Jazz Sinfônica de São Paulo, Lago do Taboão	151
Figura 114 – Parada do Orgulho Gay	152
Figura 115 – Haras Flores	154
Figura 116 – Haras Guaripocaba	155
Figura 117 – Montanha do Guaripocaba.....	156
Figura 118 – Montanha do Leite Sol	156
Figura 119 – Represa Jaguari.....	157
Figura 120 – Cervejaria Bragantina (a)	158
Figura 121 – Cervejaria Bragantina (b)	159
Figura 122 – 20 Park Hotel	161
Figura 123 – Grande Hotel Bragança	162
Figura 124 – Hotel Carvalho	163
Figura 125 – Hotel Colonial.....	164
Figura 126 – Hotel Estância.....	165
Figura 127 – Hotel Garoto	166
Figura 128 – Hotel Villa Santo Agostinho.....	167
Figura 129 – Ka Business Hotel.....	168
Figura 130 – NC Hotel	169
Figura 131 – The Plaza Hotel	170
Figura 132 – Fazenda Coronel Jacinto	171
Figura 133 – Hospedaria Rural, suíte	172
Figura 134 – Hotel Fazenda Dona Carolina (a).....	173
Figura 135 – Hotel Fazenda Dona Carolina (b).....	173
Figura 136 – Hotel Fazenda Tio Nicola	174
Figura 137 – Hotel Mil Flores (a).....	175
Figura 138 – Hotel Mil Flores (b).....	175
Figura 139 – Pousada Luz e Paz.....	176
Figura 140 – Pousada Recanto da Família	177

Figura 141 – Pousada Recanto das Rosas.....	178
Figura 142 – Pousada Santa Luzia.....	179
Figura 143 – Pousada Toca das Maritacas.....	180
Figura 144 – Aldeia do Sabor	181
Figura 145 – Alecrim Restaurante.....	182
Figura 146 – A Nossa Restaurante	183
Figura 147 – Bem Bolado	184
Figura 148 – Bisa Restaurante	185
Figura 149 – Cantina NC	186
Figura 150 – Pop Restaurante e Lanchonete.....	187
Figura 151 – Prato Fino	188
Figura 152 – Reis Restaurante (unidade centro).....	189
Figura 153 – Show Cook Restaurante	190
Figura 154 – Amity.....	191
Figura 155 – Cabaña Gourmet	192
Figura 156 – Cá de Mezz Amig (a)	193
Figura 157 – Cá de Mezz Amig (b)	193
Figura 158 – Cantina Bella Itália	194
Figura 159 – Casa Blanca Restaurante	195
Figura 160 – Chopp Time	196
Figura 161 – Churrascaria Lago do Sul Tchê.....	197
Figura 162 – Esmeralda Pizzaria	198
Figura 163 – Estalagem Dom João.....	199
Figura 164 – Forneria Razera	200
Figura 165 – Giorgino Ristorante e Pizzeria.....	201
Figura 166 – Giullio's Bar & Restaurante	202
Figura 167 – Glass Restaurante	203
Figura 168 – Gonza Restaurante e Pizzaria	204
Figura 169 – Gusto Italianíssimo	205
Figura 170 – Haw-Lai Restaurante Chinês	206
Figura 171 – Iwata Sushi	207
Figura 172 – Mister Shao & Happy Sushi	208
Figura 173 – Oishii Sushi.....	209
Figura 174 – Oso Restaurante.....	210
Figura 175 – Pizzaria Jardins.....	211
Figura 176 – Porteira Grill.....	212

Figura 177 – Quintal de Casa Bar Restô.....	213
Figura 178 – Red Peppers Pizza & Buffet.....	214
Figura 179 – Restaurante Casarão	215
Figura 180 – Tacos & Cia	216
Figura 181 – Tenshi Sushi Boteco	217
Figura 182 – TH Traditional House	218
Figura 183 – 10 Pastéis	219
Figura 184 – Big X Picanha Lanches	220
Figura 185 – Choppão Lanches	221
Figura 186 – Frescos Saladas e Sanduíches	222
Figura 187 – Lancheria do Marcelo.....	223
Figura 188 – Lanchonete Stop Burguer	224
Figura 189 – Tapiocaria Beiju Paulista.....	225
Figura 190 – Xará's Café e Pastelaria	226
Figura 191 – Burger King	227
Figura 192 – Camarão & Cia	228
Figura 193 – Giraffas	229
Figura 194 – Grilletto	230
Figura 195 – Habib's.....	231
Figura 196 – La Panqueca.....	232
Figura 197 – Lug's	233
Figura 198 – Makis Place Temakeria.....	234
Figura 199 – McDonald's, unidade Bragança Garden Shopping	235
Figura 200 – Parmeggio	236
Figura 201 – Patroni	237
Figura 202 – Sr. Espeto	238
Figura 203 – Subway, unidade Praça 9 de Julho	239
Figura 204 – Suco da Fruta	240
Figura 205 – Vermelho Tomate	241
Figura 206 – Villa Roxa, unidade Bragança Garden Shopping	242
Figura 207 – Youburger	243
Figura 208 – Café & Bobagem.....	244
Figura 209 – Café do Lago	245
Figura 210 – Café Donuts	246
Figura 211 – Café Society	247
Figura 212 – Casa Pilão	248

Figura 213 – Chicolatti Nicolatti	249
Figura 214 – Dell Amore Caffé & Cia	250
Figura 215 – Empório Europa Cafeteria Gourmet	251
Figura 216 – Inverno D'Itália Coffee.....	252
Figura 217 – Natural do Lago	253
Figura 218 – Padaria Badajoz.....	254
Figura 219 – Padoka do Lago.....	255
Figura 220 – Chiquinho Sorvetes.....	256
Figura 221 – Formiga Maluca Doceria	257
Figura 222 – Ice by Nice	258
Figura 223 – Ice Creamy	259
Figura 224 – Santa Rita Sorveteria	260
Figura 225 – Sodiê Doces	261
Figura 226 – Acervo do Tuzzi	262
Figura 227 – Bar Rosário e Restaurante.....	263
Figura 228 – Boteco São Gabriel.....	264
Figura 229 – Copo Sujo Bar.....	265
Figura 230 – Deck 552.....	266
Figura 231 – Galpão Busca Vida (a)	267
Figura 232 – Galpão Busca Vida (b)	268
Figura 233 – Petiscos & Cia.....	269
Figura 234 – Public House Pub	270
Figura 235 – Quiosque Chopp Brahma.....	271
Figura 236 – Real Bragança Linguiçaria	272
Figura 237 – Salomé Bar	273
Figura 238 – Tap House	274
Figura 239 – Trairagem Bar	275
Figura 240 – Wine House Lounge & Bar.....	276
Figura 241 – Casa do Mel.....	277
Figura 242 – Linguiçaria Bragança	278
Figura 243 – Aplicação de questionários, portal de entrada.....	286
Figura 244 – Aplicação de questionários, com chuva	286
Figura 245 – Questão 1, origem dos entrevistados	287
Figura 246 – Questão 2, sexo dos entrevistados	288
Figura 247 – Questão 2, idade dos entrevistados	289
Figura 248 – Questão 2, estado civil dos entrevistados	289

Figura 249 – Questão 2, escolaridade dos entrevistados.....	290
Figura 250 – Questão 2, renda familiar mensal.....	290
Figura 251 – Questão 3, como viajam os entrevistados.....	291
Figura 252 – Questão 4, principal motivação da viagem.....	291
Figura 253 – Questão 4, principal motivação da viagem, destino final Bragança Paulista .	292
Figura 254 – Questão 5, conhece Bragança Paulista	292
Figura 255 – Questão 6, atrativos de Bragança Paulista visitados.....	293
Figura 256 – Questão 7, falta de algum equipamento ou serviço em Bragança Paulista ...	293
Figura 257 – Questão 8, fonte de informações turísticas sobre Bragança Paulista	294
Figura 258 – Questão 9, expectativas em relação ao turismo em Bragança Paulista	295
Figura 259 – Questão 10, possibilidade de retorno a Bragança Paulista	295
Figura 260 – Questão 11, indicação de Bragança Paulista a amigos e parentes	296
Figura 261 – Questão 12, avaliação da hospitalidade.....	297
Figura 262 – Questão 12, avaliação sobre vida noturna	297
Figura 263 – Questão 12, avaliação sobre gastronomia	298
Figura 264 – Questão 12, avaliação sobre compras	298
Figura 265 – Questão 12, avaliação sobre os acessos	299
Figura 266 – Questão 12, avaliação sobre o atendimento	299
Figura 267 – Questão 12, avaliação sobre cultura	300
Figura 268 – Questão 12, avaliação sobre a limpeza.....	300
Figura 269 – Questão 12, avaliação dos atrativos turísticos	301
Figura 270 – Questão 12, avaliação sobre segurança	301
Figura 271 – Questão 12, avaliação sobre sinalização	302
Figura 272 – Questão 12, avaliação sobre infraestrutura.....	302
Figura 273 – Questão 12, avaliação sobre os preços praticados	303
Figura 274 – Questão 12, avaliação das opções de lazer	303
Figura 275 – Questão 12, avaliação sobre hotelaria	304
Figura 276 – Questão 12, avaliação sobre as informações turísticas.....	304
Figura 277 – Questão 14, destino final	305
Figura 278 – Questão 15, estimativa de gasto diário por pessoa em Bragança Paulista ...	305
Figura 279 – Questão 16, permanência do turista em Bragança Paulista	306
Figura 280 – Questão 18, serviços utilizados em Bragança Paulista	306
Figura 281 – Questão 19, alternativa se turista não viajasse a Bragança Paulista.....	307
Figura 282 – Questão 20, considera ficar em Bragança Paulista	307
Figura 283 – Questão 20, fatores que motivariam ficar em Bragança Paulista	308
Figura 284 – Bragança Paulista – Cidade Ilustrada	311

Figura 285 – Guia do Comércio, Turismo e Cultura	311
Figura 286 – Mapa Turístico & Comercial do Centro Histórico de Bragança Paulista	312
Figura 287 – Atrativos, por tipo	326
Figura 288 – Atrativos, quanto à nota da análise técnica	329
Figura 289 – Atrativos (em %), quanto à nota da análise técnica, por tipo	330
Figura 290 – Ícone do turismo municipal, Lago do Taboão	330
Figura 291 – Ícone do turismo municipal, atrativos na zona rural.....	331
Figura 292 – Ícone do turismo municipal, atrativos de turismo religioso.....	331
Figura 293 – Ícone do turismo municipal, estância climática.....	332
Figura 294 – Ícone do turismo municipal, Museu do Telefone	332
Figura 295 – Ícone do turismo municipal, linguiça bragantina	333
Figura 296 – Ícone do turismo municipal, pessoas	333
Figura 297 – Atributos.....	334
Figura 298 – Acesso, por tipo de atrativo.....	334
Figura 299 – Infraestrutura turística, por tipo de atrativo	335
Figura 300 – Estado de conservação, por tipo de atrativo	336
Figura 301 – Apoio local e comunitário, por tipo de atrativo	336
Figura 302 – Potencial de atratividade, por tipo de atrativo.....	337
Figura 303 – Representatividade, por tipo de atrativo	337
Figura 304 – Grau de uso turístico, por tipo de atrativo.....	338
Figura 305 – Áreas de intervenção urbana e eixos relevantes.....	373
Figura 306 – Uso da edificação nos imóveis de interesse arquitetônico e cultural, Centro Histórico de Bragança Paulista	375
Figura 307 – Esquema ilustrativo do instrumento urbanístico Transferência do Direito de Construir	375
Figura 308 – Ilustração da proposta conceitual de acessibilidade (a)	378
Figura 309 – Ilustração da proposta conceitual de acessibilidade (b)	379
Figura 310 – Recomendações para a reorganização do tráfego local.....	381
Figura 311 – Recomendações para implantação de infraestrutura do modal ciclo-viário ...	382
Figura 312 – Representação da cadeia produtiva do setor de carnes.....	383
Figura 313 – Abate trimestral de suínos (em cabeças), 2013-2017	384
Figura 314 – Distribuição geográfica dos abates de suíno, primeiro trimestre de 2017.....	385
Figura 315 – Esquema da produção da linguiça	386
Figura 316 – Principais vendedores de linguiça em Bragança Paulista	386
Figura 317 – Principais vendedores de linguiça na área urbana de Bragança Paulista.....	387
Figura 318 – Selo de inspeção do SISP	388

Figura 319 – Estabelecimentos formais na cadeia à montante da fabricação de produtos de carne, Bragança Paulista	389
Figura 320 – Emprego formal na cadeia de produção da linguiça, 2010-2015	392
Figura 321 – Lista de presença, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho	425
Figura 322 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (1/9) ..	426
Figura 323 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (2/9) ..	426
Figura 324 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (3/9) ..	426
Figura 325 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (4/9) ..	427
Figura 326 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (5/9) ..	427
Figura 327 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (6/9) ..	427
Figura 328 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (7/9) ..	427
Figura 329 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (8/9) ..	428
Figura 330 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (9/9) ..	428
Figura 331 – Ata, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho	429
Figura 332 – Participantes, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho	429
Figura 333 – Reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (a)	430
Figura 334 – Reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (b)	430
Figura 335 – Convite, oficina de validação do inventário turístico	432
Figura 336 – Press release, oficina de validação do inventário turístico	432
Figura 337 – Lista de presença, oficina de validação do inventário turístico (a)	433
Figura 338 – Lista de presença, oficina de validação do inventário turístico (b)	433
Figura 339 – Abertura da oficina pelo Secretário de Cultura e Turismo	434
Figura 340 – Abertura da oficina pela coordenação técnica da Garkalns	434
Figura 341 – Apresentação dos participantes, oficina de validação do inventário turístico ..	435
Figura 342 – Atividade de hierarquização de atrativos turísticos	435
Figura 343 – Atividade para definição de diretrizes turísticas	436
Figura 344 – Atividade para definição de identidade turística	437
Figura 345 – Lista de presença, oficina de validação de projeto (1/2)	438
Figura 346 – Lista de presença, oficina de validação de projeto (2/2)	439
Figura 347 – Abertura da oficina pelo representante da Garkalns Consultoria	439
Figura 348 – Apresentação de princípios, componentes, objetivos, programas e projetos (a)	440
Figura 349 – Apresentação de princípios, componentes, objetivos, programas e projetos (b)	440
Figura 350 – Apresentação dos participantes, oficina de validação de projetos	441
Figura 351 – Atividade de reflexão sobre estratégias (a)	442
Figura 352 – Atividade de reflexão sobre estratégias (b)	443

Figura 353 – Apresentação dos resultados da atividade de reflexão sobre estratégias	443
Figura 354 – Resultados da atividade de reflexão sobre estratégias	444
Figura 355 – Apresentação do Programa de Requalificação do Centro Histórico	445
Figura 356 – Programa de Requalificação do Centro Histórico	445
Figura 357 – Apresentação do Programa Charcutaria (ou linguiça) bragantina	448
Figura 358 – Programa Charcutaria (ou linguiça) bragantina	448
Figura 359 – Reflexões sobre os projetos	450
Figura 360 – Atividade de validação de projetos	450
Figura 361 – Atividade de validação de projetos	451
Figura 362 – Projetos validados por programa e componente	451
Figura 363 – Forças competitivas: fatores estruturais da competitividade setorial	484
Figura 364 – Fatores determinantes para a competitividade da indústria	484
Figura 365 – Modelo Estrutura-Condução-Desempenho	485

Introdução

A elaboração deste PMT foi iniciada em outubro de 2016¹ e finalizada em setembro de 2017. As principais etapas do trabalho envolveram a elaboração de uma síntese do contexto local, a confecção de um inventário de oferta e demanda turística, a análise dos dados para formular um diagnóstico, o enunciado de diretrizes de desenvolvimento turístico considerada a realidade local e o detalhamento de programas e projetos que podem tornar a atividade turística um importante segmento econômico para o desenvolvimento de Bragança Paulista. Foram, portanto, quatro etapas principais de análise para a confecção do PMT de Bragança Paulista, de acordo com a Figura 1.

Figura 1 – Etapas do trabalho



Fonte: Elaboração própria.

Para o inventário, as orientações do Ministério do Turismo (MTur) sobre a forma de classificação das informações necessárias, previstas no Termo de Referência (p. 8-9), delinearão as pesquisas e estudos iniciais. As categorias recomendadas são:

- Categoria A – Infraestrutura de apoio ao turismo
 - informações básicas do município (aspectos políticos, geográficos, históricos, sociais, culturais, econômicos e ecológicos);
 - meios de acesso ao município;
 - gargalos de infraestrutura básica (comunicação, segurança, saúde, educação, saneamento, transporte etc.);
 - outros serviços e equipamentos de apoio.
- Categoria B – Serviços e equipamentos turísticos
 - serviços e equipamentos de hospedagem;
 - serviços e equipamentos de alimentos e bebidas;
 - serviços e equipamentos de agências de turismo;
 - serviços e equipamentos de transporte público;
 - serviços e equipamentos para eventos;
 - serviços e equipamentos de lazer;
 - canais de distribuição do produto turístico;
 - levantamento do preço médio do produto turístico oferecido no município;
 - outros serviços e equipamentos turísticos.
- Categoria C – Atrativos turísticos, demanda e promoção
 - atrativos naturais;
 - atrativos culturais materiais e imateriais;
 - atividades econômicas geradoras de interesse turístico de lazer;
 - realizações técnicas e científicas contemporâneas;
 - eventos;
 - demanda turística atual e potencial;
 - perfil do visitante considerando, entre outros, aspectos como os gastos do turista, sua condição socioeconômica, tempo médio de estada e expectativas;

¹ Os trabalhos foram paralisados por dois meses, entre janeiro e fevereiro de 2017, em função da troca na gestão municipal.

- levantamento da divulgação do produto turístico em mídia impressa e eletrônica;
- identificação dos principais destinos competidores em uma visão macro e micro.
- Categoria D – Gestão pública e desenvolvimento histórico do turismo
 - marcos legais, mecanismos e instrumentos de gestão;
 - panorama qualitativo e quantitativo da evolução dos programas e investimentos públicos na área do turismo;
 - identificação do padrão de desenvolvimento da atividade ao longo do tempo.
- Categoria E – Elemento humano e qualificação profissional
 - caracterização da população local quanto a etnia, grau de escolaridade, faixa etária média e receptividade em relação à atividade turística;
 - informações relativas ao conjunto de instituições de treinamento da mão-de-obra para o turismo, assim como a mensuração da própria com relação à qualidade da prestação de serviços.

Nesse sentido, o primeiro passo envolveu estudar o contexto municipal para atender aos itens da Categoria A. Os levantamentos foram feitos a partir de fontes secundárias, que resultaram no capítulo 1, contemplando informações básicas, de acesso, de infraestrutura e outros dados de serviços e equipamentos de apoio. O capítulo 1 também aborda a Categoria D, que trata da gestão pública e do desenvolvimento do turismo, e a Categoria E, no que diz respeito à caracterização da população e às instituições de ensino do município.

O capítulo 2 aborda especificamente o recorte geográfico do Centro Histórico do município, levando em conta aspectos envolvidos na Categoria A.

O capítulo 3 apresenta o inventário da oferta e demanda turística do município (Categoria C), além da análise de informações sobre a promoção turística e concorrentes. Para o levantamento da oferta turística de Bragança Paulista, além de fontes secundárias, foram feitas pesquisas de campo, que envolveram visitas técnicas, entrevistas e observação. Foram usados os instrumentos apresentados no Apêndice A. A análise da demanda foi feita a partir dos dados colhidos com aplicação de questionário (Apêndice B), no dia 9 de dezembro de 2016.

O capítulo 4 se dedica a diagnosticar as informações levantadas, apresentando a identificação dos pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidades do turismo; a sistematizar e analisar a oferta diferencial; e a traçar considerações a respeito do posicionamento de Bragança Paulista enquanto destino turístico.

O capítulo 5 trata das recomendações de diretrizes para a implantação de ações de desenvolvimento turístico, estabelecendo uma Carta de Princípios com os conceitos norteadores da atividade, objetivos e estratégias.

O capítulo 6 é voltado para programas e projetos indicados por este PMT, incluindo a estruturação político-administrativa da atividade turística e a criação de um plano de monitoramento.

Por fim, o capítulo 7 relaciona e detalha as reuniões e oficinas ocorridas para a validação e apresentação do plano à medida que suas etapas eram concluídas.

Assim, o PMT se constitui no instrumento fundamental para orientar a evolução harmoniosa e sustentável da atividade, direcionando esforços, convergindo interesses, qualificando a oferta e empoderando uma governança local representativa.

1 Contexto municipal

Este capítulo do PMT de Bragança Paulista traz uma contextualização do município, abordando informações básicas (aspectos políticos-administrativos, sociais e econômicos), infraestrutura de acesso, serviços básicos (segurança pública, saúde e educação), a gestão pública e o desenvolvimento turístico e outros dados pertinentes.

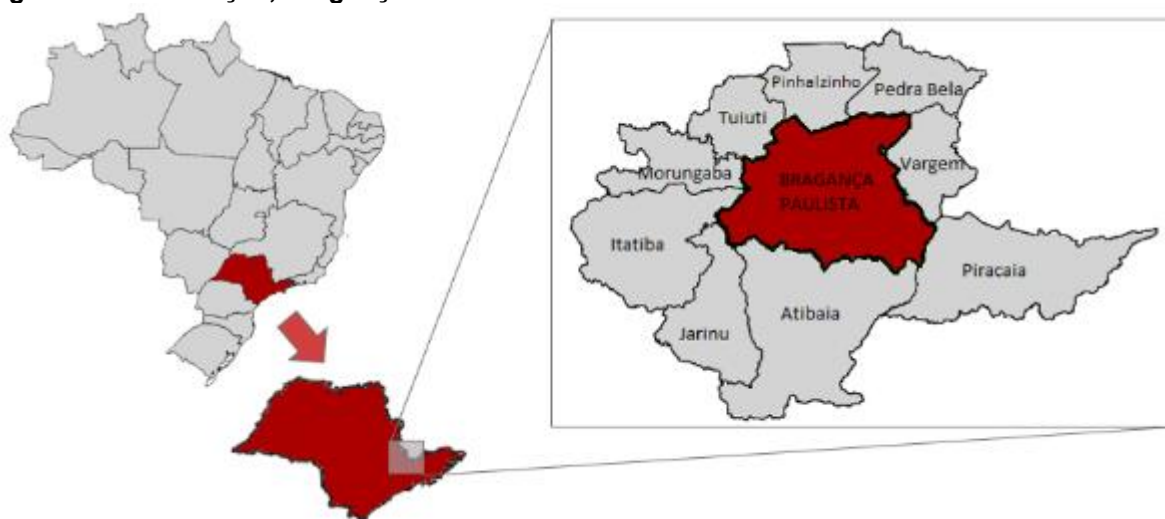
1.1 Informações básicas municipais

Bragança Paulista teve seu território desmembrado de Atibaia em 1797, quando ainda era chamado de Vila de Bragança. Em 1856, foi elevado à condição de município com o nome Bragança e, em 1944, passou a ser denominado Bragança Paulista (IBGE, 2016a).

Localizado a 840 m de altitude, o município fica próximo à divisa estadual de São Paulo e Minas Gerais, nas coordenadas 22°34' de latitude sul e 46°19' de longitude oeste (CEPAGRI, 2016). São nove os municípios limítrofes, estando dispostos, de modo geral, conforme listado a seguir e ilustrado na Figura 2:

- ao norte: Pinhalzinho e Pedra Bela;
- ao leste: Vargem e Piracaia;
- ao sul: Atibaia e Jarinu;
- a oeste: Itatiba, Morungaba e Tuiuti.

Figura 2 – Localização, Bragança Paulista



Fonte: Elaboração própria.

A Tabela 1 relaciona as distâncias entre a sede de Bragança Paulista e os municípios limítrofes, bem como a distância para a capital e outras cidades relevantes nos arredores.

Tabela 1 – Distâncias entre municípios limítrofes e de referências e Bragança Paulista

Município limítrofe	Distância (km)	Município de referência	Distância (km)
Atibaia	25	Campinas	64
Itatiba	38	Jundiaí	61
Jarinu	43	São José dos Campos	111
Morungaba	42	São Paulo	85
Pedra Bela	31	Sorocaba	142
Pinhalzinho	26		
Piracaia	25		
Tuiuti	26		
Vargem	19		

Fonte: DER-SP, 2016.

Para fins de caracterização territorial e social, segundo os critérios do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 1990), Bragança Paulista está localizada na mesorregião Macro Metropolitana Paulista, que é uma das 15 mesorregiões do estado de São Paulo e é formada por 36 municípios que, por sua vez, estão agrupados em quatro microrregiões (Quadro 1). Bragança Paulista é um dos principais municípios e encabeça uma dessas microrregiões (IBGE, 1990).

Quadro 1 – Mesorregião Macro Metropolitana Paulista, microrregiões e municípios

Microrregião	Município	
Bragança Paulista	Atibaia Bom Jesus dos Perdões Bragança Paulista Itatiba Jarinu Joanópolis	Morungaba Nazaré Paulista Piracaia Tuiuti Vargem
Jundiaí	Campo Limpo Paulista Itupeva Jundiaí	Louveira Várzea Paulista
Piedade	Ibiúna Piedade Pilar do Sul	São Miguel Arcanjo Tapiraí
Sorocaba	Alumínio Araçariguama Araçoiaba da Serra Cabreúva Capela do Alto Iperó Itu Mairinque	Porto Feliz Salto Salto de Pirapora São Roque Sarapuí Sorocaba Votorantim

Fonte: IBGE, 1990.

No contexto estadual, o município pertence à região administrativa de Campinas e à região de governo de Bragança Paulista (Quadro 2).

Quadro 2 – Região administrativa de Campinas, região de governo e municípios

Região de governo	Município	
Bragança Paulista	Águas de Lindóia Amparo Atibaia Bom Jesus dos Perdões Bragança Paulista Joanópolis Lindóia Monte Alegre do Sul	Nazaré Paulista Pedra Bela Pinhalzinho Piracaia Serra Negra Socorro Tuiuti Vargem

Fonte: SEADE, 2016a.

A extensão territorial de Bragança Paulista corresponde a 0,2% da área estadual. O município apresenta grau de urbanização ligeiramente superior à média do estado e densidade demográfica 76% maior que a do estado de São Paulo. A Tabela 2 detalha as informações sobre a caracterização do território.

Tabela 2 – Caracterização do território: área, grau de urbanização e densidade demográfica, 2016

Localidade	Área		Grau de urbanização (%)	Densidade demográfica (hab./km²)
	(km²)	(% SP)		
São Paulo (estado)	248.222,36	-	96,32	174,68
Bragança Paulista	512,58	0,2	97,88	307,77

Fonte: SEADE, 2016b.

Nota: - Dado não se aplica.

A alta densidade demográfica do município pode ser verificada também na proporção da população em comparação ao estado. Enquanto o território de Bragança Paulista representa 0,2% do estado de São Paulo, o município concentra 0,4% da população estadual. O grau de urbanização é bastante acentuado em Bragança Paulista, estando 98% dos habitantes em áreas urbanas; a taxa de crescimento geométrico anual da população rural é negativa, sendo de quase -5%, como mostra a Tabela 3.

Tabela 3 – Caracterização da população: população estimada, por situação de domicílio e taxa de crescimento anual, 2016

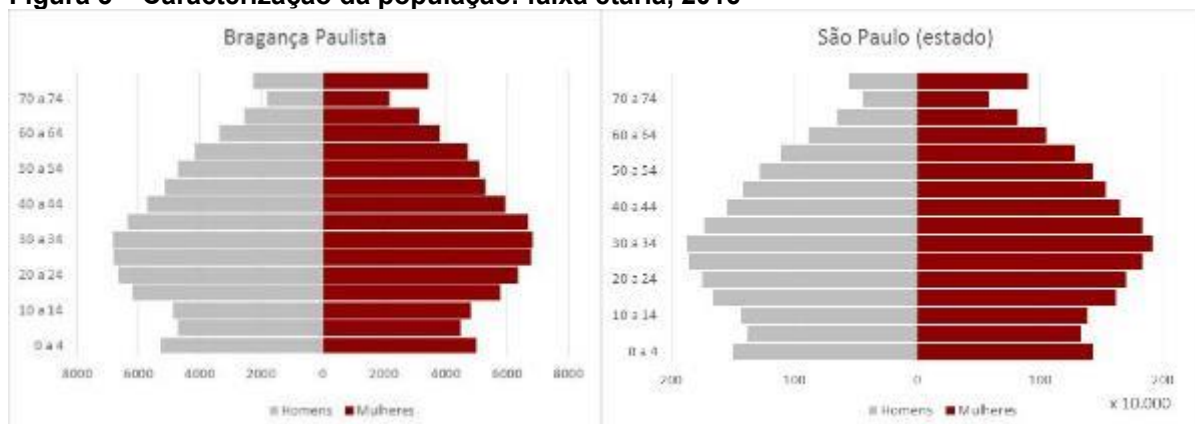
Localidade	Urbana			Rural			Total	
	Habitantes	(% SP)	Taxa de crescimento 2010/2016 (%)	Habitantes	(% SP)	Taxa de crescimento 2010/2016 (%)	Habitantes	(% SP)
São Paulo (estado)	41.764.046	-	0,91	1.594.959	-	-0,82	43.359.005	-
Bragança Paulista	154.418	0,4	1,40	3.341	0,2	-4,78	157.759	0,4

Fonte: SEADE, 2016b.

Notas: - Dado não se aplica.

Assim como ocorre no estado, a população de Bragança Paulista é jovem, sendo a faixa etária predominante de 25 a 34 anos, como ilustra a Figura 3.

Figura 3 – Caracterização da população: faixa etária, 2016



Fonte: SEADE, 2016b.

O índice de desenvolvimento humano municipal (IDHM)² encontrado em Bragança Paulista fica abaixo do índice de São Paulo (Tabela 4), porém os dois se enquadram na mesma faixa de desenvolvimento: alta. Já os valores do produto interno bruto (PIB) *per capita*³ mostram um cenário menos equilibrado, no qual o PIB *per capita* estadual é mais de 40% superior ao de Bragança (Tabela 4).

Tabela 4 – Caracterização da população: IDHM, 2010, e PIB *per capita*, 2013

Localidade	IDHM (2010)	PIB <i>per capita</i> (R\$), 2013
São Paulo (estado)	0,783	40.379,00
Bragança Paulista	0,776	28.320,20

Fonte: SEADE, 2016b.

Os empregos no município se concentram na área de serviços e na indústria, que são as que oferecem os melhores rendimentos médios mensais. Como se vê na Tabela 5 e na Tabela 6, a indústria tem presença maior em Bragança Paulista em comparação ao estado, tanto na participação dos empregos formais como na participação do valor adicionado.

² Os IDHM permitem que municípios sejam comparados entre si, pois sintetizam variáveis de longevidade, educação e renda. São cinco as faixas de desenvolvimento, que variam de muito baixo (0 a 0,499) a muito alto (0,800 a 1).

³ O PIB *per capita* quantifica a atividade econômica por habitante de uma região e, em geral, quanto maior seu valor, melhor será a qualidade de vida da população.

Tabela 5 – Emprego e renda, 2014

Atividade	Participação no total de empregos formais (%)		Rendimento médio dos empregos formais (em R\$ correntes)	
	São Paulo (estado)	Bragança Paulista	São Paulo (estado)	Bragança Paulista
Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura	2,28	3,59	1.652,59	2.017,67
Indústria	19,38	27,76	3.194,95	2.382,70
Construção	5,23	3,05	2.385,21	1.705,16
Comércio atacadista e varejista, e comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas	19,72	23,98	2.072,24	1.556,39
Serviços	53,39	41,62	2.903,36	2.067,02

Fonte: SEADE, 2016b.

Tabela 6 – Participação no valor adicionado (%), 2013

Localidade	Agropecuária	Indústria	Serviços
São Paulo (estado)	1,87	22,89	75,24
Bragança Paulista	2,17	30,87	66,96

Fonte: SEADE, 2016b.

Para as atividades de agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura, mais de 80% das empresas e empregos estão concentrados somente nos setores de agricultura e pecuária (IBGE, 2014).

Os subsetores da indústria com maior número de empresas em Bragança Paulista são o de confecção de artigos do vestuário e acessórios e o de fabricação de produtos de metal (exceto máquinas e equipamentos); os que geram maior número de empregos são o de fabricação de produtos alimentícios e o de fabricação de produtos de metal (exceto máquinas e equipamentos) (IBGE, 2014).

A construção de edifícios é o ramo de construção que gera o maior número de empregos e tem a maior quantidade de empresas no município (IBGE, 2014).

O setor de comércio varejista responde por mais de 76% das empresas e empregos da atividade de comércio atacadista e varejista e comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas em Bragança Paulista (IBGE, 2014).

Na atividade de serviços, as empresas estão concentradas no subsetor de alimentação e de atenção à saúde humana, que também lidera na geração de empregos com o subsetor de educação (IBGE, 2014).

Em relação aos mecanismos de incentivo à implantação de novos empreendimentos, Bragança Paulista oferece isenção de imposto predial e territorial urbano (IPTU), mas não para empreendimentos da área de turismo, esporte ou lazer, apenas industrial, comercial ou de serviços (IBGE, 2016b).

1.2 Acesso a Bragança Paulista

A infraestrutura de acesso a Bragança Paulista é diversificada. Pela proximidade com a capital e outros grandes polos, como Campinas e São José dos Campos, o município conta com algumas opções de acesso aéreo. Somente no estado de São Paulo, em um raio de 150 km de Bragança Paulista, existem três aeroportos internacionais, o Aeroporto de Congonhas – que é um dos mais movimentados do país – e mais cinco aeroportos que recebem voos não regulares e que têm fácil acesso para Bragança Paulista, incluindo um no próprio município. Há ainda aeródromos menores, como os de Atibaia e Mogi Mirim, e particulares, que não foram considerados nesta análise. Em 2015, os aeroportos da região de Bragança Paulista somaram quase 69 milhões de embarques e desembarques, como mostra a Tabela 7.

Tabela 7 – Aeródromos públicos, 2015

Aeródromo, município	Distância de Bragança Paulista (km)	Administração	Tipo de transporte	Embarques e desembarques, 2015
Aeroporto de Campo de Marte, São Paulo (1)	88	Infraero	Não regular	151.275
Aeroporto de Congonhas, São Paulo (1)	99	Infraero	Regular e não regular	19.279.644
Aeroporto Estadual Arthur Siqueira, Bragança Paulista (2)	-	Daesp	Não regular	36.624
Aeroporto Estadual Bertram Luiz Leupolz, Sorocaba (2)	151	Daesp	Não regular	54.200
Aeroporto Estadual Campo do Amarais, Campinas (2)	76	Daesp	Não regular	39.753
Aeroporto Estadual Comandante Rolim Adolfo Amaro, Jundiaí (2)	67	Daesp	Não regular	11.674
Aeroporto Internacional de Guarulhos (3)	86	Concessionária	Regular e não regular	38.985.000
Aeroporto Internacional de São José dos Campos (1)	118	Infraero	Regular e não regular	63.622
Aeroporto Internacional de Viracopos, Campinas (4)	87	Concessionária	Regular e não regular	10.324.658

Fonte: (1) Infraero, 2016; (2) Departamento Aeroviário do Estado de São Paulo (Daesp), 2016; (3) GRU Airport, 2016; (4) Viracopos, 2016.

O aeroporto de Bragança Paulista (Figura 4 e Figura 5) está localizado na Rua Arthur Siqueira, s/n (Figura 6), e recebe voos fretados e executivos. Lá opera o Aeroclube de Bragança Paulista, que oferece cursos de piloto e instrutor de voo, por exemplo. No local há estacionamento para mais de 40 veículos, três hangares (Figura 7) e restaurante, além de alojamento para alunos.

Figura 4 – Aeroporto Estadual Arthur Siqueira



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 5 – Aeroporto Estadual Arthur Siqueira, instalações



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 6 – Aeroporto Estadual Arthur Siqueira, sinalização



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 7 – Aeroporto Estadual Arthur Siqueira, hangar



Fonte: Trabalho de campo.

O Aeroporto Internacional de Guarulhos é o aeroporto mais próximo que recebe voos comerciais. Nesse sentido, pode-se considerar que o município está próximo à maior e mais variada malha aérea do país, sendo atendido por mais de 30 companhias aéreas diferentes.

Para o acesso terrestre, Bragança Paulista conta com um terminal rodoviário (Figura 8) que oferece ligação com as principais cidades dos arredores do município, assim como com cidades em Minas Gerais. A rodoviária fica no perímetro urbano (na Avenida dos Imigrantes,

3.700, no bairro Matadouro), suas instalações são simples (Figura 9 e Figura 10), em bom estado de conservação e com boa sinalização.

Figura 8 – Rodoviária



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 9 – Rodoviária, instalações e guichê de passagens



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 10 – Rodoviária, área de embarque e desembarque



Fonte: Trabalho de campo.

No estado de São Paulo, o transporte de passageiros intermunicipal é fiscalizado e regulamentado pela Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte (ARTESP), que relaciona as opções de acesso rodoviário ao município de Bragança Paulista listadas no Quadro 3.

Quadro 3 – Linhas intraestaduais de transporte rodoviário para Bragança Paulista, 2016

Viação	Linha	Trajeto
Auto Viação Bragança Ltda.	3966-01 Bragança Paulista/ São Paulo	Bragança Paulista, São Paulo
	5441-01 Águas de Lindoia/ São Paulo	Águas de Lindoia, Lindoia, Socorro, Pinhalzinho, Bragança Paulista, Atibaia, Mairiporã, São Paulo
	5441-02 Águas de Lindoia/ São Paulo	Águas de Lindoia, Lindoia, Socorro, Pinhalzinho, Bragança Paulista, Atibaia, Mairiporã, São Paulo, São Caetano do Sul, Santo André, São Bernardo do Campo
	5739-01 Bragança Paulista/ Pedra Bela	Bragança Paulista, Pedra Bela
	6589-01 Bragança Paulista/ Itapira	Bragança Paulista, Pinhalzinho, Socorro, Lindoia, Itapira
	8053-01 Bragança Paulista/ Águas de Lindoia	Bragança Paulista, Pinhalzinho, Socorro, Lindoia, Águas de Lindoia
	8054-01 Socorro/ Bragança Paulista	Bragança Paulista, Pinhalzinho, Socorro

Viação	Linha	Trajetos
	8056-01 Bragança Paulista/ Mairiporã	Mairiporã, Terra Preta, Atibaia, Bragança Paulista
	8057-01 Bragança Paulista/ Atibaia	Bragança Paulista, Atibaia
	9229-01 Bragança Paulista/ São Paulo	Bragança Paulista, Tanque, Atibaia, Bairro do Portão, Terra Preta, Mairiporã, São Paulo
Expresso Metrópolis Turismo e Viação Ltda.	5714-01 Amparo/ Bragança Paulista	Amparo, Tuiuti, Bragança Paulista
Nossa Senhora de Fátima Auto Ônibus Ltda.	9721-01 Bragança Paulista/ Tuiuti	Bragança Paulista, Tuiuti
	9722-01 Bragança Paulista/ Vargem	Bragança Paulista, Vargem
	9723-02 Bragança Paulista/ Vargem	Vargem, Bragança Paulista
	9723-03 Bragança Paulista/ Vargem	Bragança Paulista, Joanópolis
	9724-01 Bragança Paulista/ Vargem	Bragança Paulista, Vargem
Rápido Fênix Viação Ltda.	2170-01 Bragança Paulista/ São Paulo	Bragança Paulista, Alalan, Fazenda Santa Adelaide, Fazenda São Sebastião, Itatiba, Jundiaí, São Paulo
	4053-01 Bragança Paulista/ Jundiaí	Bragança Paulista, Alalan, Fazenda Santa Adelaide, Fazenda São Sebastião, Itatiba, Mato Dentro, Jundiaí Mirim, Jundiaí
	4053-02 Bragança Paulista/ Jundiaí	Bragança Paulista, Alalan, Fazenda Santa Adelaide, Fazenda São Sebastião, Itatiba
	6598-01 Campinas/ Bragança Paulista	Campinas, Itatiba, Bragança Paulista
Viação Atibaia São Paulo Ltda.	3744-01 Joanópolis/ Bragança Paulista	Joanópolis, Bragança Paulista
	3747-01 Piracaia/ Bragança Paulista	Piracaia, Água Comprida, Bragança Paulista

Fonte: ARTESP, 2016.

Os municípios vizinhos Atibaia, Tuiuti e Vargem são os que mais mandam e recebem passageiros terrestres pagantes de/ para Bragança Paulista, seguidos pela capital, como mostra a Tabela 8.

Tabela 8 – Fluxo de passageiros intraestadual, 2015

Origem	Ida	Volta	Total
Atibaia	458.513	490.557	949.070
Tuiuti	159.173	158.921	318.094
Vargem	147.889	147.605	295.494
São Paulo	129.587	135.311	264.898
Jundiaí	127.635	126.774	254.409
Socorro	87.115	103.636	190.751
Outros	123.137	124.069	247.206
Total	1.233.049	1.286.873	2.519.922

Fonte: ARTESP, 2016a.

A Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) fiscaliza e regulamenta o transporte interestadual e internacional de passageiros e, em 2015, registrou que Extrema (MG) foi o município de fora do estado de São Paulo que mais enviou e recebeu passageiros de/ para Bragança Paulista, como mostra a Tabela 9.

Tabela 9 – Fluxo de passageiros interestadual, 2015

Origem	Ida	Volta	Total
Extrema (MG)	196.173	212.346	408.519
Cambuí (MG)	11.180	12.436	23.616
Camanducaia (MG)	8.988	8.149	17.137
Itapeva (MG)	5.853	5.525	11.378
Pouso Alegre (MG)	3.359	4.311	7.670
Outros	9.324	8.666	17.990
Total	234.877	251.433	486.310

Fonte: ANTT, 2015.

Os dados da ANTT permitem ainda identificar de quais rotas interestaduais Bragança Paulista faz parte, embora não seja possível detalhar o trajeto. O Quadro 4 sintetiza as informações.

Quadro 4 – Linhas interestaduais de transporte rodoviário com Bragança Paulista, 2016

Viação	Linha
Auto Viação Bragança Ltda.	São Paulo (SP)/ Ouro Fino (MG)
Auto Viação Cambuí Ltda.	Camanducaia (MG)/ São Paulo (SP)
	Pouso Alegre (MG)/ Bragança Paulista (SP)
	Cambuí (MG)/ Bragança Paulista (SP)
Consórcio Guanabara de Transportes	Conselheiro Lafaiete (MG)/ Santos (SP)
	Mariana (MG)/ São Paulo (SP)
JS Turismo Ltda.	Aurora (CE)/ São Paulo (SP)

A SP-063 no sentido leste/ oeste também é usada para ter acesso a Bragança Paulista a partir de Piracaia. Essa rodovia estadual atravessa todo o município de Bragança Paulista e tem pista simples em seu percurso.

Para quem parte do sudeste de Bragança Paulista, como São José dos Campos, é preciso percorrer a BR-116, Via Dutra, de concessão da CCR Nova Dutra, até a rodovia estadual SP-065, Dom Pedro I, de responsabilidade da Concessionária Rota das Bandeiras. O percurso pela Dom Pedro I cruza os municípios de Jacareí, Igaratá, Nazaré Paulista, Bom Jesus dos Perdões e Atibaia, onde a rodovia entronca com a BR-381, Fernão Dias. O caminho segue em pista dupla pela BR-381 de sul para o norte, até chegar em Bragança Paulista. Esse caminho, a partir de São José dos Campos, tem dois pedágios, um na Via Dutra e outro na Dom Pedro I.

O acesso rodoviário pelo sul de Bragança Paulista, por exemplo a partir de São Paulo ou Atibaia, utiliza a BR-381, Fernão Dias, em trecho de pista dupla sob concessão da Autopista Fernão Dias.

Quem sai do município vizinho de Jarinu em direção a Bragança Paulista deve seguir pela rodovia estadual de pista simples SP-354, Edgard Máximo Zamboto, até a rodovia Dom Pedro I em Atibaia e, então, até a BR-381, seguindo no sentido sul-norte.

O também vizinho Itatiba tem acesso direto facilitado pela SP-063, indo de oeste para leste, em trecho chamado de Alkindar Monteiro Junqueira. Para quem parte de Campinas, essa é a segunda parte do trajeto, percorrida após trecho em concessão da Rota das Bandeiras da SP-065, Dom Pedro I.

Figura 12 –SP-063, Itatiba/ Bragança Paulista, sinalização



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 13 – SP-063, Itatiba/ Bragança Paulista, pavimento e sinalização



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 14 – Sinalização, acesso às rodovias e obras de conservação

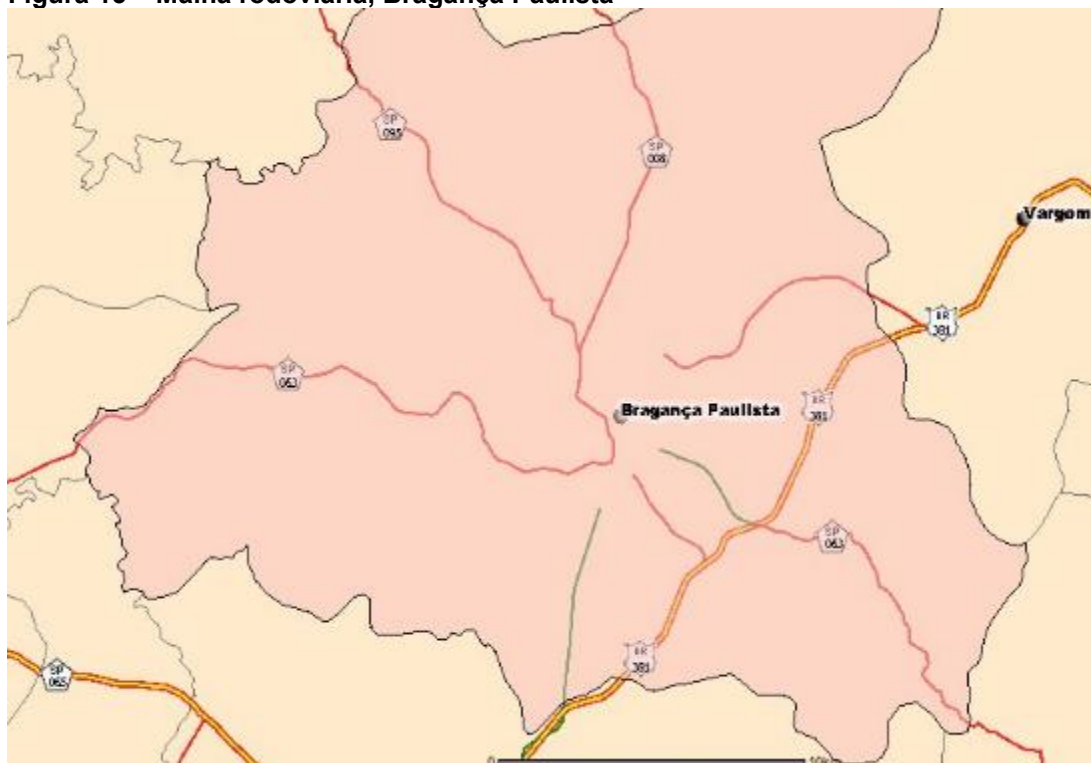


Fonte: Trabalho de campo.

De Morungaba para Bragança Paulista é preciso seguir em rodovia municipal até Tuiuti. Lá, o caminho continua pela rodovia estadual de pista simples SP-095, Benevenuto Moretto, até o núcleo urbano de Bragança Paulista.

A Figura 15 mostra as rodovias que cruzam Bragança Paulista.

Figura 15 – Malha rodoviária, Bragança Paulista



Fonte: DER-SP, 2016.

No geral, o acesso ao município é bom, estando em melhores condições as rodovias administradas por concessionárias. Corroborando as informações verificadas em campo, a Figura 16 retrata as condições das rodovias registradas pela Confederação Nacional do Transporte (CNT), que considera pavimento (condições da pista principal e acostamento), sinalização (visibilidade, legibilidade e condições das faixas centrais e laterais), geometria da via e existência de pontos críticos (como quedas de barreiras ou buracos grandes).

Figura 16 – Estado de conservação, trechos da malha viária de acesso



Fonte: CNT, 2016.

O item a seguir aborda os temas de infraestrutura e serviços básicos em Bragança Paulista.

1.3 Infraestrutura básica municipal

Este item apresenta dados de cobertura de saneamento básico, coleta de lixo e energia elétrica, dos sistemas de saúde e educação e segurança pública.

A distribuição de domicílios de Bragança Paulista em áreas urbanas e rurais acompanha o grau de urbanização do território (Tabela 2) e a distribuição da população (Tabela 3): 97% dos domicílios estão em área urbana e o município responde por 0,3% dos domicílios do estado de São Paulo (Tabela 10).

Tabela 10 – Domicílios, urbano e rural, 2010

Localidade	Domicílios		Urbano	Rural
	Unidades	(% SP)		
São Paulo (estado)	12.827.153	-	12.344.236	482.917
Bragança Paulista	44.752	0,3	43.434	1.318

Fonte: IBGE, 2010.

Nota: - Dado não se aplica.

A Tabela 11 e a Tabela 12 trazem dados a respeito de saneamento e serviços básicos em Bragança Paulista. A porcentagem de domicílios do município com água canalizada e esgotamento sanitário é inferior à média estadual.

Tabela 11 – Domicílios com água canalizada e esgotamento sanitário, 2010

Localidade	Com água canalizada		Com esgotamento sanitário	
	Unidades	%	Unidades	%
São Paulo (estado)	12.192.203	95,0	11.124.904	86,7
Bragança Paulista	39.368	88,0	35.292	78,9

Fonte: IBGE, 2010.

O cenário muda sob o enfoque da coleta de lixo, pois, com 99,3% de domicílios com coleta, Bragança Paulista ultrapassa a média estadual de 98,2%. Também são positivos os dados de domicílios com energia elétrica, que mostram uma cobertura estadual e municipal praticamente universal, 99,9% nos dois casos (Tabela 12).

Tabela 12 – Domicílios com lixo coletado e energia elétrica, 2010

Localidade	Com lixo coletado		Com energia elétrica	
	Unidades	%	Unidades	%
São Paulo (estado)	12.599.844	98,2	12.812.069	99,9
Bragança Paulista	44.458	99,3	44.720	99,9

Fonte: IBGE, 2010.

Em geral, Bragança Paulista tem bons índices de saneamento e serviços básicos.

Quanto ao sistema de saúde pública, Bragança Paulista é de responsabilidade do Departamento Regional de Saúde VII – Campinas. O município conta com o atendimento de quatro hospitais e quatro postos de saúde (Tabela 13), entre eles o Hospital Universitário São Francisco na Providência de Deus e a Santa Casa de Misericórdia. Além disso, Bragança Paulista se beneficia por estar próximo a São Paulo, que é referência no país em diversas áreas e tratamentos.

Tabela 13 – Sistema de saúde, 2016

Estabelecimento	Quantidade
Posto de saúde	4
Centro de saúde/ unidade básica	27
Policlínica	24
Hospital geral	4
Consultório isolado	235
Clínica/ centro de especialidade	12
Pronto atendimento	1
Outros	36

Fonte: Ministério da Saúde, 2016.

No tema de educação, em comparação ao estado de São Paulo e levando em consideração a população estimada (Tabela 3), o sistema de educação de Bragança Paulista é mais completo, ofertando maior número de estabelecimentos em todas as modalidades de ensino, exceto na educação especial (Tabela 14).

Tabela 14 – Sistema de educação, 2014

Localidade	Número de estabelecimentos educacionais por modalidade						Taxa de analfabetismo (%) (1)
	Educação infantil	Ensino fundamental	Ensino médio	Ed. profissional	Ed. especial	Ed. de jovens e adultos	
São Paulo (estado)	16.318	14.857	6.376	1.239	614	2.838	4,33
Bragança Paulista	62	79	30	8	1	11	4,39

Fonte: INEP, 2014; (1) SEADE, 2016b.

Nota: O mesmo estabelecimento pode oferecer mais de uma modalidade de ensino.

Entre os cursos identificados para a educação de jovens e adultos, estão os oferecidos pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação (2016), por meio do programa Via Rápida, na área de automação industrial⁴. Há também, em Bragança Paulista, cursos oferecidos no âmbito do Programa Nacional de Integração da Educação Profissional com a Educação Básica na Modalidade de Educação de Jovens e Adultos (PROEJA), que abordam as áreas de administração, fabricação mecânica, informática básica e qualidade (IFSP, 2016).

Os estabelecimentos que oferecem cursos técnicos em Bragança Paulista⁵ estão relacionados no Quadro 5. A grande maioria dos cursos é voltada para a área industrial, de saúde ou administração de empresas; não foram identificados cursos nas áreas de turismo, hotelaria, gastronomia ou serviços relacionados.

⁴ O programa abrange também as áreas de turismo e hotelaria, preparando profissionais como agentes de turismo e auxiliares de cozinha, porém essas áreas não são oferecidas no município.

⁵ As pesquisas para este documento foram realizadas durante o período de migração automática dos dados do sistema estadual para o sistema nacional, o que pode resultar em dados parciais, conforme alerta do MEC (2016a).

Quadro 5 – Ensino técnico, 2016

Instituição/ modalidade	Endereço	Cursos
Colégio Comercial Rio Branco	Rua Expedicionário Basílio Zecchin Junior, 400 – Centro	Técnico em: meio ambiente, segurança do trabalho, entre outros.
Colégio Técnico Nossa Senhora das Graças	Av. Dos Imigrantes, 2.140 – Jd. América	Técnico em: administração, contabilidade, nutrição e dietética, entre outros.
Esatec Educacional Escola Técnica	Rua Vereador José Leitão Xavier, 181 – Jd. São Lourenço	Técnico em: mecânica, mecatrônica, plásticos, entre outros.
Escola Madre Paulina	Rua Sete de Setembro, 40.000 – Jd. Santa Rita de Cássia	Técnico em: administração, análises clínicas, contabilidade, radiologia, entre outros.
Instituto Federal de São Paulo	Av. Francisco Samuel Lucchesi Filho, 770 – Penha	Técnico em: automação industrial, informática, mecânica, entre outros.
Instituto Técnico Profissionalizante de Bragança Paulista	Av. Francisco Samuel Lucchesi Filho, 770 – Penha	Técnico em: análises clínicas, automação industrial, edificações, entre outros.
Microcamp	Av. Antonio Pires Pimentel, s/n – Jd. Santa Rita de Cássia	Técnico em informática
Nova Biotec	Rua Coronel Teófilo Leme, 1.552 – Centro	Técnico em: agente comunitário de saúde, enfermagem, estética, radiologia, entre outros.
Populus Interativo	Av. Quinze de Dezembro, 400 – Jd. Dr. Júlio de Mesquita Filho	Técnico em: administração, edificações, recursos humanos, entre outros.

Fonte: MEC, 2016a.

Para cursos superiores, foram verificados alunos matriculados nas modalidades presencial (5.597 alunos) e à distância (1.246 alunos) (INEP, 2012). O Quadro 6 mostra a rede de instituições de ensino superior disponível em Bragança Paulista⁶.

Quadro 6 – Ensino superior, 2016

Instituição/ modalidade	Endereço	Cursos
Centro Universitário Claretiano (CEULAR) – educação à distância	Rua Coronel Afonso Ferreira, 174 – Santa Terezinha claretiano.edu.br	Graduação: administração, agronegócio, análise e desenvolvimento de sistemas, ciências contábeis, gestão financeira, entre outros. Também pós-graduação.
Centro Universitário Estácio – educação à distância	Rua Coronel João Leme, 410 - Centro uniseb.com.br	Graduação: administração, ciências contábeis, gestão ambiental, gestão de recursos humanos, letras, entre outros. Também pós-graduação.

⁶ Apesar de constar nos registros do Ministério da Educação como instituição de ensino superior cadastrada em Bragança Paulista, não foram identificadas unidades da Faculdade Educacional da Lapa (FAEL, 2016), nem da Pitágoras/ Universidade Norte do Paraná (PITÁGORAS/ UNOPAR, 2016).

Instituição/ modalidade	Endereço	Cursos
Centro Universitário Internacional (UNINTER) – educação à distância	Praça Jacinto Domingues, 15 – Centro uninter.com	Graduação: administração, ciências contábeis, história, letras, gestão de turismo, gestão financeira, entre outros. Também pós-graduação.
Faculdade de Ciências de Letras de Bragança Paulista (FESB) – educação presencial	Av. Francisco Samuel Lucchesi Filho, 770 – Penha fesb.br	Graduação: educação física, história, letras, medicina veterinária, nutrição, pedagogia, serviço social, entre outros. Também pós-graduação.
Faculdade de Tecnologia de Bragança Paulista – educação presencial	Rua das Indústrias, 130 – Uberaba fatecbpaulista.edu.br	Graduação: gestão da tecnologia da informação, gestão financeira e gestão empresarial.
Faculdade de Tecnologia de São Paulo (FATEC-SP) – educação à distância	Al. Saulo Crispim Marques, 151 – Henediana Cortez fatecsp.br	Graduação: gestão empresarial
Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP) – educação presencial	Av. Francisco Samuel Lucchesi Filho, 770 – Penha ifsp.edu.br	Graduação: administração, engenharia civil, gestão de turismo, gestão de recursos humanos, processos gerenciais, entre outros. Também pós-graduação.
Universidade Anhanguera (UNIDERP) – educação à distância	Av. Dom Pedro I, 390 – Jardim Nova Bragança anhanguera.com	Graduação: administração, ciências contábeis, engenharia da computação, engenharia de produção, marketing, entre outros. Também pós-graduação.
Universidade Anhembí Morumbi (UAM) – educação à distância	Rua Felipe Siqueira, 251 – Santa Luzia portal.anhembí.br	Graduação: administração, gestão financeira, letras, tecnologia em eventos, tecnologia em hotelaria, entre outros. Também pós-graduação.
Universidade Braz Cubas (UBC) – educação à distância	Av. dos Imigrantes, 2140 – Jardim América www.brazcubas.br/polos/braganca-paulista/	Graduação: administração, ciências contábeis, gestão financeira, logística, serviço social, entre outros.
Universidade de Franca (UNIFRAN) – educação à distância	Rua Coronel Osório, 238 – Centro unifran.edu.br	Graduação: administração, artes visuais, ciências contábeis, ciências econômicas, educação física, marketing, entre outros. Também pós-graduação.
Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL-MG) – educação à distância	Rua Alexandre Berbari, 101 – Jd. São Lourenço ead.unifal-mg.edu.br	Graduação: pedagogia
Universidade Metropolitana de Santos (UNIMES) – educação à distância	Av. Antônio Pires Pimentel, 2132 – Centro unimes.br/web-virtual	Graduação: administração, ciências contábeis, gestão pública, letras, entre outros. Também pós-graduação.
Universidade Paulista (UNIP) – educação à distância	Rua Palmiro Orsi, 121 – Jardim Europa unip.br	Graduação: comércio exterior, gestão comercial, gestão da qualidade, entre outros. Também pós-graduação.

Instituição/ modalidade	Endereço	Cursos
Universidade São Francisco (USF) – educação presencial	Av. São Francisco de Assis, 218 – Jardim São José usf.edu.br	Graduação: administração, arquitetura e urbanismo, ciências contábeis, direito, gestão ambiental, gestão hospitalar, entre outros. Também pós-graduação.

Fonte: MEC, 2016b; *websites* das instituições de ensino.

Mesmo com diversas opções de cursos à distância, são poucas as alternativas de cursos de educação superior relacionados ao turismo ou hotelaria. A oferta disponível é composta por curso de gestão de turismo na Uninter ou IFSP; ou curso superior de tecnologia em eventos, gastronomia ou hotelaria, na UAM; ou curso superior de tecnologia em gastronomia na UNIFRAN.

Há também a possibilidade de aperfeiçoamento profissional por meio de cursos e eventos promovidos pelo Sistema S⁷. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) não tem unidades em Bragança Paulista, mas oferece cursos à distância; o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) dispõe de uma escola no município que oferece cursos variados, além de opções *online*; o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR) não conta com unidades próprias, porém oferece cursos nos municípios em propriedades rurais e, no caso de Bragança Paulista, na sede do Sindicato Rural. O Quadro 7 traz as informações sobre o Sistema S presente em Bragança Paulista. Com exceção do SENAI e SENAR, não foram encontrados cursos ou palestras presenciais; a programação de cursos *online* do SENAI e SEBRAE está disponível, sendo que diversos são gratuitos.

Quadro 7 – Sistema S

Instituição	Endereço	Cursos
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (1)	ead.sebrae.com.br	À distância: empreendedorismo, análise e planejamento financeiro, atendimento ao cliente, entre outros.
Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) Serviço Social da Indústria (SESI) (2)	Av. Ernesto Vaz de Lima, 570 – Jd. Morumbi bragancapaulista.sp.senai.br	Presencial: técnico de eletroeletrônica, mecânica de usinagem, assistente administrativo. À distância: diversos cursos nas áreas de educação ambiental, empreendedorismo, segurança no trabalho, entre outros.
Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR) (3)	Sindicato Rural Rua Cândido Moraes Leme, 455 – Vila Municipal	Presencial: dez/16: jardineiro, piscicultura, processamento artesanal de leite, turismo rural.

Fonte: (1) SEBRAE-SP, 2016; (2) SENAI, 2016; (3) SENAR-SP, 2016.

⁷ O Sistema S refere-se a um conjunto “de entidades corporativas voltadas para o treinamento profissional, assistência social, consultoria, pesquisa e assistência técnica, que além de terem seu nome iniciado com a letra S, têm raízes comuns e características organizacionais similares” (AGÊNCIA SENADO, 2016). As entidades do sistema S são: Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI); Serviço Social da Indústria (SESI); Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC); Serviço Social do Comércio (SESC); Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR); Serviço Social de Transporte (SEST); Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (SENAT); e Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (SESCOOP).

Em relação à segurança pública, não há, no município, delegacias da Polícia Federal, estando as mais próximas em Campinas e no município de São Paulo, sob o comando da Superintendência Regional de São Paulo (PF, 2016).

Já a Polícia Civil está presente com distritos policiais e delegacias especializadas, além de uma unidade do Instituto Médico Legal (IML) e uma equipe de perícias criminalísticas, como relaciona o Quadro 8; não existem delegacias especializadas de homicídios, proteção ao idoso, proteção à criança e ao adolescente e proteção ao meio ambiente, mas Bragança Paulista tem uma delegacia especializada no atendimento à mulher (IBGE, 2015).

Quadro 8 – Polícia Civil

Delegacia	Endereço
1º Distrito Policial	Av. Dos Imigrantes, 9
2º Distrito Policial	Av. Dos Imigrantes, 29
3º Distrito Policial	Av. Dom Pedro I, 2501
Delegacia de Investigações sobre Entorpecentes (DISE)	Av. Dom Pedro I, 2501
Delegacia de Polícia de Investigações Gerais (DIG)	Av. Dom Pedro I, 2501
Delegacia de Polícia Seccional	Av. dos Imigrantes, 39
Delegacia de Polícia de Defesa da Mulher (DDM)	R. Santa Clara, 101
Instituto Médico Legal (IML)	R. Arthur Siqueira, 2
Equipe de Perícias Criminalísticas	R. Arthur Siqueira, 2

Fonte: SSP-SP, 2016a.

O policiamento militar no município é regido pelo Comando de Policiamento do Interior 2 (CPI-2), que tem sede em Campinas; Bragança Paulista é atendido pelos 1º, 2º e 3º Pelotões da 1ª Companhia do 34º Batalhão de Polícia Militar, cujo endereço é Av. José Gomes da Rocha Leal, 1.651 (SSP-SP, 2016a e 2016b).

O 2º Subgrupamento de Bombeiros fica na Av. Doutor Fernando Costa, s/n (SSP-SP, 2016a), é parte do 19º Grupamento de Bombeiros de Jundiaí e atende ao município.

Bragança Paulista conta com uma coordenadoria municipal responsável pelas atividades da defesa civil e tem guarda municipal montada desde 1954 (IBGE, 2015).

Desse modo, do ponto de vista institucional da segurança pública, o município está bem aparelhado, tendo presente as polícias civil e militar, assim como corpo de bombeiros, defesa civil e guarda municipal (Quadro 9).

Quadro 9 – Polícia militar, corpo de bombeiros, defesa civil e guarda municipal

Instituição	Destacamento	Endereço
Polícia Militar (1)	1º, 2º e 3º Pelotão	Av. José Gomes da Rocha Leal, 1651
Corpo de bombeiros (1)	2º Subgrupamento	Av. Doutor Fernando Costa, s/n
Defesa civil (2)	-	Av. Francisco Samuel Luchesi Filho, 42
Guarda municipal (2)	-	Av. Francisco Samuel Luchesi Filho, 42

Fonte: (1) SSP-SP, 2016; (2) Bragança Paulista, 2016a.

Do ponto de vista da criminalidade, com exceção da quantidade de furto e roubo de veículos, que se manteve estável no período analisado, Bragança Paulista tem diminuído sua participação nas ocorrências estaduais (Tabela 15).

Tabela 15 – Ocorrência policial, 2014-2015

Localidade		Homicídio doloso		Furto		Roubo		Furto e roubo de veículo	
		Vítimas	(% SP)	Vítimas	(% SP)	Vítimas	(% SP)	Vítimas	(% SP)
São Paulo (estado)	2014	4.293	-	516.551	-	311.214	-	221.532	-
	2015	3.757	-	495.334	-	307.392	-	189.349	-
Bragança Paulista	2014	10	0,2	1.906	0,4	496	0,2	388	0,2
	2015	5	0,1	1.664	0,3	360	0,1	289	0,2

Fonte: SSP-SP, 2016c.

Notas:

- Dado não se aplica.

Quanto ao sistema de comunicação de Bragança Paulista, no município há rádios AM, FM e comunitárias, assim como emissoras geradoras e retransmissoras de TV (Tabela 16).

Tabela 16 – Sistema de comunicação: rádio e televisão, 2016

Localidade	AM			FM	Rádio comunitária	Emissora de TV		TV por assinatura (1)
	Onda curta	Onda média	Onda tropical			Gera-dora	Retransmissora	
São Paulo (estado)	23	349	17	641	599	110	1.976	9.607.607
Bragança Paulista	-	1	-	1	3	1	13	39.074

Fonte: Anatel, 2016a; (1) Anatel, 2016b.

Nota: - Dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

A Tabela 17 traz informações sobre o sistema de telefone de uso público, fixo e móvel, além de acessos à internet.

Tabela 17 – Sistema de comunicação: rede de telefonia e internet, julho/2016

Localidade	Telefone público		Telefonia fixa		Telefonia móvel (código 11)	Internet	
	Qtd.	Qtd./hab.	Qtd.	% Qtd./dom.		Qtd.	% Qtd./dom.
São Paulo (estado)	191.732	0,004	16.009.977	125	63.207.842	9.507.916	74,1
Bragança Paulista	617	0,004	47.986	107	34.470.748	38.429	85,9

Fonte: Anatel, 2016c.

Notas: - Dado não se aplica.

Qtd./hab. = quantidade de telefones públicos pelo número de habitantes.

Qtd./dom. = quantidade de acessos pelo número de domicílios.

Bragança Paulista conta com mais de 600 telefones públicos disponíveis 24 horas por dia, alcançando a meta de universalização do serviço, que estipula que a densidade seja igual ou superior a quatro telefones de uso público por mil habitantes (BRASIL, 2011).

Quanto à telefonia fixa, verifica-se que Bragança Paulista tem alta adesão ao serviço quando comparado o número de acessos de telefones fixos à quantidade de domicílios (107%). Embora o valor seja inferior ao estadual, ainda corresponde a mais de um acesso por domicílio. As empresas prestadoras dos serviços são Claro e Telefônica (ANATEL, 2016c).

O serviço de telefonia móvel não tem seus acessos computados por município, mas eles podem ser agrupados por código de área, o que oferece uma estimativa da região. No caso em estudo, Bragança Paulista utiliza o código 11, que tem registrado mais de 63 milhões de acessos móveis⁸. As empresas Claro, Nextel, Oi Móvel, Vivo e Tim oferecem cobertura para o município (ANATEL, 2016c).

Os acessos à internet são inferiores em número aos acessos de telefonia fixa, porém são mais de 10 pontos percentuais maiores que a média do estado de São Paulo.

Outros serviços de apoio e complementares ao turismo de interesse para este capítulo – agências bancárias, farmácias e postos de combustível – são indicados na Tabela 18.

Tabela 18 – Serviços complementares: rede bancária, farmácias e postos de combustível

	Agências bancárias (1)	Farmácias e drogarias (2) (a)	Postos de combustível (3)
São Paulo (estado)	7.389	6.661	15.880
Bragança Paulista	20	30	48

Fonte: Elaborado a partir de (1) Banco Central, 2016; (2) Portal da Saúde, 2016; (3) ANP, 2016

Nota: (a) Drogarias e farmácias cadastradas no Programa Aqui Tem Farmácia Popular.

Uma vez finalizada a caracterização dos serviços básicos e complementares disponíveis em Bragança Paulista, o próximo item trata da gestão pública e do desenvolvimento do turismo.

⁸ Além de Bragança Paulista, mais 63 municípios também compõem o código 11, são eles: Alumínio, Araçatiguama, Arujá, Atibaia, Barueri, Biritiba-Mirim, Bom Jesus dos Perdões, Cabreúva, Caieiras, Cajamar, Campo Limpo Paulista, Carapicuíba, Cotia, Diadema, Embu, Embu-Guaçu, Ferraz de Vasconcelos, Francisco Morato, Franco da Rocha, Guararema, Guarulhos, Igaratá, Itapeverica da Serra, Itapevi, Itaquaquecetuba, Itatiba, Itu, Itupeva, Jandira, Jarinu, Joanópolis, Jundiaí, Juquitiba, Mairinque, Mairiporã, Mauá, Mogi das Cruzes, Morungaba, Nazaré Paulista, Osasco, Pedra Bela, Pinhalzinho, Piracaia, Pirapora do Bom Jesus, Poá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra, Salesópolis, Salto, Santa Isabel, Santana do Parnaíba, Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, São Lourenço da Serra, São Paulo, São Roque, Suzano, Taboão da Serra, Tuiuti, Vargem, Vargem Grande Paulista, Várzea Paulista, (ANATEL, 2001).

1.4 Gestão pública e desenvolvimento do turismo

A prefeitura de Bragança Paulista conta com mais de 4.600 funcionários em sua administração direta (IBGE, 2016b), sendo cerca de 90% contratados pelo regime da Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT). Entre as diversas secretarias e departamentos existentes, está a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, responsável pela “implementação do turismo, com ênfase nas características naturais da região e nas peculiaridades do povo bragantino”, entre outras funções (BRAGANÇA PAULISTA, 2016a). A Tabela 19 traz informações sobre a prefeitura e seus funcionários e o Quadro 10 apresenta a estrutura institucional municipal.

Tabela 19 – Administração municipal

Informações gerais (1)	Funcionários (2)					
Av. Antonio Pires Pimentel, 2015 CEP 12914-900 (11) 4034-7100 braganca.sp.gov.br facebook.com/prefeiturabraganca paulista/	CLT	Esta- tuário	Comis- sionado	Esta- giário	Sem vínculo perma- nente	Total
	4.127	23	205	246	18	4.619

Fonte: (1) Bragança Paulista, 2016a; (2) IBGE, 2016b.

Quadro 10 – Estrutura institucional

Localidade	Secretarias e departamentos		
Bragança Paulista	Ação e Desenvolvimento Social	Desenvolvimento Econômico	Meio Ambiente
	Administração	Educação	Obras
	Assuntos Jurídicos	Finanças	Planejamento
	Cultura e Turismo	Governo	Saúde
	Desenvolvimento dos Agronegócios	Habitação	Serviços
		Juventude, Esportes e Lazer	Segurança, Trânsito, Transportes e Defesa Civil

Fonte: Bragança Paulista, 2016a.

A análise da gestão pública de Bragança Paulista demandou o levantamento de informações e dados que ajudassem a identificar:

- marcos legais, mecanismos e instrumentos de gestão;
- panorama qualitativo e quantitativo da evolução dos programas e investimentos públicos na área do turismo;
- padrão de desenvolvimento da atividade ao longo do tempo.

Para este item, como metodologia, foi realizado o levantamento secundário em fontes oficiais do governo municipal, bem como em *sites* de órgãos públicos estaduais e federais, objetivando uma pesquisa exploratória capaz de subsidiar a análise da superestrutura política de Bragança Paulista: sistema jurídico (legislação) e gestão (planejamento, organização política e associações, entre outros).

1.4.1 Marcos legais, mecanismos e instrumentos de gestão

O Quadro 11 mostra os instrumentos de gestão urbana existentes no município e os respectivos anos de criação e o Quadro 12 apresenta os instrumentos de planejamento municipal.

Quadro 11 – Instrumentos de gestão urbana

Instrumento	Existente	Ano
Plano Diretor	Sim	2007
Lei de Zoneamento, Uso e Ocupação do Solo	Sim	2007
Lei de Parcelamento do Solo	Sim	2007
Código Tributário	Sim	1984
Legislação sobre Áreas de Interesse Social	Sim	2007
Legislação sobre Áreas de Interesse Ambiental	Sim	2007
Código de Obras	Sim	1971
Lei sobre Denominação de Bem Público	Sim	2016

Fonte: Bragança Paulista, 2016a.

Quadro 12 – Instrumentos de planejamento municipal

Instrumento	Existente	Ano
Lei Orgânica	Sim	1990
Regimento Interno da Câmara Legislativa	Sim	1990
Lei de Orçamento Anual	Sim	Atual: PL 51/2016
Plano de Governo	Sim	2012
Plano Plurianual de Investimentos (1)	Sim	1969, atual: 2014-2017
Lei de Diretrizes Orçamentárias	Sim	Atual: Lei 4.555/2016

Fonte: Bragança Paulista, 2016a; (1) Bragança Paulista, 1982.

A Prefeitura de Bragança Paulista conta com uma Secretaria de Cultura e Turismo, localizada na Av. Alpheu Grimello, 981 – Taboão, telefone: (11) 4034-6570. Embora haja uma Divisão de Turismo, não há nenhum funcionário efetivo (concursado) em cargo técnico. O levantamento realizado sobre a estrutura administrativa mostra que os cargos efetivos/ concursados estão diretamente ligados à manutenção administrativa, como auxiliar e assistente administrativo, recepcionista, ajudante geral, servente etc. Desse modo, fica a critério do governo a nomeação de funcionários comissionados que se enquadrem em um perfil técnico ou não. A própria Chefia da Divisão é um exemplo – esse profissional não tem estabilidade e pode ser exonerado pela administração a qualquer momento – prática comum no quadro público brasileiro, principalmente, quando há mudança de governo. Na gestão municipal 2013-2016, a Secretaria contou com um Chefe de Divisão de Turismo por um curto período de tempo, logo no começo do mandato.

Em relação à legislação, o Quadro 13 relaciona os principais as leis relativas ao turismo.

Quadro 13 – Leis intrínsecas ao turismo nos âmbitos federal, estadual e municipal, 1945-2016

Objeto	Lei	Classificação	Assunto
1960			
Conselho Municipal de Turismo (COMTUR)	Lei 413, de 23/05/1960	Lei municipal	Cria o COMTUR.
1964			
Estância climática de Bragança Paulista	Lei 8.389, de 28/10/1964	Lei estadual	Lei que constitui em estância climática o município de Bragança Paulista.
1979			
Patrimônio Histórico, Artístico e Cultural	Lei 1.673, de 16/05/1979	Lei municipal	Cria o serviço do Patrimônio Histórico, Artístico e Cultural de Bragança Paulista.
Patrimônio Histórico, Artístico e Cultural	Lei 1.986, de 22/11/1984	Lei municipal	Cria o conselho de defesa do Patrimônio Histórico, Artístico e Cultural de Bragança Paulista.
1989			
Departamento de Apoio às Estâncias Turísticas (DADE)	Lei 6.470, de junho de 1989	Lei estadual	Criação do DADE para, entre outras atribuições, transferir recursos diretos para a execução de obras e programas ligados ao desenvolvimento do turismo nas estâncias.
1992			
Fundo de Melhoria das Estâncias	Lei 7.862, de 01/06/1992 – citada no artigo 146 da Constituição do Estado de São Paulo	Lei estadual	Estabelece normas de funcionamento do fundo e fixa critérios para transferência e aplicação dos seus recursos.
1998			
Calendário de Eventos	Lei 3.128, de 25/09/1998	Lei municipal	Institui o Calendário de Eventos do Município.
2007			
Atrativos	Lei 534, de 16/04/2007	Lei municipal	Cria o Plano Diretor de Bragança Paulista.
Plano Diretor Municipal	Lei complementar 534, de 16/04/2007	Lei municipal	Aprova o Plano Diretor de Bragança Paulista.
Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR)	Lei 3.949, de 23/11/2007	Lei municipal	Cria o FUMTUR.
2008			
Lei Geral do Turismo	Lei 11.771, de 17/09/2008	Lei federal	Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei 6.505, de 13/12/1977, o Decreto-lei 2.294, de 21/11/1986, e dispositivos da Lei 8.181, de 28/03/1991; e dá outras providências.
2010			
Turismo rural	Lei Ordinária 4.141, de 02/06/2010	Lei municipal	Define as atividades turísticas que especifica como atividades de “turismo rural na agricultura familiar”.

Objeto	Lei	Classificação	Assunto
COMTUR	Lei 4.175, de 10/09/2010	Lei municipal	Dispõe sobre a instituição do COMTUR.
COMTUR	Decreto 2.376/2016, altera o 1.038/2010	Decreto municipal	Dispõe sobre a composição, organização e atribuições do COMTUR.
COMTUR	Decreto 1.039 de 17/09/ 2010	Decreto municipal	Dispõe sobre o regulamento interno do COMTUR.
2011			
Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo	Decreto 56.638, de 01/01/2011	Decreto estadual	Organiza a Secretaria de Turismo e dá providências correlatas, colocando o DADE sob sua tutela
2012			
Sinalização e iluminação do corredor turístico	Lei 4.306, de 23/03/2012	Lei municipal	Dispõe sobre a criação de ação no Plano Plurianual, na Lei de Diretrizes Orçamentárias e na Lei Orçamentária Anual, referente a melhorias da sinalização e do sistema de iluminação do corredor turístico.
2013			
Plano Nacional de Turismo	Decreto 7.994, de 24/04/2013	Decreto federal	Aprova o Plano Nacional de Turismo 2013-2016.
Programa de Regionalização do Turismo	Portaria 105, de 16/05/2013	Portaria ministerial	Institui o Programa de Regionalização do Turismo e dá outras providências.
Acessibilidade	Lei complementar 754, de 17/09/2013	Lei municipal	Estabelece normas e critérios para a promoção da acessibilidade de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.
Equipamentos culturais	Lei complementar 807/2015	Lei municipal complementar	Cria o Sistema Municipal de Cultura, dispõe sobre o Sistema Municipal de Cultura de Bragança Paulista, seus princípios, objetivos, estrutura, organização, gestão, inter-relações de seus componentes, recursos humanos, financiamento e dá outras providências.
2015			
Estâncias e Municípios de Interesse Turístico	Lei complementar 1.261, de 29/04/2015	Lei estadual complementar	Estabelece condições e requisitos para a classificação das Estâncias e dos Municípios de Interesse Turístico e dá providências correlatas.
Categorização dos municípios	Portaria 144, de 27/08/2015	Portaria ministerial	Estabelece a categorização dos municípios pertencentes às regiões turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro, definido por meio da Portaria do Ministério do Turismo 313, de 3/12/2013, e dá outras providências.
2016			
Acessibilidade	Decreto 2.286, de 17/05/2016	Decreto municipal	Regulamenta a lei que estabelece normas e critérios para a promoção da acessibilidade de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida

Objeto	Lei	Classificação	Assunto
Mapa Turístico Brasileiro	Portaria 172, de 11/07/2016	Portaria federal	Define o Mapa do Turismo Brasileiro 2016 e dá outras providências.
Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos	Lei 16.283, de 15/07/2016	Lei municipal	Dispõe sobre o Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos e dá providências correlatas.

Fonte: Bragança Paulista, 2016a; Brasil, 2016; Leis Municipais, 2016.

Em 2007, Bragança Paulista aprovou o Plano Diretor do Município (BRAGANÇA PAULISTA, 2007), pela Lei complementar 534 de 16/04/2007 que, no Capítulo III, Desenvolvimento Econômico, faz menção ao turismo. O conteúdo é destacado em dois artigos na Seção 2, Atividade Econômica, na Subseção 5, definida como Turismo.

Art. 83 – São diretrizes para desenvolver a atividade turística de forma sustentável:

I - integração das ações de promoção ao turismo com programas de geração de trabalho e renda e conscientização ambiental;

II - integração de programas e projetos de incentivo à produção local e às políticas de estímulo ao turismo;

III - aproveitamento turístico do patrimônio natural e cultural de Bragança Paulista com a implantação de eixos ou polos de turismo;

IV - estímulo ao turismo ecológico, aproveitando os recursos naturais municipais;

V - desenvolvimento e ampliação das ofertas turísticas para os diversos segmentos de turismo, tais como:

- a) de lazer;
- b) de terceira idade
- c) náutico;
- d) científico;
- e) de negócios;
- f) ecológico;
- g) de aventura;
- h) histórico e arqueológico;
- i) religioso;
- j) cultural; e
- k) rural

VI - integração do turismo ao desenvolvimento da produção cultural local, especialmente ao artesanato e às manifestações folclóricas, para gerar trabalho e renda para a população e preservar a identidade cultural de Bragança Paulista;

VII - integração de ações do Município aos programas federais e estaduais;

VIII - articulação com municípios que oferecem atrativos turísticos para implementar ações conjuntas, promovendo para tanto a criação de um corredor turístico; e

IX - concessão de incentivo fiscal e operacional específico para promoção e manutenção do setor turístico no período de baixa temporada.

Art. 84 – As diretrizes para o desenvolvimento do turismo deverão ser implementadas mediante:

I - aprimoramento e atualização dos estudos realizados para a atividade turística na elaboração do plano municipal estratégico de desenvolvimento do turismo;

II - vinculação das verbas federais e estaduais ao plano mencionado no inciso anterior;

III - criação de roteiros turísticos na Região de Bragança Paulista;

IV - estabelecimento de consórcios e associações enfocando o turismo com municípios vizinhos, tendo Bragança Paulista como núcleo de serviços da região;

V - criação de um eixo de turismo ecológico, aproveitando o potencial turístico da região;

VI - apoio à instalação e estabelecimento de parcerias para implantação de marina e hotelaria na Represa Jaguari e Jacaré, bem como o incentivo à exploração de turismo religioso, de aventura, ecológico e outros;

VII - promoção do turismo de negócios em Bragança Paulista, integrando a rede hoteleira e atividades de serviços;

VIII - criação de projetos de desenvolvimento sustentável em Bragança Paulista, associando produção local ao turismo;

IX - revisão da localização e da configuração dos pontos de venda de artesanato de Bragança Paulista;

X - apoio à implantação de projeto hotel-escola na cidade;

XI - constituição de parcerias entre o Poder Executivo Municipal e entidades privadas para promover campanhas de informação e formação da população, inclusive como guias turísticos, para melhoria de atendimento ao turista;

XII - realização de eventos esportivos e de lazer;

XIII - apoio ao desenvolvimento do artesanato e de manifestações folclóricas locais, com características tradicionais, como atrativo turístico;

XIV - incentivo à recuperação do patrimônio histórico e cultural, para que integre o roteiro turístico de Bragança Paulista, principalmente em relação aos bens da extinta Estrada de Ferro Bragantina;

XV - incentivo ao desenvolvimento turístico rural de Bragança Paulista;

XVI - entende-se por turismo rural o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, que estão comprometidas com a produção agropecuária, que agregam valores aos produtos e serviços de lazer e hospedagem e resgatam e promovem os patrimônios natural, histórico e cultural; e

XVII - todos os segmentos do turismo rural deverão atender às legislações, normas e exigências municipal, estadual e federal.

1.4.2 Programas e investimentos públicos na área de turismo

Bragança Paulista é uma das 70 cidades-estâncias do estado de São Paulo. Esse *status* garante recursos anuais oriundos do DADE; um levantamento feito no *site* do DADE (2016)

mostra os investimentos direcionados para o turismo de Bragança Paulista, para obras de infraestrutura. No documento Pedidos de Liberação às Estâncias Paulistas, verificam-se os pagamentos realizados pelo DADE (Tabela 20).

Tabela 20 – Pagamentos realizados pelo DADE, em R\$, 2011-2016

Ano	Total liberado para o turismo no estado de São Paulo	Total liberado para o turismo em Bragança Paulista
2011	178.010.525,77	3.060.916,07
2012	322.966.291,38	3.701.483,00
2013	137.699.097,63	-
2014	207.261.738,14	1.954.488,28
2015	103.933.056,33	1.608.148,07
2016	-	790.000,00

Fonte: DADE, Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, 2016.

Pesquisa feita em *sítes* oficiais aponta que o Governo do Estado de São Paulo (2016) assinou no mês de março de 2016 quase 50 convênios

[...] para repasse de 76,1 milhões para os municípios paulistas. O investimento será realizado por meio do DADE, da Secretaria Estadual de Turismo, e busca a reestruturação das áreas, revitalização e recapeamento de vidas públicas, bem como outros itens para fortalecer a oferta turística dos municípios atendidos.

O levantamento indicou que

São Paulo é o único estado do Brasil que tem recursos destinados anualmente para o turismo de suas cidades. A verba do DADE é um recurso que está disponível para cada estância já prevista no orçamento do Estado de todos os anos [e cabe às] prefeituras determinar quais serão os objetos dos convênios a serem celebrados, ou seja, onde a verba será aplicada. De acordo com dados da Secretaria de Turismo, o Governo do Estado investiu, no período de 2010 a 2014, cerca de 1,2 bilhão de reais para as 70 estâncias turísticas.

Desse valor aprovado, 12,2 milhões de reais estão destinados para Bragança Paulista e mais três municípios vizinhos: Atibaia, Joanópolis e Morungaba. Bragança Paulista foi contemplado com 5.263.932,37 reais para a segunda fase de revitalização do entorno do Lago do Taboão. O primeiro repasse, no valor de 4 milhões de reais, foi concretizado em 2011 (BRAGANÇA JORNAL DIÁRIO, 2016).

Ainda em relação ao governo estadual, Bragança Paulista participa dos programas de turismo constantes do Quadro 14.

Quadro 14 – Programas estaduais de turismo e participação de Bragança Paulista

Programa	Ano	Situação atual
Caminha São Paulo	2014	Essa rota ainda não se encontra inaugurada, com previsão para o segundo semestre de 2016, e está pendente também a instalação das placas de sinalização.
Melhor Viagem		Não participa
Roda SP	2016	Bragança Paulista participou do Programa Roda São Paulo por três anos, no período de 2010 a 2012. As rotas atuais disponibilizadas pelo Programa não incluem Bragança Paulista.

Programa	Ano	Situação atual
Sabor de São Paulo	2016	Bragança Paulista participou do Programa na 8ª. macro região H - MRT Entradas e Bandeiras, cuja cidade anfitriã foi Jundiaí, na etapa de 30/06/2016.
Revelando São Paulo	1996	Em operação, é um evento que tem uma agenda anual e Bragança Paulista tem participado com representantes produtores de linguagem e artesãos.

Fonte:

No programa Caminha São Paulo de Roteiros Peregrinos, criado em 2011 com roteiros formulados e fomentados pela Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, Bragança Paulista integra, junto a mais 12 municípios, a Rota Bandeirantes/ Fernão Dias. Os roteiros desse projeto ofertam fatos e personagens históricos e religiosos, paisagens e infraestrutura que inclui sinalização, hospedagem, alimentação e monitoramento eletrônico dos participantes por meio de pódios inteligentes – um *chip* de memória, inserido em um cartão, faz a comunicação do caminhante com os pódios, registrando sua participação. O Programa conta também com acesso informativo por meio de portal de internet e, ao concluir esse roteiro, o turista é certificado. A instalação de duas esculturas de metal no município, uma às margens do Lago Taboão e outra no bairro do Matadouro, posicionou Bragança Paulista na rota do Programa, que tem como objetivo

[...] promover os atrativos turísticos dos municípios paulistas a partir do desenvolvimento de roteiros peregrinos, que podem ser cumpridos a pé ou de bicicleta, inspiradas em rotas percorridas por personagens históricos que ajudaram a compor o rico passado paulista (ROTA BANDEIRANTES/ FERNÃO DIAS, 2017).

O Roda São Paulo é um programa itinerante, que percorre diversas regiões do estado ao longo do ano acompanhando os grandes fluxos de turistas em festas, eventos e férias escolares. As viagens são feitas por uma frota que conta com ônibus *double-deckers*, confortáveis e devidamente equipados. O usuário compra uma passagem em forma de cartão eletrônico, no valor de 10,00 reais, que pode ser usado por 24 horas, para subir e descer nos ônibus quantas vezes quiser. O horário de funcionamento é das 9h às 17h, de terça-feira a domingo. Bragança Paulista esteve inserido neste programa da Secretaria de Turismo do Estado como rota cultural, ao lado de outros quatro municípios (Atibaia, Joanópolis, Mairiporã e Piracaia).

O programa Sabor São Paulo, com apelo à produção associada ao turismo, busca promover a identidade gastronômica de municípios a partir de receitas e ingredientes que representem a identidade gastronômica local. A receita concorrente de Bragança Paulista, Baronesa de Bragança, integrou o livro Sabores de São Paulo e o Porquinho Perequetado, receita de Patricia Polato Pedro Lopes, foi uma receita finalista.

O programa Revelando São Paulo é organizado pela Abaçaí Cultura e Arte, organização não-governamental criada a partir de um programa de ação cultural desenvolvido em uma escola pública da cidade de São Paulo. A Abaçaí foi credenciada para realizar, em parceria com a Secretaria da Cultura do Governo do Estado de São Paulo, eventos no formato de festivais, integrando centenas de municípios paulistas e milhares de artistas populares, que exibem a riqueza cultural de do estado presente na culinária característica, no artesanato e nos grupos de tradição. Atualmente, são quatro os festivais anuais: Entre Serras e Águas, em Atibaia; Vale do Ribeira, em Iguape; Vale do Paraíba, em São José dos Campos; e na capital.

Em relação a recursos federais, um levantamento feito no Portal da Transparência do Governo Federal oferece um panorama do total de recursos disponibilizados para Bragança Paulista por meio de convênios por estado/ município. Em um período de dez anos, entre janeiro de 1996 e outubro de 2016, o município foi contemplado com um total de 42.500.230,88 reais. Uma análise breve a respeito do destino e origem desse montante revela que cerca de 22%

foi oriundo do Ministério do Turismo e Ministério das Cidades (Tabela 21), contribuindo direta e indiretamente para a atividade turística no município. Desse montante, 9.228.854,40 reais foram direcionados para obras de infraestrutura de áreas urbanas – construção e revitalização, vias de acesso ao município e elaboração de Plano Diretor de Mobilidade Urbana (MINISTÉRIO DA TRANSPARÊNCIA, FISCALIZAÇÃO E CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO, 2016).

Tabela 21 – Convênios federais, jan/1996-out/2016

Órgão federal	Montante (R\$)
Ministério do Turismo	1.270.250,00
Ministério das Cidades	7.958.604,40

Fonte: Ministério da Transparência, Fiscalização e Controladoria-Geral da União, 2016.

No *site* do Ministério da Transparência, Fiscalização e Controladoria-Geral da União verifica-se o total de transferência de recursos por favorecido (entes governamentais). No período de 2013 a 2015, destaca-se um aumento no montante destinado a Bragança Paulista (Tabela 22).

Tabela 22 – Transferência de recursos, 2013-2015

	2013 (R\$)	2014 (R\$)	2015 (R\$)
Total destinado pelo Governo Federal em âmbito nacional – transferência de recursos	300.885.547.120,27	339.744.080.701,61	339.744.080.701,61
Total destinado pelo Governo Federal em âmbito nacional – entes governamentais	262.997.908.504,02	239.954.637.915,57	293.954.637.915,57
Total destinado para Bragança	57.326.515,77	62.826.330,69	67.048.905,54

Fonte: Ministério da Transparência, Fiscalização e Controladoria-Geral da União, 2016.

1.4.3 Desenvolvimento do turismo

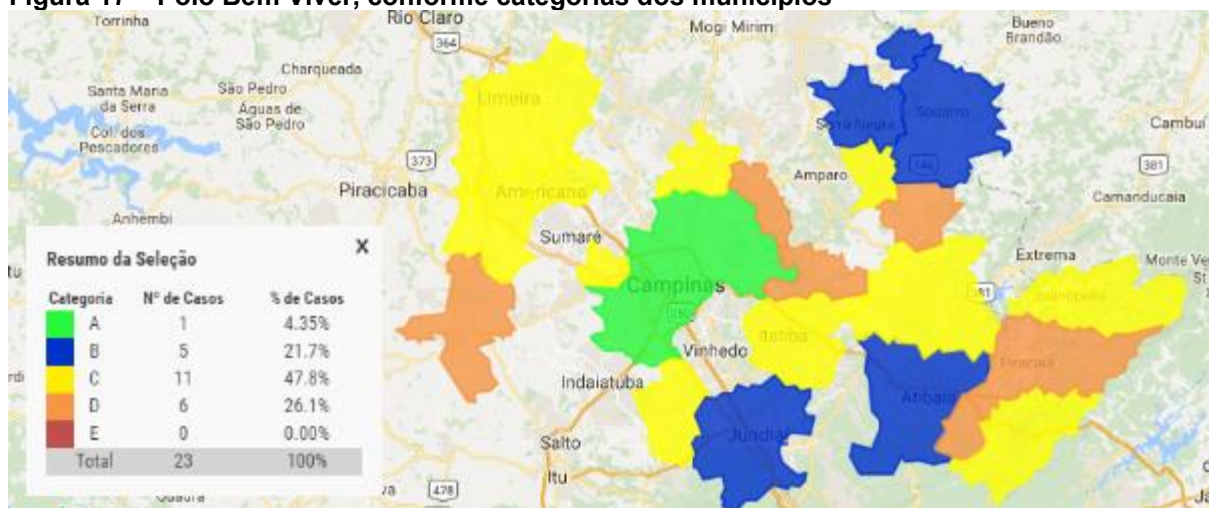
Sob a perspectiva de estruturação turística, o programa federal de Regionalização do Turismo⁹ inclui Bragança Paulista no polo Bem Viver¹⁰ e classifica o município como sendo de categoria¹¹ C (MTUR, 2015). A Figura 17 ilustra o polo conforme sua categorização.

⁹ O programa prevê a regionalização de acordo com o Mapa do Turismo Brasileiro, um “instrumento de orientação para a atuação do MTur no desenvolvimento de políticas públicas, tendo como foco a gestão, estruturação e promoção do turismo, de forma regionalizada e descentralizada” (MTUR, 2016d).

¹⁰ Também fazem parte do polo Bem Viver: Águas de Lindóia, Americana, Amparo, Atibaia, Bom Jesus dos Perdões, Cabreúva, Campinas, Campo Limpo Paulista, Capivari, Elias Fausto, Hortolândia, Indaiatuba, Itatiba, Itupeva, Jaguariúna, Jarinu, Joanópolis, Jundiaí, Limeira, Lindóia, Louveira, Mombuca, Monte Alegre do Sul, Monte Mor, Morungaba, Nazaré Paulista, Nova Odessa, Pedra Bela, Pedreira, Pinhalzinho, Piracaia, Rafard, Rio das Pedras, Saltinho, Santa Bárbara d'Oeste, Serra Negra, Socorro, Sumaré, Tuiuti, Valinhos, Vargem, Várzea Paulista e Vinhedo (MTUR, 2015).

¹¹ As categorias municipais são A, B, C, D e E, tendo sido definidas a partir de quatro variáveis: número de estabelecimentos formais cuja atividade principal é hospedagem, número de empregos formais no setor de hospedagem, estimativa de turistas domésticos e estimativa de turistas estrangeiros (MTUR, 2015a, p. 17).

Figura 17 – Polo Bem Viver, conforme categorias dos municípios



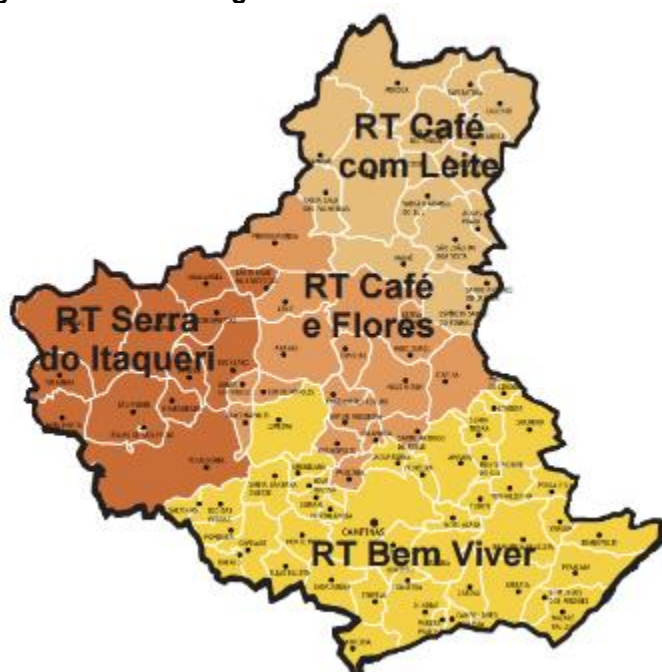
Fonte: MTur, 2016.

Para as políticas de turismo estadual, Bragança Paulista está incluso na região turística também chamada de Bem Viver, que faz parte da macrorregião turística Entradas e Bandeiras (Figura 18). O município também pertence ao circuito turístico Entre Serras e Águas, com Atibaia, Bom Jesus dos Perdões, Guarulhos, Jarinu, Joanópolis, Mairiporã, Nazaré Paulista, Pedra Bela, Pinhalzinho, Piracaia, Tuiuti e Vargem, e é classificado como estância turística¹² (Figura 19), assim como os municípios vizinhos Atibaia e Morungaba (SETUR-SP, 2015).

“A técnica de análise proposta, assim como os dados utilizados, não consideram aspectos subjetivos a respeito dos destinos. Nesse sentido, não se realiza qualquer julgamento ou comparação sobre a atratividade, a qualidade ou a potencialidade turística dos municípios” (MTUR, 2015a, p. 18).

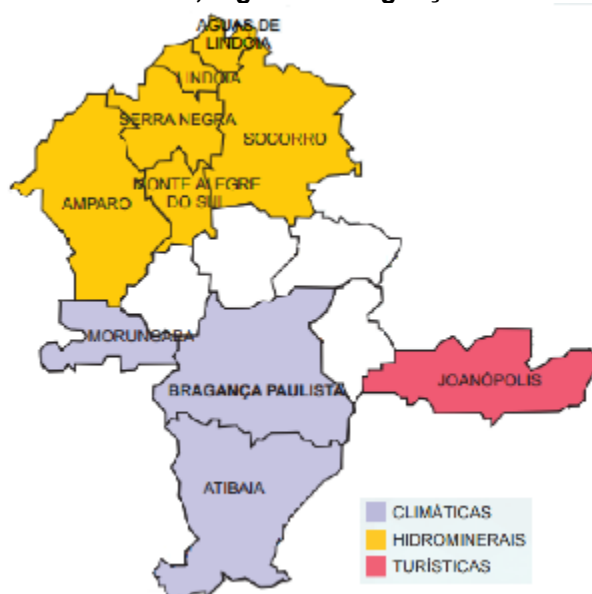
¹² Bragança Paulista foi indicado como estância climática em 1964, mas a Lei Complementar 1.261 de 2015 afirma que “os municípios classificados por lei como estâncias balneárias, hidrominerais, climáticas e turísticas passam a ser classificados como estâncias turísticas, sem prejuízo da terminologia anteriormente adotada, para efeito de divulgação dos seus principais atrativos, produtos e peculiaridades” (SÃO PAULO, 2015).

Figura 18 – Macrorregião turística Entradas e Bandeiras



Fonte: SETUR-SP, 2015.

Figura 19 – Estâncias, região de Bragança Paulista



Fonte: SETUR-SP, 2015.

Para verificar a aderência do *trade* de turismo nas políticas públicas, foi realizado no *site* do MTur (2016b), especificamente no CADASTUR, em 22/11/2016, pesquisa onde se verificou baixo engajamento do setor privado. Tal fato pode ter como causa a baixa capacidade de articulação do setor público na mobilização do setor privado. Foram encontrados os seguintes registros de prestadores cadastrados:

- 1 empresa organizadora de eventos;
- 2 hotéis;
- 4 transportadoras turísticas;
- 12 agências de turismo com status “em operação”;

- 12 guias de turismo.

Inexistem registros para: acampamento turístico; casa de espetáculos e de animação turística; centro de convenções; empreendimentos de apoio ao turismo náutico ou à pesca desportiva; empreendimentos de entretenimento e lazer e parque aquático; locadora de veículos; parque temático; prestador de infraestrutura de apoio para eventos; prestador especializado em segmentos turísticos; restaurantes, cafeterias e bares.

Além disso, pesquisa realizada em 21/11/16 não verificou registro de informações de Bragança Paulista no Calendário Nacional de Eventos do MTur (2016c), cujo objetivo é “divulgar os eventos turísticos brasileiros e agregar valor à imagem dos nossos destinos” a partir da inserção colaborativa de dados, majoritariamente das Secretarias Estaduais e Municipais de Turismo.

2 Caracterização do Centro Histórico

O motivo da apresentação do Centro Histórico de Bragança Paulista em um capítulo separado é a relevância das áreas centrais das cidades para a população, como elemento de resgate de sua história e identidade e, portanto, de sua sensação de pertencimento. Além disso, para o turismo, as áreas históricas têm o potencial de aquecer o comércio e os serviços, com a requalificação do espaço urbano, gerando empregos diretos e indiretos e deixando a cidade mais bonita.

O planejamento urbano, no tocante ao uso e ocupação do solo, tem grande importância sobretudo no direcionamento e coordenação de possíveis intervenções no espaço físico. A manutenção da diversidade social, econômica e cultural é fundamental para que sejam evitadas as descaracterizações em função da uniformização dos usos ou pelo efeito cíclico de degradação/ desvalorização.

Nesse sentido, este capítulo tem por finalidade apresentar a caracterização territorial do Centro Histórico de Bragança Paulista (ou Centro Tradicional, como é chamado na Lei de Zoneamento¹³), considerando uma breve análise dos aspectos estruturais que podem subsidiar a definição de diretrizes de planejamento e propostas conceituais de requalificação do espaço público a partir da morfologia urbana, da qualidade ambiental dos espaços públicos, do patrimônio edificado, da fruição e do ordenamento territorial previsto.

A breve caracterização do território do Centro Histórico de Bragança Paulista foi elaborada a partir de análises de morfologia urbana. Foi seguido o conceito de legibilidade urbana, cujos preceitos de percepção, identificação, estruturação e leitura espacial do ambiente urbano oferecem subsídios para uma leitura territorial com ênfase nas entidades estruturais e na identidade local (LYNCH, 1997). Em sua proposta, Lynch (1997) estabelece uma estrutura fundamental de referência baseada em cinco elementos presentes na constituição do território, indissociáveis das convenções clássicas de abordagem temática relacionada ao ambiente construído e à paisagem urbana, descritos a seguir.

- Limites: compreendidos como elementos lineares ou de bordas, naturais, construídos ou instituídos, em geral representados por barreiras ou elementos de segregação espacial.
- Bairros: compreendidos não apenas como simples porções administrativas do território, mas também como regiões que podem apresentar um conjunto de características comuns, mais ou menos homogêneas, dentro de um determinado contexto ou dimensão urbana, o que, por sua vez, lhes confere peculiaridades que os diferenciam enquanto lugar.
- Percursos: compreendidos como canais estruturadores de mobilidade, de circulação e de conexão no âmbito territorial.
- Pontos nodais: compreendidos como pontos de foco e de convergência de dinâmicas espaciais que contribuem para a construção de territorialidades referenciais em diferentes escalas. Melhor compreendidos como nós ou núcleos urbanos que articulam a dinâmica do espaço urbano.
- Marcos de referência territorial: compreendidos como elementos singulares de referência e identidade em escalas variáveis, isto é, marcos territoriais que ampliam e denotam as experiências e relações do indivíduo com o espaço.

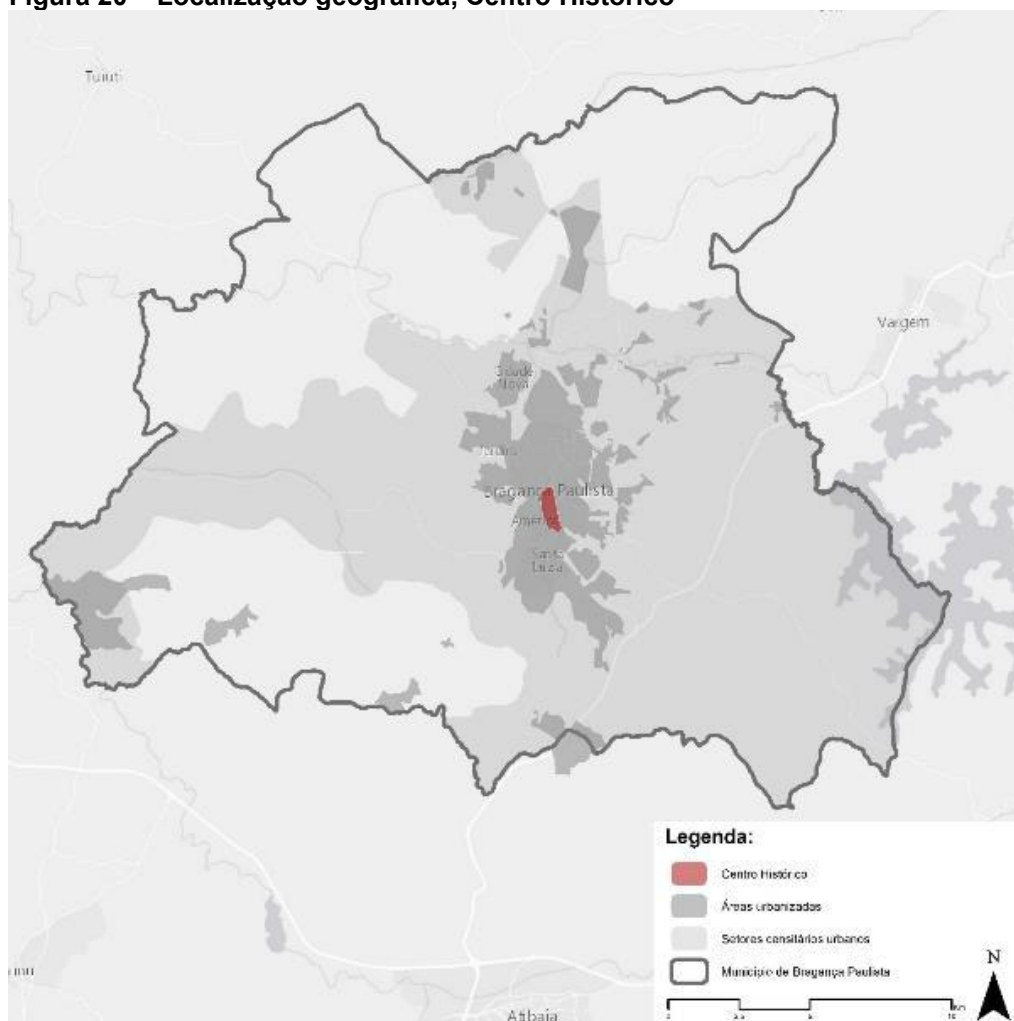
¹³ Definição presente no Artigo 141 da Lei Complementar 556, de 20 de julho de 2007, que estabelece o Código de Urbanismo do Município de Bragança Paulista.

Com foco apenas no território definido como Centro Histórico de Bragança Paulista, as percepções acerca dos limites e bairros foram estabelecidas por meio dos dados secundários fornecidos pela Prefeitura Municipal (item 2.1); os demais elementos foram observados através de análises territoriais constituídas pelas informações presentes nas bases cartográficas e nos levantamentos de campo (itens 2.2 a 2.6). Além disso, o item 2.3 analisa a existência de infraestrutura no Centro Histórico.

2.1 Limites e bairros

Apesar de possuir pequenas centralidades de bairros e núcleos rurais, Bragança Paulista tem um núcleo principal, onde se concentra, além dos testemunhos de sua ocupação original, o principal polo de comércio e serviços do município, como ilustra a Figura 20.

Figura 20 – Localização geográfica, Centro Histórico



Fonte: Elaboração própria a partir de IBGE, 2010b; Google Earth, 2017; Bragança Paulista, 2007.

O Plano Diretor vigente apresenta uma delimitação para o Centro Histórico denominada Zona Especial do Centro Tradicional (ZECT), compreendendo parte dos bairros Centro e Lavapés. Para fins das análises desse PMT, foi adotado o mesmo recorte contido no Inventário Parcial do Patrimônio Arquitetônico (SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO DE BRAGANÇA PAULISTA, 2016a), cujo levantamento dos imóveis de interesse histórico e cultural tem quase a mesma abrangência do perímetro da ZECT, além de ser a base cartográfica disponibilizada pela Prefeitura Municipal.

O Centro Histórico conta com área de 619.905 m², delimitada pela Rua Clemente Ferreira, Travessa Imprensa, Rua José Domingues, cortando a quadra adjacente e o Jardim Público até continuar pela Rua José Thomazini, Rua Inocência Salaroli, Travessa Carlos Gomes, seguindo pela Avenida Antônio Pires Pimentel. Segundo o último censo demográfico (IBGE, 2010), o território tem 2.155 domicílios, dos quais 305 são considerados como parte do patrimônio edificado.

O traçado urbano é um possível remanescente de antigos caminhos percorridos pelos Bandeirantes durante as corridas por ouro e pedras preciosas no interior, ligando principalmente a região de Goiás.

O surgimento da Freguesia de Jaguary, no território da Vila de São Paulo, teve início com a doação do terreno para a construção da capela de Nossa Senhora da Conceição do Jaguary, em 1763. Em 1765, a capela foi elevada a freguesia e, em 1769, foi incorporada à Vila de Atibaya. Em 1795, a Freguesia de Jaguary registrou um crescimento populacional de 47%, o maior das três freguesias da Vila de Atibaya. Em 1797, conseguiu sua emancipação e passou a se chamar Vila de Nova Bragança (PROCÓPIO e SALGADO, 2015).

Essa mudança trouxe novos elementos estruturantes para o assentamento existente, com a construção da Casa de Câmara e Cadeia e do Pelourinho. Em 1905 foram erguidos novos edifícios destinados à nova Casa de Cadeia e ao Teatro Carlos Gomes, estendendo a configuração do eixo inicial ao sul, acompanhando a cumeeira da colina, conforme ilustra o esquema de configuração apresentado na Figura 21.

Figura 21 – Esquema da evolução da ocupação inicial, Centro Histórico



Fonte: Câmara Municipal de Bragança Paulista (1998) apud Procópio e Salgado, 2015.

Uma contagem de população, realizada em 1797, identificou 1.106 “fogos” (domicílios) e uma população residente de 4.446 habitantes, fato que corroborou a justificativa de conferir autonomia para a nova vila (PROCÓPIO; SALGADO, 2015).

Durante o período cafeeiro, a expansão urbana de Bragança Paulista extravasou os limites do Centro Histórico e novos loteamentos foram sendo aprovados, sobretudo nas primeiras décadas do século XX.

Atualmente, observa-se que a principal expansão ocorreu na direção norte, posicionando o Centro Histórico na zona sul do município.

2.2 Acessos e mobilidade urbana

Neste item, é apresentado de forma breve o sistema viário do Centro Histórico e seus principais acessos, além de um panorama sucinto do trânsito local¹⁴, visando complementar a caracterização do território no tocante às vias de circulação e subsidiar diretrizes gerais para uma proposta conceitual de readequação¹⁵.

O Centro Histórico de Bragança Paulista, como já mencionado, exerce a função de principal centralidade do município, congregando os serviços e comércios de qualidade e, consequentemente, convergindo boa parte dos deslocamentos intramunicipais. Seu sistema viário ainda preserva algumas características do traçado inicial, apesar das transformações ocorridas em função das alterações das dinâmicas locais ao longo do tempo.

Na escala municipal, o principal acesso para o núcleo urbano, incluindo o Centro Histórico, é a Av. Dom Pedro I (SP-008), que sai da Rodovia Fernão Dias (BR-381), importante corredor logístico da Região Sudeste. Dentre as principais vias do Centro Histórico estão a Av. José Gomes da Rocha Leal, a Av. Antônio Pires Pimentel e a R. Dona Carolina, que, junto com a Av. Dom Pedro I, exercem a função de delimitação do território e concentram o principal tráfego.

O eixo histórico é formado pelas ruas Dr. Cândido Rodrigues (Figura 22), Coronel Leme (Figura 23), Coronel Osório e Coronel Assis Gonçalves e Santa Clara, além das Praças Dom José Maurício Assis, Raul Leme e Jacinto Domingues.

Figura 22 – Trânsito local no cruzamento das ruas Antônio Cruz e Dr. Cândido Rodrigues, Centro Histórico



Fonte: Trabalho de campo.

¹⁴ O registro foi feito com base em dados do aplicativo Waze, extraídos em algumas datas e horários diferentes.

¹⁵ Tais resultados, contudo, não podem ser utilizados para subsidiar um Plano Municipal de Mobilidade, para o qual deve ser adotada uma metodologia específica.

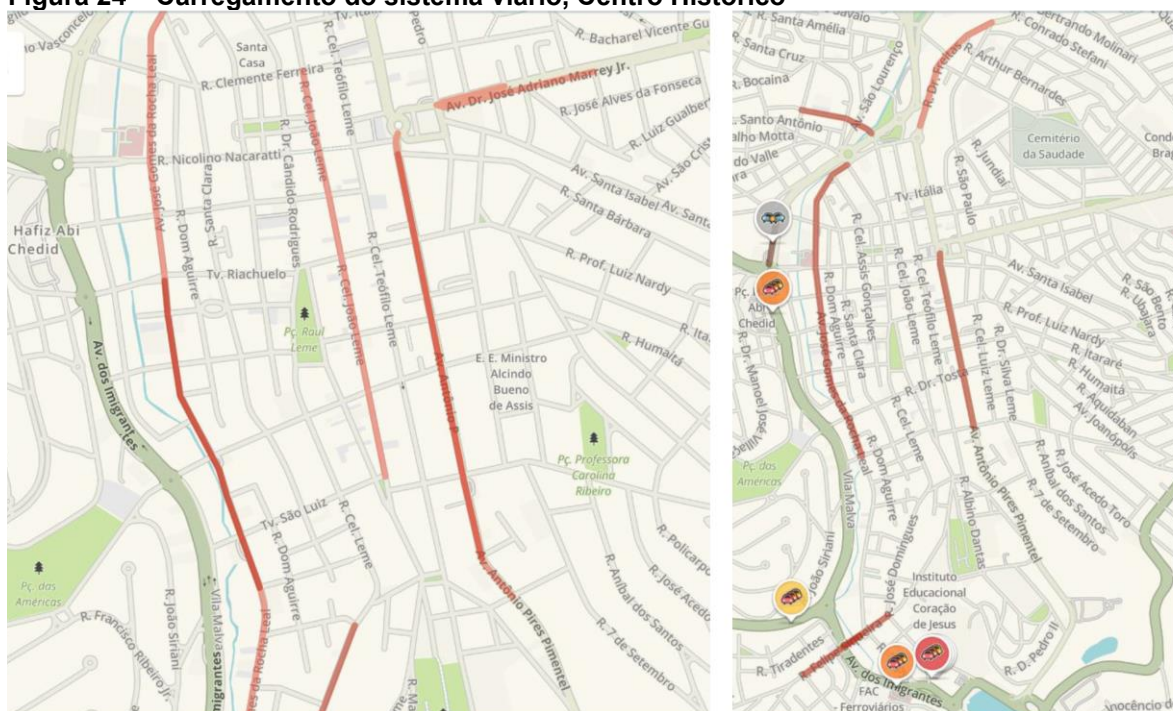
Figura 23 – Trânsito local na Rua Dr. Tosta, Centro Histórico



Fonte: Trabalho de campo.

Conforme ilustra a Figura 24, o carregamento das vias que delimitam o Centro Histórico apresenta trânsito moderado, com variações de velocidade média entre 3 km/h e 6 km/h em horários de pico. As vias principais próximas ao Centro Histórico, como a Avenida dos Imigrantes, apresentam alguns momentos de tráfego intenso e engarrafamentos/ trânsito parado.

Figura 24 – Carregamento do sistema viário, Centro Histórico



Fonte: Waze, 2017.

Nota: A figura à esquerda foi registrada às 16:20 de 18/05/2017 e a figura à direita, às 18:10 de 24/05/2017.

A Figura 25 apresenta um mapa esquemático dos fluxos de automóveis para o Centro Histórico.

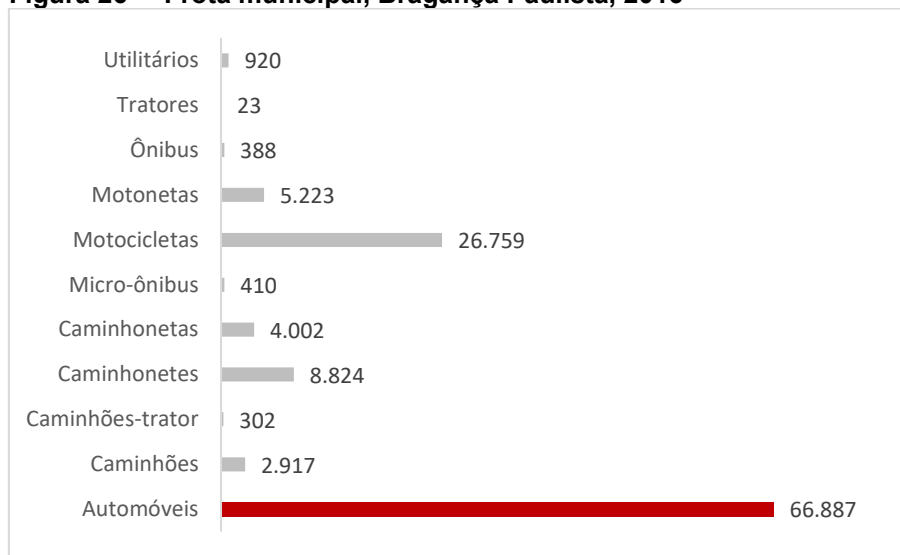
Figura 25 – Sistema viário existente e seus fluxos



Fonte: Elaboração própria, 2017.

Quanto aos meios de transporte utilizados em Bragança Paulista, o automóvel individual é a principal alternativa no município, em consonância com a maioria das cidades brasileiras. A Figura 26 mostra a frota municipal – o dado não está disponível desagregado por bairro ou setor censitário, impossibilitando o recorte específico do Centro Histórico, porém, evidencia a predominância do automóvel individual como principal forma de deslocamento.

Figura 26 – Frota municipal, Bragança Paulista, 2016



Fonte: Departamento Nacional de Trânsito (DENATRAN), 2016.

A Política Nacional de Mobilidade Urbana, definida pela Lei 12.587/12, conhecida como Lei da Mobilidade Urbana, estabelece que as cidades devem priorizar as modalidades de transportes não motorizados. Para as necessidades de deslocamento de turistas no Centro Histórico de Bragança Paulista, essa diretriz é fundamental, pois o deslocamento a pé, quando realizado com conforto e segurança, proporciona melhores condições para o turista usufruir do espaço público e sua relação com o lote, para a contemplação do patrimônio edificado e para aproveitamento do comércio local.

O transporte público disponível atende boa parte da população que trabalha no Centro Histórico e mora em outras regiões do município.

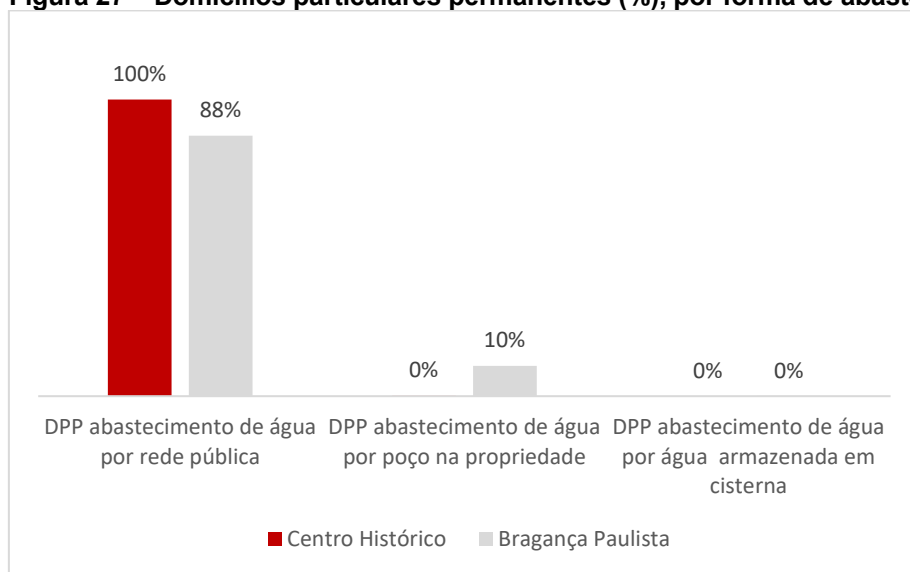
2.3 Infraestrutura básica no Centro Histórico

Este item aborda os aspectos de saneamento básico e serviços gerais presentes no Centro Histórico de Bragança Paulista.

2.3.1 Saneamento básico

O serviço de abastecimento de água e esgotamento sanitário de Bragança Paulista é realizado pela Companhia de Saneamento do Estado de São Paulo (SABESP). Nos 2.155 domicílios contidos nos setores censitários correspondentes ao Centro Histórico (IBGE, 2010), a cobertura da rede pública de abastecimento de água é total, abrangendo todos eles e ficando acima da média municipal, em função das áreas rurais que possuem outras formas de acesso a água potável. Esses dados são apresentados na Figura 27.

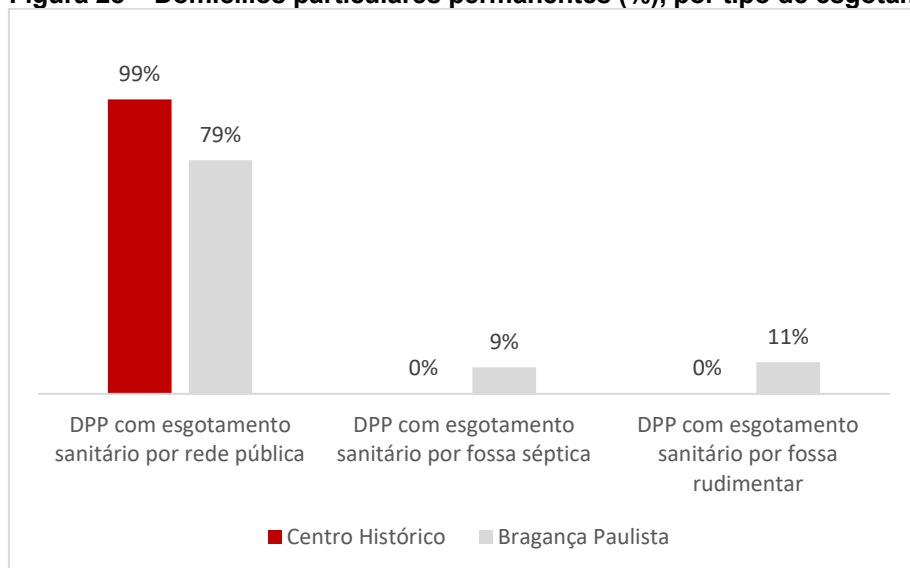
Figura 27 – Domicílios particulares permanentes (%), por forma de abastecimento de água



Fonte: IBGE, 2010.

A coleta e o afastamento do esgoto, conforme demonstrado na Figura 28, apresentam relações semelhantes ao abastecimento de água entre o Centro Histórico e o município, reforçando a característica de território urbanizado e consolidado.

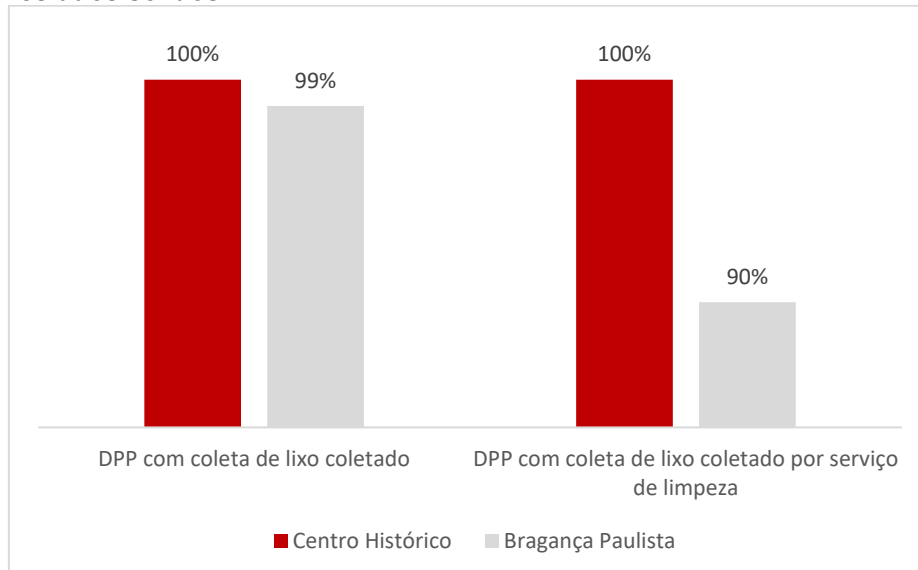
Figura 28 – Domicílios particulares permanentes (%), por tipo de esgotamento sanitário



Fonte: IBGE, 2010.

A gestão dos resíduos sólidos é realizada pela empresa Embralixo, responsável pela coleta de lixo comum e do material reciclável, bem como pelas varrições dos espaços públicos e pelas limpezas de vias onde ocorrem feiras livres. Conforme a Figura 29, a coleta abrange todo o território do Centro Histórico e ocorre, segundo as informações da empresa, às quartas-feiras e aos sábados.

Figura 29 – Domicílios particulares permanentes (%), com serviço público de coleta dos resíduos sólidos



Fonte: IBGE, 2010.

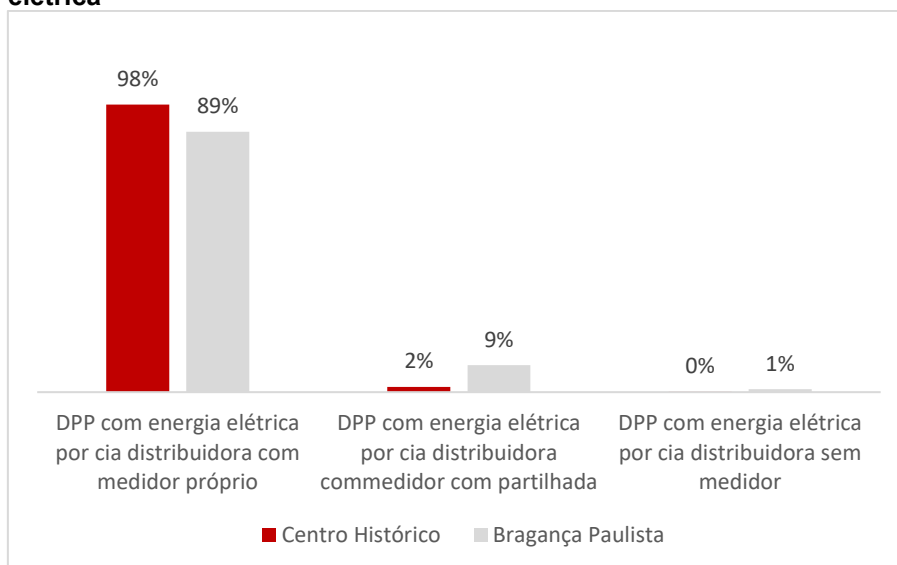
2.3.2 Energia elétrica e iluminação pública

A responsabilidade pelo fornecimento de energia elétrica de Bragança Paulista é da empresa concessionária Energisa, que assumiu em 2011 o controle acionário do Grupo Rede, então detentor das concessões da Elétrica Bragantina S/A.

Segundo o censo demográfico (IBGE, 2010), o Centro Histórico tem 98% dos domicílios particulares permanentes com fornecimento de energia elétrica por rede pública com medidor

próprio e apenas 2% com medidor compartilhado, indicando não haver ligações irregulares de energia elétrica, conforme demonstra a Figura 30.

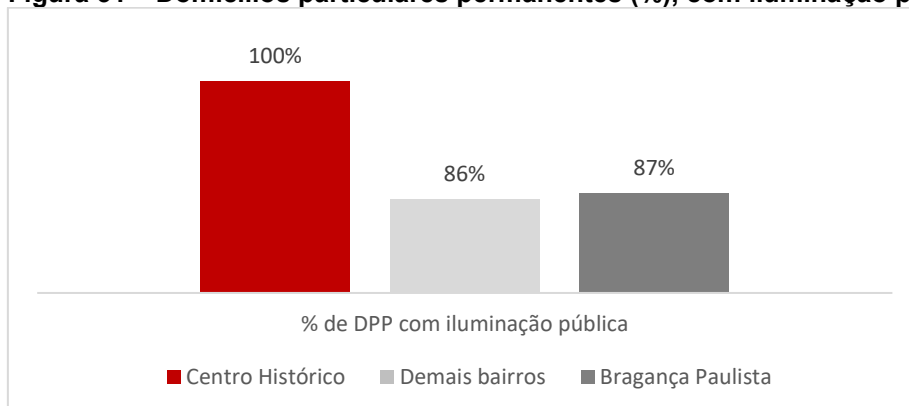
Figura 30 – Domicílios particulares permanentes (%), por tipo de fornecimento de energia elétrica



Fonte: IBGE, 2010.

Segundo dados do entorno dos domicílios do último censo demográfico (IBGE, 2010), o Centro Histórico tem iluminação pública em todos os logradouros, conforme ilustrado na Figura 31.

Figura 31 – Domicílios particulares permanentes (%), com iluminação pública



Fonte: IBGE, 2010.

2.4 Características dos espaços públicos

Para caracterizar os espaços públicos do Centro Histórico de Bragança Paulista, sobretudo as vias de circulação, foram utilizados dados a respeito do entorno dos domicílios, coletados pelo último censo (IBGE, 2010). As informações foram separadas em dois grupos de análise: um referente aos aspectos físicos e de acessibilidade, como a presença de pavimentação, calçamento dos passeios públicos e rampas para cadeirantes; e outro que se refere aos aspectos ambientais, como arborização urbana, elementos de drenagem superficial (meio-fio) e subterrânea (boca-de-lobo) e pontos de acúmulo de lixo.

Os dados referentes aos aspectos físicos, apresentados na Figura 33, indicam que os logradouros – praças, largos e vias públicas – do Centro Histórico contam com pavimentação e calçamento dos passeios públicos em sua totalidade. Vale destacar, porém, no que tange à qualidade, que a maioria se encontra com problemas comuns, também verificados em grande parte das cidades brasileiras, como largura de calçada inadequada, arborização não planejada e pavimentação asfáltica irregular, com remendos e buracos. Algumas vias, em especial as que cortam o eixo histórico, têm leito carroçável muito estreito, bem como suas calçadas (Figura 32), em função do traçado antigo com características das cidades do período Colonial, quando as vias de circulação se formavam a partir dos espaços residuais entre as edificações.

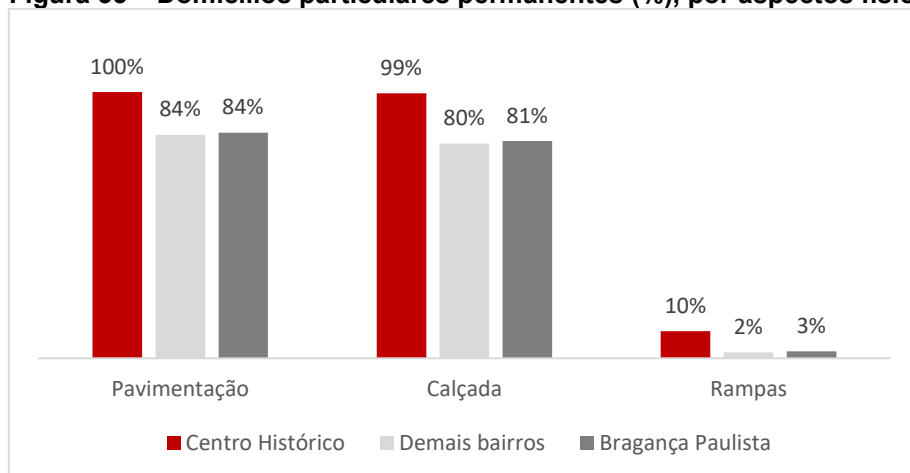
Figura 32 – Passeio público estreito, Centro Histórico



Fonte: Trabalho de campo.

Os dados também demonstram que, em relação à acessibilidade, apenas 10% dos domicílios particulares permanentes possuem rampas para cadeirante próximas. Apesar do indicador não ser bom, o Centro Histórico se apresenta melhor que o panorama municipal, já que os demais bairros têm apenas 2% de domicílios próximos a rampas de acesso nas vias públicas.

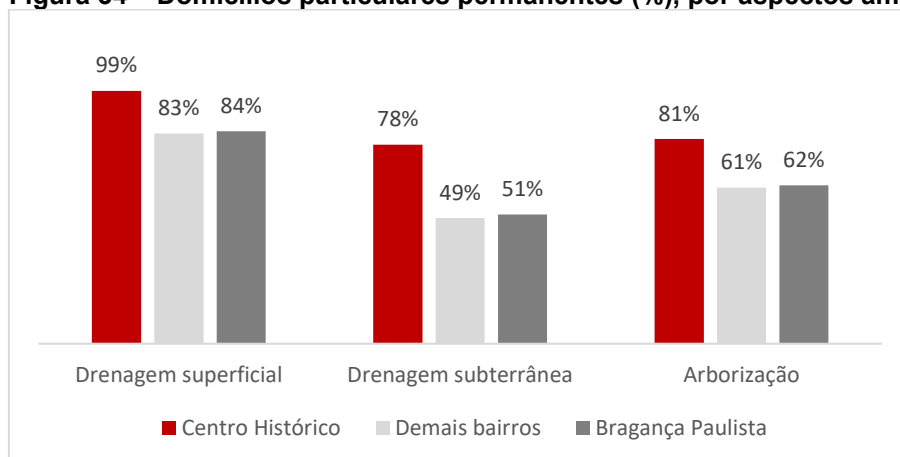
Figura 33 – Domicílios particulares permanentes (%), por aspectos físicos do entorno



Fonte: IBGE, 2010.

Quanto aos aspectos ambientais, os espaços públicos do Centro Histórico também apresentam melhores indicadores que a média municipal, conforme apresentado na Figura 34.

Figura 34 – Domicílios particulares permanentes (%), por aspectos ambientais do entorno



Fonte: IBGE, 2010.

A Figura 35 apresenta a situação atual da arborização do Centro Histórico, conforme levantamento de dados secundários e validação de campo.

Figura 35 – Arborização existente e vias com pouca ou nenhuma arborização



Fonte: Elaboração própria, 2017.

A arborização urbana tem fundamental importância na qualidade ambiental dos espaços públicos, ajudando a regular o microclima, evitando assim a formação de ilhas de calor decorrentes da impermeabilização dos calçamentos. Segundo os dados do IBGE (2010), 81% dos domicílios do Centro Histórico de Bragança Paulista estão localizados em logradouros com arborização. Observa-se, porém, que as árvores de grande porte estão localizadas em praças e espaços mais generosos (Figura 36). Por sua vez, as vias públicas são dotadas de árvores de pequeno porte (arbustos), com poucas folhagens e dispostas nas calçadas (Figura 37 e Figura 38), com ausência de planejamento e condições para seu melhor desenvolvimento.

Figura 36 – Arborização de grande porte presente nas praças, Centro Histórico



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 37 – Ausência de arborização em boa parte das vias, Centro Histórico



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 38 – Arborização de pequeno porte presente em poucas vias, Centro Histórico



Fonte: Trabalho de campo.

A drenagem urbana é um indicador de infraestrutura que está relacionado com a qualidade ambiental dos espaços públicos. Localizado em terreno mais alto, o Centro Histórico possui 99% dos domicílios em vias dotadas de dispositivos de drenagem superficial (meio-fio e sarjeta), por onde escorrem as águas pluviais em direção aos pontos mais baixos. A presença de boca-de-lobo nos logradouros indica a existência de rede subterrânea de drenagem; porém, em função da declividade de boa parte das vias públicas, essa infraestrutura não está presente na totalidade do Centro Histórico, estando disponível para 78% dos domicílios, o que não é, necessariamente, um indicador ruim em termos de susceptibilidade para alagamentos. Nota-se que esse índice também é superior à média municipal, caracterizando, portanto, que as vias e espaços públicos da região central, em especial do Centro Histórico, têm melhor qualidade que as demais regiões e bairros do município.

Outro aspecto importante a ser considerado sobre a qualidade ambiental dos espaços públicos diz respeito aos elementos de poluição visual presentes, seja pelas infraestruturas de serviços públicos como os cabamentos aéreos de energia elétrica ou TV a cabo, seja pelos anúncios publicitários ou indicativos de propriedades comerciais e de serviços, como letreiros, faixas e cartazes. A publicidade informal que usa postes e muros, sem autorização, também é causadora de poluição visual e, conseqüentemente, de descaracterização e degradação do ambiente urbano.

O município de Bragança Paulista possui dois mecanismos de controle visual: a Lei municipal 2.750 de 15 de setembro de 1993, que dispõe sobre o controle da veiculação de anúncios; e a Lei municipal 4.540, de 22 de setembro de 2016, que dispõe sobre a obrigatoriedade das empresas concessionárias de serviços públicos que utilizam a infraestrutura de cabeamento aéreo a retirada dos cabos inutilizados em vias públicas, dentre outras providências. A primeira se refere ao controle visual causado pelos anúncios publicitários e indicativos, sendo até bem restritiva, mas sua aplicação apresenta dificuldades quanto à fiscalização e à penalidade. A segunda se refere à readequação perante as normas técnicas sobre a organização do cabeamento aéreo, mas não se refere às alternativas de soterramento dessa infraestrutura, que necessita também de projetos para modernização.

Figura 39 – Poluição visual causada pelo excesso de cabeamento aéreo



Fonte: Trabalho de campo.

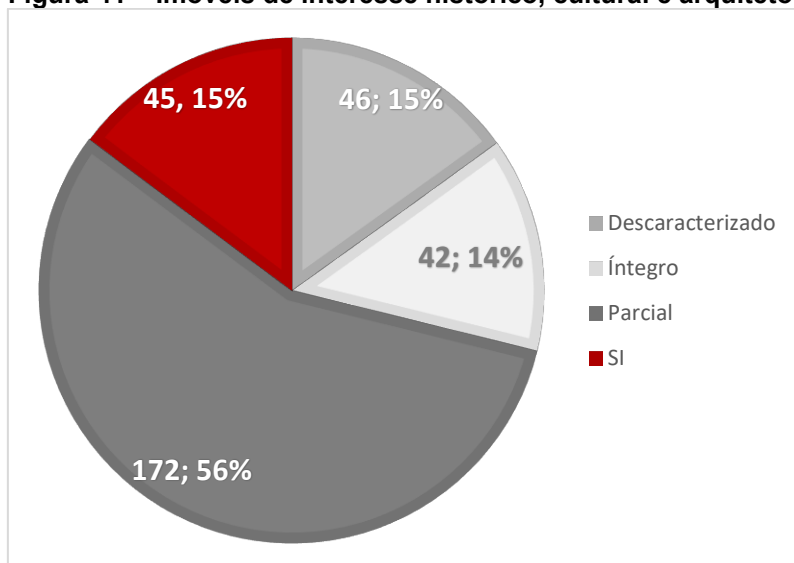
Figura 40 – Poluição visual nas fachadas de conjuntos arquitetônicos



Fonte: Trabalho de campo.

A degradação de fachadas é fator preocupante para o acervo edificado bragantino. Segundo o Inventário Parcial do Patrimônio Arquitetônico (SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO DE BRAGANÇA PAULISTA, 2016a), dos 305 imóveis de interesse histórico, cultural e arquitetônico, 46 estão em estado de degradação e 172 têm comprometimento parcial, o que representa 71% do acervo arquitetônico do Centro Histórico (Figura 41). Parte dessas descaracterizações também são em função das alterações de fachadas.

Figura 41 – Imóveis de interesse histórico, cultural e arquitetônico por grau de integridade



Fonte: CONDEPHAAC, 2016.

2.5 Principais marcos e pontos de referência

Foram identificados edificações e espaços públicos que compõem a paisagem do Centro Histórico e se configuram como pontos de referência e centralidades para o município. Os marcos são apresentados da Figura 42 à Figura 48.

Figura 42 – Grande Hotel Bragança



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 43 – Grupo Escolar Dr. Jorge Tibiriçá



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 44 – Praça Raul Leme



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 45 – Antigo Teatro Carlos Gomes



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 46 – Praça Jacinto Domingues



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 47 – Catedral de Nossa Senhora da Conceição



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 48 – Elementos da morfologia urbana, Centro Histórico



Fonte: Elaboração própria.

2.6 Uso e ocupação do solo e ordenamento territorial

O presente item tem por objetivo apresentar e discorrer sobre a legislação urbanística, tecendo breve análise de como ela se reflete no ordenamento territorial de Bragança Paulista. Identifica suas principais características nesse tema, sobretudo na área urbana, e seus reflexos para o desenvolvimento sustentável com foco nas atividades do turismo.

Segundo o Estatuto da Cidade (BRASIL, 2001), são instrumentos de política urbana o Plano Diretor, as leis de Parcelamento, Uso e Ocupação do Solo, bem como as demais legislações que regem o ordenamento territorial do município.

O Plano Diretor de Bragança Paulista atende aos artigos 130 e 132 da Lei Orgânica do Município (LOM)¹⁶, contidos no Capítulo II – da Política Urbana. A LOM também estabelece como atribuição municipal o fomento e o incentivo ao turismo local como fatores de desenvolvimento social e econômico¹⁷. O Plano Diretor foi aprovado em 2007, portanto está em vias de ser revisado, segundo a recomendação do Estatuto da Cidade.

Cabe destacar alguns trechos do Plano Diretor (BRAGANÇA PAULISTA, 2007) que são pertinentes para o planejamento urbano e o desenvolvimento do turismo – além do art. 84, já mencionado no item 1.4 –, como a definição das políticas e diretrizes, abordadas pelos artigos 5 e 6.

Art. 5 – São políticas do Plano Diretor: (...)

VII - consolidar a posição do município como centro regional, comercial, industrial, agrícola, pecuário, educacional, prestador de serviços, além de buscar incrementar o desenvolvimento do turismo de maneira equilibrada e adequada;

VIII - estimular investimentos na economia municipal, que não incentivem um processo de migração populacional desestruturada;

IX - assegurar estrutura municipal, urbana e rural, adequada ao crescimento demográfico, compatibilizando-a com as necessidades sociais, econômicas, culturais e ambientais;

XII - atingir um padrão mais elevado de funcionalidade e beleza no desenvolvimento do município, valorizando, preservando e restaurando, quando necessário, os aspectos característicos da paisagem local;

XIII - preservar, recuperar e proporcionar a adequada utilização dos mananciais municipais, assim como dos demais recursos naturais;

XIV - proporcionar estrutura viária básica, visando ao benefício da comunidade como um todo, permitindo a circulação rápida, segura e eficiente de pessoas e veículos entre os vários setores do município e sua região de influência; e

¹⁶ A Lei Orgânica do Município

é a lei maior do município. É através dela que os municípios se organizam, e ela está para o município como a Constituição Federal está para a União. A Lei Orgânica é votada em dois turnos, sendo que deve existir entre eles o intervalo mínimo de dez dias. É necessário que seja aprovada por, ao menos, dois terços dos membros da Câmara Municipal (JUSBRASIL, 2017).

No caso de Bragança Paulista, a Lei Orgânica Municipal foi promulgada em 2 de abril de 1990 pelo Poder Constituinte Municipal e complementada ou alterada posteriormente pelas Emendas à Lei Orgânica.

¹⁷ Inciso XXII do artigo 7º, do Capítulo II – da Competência do Município, contido no Título II – da Organização do Município (BRAGANÇA PAULISTA, 1990).

XV - considerar os aspectos regionais e suas influências, especialmente nos territórios de fronteira, e como elementos de importância estratégica para o município, componentes do sistema de fluxo de bens que demandam o Mercosul, provindos de outros estados, especialmente Minas Gerais.

Art. 6 – São diretrizes do Plano Diretor: (...)

IV - diretrizes para o desenvolvimento físico e territorial:

a) adequar o zoneamento urbano, inclusive com a previsão de índices urbanísticos que atendam a uma política de ocupação das áreas em função da densidade populacional, da disponibilidade de infraestrutura adequada e de compatibilidade com o meio ambiente;

b) prever e controlar em todos os setores urbanos as edificações, os equipamentos sociais, a infraestrutura de suporte e o parcelamento do solo, que atendam à densidade populacional prevista, permitindo a implantação das obras e sistemas necessários a uma vida equilibrada e saudável dos habitantes;

c) estimular o cumprimento da função social da propriedade prevista nesta Lei Complementar e em outras que a complementem, assim como o devido aproveitamento de vazios urbanos em locais já densamente ocupados e com infraestrutura disponível e ociosa, nos termos da Constituição Federal;

d) localizar adequadamente as áreas para o desenvolvimento de atividades econômicas;

e) prever a descentralização dos serviços públicos administrativos em áreas estratégicas;

f) planejar adequadamente os núcleos urbanos, as áreas de expansão urbana, os polos de desenvolvimento rural e as áreas rurais, visando ao processo de desenvolvimento integrado do município;

g) preservar e valorizar os aspectos característicos das paisagens natural e edificada, especialmente os bens de valor histórico e cultural;

h) preservar e proteger os rios Jaguari, Jacareí e Atibaia, bem como os principais ribeirões das áreas rural e urbana.

Em se tratando de ordenamento territorial, o Plano Diretor dividiu o território do município em 12 macrozonas como forma de orientar o planejamento urbano, adequando os parâmetros e índices urbanísticos definidos às características físico-ambientais e socioterritoriais. Dessa forma, ficaram estabelecidas pelo artigo 123 as macrozonas descritas a seguir.

- Macrozona Urbana: abrange toda a área urbanizada, sobretudo o Centro Histórico, demais bairros adjacentes e núcleos urbanos de localidades rurais. Sua função é criar condições de requalificação e reordenamento territorial, sobretudo os reordenamentos do tráfego e do transporte público, promover a instalação de equipamentos públicos sociais e fazer cumprir a função social da propriedade urbana, promovendo o adensamento em áreas com capacidade de suporte não saturada, bem como de imóveis subutilizados.
- Macrozona de Expansão Urbana Controlada: destinada a áreas para a expansão da mancha urbana, de forma a disciplinar o crescimento impulsionado pelo mercado imobiliário. Para isso, o município deve incentivar a ocupação pela predominância do uso residencial de média e baixa densidade, com atividades comerciais de apoio. Essa macrozona tem a finalidade de atuar como uma zona de transição entre as áreas não urbanizadas e a ocupação urbana consolidada.

- Macrozona de Contenção da Urbanização: destinada para o uso residencial de baixa densidade e para a criação e preservação de polos de turismo ecológico, como forma de delimitar a expansão da mancha urbana, inibindo o espraiamento periférico, onde geralmente, em função dos preços mais baixos da terra, sofrem com o crescimento desordenado. Essa macrozona tem a característica de preservar as ocupações de baixa densidade existentes e os locais de maior potencial paisagístico, sendo desejável o incentivo para o turismo e lazer que respeitem as baixas densidades locais.
- Macrozona de Expansão Econômica: localizada em áreas próximas aos principais corredores logísticos (rodovias e acessos) com a finalidade de potencializar as atividades de logística e usos não residenciais de apoio.
- Macrozona de Expansão Industrial: para os usos corporativo empresarial e industrial que não geram degradação ambiental.
- Macrozona de Expansão Industrial Especial: semelhante a macrozona mencionada acima com localização em área de mananciais.
- Macrozona de Interesse Social: macrozona com predominância de áreas de vulnerabilidade social e com baixa oferta de moradia para as classes mais baixas.
- Macrozona Rural Urbanizável: segundo o inciso IX do artigo 123 do Plano Diretor, “é aquela destinada à exploração rural, turística e de lazer, em que a ocupação deve ser especialmente planejada, visando:
 - ✓ explorar as potencialidades da região, incentivando o turismo rural;
 - ✓ ao ordenamento e ao direcionamento de áreas urbanizadas localizadas próximas aos núcleos rurais produtivos; e
 - ✓ consolidar a tendência local em ocupação para fins de lazer.”
- Macrozona Rural: destinada para atividades produtivas rurais, desenvolvimento local, sendo permitido polos turísticos e hotéis-fazenda.
- Macrozona de Proteção Ambiental: demarcada em áreas de interesse ambiental e paisagístico na conservação de sua fauna e flora.
- Macrozona de Proteção Permanente: para a preservação de áreas de interesse ambiental com florestas e fauna nativas.

Dessa forma, é possível sintetizar o macrozoneamento definido no Plano Diretor em três grandes grupos com características em comum: de desenvolvimento econômico; de requalificação urbana; e de interesse ambiental, como mostra o Quadro 15. As zonas de maior interesse para o turismo são as que estão no grupo de requalificação urbana (onde está situado o Centro Histórico) e no de interesse ambiental, que merece destaque pelo incentivo às atividades turísticas e de lazer e respeito à morfologia local.

Quadro 15 – Grupamento de macrozonas

Grupos	Macrozonas	Características comuns
Desenvolvimento econômico	Contenção de Urbanização	Incentivo ao uso industrial de médio e grande porte e para o terciário avançado.
	Expansão Econômica	
	Expansão Industrial	
	Expansão Industrial Especial	
Requalificação urbana	Urbana	Áreas de ocupação mais consolidada, que requerem melhorias na qualidade dos espaços públicos e incentivos para usos não residenciais, como o turismo.
	Expansão Urbana	
	Expansão Urbana Controlada	
	Interesse Social	
Interesse ambiental	Rural	Finalidade de proteção ambiental, promovendo ocupações sustentáveis e restrições quanto ao parcelamento, uso e ocupação do solo. O turismo e o lazer são atividades desejadas para esse território.
	Rural Urbanizável	
	Proteção Ambiental	
	Proteção Permanente	

Fonte: Bragança Paulista, 2007.

Em relação à gestão do patrimônio cultural, o Plano Diretor apresenta objetivos e diretrizes gerais e específicos, dispostos nos artigos 42, 43, 44 e 45. Cabe destacar o objetivo geral, do inciso III do artigo 43¹⁸, acerca da recomendação para o município “integrar as políticas de desenvolvimento das atividades turísticas e culturais, buscando ampliar os espaços para a população”.

O Plano Diretor prevê, em seu artigo 46, a elaboração do Plano Municipal de Preservação do Patrimônio Cultural (PMPPC) com as finalidades de estabelecer as responsabilidades dos órgãos e entidades municipais de gestão do patrimônio cultural, bem como suas articulações com as demais esferas (estadual, federal e internacional), incluindo a sociedade civil organizada. Ainda segundo o artigo 46, também é função do PMPPC a criação de mecanismos para o funcionamento da política de preservação do patrimônio cultural, como conferências públicas e fóruns temáticos relacionados ao patrimônio cultural do município. Dentre outras atribuições, o PMPPC deve estipular a área de proteção do entorno dos imóveis tombados, com raio mínimo de 150 metros, visando a formação de corredores de proteção histórico, artístico e cultural, impedindo a fixação de placas publicitárias e demais interferências na paisagem urbana e ambiência local, cabendo a fiscalização e providências ao Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Artístico e Cultural (CONDEPHAC) de Bragança Paulista.

Além do Plano Diretor, a Lei de Parcelamento, Uso e Ocupação do Solo (LPUOS) (BRAGANÇA PAULISTA, 2007b) também é um importante instrumento de regulação do solo urbano e do ordenamento territorial do município, uma vez que detalha as diretrizes específicas para cada parte do município, que é dividido em zonas seguindo seus respectivos parâmetros urbanísticos. Em seu artigo 141, a LPUOS, cria a ZECT com a clara finalidade de promover o desenvolvimento social, econômico e cultural no Centro Histórico, definindo seus parâmetros urbanísticos iguais aos estabelecidos pela Macrozona Urbana no Plano Diretor, mas permitindo maior taxa de ocupação do terreno, o que é mais adequado à morfologia da estrutura fundiária local, que decorre de seu processo de urbanização inicial. O artigo 142 fixa

¹⁸ Contidos na Seção II – Do Patrimônio Cultural, na Subseção I – Dos Objetivos e Diretrizes (BRAGANÇA PAULISTA, 2007).

o gabarito em 8 pavimentos, com taxa de ocupação de 85%. Os trechos em questão são citados a seguir.

SUBSEÇÃO IV

DA ZONA ESPECIAL DO CENTRO TRADICIONAL

Art. 141 Fica criada a Zona Especial do Centro Tradicional, compreendida pelos imóveis situados no perímetro do centro tradicional, delimitado conforme definição do Plano Diretor.

Art. 142 Para a zona criada nesta Subseção, ficam adotados os índices urbanísticos relativos à Macrozona Urbana definidos no Plano Diretor, exceto a taxa de ocupação, que poderá atingir o máximo de 85% (oitenta e cinco por cento), e o gabarito de altura sem limite máximo, desde que obedecidos os parâmetros construtivos e de recuos exigidos.

§ 1º Fica estabelecido o gabarito máximo de 8 (oito) pavimentos acima do nível mais alto do meio-fio das testadas do imóvel com frente para as ruas Coronel João Leme, Coronel Teófilo Leme, Coronel Assis Gonçalves, Santa Clara, Dom Aguirre, Doutor Clemente Ferreira, Nicolino Nacaratti, Antônio da Cruz, Riachuelo, Professor Luiz Nardy, Monsenhor Köhly, Coronel Ladislau Leme, Expedicionário Basílio Zecchin, Doutor Tosta e as travessas Itália, São Luiz, Santa Madalena e Santa Helena, nos limites em que estão inseridas na Zona Especial do Centro Tradicional, conforme regulamentação do Plano Diretor.

§ 2º Para os imóveis situados dentro do perímetro formado pela Rua Dona Carolina, Rua Barão de Juqueri, Rua Doutor Cândido Rodrigues, Praça Raul Leme, Praça José Bonifácio, Rua Coronel Osório, Praça Jacinto Domingues, Rua da Liberdade e Avenida Antônio Pires Pimentel e que façam frente para os referidos logradouros, admite-se, para edificações que sejam destinadas a atividades comerciais e/ou de prestação de serviços, taxa de ocupação de 100% (cem por cento).

Observa-se que a ZECT promove e incentiva o uso comercial e de serviços, não discriminando quais especificamente. Apesar de ser uma região de grande interesse turístico e cultural, a especialização em uma dessas funções não traz o dinamismo desejado para o desenvolvimento socioeconômico e cultural. Cabe ressaltar que o reforço e a valorização da identidade local, por meio de sua história e de seus bens materiais e imateriais, estão associados também aos serviços básicos necessários comuns, não necessariamente relacionados diretamente ao turismo ou a cultura.

3 Inventário turístico

O turismo é uma atividade multissetorial e multissegmentada, cujo desenvolvimento pode contribuir para a expansão econômica de diversos serviços, não só os relacionados diretamente com a demanda, mas também com efeito multiplicador em áreas como construção civil ou sistema bancário e, inclusive, da indústria (têxtil, por exemplo) e da produção de alimentos¹⁹. Desse modo, localidades com configurações de atratividade suficientes, quando bem estruturadas, têm no turismo uma opção de desenvolvimento não excludente, capaz de gerar recursos e contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população local.

O estudo e a análise da oferta turística permitem que o conhecimento a respeito das configurações de atratividade de determinada localidade ou região seja aprofundado. A oferta turística pode ser compreendida como sendo formada por produtos característicos do turismo, produtos conexos ao turismo e produtos específicos do turismo. Os produtos característicos do turismo são aqueles que deixariam de existir em quantidade significativa ou para os quais o nível de consumo seria sensivelmente diminuído em caso de ausência de visitantes – por exemplo, hospedagem. Os produtos conexos são uma categoria residual e incluem produtos que, apesar de identificados como específicos do turismo em alguns casos, nem sempre são assim considerados. O transporte ferroviário urbano de passageiros é um exemplo de um produto conexo ao turismo. Os produtos específicos do turismo abrangem as duas categorias anteriores (IBGE, 2012).

O MTur (2006a) classifica os produtos ofertados em turismo em três componentes: infraestrutura de apoio; serviços e equipamentos; e atrativos. A infraestrutura de apoio é formada por sistemas de transporte, energia elétrica, abastecimento de água e sistema de comunicação, entre outros, e foi tratada no capítulo anterior. Os serviços e equipamentos turísticos são, por exemplo, os meios de hospedagem, serviços de alimentação, agenciamento, entre outros. Os atrativos turísticos são compostos por locais, objetos, eventos, manifestações etc.

No Brasil, os estudos a respeito da oferta turística tiveram início na década de 1960 e tinham o formato de inventários (MTUR, 2006a). Não eram dedicados esforços para análises aprofundadas sobre a oferta, pois a demanda turística é que era considerada como a variável importante. De acordo com Formica (2000), os impactos negativos do turismo em massa, sobretudo ambientais, fizeram com que a atividade passasse a ser compreendida de maneira integral, formada pela origem e destino ou pela demanda e oferta. Assim, sob essa nova perspectiva, metodologias e práticas estatísticas para o estudo da oferta foram desenvolvidas, de forma que as análises trouxessem benefícios maiores à gestão pública e às comunidades do que simplesmente ter um inventário atualizado.

Variáveis importantes que descrevem o perfil da oferta de meios de hospedagem são: a sazonalidade ou o período de funcionamento; o número de unidades habitacionais; o número de leitos; as taxas de ocupação; e a diária média (OMT, 2010). Já o perfil de estabelecimentos de alimentação pode ser definido por variáveis como: número de mesas e assentos; número de refeições servidas; *couvert* médio (OMT, 2010). Dados de serviços e equipamentos turísticos servem também para monitorar os fluxos de turistas. Há uma longa tradição de se obter dados não financeiros com essa finalidade, reforça a Organização Mundial do Turismo:

¹⁹ São 42 os setores econômicos indiretamente envolvidos somente com o setor de hospedagem (FIPE, 2006).

Em recortes regionais mais detalhados, os dados estatísticos de meios de hospedagem são frequentemente a única fonte de informação sobre fluxos turísticos. Para chegar ao fluxo turístico, o número de chegadas e o número de pernites são os indicadores mais usados. Desses dois, os pernites são mais apropriados para refletir o desempenho da indústria hoteleira e o impacto da estadia no local visitado [...].

Ao dividir o número de pernites pelo número de chegadas tem-se a permanência média, que pode ser utilizada como um indicador analítico que oferece informações adicionais sobre o tipo de turismo em uma região (OMT, 2010, p. 53, tradução nossa).

O estudo da oferta de atrativos e recursos é mais complexo do que o estudo de equipamentos e serviços turísticos, pois suas características intrínsecas, como uso e apelo, dificultam a determinação de uma unidade de medida capaz de examinar, avaliar e comparar diferentes atrativos, como lagos e museus.

Por muitas décadas, pesquisadores de turismo buscam encontrar uma forma objetiva e abrangente de analisar, classificar e mensurar as atrações turísticas. [...] O objetivo da maioria dos estudos regionais de atrativos turísticos é achar um processo ou índice que generalize ou compare de alguma forma os atributos individuais (FORMICA, 2000, p. 34, tradução nossa).

No geral, os estudos de atrativos e recursos tendem a se orientar pelos seguintes procedimentos:

- definir a área em estudo: embora quase sempre divisões administrativas do território sejam aplicadas, há o consenso de que atrações turísticas podem extrapolar essas delimitações;
- levantar os atrativos e recursos da área em estudo: pode ser realizado um inventário de todos os atrativos, ou podem ser geradas relações com apenas os mais visitados ou os que atendem a determinado público ou oferecem serviços específicos, a depender do propósito da análise;
- agrupar os atrativos e recursos em categorias: uma das formas mais abrangentes de classificação envolve atrativos naturais (topografia, flora, fauna, lagos, praias, águas minerais, cavernas, cachoeiras, temperatura, precipitação, ventos etc.), culturais (arquitetura, monumentos, museus, festivais de dança e música, competições esportivas etc.), históricos (sítios arqueológicos, ruínas e locais de importância histórica), recreativos (instalações para jogar golfe, andar a cavalo, nadar, pescar, fazer trilha, teatros, discotecas, cinemas, zoológicos etc.) e de compras (lojas de *souvenirs*);
- avaliar e ponderar os atrativos e recursos: todas ou apenas determinadas características dos atrativos podem ser avaliadas de forma objetiva ou subjetiva.

Para este PMT, a área em estudo se restringe ao município de Bragança Paulista.

Os aspectos metodológicos para levantamento dos atrativos e recursos são melhor detalhados no item 3.1 Oferta turística, mas, de modo geral, partiu-se de pesquisas secundárias que delimitaram as pesquisas aprofundadas em campo.

Para a etapa de agrupar atrativos e recursos em categorias, buscou-se seguir a orientação do MTur que recomenda a forma de classificação apresentada no Quadro 16. Todavia, após uma análise preliminar dos atrativos disponíveis, optou-se por unificar os atrativos aos equipamentos turísticos capazes de gerar demanda.

Quadro 16 – Categorias de atrativos turísticos

Categoria	Definição	Exemplos
Atrativos naturais	Elementos da natureza que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxos turísticos.	Montanhas, rios, ilhas, praias, dunas, cavernas, cachoeiras, fauna etc.
Atrativos culturais	Elementos da cultura que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxo turístico. São os bens e valores culturais de natureza material e imaterial produzidos pelo homem e apropriados pelo turismo, da pré-história à época atual, como testemunhos de uma cultura.	Artesanato, gastronomia, museus, festas e celebrações, manifestações artísticas etc.
Atividades econômicas	Atividades produtivas capazes de motivar a visita turística e propiciar a utilização de serviços e equipamentos turísticos.	Fabricação de cristais, agropecuária, extrativismo etc.
Realizações técnicas, científicas e artísticas	Obras, instalações, organizações, atividades de pesquisa de qualquer época que, por suas características, são capazes de motivar o interesse do turista e, com isso, propiciar a utilização de serviços e equipamentos turísticos.	Museus naturais, observatórios, aquários etc.
Eventos programados	Eventos que concentram pessoas para tratar ou debater assuntos de interesse comum e negociar ou expor produtos e serviços; podem ser de natureza comercial, profissional, técnica, científica, cultural, política, religiosa, turística, entre outras, com datas e locais previamente estabelecidos. Esses eventos propiciam a utilização de serviços e equipamentos turísticos.	Feiras, congressos, seminários etc.

Fonte: MTur, 2007, p. 27-28.

A avaliação dos atrativos também foi realizada de acordo com a metodologia proposta pelo MTur (2007), que relaciona sete fatores que influenciam o desenvolvimento positivo da oferta, descritos no Quadro 17.

Quadro 17 – Critérios para hierarquização de recursos e atrativos turísticos

Critérios	Valores			
	0	1	2	3
Potencial de atratividade	Nenhum	Baixo	Médio	Alto
Representatividade	Nenhuma	Elemento bastante comum	Pequeno grupo de elementos similares	Elemento singular, raro
Grau de uso atual	Fluxo turístico insignificante	Pequeno fluxo	Média intensidade de fluxo	Grande fluxo
Apoio local e comunitário	Nenhum	Apoiado por pequena parte da comunidade	Apoio razoável	Apoiado por grande parte da comunidade
Estado de conservação	Estado de conservação péssimo	Estado de conservação regular	Bom estado de conservação	Ótimo estado de conservação

Critérios	Valores			
	0	1	2	3
Infraestrutura	Inexistente	Existente, porém em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções/melhorias	Existente e em ótimas condições
Acesso	Inexistente	Em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções/melhorias	Em ótimas condições

Fonte: MTur, 2007, p. 47-48.

Os critérios de atratividade e representatividade potenciais “devem receber a pontuação em dobro, ou seja, ter peso dois por serem mais significativos em comparação com os demais” (MTUR, 2007, p. 48). Assim, a hierarquização dos recursos e atrativos resulta da soma dos valores obtidos em todos os critérios, considerando seus devidos pesos, como exemplifica o Quadro 18.

Quadro 18 – Exemplo para avaliação e hierarquização de recursos e atrativos turísticos

Critérios e pesos	Atrativo 1	Atrativo 2
Potencial de atratividade (x2)		
Representatividade (x2)		
Grau de uso atual (x1)		
Apoio local e comunitário (x1)		
Estado de conservação (x1)		
Infraestrutura (x1)		
Acesso (x1)		
Total		

Fonte: MTur, 2007, p. 49.

Formica (2000) afirma que, embora a ênfase no estudo da oferta seja importante, é preciso ressaltar que todas as suas características são consideradas turísticas a medida em que preenchem necessidades, desejos ou interesses de turistas. Assim, o estudo da demanda também é importante. De acordo com Oppermann (1994), as análises de demanda geralmente são usadas para indicar a atratividade de um destino: locais que recebem maior fluxo turístico, ou nos quais os gastos turísticos são mais altos, têm mais atratividade. Contudo, diversos outros pesquisadores (CHA e UYSAL, 1994; FORMICA e OLSEN, 1998; JUROWSKI e OLSEN, 1995) ressaltam que variáveis externas ao destino, como recessão econômica, interferem nos fluxos de visitação de um local ou atrativo, independentemente de sua atratividade.

Os principais indicadores avaliados em análises de demanda são: número de chegadas; gastos com turismo; permanência média; intenção de viagem; e preferências dos turistas (FORMICA, 2000). A OMT (2010, p. 23) ressalta que os turistas “estão no centro das pesquisas em turismo” e algumas das informações que também podem ser pesquisadas são: características pessoais (gênero, idade, ocupação, renda domiciliar ou individual, educação) e características da viagem (motivo, duração, procedência, meio de transporte, tipo de acomodação).

A forma mais fácil de conectar as características da demanda às da oferta é por meio do motivo da viagem ou tipo de turismo. “As características da oferta é que determinam a imagem e identidade do produto e, conseqüentemente, o perfil do turista que poderá consumi-lo”. (MTUR, 2010a, p. 59). No Brasil, os segmentos turísticos definidos como prioritários são (MTUR, 2006a): turismo cultural, ecoturismo, turismo de estudos e intercâmbio, turismo rural,

turismo náutico, turismo de esportes, turismo de aventura, turismo de negócios e eventos, turismo de pesca, turismo de sol e praia, turismo de saúde, e turismo social. Pela OMT (2010), os motivos de viagens podem ser pessoal (férias, lazer e recreação, visita a amigos e parentes, educação e treinamento, saúde e cuidado médico, religião, compras, passagem/em trânsito) ou profissional.

Para efeitos deste PMT, o motivo de viagem pessoal será o foco das análises de demanda, pela sua característica discricionária, feita no tempo livre e, portanto, cujo principal impulsionador é o desejo dos indivíduos de estar temporariamente em um lugar. A análise da demanda é apresentada no item 3.2.

3.1 Oferta turística

A análise da oferta turística de recursos e atrativos envolveu informações de fontes primárias e secundárias, qualificando os que eram relevantes em função dos segmentos que atendem e em relação a seus pontos fortes e fracos para uso turístico. A avaliação considerou aspectos relacionados à qualidade dos recursos/ atrativos e sua capacidade de atendimento em relação ao fluxo e perfil de turistas. Também o levantamento e a avaliação de equipamentos e serviços turísticos oferecidos em Bragança Paulista envolveram fontes secundárias e trabalho de campo e consideraram meios de hospedagem, estabelecimentos de alimentação, pontos de venda de artesanato, agências de turismo e outros.

As pesquisas secundárias de recursos e atrativos foram feitas em documentos, publicações e estudos sobre a oferta turística que já tinham sido desenvolvidos pelos diversos organismos públicos, privados ou do terceiro setor na região, como Sabores de Bragança, Associação Comercial Empresarial Bragança Paulista, Câmara dos Dirigentes Lojistas e Sindicato do Comércio Patronal. O objetivo era identificar na oferta os recursos ou atrativos turísticos que Bragança Paulista pode desenvolver ou já desenvolve, bem como conhecer as iniciativas realizadas no passado em prol do desenvolvimento turístico. Em relação a equipamentos e serviços, as pesquisas iniciais de meios de hospedagem e estabelecimentos de alimentação buscaram fontes como o Cadastur (MTur) e guias especializados, por exemplo o Guia 4 Rodas, além de *sítes*, *blogs* e redes sociais.

Após a análise crítica dos documentos e informações levantados em fontes secundárias, foi planejado e desenvolvido o trabalho de campo, usando formulários estruturados para coleta de dados (Apêndice A) e equipamentos como GPS e câmeras fotográficas para registro de informações e imagens. Foram feitas visitas a recursos, atrativos e equipamentos considerados relevantes, com o objetivo de confirmar dados, apurar informações e complementá-las. Em campo, além disso, foram realizadas entrevistas e reuniões com gestores públicos, lideranças e atores-chave do turismo nos cinco municípios.

Este item se subdivide em atrativos e recursos turísticos – considerados os naturais, culturais, atividades econômicas, realizações técnicas, científicas e artísticas e eventos –, equipamentos – meios de hospedagem e estabelecimentos de alimentação – e serviços – englobando comércio diferenciado, agências de turismo e casas de câmbio.

3.1.1 Atrativos e recursos

Este estudo faz uma distinção entre recursos e atrativos, entendendo o último como o patrimônio natural ou cultural já consolidado como produto turístico, ou seja, já servido de infraestrutura e/ou suporte (mesmo que mínimos) para visitação ou consumo por turistas; e entendendo recursos turísticos como patrimônio material ou imaterial com potencial de virar um atrativo, mas que ainda não é suficientemente tratado como tal.

Desse modo, são apresentados atrativos naturais e culturais e, em seguida, recursos turísticos. Além disso, este item também apresenta atividades econômicas, realizações técnicas, científicas e artísticas e, por fim, eventos relevantes para o turismo.

3.1.1.1 Atrativos naturais

· Centro Náutico Russolândia

Situado na Represa Jaguari, e por esse motivo aqui classificado como atrativo natural, o Centro Náutico Russolândia (Figura 49) conta com infraestrutura de lazer que inclui bar, lanchonete, restaurante, piscinas frias e aquecidas, sauna, toboágua, salão de jogos, campos para atividades desportivas, garagem náutica, píer, quiosques com churrasqueira e estacionamento privativo.

Figura 49 – Centro Náutico Russolândia (a)



Fonte: Centro Náutico Russolândia, 2017.

O restaurante do empreendimento (Figura 50) tem capacidade para atender até 50 pessoas simultaneamente e o bar da piscina também dá suporte aos visitantes, oferecendo porções, lanches e bebidas, com vista para a represa.

Figura 50 – Centro Náutico Russolândia (c)



Fonte: Centro Náutico Russolândia, 2017.

As opções de hospedagem são comercializadas somente por contrato anual de aluguel e totalizam 17 unidades. Os apartamentos oferecem cama de casal, beliche, armário, TV, frigobar e ventilador. Os chalés (Figura 51) têm estilo suíço, com dois quartos, banheiro, cozinha, sala e copa. Já os *flats* contam com quarto, banheiro e uma cozinha com churrasqueira e forno de pizza, sendo preparados para acomodar um casal.

Figura 51 – Centro Náutico Russolândia (b)



Fonte: Centro Náutico Russolândia, 2017.

Além dos clientes que são mensalistas, o empreendimento também recebe visitantes que passam o dia, mediante pagamento do ingresso de 40,00 reais por pessoa, que permite usar toda a infraestrutura do centro náutico. Também é possível nadar na represa ou contratar

passeio de barco. No verão, a média diária de visitantes, entre diaristas e mensalistas, é de 100 pessoas. A grande maioria é campineira e paulistana.

O Quadro 19 apresenta as informações gerais do Centro Náutico Russolândia e o Quadro 20, sua análise técnica.

Quadro 19 – Informações gerais, Centro Náutico Russolândia

Endereço	Rodovia Padre Aldo Bollini, km 74,5
Telefone	(11) 99617-0213, (11) 99991-6989
Site	www.russolandia.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pages/Clube-Nautico-Russolandia/148553085271525?fref=ts
E-mail	kal@russolandia.com.br
Horários de funcionamento	Sábado, domingo e feriado, das 9:00 às 17:00. Durante o horário de verão, das 10:00 às 18:00.

Quadro 20 – Análise técnica, Centro Náutico Russolândia

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	3	Alto
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	2	Apoio razoável
Estado de conservação	3	Ótimo
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias

· *Conexão Equestre*

Localizado no bairro rural Guaripocaba, o centro hípico Conexão Equestre afirma ter como objetivo promover o desenvolvimento integral e o bem-estar das pessoas por meio da prática dos esportes equestres. Oferece aulas de equitação, hospedagem de cavalos, doma, treinamento e reabilitação, cursos, passeios e vivências. Eventualmente, o empreendimento oferece passeios a cavalo para pequenos grupos de visitantes no entorno da propriedade e sedia eventos equestres, que atraem visitantes de outros municípios.

O centro hípico conta com espaço para reuniões e pequenos eventos, como treinamentos e oficinas (Figura 52). O Quadro 21 mostra as informações de contato do empreendimento.

Quadro 21 – Informações gerais, Conexão Equestre

Endereço	Estrada Municipal Francisca de Oliveira Assis, 1.000
Telefone	(11) 97158-2612, (11) 98274-3380
Site	www.conexaoequestre.com.br/
Facebook	https://www.facebook.com/conexao.equestre/
E-mail	Contato@conexaoequestre.com.br
Horários de funcionamento	Sob agendamento.

Quadro 22 – Análise técnica, Conexão Equestre

Crítérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	3	Alto
Grau de uso atual	1	Pequeno fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	3	Apoiado por grande parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias

Figura 52 – Conexão Equestre



Fonte: Trabalho de campo.

· *Fazenda Serrinha*

Instalada em área de 120 hectares, a Fazenda Serrinha (Figura 53) está sob o comando da mesma família há mais de três décadas. No início desse período, a fazenda estava voltada para a produção agropecuária e, há cerca de 20 anos, os proprietários iniciaram trabalho de reflorestamento e hoje a fazenda é uma reserva particular do patrimônio natural (RPPN). O empreendimento tem proposta muito diferenciada, pelo conceito de sustentabilidade ambiental e pelo grande foco nas artes. Além disso, preza pela inclusão social, oferecendo diversas iniciativas para as comunidades do entorno.

A propriedade fica a 12 km do centro de Bragança Paulista, conta com lago, áreas verdes, trilhas para caminhada e ciclismo e mirantes, de onde se pode avistar a Represa Jaguari. O empreendimento conta com parede para escalada, restaurante rural (Figura 54) e pousada. Não é cobrado ingresso do visitante. O restaurante, que tem capacidade para até 30 pessoas, e a pousada, composta por cinco suítes (uma casa para dez pessoas e outra para oito), só atende grupos mediante agendamento.

A atuação da Fazenda Serrinha como fomentadora da produção artística se dá pelas oficinas para capacitação nas mais diversas modalidades artísticas (teatro, música, cerâmica, artes plásticas etc.) que ocorrem no ateliê do empreendimento e por sediar anualmente o Festival

Arte Serrinha, que acontece em julho e conta com a participação de cerca de 5.000 pessoas, entre artistas, professores de diversas modalidades de arte e visitantes. No Festival, há oficinas de arte, apresentação de *shows* de música, teatrais, dança, *performances* etc.

Figura 53 – Fazenda Serrinha (a)



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 54 – Fazenda Serrinha (b)



Fonte: Trabalho de campo.

Obras de arte doadas por artistas famosos e peças de arte resultantes das oficinas oferecidas na Fazenda Serrinha estão expostas na propriedade, conforme Figura 55.

Figura 55 – Fazenda Serrinha (c)



Fonte: Trabalho de campo.

No local, há ainda uma oca que foi construída pelos índios do Xingu (Figura 56 e Figura 57), onde acontecem pequenos eventos.

Figura 56 – Fazenda Serrinha (d)



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 57 – Fazenda Serrinha (e)



Fonte: Trabalho de campo.

Os gestores da Fazenda Serrinha também atuam com diversos projetos de responsabilidade social, como capacitação da comunidade local para produção artística e receptivo de alunos de escolas públicas e particulares, com visita monitorada com foco na preservação ambiental.

As informações gerais da Fazenda Serrinha estão detalhadas no Quadro 23 e a análise técnica, no Quadro 24. As obras de arte e as atividades oferecidas são bem diferenciadas.

Quadro 23 – Informações gerais, Fazenda Serrinha

Endereço	Estrada Municipal José Vaccari, s/n
Telefone	(11) 99811-0118
Site	www.fazendaserrinha.com.br/
Facebook	https://www.facebook.com/Fazenda-Serrinha-176394019127757/?fref=ts
E-mail	contato.serrinha@gmail.com
Horários de funcionamento	Sob agendamento.

Quadro 24 – Análise técnica, Fazenda Serrinha

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	3	Alto
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	3	Elemento singular, raro
Apoio local e comunitário	3	Apoiado por grande parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias

· *Parque Luiz Gonzaga da Silva Leme (Jardim Público)*

O Parque Luiz Gonzaga da Silva Leme (Figura 58 e Figura 59) está situado no centro da cidade e é público, administrado pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente.

Figura 58 – Jardim Público (a)



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 59 – Jardim Público (b)



Fonte: Trabalho de campo.

Popularmente conhecido como Jardim Público, compreende uma grande área de lazer, árvores centenárias, calçada para caminhada, *playground*, sanitários, coreto, palco para apresentações, bancos para descanso e estacionamento. Conta também com área para

educação ambiental de escolares, horta e modelo de cisterna, além do Museu de História Natural (Figura 60), aberto mediante agendamento.

Figura 60 – Jardim Público (c)



Fonte: Trabalho de campo.

É uma importante área de lazer para os moradores, além de ponto de visitação de turistas. Não têm, no entanto, características singulares suficientes para atrair fluxos turísticos. Pode compor roteiros ecológicos e de bem-estar. O Quadro 25 e o Quadro 26 apresentam, respectivamente, as informações gerais do Jardim Público e sua análise técnica.

Quadro 25 – Informações gerais, Jardim Público

Endereço	Rua Albino Dantas, s/n
Telefone	(11) 4034-6780
Site	www.braganca.sp.gov.br/v2/secretarias/meio-ambiente/
Facebook	-
E-mail	www.facebook.com/pages/Prefeitura-Municipal-de-Braganca-Paulista/112387762180546?fref=ts
Horários de funcionamento	Diariamente, das 7:00 às 18:00.

Quadro 26 – Análise técnica, Parque Luiz Gonzaga da Silva Leme (Jardim Público)

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	2	Médio
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	1	Elemento bastante comum
Apoio local e comunitário	3	Apoiado por grande parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	3	Em ótimas condições

· *Lago do Orfeu*

O Lago do Orfeu (Figura 61) está localizado no Bairro Jardim Europa e conta com calçada em alguns trechos, que serve para caminhadas. Trata-se de mais uma área verde para lazer da população local.

Figura 61 – Lago do Orfeu



Fonte: G1, 2015.

O Quadro 27 apresenta as informações gerais do Lago do Orfeu e o Quadro 28, a análise técnica.

Quadro 27 – Informações gerais, Lago do Orfeu

Endereço	Avenida Europa, 1163
Telefone	(11) 4034-6780
Site	www.braganca.sp.gov.br/
Facebook	https://www.facebook.com/pages/Prefeitura-Municipal-de-Braganca-C3%A7a-Paulista/112387762180546
E-mail	meioambiente@braganca.sp.gov.br
Horários de funcionamento	24 horas.

Quadro 28 – Análise técnica, Lago do Orfeu

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	1	Baixo
Grau de uso atual	1	Pequeno fluxo
Representatividade	1	Elemento bastante comum
Apoio local e comunitário	1	Apoiado por pequena parte da comunidade
Estado de conservação	1	Regular
Infraestrutura	1	Existente, porém em estado precário
Acesso	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias

· *Lago do Taboão*

O Lago do Taboão (Figura 62) é a atração mais conhecida em Bragança Paulista, que recebe não só turistas, mas principalmente bragantinos, como área de contato com a natureza e convívio familiar. Construído artificialmente, é considerado o cartão postal de Bragança Paulista e faz parte da paisagem da cidade.

Figura 62 – Lago do Taboão (a)



Fonte: Trabalho de campo.

Sua infraestrutura conta com anfiteatro aberto, árvores e jardins, *playground* e bancos para observação (Figura 63 e Figura 64).

Figura 63 – Lago do Taboão (b)



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 64 – Lago do Taboão (c)



Fonte: Trabalho de campo.

O entorno é usado como ponto de encontro e de alimentação nos diversos bares, restaurantes, sorveterias e cafés. É nessa área que acontece a Feira de Produtos Orgânicos (aos sábados) e a Feira de Artesanato (aos domingos), conforme mostra a Figura 65. Também há frequentadores que praticam esportes, como caminhada, corrida e ciclismo, na pista de três quilômetros.

Figura 65 – Lago do Taboão (d)



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 29 apresenta as informações gerais do Lago do Taboão e o Quadro 30, a análise técnica.

Quadro 29 – Informações gerais, Lago do Taboão

Endereço	Avenida Dom Pedro
Telefone	(11) 4034-6780
Site	www.braganca.sp.gov.br/
Facebook	www.facebook.com/pages/Lago-Do-Taboao/345972545534597?fref=ts
E-mail	meioambiente@braganca.sp.gov.br
Horários de funcionamento	24 horas.

Quadro 30 – Análise técnica, Lago do Taboão

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	2	Médio
Grau de uso atual	3	Grande fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	3	Apoiado por grande parte da comunidade
Estado de conservação	3	Ótimo
Infraestrutura	3	Existente e em ótimas condições
Acesso	3	Em ótimas condições

· *Marina Confiança*

Fundada há 32 anos, a Marina Confiança (Figura 67) se localiza na Represa Jaguari e é um empreendimento de lazer bastante completo, com diversas opções recreativas e esportivas voltadas para o segmento de turismo náutico e capacidade para atender até 500 pessoas por dia. Grande parte dos seus clientes visita o local com frequência, uma vez que há serviços de garagem e manutenção de barcos e estrutura de lazer, composta por três piscinas (duas climatizadas), toboágua, academia, sauna, churrasqueiras, quadra de tênis, salão de jogos, *home theater* com internet, brinquedoteca, salão de festas e estacionamento (Figura 66).

Figura 66 – Marina Confiança (a)



Fonte: Trabalho de campo.

Gerenciada por três sócios que cuidam de 22 funcionários, a Marina oferece passeios de barco pela represa com duração de uma hora, aproximadamente. Os preços variam de acordo com a embarcação, de 390,00 reais (para cinco pessoas) a 700,00 reais (para 8 pessoas).

Figura 67 – Marina Confiança (c)



Fonte: Trabalho de campo.

As atrações podem ser usufruídas por turistas avulsos, que pagam ingresso de 70,00 reais para passar o dia, ou pelos que se hospedam, já que o complexo compreende 73 chalés (Figura 68), alugados por ano, e 16 apartamentos. A capacidade de acomodação dos chalés varia de quatro a oito pessoas e os apartamentos acomodam até quatro hóspedes cada.

Figura 68 – Marina Confiança (b)



Fonte: Trabalho de campo.

O restaurante (Figura 69) serve *buffet* no sistema por quilo, com *couvert* médio de 30,00 reais, e tem capacidade para atender até 280 pessoas simultaneamente.

Figura 69 – Marina Confiança (d)



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais da Marina Confiança e a análise técnica do empreendimento são apresentadas, respectivamente, no Quadro 31 e no Quadro 32.

Quadro 31 – Informações gerais, Marina Confiança

Endereço	Estrada Municipal José Vaccari, s/n - Serrinha
Telefone	(11) 4217-1684, (11) 99953-1684
Site	www.marinaconfianca.com.br/
Facebook	www.facebook.com/marinaestanciaconfianca/?fref=ts&rf=162114793850332
E-mail	atendimento@marinaconfianca.com.br
Horários de funcionamento	Diariamente, das 8:00 às 18:00.

Quadro 32 – Análise técnica, Marina Confiança

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	3	Alto
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	2	Apoio razoável
Estado de conservação	3	Ótimo
Infraestrutura	3	Existente e em ótimas condições
Acesso	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias

· **MWS Wake Cable Park**

O MWS Cable Park (Figura 70) é um parque aquático localizado a 6 km da cidade, que conta com boa infraestrutura para a prática de *wakeboard* e *wakesurf*, além de *stand up paddle*, *slack line* e cama elástica para treinamento dos atletas.

O empreendimento tem sanitários, churrasqueiras e lanchonete, que oferece alguns pratos, lanches, bebidas e açaí, além de loja, que disponibiliza equipamentos para a prática dos esportes. O restaurante Glass (p. 203) também fica no complexo.

A entrada no parque é gratuita e os preços para a prática das atividades variam de acordo com a modalidade, grau de dificuldade e duração da atividade escolhida pelo cliente. O gasto médio dos visitantes que praticam alguma modalidade de esporte é de 60,00 reais.

Figura 70 – MWS Wake Cable Park



Fonte: Trabalho de campo.

Entre os frequentadores do parque, 70% são moradores de São Paulo, Campinas e Jundiaí. A média de usuários, no período de setembro a maio, é de 15 por dia. Nas férias de janeiro e julho o empreendimento também oferece clínicas de *wakeboard*.

As informações gerais do MWS Wake Cable Park estão no Quadro 33 e a análise técnica do empreendimento, enquanto atrativo turístico, se encontra no Quadro 34. Apesar de não ser interessante para o turista comum, para quem gosta de aventura é um atrativo bem atraente e exclusivo.

Quadro 33 – Informações gerais, MWS Wake Cable Park

Endereço	Rodovia Alkindar Monteiro Junqueira, km 47
Telefone	(11) 97171-6551
Site	www.mwswake.com.br/cable-park.html
Facebook	www.facebook.com/pages/Mws-Cable-Park/880466875341910?fref=ts
E-mail	contato@mwswake.com.br
Horários de funcionamento	Quarta a sexta-feira, das 12:00 às 20:30. Sábado, domingo e feriado, das 10:00 às 20:30.

Quadro 34 – Análise técnica, MWS Wake Cable Park

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	3	Alto
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	3	Elemento singular, raro
Apoio local e comunitário	1	Apoiado por uma pequena parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	3	Existente e em ótimas condições
Acesso	3	Em ótimas condições

· *Parque Natural Municipal Lago dos Padres*

Inaugurado no final de 2016, o Parque Natural Municipal Lago dos Padres (Figura 71) é uma unidade de conservação ambiental de proteção integral²⁰ que ocupa área equivalente a 2,2 hectares. Está em área de fácil acesso e em ótimas condições de conservação. Trata-se de um atrativo turístico interessante para compor roteiros ecológicos, pedagógicos e de bem-estar.

Figura 71 – Parque Natural Municipal Lago dos Padres (a)



Fonte: Trabalho de campo.

“O Lago dos Padres é um dos três afluentes de grande importância para a preservação do Lago do Taboão” (BRAGANÇA PAULISTA, 2016b), portanto essencial para a conservação da mata nativa e dos recursos hídricos. A proposta do parque é conciliar a conservação do meio ambiente, preservar o ecossistema e propiciar atividades de lazer, pesca esportiva, educação ambiental e ecoturismo.

²⁰ As unidades de conservação de proteção integral têm como objetivo principal a proteção da natureza, por isso têm regras de uso mais restritivas, porém é permitido o uso indireto de recursos naturais, como recreação em contato com a natureza, turismo ecológico e interpretação ambiental (MMA, 2017).

O parque dispõe de estacionamento, trilhas de fácil percurso, áreas de descanso e convivência, ponte, *deck* (Figura 72), bancos e áreas de convivência. Fica aberto permanentemente e a entrada é gratuita. Há placas informativas para o visitante, indicando as atividades e ações que não são permitidas no local.

Figura 72 – Parque Natural Municipal Lago dos Padres (b)



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 35 apresenta as informações gerais do Parque Natural Municipal Lago dos Padres e o Quadro 36 traz a análise técnica desse atrativo turístico.

Quadro 35 – Informações gerais, Parque Natural Municipal Lago dos Padres

Endereço	Avenida Tancredo Neves, 914
Telefone	(11) 4034-6780, (11) 4034-6797
Site	www.braganca.sp.gov.br/v2/secretarias/meio-ambiente/
Facebook	www.facebook.com/pages/Parque-Natural-Municipal-Lago-Dos-Padres/557927601060869
E-mail	meioambiente@braganca.sp.gov.br
Horários de funcionamento	24 horas.

Quadro 36 – Análise técnica, Parque Natural Municipal Lago dos Padres

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	2	Médio
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	2	Apoio razoável
Estado de conservação	3	Ótimo
Infraestrutura	3	Existente e em ótimas condições
Acesso	3	Em ótimas condições

· *ARIE Bosque das Araucárias e Parque Natural Municipal Petronilla Markowicz*

A Área de Relevante Interesse Ecológico (ARIE) Bosque das Araucárias (Figura 73 e Figura 74) foi inaugurada pela Prefeitura Municipal, por meio da Secretaria do Meio Ambiente, no final de 2016; possui área aproximada de 60 hectares e terá trilha para caminhada e para prática de *mountain bike* de quatro quilômetros. Trata-se de uma reserva natural no entorno do Parque Ecológico Petronilla Markowicz, sendo que a área dos dois se sobrepõem. A ARIE e o Parque visam proteger e preservar a fauna e flora nativas, fomentar o turismo ecológico e a prática de esportes em meio a natureza.

Figura 73 – ARIE Bosque das Araucárias e Parque Natural Municipal Petronilla Markowicz



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 74 – ARIE Bosque das Araucárias



Fonte: Bragança Jornal Diário, 2016a.

O parque está localizado próximo à entrada principal da cidade, tem acesso fácil e compreende grande área verde. Pode ser trabalhado para compor roteiros ecológicos, pedagógicos, de bem-estar e esportes de aventura. O Quadro 37 apresenta as informações gerais do local e o Quadro 38 traz a análise técnica desse atrativo turístico.

Quadro 37 – Informações gerais, ARIE Bosque das Araucárias e Parque Natural Municipal Petronilla Markowicz

Endereço	Avenida Dom Pedro I, 2.625
Telefone	(11) 4034-6780 / (11) 4034-6797
Site	www.braganca.sp.gov.br/v2/secretarias/meio-ambiente/
Facebook	www.facebook.com/pages/Parque-Natural-Municipal-Lago-Dos-Padres/557927601060869
E-mail	meioambiente@braganca.sp.gov.br
Horários de funcionamento	Aberto permanentemente.

Quadro 38 – Análise técnica, ARIE Bosque das Araucárias e Parque Natural Municipal Petronilla Markowicz

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	2	Médio
Grau de uso atual	1	Pequeno fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	1	Apoiado por uma pequena parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias

· *Parque Natural Municipal Refúgio das Aves*

O Parque Natural Municipal Refúgio das Aves (Figura 75) foi inaugurado no final de 2016, no bairro Jardim América. É uma unidade de conservação ambiental, com aproximadamente quatro hectares, que conta com pista de caminhada de 900 metros e permite a prática de atividades esportivas e recreação. O parque é mais um atrativo turístico interessante para compor roteiros ecológicos, pedagógicos e de bem-estar.

Figura 75 – Parque Natural Municipal Refúgio das Aves



Fonte: Associação dos Moradores do Jardim América, 2017.

O Quadro 39 apresenta as informações gerais do parque e o Quadro 40, a análise técnica.

Quadro 39 – Informações gerais, Parque Natural Municipal Refúgio das Aves

Endereço	Rua José Mathias Farhat Sobrinho, 285, Jardim América
Telefone	(11) 4034-6780
Site	www.braganca.sp.gov.br/
Facebook	https://www.facebook.com/pages/Parque-Natural-Municipal-Ref%C3%BAgio-Das-Aves/657686217722537
E-mail	meioambiente@braganca.sp.gov.br
Horários de funcionamento	24 horas.

Quadro 40 – Análise técnica, Parque Natural Municipal Refúgio das Aves

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	2	Médio
Grau de uso atual	1	Pequeno fluxo
Representatividade	1	Elemento bastante comum
Apoio local e comunitário	2	Apoio razoável
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias

· *Pesqueiro do Galo*

O Pesqueiro do Galo (Figura 76) está localizado no bairro da Boa Vista dos Silva e conta com lago para pesca esportiva de tambaqui, pacu e tilápias. Também oferece a modalidade de pesca por quilo.

Figura 76 – Pesqueiro do Galo



Fonte: Pesqueiro do Galo (Facebook), 2017.

As informações gerais do empreendimento estão no Quadro 41 e a análise técnica, no Quadro 42.

Quadro 41 – Informações gerais, Pesqueiro do Galo

Endereço	Estrada João Buoso - Sítio Santa Cruz - Bairro da Boa Vista dos Silva
Telefone	(11) 4035-2226
Site	-
Facebook	www.facebook.com/Pesqueiro-do-Galo-175622272548062/
E-mail	giovana_dorigo@hotmail.com
Horários de funcionamento	Quinta-feira a sábado, das 7:30 às 17:30.

Quadro 42 – Análise técnica, Pesqueiro do Galo

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	1	Baixo
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	1	Elemento bastante comum
Apoio local e comunitário	2	Apoio razoável
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias

· *Pesqueiro Santa Rita*

O pesqueiro Santa Rita (Figura 77) oferece pesca esportiva e também por quilo (10,00 reais o quilo da tilápia). Conta com *playground* e restaurante, que funciona para almoços aos sábados, domingos e feriados no sistema de *buffet* (19,00 reais por pessoa).

Figura 77 – Pesqueiro Santa Rita



Fonte: Stano, 2014.

O Quadro 43 traz as informações gerais do empreendimento e o Quadro 44, a análise técnica.

Quadro 43 – Informações gerais, Pesqueiro Santa Rita

Endereço	Rodovia Benevenuto Moreto, km 6,5
Telefone	(11) 4033-2087, (11) 98782-6354
Site	-
Facebook	https://www.facebook.com/pages/Pesqueiro-Santa-Rita/454465011301708
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 7:00 às 17:00.

Quadro 44 – Análise técnica, Pesqueiro Santa Rita

Crítérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	1	Baixo
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	1	Elemento bastante comum
Apoio local e comunitário	2	Apoio razoável
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	3	Em ótimas condições

3.1.1.2 Atrativos culturais

· Catedral de Nossa Senhora da Conceição

A história da Catedral Nossa Senhora da Conceição (Figura 78) se confunde com a da própria cidade, uma vez que Bragança Paulista começou com a instalação da Freguesia de Nossa Senhora da Conceição de Jaguary. A primeira capela foi construída em 1763 e sofreu reformas e ampliações ao longo do tempo e, em 1965, foi demolida. Em 1966, foi construída a igreja atual, que tem estilo barroco moderno. A catedral fica na Praça Raul Leme, no centro de Bragança Paulista, que é arborizada e conta com bancos e jardins (Figura 79).

Figura 78 – Catedral de Nossa Senhora da Conceição



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 79 – Praça Raul Leme



Fonte: Trabalho de campo.

Apesar da importância da igreja para a cidade e seus moradores, a Catedral de Nossa Senhora da Conceição isoladamente não tem potencial para atrair visitantes, mas pode compor roteiros culturais, com demais atrativos turísticos culturais do centro da cidade, além de roteiros religiosos. O Quadro 45 e o Quadro 46 apresentam, respectivamente, as informações gerais da Catedral e sua análise técnica.

Quadro 45 – Informações gerais, Catedral de Nossa Senhora da Conceição

Endereço	Praça Raul Leme, s/n,
Telefone	(11) 2277-2994, (11) 4033-0470
Site	www.catedralbragancapaulista.com.br/
Facebook	www.facebook.com/Par%C3%B3quia-Nossa-Senhora-da-Concei%C3%A7%C3%A3o-S%C3%A9-Catedral-Bragan%C3%A7a-Paulista-1631876517056747/
E-mail	secretariacatedral@catedralbragancapaulista.com.br
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 8:00 às 17:00. Sábado, das 8:00 às 12:00.

Quadro 46 – Análise técnica, Catedral de Nossa Senhora da Conceição

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	1	Baixo
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	3	Apoiado por grande parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	3	Existente e em ótimas condições
Acesso	3	Em ótimas condições

· *Centro Cultural Geraldo Pereira - Matadouro*

O prédio do antigo matadouro atualmente abriga o Centro Cultural Geraldo Pereira (Figura 80), administrado pela Secretaria de Cultura e Turismo de Bragança Paulista. O local é composto por auditório para cerca de 100 pessoas, sala de exposições, salas de oficina, almoxarifado, salas da administração e sanitários.

O espaço abriga exposições artísticas, literárias, saraus, oficinas diversas, palestras e debates, entre outros eventos. Também funciona como sede de projetos culturais, tais como Banda Municipal, Banda Sinfônica Jovem de Bragança Paulista e Orquestra de Violeiros.

Figura 80 – Matadouro



Fonte: Bragança Jornal Diário, 2013.

O Quadro 47 traz as informações gerais do local e o Quadro 48, a análise técnica.

Quadro 47 – Informações gerais, Matadouro

Endereço	Praça Coronel Jacinto Osório, 26
Telefone	(11) 4034-3337
Site	www.braganca.sp.gov.br/v2/secretarias/cultura-turismo/
Facebook	www.facebook.com/centroculturalgeraldopereira/?fref=ts
E-mail	centroculturalgeraldopereira@gmail.com
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 8:00 às 12:00 e das 14:00 às 18:00.

Quadro 48 – Análise técnica, Matadouro

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	1	Baixo
Grau de uso atual	0	Fluxo turístico insignificante
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	1	Apoiado por uma pequena parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	3	Em ótimas condições

· *Estádio Nabi Abi Chedid*

O Estádio Nabi Abi Chedid (Figura 81), conhecido como Estádio Bragantino, foi construído em 1949, mas a inauguração oficial deu-se apenas em janeiro de 1965. Com capacidade para receber cerca de 17.000 pessoas, o local é a sede do Clube Atlético Bragantino.

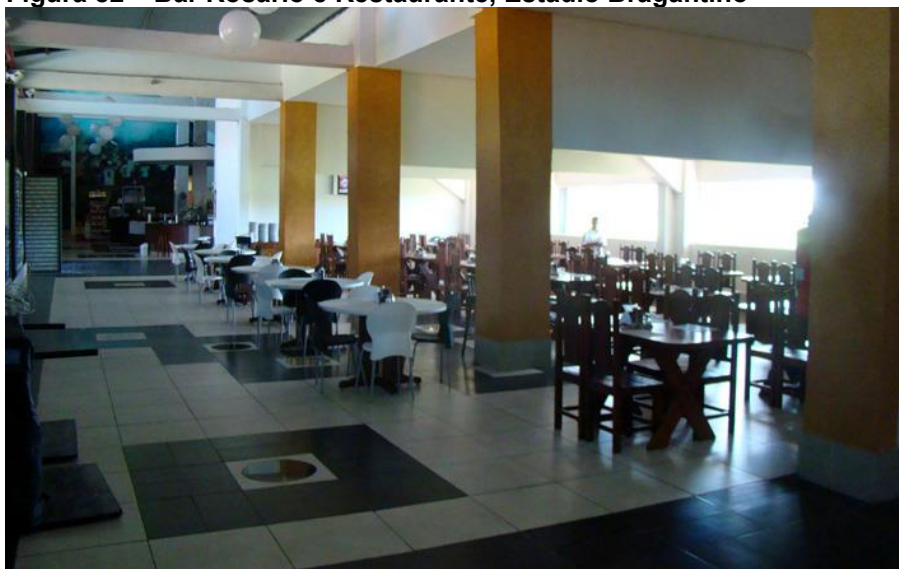
Figura 81 – Estádio Bragantino



Fonte: Bragança Jornal Diário, 2014.

O estádio conta com uma unidade do Bar Rosário e Restaurante (Figura 82), considerado um dos pontos turísticos da cidade – há outros endereços da rede no município, como o listado na p. 263. As instalações do restaurante ficam abaixo das cadeiras cobertas, de onde o torcedor pode assistir à partida e também prestigiar a exposição fotos da história do clube, que mostram a construção do estádio, jogos importantes e fatos referentes à trajetória do time.

Figura 82 – Bar Rosário e Restaurante, Estádio Bragantino



Fonte: Clube Atlético Bragantino, 2017.

As informações gerais do estádio são apresentadas no Quadro 49 e a avaliação técnica, no Quadro 50.

Quadro 49 – Informações gerais, Estádio Nabi Abi Chedid

Endereço	R. Emílio Colela, s/n
Telefone	(11) 4032-8331
Site	http://bragantino.com.br/
Facebook	https://www.facebook.com/bragantino/
E-mail	contato@bragantino.com.br
Horários de funcionamento	Sob consulta

Quadro 50 – Análise técnica, Estádio Nabi Abi Chedid

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	2	Média
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	3	Apoiado por grande parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias

· *Feira do Lago (artesanato)*

A Feira do Lago, como é conhecida a Feira de Artesanato de Bragança Paulista, acontece aos domingos no Centro de Artesanato (Figura 83), ao lado do Lago do Taboão. É coordenada pela Secretaria Municipal de Cultura e Turismo e acontece em local estratégico, não só em função da sua localização, mas também devido à estrutura física existente, que protege expositores e visitantes do sol e da chuva.

Figura 83 – Centro de Artesanato



Fonte: Trabalho de campo.

São 75 *boxes*, espaços destinados aos artesãos. Para participar, os artesãos fazem inscrição e participam do processo seletivo, composto por duas etapas: primeiro uma entrevista com profissional da Secretaria de Cultura e Turismo e, depois, o artesão deve elaborar ou finalizar um produto artesanal na presença desse profissional. Todos os expositores devem seguir o regulamento da Feira do Lago, estipulado pelo Decreto 533 (BRAGANÇA PAULISTA, 2008), que determina cores das barracas, limites de faltas, critérios para sorteio dos espaços, horários para montar e desmontar as barracas, entre outras normas.

Os expositores oferecem grande variedade de artigos, tais como: lembrancinhas, telas e quadros, panos de prato, roupa de cachorro, pintura em tapete e toalhas, bonecas de louça e de pano, bichos de pelúcia, bijuterias, trabalhos em madeira, arame, bambu, cerâmica e palhas. A Figura 84 e a Figura 85 mostram exemplos de artigos oferecidos na feira. Merecem destaque os artigos feitos com bucha, que foram escolhidos para participar do evento Revelando São Paulo, realizado pela Secretaria Estadual de Turismo para apresentar a gastronomia, artesanato, músicas, danças e costumes tradicionais da cultura paulista.

Figura 84 – Feira do Lago, trabalho em tecido



Fonte: Tavares (Facebook), 2017.

Figura 85 – Feira do Lago, trabalho em madeira



Fonte: Marques (Facebook), 2017.

A Feira do Lago é bastante visitada por bragantinos e turistas. Nos feriados, a participação dos visitantes que estão voltando do Circuito das Águas Paulista é expressiva. Outro ponto forte da Feira do Lago é a diversidade de produtos e materiais à venda; os artigos em *medium density fiberwood* (MDF), madeira e cerâmica são diferenciados e chamam atenção dos visitantes. No entanto, não se encontram itens que retratem características locais, ou seja, que tenham afinidade com o município, sua cultura ou paisagem. Há relatos de que diversos turistas buscam lembranças de Bragança Paulista, sem sucesso.

O Quadro 51 traz informações gerais da feira e o Quadro 52, sua análise técnica.

Quadro 51 – Informações gerais, Feira do Lago (artesanato)

Endereço	Rua Alpheu Grimello, s/n
Telefone	(11) 4034-6570
Site	www.braganca.sp.gov.br/newsite/index.php
Facebook	www.facebook.com/culturaeturismobp/?fref=ts
E-mail	cultura@braganca.sp.gov.br
Horários de funcionamento	Domingo, das 10:00 às 17:00.

Quadro 52 – Análise técnica, Feira do Lago (artesanato)

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	2	Médio
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	3	Apoiado por grande parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	3	Existente e em ótimas condições
Acesso	3	Em ótimas condições

· *Igreja Nossa Senhora do Rosário*

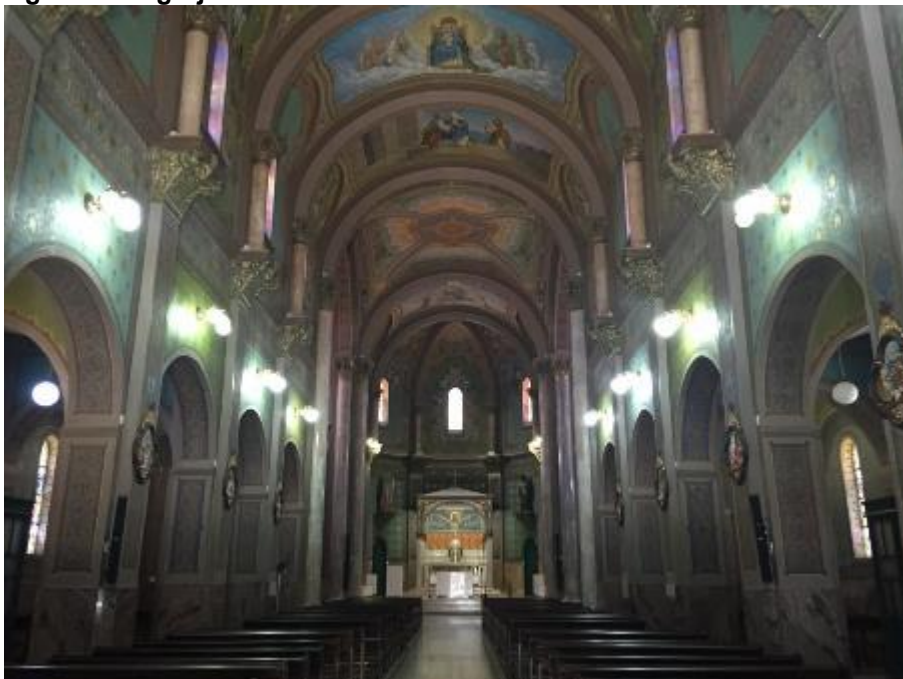
Situada em frente à Praça Princesa Izabel, conhecida como Praça do Rosário (Figura 86), a Igreja Nossa Senhora do Rosário (Figura 87) foi inaugurada na década de 1930, tendo sua primeira missa rezada em 1931. Possui duas torres, com campanário e interior bastante decorado pelo artista Salvador Ligabue. Os altares são revestidos com mármore e têm imagens de santos padroeiros.

Figura 86 – Praça do Rosário



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 87 – Igreja Nossa Senhora do Rosário



Fonte: Trabalho de campo.

A Igreja Nossa Senhora do Rosário é importante para a população bragantina e interessante do ponto de vista turístico devido à sua beleza arquitetônica. Pode compor roteiros culturais, de uma forma geral, e também roteiros religiosos.

As informações gerais da Igreja do Rosário e sua análise técnica estão descritas no Quadro 53 e Quadro 54.

Quadro 53 – Informações gerais, Igreja Nossa Senhora do Rosário e Praça do Rosário

Endereço	Praça Princesa Isabel, s/n
Telefone	(11) 4034-0159
Site	www.diocesedebragancapa.org.br/novo/index.php/parouquias
Facebook	www.facebook.com/pages/Igreja-Nossa-Senhora-Do-Rosario/519890121405701
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 7:00 às 17:00.

Quadro 54 – Análise técnica, Igreja Nossa Senhora do Rosário

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	2	Médio
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	3	Apoiado por grande parte da comunidade
Estado de conservação	3	Ótimo
Infraestrutura	3	Existente e em ótimas condições
Acesso	3	Em ótimas condições

· *Mercado Municipal Waldemar de Toledo Funck*

Fundado em 1887, o Mercado Municipal de Bragança Paulista (Figura 88 e Figura 89) sofreu algumas reformas e sua fachada perdeu o aspecto original. Atualmente, está vinculado à Secretaria Municipal de Desenvolvimento dos Agronegócios, por meio da Divisão de Abastecimento. O local abriga diversos tipos de comércio, como barracas típicas, bares, feira permanente e lanchonetes. Alguns estabelecimentos oferecem *happy hour* com apresentações musicais.

Figura 88 – Mercado Municipal (a)



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 89 – Mercado Municipal (b)



Fonte: Trabalho de campo.

O Mercado Municipal teve papel relevante para o desenvolvimento do comércio na cidade. O prédio histórico é interessante para ser visitado e os equipamentos de alimentação dão apoio aos visitantes. Isoladamente, tem pouco potencial para atrair fluxos de visitantes, mas com os demais atrativos turísticos do centro de Bragança Paulista, pode fazer parte de roteiros histórico-culturais.

O Quadro 55 apresenta as informações gerais do mercado e o Quadro 56 traz a análise técnica.

Quadro 55 – Informações gerais, Mercado Municipal

Endereço	Rua Coronel Teófilo Leme, 1240
Telefone	(11) 4034-2414
Site	www.mercadomunicipaldebragancapaulista.vitrinevirtual.net/
Facebook	www.facebook.com/mercadomunicipaldebraganca/?fref=ts
E-mail	mercadomunicipaldebragancapaulista@vitrinevirtual.net
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 7:00 às 19:00. Domingo, das 7:00 às 13:00.

Quadro 56 – Análise técnica, Mercado Municipal

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	2	Médio
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	2	Apoio razoável
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	3	Em ótimas condições

· *Museu Municipal Oswaldo Russomano*

O Museu Municipal Oswaldo Russomano (Figura 90) está instalado em belo casarão de 1896, de estilo colonial, onde viviam o Coronel Afonso Olegário Ferreira Pinto e sua esposa. O museu foi criado em 1966 e possui 3.000 peças no acervo.

A entrada no museu é gratuita e a visita é monitorada. Em média, recebe 23 visitantes por dia, o que totaliza quase 600 visitantes por mês. Esse fluxo é compreendido por grupos escolares e turistas avulsos, na mesma proporção. Os grupos de estudantes são em geral de Bragança Paulista, Atibaia, Piracaia e outros municípios da região. O fluxo de visitantes independentes tem origem diversificada, como São Paulo, Campinas, Jundiaí e outros municípios paulistas, bem como de outros estados.

Figura 90 – Museu Municipal Oswaldo Russomano (a)



Fonte: Trabalho de campo.

Os objetos expostos (Figura 91 e Figura 92) retratam a época dos barões do café, os constitucionistas, a ocupação indígena do Guaripocaba, a escravidão, a Segunda Guerra Mundial, a arte sacra, a moda antiga e o ambiente doméstico da época. Há também uma sala para exposições temporárias e realização de eventos.

Figura 91 – Museu Municipal Oswaldo Russomano (b)



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 92 – Museu Municipal Oswaldo Russomano (c)



Fonte: Trabalho de campo.

A localização do museu, o fácil acesso e a importância de seu acervo para retratar a história de Bragança Paulista são aspectos positivos desse atrativo turístico. Porém, assim como outros museus históricos, é importante criar formas de interatividade com o público, especialmente os mais jovens. Isso pode ser feito por meio de tecnologia, como já acontece em alguns museus do país, ou a partir de encenações que contam determinados fatos históricos.

O Museu Municipal pode compor roteiros culturais com os demais atrativos turísticos, por exemplo o Museu do Telefone, o Mercado Municipal, a Catedral de Nossa Senhora da Conceição e a Igreja Nossa Senhora do Rosário.

O Quadro 57 contempla as informações gerais do Museu Municipal Oswaldo Russomano. A análise técnica do atrativo turístico é apresentada no Quadro 58.

Quadro 57 – Informações gerais, Museu Municipal Oswaldo Russomano

Endereço	Rua Coronel João Leme, 520
Telefone	(11) 4033-7566
Site	-
Facebook	www.facebook.com/Museu-Municipal-Oswaldo-Russomano-731842046882046/?fref=ts
E-mail	museumunicipalosaldorussomano@hotmail.com
Horários de funcionamento	Terça a sexta-feira, das 9:00 às 17:00. Sábado, domingo e feriado, das 10:00 às 16:00.

Quadro 58 – Análise técnica, Museu Municipal Oswaldo Russomano

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	2	Médio
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	3	Apoiado por grande parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	3	Existente e em ótimas condições
Acesso	3	Em ótimas condições

· *Museu do Telefone*

Criado em 1976, o Museu do Telefone (Figura 93) está instalado em casarão tombado e conta com 60 peças no acervo, das quais destaca-se a réplica do primeiro aparelho que chegou ao Brasil, presente de Graham Bell ao imperador Dom Pedro II. A entrada é gratuita, mas não há estacionamento.

Figura 93 – Museu do Telefone (a)



Fonte: Trabalho de campo.

O Museu mostra a evolução da comunicação por telefone na cidade (Figura 94), que foi a quarta a ter rede de passagem de postes e fios de telefone no estado de São Paulo, quando a Companhia Rede Telefônica Bragantina deu início ao serviço na cidade. Esse pioneirismo foi motivo da visita de Dom Pedro II ao município.

Há visitas monitoradas para grupos escolares, que duram em torno de 40 minutos, dependendo da interação das crianças. Os grupos são de no máximo 40 pessoas e em geral são alunos de Bragança Paulista, Nazaré Paulista, Atibaia, Mairiporã e outros municípios da região. Cerca de 1.200 pessoas visitam o museu por mês. Segundo informado, o público que o visita aos domingos é diferenciado e mais interessado, formado normalmente por turistas que estão de passagem pela cidade, vindo do Circuito das Águas para São Paulo.

Figura 94 – Museu do Telefone (b)



Fonte: Trabalho de campo.

A história e o acervo do Museu do Telefone são interessantes, mas não há interatividade. O museu é um importante atrativo para roteiros histórico-culturais.

O Quadro 59 traz informações gerais do museu e sua análise técnica é apresentada no Quadro 60.

Quadro 59 – Informações gerais, Museu do Telefone

Endereço	Praça José Bonifácio, 126
Telefone	(11) 4033-1937
Site	-
Facebook	www.facebook.com/pages/Museu-do-Telefone/126590834178292?fref=ts
E-mail	museudotelefonebp@hotmail.com
Horários de funcionamento	Terça a sexta-feira, das 9:00 às 17:00. Sábado, domingo e feriado, das 10:00 às 16:00.

Quadro 60 – Análise técnica, Museu do Telefone

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	1	Baixo
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	2	Apoio razoável
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	3	Em ótimas condições

· *Parque de Exposições Dr. Fernando Costa (Posto de Montagem)*

O Parque de Exposições Dr. Fernando Costa²¹ é popularmente conhecido como Posto de Montagem (Figura 95) e tem área de 250.000 m². O local abriga eventos importantes para o município, como a Expoagro Bragança e Festa do Peão, e conta com acesso fácil às principais rodovias, bem como aos bairros da cidade.

Figura 95 – Parque de Exposições Dr. Fernando Costa



Fonte: Bragança Jornal Diário, 2012.

O Quadro 61 apresenta as informações gerais do Parque de Exposições Dr. Fernando Costa e o Quadro 62, a análise técnica.

Quadro 61 – Informações gerais, Parque de Exposições Dr. Fernando Costa

Endereço	Av. Dr. Fernando Costa, s/n
Telefone	(11) 4035-1208
Site	-
Facebook	https://www.facebook.com/PostoDeMontagemBragancaPaulista2013/
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segue horários dos eventos

²¹ Apesar de ser um equipamento turístico, o Parque de Exposições Dr. Fernando Costa foi tratado como atrativo por sua relevância para os eventos do município.

Quadro 62 – Análise técnica, Parque de Exposições Dr. Fernando Costa

Crítérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	1	Baixo
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	1	Apoiado por pequena parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias

· *Quarto da Santa Paulina e Capela da Santa Casa de Misericórdia de Bragança Paulista*

Amabilise Lucia Visinttainer nasceu na Áustria em 1865. Mudou-se para Santa Catarina com sua família 10 anos depois e, em 1903, chegou a São Paulo, onde trabalhava em igreja do bairro Ipiranga, abrigando filhos de ex-escravos, órfãos e idosos. Nessa época, já era conhecida como Madre Paulina e pelas ações de caridade. Em 1909, instalou-se em Bragança Paulista, fundando a Congregação das Irmãzinhas da Imaculada Conceição, onde viveu até 1918. Voltou para São Paulo nesse mesmo ano e faleceu, em 1942, com diabetes e deficiência visual. O Papa João Pedro II a canonizou em 2002, sob o nome de Santa Paulina do Coração Agonizante de Jesus, e é considerada a primeira santa brasileira.

Entre 1909 e 1910, Madre Paulina morou na Santa Casa de Misericórdia de Bragança Paulista (Figura 96). O hospital ainda conserva o quarto onde ela viveu (Figura 97), que é aberto à visitação de segunda a sexta-feira, das 8:00 às 12:00 e das 13:00 às 17:00. No quarto, há a cama, quadro, imagem da santa, duas cadeiras e relicário, que contém parte da costela da Madre Paulina. Todas as visitas são realizadas com acompanhamento de funcionário do hospital, mas não existe um roteiro explicativo para os visitantes. No passado, havia alguns quadros com informações sobre as etapas da vida de Madre Paulina.

Figura 96 – Santa Casa de Bragança Paulista



Fonte: Santa Casa, 2017.

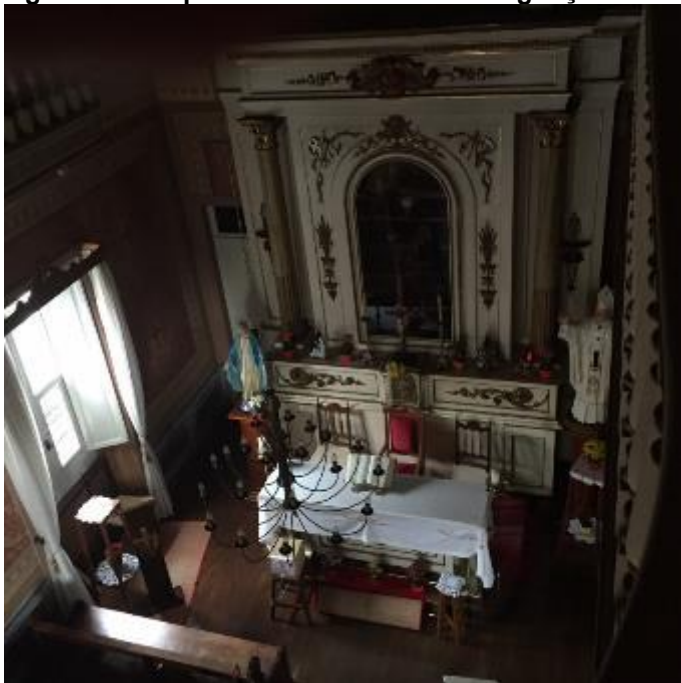
Figura 97 – Quarto da Santa Paulina



Fonte: Trabalho de campo.

Atualmente, cerca de três visitantes por mês procuram pelo quarto da Santa Paulina e também visitam a capela anexa (Figura 98). Normalmente são religiosos e devotos da santa que alcançam alguma graça.

Figura 98 – Capela da Santa Casa de Bragança Paulista



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do Quarto da Santa Paulina estão no Quadro 63 e a análise técnica do atrativo, no Quadro 64.

Quadro 63 – Informações gerais, Quarto da Santa Paulina

Endereço	Rua Coronel Assis Gonçalves, 700
Telefone	(11) 4481-8001
Site	www.santacasabraganca.com.br
Facebook	-
E-mail	tatiane@santacasabraganca.com.br
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 8:00 às 12:00 e das 13:00 às 17:00.

Quadro 64 – Análise técnica, Quarto da Santa Paulina

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	2	Médio
Grau de uso atual	1	Pequeno fluxo
Representatividade	3	Elemento singular, raro
Apoio local e comunitário	1	Apoiado por uma pequena parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	3	Existente e em ótimas condições
Acesso	3	Em ótimas condições

3.1.1.3 Realizações artísticas

Em Bragança Paulista existem grupos culturais variados, que contemplam diferentes expressões artísticas. Há orquestras, bandas, grupos de música folclórica e popular, organizações focadas na dramaturgia e na literatura. Além da importância desses grupos para o fomento da cultura local, é possível criar apresentações, oficinas e eventualmente experiências e vivências turísticas, visando a formatação de produtos turísticos culturais. A diversidade cultural pode ser demonstrada aos visitantes, a partir da criação de calendário de apresentações e/ou acompanhando o calendário de eventos programados na cidade.

Esse é um diferencial de Bragança Paulista frente à maioria dos municípios com o mesmo porte: diversas organizações que buscam fomentar a música, as artes plásticas, o teatro e a literatura. O Quadro 65 traz a análise conjunta das realizações artísticas, detalhadas a seguir.

Quadro 65 – Análise técnica, realizações artísticas

CrITÉRIOS	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	1	Baixo
Grau de uso atual	0	Fluxo turístico insignificante
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	1	Apoiado por uma pequena parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	3	Em ótimas condições

· Associação dos Escritores de Bragança

Criada em 1992, a Associação dos Escritores de Bragança (Figura 99) tem como objetivo fomentar e divulgar novos talentos literários da cidade e disponibilizar esse serviço para a população local. A organização é reconhecida pelo seu trabalho e conquistou credibilidade de escritores nacionais. Já lançou mais de 100 livros e *e-books* e promove concursos literários, estudantis, de prosa, poesias e trovas.

Figura 99 – Associação dos Escritores de Bragança



Fonte: Cidade & Cultura, 2016.

· *Associação Recreativa e Cultural Afro-Brasileira*

Com sede no bairro do Matadouro, a Associação Recreativa e Cultural Afro-Brasileira (ARCAB) foi fundada em 1988, mas deriva da iniciativa de um grupo de escravos que se associaram em 1881. Atualmente, a ARCAB atua como mantenedora do Clube Recreativo e Beneficente 13 de Maio (Figura 100). Tanto a associação quanto o clube visam promover a cultura afro-brasileira, com iniciativas como eventos e exposições, oficinas, atividades educativas e concursos de beleza.

Figura 100 – Sede do Clube Recreativo e Beneficente 13 de Maio



Fonte: Bragança Jornal Diário, 2013a.

· *Banda Municipal*

Criada em 2009, a Banda Municipal de Bragança Paulista é composta por três grupos: as Fanfarras, a Banda Marcial e a Banda Sinfônica Jovem. Todos são apoiados pela Prefeitura Municipal, por meio da Secretaria de Cultura e Turismo.

Os ensaios (Figura 101) acontecem no Centro Cultural Geraldo Pereira, conhecido como Matadouro. A Banda Marcial faz diversas apresentações em Bragança Paulista e em 2012 foi a campeã sul-americana em concurso da categoria.

Figura 101 – Banda Municipal



Fonte: Banda Municipal (Facebook), 2017.

· *Baque Lua Cris*

O Baque Lua Cris (Figura 102) é um grupo musical que foca em recriar músicas populares com arranjos próprios. Atuando desde 2007, conta com 15 membros, entre músicos, atores e brincantes. O grupo busca estudar as manifestações culturais brasileiras e incorporar o maracatu, o coco, a ciranda e a congada, entre outras.

Figura 102 – Baque Lua Cris



Fonte: Baque Lua Cris (Facebook), 2017.

· *Companhia Malungos do Baque*

A Companhia Malungos do Baque (Figura 103) iniciou suas atividades em 2011 e visa propagar a cultura popular por meio do maracatu de baque virado, ritmo pernambucano que surgiu no Brasil em meados do século XVIII e é formado por percussão.

Figura 103 – Companhia Malungos do Baque



Fonte: Companhia Malungos do Baque (Facebook), 2017.

· *Espaço Edith Cultura*

A organização social sem fins lucrativos Espaço Edith Cultura (Figura 104) foi criada em 2003 para promover a cultura no município, estimulando a produção artística e atuando como agência de desenvolvimento cultural entre as produções local, regional e global. A organização desenvolve projetos nas áreas de cinema, artes plásticas, fotografia, música, teatro, dança, circo e culturas populares.

Figura 104 – Espaço Edith Cultura



Fonte: Espaço Edith Cultura, 2015.

· *Instituto Entrando em Cena*

Fundado em 2010, a organização sem fins lucrativos Instituto Entrando em Cena (Figura 105) tem como objetivo usar a arte para despertar nos jovens a vontade de transformar a sociedade. O instituto oferece atividades de arte e educação, como teatro, circo, danças brasileiras, oficinas complementares e montagem de espetáculo. Também há iniciativas para formar empreendedores socioculturais por meio de capacitações em criação, desenvolvimento e gestão de projetos socioculturais. Além disso, a organização realiza apresentações e espetáculos de artes cênicas.

Figura 105 – Instituto Entrando em Cena



Fonte: Instituto Entrando em Cena (Facebook), 2017.

· *Orquestra de Metais Lyra Bragança*

A Orquestra de Metais Lyra Bragança (Figura 106) é o resultado de um projeto de inclusão social, idealizado pelo músico Luís Custódio, conhecido como Babalu, além dos músicos e empresários Kathia e Marcus Bonna. Foi originada a partir da Associação Bragantina Amigos das Artes (ABRAA), segue os padrões das bandas marciais e se apresenta com frequência na cidade. O grupo participa de concursos e já conquistou prêmios.

As atividades são realizadas nas instalações da Indústria MB, especializada na confecção de estojos para instrumentos musicais. Cerca de 50 crianças e jovens participam do projeto, aprendem a linguagem musical e têm aulas de teoria musical, solfejo, percepção rítmica, percepção melódica, marcha, canto coral, expressão corporal e instrumentos de metais e percussão. As aulas acontecem durante a semana, após o expediente da empresa. Aos sábados, além das aulas, os alunos participam dos ensaios, tomam café e almoçam juntos.

Figura 106 – Orquestra de Metais Lyra Bragança



Fonte: Orquestra de Metais Lyra Bragança (Facebook), 2017.

· *Orquestra Sinfônica*

Considerada uma das mais antigas do país, a Orquestra Sinfônica de Bragança Paulista (OSBP) fez sua primeira apresentação em 1931. A OSBP (Figura 107) é administrada e mantida pela entidade sem fins lucrativos Sociedade Sinfônica Amigos da Arte Musical (SSAAM), cujos membros se dedicam de forma voluntária à música.

Figura 107 – Orquestra Sinfônica de Bragança



Fonte: OSBP, 2017.

3.1.1.4 Eventos programados

Existe grande variedade de eventos programados que acontecem anualmente em Bragança Paulista²², sendo: um evento popular (Carnaval), dois agropecuários (Expoagro e Festa do Peão; Feira das Nações, Feira de Caprinos e Ovinos e Exposição de Cavalos Bretão), dois gastronômicos (Festa da Linguíça e Taste Week), dois eventos culturais (Festival de Inverno e Festival de Arte Serrinha) e um a favor da diversidade (Parada do Orgulho Gay).

Grande parte desses eventos atraem, além da população local, visitantes da região e de outras cidades e estados. O Festival Arte Serrinha, por exemplo, é bastante conhecido no meio artístico e costuma atrair interessados de toda parte do país e até do exterior.

O Quadro 66 mostra a análise do conjunto dos eventos programados realizados em Bragança Paulista. Os eventos programados são detalhados a seguir, e considerados importantes para o município como forma de atração de fluxos turísticos.

Quadro 66 – Análise técnica, eventos programados

Crítérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	3	Alta
Grau de uso atual	2	Média intensidade de fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	3	Apoiado por grande parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias

· *Carnaval*

O evento de carnaval (Figura 108) está sob coordenação e execução da Prefeitura Municipal em parceria com a Liga Independente das Escolas de Samba, composta por 12 agremiações das quais cinco fazem parte do grupo especial: Acadêmicos da Vila, Dragão Imperial, Nove de Julho, Unidos do Lavapés e Sociedade Fraternidade.

As escolas Águas Claras, Império Jovem e Mocidade Júlio Mesquita compõem o grupo de acesso, enquanto as escolas mirins são representadas pela Novinhos de Julho, Herdeiros do Dragão e Vila do Amanhã. A escola Realeza Imperial tem integrantes da terceira idade. Os desfiles das agremiações acontecem na passarela Chico Zamper.

O carnaval de Bragança Paulista também contempla o Carnapraça, evento realizada na Praça Raul Leme ao som de marchinhas, e o Carnaparque, que acontece no Parque dos Estados.

²² A Lei 3.128, de 25 de setembro de 1998, instituiu o calendário oficial de eventos do município que, originalmente, foi criado com cinco eventos: Carnaval, Exposição Agropecuária e Festa do Peão Boiadeiro, Festival de Inverno, Feira das Nações e Semana do Município. Todavia, com o decorrer dos anos, foram inseridos outros eventos que não têm apelo turístico ou cultural, como Dia da Merendeira, Dia de Combate a Acidentes do Trabalho, Semana de Conscientização pela Manutenção Preventiva Automotiva, e Semana de Conscientização e Combate ao Peso da Mochila Escolar, entre outros – por isso, o calendário oficial não foi utilizado neste item de análise.

Figura 108 – Desfile das escolas de samba



Fonte: Melhado, 2015.

· *Expoagro e Festa do Peão*

Organizada por uma empresa particular, com apoio da Prefeitura Municipal e do Governo do Estado de São Paulo, a Expoagro (Figura 109) acontece junto com a Festa do Peão de Bragança Paulista, no Parque de Exposições Dr. Fernando Costa, conhecido como Posto de Monta.

A 51ª edição do evento ocorreu em dois finais de semana abril de 2016, contando com competidores de hipismo, desfile de equinos e bovinos, rodeios de cavalos e touros, leilões e exposição de animais de pequeno e grande portes. Além disso, há programação musical, com *shows* de duplas sertanejas e também apresentações de bandas do *rock* nacional.

O ingresso é pago e os preços variam de acordo com a quantidade de dias que o visitante escolhe. A arena do Parque de Exposições tem capacidade para 15 mil pessoas e conta com 200 camarotes. Na praça de alimentação, é possível saborear pratos locais e regionais, além de conhecer artesanato local.

Figura 109 – Expoagro e Festa do Peão



Fonte: Bragança Jornal Diário, 2015.

· *Feira das Nações, Feira de Caprinos e Ovinos e Exposição de Cavalos Bretão*

A Feira de Caprinos e Ovinos e a Exposição de Cavalos Bretão têm como objetivo incentivar os pequenos produtores de caprinos, ovinos e cavalos. Simultaneamente, ocorre a Feira das Nações (Figura 110), com barracas da gastronomia típica da Alemanha, Brasil, Estados Unidos, Inglaterra, Espanha, Itália, Japão e México.

O evento é realizado em abril, no Parque de Exposições Dr. Fernando Costa e, em 2016, ocorreu sua 10ª edição.

Figura 110 – Feira das Nações



Fonte: Jornal em Dia, s/d.

· Festa da Linguíça

A famosa iguaria feita em Bragança Paulista é conhecida no país todo e lhe dá a alcunha de Terra da Linguíça. Tem sua origem com Palmyra Boldrini, italiana que vivia na cidade em 1900 e começou a produzir o embutido seguindo uma receita italiana. Os negócios cresceram e foram surgindo novos produtores da tradicional linguíça bragantina.

A Festa da Linguíça é um evento anual e tradicional em Bragança Paulista. A sexta edição do evento (Figura 111), realizada em setembro de 2016, sofreu algumas alterações e ocorreu no Parque de Exposições Dr. Fernando Costa, mais conhecido como Posto de Monta. Até 2015, a festa era organizada pela Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, mas na última edição passou a ser realizada pela Associação dos Produtores de Linguíça de Bragança Paulista (ALBRAG), criada em 2016.

O evento tem duração de cinco dias, com entrada gratuita, e os visitantes podem degustar diversos tipos e preparos da linguíça, além dos tradicionais lanches e porções; é possível saborear de sanduiches a receitas *gourmets*, como fritada com linguíça, tapioca com linguíça e hambúrguer de linguíça.

Há também apresentações musicais e culturais ao longo do evento, com participação de bandas locais e regionais, que tocam música popular, samba de raiz, chorinho e sertanejo.

Figura 111 – Festa da Linguíça



Fonte: Portal de Bragança Paulista, 2016.

· Festival de Arte Serrinha

Criado em 2002, o Festival de Arte Serrinha (Figura 112) é conhecido como um dos mais originais na agenda cultural do país e é organizado pelos proprietários da Fazenda Serrinha. A proposta do evento é estabelecer um momento de celebração e imersão artística em meio à natureza. A programação do Festival de Arte Serrinha é composta por oficinas e cursos de arte, palestras, apresentações musicais, ciclo de cinema e *performances*, entre outros. Diversos artistas nacionais e internacionais já se apresentaram, como Arnaldo Antunes, Tom Zé, Zélia Duncan, Ney Matogrosso, Ronaldo Fraga e Elba Ramalho.

O evento é anual e acontece em julho, com duração de três semanas, na Fazenda Serrinha e no Galpão Busca Vida. A fazenda funciona como centro de vivências culturais e ambientais e o bar recebe as apresentações musicais. A entrada é gratuita, mas para participar de algumas atividades – como oficinas culturais, cursos e *workshops* – é cobrada taxa de inscrição. De acordo com a organização do Festival, cerca de cinco mil pessoas participam do evento.

Figura 112 – Festival de Arte Serrinha



Fonte: Arte View, 2013.

· *Festival de Inverno*

Organizado pela Secretaria de Cultura e Turismo, o Festival de Inverno de Bragança Paulista (Figura 113) acontece anualmente no mês de julho e já teve 15 edições. A programação é gratuita e bem variada, com apresentação de bandas e orquestras, músicos conhecidos, artistas de *stand-up comedy*, dança, cinema e oficinas culturais, entre outras atividades. As atividades acontecem em diversos pontos da cidade.

Figura 113 – Orquestra Jazz Sinfônica de São Paulo, Lago do Taboão



Fonte: O Registro, 2014.

· *Parada do Orgulho Gay*

O evento tem o intuito de celebrar a diversidade sexual e reduzir preconceitos. Em 2016 ocorreu sua décima edição, reunindo milhares de participantes do movimento Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros (LGBT) e simpatizantes. Há trios elétricos, faixas e cartazes que mostram frases contra a homofobia.

A Parada do Orgulho Gay (A Prefeitura Municipal apoia o evento, por meio das Secretarias de Trânsito, Cultura e Turismo e Saúde, sendo que essa última distribui preservativos e panfletos informativos sobre doenças sexualmente transmissíveis.

Figura 114) acontece anualmente em novembro. Normalmente, o trajeto percorrido começa na Avenida José Gomes da Rocha Leal e termina na Concha Acústica.

A Prefeitura Municipal apoia o evento, por meio das Secretarias de Trânsito, Cultura e Turismo e Saúde, sendo que essa última distribui preservativos e panfletos informativos sobre doenças sexualmente transmissíveis.

Figura 114 – Parada do Orgulho Gay



Fonte: Portal Bragança News, 2016.

· *Taste Week*

A Taste Week é um evento gastronômico, realizado todos os anos em novembro, durante duas semanas. Conta com a participação de diversos empreendimentos do setor de alimentação oferecendo menus a preço fixo.

Na terceira edição do evento, que ocorreu em 2016, foram 29 estabelecimentos participantes que ofereceram entrada, prato principal e sobremesa por 39,90 reais.

A organização do Taste Week é feita por empresa privada, que também disponibiliza *site* e guia digital do evento.

3.1.1.5 Recursos turísticos

Nessa seção são apresentados recursos turísticos, ou seja, empreendimentos com potencial para serem transformados e/ ou adaptados em atrativos turísticos. Muitas vezes, são empresas que tem outro foco de atuação, como uma propriedade rural cuja produção é voltada para a comercialização (queijos, vinho, cachaça etc.), mas, ao receber adequações e atividades turísticas, pode também funcionar como atrativo turístico.

Este item apresenta informações do aeroclube de Bragança Paulista, de dois haras e das áreas naturais Montanha Guaripocaba, Montanha Leite Sol e Represa Jaguari, que podem ser transformados em produtos turísticos e aumentar o potencial de atratividade turística do município.

A represa e as áreas rurais das montanhas do Guaripocaba e Leite Sol podem ser trabalhadas para fomentar a formatação de atrativos turísticos diferenciados, garantindo à Bragança Paulista um diferencial mercadológico em relação aos outros municípios da região. Certamente, existe vocação para atrativos e roteiros turísticos dos segmentos rural (nas propriedades locais, como haras, sítios, produtores rurais etc.), ecológico, com foco em caminhadas, trilhas, cavalgadas e outras atividades em meio à natureza; aventura, com a exploração sustentável das atividades de aventura como escaladas, *mountain bike* e tirolesa; e esportivo, com a oferta de atividades variadas, tais como corrida, passeios de bicicleta e esportes aquáticos.

A análise técnica do conjunto dos recursos turísticos é apresentada no Quadro 67.

Quadro 67 – Análise técnica, recursos turísticos

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	2	Médio
Grau de uso atual	1	Pequeno fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	1	Apoiado por uma pequena parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	1	Existente, porém em estado precário
Acesso	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias

· Aeroclube de Bragança Paulista/ Aeroporto Arthur Siqueira

O Aeroclube de Bragança Paulista foi fundado em 1939, quando a Prefeitura Municipal inaugurou o Campo de Aviação para receber o governador paulista, Dr. Adhemar de Barros. Há mais de 70 anos o aeroclube atua na formação de piloto. Conta com três hangares e 20 aeronaves, prédios para manutenção, oficina e estrutura física para oferecimento dos cursos.

O aeroclube disponibiliza voos panorâmico para até três pessoas, que podem ser contratados por hora (560,00 reais) ou 30 minutos (280,00 reais). O sobrevoo percorre a área rural, a represa e outros pontos do município e devem ser agendados.

O Aeroporto Arthur Siqueira (Figura 4) opera voos executivos e o estacionamento comporta 40 veículos. Há uma lanchonete que funciona diariamente.

O Quadro 68 traz informações gerais.

Quadro 68 – Informações gerais, Aeroclube de Bragança Paulista

Endereço	Rua Arthur Siqueira, 651
Telefone	(11) 4033-0967
Site	www.acbp.com.br
Facebook	www.facebook.com/acbragancapaulista/?fref=ts
E-mail	Contato@acbp.com.br
Horários de funcionamento	Sob agendamento.

· *Haras Flores*

Fundado em 2008, o Haras Flores (Figura 115) tem estrutura profissional para reprodução, criação e preparo de cavalos. Oferece hospedagem de animais, treinamento, doma, inseminação artificial, reprodução e venda dos animais.

Figura 115 – Haras Flores



Fonte: Haras Flores, 2017.

As informações gerais do Haras Flores podem ser visualizadas no Quadro 69.

Quadro 69 – Informações gerais, Haras Flores

Endereço	Rodovia Padre Aldo Bollini, km 70
Telefone	(11) 97553-9492
Site	www.harasflores.com.br/
Facebook	www.facebook.com/harasfloreshf
E-mail	harasflores@gmail.com
Horários de funcionamento	Sob agendamento.

· *Haras Guaripocaba*

O Haras Guaripocaba (Figura 116) trabalha com criação e reprodução de cavalos e está situado no Bairro Guaripocaba. As informações gerais estão no Quadro 70.

Figura 116 – Haras Guaripocaba



Fonte: Haras Guaripocaba, 2017.

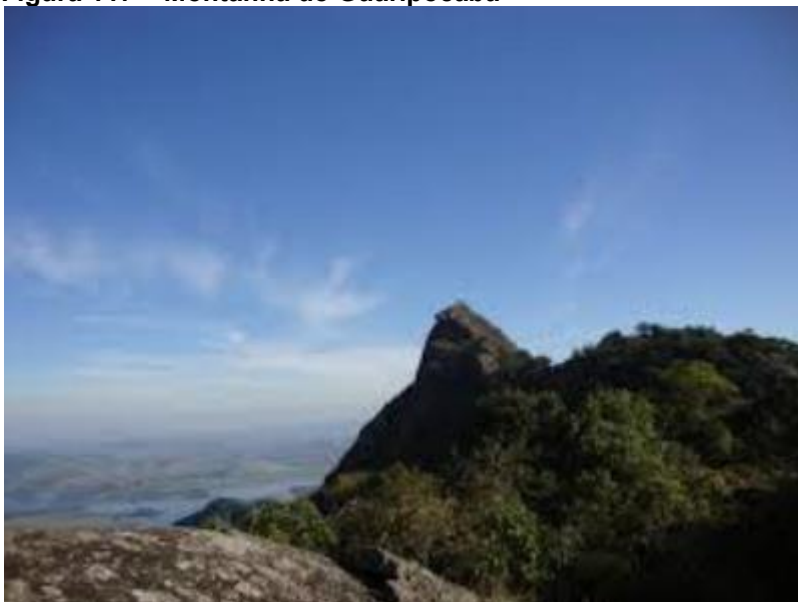
Quadro 70 – Informações gerais, Haras Guaripocaba

Endereço	Rodovia João Hermenegildo de Oliveira
Telefone	(11) 99699-7518
Site	www.harasguaripocaba.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pages/Haras-Guaripocaba/1721831061391508?fref=ts
E-mail	harasflores@gmail.com
Horários de funcionamento	Sob agendamento.

· *Montanha do Guaripocaba*

A região da Montanha do Guaripocaba (Figura 117) é muito procurada por pessoas que gostam de estar em contato com a natureza e também por adeptos dos esportes de aventura, como *trekking*, escalada e *mountain bike*. Anualmente acontece ali um campeonato de *mountain bike* e *down hill*, pois a montanha tem 1.200 m de altitude e ótimas condições para a prática do esporte. A área também abriga um sítio arqueológico.

Figura 117 – Montanha do Guaripocaba



Fonte: Marina Confiança, 2017.

O acesso se dá pela Rodovia Hermenegildo de Oliveira e, apesar do potencial turístico da área para os segmentos de esportes de aventura e ecológico, atualmente o local não está preparado para receber visitantes: não conta com infraestrutura adequada nem com empreendimentos turísticos em funcionamento.

· *Montanha do Leite Sol*

A Montanha do Leite Sol (Figura 118) é uma ramificação da Serra da Mantiqueira e ficou assim conhecida em função de uma indústria de laticínios que existia nas proximidades. Tem 1.125 m de altitude e oferece vista para vários pontos da cidade.

A flora contempla espécies raras de orquídeas e bromélias e o local, desde os anos 1980, ficou livre da atividade de exploração de rochas minerais, após movimento liderado pelo então Grupo Eco. O acesso é feito pela Rodovia Alkindar Monteiro Junqueira.

Figura 118 – Montanha do Leite Sol



Fonte: Marina Confiança, 2017.

· Represa Jaguari

A Represa Jaguari (Figura 119) faz parte do Complexo Cantareira e é formada pela captação de água dos rios que lhe dão o nome. Além da sua importância para o abastecimento de água, a represa é um recurso relevante para o turismo de Bragança Paulista, dada sua beleza e a possibilidade de praticar diversos esportes náuticos, como passeios de barco e lancha, *jet ski*, esqui aquático, *wakeboard*, veleiros, *windsurf* e pesca esportiva. Com aproximadamente 400 km de perímetro, forma algumas praias nas áreas de *camping* e marinas.

Figura 119 – Represa Jaguari



Fonte: Bragança Jornal Diário, 2013b.

O acesso à Represa Jaguari é feito pela Rodovia Fernão Dias ou Rodovia Padre Aldo Bollini (Bragança/ Piracaia) e só é possível por meio de propriedades particulares e empreendimentos implantados próximo às suas margens. Portanto, atualmente, o lazer na represa é restrito aos visitantes e moradores que têm condições de pagar pelos serviços oferecidos pelas marinas e demais empresas turísticas.

· Equipamentos esportivos

Bragança Paulista conta com diversos equipamentos para o lazer e a prática esportiva, sendo alguns especializados, como a pista de *motocross* MX Track, o centro de treinamento de futebol e tênis HWT Cidade dos Esportes e pista de atletismo. Porém, embora componham o leque de opções para a população local, sozinhos têm pouco potencial de atratividade para gerar fluxo turístico.

3.1.1.6 Atividades econômicas

· Cervejaria Bragantina

Situada próxima ao centro da cidade, a Cervejaria Bragantina (Figura 120 e Figura 121) foi fundada em 2014 e produz regularmente cinco tipos de cervejas especiais: *blonde*, *red ipa*, *session ipa*, *weiss* e *witbier*.

Figura 120 – Cervejaria Bragantina (a)



Fonte: Trabalho de campo.

A fábrica abre de segunda a sexta-feira, das 17:30 às 20:00, para degustação da bebida e *happy hour*. Aos sábados, também recebe visitantes interessados em conhecer o processo de fabricação da cerveja, sempre acompanhados de um colaborador da empresa. A visita monitorada é gratuita.

O público que visita a Cervejaria Bragantina é dividido entre moradores locais e turistas que estão de passagem pela cidade. Em comum, são apreciadores de cerveja artesanal e interessados em conhecer o processo de fabricação da bebida e as diferenças entre cada tipo.

A exemplo de dezenas de cervejarias artesanais inauguradas nos últimos anos no Brasil, visitar a Cervejaria Bragantina é interessante e pode compor roteiros gastronômicos e culturais. Também pode formar um *tour* cervejeiro juntamente com a Cia Razera, que fica no município vizinho de Atibaia e tem suas bebidas disponíveis para degustação no restaurante Forneria Razera.

Figura 121 – Cervejaria Bragantina (b)



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 71 apresenta informações gerais do estabelecimento e o Quadro 72, a análise técnica.

Quadro 71 – Informações gerais, Cervejaria Bragantina

Endereço	Rua Boa Vontade, 169
Telefone	(11) 4032-0990
Site	www.cervejariabragantina.com.br/
Facebook	www.facebook.com/CervejariaBragantina/?fref=ts
E-mail	Fabrizio@cervejariabragantina.com.br
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 8:00 às 20:00. Sábado, das 9:00 às 15:00.

Quadro 72 – Análise técnica, Cervejaria Bragantina

Critérios	Valores	Avaliação
Potencial de atratividade	2	Médio
Grau de uso atual	1	Pequeno fluxo
Representatividade	2	Pequeno grupo de elementos similares
Apoio local e comunitário	1	Apoiado por uma pequena parte da comunidade
Estado de conservação	2	Bom
Infraestrutura	2	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias
Acesso	3	Em ótimas condições

3.1.2 Equipamentos

Este item apresenta meios de hospedagem e estabelecimentos de alimentação relevantes para o turismo de Bragança Paulista.

3.1.2.1 Meios de hospedagem

A oferta de meios de hospedagem em Bragança Paulista é bem variada. São 20 empreendimentos, sendo dez na área urbana, com 437 unidades habitacionais (UH), e dez na área rural, com 189 UH. Assim, os meios de hospedagem bragantinos somam 626 UH, conforme demonstrado na Tabela 23.

Tabela 23 – Meios de hospedagem

Meio de hospedagem	Localização	Unidades habitacionais
20 Park Hotel	Urbana	46
Grande Hotel Bragança	Urbana	50
Hotel Carvalho	Urbana	34
Hotel Colonial	Urbana	42
Hotel Estância	Urbana	21
Hotel Garoto	Urbana	18
Hotel Villa Santo Agostinho	Urbana	120
Ka Business Hotel	Urbana	48
NC Hotel	Urbana	43
The Plaza Hotel	Urbana	15
Fazenda Coronel Jacinto	Rural	16
Hospedaria Rural	Rural	3
Hotel Fazenda Dona Carolina	Rural	94
Hotel Fazenda Tio Nicola	Rural	18
Hotel Mil Flores	Rural	24
Pousada Luz e Paz	Rural	7
Pousada Recanto da Família	Rural	6
Pousada Recanto das Rosas	Rural	6
Pousada Santa Luzia	Rural	6
Pousada Toca das Maritacas	Rural	9
Total		626

Fonte: Trabalho de campo.

Os empreendimentos de hospedagem vão desde estabelecimentos bem simples a luxuosos. Os hotéis e pousadas variam também em relação à proposta conceitual, pois, enquanto algumas pousadas focam no segmento de bem-estar e holístico, outros estabelecimentos se voltam para o segmento de lazer, com ampla oferta de atividades recreativas. Há também empreendimentos específicos para o público corporativo.

A descrição de cada meio de hospedagem é feita a seguir, por ordem alfabética. Primeiramente são listados os meios de hospedagem urbanos, que em geral têm foco no turista corporativo, seguidos pelos meios de hospedagem rurais, geralmente dirigidos aos turistas de lazer. Ressalta-se que a Marina Confiança (p. 110) e o Centro Náutico Russolândia (p. 98), apresentados na seção de Atrativos turísticos também possuem acomodações, mas são alugadas por contrato anual.

Meios de hospedagem urbanos

· 20 Park Hotel

Inaugurado em 2001, o 20 Park Hotel (Figura 122) possui 46 UH, todas com banheiro privativo, TV, ar condicionado, frigobar, telefone, mesa de trabalho e internet sem fio.

A diária para duas pessoas é de 190,00 reais, incluindo estacionamento e café da manhã. As reservas podem ser feitas por telefone, *e-mail*, WhatsApp e pelo próprio *site*. A taxa de ocupação anual é aproximadamente 65% e a maioria dos hóspedes é de Campinas, Indaiatuba, São Paulo, Araçatuba e também de Minas Gerais.

Figura 122 – 20 Park Hotel



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 73 apresenta as informações gerais do hotel.

Quadro 73 – Informações gerais, 20 Park Hotel

Endereço	Avenida José Gomes da Rocha Leal, 344
Telefone	(11) 4032-4315
Site	www.20parkhotel.com.br/
Facebook	www.facebook.com/20parkhotelltda/?ref=ts
E-mail	20parkhotel@20parkhotel.com.br
Horários de funcionamento	24 horas.

· *Grande Hotel Bragança*

O Grande Hotel Bragança (Figura 123) é bastante tradicional e está localizado na Praça José Bonifácio. Possui 50 apartamentos com banheiro privativo, TV a cabo, frigobar, internet sem fio, ventilador de teto e frigobar. Alguns apartamentos também têm ar condicionado. O Grande Hotel conta com sala de eventos com espaços moduláveis.

A diária custa 180,00 reais para duas pessoas e inclui café da manhã e estacionamento com manobrista. O hotel aceita hospedar animais de pequeno porte, mediante pagamento de taxa de 25,00 reais.

Figura 123 – Grande Hotel Bragança



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 74 apresenta as informações gerais do Grande Hotel Bragança.

Quadro 74 – Informações gerais, Grande Hotel Bragança

Endereço	Praça José Bonifácio, 98
Telefone	(11) 4034-0051, (11) 4033-9221
Site	www.grandehotelbraganca.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pages/Grande-Hotel-Bragan%C3%A7a/222395234460463?ref=ts
E-mail	reservas@grandehotelbraganca.com.br
Horários de funcionamento	24 horas.

· *Hotel Carvalho*

Fundado há quase 100 anos, o Hotel Carvalho (Figura 124) dispõe de 34 UH, sendo 20 quartos e 14 apartamentos. Todas têm TV, ventilador de teto e internet sem fio. Os banheiros coletivos atendem hóspedes dos quartos e os apartamentos contam com banheiro privativo.

Os hóspedes do Hotel Carvalho vão a Bragança Paulista a trabalho e moram em diversas partes do país. Em geral, são representantes comerciais ou técnicos que atuam nas indústrias locais.

A diária para duas pessoas em apartamento sai 160,00 reais, com café da manhã.

Figura 124 – Hotel Carvalho



Fonte: Hotel Carvalho, 2017.

O Quadro 75 apresenta outros dados do hotel.

Quadro 75 – Informações gerais, Hotel Carvalho

Endereço	Rua Coronel Osório, 233
Telefone	(11) 4033-2494, (11) 4034-0367
Site	www.hotelcarvalhobp.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pages/Hotel-Carvalho/283410061821283?fref=ts
E-mail	contato@hotelcarvalhobp.com.br
Horários de funcionamento	24 horas.

· *Hotel Colonial*

O Hotel Colonial (Figura 125) está localizado na região central da cidade, próximo ao Mercado Municipal, e conta com 42 UH. Os apartamentos da categoria *standard* contam com banheiro privativo, TV, ventilador, mesa e internet sem fio; os de categoria luxo possuem frigobar, além desses itens.

O valor da diária é de 150,00 reais e inclui café da manhã e estacionamento.

Cerca de 80% dos clientes são visitantes que estão trabalhando na cidade e a procedência é bem variada, como, por exemplo, de várias cidades de São Paulo, Minas Gerais e Bahia.

Figura 125 – Hotel Colonial



Fonte: Hotel Colonial, 2017.

O Quadro 76 apresenta informações gerais do hotel.

Quadro 76 – Informações gerais, Hotel Colonial

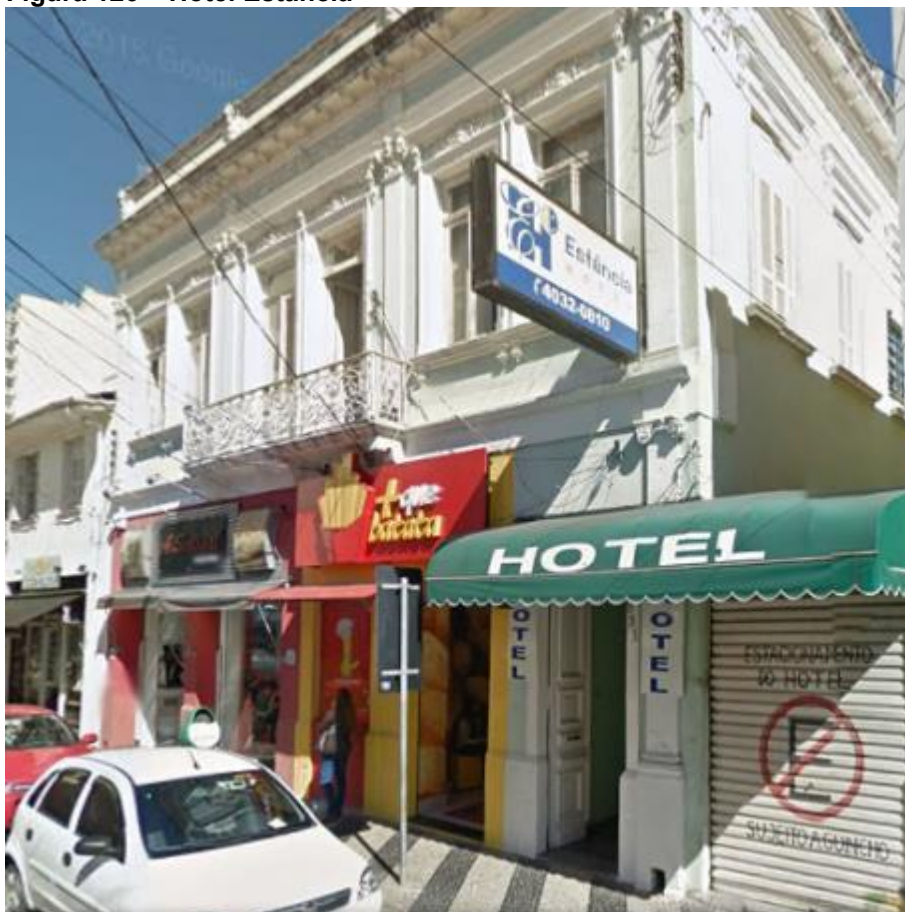
Endereço	Avenida Doutor José Adriano Marrei Junior, 90
Telefone	(11) 4034-0111, (11) 4892-1266
Site	www.hotelcolonialbp.com.br/
Facebook	-
E-mail	contato@hotelcolonialbp.com.br
Horários de funcionamento	24 horas.

Hotel Estância

Localizado na rua do comércio de Bragança Paulista, o Hotel Estância (Figura 126) recebe principalmente hóspedes que estão a trabalho na cidade. Conta com 21 UH, todas com internet sem fio e ventilador de teto. Há algumas com banheiro privativo e mesa de trabalho.

A diária em apartamento duplo sai por 100,00 reais, com café da manhã e inclui estacionamento. A procedência dos clientes e a taxa de ocupação média não foram informadas.

Figura 126 – Hotel Estância



Fonte: Imagem de junho de 2015 disponível em Google Maps, 2017.

O Quadro 77 apresenta outros dados do empreendimento.

Quadro 77 – Informações gerais, Hotel Estância

Endereço	Rua Coronel João Leme, 531
Telefone	(11) 4032-0810
Site	-
Facebook	-
E-mail	-
Horários de funcionamento	24 horas.

· *Hotel Garoto*

Funcionando há mais de 60 anos, o Hotel Garoto (Figura 127) atende hóspedes que estão a trabalho em Bragança Paulista e são moradores de outros municípios do estado. O hotel conta com 18 UH, sendo oito com banheiro privativo. Todas as acomodações têm TV, ventilador e internet sem fio.

A diária para duas pessoas é de 100,00 reais e inclui café da manhã e estacionamento privativo. Não foi informada a taxa de ocupação média do empreendimento.

Figura 127 – Hotel Garoto



Fonte: Hotel Garoto (Facebook), 2017.

As informações gerais do Hotel Garoto são apresentadas no Quadro 78.

Quadro 78 – Informações gerais, Hotel Garoto

Endereço	Rua Barão de Juqueri, 302
Telefone	(11) 4033-6107
Site	-
Facebook	www.facebook.com/Hotel-Garoto-860073087380392/?fref=ts
E-mail	hotelgaroto@hotmail.com
Horários de funcionamento	24 horas.

· *Hotel Villa Santo Agostinho*

O Hotel Villa Santo Agostinho (Figura 128) está instalado em fazenda bem próxima ao centro da cidade e conta com ampla área verde, 120 UH, seis salas para eventos e diversas atividades de lazer. O parque aquático do hotel é uma das grandes atrações, mas também há outra piscina externa e uma aquecida, quadras de tênis, academia, salão de jogos para adultos e outro para crianças, biblioteca, *playground*, cinema, danceteria, sauna e capela. O hotel foi fundado em 1999 e atualmente 100 funcionários trabalham no empreendimento.

O hotel é voltado para lazer em família e, durante a semana, eventos corporativos. As UH são compostas por apartamentos, suítes e chalés, sendo que os chalés oferecem quarto, banheiro e sala. O atendimento ao hóspede é feito também nos idiomas inglês e espanhol.

A diária com pensão completa para duas pessoas é de 520,00 reais e a diária apenas com café da manhã, 240,00 reais. A taxa de ocupação média anual, em 2016, esteve em 35%.

Figura 128 – Hotel Villa Santo Agostinho



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 79 traz informações sobre o hotel.

Quadro 79 – Informações gerais, Hotel Villa Santo Agostinho

Endereço	Rua Vitório Panuncio, 200
Telefone	(11) 4034-8884
Site	www.hotelvillasantoagostinho.com.br/
Facebook	www.facebook.com/HotelVillaSantoAgostinho/?fref=ts
E-mail	sgolin@hotelvillasantoagostinho.com.br
Horários de funcionamento	24 horas.

· *Ka Business Hotel*

Localizado próximo ao Lago do Taboão, o Ka Business Hotel (Figura 129) foi fundado em 2014 e conta com 48 apartamentos que possuem banheiro privativo, TV a cabo, internet sem fio, ar condicionado, frigobar e escrivaninha. No hotel há academia, *lounge bar* com carta de vinhos e *drinks* e o Havana Club, que funciona como charutaria e barbearia. Na recepção fica um televisor com acesso à programação da Netflix. Há um restaurante, que funciona mediante reservas e que serve culinária italiana *à la carte* com pratos típicos da região de Molise.

O hotel oferece atendimento nos idiomas espanhol e inglês e a diária para duas pessoas é de 219,00 reais, com café da manhã e estacionamento. As reservas podem ser feitas por telefone, *e-mail* e *sites* parceiros, como Booking.com e Decolar.com.

A clientela é formada principalmente por paulistas, de várias cidades, que permanecem uma ou duas noites, na média. Não foi informada a taxa de ocupação média anual.

Figura 129 – Ka Business Hotel



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 80 mostra as informações gerais do hotel.

Quadro 80 – Informações gerais, Ka Business Hotel

Endereço	Rua São Francisco de Assis, 80
Telefone	(11) 4481-9300
Site	www.kahotel.com.br/
Facebook	www.facebook.com/kabusinesshotel/
E-mail	reservas@kahotel.com.br
Horários de funcionamento	24 horas.

· *NC Hotel*

Com 43 apartamentos, piscina, sauna, restaurante e salão para pequenos eventos, o NC Hotel (Figura 130) está instalado na área urbana da cidade. Todos os apartamentos têm TV a cabo, ar condicionado, telefone, acesso à internet sem fio e ventilador de teto.

O NC Hotel recebe visitantes a lazer e a trabalho. Os hóspedes do segmento de lazer, em geral, são de São Paulo e de outros municípios paulistas; já os que estão trabalhando na cidade têm procedência de outros estados.

A diária é de 185,00 reais com café da manhã e estacionamento. A internet sem fio é gratuita. A taxa média de ocupação fica em torno de 70%.

Figura 130 – NC Hotel



Fonte: NC Hotel, 2017.

O Quadro 81 apresenta as informações gerais do NC Hotel.

Quadro 81 – Informações gerais, NC Hotel

Endereço	Rua Doutor Carlos de Campos, 366
Telefone	(11) 4033-1682, (11) 4033-1782
Site	www.nchotel.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pages/Nc-Apart-Hotel/1406338116300634?fref=ts
E-mail	nchotel @terra.com.br
Horários de funcionamento	24 horas.

· *The Plaza Hotel*

Inaugurado em 1947, o The Plaza Hotel (Figura 131) conta com 15 apartamentos com banheiro privativo, frigobar, ventilador de teto, estação de trabalho e internet sem fio. O hotel ainda conta com sala de reunião e *lounge*.

A diária para duas pessoas é de 200,00 reais, incluindo café da manhã e estacionamento. As reservas podem ser feitas por telefone, *e-mail* e WhatsApp.

A grande maioria dos hóspedes do The Plaza Hotel vem à cidade a trabalho.

Figura 131 – The Plaza Hotel



Fonte: The Plaza Hotel (Facebook), 2017.

O Quadro 82 traz informações gerais do estabelecimento.

Quadro 82 – Informações gerais, The Plaza Hotel

Endereço	Avenida José Gomes da Rocha Leal, 1947
Telefone	(11) 4032-4716, (11) 99925-1947
Site	www.theplazahotel.com.br/
Facebook	https://www.facebook.com/pg/The-Plaza-Hotel-194433464073367/about/?ref=page_internal
E-mail	theplazahotel@uol.com.br
Horários de funcionamento	24 horas.

Meios de hospedagem rurais

· Fazenda Coronel Jacinto

Fundada em 2005, a pousada Fazenda Coronel Jacinto (Figura 132) está localizada a 9 km do centro da cidade. Conta com 16 apartamentos, que possuem televisão, banheiro privativo, ventilador e internet sem fio. Algumas unidades dispõem de uma área de estar ou varanda.

A diária para duas pessoas é de 265,00 reais e inclui café da manhã e estacionamento.

Na pousada há trilhas para caminhadas, lago para pesca e restaurante, que fica aberto de sexta-feira a domingo, das 12:00 às 15:00 e das 19:00 às 23:00. O restaurante tem capacidade para atender até 50 pessoas e serve pratos *à la carte*.

Figura 132 – Fazenda Coronel Jacinto



Fonte: Fazenda Coronel Jacinto, 2017.

O Quadro 83 apresenta informações gerais sobre o meio de hospedagem.

Quadro 83 – Informações gerais, Fazenda Coronel Jacinto

Endereço	Estrada Fernando Frias Fernandes, km 15
Telefone	(11) 97146-4500
Site	www.fazendacoroneljacinto.com.br/
Facebook	www.facebook.com/FazendaJacinto?fref=ts
E-mail	lucianastefani10@hotmail.com
Horários de funcionamento	24 horas.

· *Hospedaria Rural*

A Hospedaria Rural (Figura 133) é uma casa com três suítes, localizada no Bairro da Serrinha e pertence ao mesmo proprietário do Galpão Busca Vida (p. 267) e do restaurante Cà de Mezz Amig (p. 193). As reservas devem ser solicitadas por *e-mail* ou telefone.

Figura 133 – Hospedaria Rural, suíte



Fonte: Galpão Busca Vida, 2017.

As informações gerais da Hospedaria Rural são apresentadas no Quadro 84.

Quadro 84 – Informações gerais, Hospedaria Rural

Endereço	Estrada da Serrinha, km 3
Telefone	(11) 97379-8212
Site	http://galpaobuscavida.com.br/pousada/
Facebook	www.facebook.com/nossogalpao/?fref=ts
E-mail	zezedai@yahoo.com.br
Horários de funcionamento	Sob agendamento.

· *Hotel Fazenda Dona Carolina*

Fundada em 1872, a Fazenda Dona Carolina (Figura 134) tem tradição na produção de café e suas instalações têm influência da arquitetura portuguesa. Na antiga tulha da fazenda foi construído o Centro de Convenções e, na casa do administrador, hoje funciona um dos restaurantes que o hotel oferece. O Centro de Convenções do hotel tem capacidade para até 1.000 participantes e oferece, além da infraestrutura e serviços especializados, experiências e vivências turísticas, como *Tour da Cachaça*, *Tour do Café* e esportes ao ar livre.

São três restaurantes e dois bares, além de piscinas, *spa*, sala de jogos, brinquedoteca, trilhas para caminhadas, cavalgadas, passeio de charrete, de trator, *tour* histórico, pesca esportiva, visita à horta, piquenique no campo, tirolesa, arvorismo, caiaque, arco e flecha e parede de escalada. A fazenda conta ainda com heliponto, copa do bebê e centro hípico com três pistas para treinos e provas. O empreendimento sedia eventos de enduro equestre.

O hotel possui 94 apartamentos e suítes de alto padrão, com vista para montanha ou bosque, e conserva o estilo arquitetônico colonial (Figura 135). Todas as UH contam com banheiro privativo e banheira, TV a cabo, cama *king size*, ar-condicionado, internet sem fio e frigobar. Há opção de apartamento conjugado e também com acessibilidade.

A diária é de 1.500,00 reais para duas pessoas, com pensão completa.

Figura 134 – Hotel Fazenda Dona Carolina (a)



Fonte: Hotel Fazenda Dona Carolina, 2017.

Figura 135 – Hotel Fazenda Dona Carolina (b)



Fonte: Booking.com, 2017.

As informações gerais do Hotel Fazenda Dona Carolina estão no Quadro 85.

Quadro 85 – Informações gerais, Hotel Fazenda Dona Carolina

Endereço	Estrada Municipal Manoel Stefani, s/n
Telefone	(11) 4535-9100
Site	www.hotelfazendadonacarolina.com.br/
Facebook	www.facebook.com/HotelFazendaDonaCarolina/?fref=ts
E-mail	reservas@donacarolina.com.br
Horários de funcionamento	24 horas.

· *Hotel Fazenda Tio Nicola*

Fundado em 2002, o Hotel Fazenda Tio Nicola (Figura 136) possui 18 apartamentos, todos com banheiro privativo, ventilador, TV e internet sem fio. O hotel recebe hóspedes de lazer e também corporativos que, em geral, são de São Paulo, Campinas, Jundiaí, Sorocaba e outros municípios paulistas.

Figura 136 – Hotel Fazenda Tio Nicola



Fonte: Hotel Fazenda do Tio Nicola, 2017.

A diária no Hotel Fazenda Tio Nicola para duas pessoas é de 220,00 reais com café da manhã e estacionamento privativo. A taxa de ocupação média fica em torno de 70%.

O Quadro 86 traz informações sobre o hotel.

Quadro 86 – Informações gerais, Hotel Fazenda Tio Nicola

Endereço	Rodovia Benevenuto Moretto, km 1,5
Telefone	(11) 4032-6661, (11) 4033-4777, (11) 4033-1056
Site	www.hotelfazendationicola.com.br/
Facebook	www.facebook.com/Hotel-Fazenda-Tio-Nicola-439055752815964/?fref=ts
E-mail	contato@hotelfazendationicola.com.br
Horários de funcionamento	24 horas.

· *Hotel Mil Flores*

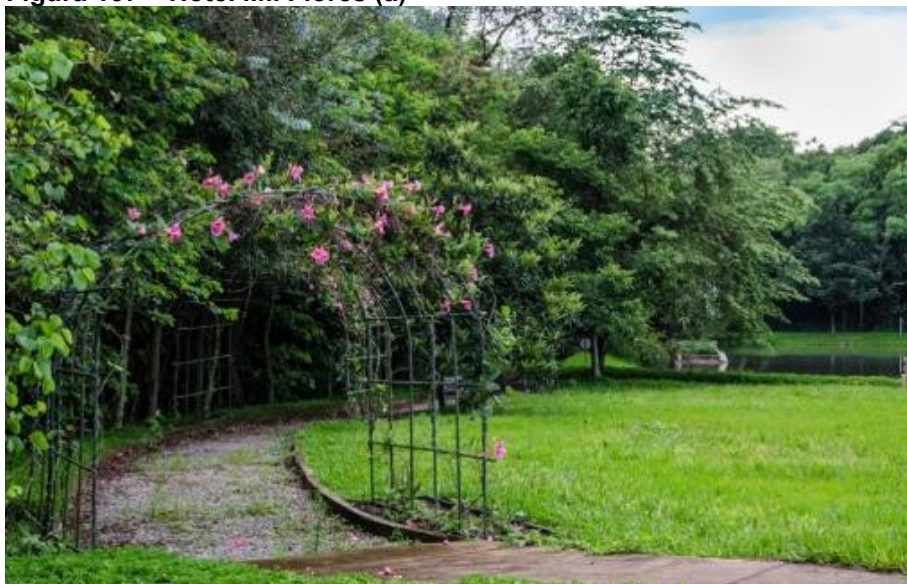
O Hotel Mil Flores (Figura 137) se autodenomina "um dos primeiros *pocket resorts* do Brasil", oferecendo grande área e diversidade de atividades de lazer, com apenas 24 unidades habitacionais. O hotel está instalado em área de 78 mil m², sendo que aproximadamente 50 mil m² formam uma reserva ecológica com mata nativa preservada e trilhas demarcadas.

São três piscinas (Figura 138), sendo uma aquecida com dois toboáguas, campo de minigolfe, minicampo de futebol, quadra de vôlei na grama, sala de ginástica, sala de jogos para crianças e outra para adultos, campo de bilhar para jogar com os pés, lago, pomar, viveiro e mirante para contemplar a natureza. O hotel ainda disponibiliza cozinha para aquecer mamadeira ou papinha, loja de conveniência e serviços de massagens e manicure, sob agendamento.

As UH têm banheiro privativo, TV a cabo, ar condicionado, secador de cabelo, pequeno tanque e varal anexo ao banheiro, varanda privativa, internet sem fio, frigobar e cofre. A suíte master conta também com hidromassagem e decoração mais luxuosa.

A diária para duas pessoas é de 700,00 reais, incluindo café da manhã, almoço e jantar.

Figura 137 – Hotel Mil Flores (a)



Fonte: Hotel Mil Flores, 2017.

Figura 138 – Hotel Mil Flores (b)



Fonte: Hotel Mil Flores, 2017.

As informações gerais do Hotel Mil Flores se encontram no Quadro 87.

Quadro 87 – Informações gerais, Hotel Mil Flores

Endereço	Rua Mil Flores, 1.000 - Bairro Campo Novo
Telefone	(11) 99940-0333, (11) 96925-7148
Site	www.hotelmilflores.com.br
Facebook	www.facebook.com/Hotel-Mil-Flores-786886488104826/
E-mail	contato@hotelmilflores.com.br
Horários de funcionamento	24 horas.

· Pousada Luz e Paz

Na Pousada Luz e Paz (Figura 139) são sete suítes com as cores dos *chakras*, com banheiro privativo, ventilador de teto, aquecedor e varanda. Não há TV nem acesso à internet nos apartamentos, pois o empreendimento tem conceito diferenciado dos demais meios de hospedagem, focado no relaxamento e bem-estar.

O salão principal tem forma de estrela de seis pontas e tem local dedicado à leitura. A pousada oferece também piscina, sala de TV compartilhada, internet sem fio nas áreas públicas, estacionamento, biblioteca, loja de suvenires, jardins, capela e santuário. O *spa* da pousada oferece massagens, *reiki*, meditação, banhos de ofurô, terapias em grupo e caminhadas. O restaurante local disponibiliza no almoço um mini *buffet* com opções vegetarianas – pratos veganos ou sem glúten ou lactose podem ser solicitados na reserva. No jantar há caldos, massas, risotos, tortas e frutos do mar.

A diária para duas pessoas, com café da manhã, custa 285,00 reais e a pousada também oferece regime de meia pensão e pensão completa. Animais de estimação são aceitos mediante pagamento de taxa extra.

Figura 139 – Pousada Luz e Paz



Fonte: Pousada Luz e Paz, 2017.

Informações gerais do estabelecimento são apresentadas no Quadro 88.

Quadro 88 – Informações gerais, Pousada Luz e Paz

Endereço	Avenida Major Fernando Valle, s/n
Telefone	(11) 99958-5507, (11) 99270-2396
Site	www.pousadaluzepaz.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pousadaluzepaz/
E-mail	contato@sitioluzepaz.com.br
Horários de funcionamento	24 horas.

Pousada Recanto da Família

Instalada a 6 km do centro de Bragança Paulista, a Pousada Recanto da Família (Figura 140) oferece opções de lazer para todas as idades: piscina com cascata, área de churrasco coberta com mesas, lagos para pesca esportiva, campo de futebol e salão de jogos. Também é oferecida aos hóspedes uma cozinha de apoio.

A pousada tem: um chalé com dois quartos, sala, minicozinha e banheiro, que acomoda sete pessoas; dois chalés com quarto e sala, que comportam quatro pessoas; e três apartamentos suítes, que acomodam até três pessoas. Todas as UH são equipadas com ventilador de teto, frigobar e TV.

A diária para duas pessoas é de 200,00 reais com café da manhã e estacionamento.

Figura 140 – Pousada Recanto da Família



Fonte: Pousada Recando da Família, 2017.

As informações gerais da pousada estão no Quadro 89.

Quadro 89 – Informações gerais, Pousada Recanto Família

Endereço	Rodovia João Hermenegildo de Oliveira, km 8,5
Telefone	(11) 4035-4722, (11) 99560-6359
Site	www.pousadarecantodafamilia.com.br/
Facebook	www.facebook.com/Pousada-Recanto-da-Fam%C3%ADlia-160577044045891/?fref=ts
E-mail	contato@pousadarecantodafamilia.com.br
Horários de funcionamento	24 horas.

· Pousada Recanto das Rosas

Localizada a 4 km do centro, a Pousada Recanto das Rosas (Figura 141) foi instalada em uma antiga sede de fazenda. O estabelecimento possui seis suítes, que acomodam até quatro pessoas, e estão divididas entre a casa principal e parte externa anexa.

Entre as atividades de lazer, há piscina com churrasqueira, sauna, espaço terapêutico, salão de jogos e trilhas para caminhadas. A pousada conta com restaurante e área para eventos de até 150 pessoas – entre os principais eventos, estão reuniões empresariais, cerimônias, como casamentos, batizados e bodas, além de cursos e exposições.

A tarifa para duas pessoas é de 220,00 reais e inclui café da manhã e estacionamento. A pousada também oferece serviços de *spa*, inclusive para clientes avulsos, como massagem relaxante, terapêutica, *reike*, esfoliação orgânica e banho de ervas.

Figura 141 – Pousada Recanto das Rosas



Fonte: Pousada Recanto das Rosas, 2017.

As informações gerais da Pousada Recanto das Rosas são apresentadas no Quadro 90.

Quadro 90 – Informações gerais, Pousada Recanto das Rosas

Endereço	Rodovia João Hermenegildo de Oliveira, km 9
Telefone	(11) 4035-1847
Site	www.pousadarecantodasrosas.com.br/index.html
Facebook	https://www.facebook.com/Pousada-Recanto-das-Rosas-303037113098752/?fref=ts
E-mail	eventos@pousadarecantodasrosas.com.br
Horários de funcionamento	24 horas.

· *Pousada Santa Luzia*

Fundada há mais de 12 anos em uma fazenda, a Pousada Santa Luzia (Figura 142) conta com seis chalés para até quatro pessoas, com lareira, frigobar e micro-ondas. A pousada oferece serviço de massagem, lago para pesca esportiva, salão de jogos, piscina com cascata, piscina infantil, sauna e restaurante.

A diária é de 210,00 reais para duas pessoas, com café da manhã e estacionamento. À noite, o estabelecimento serve pizza no forno a lenha e porções.

Figura 142 – Pousada Santa Luzia



Fonte: Pousada Santa Luzia, 2017.

O Quadro 91 traz informações gerais da pousada.

Quadro 91 – Informações gerais, Pousada Santa Luzia

Endereço	Estrada Municipal - Jardim Iguatemi
Telefone	(11) 96663-6055
Site	www.pousadasantaluzia.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pages/Pousada-Santa-Luzia/213743525380904?fref=ts
E-mail	timpousada@gmail.com
Horários de funcionamento	24 horas.

· *Pousada Toca das Maritacas*

A Pousada Toca das Maritacas fica à beira da Represa Jaguari, na divisa de Bragança Paulista e Piracaia (Figura 143). A área de lazer é composta por piscina, bar, lanchonete, quadra de vôlei de areia, quadra de *spiro-ball*, mesa de jogos, tênis de mesa, sala de TV e DVD, área de churrasqueira e quiosque com rede. Na área social da pousada existe internet sem fio.

São nove chalés de alvenaria, com acomodações para até quatro pessoas. Os chalés têm uma minicozinha com frigobar, fogão, pia e armário com utensílios básicos, ventilador, lareira, TV, rede no terraço e vista para a represa.

A diária para duas pessoas sai aproximadamente 240,00 reais e inclui café da manhã.

Figura 143 – Pousada Toca das Maritacas



Fonte: Pousada Toda das Maritacas (Facebook), 2017.

As informações gerais da Pousada Toca das Maritacas estão descritas no Quadro 92.

Quadro 92 – Informações gerais, Pousada das Maritacas

Endereço	Rodovia Padre Aldo Bollini, km 76,5
Telefone	(11) 4011-0247, (11) 4035-9967
Site	www.tocadasmaritacas.com.br/
Facebook	www.facebook.com/tocadasmaritacas/
E-mail	pousada@tocadasmaritacas.com.br
Horários de funcionamento	24 horas.

3.1.2.2 Serviços de alimentação

Neste item, a divisão dos estabelecimentos de alimentos e bebidas foi feita em sete classes, com o objetivo de auxiliar a análise da diversidade de empresas existentes em Bragança Paulista.

Em primeiro lugar, os restaurantes foram divididos entre variados – os que têm cozinhas variadas, em geral comida dita caseira, servida em *buffet* ou *à la carte* – e especializados, quando há um claro predomínio de algum tipo de influência gastronômica. Depois, considerou-se lanchonetes e pastelarias no mesmo grupo e as lanchonetes do tipo *fast food* em separado, que considera as cozinhas especializadas de preparo rápido ou que servem lanches, especialmente as de grandes redes. Na sequência, são apresentados cafés e padarias e, em outra seção, doçarias e sorveterias, relacionando estabelecimentos que servem predominantemente doces, ainda que alguns sirvam salgados e lanches também. Por fim, são apresentados bares e casas noturnas, consideradas as que atendem especialmente à noite, mais dedicadas ao lazer que às refeições.

É importante salientar que os estabelecimentos de alimentos e bebidas que estão dentro de meios de hospedagem não são descritos neste item, mesmo que estejam abertos ao público em geral, uma vez que já foram mencionados no item Meios de hospedagem.

Restaurantes variados

Foram dez os restaurantes considerados variados nesta pesquisa, com um deles, o Restaurante Reis, com duas unidades. A grande maioria trabalha com *buffet self-service* e dedica-se ao almoço. Apenas um deles está instalado no *shopping* e os demais estão na região central de Bragança Paulista.

· Aldeia do Sabor

O restaurante Aldeia do Sabor (Figura 144) tem vista para o Lago do Taboão e capacidade para acomodar aproximadamente 60 pessoas por vez. O estabelecimento trabalha com *buffet self-service* por quilo, oferecendo variedade de saladas, pratos quentes e sobremesas. Também há opções para vegetarianos e adeptos da dieta saudável.

O *couvert* médio é de 25,00 reais.

Figura 144 – Aldeia do Sabor



Fonte: Aldeia do Sabor (Facebook), 2017.

As informações gerais do Aldeia do Sabor estão no Quadro 93.

Quadro 93 – Informações gerais, Aldeia do Sabor

Endereço	Rua Teixeira, 555
Telefone	(11) 2277-4294
Site	www.pratagarcia.com/aldeia/
Facebook	www.facebook.com/RestauranteAldeiadoSabor/
E-mail	ivanleme@yahoo.com.br
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 11:00 às 15:00.

· *Alecrim Restaurante*

Especializado em alimentação saudável, o Alecrim Restaurante (Figura 145) cultiva suas próprias hortaliças, sem agrotóxico. Diariamente, oferece opções de peixes e carnes (bovina e suína), bem como pratos vegetarianos. Trabalha com sistema de *buffet* por quilo, com 12 pratos quentes, 12 frios e, como cortesia, sobremesas caseiras, chá e café.

Tem capacidade para acomodar 96 pessoas simultaneamente e o *couvert* médio é de 25,00 reais.

Figura 145 – Alecrim Restaurante



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do Alecrim Restaurante estão no Quadro 94.

Quadro 94 – Informações gerais, Alecrim Restaurante

Endereço	Rua Doutor Carlos de Campos, 665
Telefone	(11) 4033-2168
Site	-
Facebook	www.facebook.com/pg/restaurantealecrimdocampo/about/
E-mail	restaurantealecrim@hotmail.com
Horários de funcionamento	Segunda à sexta-feira, das 11:00 às 14:00. Sábado, das 11:00 às 15:00.

· *A Nossa Restaurante*

O estabelecimento A Nossa Restaurante (Figura 146) funciona de segunda-feira a sábado, somente para almoço. A refeição é servida no *buffet*, no sistema por quilo; há opções de saladas, *sushis*, pratos quentes brasileiros e orientais e sobremesas.

O restaurante oferece acomodação para cerca de 120 pessoas simultaneamente e o *couvert* médio gira em torno de 25,00 reais.

Figura 146 – A Nossa Restaurante



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do empreendimento estão no Quadro 95.

Quadro 95 – Informações gerais, A Nossa Restaurante

Endereço	Avenida José Gomes da Rocha Leal, 364
Telefone	(11) 4034-4936
Site	-
Facebook	https://www.facebook.com/RestauranteANOSSA/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 11:0 às 15:00.

· *Bem Bolado Cantina e Choperia*

O Bem Bolado (Figura 147) funciona como restaurante, pizzaria, padaria, lanchonete e choperia. Serve lanches, pizzas, marmitex, além dos itens de panificação. No almoço, oferece *buffet* no sistema por quilo e, no jantar, trabalha somente *à la carte*.

Figura 147 – Bem Bolado



Fonte: Imagem de março de 2015 disponível em Google Maps, 2017.

O Quadro 96 traz informações gerais do estabelecimento.

Quadro 96 – Informações gerais, Bem Bolado

Endereço	Avenida Antonio Pires Pimentel, 779
Telefone	(11) 4034-2757, (11) 4034-1682
Site	-
Facebook	-
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 6:00 às 24:00.

· *Bisa Restaurante*

O Bisa Restaurante (Figura 148) está localizado na Praça Princesa Isabel, mais conhecida como Praça do Rosário, no centro de Bragança Paulista. O empreendimento serve *buffet* por quilo e tem capacidade para acomodar 50 pessoas simultaneamente.

O *couvert* médio é de 25,00 reais.

Figura 148 – Bisa Restaurante



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do restaurante podem ser conferidas no Quadro 97.

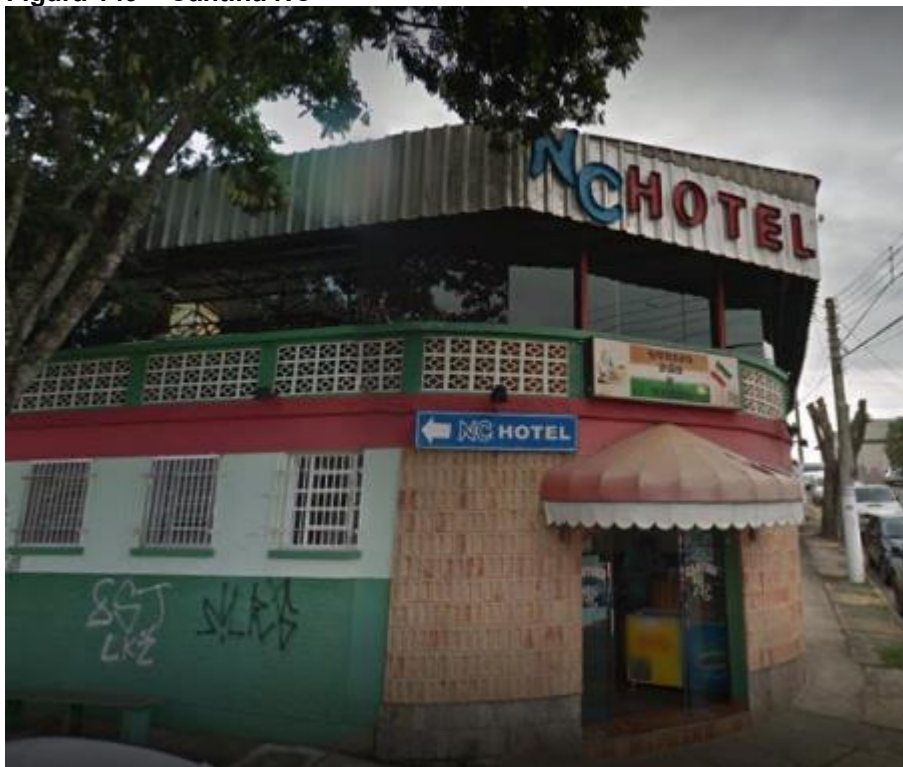
Quadro 97 – Informações gerais, Bisa Restaurante

Endereço	Praça Princesa Isabel, 35
Telefone	(11) 4034-2718
Site	-
Facebook	www.facebook.com/pages/Restaurante-Rotisseria-Bisa/215935505185380
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 11:00 às 14:30.

· **Cantina NC**

Inaugurada há 18 anos no bairro São José, a Cantina NC (Figura 149) oferece diariamente almoço *self-service* por quilo. No *buffet* sempre há opções de saladas, massas, carnes e pratos variados; às quartas-feiras e aos sábados, o estabelecimento serve feijoada e, aos domingos, leitão, filé mignon, salmão e bacalhau.

Figura 149 – Cantina NC



Fonte: Imagem de março de 2015 disponível em Google Maps, 2017.

As informações gerais do restaurante se encontram no Quadro 98.

Quadro 98 – Informações gerais, Cantina NC

Endereço	Avenida Dr. Carlos de Campos, 260
Telefone	(11) 4033-1411
Site	-
Facebook	www.facebook.com/Restaurante-Nc-Cantina-594254080715770/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 11:00 às 15:00.

· *POP Restaurante e Lanchonete*

O POP Restaurante e Lanchonete (Figura 150) serve refeições e também funciona como lanchonete e sorveteria. No almoço, oferece opções de pratos executivos, além do sistema *self-service* por quilo e marmitex.

Figura 150 – Pop Restaurante e Lanchonete



Fonte: Pop Restaurante e Lanchonete (Facebook), 2017.

O Quadro 99 traz informações gerais do estabelecimento.

Quadro 99 – Informações gerais, Pop Restaurante e Lanchonete

Endereço	Rua Antonio Pires Pimentel, 236
Telefone	(11) 4032-0567
Site	www.poprestaurante.com.br/
Facebook	www.facebook.com/poplancheserestaurante/?fref=ts
E-mail	contato@poprefeições.com.br
Horários de funcionamento	Diariamente, das 11:00 às 24:00.

· *Prato Fino*

Localizado no Bragança Garden Shopping, o restaurante Prato Fino (Figura 151) utiliza as mesas da praça de alimentação para acomodar seus clientes. Serve *buffet self-service* por quilo, composto por saladas, pratos quentes e *sushis*, além dos grelhados em churrasqueira e sobremesas.

O *couvert* médio é de 28,00 reais.

Figura 151 – Prato Fino



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do restaurante são listadas no Quadro 100.

Quadro 100 – Informações gerais, Prato Fino

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285
Site	-
Facebook	-
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· Reis Restaurante

Existem duas unidades do Reis Restaurante sob a mesma direção, sendo uma localizada no centro da cidade e, a outra, no bairro Jardim Santa Helena. No almoço, o Reis Restaurante (A unidade do centro tem capacidade para acomodar cerca de 100 pessoas e o *couvert* médio sai em torno de 25,00 reais.

Figura 152) oferece *buffet* por quilo, com diversas variedades de salada, pratos quentes, cortes de carne preparados na churrasqueira, além de *sushis* e *sashimis*. Na casa instalada no Jardim Santa Helena, há opções de pratos *à la carte* no jantar e comida japonesa.

A unidade do centro tem capacidade para acomodar cerca de 100 pessoas e o *couvert* médio sai em torno de 25,00 reais.

Figura 152 – Reis Restaurante (unidade centro)



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais de ambos os estabelecimentos estão no Quadro 101.

Quadro 101 – Informações gerais, Reis Restaurante

Endereço	Avenida Salvador Markowicz, 531 Rua Coronel João Leme, 445
Telefone	(11) 4032-1686, (11) 4032-8141
Site	-
Facebook	www.facebook.com/reisrestaurantelago/?fref=ts www.facebook.com/pg/ReisRestauranteCentro/about/?ref=page_internal
E-mail	Reis.restaurante@hotmail.com
Horários de funcionamento	Diariamente, das 11:00 às 15:00 (unidade centro). Diariamente, das 11:00 às 15:00 e das 18:30 às 23:00 (unidade Jardim Santa Helena).

· *Show Cook Restaurante*

O Show Cook Restaurante (Figura 153) está localizado na Praça José Bonifácio, conta com acomodação para aproximadamente 100 pessoas e trabalha com o sistema de *buffet* por quilo, oferecendo saladas, pratos frios, pratos quentes, carnes e sobremesas.

Há um sistema de fidelidade no qual a cada refeição os clientes ganham um adesivo e, ao juntar oito, podem trocar por uma refeição. O *couvert* médio é de 25,00 reais.

Figura 153 – Show Cook Restaurante



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do restaurante são apresentadas no Quadro 102.

Quadro 102 – Informações gerais, Show Cook Restaurante

Endereço	Praça José Bonifácio, 84
Telefone	(11) 4032-5002
Site	-
Facebook	www.facebook.com/restauranteshowcook
E-mail	showcook2013@hotmail.com
Horários de funcionamento	Diariamente, das 11:00 às 15:30.

Restaurantes especializados

Pelos critérios estabelecidos por esta pesquisa, foram 28 restaurantes de Bragança Paulista considerados especializados. Desses, observa-se quantidade expressiva de restaurantes especializados na culinária italiana, totalizando cinco casas, mais as pizzarias, que também somam cinco empreendimentos.

Existe boa oferta da cozinha oriental, com cinco restaurantes, sendo três dedicados à culinária japonesa, um especializado na chinesa e um que oferece ambas.

Ainda há casa especializada em hambúrgueres artesanais, outra dedicada à gastronomia mexicana e alguns restaurantes focados na gastronomia internacional e/ ou contemporânea e até na culinária funcional.

A descrição dos restaurantes especializados de Bragança Paulista é feita a seguir, por ordem alfabética.

· Amity

O Amity (Figura 154) funciona como empório, café e restaurante especializado em produtos naturais e alimentação funcional, sem glúten, lactose e conservantes. A casa oferece sucos naturais, lanches e pratos saudáveis e está localizada próxima ao Lago do Taboão. O valor do *couvert* é muito variado, já que os clientes também compram itens do empório.

Figura 154 – Amity



Fonte: Amity (Facebook), 2017.

As informações gerais do Amity estão no Quadro 103.

Quadro 103 – Informações gerais, Amity

Endereço	Avenida Dom Pedro I, 46
Telefone	(11) 4034-3762
Site	-
Facebook	https://www.facebook.com/amityfuncional/
E-mail	amity.br@hotmail.com
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 12:00 às 19:00. Sábado, das 9:00 às 15:00.

· *Cabaña Gourmet*

O estabelecimento Cabaña Gourmet (Figura 155) funciona como restaurante, empório e boutique de carnes, oferecendo grande variedade de tipos e cortes de carnes bovina, suína e aves. O cliente pode escolher a carne na geladeira e solicitar o preparo na churrasqueira ou frigideira. O estabelecimento também oferece acompanhamentos como salada, arroz, massas e risotos.

O *couvert* médio é de 55,00 reais.

Figura 155 – Cabaña Gourmet



Fonte: Cabaña Gourmet (Facebook), 2017.

As informações gerais do Cabaña Gourmet estão no Quadro 104.

Quadro 104 – Informações gerais, Cabaña Gourmet

Endereço	Rua José Domingues, 642
Telefone	(11) 2277-0630
Site	-
Facebook	www.facebook.com/CabanaGourmet/?fref=ts
E-mail	atendimento@cabanagourmet.com.br
Horários de funcionamento	Terça a sexta-feira, das 11:30 às 14:00 e das 19:00 às 24:00. Sábado, das 11:30 às 24:00. Domingo, das 11:30 às 15:00.

· *Cà de Mezz Amig*

O nome do restaurante Cà de Mezz Amig (Figura 156 e Figura 157) tem origem no dialeto romagnolo, falado na Itália, e quer dizer “casa dos meus amigos”. O estabelecimento fica no Bairro da Serrinha e pertence ao mesmo proprietário do Galpão Busca Vida e Hospedaria Rural (Figura 133). A culinária é romagnola, baseada em massas, carnes, peixes e sobremesas.

O estabelecimento tem capacidade para atender até 40 clientes simultaneamente e o *couvert* médio sai em torno de 70,00 reais.

Figura 156 – Cà de Mezz Amig (a)



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 157 – Cà de Mezz Amig (b)



Fonte: Galpão Busca Vida, 2017.

As informações gerais estão no Quadro 105.

Quadro 105 – Informações gerais, Cà de Mezz Amig

Endereço	Estrada da Serrinha, km 3
Telefone	(11) 99644-1411
Site	http://galpaobuscavida.com.br/restaurante/
Facebook	https://www.facebook.com/pages/C%C3%A0-de-mezz-Amig/143887859018269?fref=ts
E-mail	emaildogalpao@gmail.com
Horários de funcionamento	Sábado, das 12:30 às 16:00 e das 20:30 às 23:00. Domingo, das 12:30 às 16:00.

· *Cantina Bella Itália*

Inaugurada há 30 anos, a Cantina Bella Itália (Figura 158) pertence à mesma família desde que abriu e é bastante tradicional em Bragança Paulista. É especializado na gastronomia italiana e oferece entradas, massas, carnes, risotos, pizzas e sobremesas. Tem capacidade para acomodar até 120 pessoas simultaneamente e recebe em média 2.000 clientes por mês, sendo 70% deles moradores de Bragança e os demais, de Atibaia ou de outros municípios que estão de passagem pela cidade. O *couvert* médio é de 40,00 reais.

Figura 158 – Cantina Bella Itália



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 106 traz as informações gerais do estabelecimento.

Quadro 106 – Informações gerais, Cantina Bella Itália

Endereço	Av. Marcelo Stefani, 311 - Jardim do Lago
Telefone	(011) 4033-3139
Site	www.chefelino.com.br/bellaitalia/Index01.htm
Facebook	www.facebook.com/CantinaBellaitalia/
E-mail	bellaitalia@uol.com.br
Horários de funcionamento	Terça a sexta-feira, das 18:30 às 23:30. Sábado e domingo, das 12:00 às 15:00 e das 18:30 às 23:30.

· *Casa Blanca Restaurante*

O Casa Blanca Restaurante (Figura 159) trabalha com sistema *à la carte*, servindo diversas opções de saladas, carnes, aves, massas, sobremesas, entre outros. Também disponibiliza carta de vinhos.

O *couvert* médio sai por 70,00 reais por pessoa e a casa acomoda aproximadamente 70 pessoas simultaneamente.

Figura 159 – Casa Blanca Restaurante



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do restaurante são apresentadas no Quadro 107.

Quadro 107 – Informações gerais, Casa Blanca Restaurante

Endereço	Rua Teixeira, 134
Telefone	(11) 4032-3010
Site	-
Facebook	www.facebook.com/casablancarestgourmet/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda a quinta-feira, das 11:00 às 15:00 e das 19:00 às 23:00. Sexta-feira e sábado, das 11:00 às 15:00 e das 19:00 às 24:00. Domingo, das 11:00 às 15:00.

· *Chopp Time*

O Chopp Time (Figura 160) funciona como restaurante e choperia e está localizado no Bragança Garden Shopping. Seu cardápio é composto por porções, lanches e pratos a base de carnes, peixes, frutos do mar, pescados, aves, massas, sobremesas, vinhos e cervejas especiais.

A casa tem acomodação para 290 pessoas simultaneamente e o *couvert* médio é 40,00 reais.

Figura 160 – Chopp Time



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do Chopp Time podem ser conferidas no Quadro 108.

Quadro 108 – Informações gerais, Chopp Time

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 4010-5082
Site	www.chopptimebraganca.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pg/chopptimebraganca/about/?ref=page_internal
E-mail	contato@chopptimebraganca.com.br
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Churrascaria Lago do Sul Tchê*

A Churrascaria Lago do Sul Tchê (Figura 161) foi criada em 1988. Atualmente, oferece grande variedade de carnes, mais de 30 tipos de saladas, diversas massas, além de *sushis*, *sashimis* e frutos do mar. Aceita reservas para confraternizações, formaturas, casamentos e outros eventos.

O *couvert* médio é de 40,00 reais.

Figura 161 – Churrascaria Lago do Sul Tchê



Fonte: Churrascaria Lago do Sul Tchê, 2017.

As informações gerais do empreendimento são apresentadas no Quadro 109.

Quadro 109 – Informações gerais, Churrascaria Lago do Sul Tchê

Endereço	Avenida Marcelo Stefani, 209
Telefone	(11) 4034-0042, (11) 4033-3022
Site	www.churrascarialagodosul.com.br
Facebook	www.facebook.com/ChurrascariaLagodoSulTche/?fref=ts
E-mail	chur.lagodosultche@uol.com.br
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 11:00 às 15:30 e das 18:00 às 23:00. Sábado e domingo, das 11:00 às 23:00.

· *Esmeralda Pizzaria*

Localizada no Jardim do Lago, a Esmeralda Pizzaria (Figura 162) serve pizzas, saladas, massas, carnes, peixes, sobremesas, além de bebidas variadas. O empreendimento também conta com uma padaria que funciona no primeiro andar, oferecendo pães, frios, chocolates, massas, vinhos e queijos, entre outros produtos.

Figura 162 – Esmeralda Pizzaria



Fonte: Esmeralda Pizzaria (Facebook), 2017.

As informações gerais do empreendimento são apresentadas no Quadro 110.

Quadro 110 – Informações gerais, Esmeralda Pizzaria

Endereço	Rua Eunice Ferraz Fernandes, 250
Telefone	(11) 4033-1038
Site	www.pizzariaesmeralda.com.br/
Facebook	www.facebook.com/casablancarestgourmet/?fref=ts
E-mail	pizzaria.esmeralda@hotmail.com
Horários de funcionamento	Terça-feira a domingo, das 11:00 às 24:00.

· *Estalagem Dom João*

A Estalagem Dom João (Figura 163) foi inaugurada em 1978, em antiga fazenda de café, que pertencia ao bisavô do proprietário do restaurante. Foi instalada no estábulo da fazenda e é decorada com peças do século XIX e XX. Tem acomodação para até 230 pessoas e o cardápio é diversificado, composto por feijoada, massas, risotos, carnes, saladas, peixes e frutos do mar, além de sobremesas e bebidas.

O *couvert* médio é de 60,00 reais.

Figura 163 – Estalagem Dom João



Fonte: Estalagem Dom João (Facebook), 2017.

O Quadro 111 apresenta as informações gerais da Estalagem Dom João.

Quadro 111 – Informações gerais, Estalagem Dom João

Endereço	Rua José Vicentini s/n - Portal das Estâncias
Telefone	(11) 4033-8777
Site	www.estalagemdomjoao.com.br/
Facebook	www.facebook.com/EstalagemDomJoao/
E-mail	contato@estalagemdomjoao.com.br
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 11:00 às 16:00 e das 18:00 às 23:30. Sábado, das 11:00 às 24:00. Domingo, das 11:00 às 18:00.

· *Forneria Razera*

Administrada pela família Razera, a Forneria Razera (Figura 164) é conhecida pela pizza quadrada servida na lajota de barro. O estabelecimento tem capacidade para acomodar aproximadamente 120 pessoas.

O *couvert* médio no restaurante é de 35,00 reais.

Figura 164 – Forneria Razera



Fonte: Sabores de Bragança, 2017.

O Quadro 112 mostra as informações gerais da Forneria Razera.

Quadro 112 – Informações gerais, Forneria Razera

Endereço	Rua Teixeira, 777
Telefone	(11) 4034-1000
Site	www.forneriarazera.com.br
Facebook	www.facebook.com/forneriarazera/
E-mail	razera@bragancapaulista.com.br
Horários de funcionamento	De terça-feira a domingo, das 19:00 às 24:00.

· *Giorgino Ristorante e Pizzeria*

Especializado na culinária italiana, o Giorgino Ristorante e Pizzeria (Figura 165), oferece pizzas de vários sabores e pratos *à la carte* como bacalhau, frutos do mar, camarão, aves, saladas e carnes. O estabelecimento também trabalha com sistema de entrega em domicílios.

O *couvert* médio é de 40,00 reais.

Figura 165 – Giorgino Ristorante e Pizzeria



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do restaurante são apresentadas no Quadro 113.

Quadro 113 – Informações gerais, Giorgino Ristorante

Endereço	Praça 9 de Julho, 93
Telefone	(11) 4032-2222 - (11)4032-4827
Site	www.pizzeriagiorgino.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pg/GiorginoRestaurante/about/?ref=page_internal
E-mail	pizzeriagiorgino@uol.com.br
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 18:00 às 24:00. Sábado e domingo, das 11:00 às 15:00 e das 18:00 às 24:00.

· *Giullio's Bar & Restaurante*

Localizado no bairro do Taboão, o Giullio's Bar & Restaurante (Figura 166) foi fundado em 1998 e tem acomodação para até 60 pessoas. O empreendimento oferece saladas, porções, antepastos, massas, carnes, peixes, frutos do mar e bebidas.

A cozinha é internacional e também há opções econômicas no cardápio executivo, tanto no almoço como no jantar, a 18,99 reais. O *couvert* médio sai em torno de 25,00 reais.

Figura 166 – Giullio's Bar & Restaurante



Fonte: Trabalho de campo.

Cerca de 70% dos clientes do Giullio's são moradores de Bragança Paulista e 30%, visitantes de outras cidades, especialmente São Paulo, Atibaia, municípios do ABC paulista e do sul de Minas Gerais.

O Quadro 114 apresenta informações gerais do estabelecimento.

Quadro 114 – Informações gerais, Giullio's Bar & Restaurante

Endereço	Praça 9 de julho, 149
Telefone	(11) 4032-8694 - (11) 97575-2695
Site	www.giulliosrestaurante.com.br/
Facebook	www.facebook.com/giulliosrestaurante/?fref=ts
E-mail	juliomaiafilho@hotmail.com
Horários de funcionamento	Terça-feira a domingo, das 11:30 às 23:30.

· Glass Restaurante

Instalado no Parque Aquático MWS Cable Park, o Glass Restaurante (Figura 167) conta com espaço agradável e amplo na área rural do município. Seu cardápio é composto por pratos diferenciados, como ceviches, peixe na crosta de castanha-do-pará e frango na cerveja preta. Também oferece porções e sanduíches.

O *couvert* médio é de 45,00 reais.

Figura 167 – Glass Restaurante



Fonte: Glass Restaurante, 2017.

As informações gerais do restaurante estão no Quadro 115.

Quadro 115 – Informações gerais, Glass Restaurante

Endereço	Rodovia Alkindar Monteiro Junqueira, Km 47
Telefone	(11) 4033 2710 / (11) 9 9633 2710
Site	www.glassrestaurante.com.br
Facebook	https://www.facebook.com/restauranteglass/
E-mail	-
Horários de funcionamento	Quarta a sexta-feira, das 12:00 às 19:00. Sábado e domingo, das 10:00 às 19:00.

· *Gonza Restaurante e Pizzaria*

Instalado no bairro do Taboão, o Gonza Restaurante e Pizzaria (Figura 168) serve pizzas com massa fina e média e massas de fabricação própria. Também oferece risotos diversos, carta de vinhos, cervejas *gourmet* e sobremesas.

O *couvert* médio no restaurante é 40,00 reais.

Figura 168 – Gonza Restaurante e Pizzaria



Fonte: Gonza Restaurante e Pizzaria (Facebook), 2017.

As informações gerais do restaurante estão no Quadro 116.

Quadro 116 – Informações gerais, Gonza Restaurante e Pizzaria

Endereço	Avenida Dom Pedro I, 64
Telefone	(11) 2473-8740
Site	www.gonzarestauranteepizzaria.vitrinevirtual.net/
Facebook	www.facebook.com/gonza.com.br/
E-mail	gonzalasalvia@hotmail.com
Horários de funcionamento	Terça-feira a domingo das 18:30 às 23:45.

· *Gusto Italianissimo Ristorante*

O Gusto Italianissimo Ristorante (Figura 169) serve pratos tradicionais da culinária italiana, tais como massas, carnes, risotos, pães e sobremesas. O restaurante acomoda aproximadamente 70 pessoas.

O *couvert* médio é de 55,00 reais.

Figura 169 – Gusto Italianissimo



Fonte: Gusto Italianissimo Ristorante, 2017.

As informações gerais do estabelecimento são apresentadas no Quadro 117.

Quadro 117 – Informações gerais, Gusto Italianissimo Ristorante

Endereço	Avenida Tancredo Neves, 456
Telefone	(11) 4033-7444
Site	www.gustoitalianissimo.com.br/
Facebook	-
E-mail	reservas@gustoitalianissimo.com.br
Horários de funcionamento	Quarta-feira a sábado, das 19:00 às 23:30. Sexta-feira a domingo, das 12:00 às 15:30.

· *Haw-Lai Restaurante Chinês*

Atuando desde 1983, o restaurante Haw-Lai (Figura 170) tem como proposta renovar o corpo e a alma por meio do preparo e apresentação dos pratos e também dos ambientes harmonicamente energizados conforme o Feng-Shui, arte milenar chinesa. O Haw-Lai é especializado na culinária chinesa, tem capacidade para acomodar até 98 pessoas e também conta sistema de entregas.

O *couvert* médio é de 35,00 reais.

Figura 170 – Haw-Lai Restaurante Chinês



Fonte: Sabores de Bragança, 2017.

As informações gerais do restaurante estão no Quadro 118.

Quadro 118 – Informações gerais, Haw-Lai Restaurante Chinês

Endereço	Av. Europa, 136
Telefone	(11) 4034-0434
Site	www.restaurantehawlai.wordpress.com/
Facebook	www.facebook.com/hawlai/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Quarta a sexta-feira, das 11:00 às 14:00 e das 19:00 às 23:00. Sábado, das 11:00 às 15:00 e das 19:00 às 23:00. Domingo, das 19:00 às 22:00.

· *Iwata Sushi*

Especializado na gastronomia japonesa, o Iwata Sushi (Figura 171) está localizado em frente ao Lago do Taboão em Bragança Paulista e conta com mais unidades em outras cidades paulistas. Serve diariamente *sushis*, *sashimis*, combinados, entradas, pratos quentes, sobremesas e bebidas quentes e frias.

O restaurante trabalha também com sistema de rodízio a 42,90 reais por pessoa e o *couvert* médio é de 50,00 reais.

Figura 171 – Iwata Sushi



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do Iwata Sushi estão no Quadro 119.

Quadro 119 – Informações gerais, Iwata Sushi

Endereço	Rua Alpheu Grimelo, 564
Telefone	(11) 2473-5663
Site	www.iwatasushi.com.br/site/
Facebook	www.facebook.com/iwatabraganca/?fref=ts
E-mail	sushiiwata@gmail.com
Horários de funcionamento	Segunda a quinta-feira, das 12:00 às 15:00 e das 19:00 às 23:30. Sexta-feira, das 12:00 às 15:00 e das 19:00 às 24:00. Sábado e domingo, das 12:00 às 16:00 e das 19:00 às 24:00.

· *Mister Shao & Happy Sushi*

O restaurante Mister Shao & Happy Sushi (Figura 172) serve culinária japonesa e chinesa diariamente desde 2000. No cardápio, há opções de *sushi*, *sashimi*, combinados, *temakis*, *yakissobas*, carnes, entradas e sobremesas.

O local tem capacidade para atender até 60 pessoas simultaneamente no salão e também trabalha com entregas em domicílio. A clientela é formada principalmente por moradores de Bragança Paulista.

O *couvert* médio é aproximadamente 27,00 reais.

Figura 172 – Mister Shao & Happy Sushi



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 120 apresenta informações gerais do estabelecimento.

Quadro 120 – Informações gerais, Mister Shao & Happy Sushi

Endereço	Rua José Domingues, 812
Telefone	(11) 4032-1356
Site	www.mrshao.com.br www.happysushi.com.br
Facebook	www.facebook.com/HappySushiMisterShao/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 11:00 às 14:30 e das 18:00 às 23:00.

· *Oishii Sushi*

Especializado na gastronomia japonesa, o Oishii Sushi (Figura 173) está localizado em frente ao Lago do Taboão. Seu cardápio é composto por *sushis*, *sashimis*, combinados e pratos quentes, como *yakisoba* e *teppanyaki*. O restaurante trabalha também com sistema de entregas em domicílio e oferece desconto no rodízio para clientes que fizerem reserva pelo *site*.

O *couvert* médio é de 45,00 reais.

Figura 173 – Oishii Sushi



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do estabelecimento são apresentadas no Quadro 121.

Quadro 121 – Informações gerais, Oishii Sushi

Endereço	Avenida Alpheu Grimello, 743
Telefone	(11) 4032-5984
Site	www.oishiibranganca.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pg/Oishii-sushii-373269659409634/about/?ref=page_internal
E-mail	reservas@oishiibranganca.com.br
Horários de funcionamento	Segunda a quinta-feira, das 11:00 às 15:00 e das 18:00 às 23:30. Sexta-feira, das 11:00 às 15:00 e das 18:00 às 24:00. Sábado, das 12:00 às 24:00. Domingo, das 12:00 às 23:00.

· *Oso Restaurante*

O Oso Restaurante (Figura 174) está instalado no Centro Hípico Pé de Pano. Seu cardápio é bastante variado, com diversas opções de pratos *à la carte*, e os filés são a especialidade da casa.

O *couvert* médio no restaurante é de 60,00 reais.

Figura 174 – Oso Restaurante



Fonte: Oso Restaurante (Facebook), 2017.

As informações gerais do estabelecimento estão no Quadro 122.

Quadro 122 – Informações gerais, Oso Restaurante

Endereço	Avenida São Francisco de Assis, 4.001
Telefone	(11) 97201-1603
Site	-
Facebook	www.facebook.com/osorestaurante/
E-mail	comercial@osorestaurante.com.br
Horários de funcionamento	Quarta-feira a sábado, das 12:00 às 23:00. Domingo, das 12:00 às 17:00.

· *Pizzaria Jardins*

Instalada no bairro do Taboão, a Pizzaria Jardins (Figura 175) abre diariamente e atende os clientes no seu salão e também com entregas em domicílio. No cardápio, há 60 sabores de pizzas salgadas e doces. O estabelecimento tem capacidade para atender aproximadamente 80 pessoas.

O *couvert* médio é de 25,00 reais.

Figura 175 – Pizzaria Jardins



Fonte: Sabores de Bragança, 2017.

As informações gerais do estabelecimento estão descritas no Quadro 123.

Quadro 123 – Informações gerais, Pizzaria Jardins

Endereço	Rua José Domingues, 624
Telefone	(11) 4034-5005, (11) 4032-5929
Site	www.pizzariajardins.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pg/PizzariaJardins/about/?ref=page_internal
E-mail	pizzariajardins@hotmail.com
Horários de funcionamento	Diariamente, das 18:00 às 24:00.

· *Porteira Grill Churrascaria e Pizzaria*

Instalada em frente ao Lago do Taboão, o Porteira Grill (Figura 176) comporta 240 pessoas simultaneamente. No almoço oferece *buffet*, no sistema *self-service* por quilo, com saladas, entradas frias, pratos quentes, *sushis* e sobremesas; na churrascaria são servidos diversos cortes de carne. No jantar há opções de pratos *à la carte* e diversos sabores de pizzas.

O *couvert* médio no restaurante é 35,00 reais.

Figura 176 – Porteira Grill



Fonte: Trabalho de campo.

As informações do empreendimento estão no Quadro 124.

Quadro 124 – Informações gerais, Porteira Grill

Endereço	Avenida Alpheu Grimello, 346
Telefone	(11) 4032-6840
Site	-
Facebook	www.facebook.com/pages/Churrascaria-Porteira-Grill-Bragan%C3%A7a/1010553259068008?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 11:00 às 23:00.

· *Quintal de Casa Bar Restô*

O cardápio do Quintal de Casa Bar Restô (Figura 177) reúne pratos diversificados da cozinha contemporânea para agradar inclusive aos vegetarianos, com massas, saladas, carnes, risotos, entre outros. Também há sucos e drinques diferenciados.

O *couvert* médio é de 50,00 reais.

Figura 177 – Quintal de Casa Bar Restô



Fonte: Quintal de Casa Bar Restô (Facebook), 2017.

As informações gerais do estabelecimento são apresentadas no Quadro 125.

Quadro 125 – Informações gerais, Quintal de Casa Bar Restô

Endereço	Avenida dos Salemas, s/n
Telefone	(11) 98213-6945
Site	-
Facebook	www.facebook.com/quintaldecasarestobar/
E-mail	quintaldecasarestobar@gmail.com
Horários de funcionamento	Quinta-feira, das 12:00 às 16:30. Sexta-feira, das 18:00 às 24:00. Sábado, das 12:00 às 16:30 e das 19:00 às 24:00. Domingo, das 12:00 às 16:30.

· *Red Peppers Pizza & Buffet*

A pizzaria Red Peppers (Figura 178) trabalha com 35 sabores de pizza e conta com estacionamento próprio e espaço para crianças. O estabelecimento atende de terça-feira a domingo no salão e também com entregas em domicílio.

O *couvert* médio é de 25,00 reais.

Figura 178 – Red Peppers Pizza & Buffet



Fonte: Red Peppers (Facebook), 2017.

As informações gerais da Red Peppers Pizza & Buffet estão no Quadro 126.

Quadro 126 – Informações gerais, Red Peppers Pizza & Buffet

Endereço	Rua Marcelo Stefani, 15
Telefone	(11) 3404-4025
Site	www.redpepperspizza.com.br/
Facebook	www.facebook.com/redpepperspizza/?fref=ts&rf=1588487148050295
E-mail	contato@redpepperspizza.com.br
Horários de funcionamento	Terça-feira a domingo, das 18:00 às 24:00.

· **Restaurante Casarão**

Especializado na culinária mineira, o Restaurante Casarão (Figura 179) está instalado na região central de Bragança Paulista e acomoda aproximadamente 60 pessoas por vez. No almoço, o estabelecimento trabalha com o sistema de *buffet* por quilo. No jantar, oferece chope, porções e comida de boteco, de segunda a sábado, das 17:00 às 23:00; serve também sopas e caldos.

O *couvert* médio é 25,00 reais para os clientes que almoçam no restaurante.

Figura 179 – Restaurante Casarão



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 127 traz as informações gerais do restaurante.

Quadro 127 – Informações gerais, Restaurante Casarão

Endereço	Praça José Bonifácio, 110
Telefone	(11) 4032-3514
Site	-
Facebook	www.facebook.com/RestauranteCasaraoBraganca/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 11:00 às 15:30 e das 18:00 às 22:00.

· *Tacos & Cia - O Rei das Paletas Mexicanas*

Tacos & Cia (Figura 180) é um restaurante especializado na culinária mexicana, que oferece pratos como *burritos*, *tacos*, *nachos*, *quesadillas* e outros. Também vende sorvetes e paletas mexicanas. O salão tem capacidade para acomodar aproximadamente 50 pessoas e o restaurante também trabalha com sistema de entregas em domicílio.

Figura 180 – Tacos & Cia



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 128 apresenta informações gerais sobre o estabelecimento.

Quadro 128 – Informações gerais, Tacos & Cia

Endereço	Rua José Domingues n 874
Telefone	(11) 2277-5395
Site	-
Facebook	https://www.facebook.com/pages/Rei-Das-Paletas/831892330231124?fref=ts
E-mail	rpmbrasil@yahoo.com br
Horários de funcionamento	Domingo a quinta-feira, das 11:00 às 23:00. Sexta-feira e sábado, das 11:00 às 24:00.

· *Tenshi Sushi Boteco*

Criado em 2013, o Tenshi Sushi Boteco (Figura 181) é especializado na gastronomia japonesa e tem uma variedade de pratos servida *à la carte* e também como rodízio completo, com *sushis*, *sashimis*, pratos quentes, sobremesas e bebidas quentes. Às terças-feiras oferece festival de *temaki*.

O estabelecimento também trabalha com sistema de entregas em domicílio e oferece estacionamento com manobrista. Existe uma filial do restaurante em Atibaia.

Figura 181 – Tenshi Sushi Boteco



Fonte: Trabalho de campo.

No Quadro 129 encontram-se as informações gerais do Tenshi Sushi Boteco.

Quadro 129 – Informações gerais, Tenshi Sushi Boteco

Endereço	Praça 9 de Julho, 98
Telefone	(11) 4034-4975
Site	www.tenshisushiboteco.com.br/
Facebook	www.facebook.com/tenshibraganca/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 18:00 às 23:00.

· *TH Traditional House*

Fundado em 2014, o TH Traditional House (Figura 182) é um restaurante especializado na culinária americana, com capacidade para atender até 273 clientes simultaneamente. O estabelecimento serve hambúrgueres artesanais e oferece diversas opções em lanches, além de saladas, sobremesas e cervejas especiais.

Figura 182 – TH Traditional House



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do estabelecimento estão listadas no Quadro 130.

Quadro 130 – Informações gerais, TH Traditional House

Endereço	Rua José Domingues, 788
Telefone	(11) 2473-4969, (11) 97336-5863
Site	www.hamburgueriath.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pg/HamburgueriaTH/about/?ref=page_internal
E-mail	cesar@hamburgueriath.com.br
Horários de funcionamento	Quarta-feira a domingo, das 18:00 às 23:00.

Lanchonetes e pastelarias

Nesta seção são apresentadas as principais lanchonetes e pastelarias de Bragança Paulista, totalizando oito empreendimentos. Desse total, uma pastelaria está instalada no Bragança Garden Shopping e as demais se encontram em diferentes pontos da cidade. Uma tapiocaria também foi incluída como lanchonete, já que também serve sanduíches e outros itens. As lanchonetes de rede *fast food* são apresentadas na próxima seção, por terem em comum o atendimento rápido e padronizado.

· 10 Pastéis

O restaurante 10 Pastéis vende pastéis variados, doces e salgados, além de pratos prontos, panquecas e saladas. O estabelecimento (Figura 183) fica no Bragança Garden Shopping e utiliza as mesas da praça de alimentação do *shopping* para acomodar seus clientes.

O *couvert* médio é de 15,00 reais.

Figura 183 – 10 Pastéis



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais da pastelaria estão no Quadro 131.

Quadro 131 – Informações gerais, 10 Pastéis

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 96532-9347
Site	-
Facebook	www.facebook.com/10pasteisbragancagarden
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Big X Picanha Lanches*

A lanchonete Big X Picanha (Figura 184) está sob a atual direção desde setembro de 2016. Conta com cinco mesas que acomodam 20 pessoas simultaneamente e também trabalha com entregas em domicílio. A casa oferece lanches diversos, porções de fritas, sucos e bebidas industrializadas.

O *couvert* médio é de 20,00 reais.

Figura 184 – Big X Picanha Lanches



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 132 apresenta as informações gerais do estabelecimento.

Quadro 132 – Informações gerais, Big X Picanha Lanches

Endereço	Praça Princesa Isabel, 124
Telefone	(11) 4032-0052, (11) 99910-1503
Site	-
Facebook	-
E-mail	armazemsabordeminas22@gmail.com
Horários de funcionamento	Diariamente, 18:00 às 23:00.

· *Choppão Lanches*

Atuando há cerca de 30 anos, o Choppão Lanches (Figura 185) conta com cardápio bem variado de lanches e porções, sendo que o frango a passarinho é a especialidade da casa. O estabelecimento acomoda aproximadamente 70 pessoas e funciona diariamente. Também conta com sistema de entregas em domicílio, de terça-feira a domingo.

O *couvert* médio na lanchonete é de 22,00 reais.

Figura 185 – Choppão Lanches



Fonte: Sabores de Bragança, 2017.

As informações gerais do Choppão Lanches são apresentadas no Quadro 133.

Quadro 133 – Informações gerais, Choppão Lanches

Endereço	Avenida José Gomes da Rocha Leal, 1538
Telefone	(11) 4032-5681
Site	-
Facebook	www.facebook.com/ChoppaoLanches
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 17:00 às 24:00.

· *Fresco Saladas e Sanduíches*

Em um ambiente agradável, o restaurante Fresco Saladas e Sanduíches (Figura 186) oferece saladas e lanches, incluindo opções vegetarianas, veganas e saudáveis. Entre os itens do cardápio destacam-se: *wraps*, hambúrguer vegetariano, hambúrgueres caseiros, paninis, saladas elaboradas, sucos naturais e sobremesas, como *wrap* de banana com Nutella e fresquinho de iogurte com calda de frutas, elaborados com produtos naturais e frescos.

O *couvert* médio é de 25,00 reais.

Figura 186 – Frescos Saladas e Sanduíches



Fonte: Sabores de Bragança, 2017.

As informações gerais do estabelecimento são apresentadas no Quadro 134.

Quadro 134 – Informações gerais, Fresco Saladas e Sanduíches

Endereço	Rua Artur Siqueira, 66
Telefone	(11) 2277-5470
Site	-
Facebook	www.facebook.com/RestauranteFresco
E-mail	frescobrasil@hotmail.com
Horários de funcionamento	Terça-feira a sábado, das 18:00 às 22:30.

· *Lancheria do Marcelo*

A Lancheria do Marcelo (Figura 187) serve pratos executivos, lanches e porções diariamente, em horários bem flexíveis, funcionando até 5:00 horas. A lanchonete tem capacidade para acomodar 35 pessoas aproximadamente.

O *couvert* médio é 15,00 reais.

Figura 187 – Lancheria do Marcelo



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais da lanchonete são apresentadas no quadro Quadro 135.

Quadro 135 – Informações gerais, Lancheria do Marcelo

Endereço	Av. Alpheu Grimelo, 490
Telefone	(11) 97448-2035
Site	-
Facebook	www.facebook.com/pages/Lancheria-Do-Marcelo/412983612115812?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 8:30 às 15:00 e das 18:00 às 5:00.

· *Lanchonete Stop Burguer*

Fundada em 2010, a Lanchonete Stop Burguer (Figura 188) fica em frente ao Lago do Taboão e oferece lanches, porções, sucos e açaí. O destaque do cardápio fica por conta do sanduíche de linguiça bragantina com rúcula.

O *couvert* médio na lanchonete é 20,00 reais.

Figura 188 – Lanchonete Stop Burguer



Fonte: Trabalho de campo.

As informações da lanchonete estão no Quadro 136.

Quadro 136 – Informações gerais, Lanchonete Stop Burguer

Endereço	Avenida Alpheu Grimello, 482
Telefone	(11) 4035-4976
Site	-
Facebook	www.facebook.com/pages/Stop-Burguer/975832972473696?fref=ts
E-mail	arthur.allocca@uol.com.br
Horários de funcionamento	Diariamente, das 15:00 às 24:00.

· *Tapiocaria Beiju Paulista*

A Tapiocaria Beiju Paulista (Figura 189) está instalada no centro, na Praça Princesa Isabel, mais conhecida como Praça do Rosário, e tem capacidade para atender 35 pessoas simultaneamente. Seu cardápio é composto por tapiocas salgadas e doces, sucos, panquecas, saladas, omeletes, porções, açaí e sorvetes.

O *couvert* médio é 20,00 reais.

Figura 189 – Tapiocaria Beiju Paulista



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do estabelecimento são apresentadas no Quadro 137.

Quadro 137 – Informações gerais, Tapiocaria Beiju Paulista

Endereço	Praça do Rosário, 21
Telefone	(11) 2473-4401
Site	-
Facebook	www.facebook.com/pg/beijupaulistaoficial/about/?ref=page_internal
E-mail	beijupaulista@hotmail.com
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 11:00 às 21:30. Sábado, das 10:00 às 20:00.

· *Xará's Café e Pastelaria*

O empreendimento conta três lojas no centro da cidade, sendo uma sorveteria, um café e uma pastelaria. O Xara's Café e Pastelaria (Figura 190) está situado na Praça Raul Leme e tem capacidade para atender 20 pessoas sentadas. A pastelaria vende também salgados, sucos, cafés e bebidas.

O *couvert* médio é 10,00 reais.

Figura 190 – Xará's Café e Pastelaria



Fonte: Trabalho de campo.

As demais informações são apresentadas no Quadro 138.

Quadro 138 – Informações gerais, Xará's Café e Pastelaria

Endereço	Praça Raul Leme, 133
Telefone	(11) 4032-0547
Site	-
Facebook	www.facebook.com/Xaras-Caf%C3%A9-753925651333593/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 8:00 às 20:00. Sábado, das 8:00 às 13:00.

Fast food

Este item é composto por 17 empresas de alimentação bastante diferenciadas, mas que têm em comum o atendimento rápido. Neste grupo estão lanchonetes de rede internacional, temakerias, restaurantes que vendem pratos montados, restaurantes especializados em frutos do mar e comida árabe. Grande parte desses restaurantes e lanchonetes estão estabelecidos no Bragança Garden Shopping, mas alguns se encontram em diferentes locais da cidade. A relação completa dos meios de alimentação conhecidos como *fast food* é apresentada a seguir.

· Burger King

A rede de lanchonetes Burger King conta com duas lojas em Bragança Paulista, sendo uma na Avenida Imigrantes (Figura 191) e a outra, no Bragança Garden Shopping. A loja da cidade tem acomodação para aproximadamente 100 pessoas, enquanto que a do *shopping* utiliza as mesas da praça de alimentação do empreendimento.

O *couvert* médio é de 28,00 reais.

Figura 191 – Burger King



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais da lanchonete estão disponíveis no Quadro 139.

Quadro 139 – Informações gerais, Burger King

Endereço	Avenida dos Imigrantes, 1465 Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285
Site	www.burguerking.com.br
Facebook	www.facebook.com/pages/Burger-King-Bragan%C3%A7a-Paulista/292254720982915?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 8:00 às 24:00 (loja da cidade). Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00 (loja do <i>shopping</i>).

· **Camarão & Cia**

O restaurante Camarão & Cia (Figura 192) fica no Bragança Garden Shopping e utiliza as mesas da praça de alimentação do *shopping* para atender seus clientes. O estabelecimento serve pratos com camarão, salmão e outros pescados.

O *couvert* médio é de 30,00 reais.

Figura 192 – Camarão & Cia



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do Camarão & Cia se encontram no Quadro 140.

Quadro 140 – Informações gerais, Camarão & Cia

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285
Site	www.camaraoecia.com.br
Facebook	-
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Giraffas*

A loja da rede de lanchonete Giraffas em Bragança Paulista (Figura 193) está localizada no Bragança Garden Shopping e utiliza as mesas da praça de alimentação.

O *couvert* médio é 30,00 reais.

Figura 193 – Giraffas



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do Giraffas estão no Quadro 141.

Quadro 141 – Informações gerais, Giraffas

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285
Site	www.giraffas.com.br
Facebook	www.facebook.com/Giraffas-Bragan%C3%A7a-Garden-Shopping-1175059032553525/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Griletto*

O Griletto (Figura 194) está localizado no Bragança Garden Shopping e oferece pratos montados, como filé com fritas, tutu à mineira e massas. O restaurante utiliza as mesas da praça de alimentação do *shopping*.

O *couvert* médio no restaurante é de 22,00 reais.

Figura 194 – Griletto



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do Griletto estão no Quadro 142.

Quadro 142 – Informações gerais, Griletto

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285
Site	www.griletto.com.br
Facebook	-
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Habib's*

O Habib's (Figura 195) está localizado próximo ao Lago do Taboão e oferece pratos e lanches com ênfase para a culinária árabe. O estabelecimento abre diariamente.

O *couvert* médio é 28,00 reais.

Figura 195 – Habib's



Fonte: Imagem de outubro de 2015 disponível em Google Maps, 2017.

O Quadro 143 traz informações gerais do estabelecimento.

Quadro 143 – Informações gerais, Habib's

Endereço	Rua José Raposo de Medeiros, 70
Telefone	(11) 4034-4002
Site	www.deliveryhabibs.com.br/
Facebook	www.facebook.com/HabibsBragancaPaulista/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 11:00 às 24:00.

· *La Panqueca*

O restaurante La Panqueca (Figura 196) está localizado no Bragança Garden Shopping e serve pratos executivos como estrogonofe, virado à paulista, filé de merluza, além das variedades de panqueca. A casa utiliza as mesas da praça de alimentação do *shopping*.

O *couvert* médio no estabelecimento é de 22,00 reais.

Figura 196 – La Panqueca



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais se encontram no Quadro 144.

Quadro 144 – Informações gerais, La Panqueca

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285
Site	www.lapanqueca.com.br/
Facebook	/www.facebook.com/lapanquecabragancapaulista/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Lug's*

O restaurante Lug's (Figura 197) serve frango frito no balde, batata frita no estilo belga, lanches, pratos executivos e churros. O estabelecimento está localizado no Bragança Garden Shopping e utiliza as mesas da praça de alimentação para atender seus clientes.

O *couvert* médio é de 15,00 reais.

Figura 197 – Lug's



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais da Lug's estão no Quadro 145.

Quadro 145 – Informações gerais, Lug's

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285
Site	www.lugs.com.br/
Facebook	www.facebook.com/Lugs-Bragan%C3%A7a-PaulistaSP-Garden-Shopping-2044063475818997/?fref=ts
E-mail	braganca.gardenshopping@lugs.com.br
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Makis Place Temakeria*

O Makis Place Temakeria (Figura 198) oferece variados tipos de *temakis* e alguns *sushis* enrolados. Está localizado na praça de alimentação do Bragança Garden Shopping e utiliza as mesas do local para atender seus clientes.

O *couvert* médio é 25,00 reais.

Figura 198 – Makis Place Temakeria



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais estão no Quadro 146.

Quadro 146 – Informações gerais, Makis Place Temakeria

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285
Site	www.makisplace.com.br/home.asp
Facebook	-
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *McDonald's*

A lanchonete McDonald's conta com duas lojas em Bragança Paulista, sendo uma próxima ao lago do Taboão e a outra, no Bragança Garden Shopping. A loja do *shopping* (Figura 199) utiliza as mesas da praça de alimentação.

O *couvert* médio é de 28,00 reais.

Figura 199 – McDonald's, unidade Bragança Garden Shopping



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais encontram-se no Quadro 147.

Quadro 147 – Informações gerais, McDonald's

Endereço	Avenida Dom Pedro I, 1-93 Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro km 53
Telefone	(11) 4032-0124
Site	www.mcdonalds.com.br/
Facebook	www.facebook.com/McDonaldsBraganca/
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 8:00 às 23:00 (loja da cidade). Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00 (loja do <i>shopping</i>).

· *Parmeggio*

O restaurante Parmeggio (Figura 200) é especializado em parmegianas (carne e frango) e também serve grelhados, massas e lanches. Está situado no Bragança Garden Shopping e utiliza as mesas da praça de alimentação para os clientes.

O *couvert* médio no restaurante é de 28,00 reais.

Figura 200 – Parmeggio



Fonte: Trabalho de campo.

As informações do restaurante estão no Quadro 148.

Quadro 148 – Informações gerais, Parmeggio

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285
Site	www.parmeggio.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pages/Parmeggio/1710177149224061?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Patroni*

O Patroni (Figura 201) está localizado no Bragança Garden Shopping e utiliza as mesas da praça de alimentação do *shopping*. O restaurante oferece pizzas, pratos a base de carne e ave, além de massas.

O *couvert* médio é de 20,00 reais.

Figura 201 – Patroni



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do restaurante estão no Quadro 149.

Quadro 149 – Informações gerais, Patroni

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285
Site	-
Facebook	www.facebook.com/PatroniBragancaGardenShopping/?fref=ts
E-mail	patrinibgs@hotmail.com
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Sr. Espeto*

O restaurante Sr. Espeto (Figura 202) está instalado na praça de alimentação do Bragança Garden Shopping e utiliza as mesas do local para acomodar seus clientes. Oferece espetos, pratos executivos e lanches, além de bebidas alcoólicas e não alcoólicas.

O *couvert* médio é de 25,00 reais.

Figura 202 – Sr. Espeto



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do restaurante estão no Quadro 150.

Quadro 150 – Informações gerais, Sr. Espeto

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285
Site	www.srespeto.com.br
Facebook	www.facebook.com/srespettooficial/
E-mail	contato@srespeto.com.br
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Subway*

Em Bragança Paulista há duas lojas da rede Subway: no centro da cidade e na Praça 9 de Julho (Figura 203).

O *couvert* médio é de 25,00 reais.

Figura 203 – Subway, unidade Praça 9 de Julho



Fonte: Trabalho de campo.

As informações de contato se encontram no Quadro 151.

Quadro 151 – Informações gerais, Subway

Endereço	Praça 9 de Julho, 125
Telefone	(11) 4032-2651
Site	www.subway.com.br
Facebook	www.facebook.com/pages/Subway-Bragan%C3%A7a-Paulista/296407923705911?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 10:00 às 23:00.

· *Suco da Fruta*

Casa especializada em sucos naturais, o Suco da Fruta está localizado no Bragança Garden Shopping (Figura 204).

O *couvert* médio no estabelecimento é de 7,00 reais.

Figura 204 – Suco da Fruta



Fonte: Trabalho de campo.

As informações do estabelecimento estão no Quadro 152.

Quadro 152 – Informações gerais, Suco da Fruta

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 4858-0055
Site	-
Facebook	www.facebook.com/sucodafrutabragancagarden/
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Vermelho Tomate*

O restaurante Vermelho Tomate (Figura 205) serve pratos executivos de carnes, massas e peixe, além de saladas. Está localizado no Bragança Garden Shopping e utiliza as mesas da praça de alimentação do *shopping*.

O *couvert* médio é de 20,00 reais.

Figura 205 – Vermelho Tomate



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais estão no Quadro 153.

Quadro 153 – Informações gerais, Vermelho Tomate

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285, (11) 99514-9159
Site	-
Facebook	www.facebook.com/VERMELHOTOMATEBragancaGardenShopping/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Villa Roxa*

O Villa Roxa (Figura 206) oferece açaí com diversos acompanhamentos, sucos funcionais, lanches e outros itens da alimentação saudável. Possui acomodação para nove pessoas e está localizado em frente à praça de alimentação do Bragança Garden Shopping. Há também uma unidade próxima ao Lago do Taboão.

O *couvert* médio é de 10,00 reais.

Figura 206 – Villa Roxa, unidade Bragança Garden Shopping



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do estabelecimento estão no Quadro 154.

Quadro 154 – Informações gerais, Villa Roxa

Endereço	Avenida Dom Pedro I, 200 Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 4033-0289
Site	www.acaivillaroza.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pages/A%C3%A7a%C3%AD-Villa-Roxa-Bragan%C3%A7a-Paulista/247537905678365?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 11:00 às 23:00 (loja do Lago do Taboão). Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00 (loja do shopping).

· *Youburger*

A lanchonete Youburger (Figura 207) serve lanches, fritas, *nuggets* e anéis de cebola, além de bebidas e sorvetes. Está situada na praça de alimentação do Bragança Garden Shopping e usa as mesas do local.

O *couvert* médio na lanchonete é de 18,00 reais.

Figura 207 – Youburger



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 155 fornece as informações do estabelecimento.

Quadro 155 – Informações gerais, Youburger

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285
Site	www.youburger.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pages/Parmeggio/1710177149224061?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

Cafés e padarias

Entre cafés e padarias com perfil para atendimento ao turista, foram identificados 12 estabelecimentos, sendo duas padarias e dez cafés. Os critérios utilizados para selecionar os empreendimentos foram a localização, o tipo de serviço e os aspectos diferenciados, seja em relação aos produtos e/ ou ao atendimento.

· Café & Bobagem

Fundado há mais de 25 anos, o Café & Bobagem (Figura 208) conta com três lojas. Serve cafés, lanches, sucos, vitaminas, doces e salgados. A coxinha de frango com catupiry é o item mais famoso da casa.

O *couvert* médio no estabelecimento é 15,00 reais.

Figura 208 – Café & Bobagem



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do estabelecimento estão detalhadas no Quadro 156.

Quadro 156 – Informações gerais, Café & Bobagem

Endereço	Rua Coronel Teófilo Leme, 1.335 Rua Coronel João Leme, 621 Praça José Bonifácio, 120
Telefone	(11) 4032-0245, (11) 4033-7000
Site	www.cafeebobagem.com.br
Facebook	www.facebook.com/Caf%C3%A9-e-Bobagem-341373469217156/?fref=ts
E-mail	contato@cafeebobagem.com.br
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sexta-feira, das 8:30 às 18:30. Sábado, das 8:30 às 16:00.

· *Café do Lago*

Localizado em frente ao Lago do Taboão, o Café do Lago (Figura 209) tem capacidade para acomodar 30 pessoas e oferece cafés, salgados, sorvetes e outras bebidas.

O *couvert* médio é de 15,00 reais.

Figura 209 – Café do Lago



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 157 disponibiliza as informações gerais do Café.

Quadro 157 – Informações gerais, Café do Lago

Endereço	Avenida Alpheu Grimello, 691
Telefone	(11) 99994-5712, (11) 2473-3612
Site	-
Facebook	www.facebook.com/Caf%C3%A9-do-Lago-892796927480756/?rf=403070103108778
E-mail	-
Horários de funcionamento	Diariamente, das 8:00 às 20:00.

· *Café Donuts*

Parte da rede de franquias de mesmo nome, o Café Donuts (Figura 210) está instalado no Bragança Garden Shopping. O estabelecimento possui acomodação para 10 pessoas sentadas.

O *couvert* médio é de 10,00 reais.

Figura 210 – Café Donuts



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 158 apresenta as informações gerais do empreendimento.

Quadro 158 – Informações gerais, Café Donuts

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 3434-0000
Site	www.cafedonuts.com.br/
Facebook	www.facebook.com/Caf%C3%A9-Donuts-Bragan%C3%A7a-Paulista-Gardem-Shopping-1309021145797778/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Café Society*

Localizado próximo à Prefeitura, o Café Society (Figura 211) serve saladas, sucos naturais, vitaminas, salgados, pães, lanches naturais e sanduíches.

O *couvert* médio no estabelecimento é de 15,00 reais.

Figura 211 – Café Society



Fonte: Café Society (Facebook), 2017.

As informações gerais do Café Society estão no Quadro 159.

Quadro 159 – Informações gerais, Café Society

Endereço	Avenida Antônio Pires Pimentel, 2192
Telefone	(11) 2473-3671
Site	www.cafesocietybraganca.com.br/
Facebook	www.facebook.com/cafee.society/?fref=ts
E-mail	contato@cafesociety.com.br
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sexta-feira, das 8:15 às 18:30. Sábado, das 8:15 às 16:00.

· *Casa Pilão*

A cafeteria Casa Pilão (Figura 212) está localizada no Bragança Garden Shopping e pode acomodar até 40 pessoas sentadas. O estabelecimento oferece diversos tipos de cafés, sucos, salgados, doces e sorvetes.

Figura 212 – Casa Pilão



Fonte: Trabalho de campo.

As informações do estabelecimento são apresentadas no Quadro 160.

Quadro 160 – Informações gerais, Casa Pilão

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285
Site	www.pilao.com.br/?/casa-pilao
Facebook	www.facebook.com/pages/Casa-Pilao-Braganca-Garden-Shopping/1361556040521692
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Chocolatti Nicolatti*

Gisela Nicolatti, fundadora e proprietária da Chocolatti Nicolatti (Figura 213), iniciou sua trajetória com uma pequena produção de chocolates dentro da sua própria casa. Em pouco tempo, a marca passou a ser referência em chocolates artesanais na região.

Além de café e diversas variedades de chocolate, o estabelecimento serve também pratos *à la carte*, como saladas, massas, risotos, carnes e peixes. O menu varia com frequência e semanalmente há um prato novo.

O estabelecimento tem capacidade para acomodar 45 pessoas sentadas simultaneamente. Recebe em média 500 clientes por semana, sendo 90% deles bragantinos. A casa conta com estacionamento próprio com três vagas e oferece internet sem fio gratuita.

Não foi informado o *couvert* médio, uma vez que há clientes que fazem refeição completa e outros que compram chocolate.

Figura 213 – Chocolatti Nicolatti



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do estabelecimento são apresentadas no Quadro 161.

Quadro 161 – Informações gerais, Chocolatti Nicolatti

Endereço	Rua José Domingues, 768
Telefone	(11) 2277-4589
Site	www.chocolatti.com.br/
Facebook	www.facebook.com/choconicolatti/?fref=ts
E-mail	pedidos@chocolatti.com.br
Horários de funcionamento	Segunda-feira, das 14:00 às 20hs. Terça-feira a sábado, das 10:00 às 20:00. Feriados das 12:00 às 19:00.

· *Dell Amore Caffé & Cia*

O Dell Amore Caffé & Cia (Figura 214) está localizado na Praça Raul Leme e tem capacidade para atender até 12 clientes nas mesas e mais quatro no balcão. O estabelecimento oferece cafés, sucos e salgados.

O *couvert* médio é de 10,00 reais.

Figura 214 – Dell Amore Caffé & Cia



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 162 mostra as informações gerais do estabelecimento.

Quadro 162 – Informações gerais, Dell Amore Caffé & Cia

Endereço	Praça Raul Leme, 200
Telefone	(11) 99781-7748
Site	-
Facebook	www.facebook.com/pg/dellamorecaffé/about/?ref=page_internal
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 8:00 às 20:00. Sábado, das 8:00 às 13:00.

· *Empório Europa Cafeteria Gourmet*

Instalado nas dependências do Posto Europa, o Empório Europa Cafeteria Gourmet (Figura 215) funciona como cafeteria e empório, com oferta de vinhos, cervejas especiais, massas, conservas, queijos e outros produtos importados. A cafeteria serve cafés, lanches, salgados, doces e pratos rápidos. Tem capacidade para acomodar cerca de 50 pessoas e funciona diariamente. O ambiente é climatizado e há internet sem fio gratuita.

O empreendimento foi fundado há mais de 19 anos e, desde 2004, o Empório Europa conta com filial na Quinta da Baronesa.

Figura 215 – Empório Europa Cafeteria Gourmet



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 163 traz as informações básicas da casa.

Quadro 163 – Informações gerais, Empório Europa Cafeteria Gourmet

Endereço	Avenida dos Imigrantes, 465
Telefone	(11) 4033-6000
Site	www.geuropa.com.br/emporio_europa/
Facebook	www.facebook.com/pages/Cafeteria-Gourmet-Emp%C3%B3rio-Europa/457366114286518
E-mail	emporioeuropa@postoeuropa.com.br
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 7:00 às 22:00. Domingo e feriado, das 8:00 às 21:00.

Inverno D'Itália Coffee

Localizado na Praça Raul Leme, o Inverno D'Itália Coffee (Figura 216) faz parte de uma rede de cafés, com lojas em várias cidades paulistas e mineiras. Seu cardápio oferece várias opções para saborear a bebida, além de salgados, doces e lanches. O estabelecimento tem capacidade para receber 50 clientes por vez.

O *couvert* médio no Inverno D'Italia Coffee é de 12,00 reais.

Figura 216 – Inverno D'Itália Coffee



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do empreendimento são apresentadas no Quadro 164.

Quadro 164 – Informações gerais, Inverno D'Itália Coffee

Endereço	Praça Raul Leme, 4
Telefone	(11) 2473-7915, (11) 96482-9355
Site	www.invernoditaliacoffee.com.br
Facebook	www.facebook.com/InvernoditaliaBraganca/?fref=ts
E-mail	invernobrag@hotmail.com
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 9:00 às 22:00. Domingo, das 15:00 às 22:00.

· *Natural do Lago*

O estabelecimento está localizado em frente ao Lago do Taboão. Além de loja de produtos naturais e integrais, o Natural do Lago (Figura 217) funciona como café e casa de sucos, com acomodação para 25 pessoas aproximadamente. Oferece café, sucos, tapiocas, omeletes, panquecas, vitaminas e salgados.

O *couvert* médio é de 15,00 reais.

Figura 217 – Natural do Lago



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 165 mostra as informações gerais do Natural do Lago.

Quadro 165 – Informações gerais, Natural do Lago

Endereço	Avenida Alpheu Grimelo, 570
Telefone	(11) 4033-5395, (11) 4033-1417
Site	-
Facebook	https://www.facebook.com/naturaldolago/
E-mail	-
Horários de funcionamento	Terça a sexta-feira, das 8:00 às 18:30. Sábado, das 8:00 às 14:00. Domingo, das 8:00 às 13:00.

· Padaria Badajoz

Localizada no centro da cidade, a Padaria Badajoz (Figura 218) oferece, além dos itens de panificação, cafés, sucos, salgados, doces e lanches. Conta com duas vagas de estacionamento e tem capacidade para acomodar até 18 pessoas nas mesas.

O *couvert* médio é de 8,00 reais.

Figura 218 – Padaria Badajoz



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais da Padaria Badajoz estão no Quadro 166.

Quadro 166 – Informações gerais, Padaria Badajoz

Endereço	R. Dr. Cândido Rodrigues, 210
Telefone	(11) 4032-0117
Site	www.padaradiabadajoz.vitrinevirtual.net/
Facebook	www.facebook.com/badajozbp/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 6:00 às 20:00. Sábado, das 6:00 às 19:00.

· *Padoka do Lago*

A Padoka do Lago (Figura 219) está localizada em frente ao Lago do Taboão e funciona diariamente para café da manhã, almoço e jantar, além de disponibilizar itens de panificação e confeitaria. No almoço, oferece *buffet self-service* por quilo e também serve *à la carte*. A partir das 16h00, serve pizza em pedaços no balcão. Tem salão interno e varanda com mesas que acomodam aproximadamente 80 pessoas.

O gasto por pessoa é bastante variado, dada a diversidade de itens oferecido na casa.

Figura 219 – Padoka do Lago



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais da Padoka do Lago estão detalhadas no Quadro 167.

Quadro 167 – Informações gerais, Padoka do Lago

Endereço	Avenida Slavador Marcowicz, 1000
Telefone	(11) 4032-6853
Site	www.padokadolago.vitrinevirtual.net/
Facebook	www.facebook.com/PadokadoLagoBraganca/?fref=ts
E-mail	padokadolago@vitrinevirtual.net
Horários de funcionamento	Diariamente, das 6:00 às 23:30.

Doçarias e sorveterias

Esta seção apresenta os principais empreendimentos que vendem doces e sorvetes em Bragança Paulista. Foram levantados seis locais, sendo duas doçarias e o restante, sorveterias. Metade dos estabelecimentos se localizam no Bragança Garden Shopping e os demais na região central da cidade.

· Chiquinho Sorvetes

A Chiquinho Sorvetes (Figura 220) é uma sorveteria com diversas opções de sabores, instalada no Bragança Garden Shopping.

O *couvert* médio é de 8,00 reais.

Figura 220 – Chiquinho Sorvetes



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do Chiquinho Sorvetes estão no Quadro 168.

Quadro 168 – Informações gerais, Chiquinho Sorvetes

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 3404-4095
Site	www.chiquinho.com .
Facebook	www.facebook.com/chiquinhosorvetesbraganca
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Formiga Maluca Doceria*

A Formiga Maluca Doceria (Figura 221) foi fundada há mais de 10 anos e serve grande variedade de salgadinhos, doces e bolos. O empreendimento também trabalha com encomendas para festas e eventos.

O estabelecimento conta com acomodação para cerca de 50 pessoas no salão e tem sistema de entregas em domicílio.

Figura 221 – Formiga Maluca Doceria



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais da Formiga Maluca Doceria se encontram no Quadro 169.

Quadro 169 – Informações gerais, Formiga Maluca Doceria

Endereço	Rua Coronel João Leme, 461
Telefone	(11) 4032-2991
Site	www.formigamaluca.com.br/
Facebook	www.facebook.com/formigamalucadoceria/
E-mail	doceriaformigamaluca@uol.com.br
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 8:00 às 18:00. Sábado, das 8:00 às 12:00.

· *Ice by Nice*

A sorveteria Ice by Nice (Figura 222) está localizada no Bragança Garden Shopping e conta com mesas para até 16 pessoas. Trabalha com picolés, sorvetes e taças montadas, como *sundae* e *milk shake*.

O *couvert* médio é de 15,00 reais.

Figura 222 – Ice by Nice



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais da sorveteria estão no Quadro 170.

Quadro 170 – Informações gerais, Ice by Nice

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285, (11) 98211-6850
Site	www.icebynice.com.br
Facebook	www.facebook.com/icebynicebraganca/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Ice Creamy*

Sorveteria especializada em sorvete na pedra, a Ice Creamy (Figura 223) está localizada no Bragança Garden Shopping.

O *couvert* médio é de 12,00 reais.

Figura 223 – Ice Creamy



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais estão no Quadro 171.

Quadro 171 – Informações gerais, Ice Creamy

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 2473-6285, (11) 98211-6850
Site	www.icecreamy.com.br
Facebook	www.facebook.com/icecreamybragancapaulista/?fref=ts
E-mail	bragancapaulista@icecreamy.com.br
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Santa Rita Sorveteria*

Tradicional sorveteria bragantina, a Santa Rita Sorveteria (Figura 224) serve sorvete de massa, além de taças, como colegial e *sundae*.

O *couvert* médio é de 8,00 reais.

Figura 224 – Santa Rita Sorveteria



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 172 apresenta informações gerais do estabelecimento.

Quadro 172 – Informações gerais, Santa Rita Sorveteria

Endereço	Rua José Domingues, 794
Telefone	(11) 4032-4543, (11) 4033-2301
Site	-
Facebook	www.facebook.com/pages/Santa-Rita-Sorveteria/242367812479987?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Terça-feira a domingo, das 14:00 às 21:00.

Sodiê Doces

A Sodiê Doces (Figura 225) faz parte do grupo de franquias que faz doces, bolos e tortas com grande variedade de sabores e ingredientes, que podem ser adquiridos por pedaço ou unidade.

A loja conta com quatro vagas para estacionamento e capacidade para atender cerca de 40 pessoas. A Sodiê Doces também aceita encomendas para festas e eventos.

Figura 225 – Sodiê Doces



Fonte: Imagem de maio de 2011 disponível em Google Maps, 2017.

As informações gerais da Sodiê Doces se encontram no Quadro 173.

Quadro 173 – Informações gerais, Sodiê Doces

Endereço	Avenida Antonio pires Pimentel, 2328
Telefone	(11) 4032-2174
Site	www.sodiedoces.com.br/a-sodie-doces
Facebook	www.facebook.com/pages/Sodie-Doces-Bragan%C3%A7a/252462938239539
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 9:00 às 20:00. Domingo, das 9:00 às 18:00.

Bares e casas noturnas

Foram levantados 14 estabelecimentos que podem ser considerados como bares e casas noturnas em Bragança Paulista e que podem ser usufruídos pelos turistas. Desse total, dois estão localizados na área rural e um no *shopping*; os demais ficam no centro da cidade.

Vale observar que o empreendimento Real Bragança é uma lanchonete que também funciona como bar e a Cervejaria Bragantina foi apresentada na seção 3.1.1 Atrativos e recursos deste inventário, mas que funciona diariamente como bar entre 18h00 e 20h30.

· *Acervo do Tuzzi*

Fundado há mais de 10 anos, o bar Acervo do Tuzzi (Figura 226) visa fomentar a cultura local por meio da música. Além de bandas que se apresentam no local, o bar conta com mais de 8 mil discos de vinil nas prateleiras.

O estabelecimento funciona às sextas-feiras e aos sábados e a programação é variada e disponibilizada nas redes sociais. Serve porções e bebidas.

Figura 226 – Acervo do Tuzzi



Fonte: Acervo do Tuzzi (Twitter), 2017.

O Quadro 174 apresenta informações gerais do estabelecimento.

Quadro 174 – Informações gerais, Acervo do Tuzzi

Endereço	Estrada Municipal Vereador Álvaro Alessandri, s/n
Telefone	(11) 97592-9899
Site	www.acervodotuzzi.vitrinevirtual.net/
Facebook	www.facebook.com/acervodotuzzi/
E-mail	acervodotuzzi@gmail.com
Horários de funcionamento	Sexta-feira e sábado, das 19:00 às 2:30.

· *Bar Rosário e Restaurante*

Fundado em 1947, o Bar Rosário (Figura 227) é um dos mais tradicionais de Bragança Paulista. Serve pratos *à la carte*, como feijoada, filé à parmegiana, virado à paulista, frango e panquecas, no almoço e jantar. Também há opções de porções e lanches com a tradicional linguiça bragantina, chope e cerveja, nacionais e importadas, no *happy hour*.

O local tem som ao vivo nas noites de sexta-feira e no almoço de sábado. O estabelecimento oferece entrega de marmitex em domicílio.

Figura 227 – Bar Rosário e Restaurante



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do bar e restaurante estão no Quadro 175.

Quadro 175 – Informações gerais, Bar Rosário e Restaurante

Endereço	Rua Barão de Juqueri, 6
Telefone	(11) 3403-1020
Site	www.barrosario.com.br/
Facebook	www.facebook.com/BarRosarioOficial/?fref=ts
E-mail	contato@barrosario.com.br
Horários de funcionamento	Domingo à terça-feira, das 10:00 às 17:00. Quarta-feira a sábado, das 10:00 às 23:00.

· *Boteco São Gabriel*

O Boteco São Gabriel (Figura 228) está situado na Praça 9 de Julho e funciona de terça-feira a domingo. O cardápio conta com pratos *à la carte*, lanches, variedade de bebidas e tira-gosto, como costelinha de porco com mandioca e escondidinho de calabresa. Aos sábados, oferece feijoada a partir das 12h00, a preço fixo.

O estabelecimento oferece música ao vivo e serviço de estacionamento com manobrista.

O *couvert* médio é de 25,00 reais.

Figura 228 – Boteco São Gabriel



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do Boteco São Gabriel são apresentadas no Quadro 176.

Quadro 176 – Informações gerais, Boteco São Gabriel

Endereço	Praça 9 de Julho, 88
Telefone	(11) 4034-4030
Site	www.botecosaogabriel.com.br/
Facebook	www.facebook.com/BotecoSaoGabriel/?fref=ts
E-mail	contato@botecosaogabriel.com.br
Horários de funcionamento	Terça a sexta-feira, a partir das 17:00. Sábado, a partir das 12:00. Domingo, a partir das 16:00.

· *Copo Sujo Bar*

Fundado em 2014, o Copo Sujo (Figura 229) funciona como bar e restaurante, sempre com música ao vivo nos finais de semana. O local acomoda até 120 pessoas por vez e oferece almoço, com opções *à la carte*, além de porções quentes e frias e lanches.

O *couvert* médio é de 35,00 reais.

Figura 229 – Copo Sujo Bar



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 177 traz as informações gerais do estabelecimento.

Quadro 177 – Informações gerais, Copo Sujo Bar

Endereço	Avenida Alpheu Grimello, 312
Telefone	(11) 2473-1565
Site	-
Facebook	www.facebook.com/Copo-Sujo-675343675837256/
E-mail	coposujobp@gmail.com
Horários de funcionamento	Quarta-feira a domingo, das 11:00 à 1:00.

· *Deck 552*

O Deck 552 (Figura 230) funciona como bar e lanchonete, especializado em servir chope, porções e lanches. O empreendimento está localizado em frente ao Lago do Taboão.

O *couvert* médio é de 40,00 reais.

Figura 230 – Deck 552



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do Deck 552 estão no Quadro 178.

Quadro 178 – Informações gerais, Deck 552

Endereço	Rua Alpheu Grimello, 552
Telefone	(11) 3403-1754
Site	-
Facebook	www.facebook.com/DECK-552-1622588621337969/?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	Quarta-feira a domingo, a partir das 18:00.

· *Galpão Busca Vida*

Instalado no Bairro Serrinha há 19 anos, o Galpão Busca Vida (Figura 231 e Figura 232) se destaca pela originalidade da proposta de oferecer, além de serviços de alimentação, também entretenimento, cultura e arte: funciona como espaço para realização de oficinas de arte e parte dos trabalhos produzidos fica exposta no bar. Além disso, a empresa patrocina e organiza, em parceria com a Fazenda Serrinha, a Rota das Artes, que é um projeto para fomentar a arte como meio de empoderamento da expressão humana e promoção da inclusão social. O projeto consiste em realizar oficinas de arte semanais, que culminam com uma apresentação de espetáculo de teatro no final do projeto.

O sucesso do bar e pizzaria resultou na criação da Cachaçaria Busca Vida, que produz a bebida e a comercializa em diferentes regiões do país.

O Galpão Busca Vida funciona aos sábados, sempre com música ao vivo. Tem capacidade para receber 473 pessoas nas áreas interna e externa. Os clientes do Galpão Busca Vida são bragantinos e também moradores de outras cidades, tais como São Paulo, Campinas, Jundiaí e Itatiba.

Figura 231 – Galpão Busca Vida (a)



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 232 – Galpão Busca Vida (b)



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do Galpão Busca Vida são apresentadas no Quadro 179.

Quadro 179 – Informações gerais, Galpão Busca Vida

Endereço	Estrada da Serrinha, km 3
Telefone	(11) 99644-1411
Site	www.galpaobuscavida.com.br/
Facebook	www.facebook.com/nossogalpao/?fref=ts
E-mail	emaildogalpao@gmail.com
Horários de funcionamento	Sábado, das 20:30 às 4:00.

· *Petiscos e Cia*

O bar Petiscos & Cia (Figura 233) foi inaugurado em 2000 e está localizado no bairro Matadouro, portanto mais afastado dos pontos noturnos tradicionais. O estabelecimento oferece mais de 30 opções de porções, além de lanches e sucos.

Figura 233 – Petiscos & Cia



Fonte: Sabores de Bragança, 2017.

No Quadro 180 estão as informações gerais do estabelecimento.

Quadro 180 – Informações gerais, Petiscos & Cia

Endereço	Avenida Lindóia, 561
Telefone	(11) 4035-5036
Site	www.petiscoscia.com.br
Facebook	www.facebook.com/Petiscoscia/?fref=ts
E-mail	petiscos1@hotmail.com
Horários de funcionamento	Terça-feira a sábado, das 18:00 às 24:30. Domingo, das 18:00 às 23:30.

· *Public House Pub*

A proposta do Public House Pub (Figura 234) é oferecer um pouco do modo de vida europeu aos bragantinos, disponibilizando boa gastronomia e bebidas. O *pub* conta com pratos e porções diferenciadas, como costela com molho *barbecue*, *chilli fries*, hambúrguer de picanha e saladas.

O *couvert* médio é de 40,00 reais.

Figura 234 – Public House Pub



Fonte: Public House Pub, 2017.

O Quadro 181 mostra as informações gerais do Public House Pub.

Quadro 181 – Informações gerais, Public House Pub

Endereço	Avenida Salvador Markowicz, 227
Telefone	(11) 2473-2934, (11) 95321-7953
Site	www.pubbraganca.com.br/
Facebook	www.facebook.com/PUB-Public-House-221635064513667/?fref=ts
E-mail	marcia@pubatibaia.com.br
Horários de funcionamento	Quarta-feira à sábado, das 18:00 às 4:00.

· *Quiosque Chopp Brahma*

Localizado no Bragança Garden Shopping, o Quiosque Chopp Bragança (Figura 235) tem acomodação para 40 pessoas e serve chope Brahma, porções e lanches.

O *couvert* médio é de 30,00 reais.

Figura 235 – Quiosque Chopp Brahma



Fonte: Trabalho de campo.

As informações do bar são apresentadas no Quadro 182.

Quadro 182 – Informações gerais, Quiosque Chopp Brahma

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro km 53
Telefone	(11) 2473-6285
Site	-
Facebook	www.facebook.com/pages/Quiosque-Chopp-Brahma/227118214395214
E-mail	-
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 11:00 às 22:00.

· *Real Bragança*

O estabelecimento Real Bragança (Figura 236) funciona como fábrica de linguiça, bar e empório, com oferta de embutidos artesanais e outros produtos culinários. Também oferece 160 rótulos de cervejas artesanais e tem capacidade para atender cerca de 60 pessoas.

O *couvert* médio no estabelecimento é de 40,00 reais.

Figura 236 – Real Bragança Linguicaria



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais do empreendimento estão no Quadro 183.

Quadro 183 – Informações gerais, Real Bragança Linguicaria

Endereço	Avenida José Gomes da Rocha Leal, 291
Telefone	(11) 4032-4309
Site	www.linguicaria.com.br
Facebook	-
E-mail	contato@linguicaria.com.br
Horários de funcionamento	Terça a sexta-feira, das 9:00 às 23:00. Sábado, das 9:00 às 24:00. Domingo, das 9:00 às 16:00.

· *Salomé Bar*

Reconhecido pelo samba de raiz e por oferecer mais de 50 tipos de porções, lanches e petiscos de boteco, o Salomé Bar (Figura 237) está localizado próximo ao Jardim Público.

Figura 237 – Salomé Bar



Fonte: Imagem de junho de 2015 disponível em Google Maps, 2017.

As informações gerais do estabelecimento estão no Quadro 184.

Quadro 184 – Informações gerais, Salomé Bar

Endereço	Rua Conselheiro Rodrigues Alves, 199
Telefone	(11) 2473-6692
Site	www.salomebar.com.br
Facebook	www.facebook.com/salomebarbraganca/?fref=ts
E-mail	bragancapaulista@salomebar.com.br
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, a partir das 17:00. Sábado, domingo e feriado, a partir das 12:00.

· *Tap House do Mall*

O bar Tap House do Mall (Figura 238) é especializado em cervejas especiais, tendo opção de oito tipos de chope artesanal nacional e internacional. Seu cardápio conta com lanches, porções e tapas para acompanhar as bebidas.

O estabelecimento também oferece música ao vivo.

Figura 238 – Tap House



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 185 mostra as informações gerais do bar.

Quadro 185 – Informações gerais, Tap House

Endereço	Praça 9 de julho, 141
Telefone	(11) 2277-2732
Site	www.domall.com.br/
Facebook	www.facebook.com/taphousedomall/
E-mail	cervejariadomall@outlook.com
Horários de funcionamento	Quarta-feira a domingo, das 16:00 às 23:30.

· *Trairagem Bar*

Localizado no Lago do Taboão, o bar e restaurante Trairagem (Figura 239) é especializado em servir a traíra aberta e sem espinhos, mas também oferece porções e pratos *à la carte*. A casa funciona diariamente no almoço e jantar e tem capacidade para atender aproximadamente 200 pessoas por vez.

O *couvert* médio é de 40,00 reais por pessoa.

Figura 239 – Trairagem Bar



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 186 tem as informações gerais do bar.

Quadro 186 – Informações gerais, Trairagem Bar

Endereço	Avenida Alpheu Grimello, 805
Telefone	(11) 4034-0992
Site	www.trairagembragancapaulista.vitrinevirtual.net/
Facebook	www.facebook.com/trairagem.bragancapaulista/?fref=ts
E-mail	trairagembragancapaulista@vitrinevirtual.net
Horários de funcionamento	Diariamente, das 11:00 às 2:00.

· *Wine House Lounge & Bar*

Instalado na centenária Fazenda Santa Petronila, o Wine House Lounge & Bar (Figura 240) oferece música, cervejas especiais, vinhos e gastronomia. Serve porções, lanches e pratos *à la carte*, como massas, carnes e peixes com acompanhamentos, saladas e sobremesas.

Figura 240 – Wine House Lounge & Bar



Fonte: Sabores de Bragança, 2017.

O Quadro 187 apresenta informações gerais do estabelecimento.

Quadro 187 – Informações gerais, Wine House

Endereço	Fazenda Santa Petronilla, s/n
Telefone	(11) 94311-3664
Site	www.winehouselounge.com.br
Facebook	www.facebook.com/pages/Wine-house-Bragan%C3%A7a/301505233514374?fref=ts
E-mail	contato@winehouselounge.com.br
Horários de funcionamento	Quarta-feira a sábado, das 17:00 às 2:00. Domingo, das 12:00 às 18:00.

3.1.3 Serviços

Este item relaciona os estabelecimentos de Bragança Paulista ligados a comércio diferenciado que possam ser de interesse turístico, agências de turismo e casas de câmbio.

3.1.3.1 Comércio diferenciado

Nessa seção são apresentados empreendimentos que comercializam produtos interessantes para turistas. Estão citadas a Casa do Mel que, em função da localização da loja e pelos itens produzidos localmente, é bastante frequentada por turistas, e as linguçarias que contam com pontos de venda acessíveis aos visitantes. As fábricas produtoras de linguiça que distribuem os itens em outros pontos comerciais não foram consideradas pois, apesar da sua importância econômica, não têm apelo turístico.

· Casa do Mel

Localizada no Lago do Taboão, a Casa do Mel (Figura 241) reúne produtos de vários apicultores locais. Os clientes são na maioria moradores de Bragança Paulista, mas também há muitos turistas que compram na loja.

Figura 241 – Casa do Mel



Fonte: Trabalho de campo.

As informações gerais da Casa do Mel estão no Quadro 188.

Quadro 188 – Informações gerais, Casa do Mel

Endereço	Avenida Alpheu Grimello, s/n
Telefone	(11) 4033-4050
Site	-
Facebook	-
E-mail	-
Horários de funcionamento	Terça-feira, das 11:00 às 17:30. Quarta-feira a domingo, das 9:00 às 12:30 e das 13:30 às 17:30.

· *Linguicaria Autêntica*

Seguindo a tradicional receita criada pelos imigrantes italianos, a Linguicaria Autêntica produz a famosa linguiça bragantina e a distribui em diversas partes do país. As informações gerais da empresa estão no Quadro 189.

Quadro 189 – Informações gerais, Linguicaria Autêntica

Endereço	Rua Expedicionário José Franco de Macedo, 218
Telefone	(11) 99647-3424
Site	www.autenticalinguicaria.com.br
Facebook	www.facebook.com/autenticalinguicaria/
E-mail	contato@linguincadebraganca.com.br
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 08:00 às 18:00. Sábado, das 8:00 às 13:00.

· *Linguicaria Bragança*

A Linguicaria Bragança (Figura 242) vende a tradicional linguiça bragantina, além das feitas com ervas, pimenta, bacon e outros ingredientes. Devido à sua localização, na rota de passagem para o Circuito das Águas, cerca de 90% dos clientes são viajantes.

Figura 242 – Linguicaria Bragança



Fonte: Trabalho de campo.

O Quadro 190 traz informações do estabelecimento.

Quadro 190 – Informações gerais, Linguicaria Bragança

Endereço	Praça 9 de Julho, 68
Telefone	(11) 3403-2462
Site	www.linguicadebraganca.com.br/
Facebook	www.facebook.com/linguicaria.bragantina?fref=ts
E-mail	contato@linguincadebraganca.com.br
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 8:30 às 18:00. Sábado, das 8:40 às 18:20. Domingo, das 9:00 às 13:00.

3.1.3.2 Agências de turismo

Existem 12 agências de viagens em Bragança Paulista e todas trabalham exclusivamente com turismo emissivo. No entanto, há uma empresa de comunicação que opera serviços receptivos no município e em Atibaia. As empresas estão relacionadas, por ordem alfabética, a seguir.

· *Antaris Travel*

A Antaris Travel trabalha com atendimento personalizado e oferece pacotes, passagens aéreas, serviços de reserva de hospedagem e carro, seguro viagem etc. As informações gerais da agência encontram-se no Quadro 193.

Quadro 191 – Informações gerais, Antaris Travel

Endereço	Rua Teixeira, 352
Telefone	(11) 4032-8918
Site	www.antaristravel.com.br/
Facebook	www.facebook.com/antaristravel?fref=ts
E-mail	contato@antaristravel.com.br
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 9:00 às 18:00. Sábado, das 9:00 às 12:00.

· *Azul Viagens*

A agência Azul Viagens é uma franquia da operadora de mesmo nome e foi recentemente inaugurada no Bragança Garden Shopping. Oferece pacotes nacionais e internacionais, entre outros serviços.

Quadro 192 – Informações gerais, Azul Viagens

Endereço	Rodovia Alkindar Junqueira Monteiro, km 53
Telefone	(11) 4010-5081
Site	http://www.azulviagens.com.br/
Facebook	www.facebook.com/azulbraganca/
E-mail	loja@azulbraganca.com.br
Horários de funcionamento	Segunda-feira a sábado, das 10:00 às 22:00. Domingo, das 14:00 às 22:00.

· *CVC Viagens*

A agência CVC Viagens em Bragança Paulista é uma franquia da operadora de mesmo nome, vendendo diversas opções de pacotes nacionais e internacionais, além de serviços avulsos, como passagem aérea, reserva de hospedagem, locação de carro e seguro viagem.

Além das informações da loja indicada no Quadro 193, a CVC Viagens também possui uma loja no Bragança Garden Shopping.

Quadro 193 – Informações gerais, CVC Viagens

Endereço	Avenida Dom Pedro I, 309 – 1º andar, loja 2
Telefone	(11) 4034-3020
Site	www.lojas.cvc.com.br/?dir-item=cvc-braganca-paulista
Facebook	www.facebook.com/pages/Cvc-Bragan%C3%A7a/540265306021208
E-mail	loja.7280@cvc.com.br
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 9:00 às 18:00. Sábado, das 9:00 às 13:00.

· DMAS Comunicação e eventos

A DMAS é uma empresa da área de comunicação que também opera turismo receptivo em Bragança Paulista e Atibaia, além de confeccionar um mapa turístico bragantino (ver item 3.3).

O Quadro 194 apresenta informações da empresa.

Quadro 194 – Informações gerais, DMAS Comunicação e Eventos

Endereço	-
Telefone	(11) 99588-2016
Site	www.atendmas.wixsite.com/dmas
Facebook	https://www.facebook.com/dmascomunicacaoeventos
E-mail	atendmas@gmail.com
Horários de funcionamento	Segunda a sexta-feira, das 9:00 às 18:00. Sábado, das 9:00 às 13:00.

· Flytour Viagens

Distribuidora dos produtos da operadora Flytour Gapnet, a Flytour Viagens de Bragança Paulista oferece grande variedade de serviços turísticos, tanto para o público corporativo quanto para os turistas de lazer. A agência trabalha também grupos, hotéis, ingressos, cruzeiros, intercâmbio, eventos, assistência médica e viagens de incentivo.

O Quadro 195 contém as informações gerais da Flytour Viagens em Bragança Paulista.

Quadro 195 – Informações gerais, Flytour Viagens

Endereço	Avenida Dom Pedro I, 309 - 1º andar - loja 8
Telefone	(11) 2277-0076 - 4032-2883
Site	www.flytour.com
Facebook	www.facebook.com/FlytourBraganca/?fref=ts
E-mail	braganca@flytour.com
Horários de funcionamento	De segunda a sexta-feira, das 8:30 às 18:30.

· Gx Intercâmbio

A Gx Intercâmbio é uma agência de viagens especializada em programas de intercâmbio para todas as idades, vistos, passagens aéreas, assistência médica e locação de veículos, entre outros serviços.

O Quadro 196 traz informações gerais da empresa.

Quadro 196 – Informações gerais, GX Intercâmbio

Endereço	Avenida Pires Pimentel, 1476
Telefone	(11) 4033-3018
Site	www.gxintercambio.com.br
Facebook	www.facebook.com/GXIntercambio
E-mail	atendimento@gxintercambio.com.br
Horários de funcionamento	De segunda a sexta-feira, das 8:30 às 18:30.

· *Janice Valle Turismo e Intercâmbio*

A Janice Valle Turismo trabalha com diversos serviços de turismo emissivo, tais como pacotes nacionais e internacionais, intercâmbio, viagens de grupos, passagem aéreas e reservas de hotel. As informações gerais da empresa podem ser conferidas no Quadro 197.

Quadro 197 – Informações gerais, Janice Valle Turismo e Intercâmbio

Endereço	Rua Coronel Leme, 170
Telefone	(11) 4033-7384
Site	www.janicevalleturismo.com.br
Facebook	www.facebook.com/janicevalle.turismo?fref=ts
E-mail	janice@janicevalleturismo.com.br
Horários de funcionamento	De segunda a sexta-feira, das 9:00 às 18:00. Sábado, das 9:00 às 12:00.

· *JMC Turismo*

Especializada em serviços emissivos e organização de eventos, a JMC tem três lojas que oferecem pacotes turísticos aéreos, marítimos e rodoviários, nacionais e internacionais, reservas e vendas de passagens aéreas, hospedagem, carros e trens, organização e produção de eventos. As informações gerais da empresa podem ser visualizadas no Quadro 198.

Quadro 198 – Informações gerais, JMC Turismo

Endereço	Avenida Dom Pedro I, 309 - 2º andar - Lojas 22 e 23 Rua Coronel Osório, 81 Rua José Bonifácio, 74
Telefone	(11) 4032-6761, (11) 4034-5667
Site	www.jmcturismo.com.br/
Facebook	www.facebook.com/JMC-TURISMO-220030094686693/
E-mail	contato@jmcturismo.com.br
Horários de funcionamento	De segunda a sexta-feira, das 9:00 às 18:00. Sábado, das 9:00 às 13:00.

· *Latam Viagens*

A Latam Viagens é franqueada da operadora de mesmo nome e oferece pacotes, passagens aéreas e outros serviços de turismo emissivo. No Quadro 199 estão as informações gerais da Latam Viagens em Bragança Paulista.

Quadro 199 – Informações gerais, Latam Viagens

Endereço	Rua José Domingues, 275
Telefone	(11) 4032-7376
Site	www.latamtravel.com/pt_br#&panel1-6
Facebook	-
E-mail	tamviagensbraganca@gmail.com
Horários de funcionamento	De segunda a sexta-feira, das 9:00 às 18:00. Sábado, das 9:00 às 13:00.

· Nora Turismo

Fundada em 1998, a agência Nora Turismo trabalha com passagem aérea, locação de carro, cruzeiros, hospedagem, pacotes, grupos, ingressos e seguro. As informações da empresa são apresentadas no Quadro 200.

Quadro 200 – Informações gerais, Nora Turismo

Endereço	Rua Dr. Cândido Rodrigues, 261
Telefone	(11) 4032-2520
Site	www.noraturismo.com.br/
Facebook	www.facebook.com/noraturismo
E-mail	atendimento@noraturismo.com.br
Horários de funcionamento	De segunda a sexta-feira, das 9:00 às 18:00. Sábado, das 9:00 às 13:00.

· Teka Turismo

A agência Teka Turismo trabalha com pacotes nacionais e internacionais, passagens aéreas, reservas diversas e outros serviços de turismo emissivo desde 1988. No Quadro 201 podem ser encontradas as informações gerais da empresa.

Quadro 201 – Informações gerais, Teka Turismo

Endereço	Rua José Domingues, 387
Telefone	(11) 4033-0082
Site	www.tekaturismo.com.br
Facebook	www.facebook.com/Teka-Turismo-233108236808959/?fref=ts
E-mail	mcmteka@terra.com.br
Horários de funcionamento	De segunda a sexta-feira, das 9:00 às 18:00. Sábado, das 9:00 às 13:00.

· TZ Viagens

A TZ Viagens oferece pacotes nacionais e internacionais, além de passagens aéreas, hospedagem e cruzeiros, entre outros. As informações da empresa estão no Quadro 202.

Quadro 202 – Informações gerais, TZ Viagens

Endereço	Avenida Salvador Markowicz, 135 – sala 1 e 2
Telefone	(11) 4032-2231
Site	www.bp.tzviagens.com.br/
Facebook	www.facebook.com/tzviagensbp/?fref=ts
E-mail	reservas@bp.tzviagens.com.br
Horários de funcionamento	De segunda a sexta-feira, das 9:00 às 19:00. Sábado, das 9:00 às 17:00.

 · *Verona Turismo*

Agência especializada em serviços emissivos, a Verona Turismo oferece passagens aéreas, pacotes nacionais e internacionais, hotéis, aluguel de carro, seguro viagem e cruzeiros. As informações de contato se encontram no Quadro 203.

Quadro 203 – Informações gerais, Verona Turismo

Endereço	Rua Coronel Leme, 06
Telefone	(11) 4033-0534 - 3404-7115
Site	www.veronaturismo.com.br
Facebook	www.facebook.com/veronaturismo/
E-mail	contato@veronaturismo.com.br
Horários de funcionamento	De segunda a sexta-feira, das 9:00 às 18:00. Sábado, das 9:00 às 13:00.

3.1.3.3 Casas de câmbio

 · *AGK Corretora de Câmbio*

A casa de câmbio AGK está localizada próxima ao Lago do Taboão. As informações gerais da empresa estão no Quadro 204.

Quadro 204 – Informações gerais, AGK Corretora de Câmbio

Endereço	Avenida Dom Pedro I, 309 - sala 16
Telefone	(11) 4032-5364
Site	www.agkcorretora.com.br/
Facebook	www.facebook.com/pages/AGK-Corretora-de-Cambio-SA/1114636418592675?fref=ts
E-mail	-
Horários de funcionamento	De segunda a sexta-feira, das 9:00 às 17:30. Sábado, das 9:00 às 12:00.

 · *Cashier Câmbio*

A casa de câmbio Cashier tem sede em Atibaia e filial em Bragança Paulista. As informações de contato da Cashier Câmbio estão no Quadro 205.

Quadro 205 – Informações gerais, Cashier Câmbio

Endereço	Avenida Salvador Markowicz, 135
Telefone	(11) 3402-2800
Site	www.cashiercambio.com.br/
Facebook	www.facebook.com/CashierCambio/
E-mail	contato@cashiercambio.com.br
Horários de funcionamento	De segunda a sexta-feira, das 9:30 às 17:00.

3.2 Demanda turística

O estudo da demanda turística de Bragança Paulista envolve duas abordagens. Uma trata da demanda atual do município, identificada por meio de pesquisas primárias, em campo, com turistas e visitantes, como detalha a primeira parte deste item. A outra abordagem utilizada parte de estudos secundários para determinar a demanda potencial de Bragança Paulista e é explicada na segunda seção deste item.

3.2.1 Demanda atual

Para conhecer alguns aspectos da demanda atual de Bragança Paulista, optou-se por uma pesquisa de campo, quantitativa, não probabilística, com visitantes/ turistas. O primeiro procedimento foi estabelecer os objetivos da pesquisa, definidos como:

- traçar o perfil socioeconômico do visitante e com quem viaja;
- esclarecer o motivo da visita e se é visitante frequente;
- verificar atrativos turísticos visitados;
- conhecer como o visitante avalia o município e suas fontes de informação;
- verificar se as expectativas foram atendidas e as possibilidades de retorno e de indicação;
- conhecer os gastos, o tempo de permanência e os serviços utilizados;
- verificar destinos ou atividades concorrentes.

A partir desses objetivos, foi elaborado o formulário de pesquisa. Duas rodadas de pré-teste foram realizadas²³, que resultaram em modificações do formato original. O formulário final encontra-se no Apêndice B.

Um treinamento de duas horas foi realizado com a equipe de entrevistadores, com uma semana de antecedência ao dia marcado para a pesquisa de campo. Os formulários foram enviados aos entrevistadores para que se familiarizassem com as questões e treinassem entre si, detectando possíveis variações no padrão das respostas. Foi criado um grupo de WhatsApp para troca de informações entre os entrevistadores. Durante a semana, dúvidas foram sendo sanadas e procedimentos revistos.

A Secretaria de Turismo e Cultura se encarregou de consultar proprietários de determinados estabelecimentos comerciais a respeito de vantagens que poderiam ser oferecidas aos turistas que respondessem à pesquisa. Os restaurantes constantes do mapa gastronômico da cidade ofereceram um *voucher* de 20% de desconto, uma hípica da cidade ofereceu uma aula de equitação gratuita, uma associação de proprietários de empreendimentos gastronômicos disponibilizou um guia gastronômico do município. Um mapa da cidade e uma seleção de doces também compuseram um *kit*, montado pela Secretaria, para distribuição.

A pesquisa de demanda turística foi marcada e realizada para o dia 9/12/2016, uma sexta-feira, no portal de entrada do município de Bragança Paulista, com o objetivo de abordar os veículos que estavam na cidade antes do final de semana. A operação contava com sete entrevistadores, um supervisor, dois guardas de trânsito e o Secretário de Cultura e Turismo. Foram aplicados 60 questionários (Figura 243).

²³ A primeira rodada de pré-teste para encontrar possíveis falhas no questionário foi realizada em 01/12/2016, simulando tanto pessoas que já haviam visitado Bragança Paulista quanto pessoas que nunca visitaram. Foi detectado um erro na questão 7 e observada certa confusão por parte dos entrevistadores ao aplicar a pesquisa, especialmente com questões que, dependendo da resposta, remetiam a outra parte do questionário. Em função disso, foram criados códigos que facilitassem a leitura do entrevistador e legendas foram colocadas no rodapé das páginas.

Figura 243 – Aplicação de questionários, portal de entrada



Fonte: Trabalho de campo.

As pessoas que residiam em Bragança Paulista eram dispensadas de responder à pesquisa. Após responderem às perguntas, os motoristas recebiam o *kit* previamente montado. A aceitação da abordagem foi, em geral, muito boa, com agradecimentos sinceros pelos brindes entregues.

Algumas eventualidades obrigaram a modificar o que havia sido planejado. Inicialmente, foi prevista a aplicação de 180 questionários, no período das 18h30 às 23h00. Cinco carros seriam conduzidos para o desvio da pista principal, simultaneamente, para abordar os motoristas a fim de que respondessem à pesquisa. A duração média da aplicação foi estimada em 10 minutos.

No entanto, os entrevistadores tiveram que se formar em duplas para se protegerem da chuva e fazer a aplicação dos questionários. Com a redução do número de entrevistadores por rodada, passaram a ser parados simultaneamente quatro carros (Figura 244).

Figura 244 – Aplicação de questionários, com chuva



Fonte: Trabalho de campo.

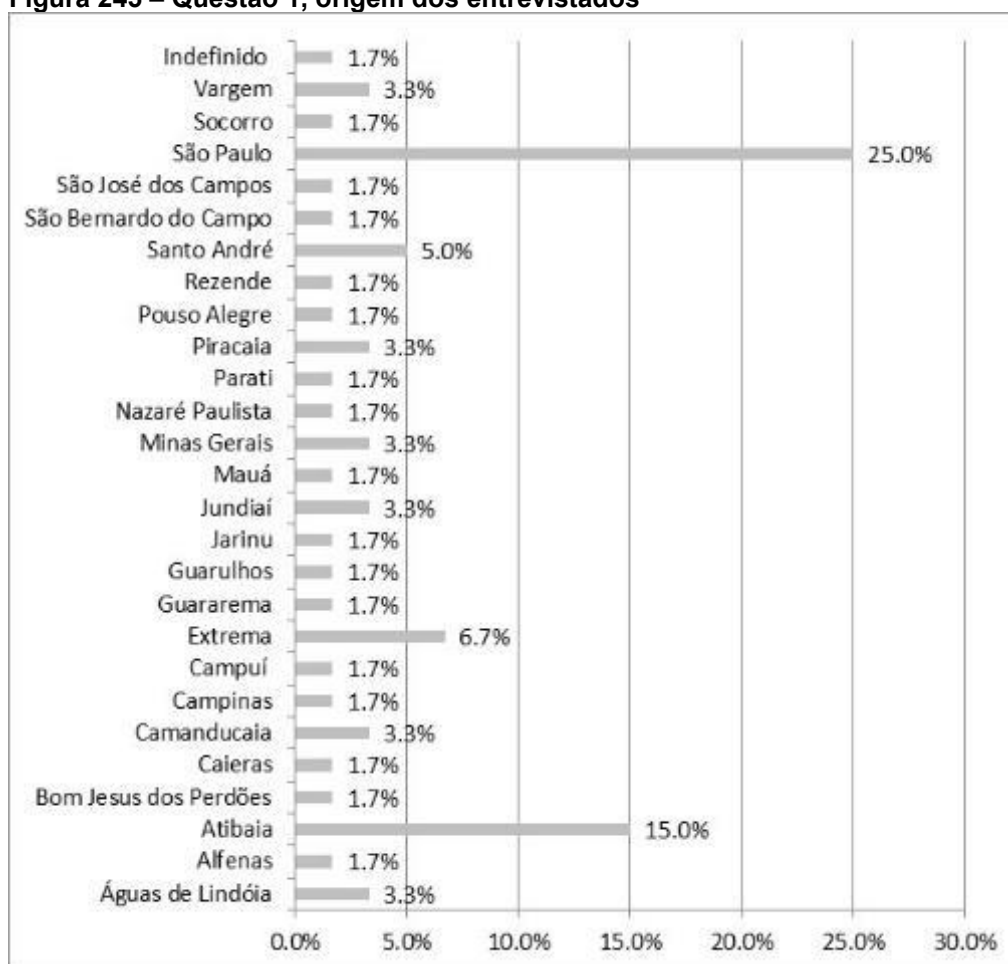
Além disso, por volta das 21h00, houve uma colisão entre três veículos nas imediações, e as autoridades de trânsito pediram que a pesquisa fosse suspensa. Os entrevistadores terminaram a aplicação dos questionários nos motoristas dos veículos que já estavam parados e encerraram os trabalhos. Em duas horas, foram respondidas 60 pesquisas, para quatro duplas de entrevistadores na maior parte do tempo, indicando um tempo médio de 7,5 minutos por abordagem.

Os dados foram tabulados e analisados imediatamente após a pesquisa. Dúvidas relativas a determinadas respostas foram tiradas diretamente com o entrevistador responsável pela aplicação de cada formulário.

Durante a tabulação, foi observado que, em três entrevistas, uma pergunta não foi respondida.

A primeira pergunta do questionário dizia respeito à origem dos entrevistados. Moradores de Bragança Paulista eram descartados, uma vez que o objetivo da pesquisa foi conhecer o perfil da demanda turística. Como se observa na Figura 245, a maior frequência foi da cidade de São Paulo, com 25,0% do total de viajantes, seguida de Atibaia, com 15,0%, e Extrema, em Minas Gerais, com 6,7%.

Figura 245 – Questão 1, origem dos entrevistados



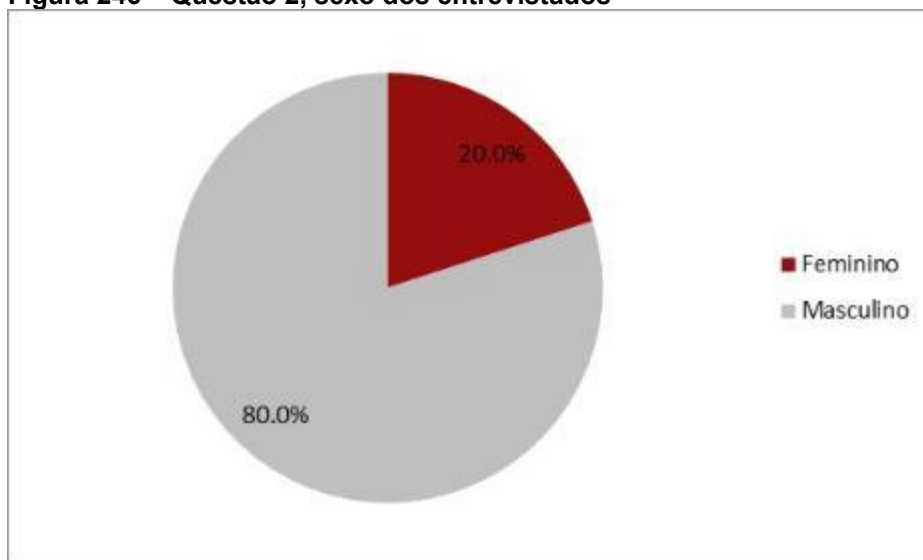
Fonte: Pesquisa de demanda.

Vale observar que a somatória da Grande São Paulo²⁴, que neste caso inclui, além da capital, Santo André, São Bernardo do Campo, Mauá, Guarulhos, Guararema e Caieiras, representava 38,3% do total do fluxo turístico.

Com o intuito de conhecer melhor o perfil socioeconômico do turista, a segunda questão foi subdividida em cinco categorias: sexo, idade, estado civil, escolaridade e renda média familiar. A orientação, para essa questão, era abordar o condutor do veículo.

Com relação ao sexo dos condutores entrevistados, 80,0% deles eram homens e 20,0% mulheres (Figura 246).

Figura 246 – Questão 2, sexo dos entrevistados

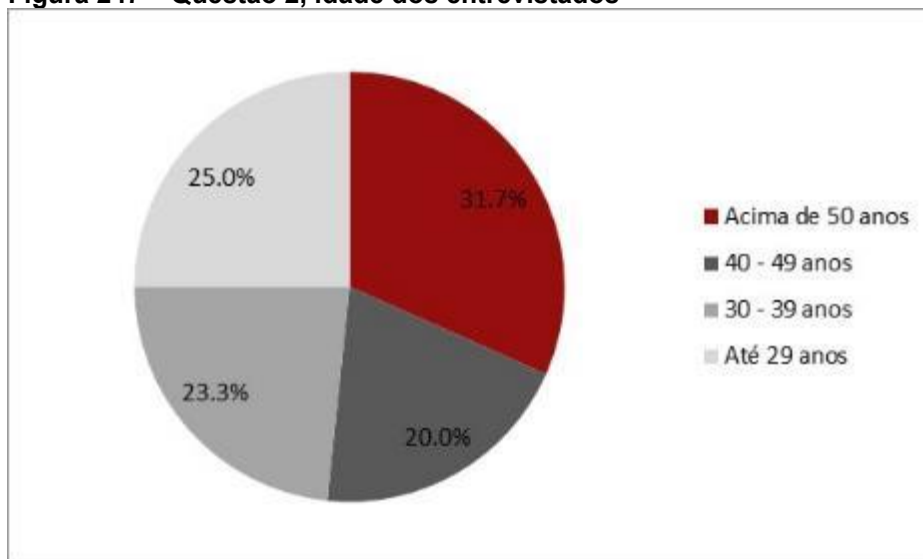


Fonte: Pesquisa de demanda.

A idade média dos condutores dos 60 veículos entrevistados era de 41 anos, mas a análise da idade média por faixas de idade revela que o maior percentual é de viajantes com mais de 50 anos, totalizando 31,7% dos entrevistados, seguidos pela faixa que tem entre 18 e 29 anos, respondendo por 25,0% do total da amostra. Esses indicadores são apresentados na Figura 247.

²⁴ A região da Grande São Paulo, oficialmente identificada como Região Metropolitana de São Paulo (RMSP), é formada por Arujá, Barueri, Biritiba-Mirim, Caieiras, Cajamar, Carapicuíba, Cotia, Diadema, Embu, Embu-Guaçu, Ferraz de Vasconcelos, Francisco Morato, Franco da Rocha, Guararema, Guarulhos, Itapeverica da Serra, Itapevi, Itaquaquecetuba, Jandira, Juquitiba, Mairiporã, Mauá, Mogi das Cruzes, Osasco, Pirapora do Bom Jesus, Poá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra, Salesópolis, Santa Isabel, Santana de Parnaíba, Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, São Lourenço da Serra, Suzano, Taboão da Serra, Vargem Grande Paulista e São Paulo (EMPLASA, 2016).

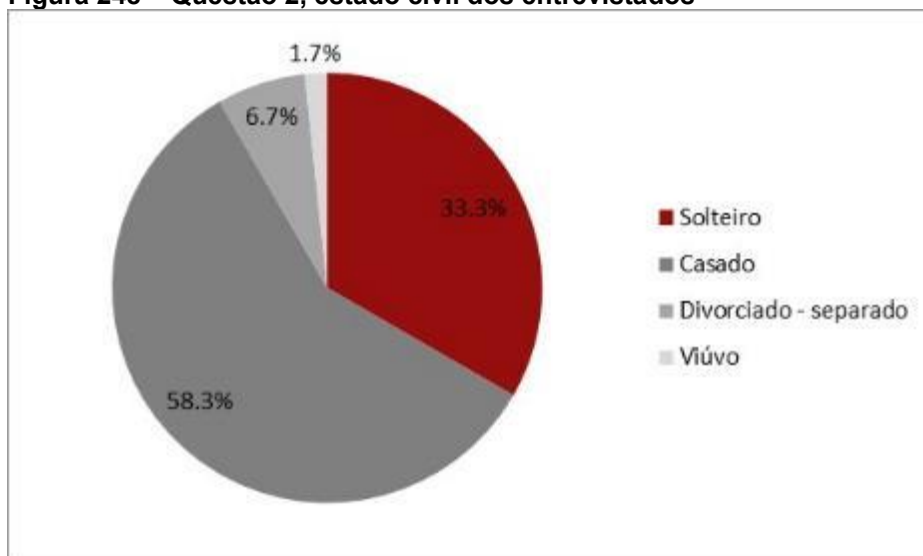
Figura 247 – Questão 2, idade dos entrevistados



Fonte: Pesquisa de demanda.

O estado civil dos entrevistados era, majoritariamente, de casados, como se observa na Figura 248. Nesse grupo estão 58,3% deles, seguido pelos solteiros, com 33,3%. Apenas 6,7% dos entrevistados eram divorciados ou separados e 1,7%, viúvos.

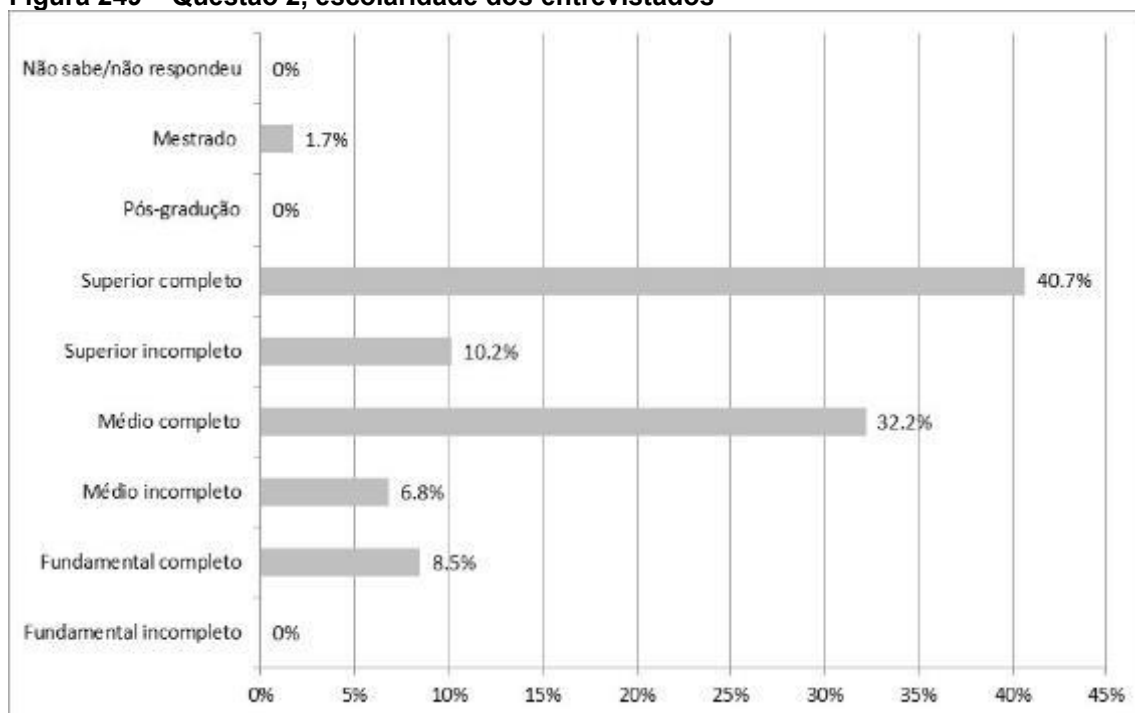
Figura 248 – Questão 2, estado civil dos entrevistados



Fonte: Pesquisa de demanda.

No que diz respeito à escolaridade, praticamente 41% tinham curso superior completo e 32,2%, o ensino médio completo. O percentual de entrevistados com mestrado é baixo, apenas 1,7%, e nenhum deles tinha curso de pós-graduação *lato sensu*. A Figura 249 apresenta esses dados.

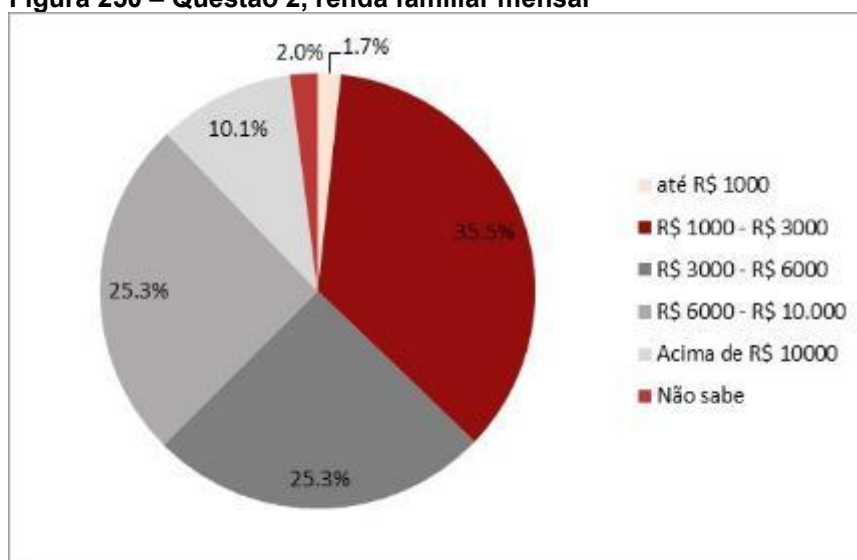
Figura 249 – Questão 2, escolaridade dos entrevistados



Fonte: Pesquisa de demanda.

A renda familiar mensal também foi investigada na segunda questão (Figura 250). Dos entrevistados, 35,5% tinham renda familiar mensal entre R\$ 1.000,00 e R\$ 3.000,00. A participação daqueles com renda familiar com R\$ 3.000,00 a R\$ 6.000,00 e dos que ganham entre R\$ 6.000,00 e R\$ 10.000,00 foi igual, ambas as faixas representando 25,3% da amostra.

Figura 250 – Questão 2, renda familiar mensal

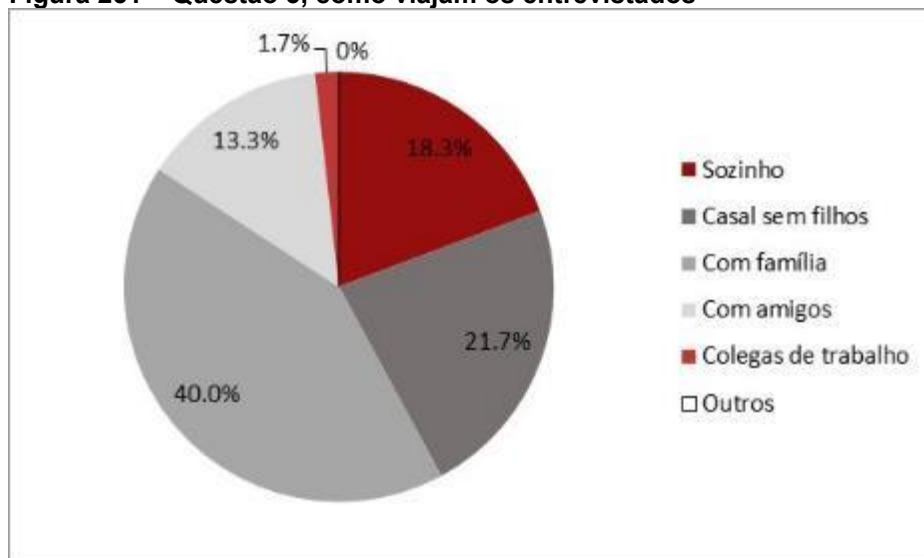


Fonte: Pesquisa de demanda.

Cerca de 10% dos entrevistados tinham renda familiar mensal acima de R\$ 10.000,00 e somente 1,7% deles, até R\$ 1.000,00. Apenas 2,0% dos entrevistados não souberam ou não quiseram responder.

Com quem o entrevistado viajava era a terceira questão. A Figura 251 mostra que a maioria, representada por 40,0% dos entrevistados, viajava em família; 21,7% eram casais sem filhos; 18,3%, sozinhos e 13,3%, com amigos. Apenas 1,7% dos viajantes estavam em companhia de colegas de trabalho.

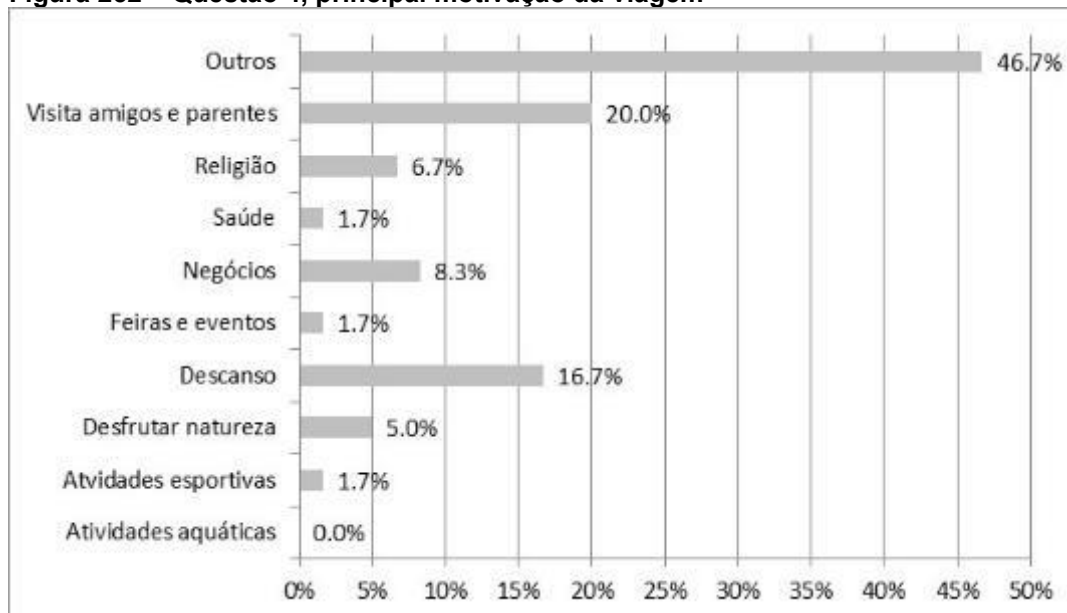
Figura 251 – Questão 3, como viajam os entrevistados



Fonte: Pesquisa de demanda.

O principal motivo da viagem, tema da quarta questão da pesquisa, permitia respostas múltiplas, sendo que 5 dos entrevistados utilizaram esse recurso. Observa-se, na Figura 252, que a principal motivação foi visitar amigos e parentes, com 20,0% das respostas, seguida de descanso, apontado por 16,7% dos entrevistados. Cerca de 8% viajavam a trabalho e 6,7%, por motivos religiosos.

Figura 252 – Questão 4, principal motivação da viagem

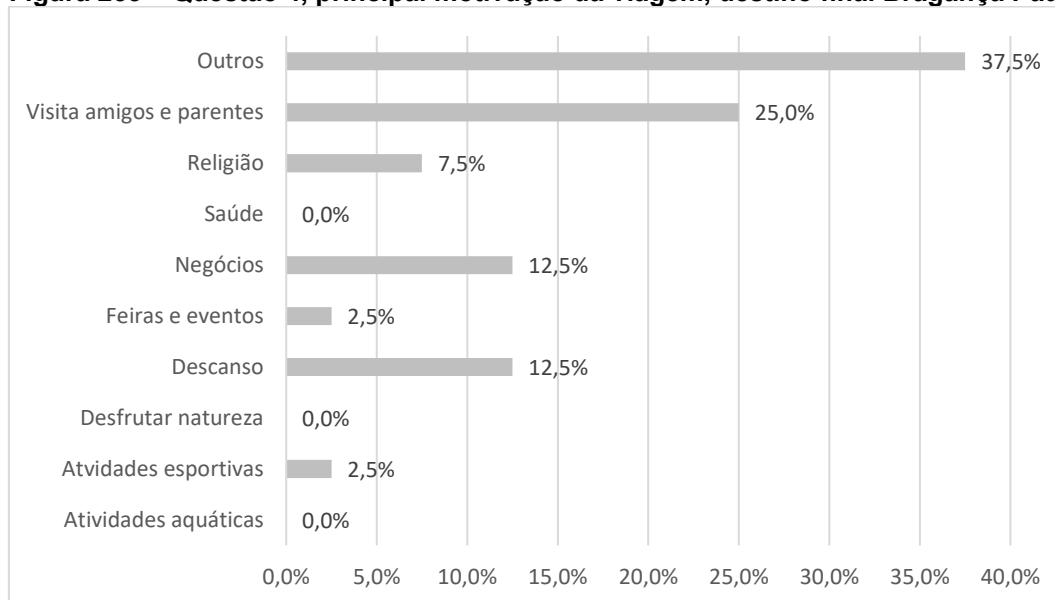


Fonte: Pesquisa de demanda.

Outros motivos também foram apontados por 46,7% dos respondentes. Dentre eles, destacam-se: ir a restaurantes, fazer compras, passear, frequentar faculdade e desfrutar de atividades de lazer.

Considerando apenas os viajantes que tinham como destino final Bragança Paulista (40), os principais motivos de viagem são mostrados na Figura 253.

Figura 253 – Questão 4, principal motivação da viagem, destino final Bragança Paulista

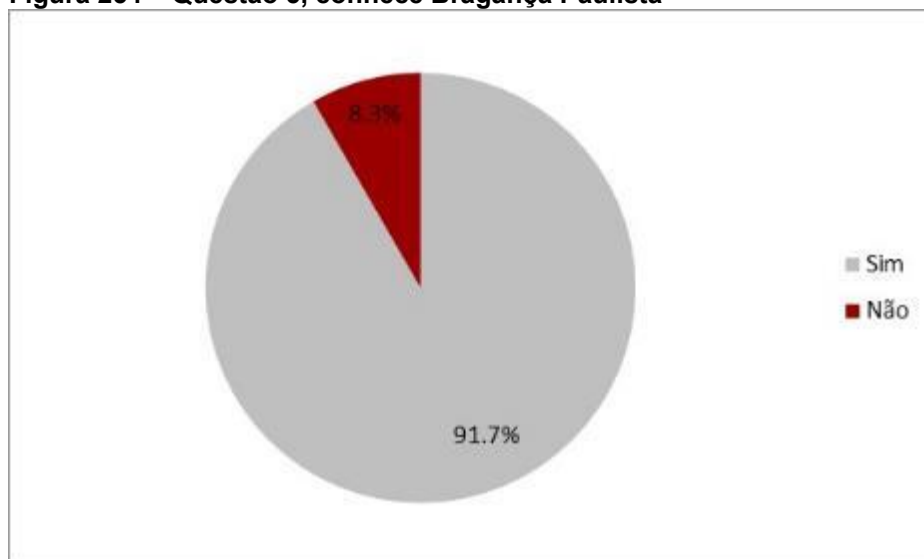


Fonte: Pesquisa de demanda.

Outros motivos ou atividades mais apontadas para os que iam a Bragança Paulista foram: restaurantes, faculdade, compras, passeio e lazer.

Quando perguntados se já conheciam Bragança Paulista (questão 5), cerca de 92% dos entrevistados responderam afirmativamente, conforme demonstra a Figura 254.

Figura 254 – Questão 5, conhece Bragança Paulista



Fonte: Pesquisa de demanda.

As questões 6 a 13 eram respondidas apenas por quem já conhecia Bragança Paulista, ou seja, por 55 respondentes (91,7%).

Em relação aos atrativos turísticos visitados, objeto da sexta questão, que permitia múltiplas respostas, verificou-se que o Lago do Taboão era o mais conhecido entre os entrevistados, com 27,5% do total de respostas. Outros atrativos foram citados, com respostas variadas. Foram indicados, por exemplo, visita a amigos e familiares, compras, *shopping centers*, universidade, chácaras e sítios, como mostra a Figura 255.

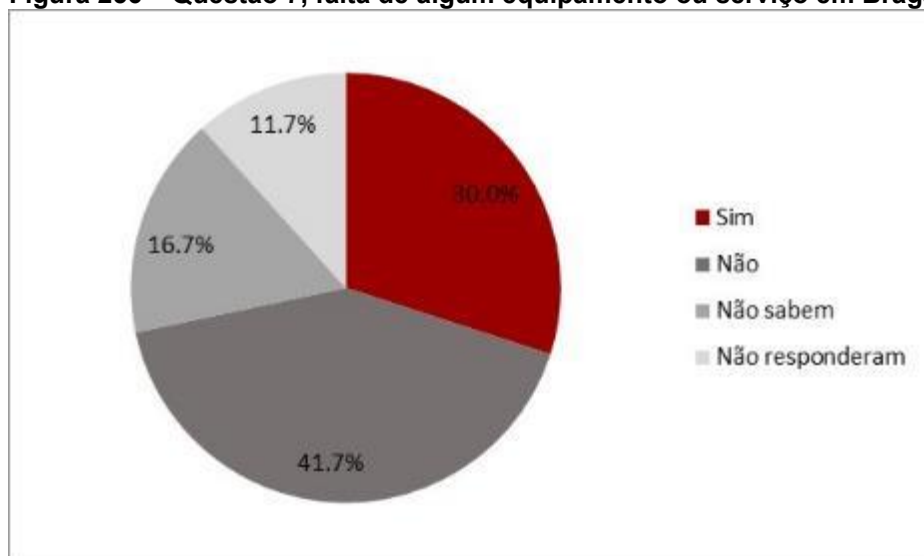
Figura 255 – Questão 6, atrativos de Bragança Paulista visitados



Fonte: Pesquisa de demanda.

Quando perguntados se faltavam equipamentos ou serviços turísticos em Bragança Paulista, 41,7% dos turistas responderam 'não', 30,0% disseram 'sim' e 16,7% não souberam opinar, conforme Figura 256. Do total de entrevistados nessa questão (55), 7 (11,7%) não responderam.

Figura 256 – Questão 7, falta de algum equipamento ou serviço em Bragança Paulista



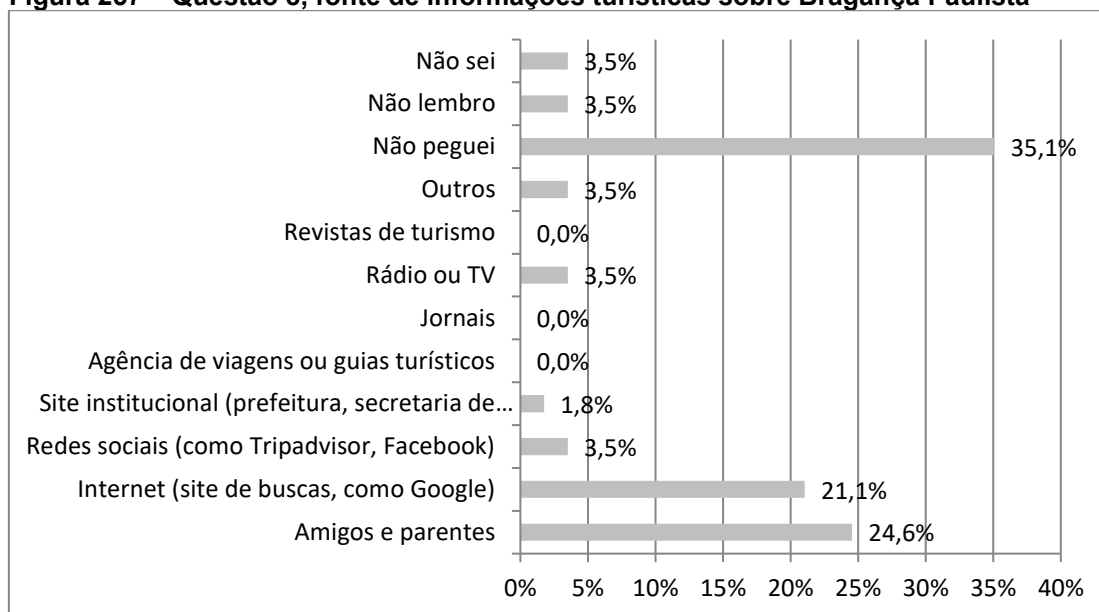
Fonte: Pesquisa de demanda.

Os entrevistados que sentiam falta de serviços para o turismo na cidade apontaram: atrativos turísticos e de lazer, divulgação, eventos diversos, melhorias de infraestrutura, especificamente no asfalto, iluminação e segurança, informações turísticas, bares, sinalização, teatro e organização.

A questão 8 do formulário indagava sobre a fonte de consulta para obter informações turísticas sobre Bragança Paulista e admitia múltiplas respostas.

Na Figura 257, observa-se que, do total de 57 alternativas marcadas pelos 55 respondentes, cerca de 42% das respostas foram que não buscaram informações ou não sabem ou não lembram, 24,6% buscaram informações com amigos e parentes e 21%, na internet, em sites de buscas, como o Google.

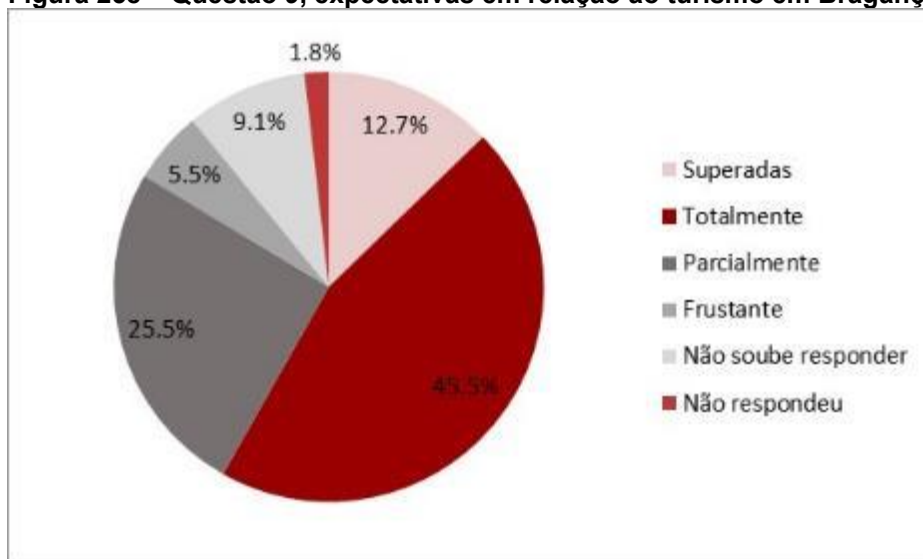
Figura 257 – Questão 8, fonte de informações turísticas sobre Bragança Paulista



Fonte: Pesquisa de demanda.

A questão seguinte teve como intuito conhecer de que forma as expectativas dos turistas, em relação ao turismo na cidade, foram atendidas. Essa questão só permitia uma resposta. Dos 55 entrevistados que conheciam Bragança Paulista, 6 não souberam responder ou não responderam (10,9%), de modo que houve um total de 49 respostas. Para 45,5%, as expectativas foram totalmente atendidas e para 25,5%, parcialmente atendidas (Figura 258). Tiveram expectativas superadas 12,7% dos entrevistados e apenas 5,5% se sentiram frustrados.

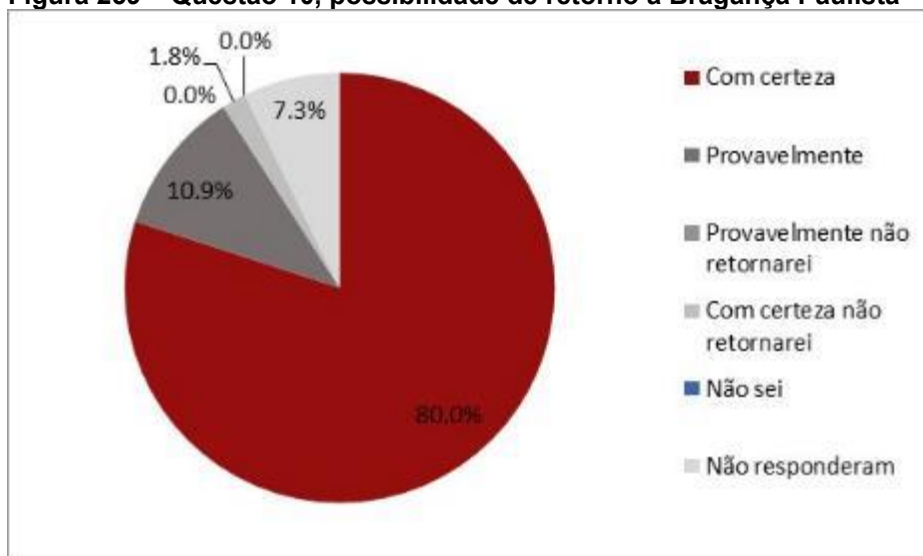
Figura 258 – Questão 9, expectativas em relação ao turismo em Bragança Paulista



Fonte: Pesquisa de demanda.

A décima questão sondava a intenção do viajante de retornar ao município e 80,0% dos respondentes afirmaram que certamente retornariam; 10,9%, provavelmente; e 1,8%, certamente não retornariam. A Figura 259 apresenta esses resultados.

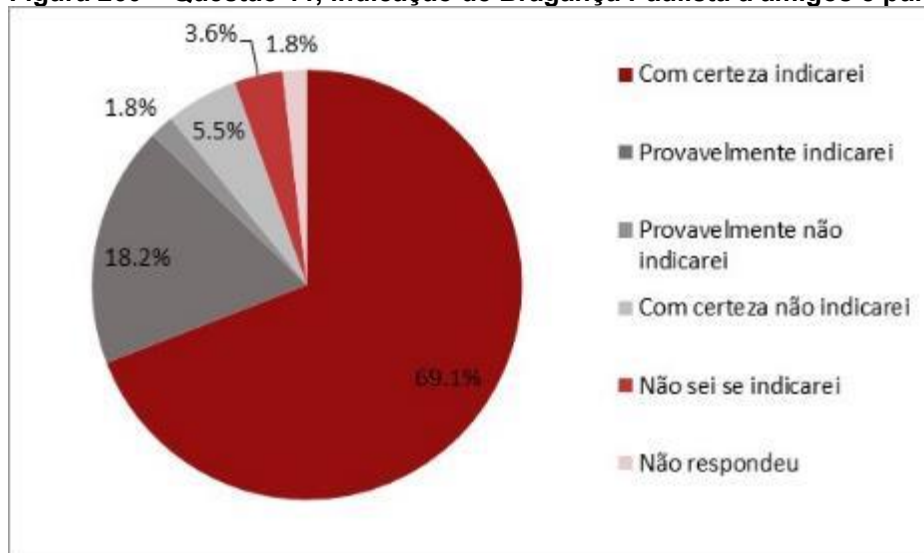
Figura 259 – Questão 10, possibilidade de retorno a Bragança Paulista



Fonte: Pesquisa de demanda.

Quando perguntados sobre as chances de indicar Bragança Paulista como destino turístico a amigos e parentes (Figura 260), 69,1% afirmaram que certamente indicariam; 18%, provavelmente indicariam; 2%, provavelmente não indicariam; 6%, certamente não indicariam; e 4% não souberam opinar. Um entrevistado não respondeu a essa pergunta.

Figura 260 – Questão 11, indicação de Bragança Paulista a amigos e parentes



Fonte: Pesquisa de demanda.

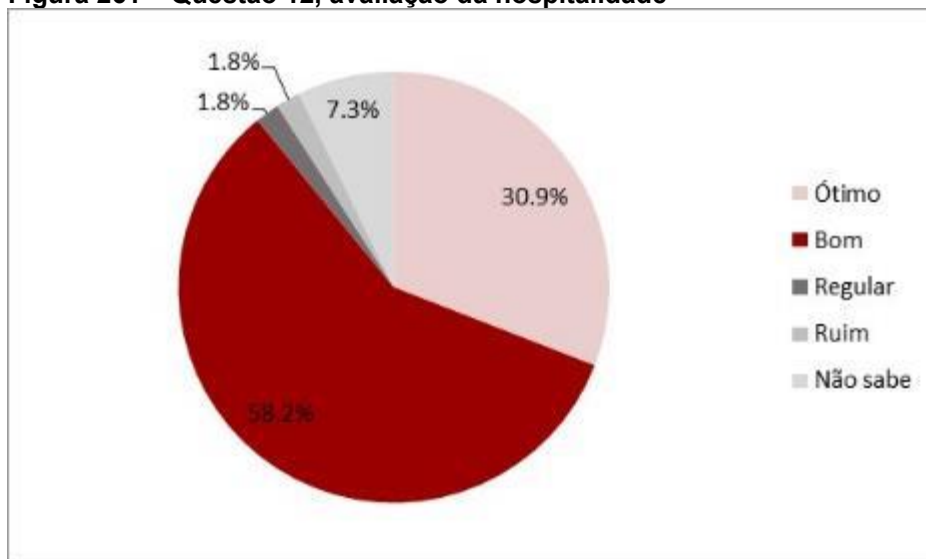
A questão 12 era uma avaliação de vários aspectos do turismo receptivo em Bragança Paulista. O entrevistado foi convidado a opinar – entre ótimo, bom, regular e ruim – sobre os seguintes aspectos, que obtiveram as respectivas médias, considerando notas de 0 a 10 em ordem decrescente:

- 8,2, hospitalidade;
- 8,1, vida noturna;
- 8,1, gastronomia;
- 7,8, compras;
- 7,6, acessos;
- 7,5, atendimento;
- 7,4, cultura;
- 7,4, limpeza;
- 7,3, atrativos turísticos;
- 7,3, segurança;
- 7,3, sinalização;
- 7,2, infraestrutura;
- 7,1, preços;
- 7,0, opções de lazer;
- 6,6, hotelaria;
- 6,3, informações turísticas.

Os resultados são mostrados, a seguir, da melhor para a pior classificação.

Quanto à hospitalidade, 30,9% dos respondentes a classificaram como ótima, 58,2% como boa, 1,8% como regular e 1,8% como ruim. Aproximadamente 7% não souberam avaliar (Figura 261).

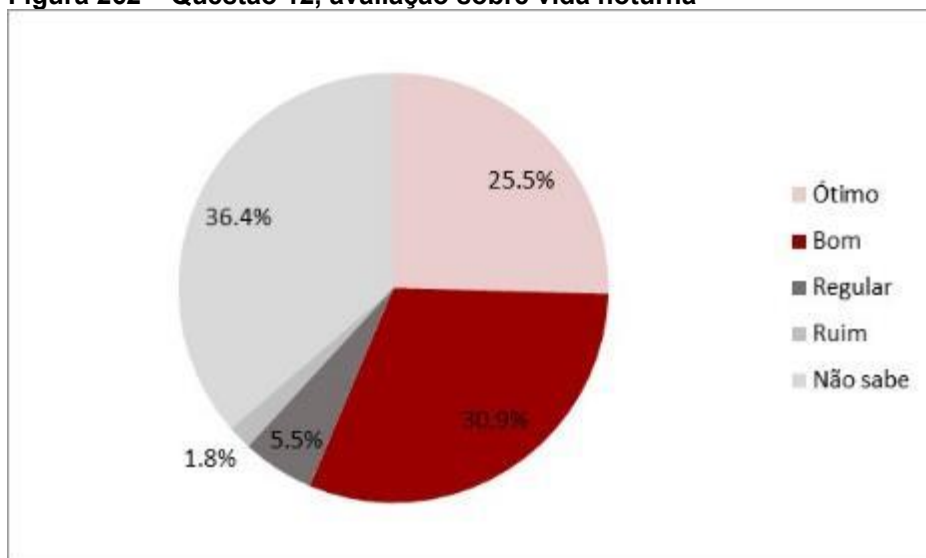
Figura 261 – Questão 12, avaliação da hospitalidade



Fonte: Pesquisa de demanda.

No que se refere à vida noturna na cidade, 25,5% a consideraram ótima; 30,9%, boa; 5,5%, regular; e 1,8% ruim, conforme apresentado na Figura 262. A parcela que não soube responder, de 36,4% do total, é alta.

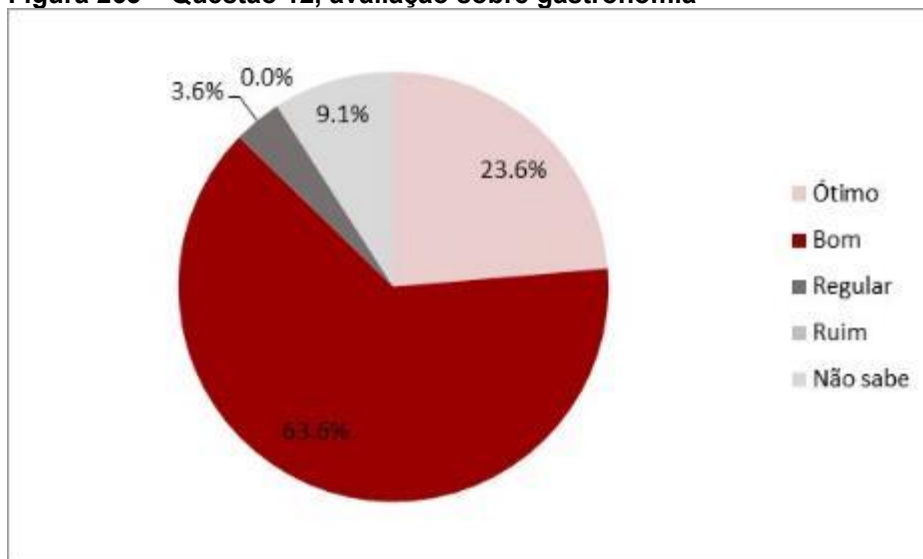
Figura 262 – Questão 12, avaliação sobre vida noturna



Fonte: Pesquisa de demanda.

A gastronomia bragantina também foi bem ponderada pelos turistas, como mostra a Figura 263. Cerca de 24% deles a avaliaram como ótima; 63,6%, como boa e apenas 3,6%, como regular. Nenhum entrevistado avaliou a gastronomia como ruim e 9,1% não souberam responder.

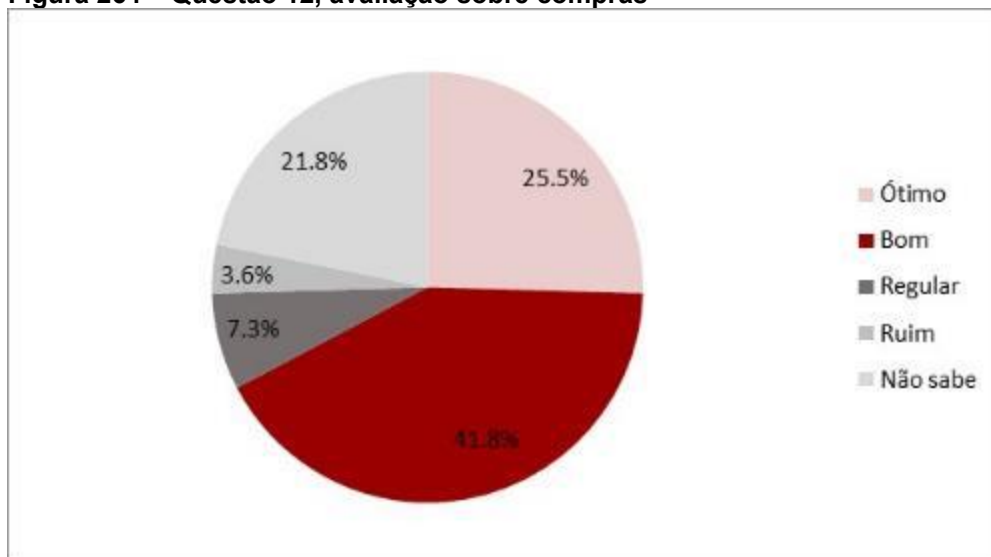
Figura 263 – Questão 12, avaliação sobre gastronomia



Fonte: Pesquisa de demanda.

As opções de compras também foram apreciadas. Cerca de 25,5% dos turistas as avaliaram como ótimas, 41,8% como boas, 7,3% como regular e 3,6% como ruim. Também se observa na Figura 264 que 21,8% dos viajantes abordados não souberam avaliar o comércio bragantino.

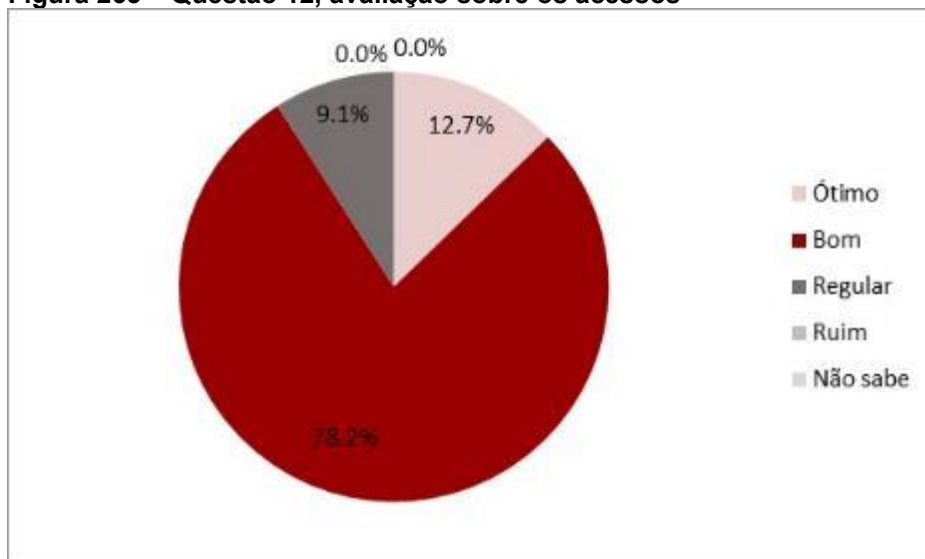
Figura 264 – Questão 12, avaliação sobre compras



Fonte: Pesquisa de demanda.

Quanto aos acessos à cidade, 12,7% dos respondentes os consideraram ótimos; 78,2%, bons e 9,1%, regulares. Não houve nenhuma classificação dos acessos como ruim. A Figura 265 apresenta esses resultados.

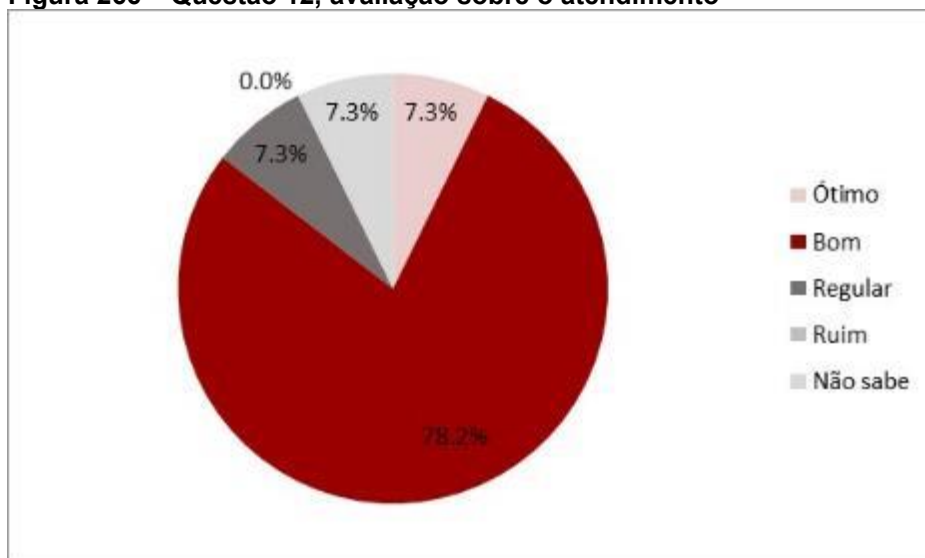
Figura 265 – Questão 12, avaliação sobre os acessos



Fonte: Pesquisa de demanda.

O atendimento nos estabelecimentos bragantinos foi bem avaliado pelos visitantes, sendo que 7,3% o consideraram ótimo; 78,2%, bom, 7,3%, regular e 7,3% não souberam avaliar. Nenhum entrevistado avaliou o atendimento como ruim (Figura 266).

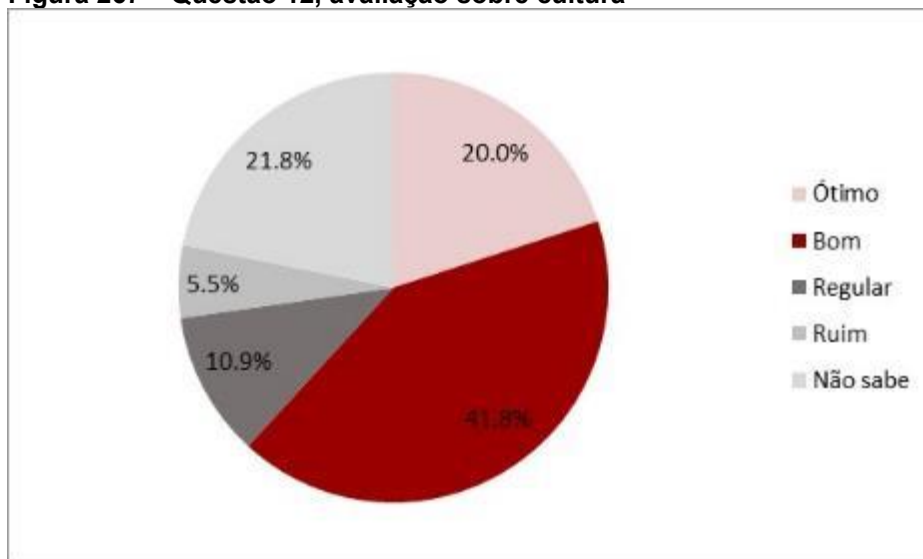
Figura 266 – Questão 12, avaliação sobre o atendimento



Fonte: Pesquisa de demanda.

A cultura em Bragança Paulista também foi avaliada pelos entrevistados. Para 20,0% deles foi considerada como ótima; 41,8%, como boa; 10,9%, como regular e 5,5%, como ruim. Uma parcela relativamente grande, de 21,8% dos entrevistados, não soube avaliar (Figura 267).

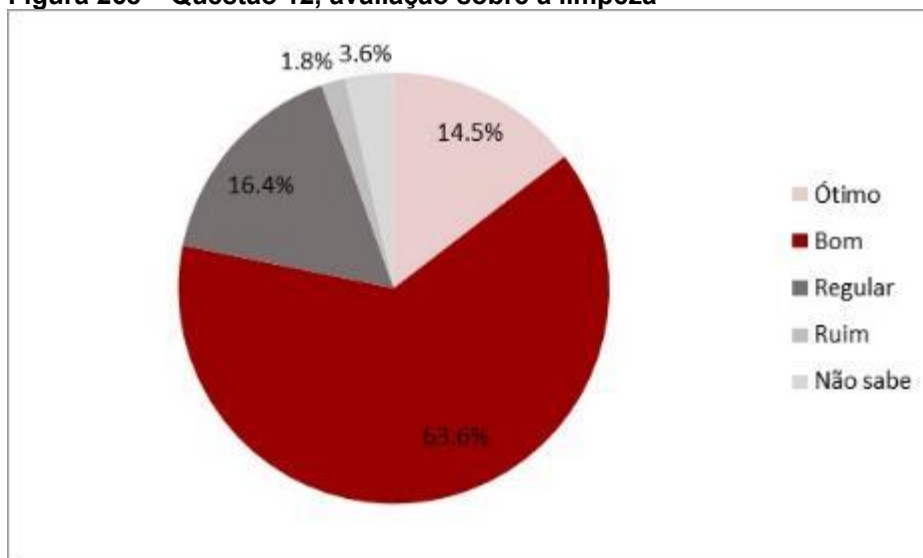
Figura 267 – Questão 12, avaliação sobre cultura



Fonte: Pesquisa de demanda.

Sobre a limpeza da cidade, 14,5% dos turistas a entenderam como ótima; 63,6%, como boa; 16,4%, como regular e somente 1,8%, como ruim, como observa-se na Figura 268.

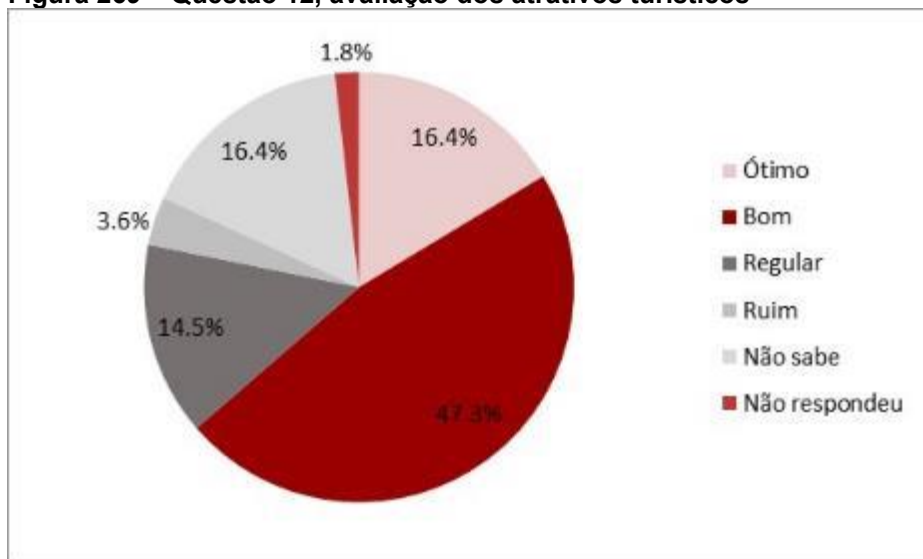
Figura 268 – Questão 12, avaliação sobre a limpeza



Fonte: Pesquisa de demanda.

Em relação aos atrativos turísticos, 16,4% dos respondentes os classificaram como ótimos, 47,3% deles como bons e 14,5% como regulares. Apenas 3,6% dos turistas entrevistados avaliaram os atrativos turísticos de Bragança Paulista como ruins, 16,4% não souberam opinar e 1,8% não respondeu. A Figura 269 demonstra esses indicadores.

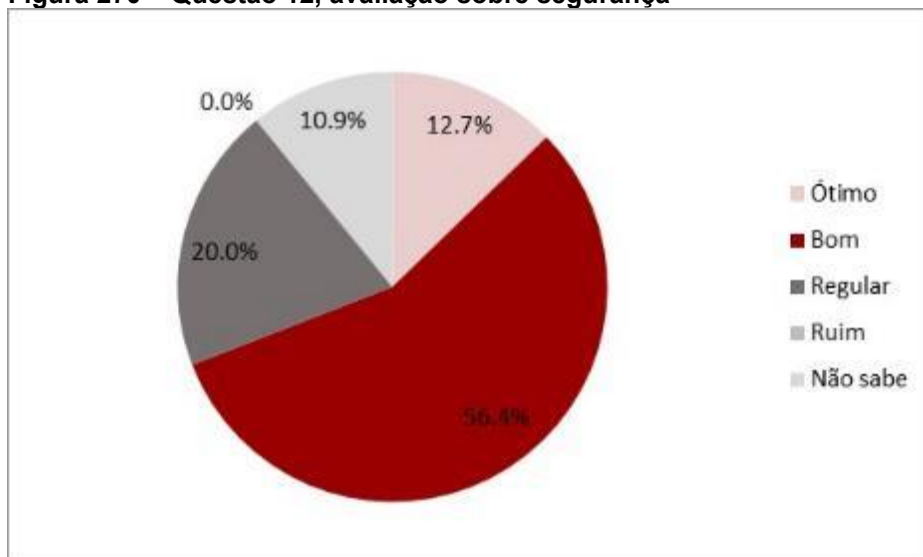
Figura 269 – Questão 12, avaliação dos atrativos turísticos



Fonte: Pesquisa de demanda.

No que tange à segurança no município, 12,7% dos viajantes a consideraram ótima; 56,4%, boa; 20,0%, regular; e 10,9% não sabiam responder. Chama a atenção o fato de nenhum entrevistado classificar a segurança em Bragança Paulista como ruim, como se observa na Figura 270.

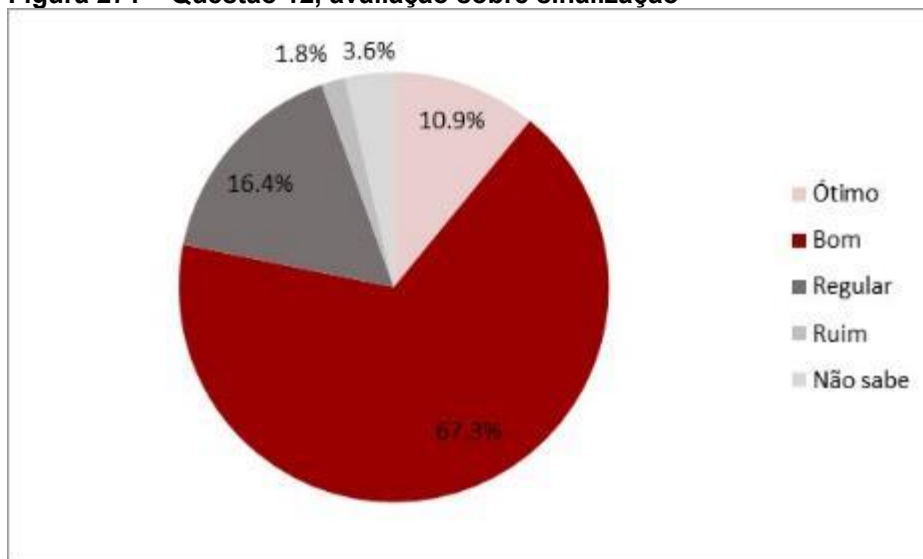
Figura 270 – Questão 12, avaliação sobre segurança



Fonte: Pesquisa de demanda.

A sinalização foi considerada ótima por 10,9% dos turistas entrevistados; boa, por 67,3%; e regular, por 16,4%. Na Figura 271 também se verifica que 1,8% deles classificaram a sinalização como ruim e 3,6% não souberam responder.

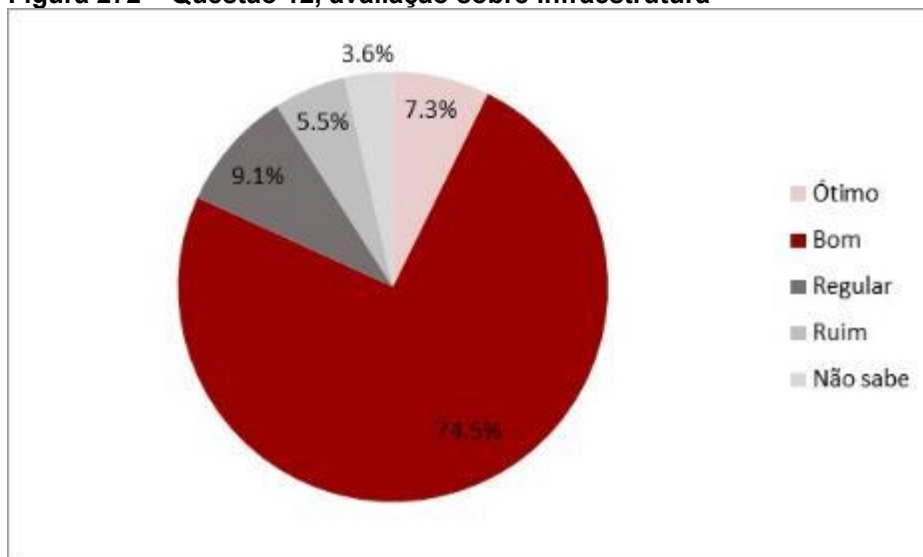
Figura 271 – Questão 12, avaliação sobre sinalização



Fonte: Pesquisa de demanda.

A infraestrutura em Bragança Paulista, de uma forma geral, também foi objeto de investigação nessa questão. Aproximadamente 7% dos respondentes a percebiam como ótima; 74,5%, como boa; 9,1%, como regular e 5,5%, como deficiente. Não souberam opinar 3,6% dos respondentes (Figura 272).

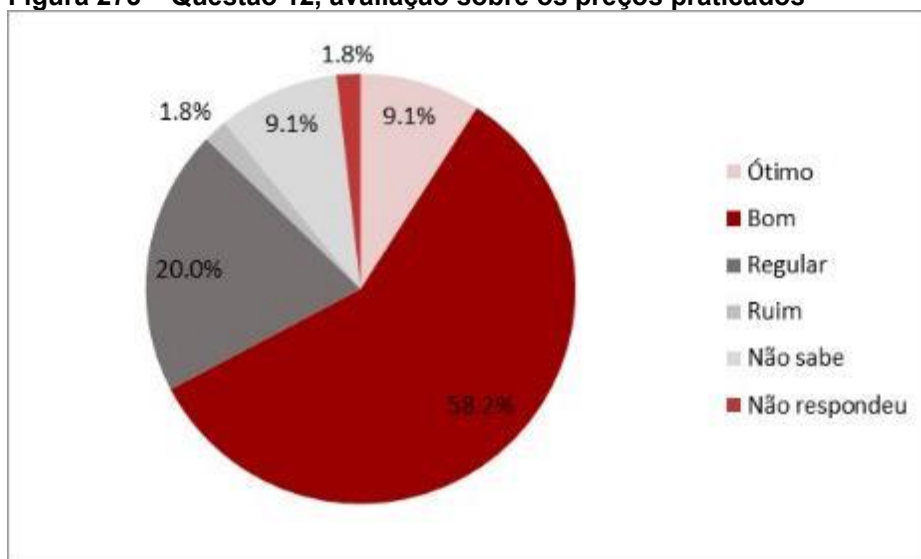
Figura 272 – Questão 12, avaliação sobre infraestrutura



Fonte: Pesquisa de demanda.

Também buscou-se conhecer a opinião dos turistas sobre os preços praticados em Bragança Paulista. Como mostra a Figura 273, para 9,1% eram ótimos; para 58,2%, bons; e para 20,0%, regulares. Somente 1,8% dos turistas considera os preços ruins, 9,1% não souberam avaliar e 1,8% não respondeu.

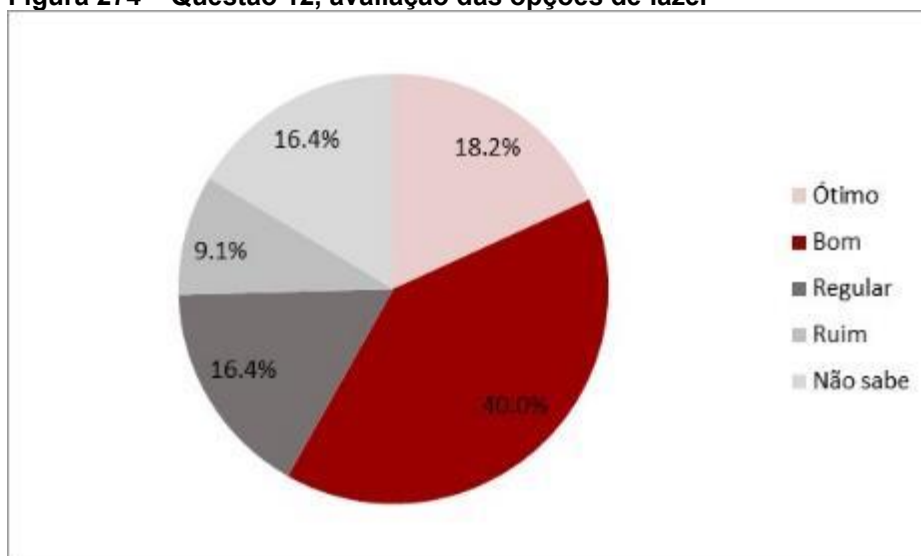
Figura 273 – Questão 12, avaliação sobre os preços praticados



Fonte: Pesquisa de demanda.

Em relação às opções de lazer, verificou-se que 18,2% dos viajantes as avaliaram como ótimas; 40,0%, como boas; 16,4%, como regulares; e 9,1%, como ruins. Do total de entrevistados, 16,4% não souberam responder. Esses dados são apresentados na Figura 274.

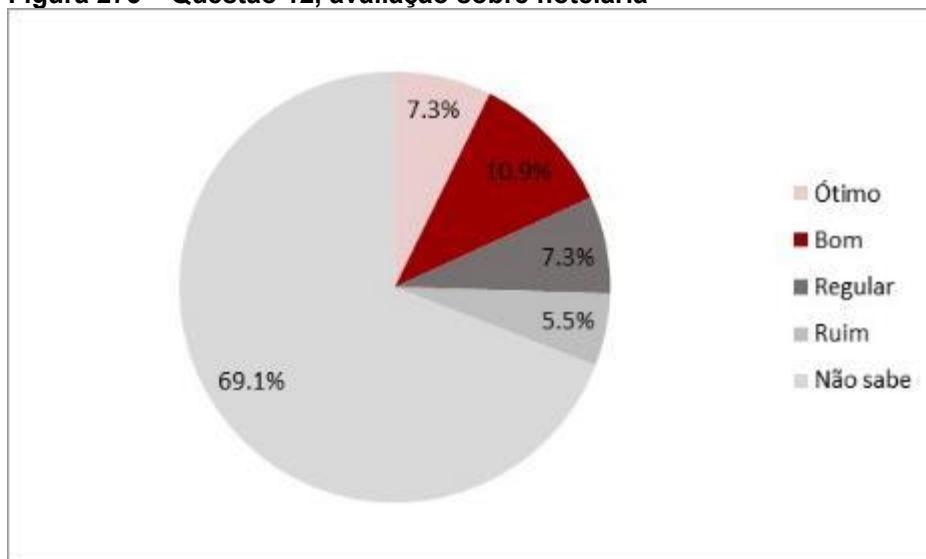
Figura 274 – Questão 12, avaliação das opções de lazer



Fonte: Pesquisa de demanda.

Apenas dois itens tiveram notas médias menores do que 7,0: hotelaria e informações turísticas. A hotelaria em Bragança Paulista foi considerada ótima por apenas 7,3% dos viajantes; boa por 10,9% deles; regular por 7,3%; e ruim por 5,5% dos entrevistados, resultados observados na Figura 275. Vale destacar que a maioria, 69,1% dos respondentes, não soube opinar sobre a oferta de hotéis no município.

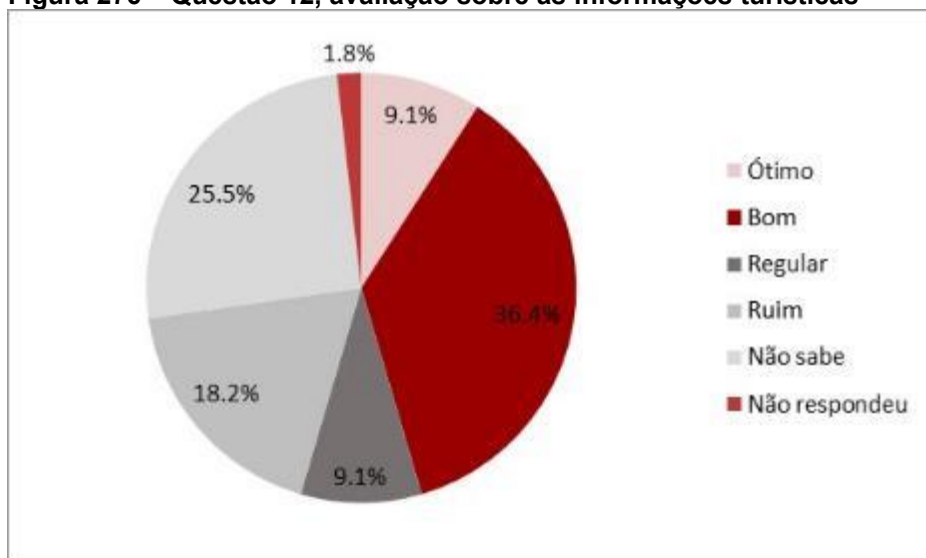
Figura 275 – Questão 12, avaliação sobre hotelaria



Fonte: Pesquisa de demanda.

Quando questionados sobre a oferta de informações turísticas, 9,1% dos turistas acharam ótimas; 36,4%, boas; 9,1%, regulares; 18,2%, ruins; e 25,5% não souberam avaliar. A Figura 276 apresenta esses resultados.

Figura 276 – Questão 12, avaliação sobre as informações turísticas



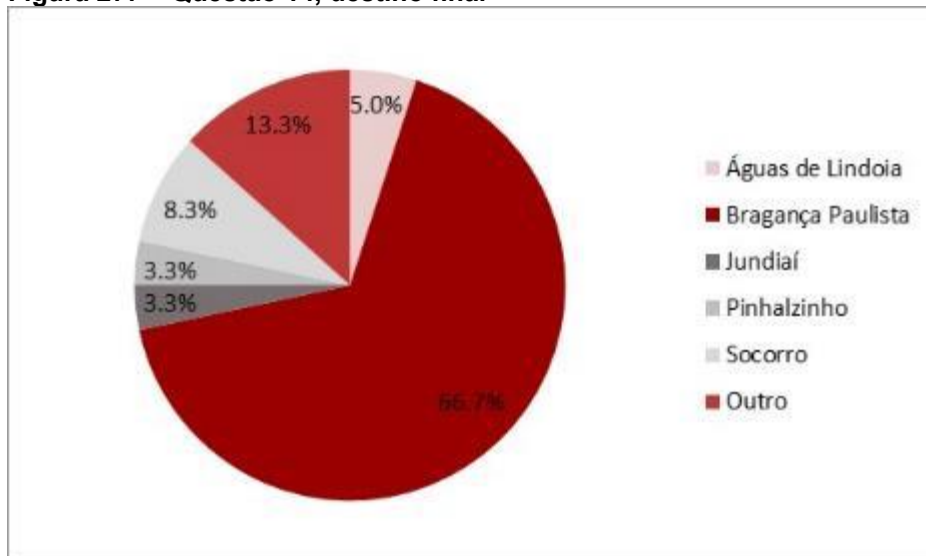
Fonte: Pesquisa de demanda.

A questão 13, aberta, solicitava a indicação do principal ponto positivo e negativo de Bragança Paulista. Em relação ao principal ponto positivo, chama a atenção 14 respostas (25,5%) que se referem ao lago e quatro pessoas (7,3%) que mencionaram o comércio. Houve seis respondentes (10,9%) que não souberam mencionar um ponto positivo. As demais respostas se repetem, no máximo, duas vezes, como tranquilidade, clima e segurança.

Os pontos negativos mais mencionados foram: trânsito (10,9%), radares (7,3%) e falta de informações turísticas (7,3%). Foram 11 os respondentes (20,0%) que não souberam dizer um ponto negativo.

Foi previsto que a questão 14 seria respondida por todos os entrevistados, a respeito do seu destino final durante a pesquisa. Dos 60 turistas, 40 (66,7%) tinham Bragança como destino final (Figura 277). Dos municípios turísticos cujo trajeto passa por Bragança Paulista, apenas Águas de Lindoia teve uma menção significativa, de 3 entrevistados (5,0%).

Figura 277 – Questão 14, destino final

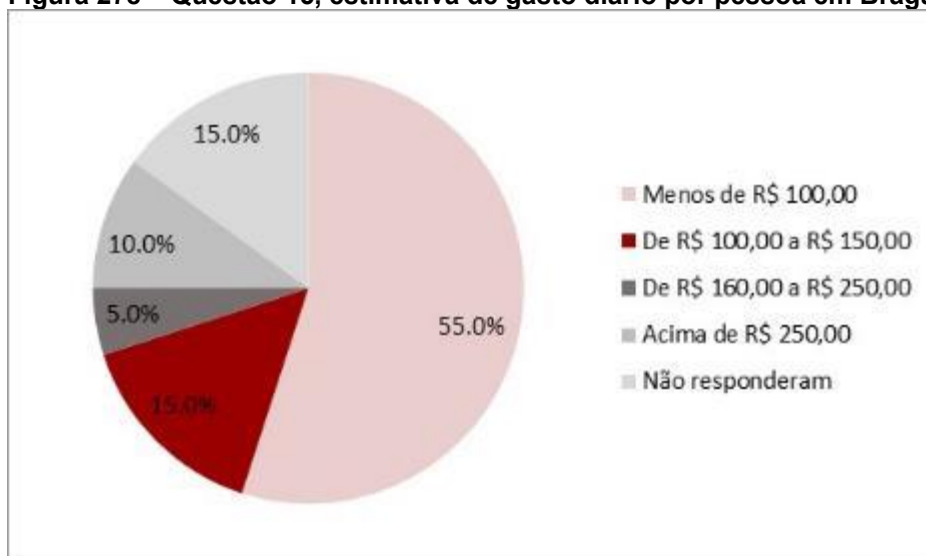


Fonte: Pesquisa de demanda.

As questões 15 a 19 deveriam ser respondidas apenas pelos entrevistados que tinham Bragança Paulista como destino final – no caso, 40 veículos.

No que se refere à média de gastos por dia e por pessoa em Bragança Paulista, tema da décima quinta questão, observou-se que 55,0% dos entrevistados pretendiam gastar menos de R\$ 100,00. Porém, 15,0% deles estimaram o gasto médio por pessoa por dia de R\$ 100,00 a R\$ 150,00 e 5,0%, de R\$ 150,00 a R\$ 250,00. Gastos acima de R\$ 250,00 por pessoa por dia foram estimados por 10,0% dos turistas (Figura 278). Cabe salientar que três veículos que estavam indo a outros destinos declararam que parariam em Bragança Paulista para jantar.

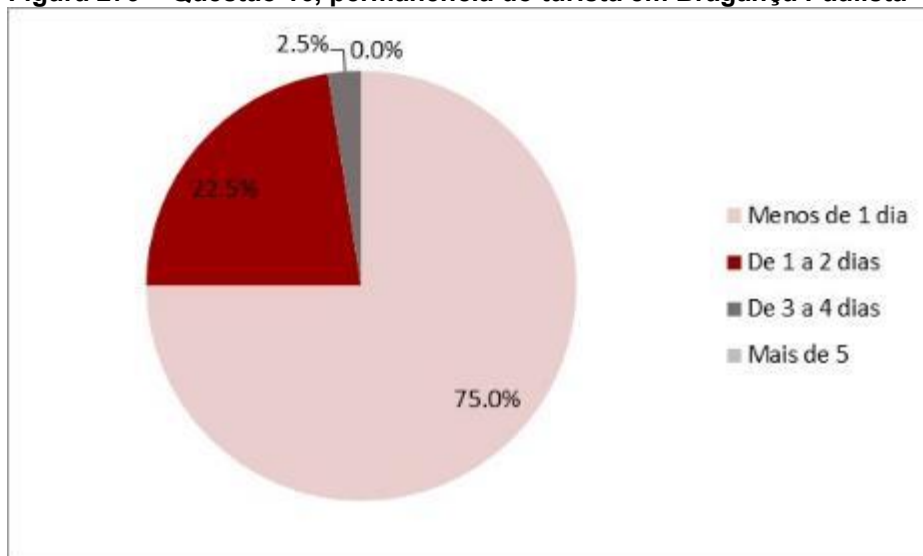
Figura 278 – Questão 15, estimativa de gasto diário por pessoa em Bragança Paulista



Fonte: Pesquisa de demanda.

A questão 16, com dados inseridos na Figura 279, averiguou a permanência do turista entrevistado em Bragança Paulista. Foram 75,0% que ficariam menos de um dia; 22,5%, de um a dois dias; e 2,5%, de três a quatro dias. Ninguém pretendia ficar cinco ou mais dias.

Figura 279 – Questão 16, permanência do turista em Bragança Paulista

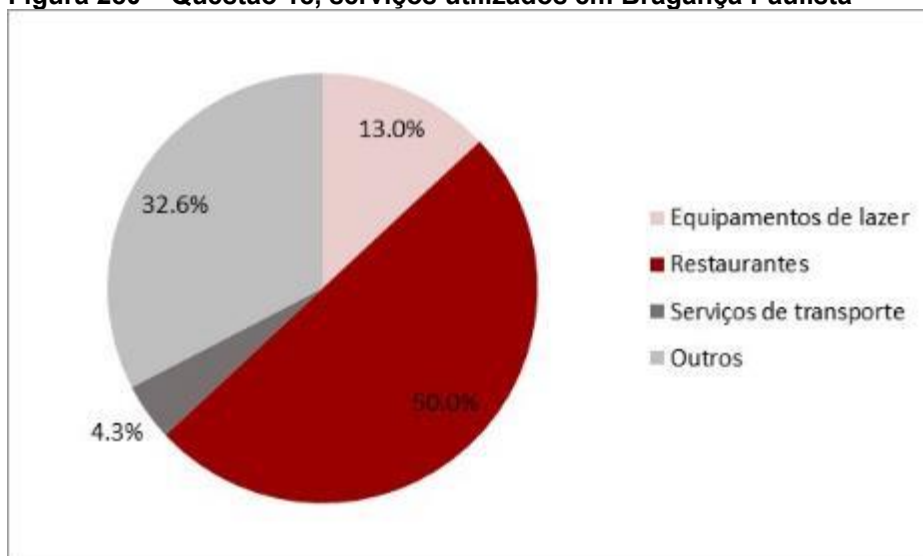


Fonte: Pesquisa de demanda.

Na questão 17, perguntou-se para os que ficariam mais de um dia (10 entrevistados) qual seria o meio de hospedagem utilizado. Seis ficariam em casa de amigos e parentes, três em sítio ou chácara e um em outro.

A questão 18 permitia múltiplas respostas e foram obtidas 46, de 34 respondentes. Quando perguntados sobre os serviços que seriam utilizados durante a estada em Bragança Paulista, cinco não usariam e um não soube informar. Das 46 respostas, 13,0% eram equipamentos de lazer; 50,0%, restaurantes; 4,3%, serviços de transportes; e 32,6%, outros serviços, entre eles foram citados: motel, mercado, bar, *shopping centers*, igreja, faculdade/ universidade e rodoviária. A Figura 280 aponta esses resultados.

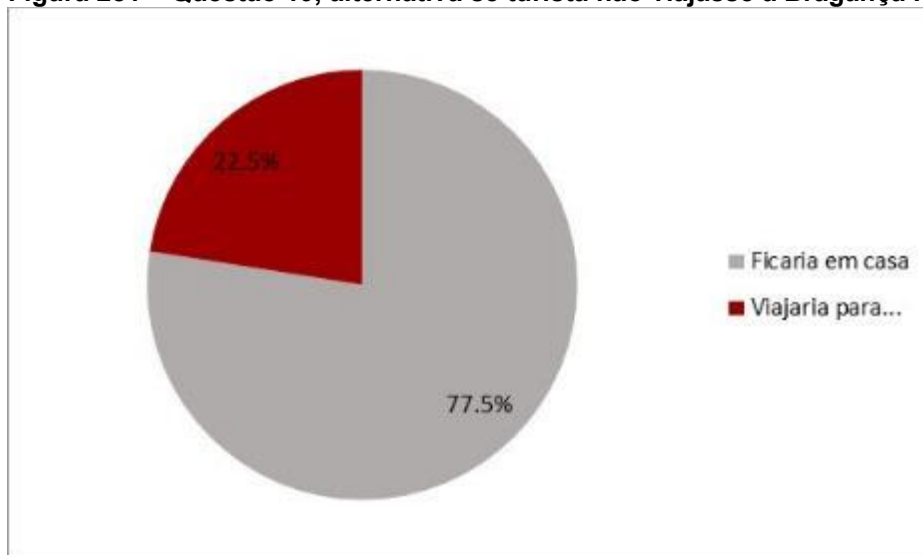
Figura 280 – Questão 18, serviços utilizados em Bragança Paulista



Fonte: Pesquisa de demanda.

A questão seguinte também foi aplicada apenas aos 40 entrevistados que tinham como destino final Bragança Paulista, com o intuito de conhecer potenciais destinos concorrentes. Perguntava para onde iria o turista se não viajasse para a cidade (Figura 281). Majoritariamente, os turistas ficariam em casa, correspondendo a 77,5% das respostas. O restante, ou 22,5% deles, apontaram outras atividades ou cidades que visitariam. As cidades mencionadas foram: Atibaia, Lindóia, Monte Alegre do Sul e Poços de Caldas. Alguns responderam que iriam a festas e ao cinema, como alternativa para o lazer.

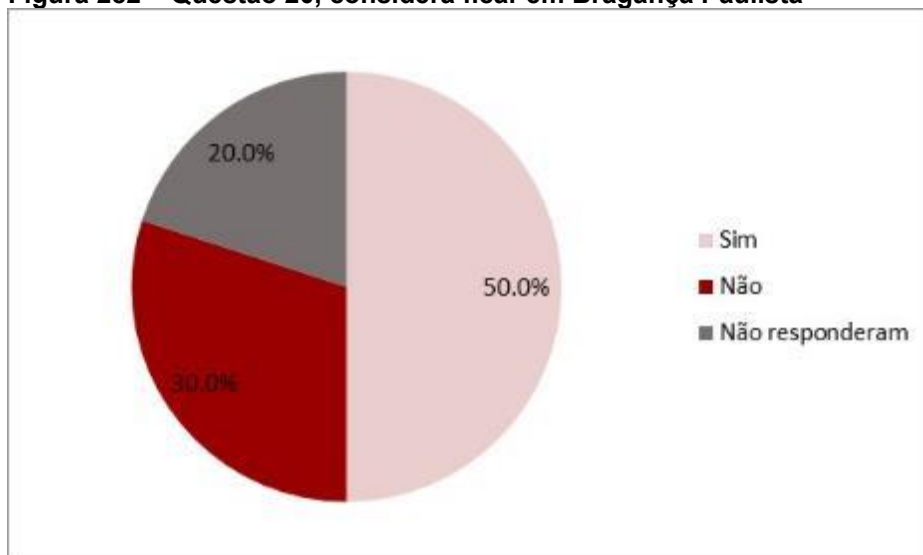
Figura 281 – Questão 19, alternativa se turista não viajasse a Bragança Paulista



Fonte: Pesquisa de demanda.

A vigésima questão foi aplicada somente aos 20 respondentes que não tinham Bragança Paulista como destino final. Sondava se o turista consideraria ficar em Bragança Paulista. Conforme a Figura 282, verifica-se que metade deles respondeu afirmativamente, 30,0% não consideram ficar (6 entrevistados) e 20,0% (4 entrevistados) não responderam.

Figura 282 – Questão 20, considera ficar em Bragança Paulista



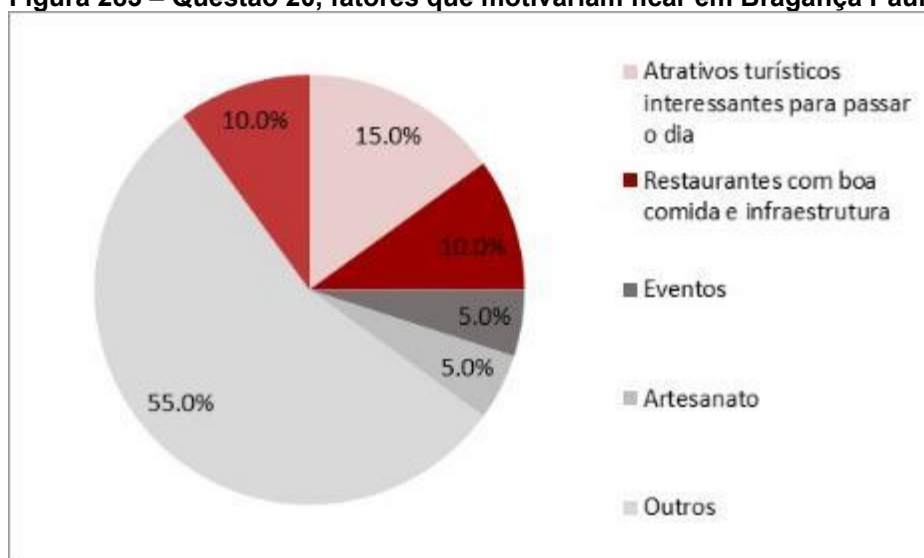
Fonte: Pesquisa de demanda.

Dentre os motivos apontados por 6 pessoas para não retornar à cidade, foram citados:

- sempre viajo para a mesma cidade;
- não sei o que tem para fazer;
- nunca ouvi falar;
- não tenho interesse por causa da idade avançada;
- moro perto.

A última questão também foi aplicada somente aos entrevistados que não tinham Bragança Paulista como destino final, e abordava elementos que motivariam o turista a ficar em Bragança Paulista. Para 15,0% dos respondentes, atrativos turísticos interessantes para passar o dia seriam motivadores. Restaurantes com boa comida e infraestrutura foram apontados por 10,0% deles e eventos e artesanatos, por 5,0% cada, como pode-se ver na Figura 283. A grande maioria, ou 55,0% do total de respondentes, apontou outros fatores: visitar amigos, clientela, hotel-fazenda, jogo de futebol, lazer, tranquilidade, entre outros.

Figura 283 – Questão 20, fatores que motivariam ficar em Bragança Paulista



Fonte: Pesquisa de demanda.

3.2.2 Demanda potencial

A demanda potencial de um destino turístico “é composta de todos que têm perfil para consumir os produtos turísticos do destino, porém não viajam por motivos diversos” (MTUR, 2010, p. 55). Nesse sentido, para mensurar a demanda potencial de Bragança Paulista foram realizadas algumas reflexões a partir de duas fontes principais de informações: a primeira corresponde aos resultados encontrados na pesquisa de demanda atual e a outra fonte é o relatório Sondagem do consumidor: intenção de viagem²⁵, publicado pelo MTur e pela Fundação Getúlio Vargas (FGV).

O fluxo maior de turistas que Bragança Paulista recebe é proveniente da RMSP que, em 2016, tinha uma população estimada em 20.580.000 habitantes (SEADE, 2016b). Em dezembro de 2016, o relatório Sondagem do consumidor: intenção de viagem apurou que 28,6% da população de São Paulo gostaria de viajar nos próximos seis meses, sendo que 83,8% dessas planejavam viajar dentro do Brasil e, dessas, 44,7% indicaram que viajariam dentro do próprio

²⁵ O relatório Sondagem do consumidor: intenção de viagem faz parte da pesquisa Sondagem de expectativas do consumidor, realizada pela FGV por meio de contato telefônico de uma amostra de mais de 2.000 domicílios em Belo Horizonte, Brasília, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo.

estado (MTUR e FGV, 2016). Tais dados indicam um universo potencial baseado na origem do turista de cerca de 2,2 milhões de pessoas.

Outros aspectos considerados pela pesquisa Sondagem do consumidor e que produzem resultados menos abrangentes são a intenção de viagem conforme a faixa etária e a intenção de viagem por grau de escolaridade.

Os turistas de Bragança Paulista estão, na sua maioria, na faixa acima dos 50 anos. O MTur e a FGV (2016) apontam que 32,1% da população entre 45 e 60 têm intenção de viajar nos próximos seis meses e, entre as pessoas com mais de 60 anos, esse índice é de 30,9%. Dos que estão entre 45 e 60 anos e pretendem viajar, 80,3% ficariam no Brasil e, desses, 30,5% planejam ficar no próprio estado; para os com mais de 60 anos que desejam viajar, a intenção de visitar destinos nacionais é de 69,2% e, desses, 31,1% se deslocariam sem sair do estado de residência. Na RMSP, a população residente com mais de 45 anos é de aproximadamente 6,4 milhões de habitantes (SEADE, 2016b) que, após aplicados os índices de intenção de viagem, se transformam em uma demanda potencial de cerca de 460 mil pessoas.

Quanto à escolaridade, Bragança Paulista é visitada principalmente por turistas com ao menos o ensino médio completo. As intenções de viagem mostram que 22,7% dos entrevistados com ensino médio completo ou superior incompleto desejam viajar nos próximos seis meses, dos quais 94,4% ficariam no Brasil e, desses, 32,3% visitariam o próprio estado. Para os entrevistados com ensino superior completo, 35,9% têm intenção de viajar, sendo que 74,2% ficariam no Brasil e, desses, 28,5% viajariam dentro de seu estado. Usando as mesmas proporções relacionadas ao grau de instrução da população da RMSP identificadas pelo Censo em 2010 (IBGE, 2010) para a população estimada em 2016 (SEADE, 2016b), chega-se a cerca de 9,2 milhões de pessoas com ensino médio completo, superior incompleto ou completo na RMSP. Aplicando os índices de intenção de viagem, é possível identificar cerca de 660 mil pessoas que formariam a demanda potencial baseada em local de origem e grau de instrução.

Todavia, apesar dos dados refletirem informações pertinentes ao comportamento dos turistas de Bragança Paulista, nem todos “atribuem o mesmo conceito de valor para uma viagem (...) [Assim], o indivíduo ou família pode estar caracterizado como público-alvo, mas não tem interesse em viajar para o destino” (MTUR, 2010, p. 55). Dessa forma, as reflexões apresentadas oferecem uma orientação quanto à demanda potencial do município, porém, para que ela seja de fato estabelecida, são necessários estudos aprofundados e específicos.

3.3 Promoção turística e concorrentes

Este item analisa a divulgação do destino turístico de Bragança Paulista em mídia impressa e eletrônica e os concorrentes do município em termos de produto turístico.

As peças promocionais utilizadas para a divulgação no mercado turístico são apresentadas no Quadro 206. Esses materiais são muito importantes não só para divulgar a cidade, mas também para apoiar o visitante que está na cidade e precisa de informações referentes ao que visitar, onde comer, se hospedar, comprar etc. Os materiais são apresentados em ordem alfabética.

Quadro 206 – Materiais promocionais de turismo de Bragança Paulista, impressos

Veículo	Descrição
Bragança Paulista - Cidade Ilustrada	Mapa lúdico do município, criado por Rita Valle e Antonio P. O. Mello, com apoio da Prefeitura Municipal de Bragança Paulista e outros anunciantes (Figura 284). Mostra alguns atrativos e pontos turísticos da cidade, além da localização dos anunciantes.
Cidade & Cultura - revista	A revista impressa é uma publicação anual da KM Marketing Cultural. Apresenta matérias relacionadas ao turismo, tais como: história, museus, turismo religioso, rural, artes, pontos interessantes para visitação, a tradicional linguagem bragantina, gastronomia e folclore. Também aborda temas mais amplos como desenvolvimento, meio ambiente, dados estatísticos e educação. Em 2016 foi lançada a segunda edição da revista, vendida a R\$ 10,00. Os artigos da revista têm tradução para o inglês.
Guia do Comércio, Turismo e Cultura	Guia impresso elaborado pela empresa M Leonardi Editora, que em 2016 publicou a 27ª edição. Com 424 páginas, funciona como lista telefônica da cidade, com informações de produtos e serviços turísticos, tais como: atrações turísticas, espaços culturais e de lazer, patrimônio histórico, restaurantes, bares, hotéis, casas noturnas etc. O guia não se limita a informar empresas e serviços turísticos. Abrange serviços diversos, como educação, comércio, despachantes, bancos, transportadoras, construtoras, <i>buffets</i> . Atualizado e bastante completo, é destinado aos moradores de Bragança Paulista e região que buscam informações de empresas dos mais diversos setores econômicos. O guia contempla também os municípios de Pedra Bela, Pinhalzinho, Tuiuti e Vargem.
Guia Gastronômico Sabores de Bragança	Elaborado pela Associação de Bares e Restaurantes Sabores de Bragança, o Guia Gastronômico tem tiragem de 10 mil exemplares e está na 5ª edição. Apresenta diversos empreendimentos do setor de alimentos e bebidas, tais como pizzarias, cafés, restaurantes, cervejarias, cantinas, churrascarias e bares. A edição de 2016 conta com 19 participantes, apresentados individualmente por página. Cada empreendimento apresenta suas características e também uma receita. Este guia é destinado tanto ao morador de Bragança Paulista e região como para o visitante, que pode utilizá-lo para programar sua estada no município. A distribuição é gratuita (Figura 285).
Mapa Turístico & Comercial do Centro Histórico de Bragança Paulista	Desenvolvido pela DMAS Comunicação e Eventos, a edição de 2016 mostra os pontos turísticos, hotéis e outros equipamentos turísticos, tais como centro de artesanato, aeroclube e clube (Figura 286).

Fonte: Elaboração própria.

Figura 286 – Mapa Turístico & Comercial do Centro Histórico de Bragança Paulista



Fonte: DMAS Comunicação e Eventos, 2017.

Para a divulgação eletrônica, o critério foi selecionar os cinco primeiros *sites* que aparecem na primeira página das buscas orgânicas do Google, ao digitar as palavras-chave "Bragança Paulista turismo". Todos eles são *sites* privados e aparecem na seguinte ordem: TripAdvisor, Viaje Aqui, EcoViagem, Férias Brasil e Indo Viajar. O *site* da Prefeitura Municipal de Bragança Paulista aparece na sexta colocação, e na sequência surge o Guia de Bragança²⁶, desenvolvido por empresa de publicidade bragantina. O Quadro 207 descreve esses *sites*.

No *site* da Prefeitura não se verificou a alimentação de dados relativos ao turismo, atrativos locais e serviços turísticos, porém a página institucional da Secretaria de Cultura e Turismo (2016) registra a Biblioteca Municipal Dra. Adalzira Bittencourt e os museus do Telefone e Municipal Oswaldo Russomano, além do Centro Cultural Geraldo Pereira. A Prefeitura já contou com o *site* www.culturaeturismobp.com, que era coordenado pela Secretaria de Cultura e Turismo para divulgar informações turísticas e culturais da cidade, porém ele se encontra descontinuado.

²⁶ O endereço eletrônico para o Guia de Bragança é <http://www.guiadebraganca.com.br/pontos-turisticos>.

Quadro 207 – Divulgação do turismo de Bragança Paulista, eletrônica

Veículo	Descrição
TripAdvisor https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g675019-Activities-Braganca_Paulista_State_of_Sao_Paulo.html (08/12/2016)	O mais importante <i>site</i> de turismo do mundo, cujo conteúdo é criado a partir de avaliações dos turistas, lista nove tipos de atrações turísticas em Bragança Paulista, sendo: - 1 atividade ao ar livre; - 2 museus; - 1 parque; - 2 opções de jogos/diversão; - 1 opção de compra; - 1 ponto de interesse turístico; - 1 empreendimento de bem-estar. É interessante observar que mesmo sendo a indicação dos empreendimentos feita por consumidores, alguns só contam com fotos e depoimentos dos clientes e não há informação institucional, como resumo da atração, <i>site</i>, contatos etc. Em relação aos meios de hospedagem, apenas cinco deles são listados. Já a relação de restaurantes é bastante ampla e classifica os empreendimentos de acordo com a avaliação recebidas pelos usuários do <i>site</i>. Apesar da maior abrangência das empresas do setor turístico de Bragança Paulista, o portal conta com conteúdo elaborado pelos internautas que visitaram esses empreendimentos. Não se observa a gestão do conteúdo por parte de algumas empresas, que poderiam inserir dados de contato, <i>link</i> para o seu <i>site</i>, horários de funcionamento, endereço e localização. Isso reflete a falta de conhecimento ou de habilidade para lidar com as novas ferramentas digitais, amplamente utilizadas pelos viajantes.
Viajeaqui.com.br http://viajeaqui.abril.com.br/cidades/br-sp-braganca-paulista (08/12/2016)	O portal reúne conteúdo das publicações da Editora Abril (Guia 4 Rodas e revista Viagem e Turismo) e faz referência à cidade como capital da língua e indica restaurante onde se pode apreciar a iguaria. As seções "o que fazer", "onde comer", e "onde ficar", listam alguns empreendimentos. Há apenas quatro indicações de atividades, sendo: uma em Pedra Bela (tiroleza), um bar/ restaurante, a compra de língua bragantina e um evento anual. O guia digital aponta quatro restaurantes e apenas dois meios de hospedagem, para aqueles que buscam acomodação. Nota-se que as indicações são bastante superficiais, uma vez que a cidade conta com outros atrativos turísticos, como o Lago do Taboão, Museu do Telefone, centro etc. Da mesma forma, a grande variedade de bares e restaurantes não é mencionada na matéria, nem o festival gastronômico "Taste Brasil" e a Festa da Língua.

Veículo	Descrição
Ecoviagem http://ecoviagem.uol.com.br/noticias/turismo/turismo-nacional/com-montanhas-trilhas-e-lagos-braganca-paulista-atrai-apaixonados-pela-natureza-17306.asp	O <i>site</i> EcoViagem, turismo fácil e interativo, pertence ao grupo Uol e disponibiliza matéria publicada em março de 2013, com recomendações para o público interessado em programar viagem no feriado da Páscoa. O artigo aponta Bragança Paulista como destino ideal para o turista que busca pausa na rotina das grandes cidades e não está disposto a percorrer longas distâncias. Portanto, logo na chamada, o texto destaca dois atributos do município: características de cidade do interior, como tranquilidade e segurança, e proximidade da capital. Atividades como caminhada no Lago Taboão ou no entorno da Represa Jaguari são apresentadas para os adeptos da natureza. Há uma pequena lista de serviços turísticos que são oferecidos na cidade, incluindo os museus e outros pontos turísticos. O texto também traz um resumo da história do município e os principais eventos que acontecem ao longo do ano, com destaque para a Festa da Linguíça. Apesar de simples, a matéria retrata bem Bragança Paulista como produto turístico, pois apresenta suas características naturais, sua história e as principais atrações turísticas.
Férias Brasil http://www.feriasbrasil.com.br/sp/bragancapaulista/	O <i>site</i> se autodenomina "O guia completo de destinos no Brasil". Disponibiliza informações sobre destinos, passagens, hotéis e pousadas, aluguel por temporada e locação de carro. Na seção destinos turísticos, Bragança Paulista é apresentada como cidade interiorana, procurada por famílias que buscam tranquilidade e lazer. Há recomendações para experimentar a linguíça bragantina, caminhar ao redor do lago e conhecer a Represa Jaguari, que propicia bons momentos na natureza. Ainda, sugere que adeptos de esportes de aventura sigam para Pedra Bela, município vizinho. Também menciona os eventos que acontecem na cidade no mês de julho: Festival de Inverno e Festival da Serrinha. Há uma pequena relação de serviços turísticos ao final do texto e também <i>links</i> que levam para páginas específicas, por exemplo a que disponibiliza informações referentes a quatro hotéis na cidade. O texto é simples e não aborda todos os aspectos turísticos relevantes, pois não mostra relação dos atrativos e pontos turísticos. Nenhum restaurante é citado, tampouco os eventos gastronômicos que acontecem anualmente em Bragança Paulista.
Indo viajar http://www.indoviajar.com.br/brasil/sp/bragancapaulista/atrativos-turisticos.htm	Esse <i>site</i> de conteúdo de turismo tem uma seção dedicada a Bragança Paulista e com páginas específicas sobre: a cidade, atrativos turísticos, saindo à noite, bibliotecas, artesanato, gastronomia e como chegar. A página "a cidade" apresenta Bragança Paulista, menciona a herança espanhola de fabricação da linguíça e cita que as melhores atrações do município (Represa Jaguari e as trilhas da Montanha Leite Sol e do Guaripocaba) estão na área rural. Já na página de "atrativos turísticos" há relação dos principais, com pequena explicação e dados (contato, horários de funcionamento e endereço). As seções dedicadas à gastronomia e à vida noturna relacionam alguns dos empreendimentos da cidade e, na página "artesanato", um pequeno texto informa sobre local e horário da Feira de Artesanato. De forma geral, esse <i>site</i> apresenta maior número de informações relacionadas ao turismo em Bragança Paulista.

Fonte: Elaboração própria.

Avanços tecnológicos têm trazido impactos importantes no turismo. Se por um lado cresce o investimento em atração, promoção e marketing de destinos e comercialização direta de produtos turísticos e serviços²⁷, em segmentos cada vez mais especializados, permitindo pesquisa, comparação e influenciando os negócios turísticos, por outro, nas redes sociais, usuários no mundo todo compartilham suas experiências turísticas. Com baixo custo, as redes sociais têm se tornado uma alternativa cada vez mais frequente no cotidiano das pessoas e das empresas, dentro e fora do país, para se obter avaliações sobre hotéis, atrações turísticas e locais para refeições e cidades onde pretendem ir.

Visando avaliar a interação do município e sua aderência às redes sociais, foram pesquisadas as três principais redes – Facebook, Twitter e Instagram – a partir da busca pelo termo ‘Bragança Paulista’. Obteve-se os resultados descritos a seguir.

- Facebook: é a única rede social utilizada institucionalmente. O perfil da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (facebook.com/culturaeturismobp) é utilizado desde 2013 e teve o uso difundido apenas nessa administração municipal; é alimentado com conteúdo voltado para as atividades e eventos culturais da cidade e não foram verificadas publicações de promoção e apoio à comercialização do turismo, especificamente. Já o perfil da Prefeitura (facebook.com/prefeiturabragancapaulista) é bastante ativo, porém se destina a informações institucionais do poder público municipal.
- Twitter: o perfil @culturabraganca tem apenas 481 seguidores e segue 70; a conta está vinculada ao perfil do Facebook, não apresentando atividade específica e voltada para esse público.
- Instagram: ao checar os perfis instagram.com/bragancapaulistasp, ou /braganca.paulista, ou /braganca_paulista constatou-se que o município não tem um perfil oficial. Utilizando as *hashtags* #bragançapaulista e #bragancapaulista, verificou-se que há um movimento da ordem de 24.570 e 16.124 respectivamente, em publicações diversas e fontes não oficiais.

Para análise dos destinos competidores de Bragança Paulista (Quadro 208) foram utilizados dois critérios, como segue.

- Localização: Bragança Paulista está localizada a 88 km da capital, principal polo emissor do país. O acesso pela rodovia Fernão Dias é bom e dura em média 1h20. A localização permite que turistas visitem a cidade para passar um dia ou mais. Assim, foram selecionados municípios localizados a até 150 km da capital paulista e com trajeto de duração média de até 2h00, distância média que turistas estão motivados a percorrer para visitar um destino turístico, para passar um dia ou fim de semana.
- Apelo turístico: os municípios competidores são conhecidos pelos consumidores devido às suas atrações turísticas. Coincidentemente, os dez principais concorrentes de Bragança Paulista são estâncias.

²⁷ O Relatório Conversion do E-Commerce Brasileiro 2016 afirma que o turismo apresentou um volume de vendas de 15,03%, ultrapassando eletrodomésticos (14,02%) e informática (11,90%). Prevê-se no ano de 2016 um faturamento de 10,48 bilhões de reais com vendas *on-line* relacionadas a viagens (PANROTAS, 2016).

Quadro 208 – Principais destinos competidores de Bragança Paulista

Destino	Características
Amparo 2h02 139 km	A estância hidromineral é conhecida como capital histórica do Circuito das Águas Paulista, devido ao patrimônio histórico preservado, originário do apogeu do ciclo do café nos séculos XIX e XX. Esse patrimônio pode ser apreciado no centro histórico, nos casarios, igrejas, museus e outros edifícios imponentes, como o da Santa Casa. A estação ferroviária da Companhia Mogiana, no centro da cidade, é muito importante não só pelo valor histórico, mas também por abrigar o centro de artesanato, exposições de artistas locais e diversos eventos musicais e gastronômicos. Na zona rural se destacam as antigas fazendas de café, muitas delas abertas à visitação. Ainda na zona rural há centro hípico, laticínio, produtores de cachaça, vinho e vinagre. Algumas fazendas também estão disponíveis para <i>day use</i>, oferecendo atividades de lazer e refeições. A oferta gastronômica é diversificada e está bem preparada para atender às demandas local e turística.
Atibaia 1h02 66 km	A estância hidromineral de Atibaia faz parte de dois circuitos turísticos: das Frutas e Entre Serras e Águas. Atibaia é marcada principalmente pelas suas características naturais. O Complexo Natural Monumento Estadual da Pedra Grande e Parque Grotta Funda é constituído por uma formação de mata atlântica, trilhas para adeptos ao ecoturismo, oferta de voo livre e mirante com vista para sete cidades da região. É um dos principais destaques do município. A zona rural conta com produtores rurais, principalmente de morangos e flores, alambiques, passeios a cavalo, comidas típicas de fazenda, além de pousadas e hotéis rurais. Na cidade estão os atrativos culturais e o patrimônio histórico, tombado pelos órgãos competentes. A congada e o tradicional carnaval com os bonecos fazem parte de importante legado cultural.
Embu das Artes 0h53 43,6 km	A Estância Turística de Embu das Artes tem antiquários, galerias, comércio de móveis rústicos, lojas de arte e artesanato, que atraem milhares de visitantes, principalmente da capital paulista. Aos sábados, domingos e feriados a grande atração da cidade é a Feira de Artes e Artesanato, que acontece no centro histórico. Embu também conta com parque e áreas verdes, com pistas de <i>cooper</i>, brinquedoteca e viveiro de mudas, além do Museu de Arte Sacra dos Jesuítas, Museu do Índio e Memorial Sakai.
Guarujá 1h41 95,8 km	A vocação turística da cidade remonta à sua fundação, com a instalação da Vila Balneária de Guarujá, no final do século XIX. Recebe milhares de visitantes anualmente, que procuram praias, diversão, entretenimento, vida noturna etc. Mas também existem atrativos históricos, como fortes e fortalezas. A oferta de serviços de apoio ao visitante, como atrativos, hotéis, pousadas, bares, restaurantes, lanchonetes, sorveterias, lojas, dentre outros, é bem ampla e diversificada. A proximidade da capital facilita o acesso.

Destino	Características
Holambra 1h46 130 km	Fundada por holandeses, a estância turística de Holambra apresenta características únicas, que são herança de seus imigrantes, que atraem visitantes de diversas partes do estado de São de Paulo e do país. Conhecida como a "Cidade das Flores", Holambra é responsável por 60% do abastecimento do mercado doméstico e 40% das exportações brasileiras do setor. Rosas, tulipas, orquídeas e plantas estão entre os principais produtos. A cidade também organiza o principal evento do segmento, a Expoflora, que acontece anualmente no início da primavera, em parque construído para este fim. Além dos produtores de flores, também é possível visitar empreendimentos rurais como alambique, produtores de jacaré, pesque e pague, dentre outros. Na cidade também há atrativos turísticos e restaurantes típicos, que costumam chamar a atenção dos visitantes.
Itu 1h29 103 km	Conhecida como Cidade dos Exageros, a estância turística de Itu conta com excelente patrimônio histórico-cultural formado por casarões, igrejas, edifícios, museus e praças no centro histórico. Também oferece ao visitante opções de turismo rural, aventura, ecológico e pedagógico. São dezenas de empreendimentos instalados nas áreas urbana e rural, como parque ecológico, de aventura, pesca, fazendas, sítios, restaurantes, dentre outros. Itu também é conhecida pela oferta gastronômica, sendo que milhares de visitantes vão a Itu para passar o dia e almoçar nos restaurantes locais.
Monte Alegre do Sul 2h12 131 km	Localizada no vale do Rio Camanducaia, a estância hidromineral de Monte Alegre do Sul é uma cidade que preserva o ambiente interiorano, principalmente no seu pequeno centro histórico, onde há casas e prédios que remontam à fase do ciclo cafeeiro. Na cidade, as ruas são tranquilas e o Balneário e a Estação Ferroviária da Companhia Mogiana se destacam. Há bares, restaurantes e lojas de produtos locais. Grande parte dos atrativos turísticos do município está na área rural. São cerca de 30 alambiques, além de pousadas e hotéis-fazenda, produtores de morango, vinho e artesanato. Também há fornecedores de atividades de aventura, restaurantes e famílias italianas que recebem visitantes para o café rural. O cenário pitoresco, o balneário, os alambiques e demais empreendimentos turísticos na área rural são os principais fatores de atração de visitantes a Monte Alegre do Sul.
Santos 1h28 72,9 km	A fundação da estância balneária de Santos remonta ao século XVI. Sua história deixou legado expressivo no centro da cidade, com destaque para a Bolsa do Café, casarios, porto e armazéns. Recentemente foi inaugurado o Museu Pelé, com acervo do craque do futebol, mundialmente conhecido. São procurados por turistas interessados em passeios ecológicos o Aquário, o Jardim Botânico, fazendas e parques. Porém, são as praias de Santos que atraem milhares de turistas. A proximidade de São Paulo e a vasta oferta de serviços turísticos estimulam a visitação.

Destino	Características
São Roque 1h21 70,4 km	São Roque é conhecida principalmente pela produção de vinho e alcachofra. O Roteiro do Vinho propicia a visita a 13 adegas que oferecem degustação e venda da bebida, e também o Museu do Vinho. A cidade também conta com um atrativo turístico exclusivo, o Ski Mountain Park, que disponibiliza pista artificial para a prática do esporte, teleférico e tobogã. O centro da estância turística de São Roque tem igrejas, prédios históricos, centro cultural e museu. Diversos restaurantes, muitos deles especializados na gastronomia italiana, complementam a oferta turística e ajudam a atrair visitantes à cidade, principalmente os que vão para passar o dia.
Socorro 2h08 134 km	A estância hidromineral de Socorro é nacionalmente conhecida pela oferta de atividades e esportes de aventura, mas a oferta turística também contempla atrativos, restaurantes e pousadas na área rural. O município também é conhecido como polo de compras devido às malharias locais, cuja produção está a venda no Moda Shopping. Há diversas opções de hospedagem na cidade e na zona rural, assim como restaurantes e bares. A cidade também é conhecida pelo turismo acessível, pois já recebeu aporte do governo para adaptar ruas e calçadas. Diversos empreendimentos também oferecem acessibilidade para portadores de necessidades especiais de vários tipos nas suas instalações e, inclusive, nas atividades de aventura.

Fonte: APRECESP, 2017.

4 Diagnóstico

Completadas as etapas de contextualização de Bragança Paulista e de levantamento da oferta e da demanda turística, apresentadas nos capítulos anteriores, iniciam-se as análises das informações coletadas, com uma visão integrada, a fim de entender os potenciais e os gargalos identificados. Esse exame macro utiliza a ferramenta de análise SWOT²⁸, apresentada no item 4.1.

As especificidades, características e peculiaridades dos atrativos turísticos de Bragança Paulista são examinadas no item 4.2, que aborda principalmente os aspectos de atratividade, grau de uso atual e acessibilidade, e, de maneira complementar, a representatividade, o estado de conservação, a infraestrutura dos atrativos e o apoio local e comunitário, de forma a, nos capítulos seguintes, projetar o posicionamento potencial do município a partir das qualidades verificadas.

A partir das informações da análise SWOT e do exame dos atrativos, um cenário futuro possível e desejável é projetado no item 4.3, considerando a potencialização das fortalezas e das oportunidades, a minimização das fraquezas e o incremento das potencialidades, além de reconhecer a fragilidade dos ecossistemas receptivos, a necessidade de serem priorizadas as possibilidades que gerem benefício para as populações locais e os fatores políticos e socioeconômicos envolvidos.

4.1 Análise SWOT

A análise ou matriz SWOT é uma ferramenta bastante utilizada em estudos de planejamento por ser de fácil aplicação e leitura, além de se enquadrar em diferentes cenários. Composta pelos aspectos fortes e fracos identificados e também por oportunidades e ameaças, a análise estuda os ambientes interno e externo nos quais o objeto em estudo se encontra. No caso deste PMT, as análises giram em torno das atividades de turismo em Bragança Paulista, de modo que se considera ambiente interno aquele no qual o plano pode ter influência direta por meio da recomendação de projetos, sejam os tópicos relacionados a aspectos positivos (pontos fortes) ou negativos (pontos fracos). O ambiente externo trata de temas que não são controlados por meio do planejamento da atividade de turismo do município, mas que são importantes condicionantes do desenvolvimento futuro dos planos e, portanto, influenciam a potencialização ou mitigação dos pontos fortes e fracos.

Para o estudo SWOT, foi feita uma recapitulação dos pontos importantes detectados em todas as etapas de elaboração deste trabalho até se obter subsídios suficientes para a condução do diagnóstico de Bragança Paulista. Dessa forma, o Quadro 209 compila as informações conforme são mencionadas neste documento: a primeira coluna indica em qual página deste trabalho o assunto é tratado; a coluna 'situação' descreve o aspecto considerado importante para o diagnóstico; a coluna 'classificação' indica se o assunto é ponto forte, ponto fraco, oportunidade ou ameaça; a coluna 'número', em conjunto com a coluna 'classificação' codifica o assunto indicado; a quinta e última coluna indica a qual 'componente' o aspecto diz respeito, sendo eles divididos em: institucional (INST); produto turístico (PTUR); infraestrutura (INFR); e promoção (PRO) – sempre do ponto de vista do que interessa para o tema deste plano.

²⁸ O termo SWOT é um acrônimo que significa *strenghts* (pontos fortes), *weaknesses* (pontos fracos), *opportunities* (oportunidades) e *threats* (ameaças).

Quadro 209 – Panorama geral, Bragança Paulista

Pg.	Situação	Classifi- cação	Número	Compo- nente
31	Bragança Paulista está próxima a grandes polos emissores de turistas, como São Paulo e Campinas.	OPO	1	PTUR
32	O município apresenta grau de urbanização acima da média estadual e tem 98% de seus habitantes vivendo em áreas urbanas.	FRA	1	PTUR
33	Bragança Paulista se enquadra na faixa de desenvolvimento alta do IDHM.	FOR	1	PTUR
34	No município há mecanismos de incentivo à implantação de novos empreendimentos, mas não para empreendimentos da área de turismo.	FRA	2	INST
35	Nos arredores de Bragança Paulista há três aeroportos internacionais e o Aeroporto de Congonhas, que é um dos mais movimentados do país. Nesse sentido, o município está próximo à maior e mais variada malha aérea do país.	OPO	2	INFR
35 a 37	O município conta com um aeroporto que recebe voos fretados e executivos.	OPO	3	INFR
37 a 42	Bragança Paulista conta com um terminal rodoviário que oferece ligação com as principais cidades dos arredores do município, assim como com cidades em Minas Gerais.	OPO	4	INFR
37	O terminal rodoviário tem instalações simples, em bom estado de conservação e com boa sinalização.	FOR	2	INFR
39	As informações a respeito de rotas de linhas regulares de transporte viário que atendem ao município estão disponíveis, de forma fácil, organizada e atualizada, porém são disponibilizadas pela agência reguladora estadual e não pelo município.	FRA	3	PRO
42 a 45	No geral, o acesso viário ao município é bom, estando em melhores condições as rodovias administradas por concessionárias.	OPO	5	INFR
46	Bragança Paulista tem bons índices de abastecimento de água e esgotamento sanitário e tem ótimos índices de coleta de lixo e fornecimento de energia elétrica.	FOR	3	INFR
47	O município conta com o atendimento de quatro hospitais e quatro postos de saúde. Além disso, Bragança Paulista se beneficia por estar próximo a São Paulo, que é referência no país em diversas áreas e tratamentos.	FOR	4	INFR
47	A Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação oferece cursos para educação de jovens e adultos nas áreas de turismo e hotelaria, porém eles não são oferecidos no município.	OPO	6	PTUR
48	Não foram identificados cursos técnicos nas áreas de turismo, hotelaria, gastronomia ou serviços relacionados em Bragança Paulista.	FRA	4	PTUR
48 a 50	Bragança Paulista conta com instituições de ensino superior que oferecem cursos relacionados ao turismo ou hotelaria.	FOR	5	PTUR
50	Foram identificados cursos presenciais oferecidos pelo SENAI-SP e SENAR-SP e cursos à distância oferecidos pelo SEBRAE e SENAI-SP.	OPO	7	PTUR
51 a 52	Quanto à segurança pública, Bragança Paulista está bem aparelhado, tendo presente as polícias civil e militar, corpo de bombeiros, defesa civil e guarda municipal.	FOR	6	INFR
52	Do ponto de vista da criminalidade, com exceção da quantidade de furto e roubo de veículos, que se manteve estável no período	FOR	7	INFR

Pg.	Situação	Classifi- cação	Número	Compo- nente
	analisado, Bragança Paulista tem diminuído sua participação nas ocorrências estaduais.			
52	O município conta com ao menos uma emissora de rádio AM, FM e comunitária e de TV. Bragança Paulista está em área coberta por serviços de TV por assinatura.	FOR	8	INFR
52	O município alcança a meta de universalização de disponibilidade de telefones públicos.	FOR	9	INFR
52 a 53	Bragança Paulista é atendido pelos serviços de telefonia fixa, móvel e internet.	OPO	8	INFR
53	O município conta com agências bancárias, farmácias e postos revendedores de combustível.	FOR	10	INFR
54	Bragança Paulista tem uma Secretaria de Cultura e Turismo.	FOR	11	INST
55	O município conta com instrumentos de gestão urbana e planejamento municipal, como Plano Diretor e Lei de Zoneamento.	FOR	12	INST
55	Não há nenhum funcionário efetivo (concursado) em cargo técnico de turismo.	FRA	5	INST
60	Bragança Paulista recebe recursos do DADE para investimentos em obras de infraestrutura necessárias para o desenvolvimento do turismo.	FOR	13	INST
60	Há baixa adesão do município aos programas estaduais de turismo.	FRA	6	INST
63 a 64	Bragança Paulista faz parte da política federal e estadual de turismo.	OPO	9	INST
64	Há baixa adesão do <i>trade</i> turístico do município às políticas federais de turismo.	FRA	7	INST
66	O Centro Histórico pode compor um roteiro turístico.	FOR	14	PTUR
98	A oferta turística de atrativos tem presença <i>online</i> variando de relevante para mínima.	FOR	15	PRO
98 a 283	A presença <i>online</i> do poder público do município não divulga ou promove a oferta turística de maneira adequada.	FRA	8	PRO
98 a 283	O poder público e as associações comerciais não têm sistematizado os atrativos e empreendimentos turísticos do município.	FRA	9	PTUR
98 a 283	Bragança Paulista conta com atrativos naturais, culturais e eventos.	FOR	16	PTUR
98 a 152	Há alguma variedade entre os atrativos naturais e pouca variedade entre os atrativos culturais.	FRA	10	PTUR
147	Não existe um calendário de eventos unificado para o município.	FRA	11	PTUR
160	A oferta turística de meios de hospedagem tem presença <i>online</i> relevante.	FOR	17	PRO
160 a 180	Há opções de meios de hospedagem na zona urbana e na zona rural.	FOR	18	PTUR
181 a 276	O município tem boa variedade de estabelecimentos de alimentação.	FOR	19	PTUR
277 a 278	Foram identificados estabelecimentos que comercializam produtos típicos do município.	FOR	20	PTUR
279 a 283	A maior parte das agências de viagens de Bragança Paulista trabalha somente com turismo emissivo.	FRA	12	PTUR
285 a 308	A demanda turística de Bragança Paulista é, principalmente, proveniente de São Paulo e Atibaia. É formada por turistas frequentes que têm intenção de retornar e indicar o município.	FOR	21	PTUR

Pg.	Situação	Classifi- cação	Número	Compo- nente
310 a 319	Bragança Paulista está presente em guias de promoção do destino impressos e <i>online</i> .	FOR	22	PRO
310 a 319	Em um raio de 150 km de Bragança Paulista, existem diversos municípios que podem ser considerados concorrentes por oferecerem produtos turísticos semelhantes.	AME	1	PTUR PRO

Fonte: Elaboração própria.

Legendas:

Componente – INST: institucional; PTUR: produto turístico; INFR: infraestrutura; PRO: promoção.

Classificação – FOR: ponto forte; FRA: ponto fraco; OPO: oportunidade; AME: ameaça.

O Quadro 210 apresenta a análise SWOT, agrupando os pontos importantes identificados e os componentes a qual pertencem.

Quadro 210 – Análise SWOT, Bragança Paulista

Fatores positivos		Fatores negativos	
Pontos fortes		Pontos fracos	
INST	11- Bragança Paulista tem uma Secretaria de Cultura e Turismo. 12- O município conta com instrumentos de gestão urbana e planejamento municipal, como Plano Diretor e Lei de Zoneamento. 13- Bragança Paulista recebe recursos do DADE para investimentos em obras de infraestrutura necessárias para o desenvolvimento do turismo.	INST	2- No município há mecanismos de incentivo à implantação de novos empreendimentos, mas não para empreendimentos da área de turismo. 5- Não há nenhum funcionário efetivo (concursado) em cargo técnico de turismo. 6- Há baixa adesão do município aos programas estaduais de turismo. 7- Há baixa adesão do <i>trade</i> turístico do município às políticas federais de turismo.
PTUR	1- Bragança Paulista se enquadra na faixa de desenvolvimento alta do IDHM. 5- Bragança Paulista conta com instituições de ensino superior que oferecem cursos relacionados ao turismo ou hotelaria. 14 - O Centro Histórico pode compor um roteiro turístico. 16- Bragança Paulista conta com atrativos naturais, culturais e eventos. 18- Há opções de meios de hospedagem na zona urbana e na zona rural. 19- O município tem boa variedade de estabelecimentos de alimentação. 20- Foram identificados estabelecimentos que comercializam produtos típicos do município. 21- A demanda turística de Bragança Paulista é, principalmente, proveniente de São Paulo e Atibaia. É formada por turistas frequentes que têm intenção de retornar e indicar o município.	PTUR	1- O município apresenta grau de urbanização acima da média estadual e tem 98% de seus habitantes vivendo em áreas urbanas. 4- Não foram identificados cursos técnicos nas áreas de turismo, hotelaria, gastronomia ou serviços relacionados em Bragança Paulista. 9- O poder público e as associações comerciais não têm sistematizado os atrativos e empreendimentos turísticos do município. 10- Há alguma variedade entre os atrativos naturais e pouca variedade entre os atrativos culturais. 11- Não existe um calendário de eventos unificado para o município. 12- A maior parte das agências de viagens de Bragança Paulista trabalha somente com turismo emissivo.
INFR	2- O terminal rodoviário tem instalações simples, em bom estado de conservação e com boa sinalização. 3- Bragança Paulista tem bons índices de abastecimento de água e esgotamento sanitário e tem ótimos índices de coleta de lixo e fornecimento de energia elétrica. 4- O município conta com o atendimento de quatro hospitais e quatro postos de saúde. Além disso, Bragança Paulista se beneficia por estar próximo a São Paulo, que é referência no país em diversas áreas e tratamentos. 6- Quanto à segurança pública, Bragança Paulista está bem aparelhado, tendo presente as polícias civil e militar, corpo de bombeiros, defesa civil e guarda municipal. 7- Do ponto de vista da criminalidade, com exceção da quantidade de furto e roubo de veículos, que se manteve estável no período analisado, Bragança Paulista tem diminuído sua participação nas ocorrências estaduais. 8- O município conta com ao menos uma emissora de rádio AM, FM e comunitária e de TV. Bragança Paulista está em área coberta por serviços de TV por assinatura. 9- O município alcança a meta de universalização de disponibilidade de telefones públicos. 10- O município conta com agências bancárias, farmácias e postos revendedores de combustível.	INFR	-
PRO	15- A oferta turística de atrativos tem presença <i>online</i> variando de relevante para mínima. 17- A oferta turística de meios de hospedagem tem presença <i>online</i> relevante. 22- Bragança Paulista está presente em guias de promoção do destino impressos e <i>online</i> .	PRO	3- As informações a respeito de rotas de linhas regulares de transporte viário que atendem ao município estão disponíveis, de forma fácil, organizada e atualizada, porém são disponibilizadas pela agência reguladora estadual e não pelo município. 8- A presença <i>online</i> do poder público do município não divulga ou promove a oferta turística de maneira adequada.

Oportunidades		Ameaças	
INST	9- Bragança Paulista faz parte da política federal e estadual de turismo.	INST	-
PTUR	1- Bragança Paulista está próxima a grandes polos emissores de turistas, como São Paulo e Campinas. 6- A Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação oferece cursos para educação de jovens e adultos nas áreas de turismo e hotelaria, porém eles não são oferecidos no município. 7- Foram identificados cursos presenciais oferecidos pelo SENAI-SP e SENAR-SP e cursos à distância oferecidos pelo SEBRAE e SENAI-SP.	PTUR	1- Em um raio de 150 km de Bragança Paulista, existem diversos municípios que podem ser considerados concorrentes por oferecerem produtos turísticos semelhantes.
INFR	2- Nos arredores de Bragança Paulista há três aeroportos internacionais e o Aeroporto de Congonhas, que é um dos mais movimentados do país. Nesse sentido, o município está próximo à maior e mais variada malha aérea do país. 3- O município conta com um aeroporto que recebe voos fretados e executivos. 4- Bragança Paulista conta com um terminal rodoviário que oferece ligação com as principais cidades dos arredores do município, assim como com cidades em Minas Gerais. 5- No geral, o acesso viário ao município é bom, estando em melhores condições as rodovias administradas por concessionárias. 8- Bragança Paulista é atendido pelos serviços de telefonia fixa, móvel e internet.	INFR	-
PRO	-	PRO	1- Em um raio de 150 km de Bragança Paulista, existem diversos municípios que podem ser considerados concorrentes por oferecerem produtos turísticos semelhantes.

Fonte: Elaboração própria.

Notas: - não se aplica.

Legenda: Componente – INST: institucional; PTUR: produto turístico; INFR: infraestrutura; PRO: promoção.

Bragança Paulista não tem grandes problemas de infraestrutura, com um IDHM alto, bons serviços públicos (água, esgoto, energia, coleta de lixo), atendimento adequado de serviços de comunicação de dados, telefonia fixa e móvel, índices de segurança com melhoria e comércio variado.

No âmbito institucional e sob a ótica do turismo, Bragança Paulista apresenta baixo protagonismo na indução de atividades políticas, sociais e econômicas, inclusive previstas em seu Plano Diretor (item 1.4), com possível perda de fluxo turístico, de atração de investimentos e de promoção e divulgação. Internamente, a falta de equipe especialmente dedicada também se apresenta como fator prejudicial ao desenvolvimento da atividade no município, que perde assim uma visão geral de suas possibilidades de atrair investimentos públicos e privados, definir prioridades e ampliar receita.

Para a governança do turismo, também é preciso trabalhar as lideranças locais, estimulando parcerias e maior participação empresarial, visto serem essas os verdadeiros operadores da atividade turística. É imprescindível criar um ambiente favorável para um maior engajamento do setor privado, sempre em estreita harmonia com as políticas públicas: são missões diferentes, capacidades diferentes, agilidade decisória diferente e muitas vezes interesses conflitantes, mas que devem atuar em sinergia. A estruturação do COMTUR, que acaba de ser recomposto, é fundamental para o desenvolvimento do turismo e para a obtenção de assentos em colegiados estadual e federal, bem como se faz necessário observar o FUMTUR que existe em lei, mas não está implementado.

O município está integrado às políticas públicas do turismo, é reconhecido no âmbito estadual e federal como um município turístico e integra o Mapa do Turismo Brasileiro. Com o suporte do DADE para desenvolver o turismo nas estâncias, Bragança Paulista vem obtendo recursos para ações estruturantes, mais especialmente para obras, recuperações e revitalizações de edificações, sem, no entanto, equalizar essas ações com atividades de planejamento, qualificação profissional²⁹, promoção e organização de um calendário de eventos, divulgação, participação em feiras, desenvolvimento de produção associada ao turismo, entre outras.

O forte viés nos investimentos em infraestrutura, recuperação e revitalização de bens patrimoniais denota que o segmento de turismo cultural é um segmento atual para o desenvolvimento local. Todavia, em seu Plano Diretor, Bragança Paulista já vislumbrava outros caminhos possíveis, relacionados a segmentos de lazer, atividades náuticas, turismo científico, de negócios, ecológico, aventura, histórico e arqueológico, religioso e rural, e ao público de terceira idade. Por ser considerada uma estância climática, é também possível trabalhar no desenvolvimento de fluxos voltados ao turismo de saúde, no que se refere ao nicho denominado turismo de bem-estar.

Apesar de bem amparado pela legislação e da entrada de recursos oriundos do DADE, outras fontes de recursos podem ser captadas para atividades de pesquisas e estudos técnicos para a implementação de políticas de melhor desenvolvimento da oferta técnica e diferencial. Além disso, é mister aumentar também a presença mercadológica, a partir da participação em ações promocionais em feiras e eventos do setor e no aprimoramento da presença institucional *online*. Afinal, Bragança Paulista está cercada de destinos turísticos que podem ser considerados concorrentes.

Bragança Paulista está próxima de seus principais polos emissores de turista (São Paulo e Atibaia) e de grandes polos nacionais, sendo que a infraestrutura de acesso – inclusive aérea – é boa. Tem, portanto, privilegiada localização geográfica em relação aos núcleos emissores de turistas. A demanda é formada principalmente por turistas frequentes, que já conhecem o município e têm intenção de voltar. Fidelizar novos turistas é o desafio, aproveitando a

²⁹ O município não conta com cursos técnicos para profissionalização e capacitação na área de turismo e hotelaria, apesar de haver opções de ensino superior.

excelente malha viária, um terminal rodoviário adequado e um aeroporto próprio para pequenas aeronaves.

No geral, a oferta de Bragança Paulista é suficiente para o desenvolvimento da atividade turística, sendo imprescindível encontrar uma identidade capaz de firmar sua marca por meio de ações de promoção e divulgação. Por ser muito variada, não há um elemento de destaque entre os atrativos bragantinos, ou seja, que atue como o principal indutor e alimente atrativos complementares. O Lago do Taboão é visto como o cartão postal do município, porém tem pequeno potencial de atração para um fluxo de turismo regional. A falta de serviços de agenciamento receptivo e a inexistência de roteiros organizados pode ser um empecilho para que o município tire maior proveito dos pontos fortes que possui, além da ausência de ações públicas capazes de gerir sazonalidades e mais bem aproveitar as potencialidades turísticas.

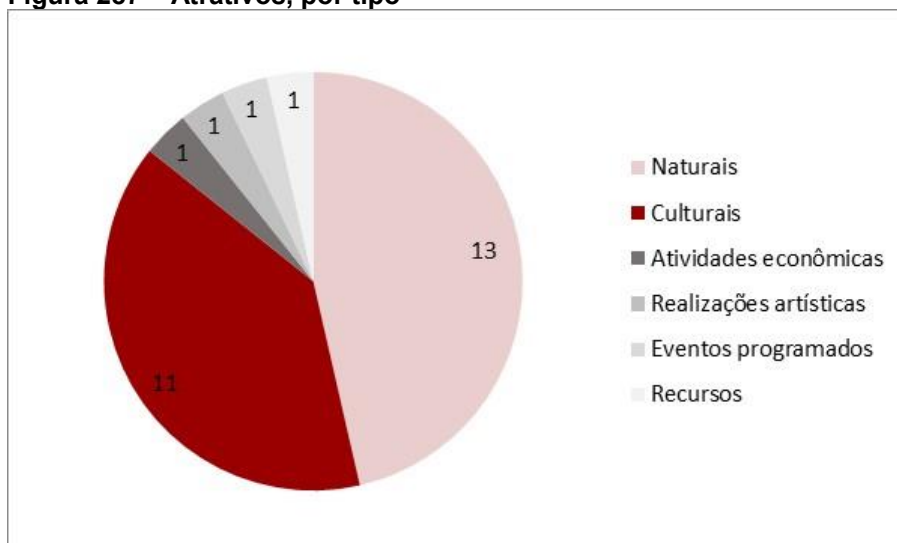
A zona rural – provida de meios de hospedagem –, o Centro Histórico e a tradição da culinária – com especial destaque para a fama advinda da produção de linguiça de qualidade – mostram um potencial que ainda não se realizou. Combinados, podem ser os elementos indutores do turismo e de criação de uma personalidade que Bragança Paulista carece.

4.2 Oferta diferencial

A análise sobre a oferta diferencial de atrativos turísticos de Bragança Paulista se dá a partir da avaliação técnica de suas características, sejam os atrativos naturais, culturais, atividades econômicas, realizações artísticas, eventos ou recursos, conforme a distinção feita no item 3.1.1. São consideradas as características atuais dos atrativos.

No total, foram identificados 27 atrativos turísticos no município, sendo que os recursos turísticos, as realizações artísticas e os eventos programados foram tratados cada um como um bloco de atrativo, visto que independentemente não teriam projeção significativa sobre o restante da oferta de atrativos. A maioria dos atrativos de Bragança Paulista é de atrativos naturais, como mostra a Figura 287.

Figura 287 – Atrativos, por tipo



Fonte: Elaboração própria.

Como explicado no capítulo 3 Inventário (Quadro 17), os atrativos foram avaliados quanto ao seu potencial de atratividade, grau de uso, representatividade, apoio local e comunitário, estado de conservação, infraestrutura, e acesso, conforme metodologia do MTur (2007). Para a avaliação, a referência foi comparativa entre os atrativos do próprio município. As notas variavam de zero a três para cada atributo e, para a hierarquização dos atrativos, o potencial de atratividade e a representatividade foram definidos como sendo de peso dois, de forma que a pontuação máxima que um atrativo pode ter é 27. A Tabela 24 traz o resultado da análise técnica dos atrativos levantados, por tipo e na ordem em que foram apresentados neste documento.

Tabela 24 – Análise técnica, por tipo de atrativo

Tipo	Atrativo	Atratividade	Grau de uso atual	Representatividade	Apoio local	Conservação	Infraestrutura	Acesso	Total (1)
Naturais	Centro Náutico Russolândia	3	2	2	2	3	2	2	21
	Conexão Equestre	3	1	2	3	2	2	2	20

Tipo	Atrativo	Atratividade	Grau de uso atual	Representatividade	Apoio local	Conservação	Infraestrutura	Acesso	Total (1)
	Fazenda Serrinha	3	2	3	3	2	2	2	23
	Parque Luiz Gonzaga da Silva Leme (Jardim Público)	2	2	1	3	2	2	3	18
	Lago do Orfeu	1	1	1	1	1	1	2	10
	Lago do Taboão	2	3	2	3	3	3	3	23
	Marina Confiança	3	2	2	2	3	3	2	22
	MWS Wake Cable Park	3	2	3	1	2	3	3	23
	Parque Natural Municipal Lago dos Padres	2	2	2	2	3	3	3	21
	ARIE Bosque das Araucárias e Parque Natural Municipal Petronilla Markowicz	2	1	2	1	2	2	2	16
	Parque Natural Municipal Refúgio das Aves	2	1	1	2	2	2	2	15
	Pesqueiro do Galo	1	2	1	2	2	2	2	14
	Pesqueiro Santa Rita	1	2	1	2	2	2	3	15
Culturais	Catedral de Nossa Senhora da Conceição	1	2	2	3	2	3	3	19
	Centro Cultural Geraldo Pereira - Matadouro	1	0	2	1	2	2	3	14
	Estádio Nabi Abi Chedid	2	2	2	3	2	2	2	19
	Feira do Lago (artesanato)	2	2	2	3	2	3	3	21
	Igreja Nossa Senhora do Rosário	2	2	2	3	3	3	3	22
	Mercado Municipal Waldemar de Toledo Funck	2	2	2	2	2	2	3	19
	Museu Municipal Oswaldo Russomano	2	2	2	2	3	3	3	21
	Museu do Telefone	1	2	2	2	2	2	3	17
	Parque de Exposições Dr. Fernando Costa (Posto de Monta)	1	2	2	1	2	2	2	15
	Quarto da Santa Paulina e Capela da Santa Casa de Misericórdia de Bragança Paulista	2	1	3	1	2	3	3	20
Recurso	Recursos turísticos	2	1	2	1	2	1	2	15
Atividade econômica	Cervejaria Bragantina	2	1	2	1	2	2	3	17
Realizações artísticas	Realizações artísticas	1	0	2	1	2	2	3	14
Eventos	Eventos	3	2	2	3	2	2	2	21

Fonte: Elaboração própria.

Nota: O total considera a soma de todos os atributos, sendo que grau de atratividade e representatividade têm peso dois.

A Tabela 25 elenca os atrativos em ordem decrescente de pontuação total – nos casos de empate, os atrativos foram colocados em ordem alfabética.

Tabela 25 – Análise técnica, por pontuação total

Tipo	Atrativo	Atratividade	Grau de uso atual	Representatividade	Apoio local	Conservação	Infraestrutura	Acesso	Total (1)
Naturais	Fazenda Serrinha	3	2	3	3	2	2	2	23
Naturais	Lago do Taboão	2	3	2	3	3	3	3	23
Naturais	MWS Wake Cable Park	3	2	3	1	2	3	3	23
Culturais	Igreja Nossa Senhora do Rosário	2	2	2	3	3	3	3	22
Naturais	Marina Confiança	3	2	2	2	3	3	2	22
Naturais	Centro Náutico Russolândia	3	2	2	2	3	2	2	21
Eventos	Eventos	3	2	2	3	2	2	2	21
Culturais	Feira do Lago (artesanato)	2	2	2	3	2	3	3	21
Culturais	Museu Municipal Oswaldo Russomano	2	2	2	2	3	3	3	21
Naturais	Parque Natural Municipal Lago dos Padres	2	2	2	2	3	3	3	21
Naturais	Conexão Equestre	3	1	2	3	2	2	2	20
Culturais	Quarto da Santa Paulina e Capela da Santa Casa de Misericórdia de Bragança Paulista	2	1	3	1	2	3	3	20
Culturais	Catedral de Nossa Senhora da Conceição	1	2	2	3	2	3	3	19
Culturais	Estádio Nabi Abi Chedid	2	2	2	3	2	2	2	19
Culturais	Mercado Municipal Waldemar de Toledo Funck	2	2	2	2	2	2	3	19
Naturais	Parque Luiz Gonzaga da Silva Leme (Jardim Público)	2	2	1	3	2	2	3	18
Atividade econômica	Cervejaria Bragantina	2	1	2	1	2	2	3	17
Culturais	Museu do Telefone	1	2	2	2	2	2	3	17
Naturais	ARIE Bosque das Araucárias e Parque Natural Municipal Petronilla Markowicz	2	1	2	1	2	2	2	16
Naturais	Parque Natural Municipal Refúgio das Aves	2	1	1	2	2	2	2	15
Naturais	Pesqueiro Santa Rita	1	2	1	2	2	2	3	15
Culturais	Parque de Exposições Dr. Fernando Costa (Posto de Monta)	1	2	2	1	2	2	2	15
Recurso	Recursos turísticos	2	1	2	1	2	1	2	15
Culturais	Centro Cultural Geraldo Pereira - Matadouro	1	0	2	1	2	2	3	14
Naturais	Pesqueiro do Galo	1	2	1	2	2	2	2	14

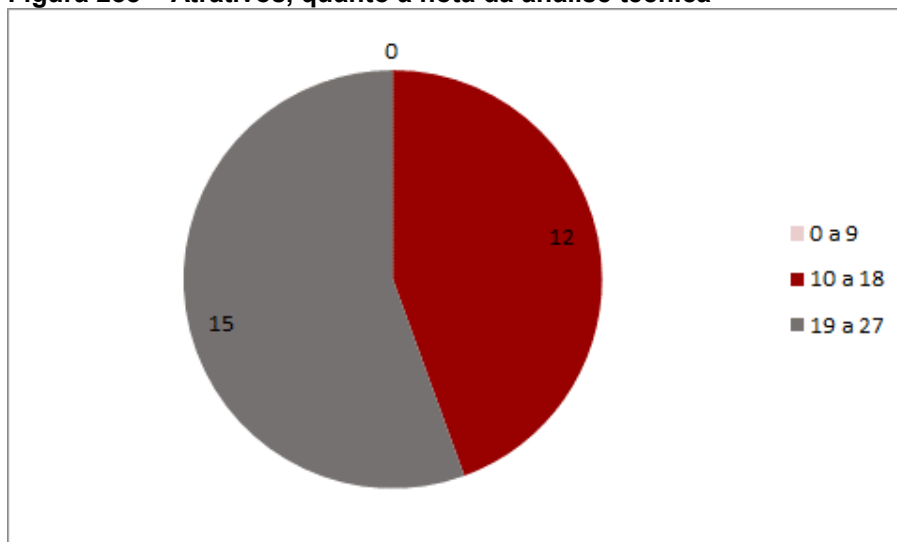
Tipo	Atrativo	Atratividade	Grau de uso atual	Representatividade	Apoio local	Conservação	Infraestrutura	Acesso	Total (1)
Realizações artísticas	Realizações artísticas	1	0	2	1	2	2	3	14
Naturais	Lago do Orfeu	1	1	1	1	1	1	2	10

Fonte: Elaboração própria.

Nota: O total considera a soma de todos os atributos, sendo que grau de atratividade e representatividade têm peso dois.

A partir dos resultados da análise técnica, os atrativos foram agrupados em três categorias conforme suas notas finais: os atrativos na mais alta hierarquia receberam nota de 19 a 27; na média hierarquia estão os atrativos com nota de 10 a 18; e os de baixa prioridade ficaram no grupo com notas de zero a nove – o que não ocorreu no município. A Figura 288 ilustra a distribuição dos atrativos em grupos de acordo com suas notas.

Figura 288 – Atrativos, quanto à nota da análise técnica



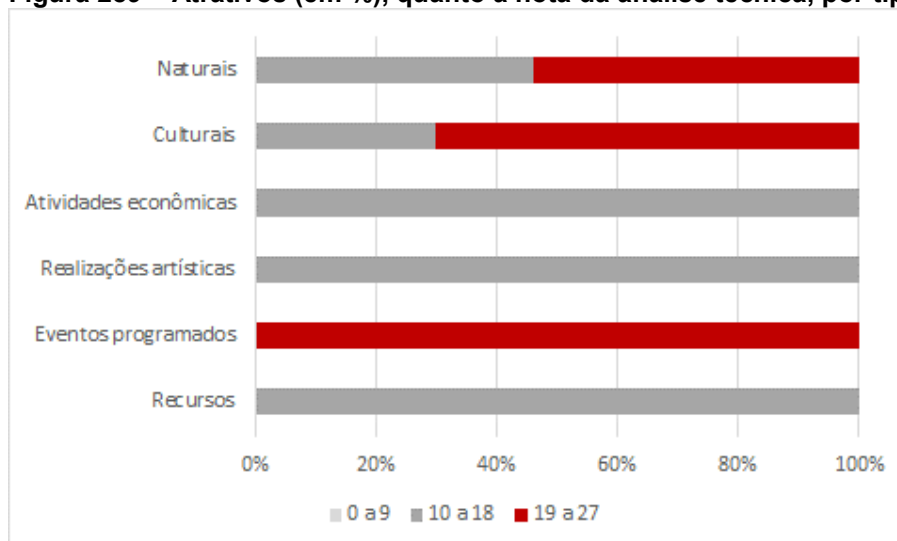
Fonte: Elaboração própria.

Em Bragança Paulista, se destacam com as dez avaliações mais altas:

- com 23 pontos estão a Fazenda Serrinha, o Lago do Taboão e o MWS Wake Cable Park;
- com 22 pontos estão a Igreja Nossa Senhora do Rosário e a Marina Confiança; e
- com 21 pontos estão a Feira do Lago, o Museu Municipal Oswaldo Russomano, os eventos programados, o Parque Natural Municipal Lago dos Padres e o Centro Náutico Russolândia.

Os atrativos melhor avaliados são todos naturais (Fazenda Serrinha, Lago do Taboão e MWS Wake Cable Park, com 23 pontos). O atrativo cultural que alcançou a maior pontuação em Bragança Paulista é a Igreja Nossa Senhora do Rosário (22 pontos). A Figura 289 traz a distribuição dos atrativos por grupo de nota e por tipo.

Figura 289 – Atrativos (em %), quanto à nota da análise técnica, por tipo



Fonte: Elaboração própria.

Esse cenário vai ao encontro das percepções de *stakeholders* sobre o turismo atual desenvolvido no município. Como verificado durante oficina (ver capítulo 6.1), alguns dos ícones do turismo municipal identificados pelos participantes foram:

- o Lago do Taboão (Figura 290), como representante de opções de lazer – inclusive para a população local – para entretenimento, cultura e realização de eventos;
- os atrativos na zona rural (Figura 291), envolvendo a Represa Jaguari, atividades de turismo rural, como passeios a cavalo, e realização de atividades esportivas; e
- os atrativos do turismo religioso (Figura 292), valorizando e respeitando os diferentes tipos de crenças.

Figura 290 – Ícone do turismo municipal, Lago do Taboão



Fonte: Trabalho de campo.

Legenda: O cartão postal da cidade!!!/ Saúde e lazer/ Entretenimento!!!/ Cultura/ Realização de eventos/ Família/ Ciclismo/ Caminhos/ Referência dos visitantes: "aquele lago tão bonito".

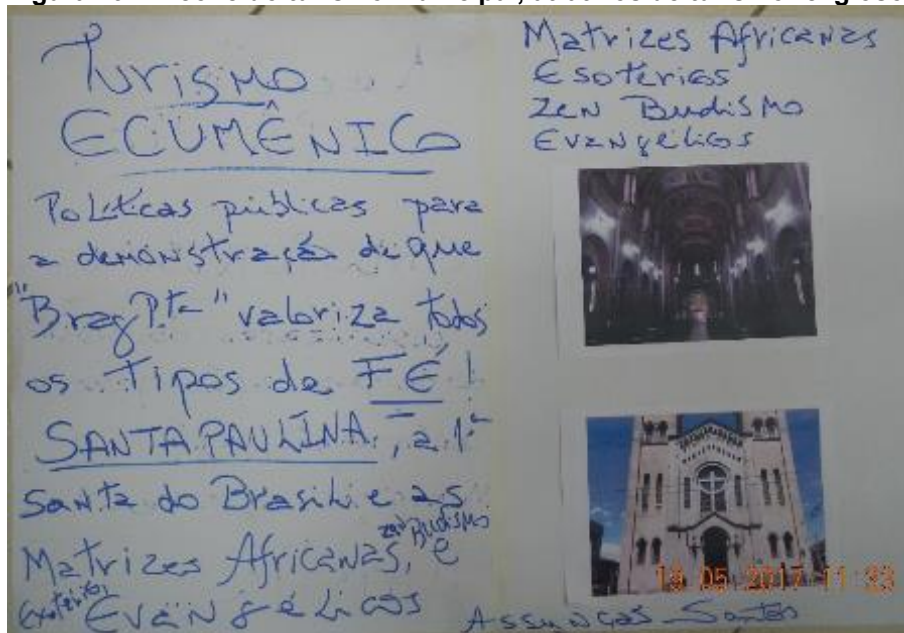
Figura 291 – Ícone do turismo municipal, atrativos na zona rural



Fonte: Trabalho de campo.

Legenda: Representa um número grande de usuários/ Próximo da capital/ Local atrativo/ Variedade de atividades/ Variedade de paisagens/ Relação com a natureza/ Atividades esportivas e aventuras/ Experiências de memória/ Possibilidade de fazer um circuito/ Fuga da cidade e tranquilidade/ Troca de informações entre as pessoas – rural e urbano/ Estradas de terra e trilhas/ Saúde e bem-estar/ Ligação histórica (memória).

Figura 292 – Ícone do turismo municipal, atrativos de turismo religioso



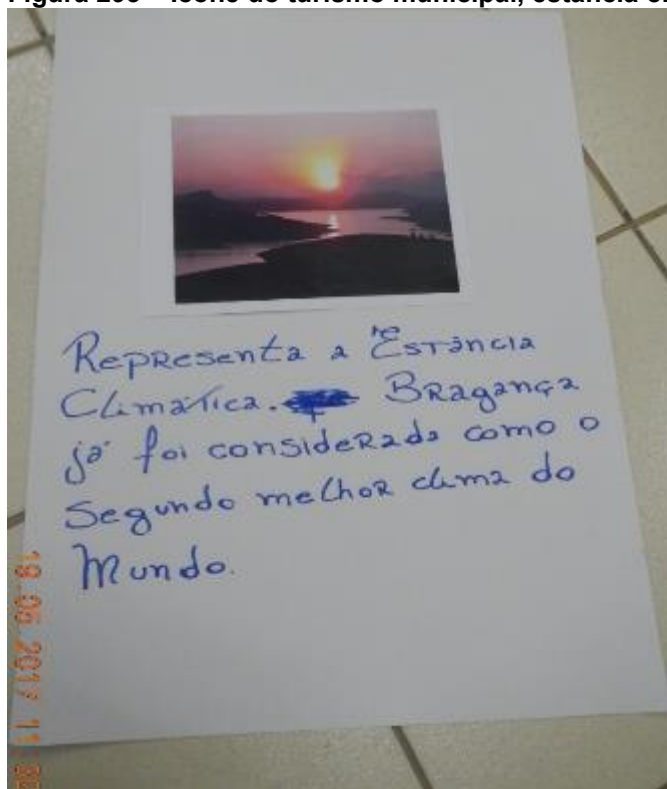
Fonte: Trabalho de campo.

Legenda: Turismo ecumênico: políticas públicas para a demonstração de que Bragança Paulista valoriza todos os tipos de fé! Santa Paulina, a primeira santa do Brasil, e as matrizes africanas, zen budismo, esotéricas e evangélicas.

Outros ícones do turismo identificados durante a oficina foram:

- a condição do município de estância climática (Figura 293);
- o Museu do Telefone (Figura 294);
- a linguagem bragantina (Figura 295);
- a hospitalidade e troca de experiência proporcionada pelo turismo (Figura 296).

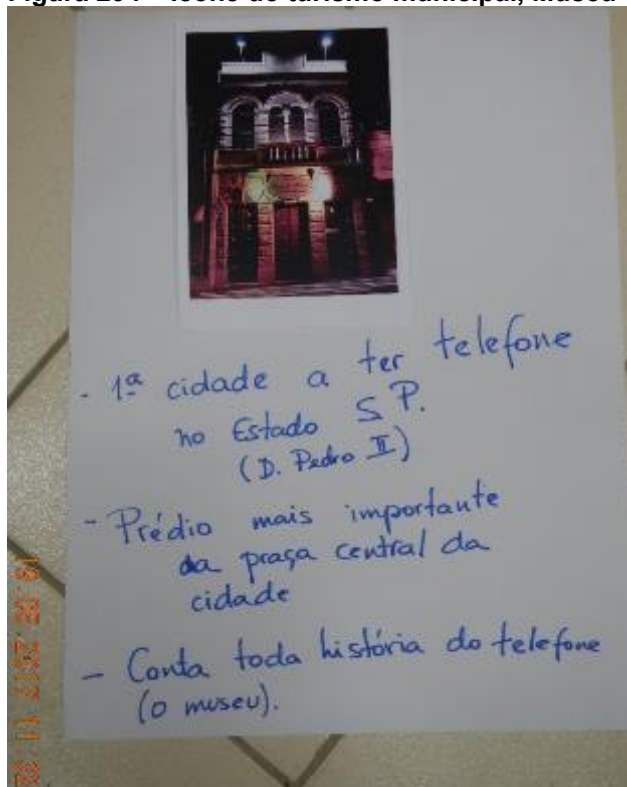
Figura 293 – Ícone do turismo municipal, estância climática



Fonte: Trabalho de campo.

Legenda: Representa a estância climática. Bragança já foi considerada como o segundo melhor clima do mundo.

Figura 294 – Ícone do turismo municipal, Museu do Telefone



Fonte: Trabalho de campo.

Legenda: Primeira cidade a ter telefone no estado de São Paulo (D. Pedro II)./ Prédio mais importante da praça central da cidade./ O Museu conta toda a história do telefone.

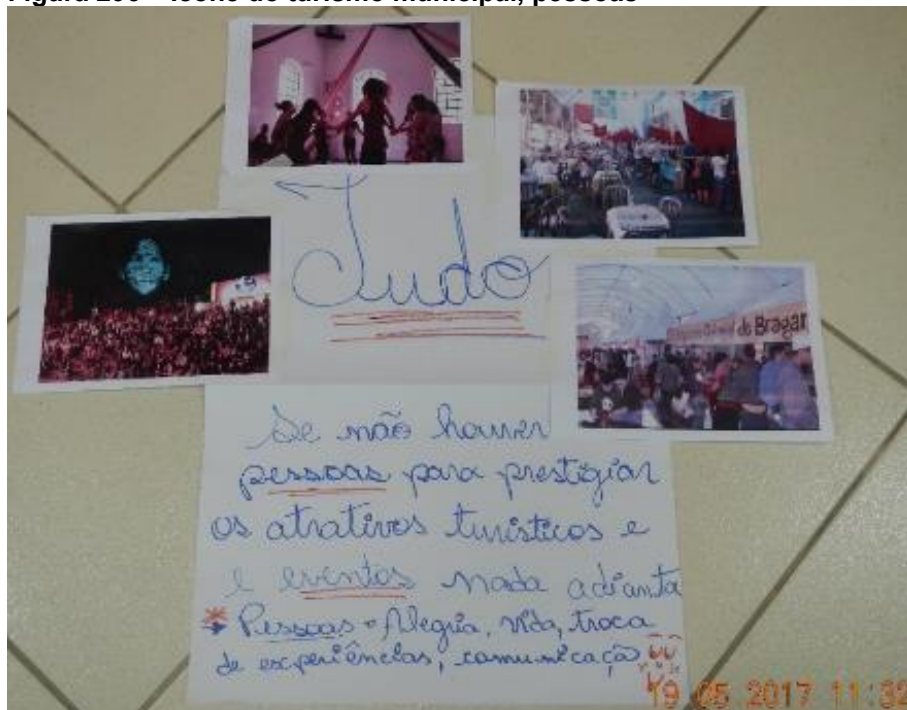
Figura 295 – Ícone do turismo municipal, língua bragantina



Fonte: Trabalho de campo.

Legenda: A gastronomia como base do turismo./ Explorar a tradição linguça bragantina./ Diversidade de pratos.

Figura 296 – Ícone do turismo municipal, pessoas

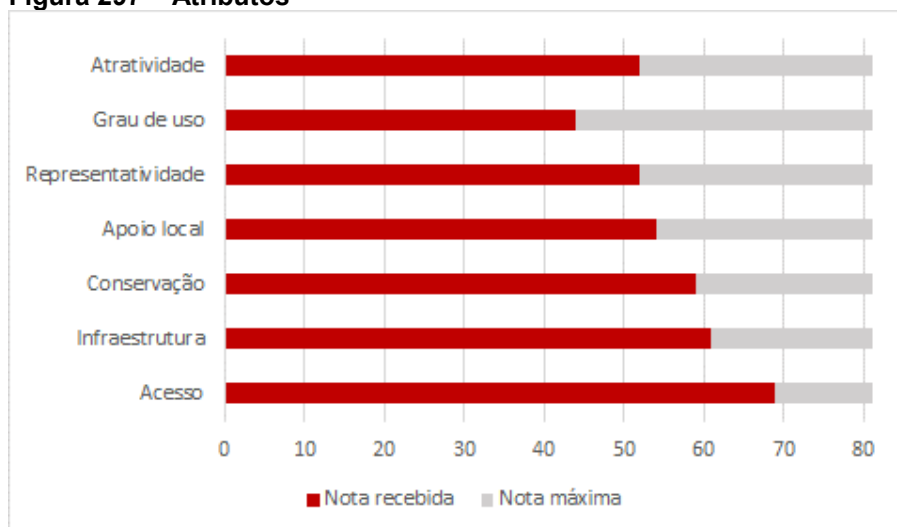


Fonte: Trabalho de campo.

Legenda: Tudo: se não houver pessoas para prestigiar os atrativos turísticos e eventos, nada adianta. Pessoas: alegria, vida, troca de experiências, comunicação.

Retomando a análise técnica, cada atributo que a compõe, quando avaliado individualmente, poderia receber uma nota total de zero a 81, isto é: se todos os atrativos (27) recebessem avaliação zero em um atributo, a nota mínima seria zero ($27 \times 0 = 0$); se todos os atrativos recebessem nota três, a nota máxima possível seria 81 ($27 \times 3 = 81$). A Figura 297 retrata como cada atributo foi avaliado, de forma geral, nos atrativos de Bragança Paulista.

Figura 297 – Atributos

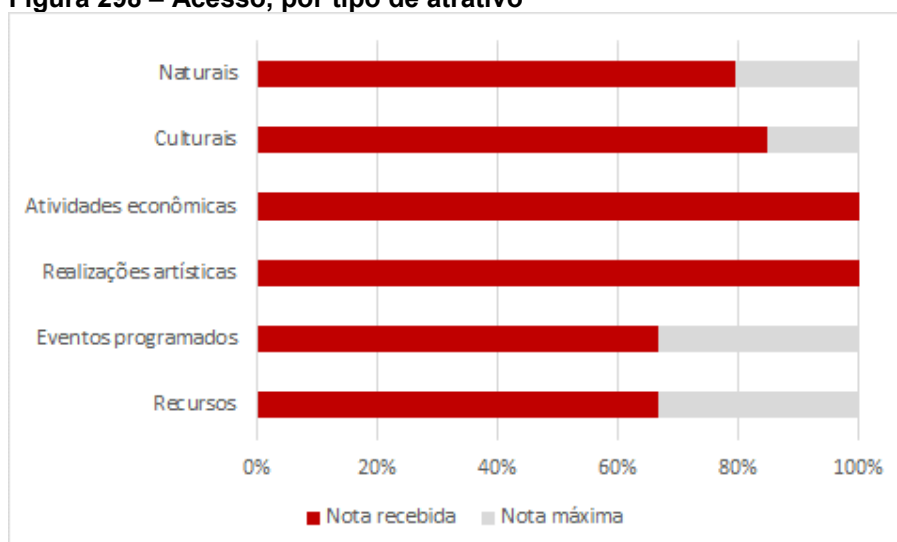


Fonte: Elaboração própria.

Os atributos dos atrativos identificados que foram melhor avaliados no município são o acesso local, a infraestrutura turística, o estado de conservação, e o apoio local, nessa ordem. O atributo potencial de atratividade e representatividade dos atrativos aparecem empatados em penúltimo lugar.

O bom desempenho do atributo acesso pode ser verificado na Figura 298, que ilustra as notas obtidas por tipo de atrativo e dá destaque às atividades econômicas e às realizações artísticas. Em geral, esses atrativos apresentam melhor acessibilidade do que os atrativos naturais pelo fato de os últimos estarem, muitas vezes, fora dos núcleos urbanos, sendo preciso o acesso por vias rurais.

Figura 298 – Acesso, por tipo de atrativo



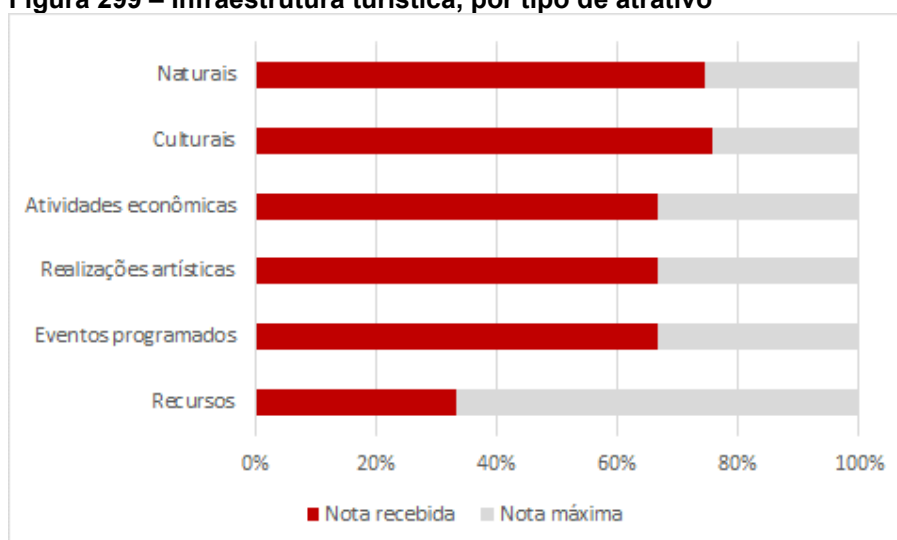
Fonte: Elaboração própria.

Foram avaliados como tendo o acesso em ótimas condições:

- em atrativos naturais, o Lago do Taboão, o MWS Wake Cable Park, o Parque Natural Municipal Lago dos Padres, o Parque Luiz Gonzaga da Silva Leme (Jardim Público) e Pesqueiro Santa Rita;
- em atrativos culturais, a Igreja Nossa Senhora do Rosário, a Feira do Lago, o Museu Municipal Oswaldo Russomano, o Quarto da Santa Paulina e Capela da Santa Casa de Misericórdia de Bragança Paulista, a Catedral de Nossa Senhora da Conceição, o Mercado Municipal Waldemar de Toledo Funck, o Museu do Telefone, e o Centro Cultural Geraldo Pereira - Matadouro;
- em atividades econômicas, a Cervejaria Bragantina; e
- as realizações artísticas.

A infraestrutura turística de Bragança Paulista foi melhor avaliada nos atrativos culturais e naturais, como mostra a Figura 299. Os recursos turísticos foram os piores avaliados nesse atributo, sendo que, em alguns casos, a melhora e adequação na infraestrutura já contribuiriam para o recurso se fortalecer como atrativo.

Figura 299 – Infraestrutura turística, por tipo de atrativo



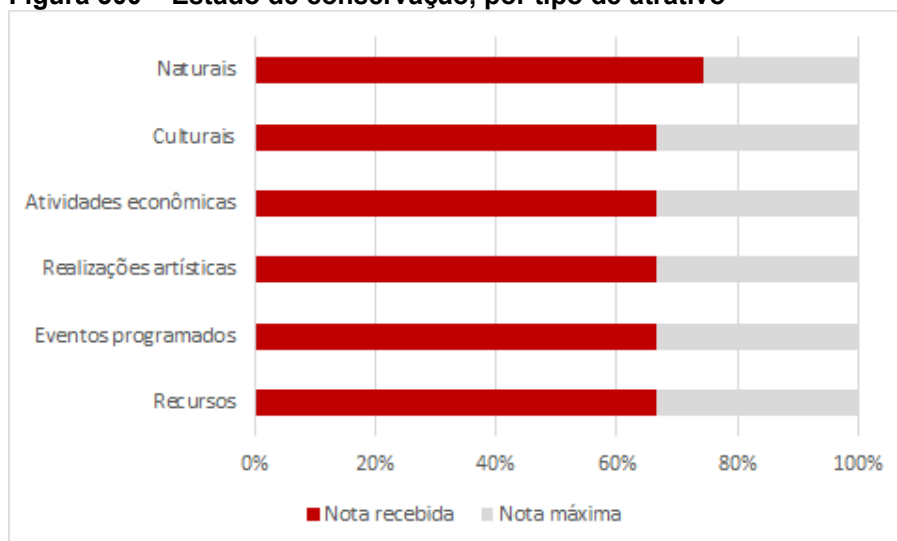
Fonte: Elaboração própria.

Os atrativos que foram avaliados como tendo ótimas condições de infraestrutura foram:

- em naturais, o Lago do Taboão, o MWS Wake Cable Park, a Marina Confiança, o Parque Natural Municipal Lago dos Padres;
- em culturais, a Igreja Nossa Senhora do Rosário, a Feira do Lago, o Museu Municipal Oswaldo Russomano, o Quarto da Santa Paulina e Capela da Santa Casa de Misericórdia de Bragança Paulista e a Catedral de Nossa Senhora da Conceição.

O estado de conservação dos atrativos turísticos, terceiro atributo melhor avaliado no município, reflete, em certa medida, a capacidade de investimento no turismo pelo poder público e pelo empresariado. No geral, todos os tipos de atrativos foram bem avaliados, existindo leve destaque para os atrativos naturais, como ilustra a Figura 300.

Figura 300 – Estado de conservação, por tipo de atrativo



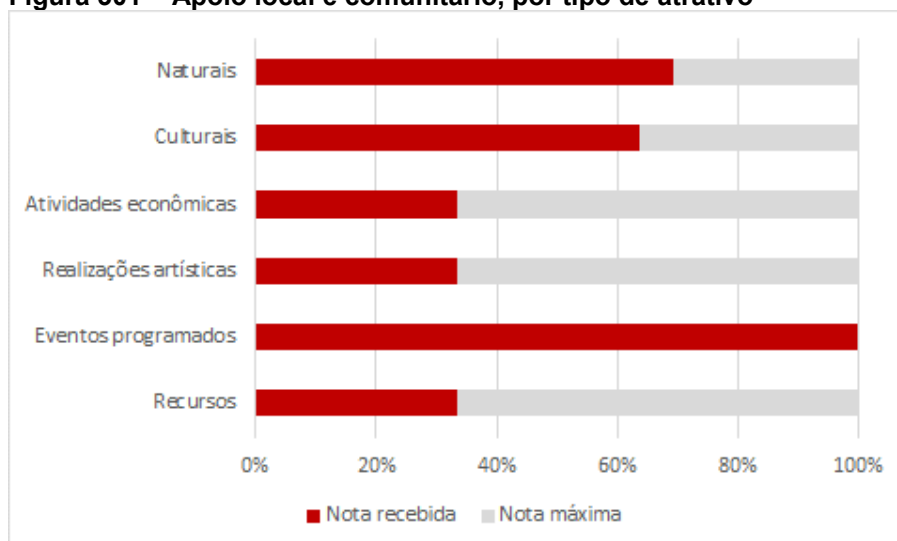
Fonte: Elaboração própria.

Foram avaliados como estando em ótimo estado de conservação:

- em naturais, o Lago do Taboão, a Marina Confiança, o Parque Natural Municipal Lago dos Padres, o Centro Náutico Russolândia;
- em culturais, a Igreja Nossa Senhora do Rosário e o Museu Municipal Oswaldo Russomano.

A análise da oferta diferencial de Bragança Paulista considerou também o apoio local e da comunidade aos atrativos – um atributo fundamental, que permite o planejamento voltado também para o lazer e a recreação da população. No município, os eventos programados foram identificados como sendo o tipo de atrativo que recebe o maior apoio da população (Figura 301).

Figura 301 – Apoio local e comunitário, por tipo de atrativo



Fonte: Elaboração própria.

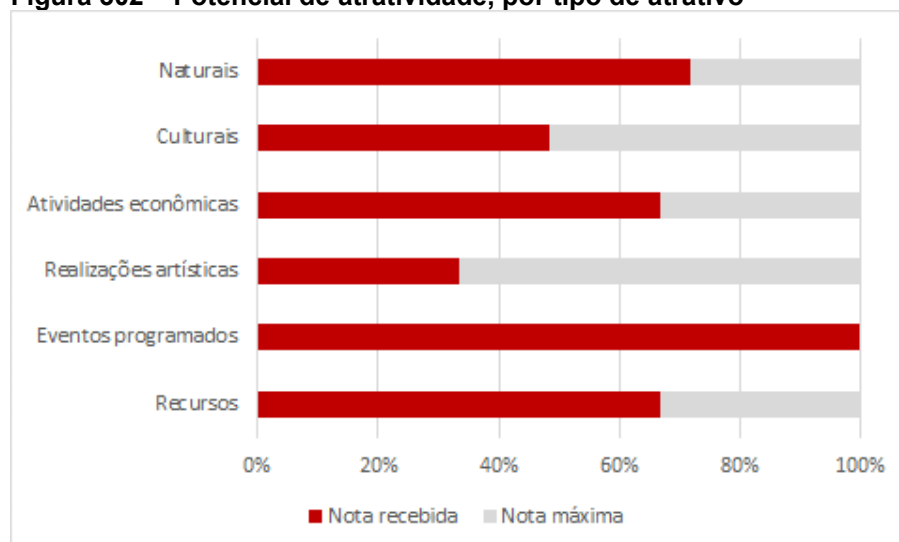
Além dos eventos, os atrativos apoiados por grande parte da comunidade são:

- em naturais, a Fazenda Serrinha, o Lago do Taboão, a Conexão Equestre e o Parque Luiz Gonzaga da Silva Leme (Jardim Público);

- em cultural, o Estádio Nabi Abi Chedid, a Igreja Nossa Senhora do Rosário, a Feira do Lago, a Catedral de Nossa Senhora da Conceição.

Para a análise de atratividade em Bragança Paulista, a Figura 302 ilustra os resultados das avaliações dos atrativos por cada tipo. No geral, o potencial de atratividade do município é modesto, tendo o atributo recebido uma avaliação mediana, impulsionada pelos eventos e atrativos naturais.

Figura 302 – Potencial de atratividade, por tipo de atrativo



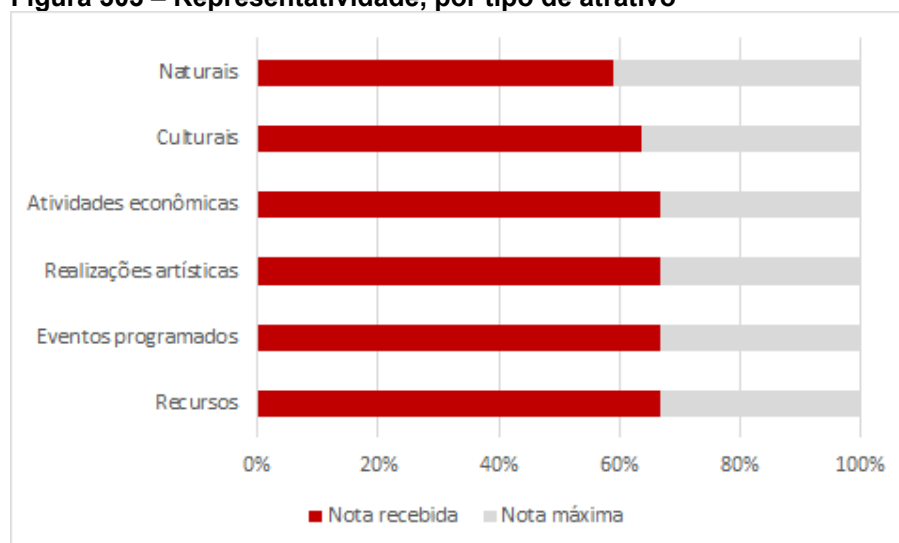
Fonte: Elaboração própria.

Os atrativos que receberam nota três, ou seja, os atrativos com maior potencial comparativo de atratividade são:

- em atrativos naturais, a Fazenda Serrinha, o MWS Wake Cable Park, a Marina Confiança, o Centro Náutico Russolândia e a Conexão Equestre; e
- os eventos programados.

A representatividade dos atrativos de Bragança Paulista, assim como ocorrido com o atributo de atratividade, foi identificada como sendo mediana, como ilustra a Figura 303.

Figura 303 – Representatividade, por tipo de atrativo

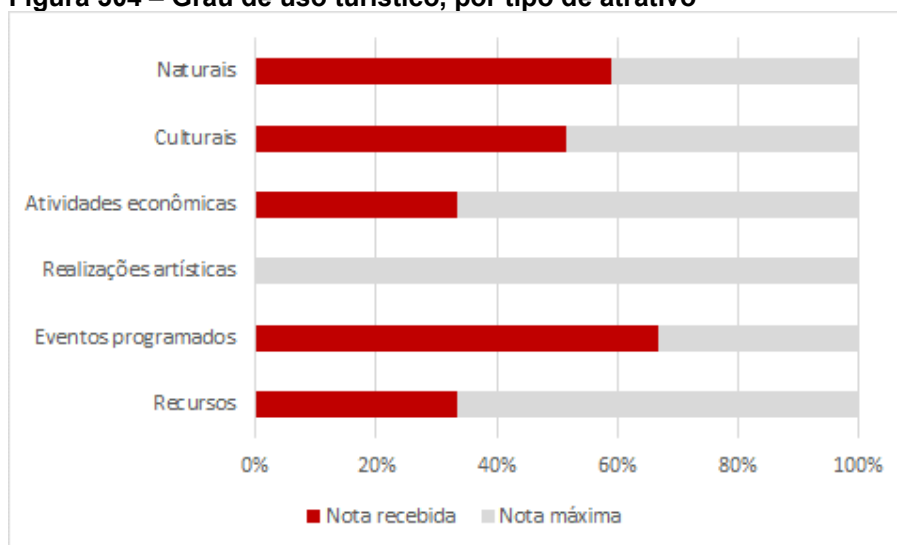


Fonte: Elaboração própria.

Os atrativos avaliados como singulares e raros foram, do tipo natural, a Fazenda Serrinha e o MWS Wake Cable Park, e o Quarto da Santa Paulina e Capela da Santa Casa de Misericórdia, entre os do tipo cultural.

O grau de uso atual auxilia a análise ao indicar qual é a procura pelos atrativos de uma região. Em Bragança Paulista, o atributo foi o que recebeu a menor avaliação, mostrando que ainda não existe um fluxo turístico consolidado no município – ainda que, muitas vezes, tenha sido considerado o grau de uso pela população residente. A utilização da oferta turística identificada em Bragança Paulista ocorre com maior intensidade nos eventos programados e nos atrativos naturais (Figura 304).

Figura 304 – Grau de uso turístico, por tipo de atrativo



Fonte: Elaboração própria.

Em relação à avaliação do grau de uso atual, a Lagoa do Taboão foi o único atrativo que registrou alta intensidade de visitação. Os atrativos com intensidade de fluxo de visitação média foram: em naturais, Fazenda Serrinha, MWS Wake Cable Park, Marina Confiança, Parque Natural Municipal Lago dos Padres, Centro Náutico Russolândia, Parque Luiz Gonzaga da Silva Leme (Jardim Público), Pesqueiro Santa Rita e Pesqueiro do Galo; em culturais, Catedral de Nossa Senhora da Conceição, Estádio Nabi Abi Chedid, Feira do Lago, Igreja Nossa Senhora do Rosário, Mercado Municipal Waldemar de Toledo Funck, Museu Municipal Oswaldo Russomano, Museu do Telefone e Parque de Exposições Dr. Fernando Costa (Posto de Monta); e eventos.

O item a seguir, a partir das análises aqui demonstradas, mapeia os principais atrativos turísticos de Bragança Paulista.

4.3 Posicionamento potencial

Não há como planejar atividades de turismo sem ponderar as possibilidades de posicionamento. Apesar de, em tese, ser possível vislumbrar municípios altamente competitivos no mercado turístico, com atrativos, equipamentos e serviços estruturados e um fluxo de demanda crescente, tal panorama, embora almejado, nem sempre é espelhado no potencial identificado e, ainda mais importante, dificilmente reflete as realidades locais.

A qualificação equivocada do posicionamento potencial traz riscos ao desenvolvimento do turismo pois, em um cenário superestimado, são necessários investimentos do poder público e privado que não se pagam, além de gerar expectativas da população e de outros atores e *stakeholders* que não se concretizam. Em um cenário subestimado, o município não se desenvolve em toda sua potencialidade e deixa de se beneficiar com a atividade turística.

As bases para adequar o posicionamento turístico potencial à realidade de Bragança Paulista são os estudos de demanda e oferta. Alguns dados da pesquisa de demanda (p. 287 e seguintes) dão importantes indicações a respeito do posicionamento atual, indicando necessidades de ajustes:

- a maior parte dos entrevistados foi a Bragança Paulista para visitar amigos ou parentes (25%);
- o Lago do Taboão, na entrada da cidade, era o atrativo mais conhecido (27,5%), seguido pela menção a restaurantes (17,5%);
- o principal ponto positivo da cidade, mencionado em questão aberta, também foi o Lago (25,5%);
- a maioria dos entrevistados não buscou ou não lembrava de ter buscado informações sobre atrativos do município (38,6%), enquanto o segundo grupo mais expressivo buscou com amigos e parentes (24,6%);
- a hospitalidade, a vida noturna e a gastronomia foram os atributos da cidade mais bem avaliados (8,2, 8,1 e 8,1, respectivamente);
- os atributos com menor avaliação foram a hotelaria (6,6) e as informações turísticas (6,3);
- a expectativa de gasto médio *per capita* dos entrevistados era baixa, menos de 100 reais para 55%;
- a grande maioria fica menos de um dia no município (75%) e, dos que ficariam mais de um dia, 60% se hospedaria na casa de amigos ou parentes e 30% em sítio ou chácara;
- 77,5% dos respondentes afirmaram que, se não tivessem ido a Bragança Paulista, teriam ficado em casa.

O que a pesquisa de demanda indica com clareza, ainda que não seja probabilística, é que, excetuados os que viajam a negócios, os demais vão a Bragança por vínculos pessoais, não conhecem atrativos, não procuram informações, não ficam muito tempo na cidade e gastam pouco. Além disso, sequer podem ser considerados turistas típicos, já que não foram a Bragança Paulista como uma possibilidade de destino dentre várias, mas como única opção para não ficar em casa. A gastronomia é reconhecida, sendo que muitos iam à cidade apenas para jantar, na sexta-feira à noite em que a pesquisa foi aplicada. A falta de informações é criticada e, provavelmente, os meios de hospedagem não são conhecidos pela maior parte da demanda atual.

Por outro lado, as informações da oferta atual mostram que há uma quantidade e uma variedade de atrativos que permitiriam um melhor posicionamento, além de possibilidades de oferecer outras opções de entretenimento e descanso. Há alguns aspectos incontestáveis em relação às características turísticas da oferta de Bragança Paulista:

- o Lago do Taboão é cartão postal da cidade, conhecido e apreciado também por quem está só de passagem;
- o Centro Histórico conta com edificações que, no conjunto, formam um cenário atrativo;
- a produção de linguça, aliada à gastronomia e aos empreendimentos que tornam a vida noturna agitada têm boa fama, no mínimo regionalmente;
- os recursos naturais, tais como a Represa Jaguari, Montanha do Guaripocaba e Montanha do Leite Sol são pouco explorados;
- a zona rural, incluindo parques e outras unidades de conservação, pode ter maior protagonismo para lazer de turistas;
- a oferta de hospedagem é diversificada e suficiente para abrigar, de início, um fluxo turístico mais importante do que o existente;
- a governança do turismo deve ser fortalecida para que programas e projetos possam ser executados.

Sendo assim, é necessário um trabalho de formulação e implementação de estratégias para gerar reconhecimento associado às opções de lazer existentes, somado a um esforço de desenvolvimento de potenciais atrativos. Esse deve ser o início da trajetória que permita a construção de uma marca com reputação favorável ao turismo.

A partir das informações da análise SWOT e da análise da oferta diferencial, em especial as relacionadas aos atributos de atratividade, acessibilidade, grau de uso e apoio local e comunitário, é possível levantar possibilidades sobre o potencial de Bragança Paulista. A análise técnica dos atrativos ratifica o panorama identificado pela análise SWOT, no qual os atributos de acesso e infraestrutura fortalecem a oferta turística, que precisa ser melhor estruturada e promovida para ganhar representatividade e, então, aumentar o poder de atração do município.

Como apresentado, os atrativos mais bem avaliados de Bragança Paulista são naturais, culturais e eventos. Os atrativos naturais estão localizados tanto na parte urbana, como o Lago do Taboão e o Parque Natural Municipal Lago dos Padres, quanto na área rural, como a Fazenda Serrinha, o MWS Wake Cable Park, a Marina Confiança e o Centro Náutico Russolândia. Essa variedade permite que diferentes segmentos de turismo sejam planejados e desenvolvidos, como o turismo ecológico, de aventura, náutico e rural.

Os atrativos culturais mais bem avaliados abrangem o turismo religioso (Igreja Nossa Senhora do Rosário) e o próprio turismo cultural (Feira do Lago e Museu Municipal Oswaldo Russomano). A categoria de eventos sintetiza diversos acontecimentos programados que ocorrem no município e que têm apelo para diferentes segmentos turísticos, como turismo gastronômico (Festa da Linguça e Taste Week) e turismo cultural (Carnaval e Festival de Arte Serrinha). Os atrativos culturais devem ser trabalhados para que possam complementar a visita ao município e os eventos devem ser estimulados, pois conseguem gerar fluxo próprio.

Deve existir promoção do turismo nos grandes polos emissores próximos a Bragança Paulista, como São Paulo, indicando que o município tem um ambiente rural e natural propício para a prática de atividades do campo e de aventura, conta com opções culturais interessantes, incluindo um Centro Histórico atrativo, ao mesmo tempo em que oferece infraestrutura e acesso de ótima qualidade.

Para que o posicionamento potencial do município reflita a visão de futuro dos *stakeholders*, foi discutido em oficina participativa (capítulo 6.1) a cidade que se deseja em um horizonte de tempo de dez anos, considerando 2027. Os resultados são mostrados no Quadro 211.

Quadro 211 – Visão de futuro, Bragança Paulista 2027

Bragança Paulista com turismo fortalecido	Bragança Paulista com mais qualidade de vida	Bragança Paulista com mobilidade urbana	Bragança Paulista com identidade própria, desenvolvida com sustentabilidade		Bragança Paulista com zona rural fortalecida
Turística	+ Educação	Rodoanel	Sustentável	Receptiva	Turística: destino mais conhecido do estado de São Paulo
+ Comercial	+ Cultura	Acessibilidade	Preservada	Autêntica	
Comércio aberto aos finais de semana	100% de saneamento básico	Atendida por ciclovias	Porte médio, organizada e sustentável	100% saneamento básico	
Comércio qualificado	+ Esporte e saúde	Com estacionamento	Valorização do idoso	Com segurança	
Uma cidade com maior qualidade de vida, fortalecendo cada vez mais o turismo e o poder econômico da população	Todo o potencial cultural, artístico, de infraestrutura para o esporte, lazer, meio ambiente, que é tão característico, há muito está sendo ofuscado por tantos pontos sem tanta importância.	Com transporte público e mobilidade urbana adequados, privilegiando as pessoas	Felicidade interna: orgulho de ser da cidade e que todos tenham orgulho de morar aqui	Com espaços públicos urbanos verdes e ocupados, sem muros	Zona rural fortalecida: - estradas de terra - estradas parque
Turismo gastronômico reconhecido e com projeção nacional		Centro sem automotores	Novas formas de imprensa livre e independente	Uma cidade com sua história preservada	
	Opções de cultura e lazer, inclusive gratuitas	Plano Diretor	Próspera	Conectada	Alguns roteiros turísticos implantados

Fonte: Trabalho em campo.

Também do ponto de vista dos participantes da discussão, um melhor posicionamento de Bragança Paulista depende do fortalecimento dos atrativos na área urbana e, principalmente, na zona rural. Na zona urbana, menções ao comércio e à mobilidade – incluindo ciclovias, estacionamento, transporte público e áreas centrais livres de tráfego de veículo – predominam. Na zona rural, a necessidade de roteiros e a transformação de estradas em atrativos privilegiam, além do turismo rural, o de aventura e o ecoturismo. Para todo o município, a gastronomia ganha relevo.

Objetivos mencionados como visão de futuro incluem a mobilidade, a segurança, a geração de renda, a educação e a cultura, o esporte e a saúde, com destaque para o papel do saneamento básico – na visão de futuro, esses elementos contribuem para a qualidade de vida, inclusive do idoso. O resgate e a preservação da história e das tradições e o acesso à cultura e ao lazer gratuitos estimulam o orgulho do residente local.

Adjetivos para Bragança Paulista como próspera, conectada, livre, reconhecida, sustentável, receptiva, preservada, autêntica, organizada, feliz, verde, são destacados como parte da visão de futuro.

Como já foi mencionado, talvez a maior dificuldade de Bragança Paulista seja a existência de uma série de bons atrativos dentre os quais, no entanto, nenhum prevalece no sentido de poder ser considerado um indutor do turismo. Nesse sentido, foi discutida, em oficina participativa, a construção de uma identidade do município voltada para o turismo. Os resultados são apresentados no Quadro 212.

Quadro 212 – Identidade de Bragança Paulista

Oferta	Demanda
Centro Histórico	Famílias de classe média, casais, pessoas, grupos, 30 a 60 anos.
Paz: bem viver, saúde, tranquilidade, calma, sem violência, equilíbrio, serenidade, harmonia com a natureza, familiar.	Moradores de grandes centros.
Gastronomia: linguças, eventos.	Turistas das grandes cidades e também os que estão só de passagem. Poder aquisitivo.
Bem-estar	Jovens de alto poder aquisitivo.

A construção dessa identidade, que implica no posicionamento potencial, bem como os demais aspectos considerados neste capítulo de diagnóstico, dependem da formulação de diretrizes, que é o tema do próximo capítulo.

5 Diretrizes

Após a finalização das análises para conhecimento da realidade de Bragança Paulista, elaboradas a partir das informações coletadas nas etapas anteriores, este capítulo delinea diretrizes que devem ser consideradas nas propostas de ações, que são a culminância deste documento. Diretrizes são indicações e orientações amplas e genéricas que definem uma direção geral a seguir, norteando o planejamento a partir de princípios, objetivos e estratégias e subsidiando os programas e projetos propostos neste PMT. As diretrizes se referem a linhas mestras cuja importância reside em auxiliar a manter o foco no que se deseja atingir, em como se deseja atingir e nos motivos pelos quais se deseja atingir, a fim de se obter, em última instância, o desenvolvimento do turismo.

Na primeira parte do capítulo, item 5.1, são propostos princípios para reger os programas e projetos do PMT. Referem-se a valores incontestáveis que devem ser levados em conta para definir ações em busca do desenvolvimento do turismo, orientando os interesses do planejamento em si.

Tendo em vista o posicionamento potencial discutido para Bragança Paulista, o item 5.2 discorre sobre objetivos estratégicos que podem otimizar ou mitigar aspectos encontrados nas análises de diagnóstico.

O item seguinte, 5.3, aborda, em conformidade com os objetivos definidos para o turismo, estratégias de desenvolvimento estabelecidas para os componentes derivados das análises de diagnóstico.

Por fim, as atividades de monitoramento e avaliação (item 5.4) são colocadas como uma importante diretriz para que um desenvolvimento sustentável seja obtido. São inerentes à gestão de programas e projetos, de modo que consistem em uma incumbência indispensável para medir se os objetivos estão sendo alcançados, identificar impactos indesejáveis e, desse modo, promover alterações que se mostrem necessárias.

Assim, as discussões deste capítulo servem para nortear os programas e projetos para o turismo em Bragança Paulista, que são apresentados no capítulo seguinte.

5.1 Princípios

O conceito de princípios é amplo, mas está, em geral, relacionado a regras, normas ou valores, positivos e desejáveis, que se aplicam no âmbito empresarial, de governança ou mesmo pessoal. Os princípios norteiam diretrizes, políticas e objetivos.

[...] são preceitos, leis ou pressupostos considerados universais que definem as regras pela qual uma sociedade civilizada deve se orientar. Em qualquer lugar do mundo, princípios são incontestáveis, pois, quando adotados, não oferecem resistência alguma. Entende-se que [su]a adoção [...] está em consonância com o pensamento da sociedade e vale tanto para a elaboração da constituição de um país quanto para acordos políticos entre as nações ou estatutos de condomínio (MENDES, 2015, p. 1).

No Brasil, os princípios que orientam a atividade turística estão previstos na Política Nacional de Turismo e dizem respeito à livre iniciativa, à descentralização, à regionalização e ao desenvolvimento econômico-social justo e sustentável (BRASIL, 2008b).

Em Bragança Paulista, adjetivos mencionados em oficina participativa (item 7.2) podem servir de inspiração para elaborar afirmações que possam ser consideradas uma Carta de Princípios preliminar para o município.

- Feliz: o turismo não pode ocorrer em detrimento da qualidade de vida.

O turismo deve ser baseado no compartilhamento de experiências, conhecimentos e interesses, de forma a estabelecer uma relação saudável entre a população local, como anfitriã, e os turistas e visitantes. O desenvolvimento das atividades de turismo deve priorizar o bem-estar e a qualidade de vida. O uso de recursos e de infraestrutura pelas atividades de turismo não deve ocorrer em detrimento ao uso e abastecimento da população local.

- Próspera: o turismo deve gerar trabalho e renda.

A população local deve ser a maior beneficiária. As ações de planejamento e desenvolvimento de turismo devem promover a prosperidade equitativa, a inclusão social, a geração de emprego e renda, a inserção da mulher em atividades econômicas remuneradas e a formalização do trabalho, beneficiando as comunidades locais como um todo. Oportunidades geradas pelo turismo devem ser deliberadamente estendidas a diversos grupos sociais menos preparados.

- Preservada e autêntica: a cultura e as tradições locais devem ser resguardadas.

O turismo deve reconhecer, valorizar e respeitar o patrimônio histórico e cultural, sendo planejado, implementado e gerenciado em harmonia com as tradições e valores locais. Os modos de vida e de produção tradicionais devem ser protegidos. Os saberes e suas manifestações não devem ser comercializados de modo que as comunidades receptoras se sintam invadidas e exploradas.

- Sustentável e verde: o meio ambiente deve ser preservado.

As atividades de turismo devem adotar práticas que provoquem um impacto negativo mínimo sobre o ambiente natural, contribuindo para a manutenção das dinâmicas e processos naturais, considerado o contexto cultural e socioeconômico existente.

A importância da relação de dependência entre o desenvolvimento natural sustentável e as atividades de turismo deve ser reconhecida, promovendo a conscientização, a educação ambiental, os mecanismos e ações de responsabilidade socioambiental e de uso da terra.

- Conectada: a participação local e a apropriação do turismo devem ser promovidas.

Conexões podem remeter à tecnologia, mas podem também referir-se à formação de redes. As lideranças da população local devem participar das decisões sobre o desenvolvimento do

turismo como um direito que lhes assiste, mas que requer incentivo e mobilização. As discussões devem ser inclusivas e os resultados devem buscar acomodar necessidades e interesses de grupos variados. As políticas públicas, além de promover a estruturação sólida do setor de turismo, devem prezar por processos de envolvimento da comunidade no planejamento e na renda do segmento.

- Organizada e receptiva: o turismo deve oferecer acolhimento e segurança.

As atividades de turismo devem respeitar as regulamentações e convenções de boas práticas de segurança aplicáveis, preservando a integridade física dos prestadores de serviços turísticos, turistas, visitantes e população em geral. Equipamentos de turismo, como meios de hospedagem e estabelecimentos de alimentação, devem obedecer à legislação, aos códigos de uso e às convenções de boas práticas, a fim de prevenir acidentes e promover a segurança física e patrimonial dos turistas, visitantes, moradores e funcionários. É preciso ainda se orientar por políticas de segurança que garantam a preservação ambiental e resguarde sócio e economicamente a população local, mitigando impactos como vandalismo de áreas naturais, marginalização da comunidade receptora e especulação imobiliária.

- Reconhecida: o retorno de imagem é de médio e longo prazos.

As ações de planejamento, desenvolvimento, implantação e operação para o desenvolvimento de atividades sustentáveis de turismo devem levar em consideração que os resultados não são imediatos, mas derivados da cultura de boas práticas que, ao se consolidar, passa a trazer resultados positivos. As expectativas devem estar de acordo com essa realidade. O benefício atual é o início da construção de um futuro mais próspero para as próximas gerações da população local.

5.2 Objetivos estratégicos

Objetivos estratégicos são, por definição, de longo prazo, derivados do propósito de um empreendimento, que pode ser chamado de missão, e que buscam alcançar sua visão. A missão se relaciona com o caráter próprio da iniciativa, neste caso o desenvolvimento do turismo de Bragança Paulista. A visão é o que se espera do futuro, e está, neste trabalho, discutida no posicionamento potencial (item 4.3). Os princípios (item 5.1) funcionam aqui, por sua vez, como valores e critérios, e medeiam as decisões para alcançar o futuro desejável.

Por serem gerais e amplos, objetivos estratégicos podem ser desdobrados em metas de nível tático, que podem ser avaliadas e monitoradas (item 5.4), traduzindo o desempenho desejável, e em planos operacionais (capítulo 6), que especificam o itinerário de curto prazo a ser percorrido.

Para contemplar a amplitude de tópicos tratados na contextualização, no levantamento turístico e no diagnóstico deste PMT, os objetivos estratégicos foram estabelecidos conforme a divisão feita na análise SWOT, em quatro componentes: infraestrutura (INFR), institucional (INST), produto turístico (PTUR) e promoção (PRO).

O Quadro 213 relaciona os objetivos estratégicos para Bragança Paulista por componente, levando em conta, especialmente, os resultados da oficina participativa (p. 341) e a síntese do diagnóstico (p. 339), tendo como pano de fundo os princípios (p. 344) estabelecidos.

Quadro 213 – Objetivos estratégicos

Componente	Objetivo
INFR	· Fornecer serviços de infraestrutura básica para a população flutuante, formada por turistas e visitantes, sem prejuízo para as comunidades locais.
INST	· Estabelecer políticas colaborativas e participativas para a estruturação do turismo, preparando institucionalmente o poder público e mobilizando uma governança do setor privado. · Fomentar a integração de diversos grupos sociais na criação de produtos e serviços atrativos para o turista, por intermédio de associativismo, cooperativismo e microempreendedores individuais.
PTUR	· Formatar a oferta turística urbana e rural, técnica e diferencial, com qualidade e variedade, a fim de atingir segmentos diversificados. · Desenvolver atrativos capazes de atrair novos turistas e aumentar a permanência média, os gastos <i>per capita</i> e, portanto, a renda advinda do turismo.
PRO	· Construir a imagem e a identidade turística de Bragança Paulista, utilizando o reconhecimento do Lago do Taboão, da gastronomia e de charcutaria (ou linguiça). · Promover e divulgar a oferta turística, capitalizando as ferramentas de comunicação, em especial as digitais.

Fonte: Elaboração própria.

Tendo em vista os objetivos estratégicos estabelecidos, o item seguinte trata das estratégias para o turismo, lazer e recreação da área estudada.

5.3 Estratégias por componente

A partir dos componentes definidos na análise SWOT e dos objetivos estabelecidos, o Quadro 214 foi usado como referencial para que a análise fosse realizada: a combinação dos dois ambientes – interno e externo – e das quatro variáveis – forças, fraquezas, oportunidades e ameaças – auxiliam a tomada de decisões na definição das estratégias para o turismo de Bragança Paulista.

Quadro 214 – Definição de estratégias

Área temática		Ambiente interno	
		Pontos fortes	Pontos fracos
Ambiente externo	Oportunidades	Estratégia de desenvolvimento	Estratégia de correção
	Ameaças	Estratégia de diferenciação	Estratégia de reestruturação

Fonte: Baseado em Weihrich, 1982.

Os pontos fortes devem ser aproveitados para tirar o máximo proveito das oportunidades detectadas e minimizar os efeitos das ameaças. Desse modo, estratégias de desenvolvimento são as que conferem ao tema analisado as melhores chances de prosperar. Forças unidas às oportunidades do ambiente podem trazer progresso e aprimoramento.

Por outro lado, estratégias de diferenciação são as que usam os pontos fortes para fazer face às ameaças, obtendo um posicionamento estratégico nos mercados-alvo. Importa manter as forças frente às ameaças do ambiente externo.

As fraquezas devem ser enfrentadas para que seus efeitos negativos sejam amenizados, atentando para as oportunidades de corrigi-las, reduzi-las ou extingui-las. Aqui se tratam de estratégias reativas, que podem permitir o crescimento do segmento em estudo.

Os grandes riscos residem no cruzamento de pontos fracos e ameaças, que podem impedir a própria sobrevivência de um empreendimento, e que pedem reestruturação para superá-los, alterando características internas a fim de se adaptar às mudanças ambientais e superar os aspectos desfavoráveis.

As estratégias de desenvolvimento, correção, diferenciação e reestruturação para os componentes temáticos são expostas do Quadro 215 ao Quadro 218.

Para a infraestrutura, estabelecido o objetivo estratégico de

Fornecer serviços de infraestrutura básica para a população flutuante, formada por turistas e visitantes, sem prejuízo para as comunidades locais (p. 346).

o Quadro 215 traça estratégias para esse componente.

Quadro 215 – Estratégias, infraestrutura

		Ambiente interno	
INFR		Pontos fortes 3- O terminal rodoviário tem instalações simples, em bom estado de conservação e com boa sinalização. 4- Bragança Paulista tem bons índices de abastecimento de água e esgotamento sanitário e tem ótimos índices de coleta de lixo e fornecimento de energia elétrica. 5- O município conta com o atendimento de quatro hospitais e quatro postos de saúde. Além disso, Bragança Paulista se beneficia por estar próximo a São Paulo, que é referência no país em diversas áreas e tratamentos. 7- Quanto à segurança pública, Bragança Paulista está bem aparelhado, tendo presente as polícias civil e militar, corpo de bombeiros, defesa civil e guarda municipal. 8- Do ponto de vista da criminalidade, com exceção da quantidade de furto e roubo de veículos, que se manteve estável no período analisado, Bragança Paulista tem diminuído sua participação nas ocorrências estaduais. 9- O município conta com ao menos uma emissora de rádio AM, FM e comunitária e de TV. Bragança Paulista está em área coberta por serviços de TV por assinatura. 10- O município alcança a meta de universalização de disponibilidade de telefones públicos. 11- O município conta com agências bancárias, farmácias e postos revendedores de combustível.	Pontos fracos
Ambiente externo	Oportunidades 1- Nos arredores de Bragança Paulista há três aeroportos internacionais e o Aeroporto de Congonhas, que é um dos mais movimentados do país. Nesse sentido, o município está próximo à maior e mais variada malha aérea do país. 2- O município conta com um aeroporto que recebe voos fretados e executivos. 3- Bragança Paulista conta com um terminal rodoviário que oferece ligação com as principais cidades dos arredores do município, assim como com cidades em Minas Gerais. 4- No geral, o acesso viário ao município é bom, estando em melhores condições as rodovias administradas por concessionárias. 7- Bragança Paulista é atendido pelos serviços de telefonia fixa, móvel e internet.	Estratégia de desenvolvimento - Promover a melhoria contínua da infraestrutura, aproveitando as oportunidades de acesso e de comunicação para o desenvolvimento do turismo. - Aproveitar posicionamento do município como centro regional de compras para desenvolvimento do turismo. - Monitorar intermitentemente os impactos do fluxo turístico na infraestrutura.	
	Ameaças	Estratégia de diferenciação	Estratégia de reestruturação

Fonte: Elaboração própria.

Em relação ao quadro institucional, os objetivos estratégicos de

Estabelecer políticas colaborativas e participativas para a estruturação do turismo, preparando institucionalmente o poder público e mobilizando uma governança do setor privado.

Fomentar a integração de diversos grupos sociais na criação de produtos e serviços atrativos para o turista, por intermédio de associativismo, cooperativismo e microempreendedores individuais (p. 346).

são abordados no Quadro 216.

Quadro 216 – Estratégias, institucional

		Ambiente interno	
INST		Pontos fortes 12- Bragança Paulista tem uma Secretaria de Cultura e Turismo. 13- O município conta com instrumentos de gestão urbana e planejamento municipal, como Plano Diretor e Lei de Zoneamento. 14- Bragança Paulista recebe recursos do DADE para investimentos em obras de infraestrutura necessárias para o desenvolvimento do turismo.	Pontos fracos 2- No município há mecanismos de incentivo à implantação de novos empreendimentos, mas não para empreendimentos da área de turismo. 5- Não há nenhum funcionário efetivo (concursado) em cargo técnico de turismo. 6- Há baixa adesão do município aos programas estaduais de turismo. 7- Há baixa adesão do <i>trade</i> turístico do município às políticas federais de turismo.
Ambiente externo	Oportunidades 8- Bragança Paulista faz parte da política federal e estadual de turismo.	Estratégia de desenvolvimento - Promover melhor entendimento e articulação do <i>trade</i> turístico. - Participar ativamente de outras instâncias de governança do turismo, adotando mecanismos de gestão compartilhada e descentralizada.	Estratégia de correção - Criar instituições de governança pública fortes. - Promover o fortalecimento da governança por intermédio do COMTUR, estimulando a representatividade. - Conceber políticas públicas para estimular o desenvolvimento e engajamento de empreendimentos de turismo.
	Ameaças	Estratégia de diferenciação	Estratégia de reestruturação

Fonte: Elaboração própria.

Para o fortalecimento do produto turístico, foram estabelecidos os objetivos estratégicos de:

Formatar a oferta turística urbana e rural, técnica e diferencial, com qualidade e variedade, a fim de atingir segmentos diversificados.

Desenvolver atrativos capazes de atrair novos turistas e aumentar a permanência média, os gastos *per capita* e, portanto, a renda advinda do turismo (p. 346).

O Quadro 217 aborda estratégias sobre esse tema.

Quadro 217 – Estratégias, produto turístico

		Ambiente interno	
PTUR		Pontos fortes 2- Bragança Paulista está na faixa alta de desenvolvimento do IDHM. 6- Bragança Paulista conta com instituições de ensino superior que oferecem cursos relacionados ao turismo ou hotelaria. 15- O Centro Histórico pode compor um roteiro turístico. 17- Bragança Paulista conta com atrativos naturais, culturais e eventos. 19- Há opções de meios de hospedagem na zona urbana e na zona rural. 20- O município tem boa variedade de estabelecimentos de alimentação. 21- Foram identificados estabelecimentos que comercializam produtos típicos do município. 22- A demanda turística de Bragança Paulista é, principalmente, proveniente de São Paulo e Atibaia. É formada por turistas frequentes que têm intenção de retornar e indicar o município.	Pontos fracos 1- O município apresenta grau de urbanização acima da média estadual e tem 98% de seus habitantes vivendo em áreas urbanas. 4- Não foram identificados cursos técnicos nas áreas de turismo, hotelaria, gastronomia ou serviços relacionados em Bragança Paulista. 9- O poder público e as associações comerciais não têm sistematizado os atrativos e empreendimentos turísticos do município. 10- Há alguma variedade entre os atrativos naturais e pouca variedade entre os atrativos culturais. 11- Não existe um calendário de eventos unificado para o município. 12- A maior parte das agências de viagens de Bragança Paulista trabalha somente com turismo emissivo.
Ambiente externo	Oportunidades 1- Bragança Paulista está próxima a grandes polos emissores de turistas, como São Paulo e Campinas. 5- A Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação oferece cursos para educação de jovens e adultos nas áreas de turismo e hotelaria, porém eles não são oferecidos no município. 6- Foram identificados cursos presenciais oferecidos pelo SENAI-SP e SENAR-SP e cursos à distância oferecidos pelo SEBRAE e SENAI-SP.	Estratégia de desenvolvimento - Promover o turismo como atividade que contribua para o desenvolvimento econômico e social, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais. - Revitalizar o Centro Histórico, contando com instrumentos normativos apropriados. - Promover o desenvolvimento de novos atrativos, urbanos e rurais, e aprimorar os existentes, visando estimular a permanência de turistas. - Atrair demanda de outros polos emissores próximos. - Apoiar a realização de eventos que fortaleçam o desenvolvimento do turismo. - Formar mão-de-obra qualificada e empreendedora para fortalecimento da oferta técnica.	Estratégia de correção - Organizar institucionalmente as informações sobre a oferta turística, incluindo uma programação de eventos, para divulgação. - Estimular permanentemente a capacitação dos profissionais envolvidos com atividades turísticas. - Aprofundar o conhecimento a respeito da demanda turística, por meio de estudos e pesquisas periódicas, e fomentar o atendimento das expectativas por parte da oferta.
	Ameaças 1- Em um raio de 150 km de Bragança Paulista, existem diversos municípios que podem ser considerados concorrentes por oferecerem produtos turísticos semelhantes.	Estratégia de diferenciação - Reafirmar valores, identidades, diversidade e pluralismo cultural. - Incentivar a inovação como vantagem competitiva.	Estratégia de reestruturação - Resgatar a história e as tradições, a fim de criar roteiros e estimular serviços de receptivo. - Promover melhor aproveitamento sustentável dos recursos naturais. - Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade dos atrativos e recursos.

Fonte: Elaboração própria.

Com foco na promoção, os objetivos estratégicos determinados foram:

Construir a imagem e a identidade turística de Bragança Paulista, utilizando o reconhecimento do Lago do Taboão, da gastronomia e da charcutaria (ou linguça).

Promover e divulgar a oferta turística, capitalizando as ferramentas de comunicação, em especial as digitais (p. 346).

O Quadro 218 define estratégias para esse tema.

Quadro 218 – Estratégias, promoção

		Ambiente interno	
PRO		Pontos fortes 16- A oferta turística de atrativos tem presença <i>online</i> variando de relevante para mínima. 18- A oferta turística de meios de hospedagem tem presença <i>online</i> relevante. 23- Bragança Paulista está presente em guias de promoção do destino impressos e <i>online</i> .	Pontos fracos 3- As informações a respeito de rotas de linhas regulares de transporte viário que atendem ao município estão disponíveis, de forma fácil, organizada e atualizada, porém são disponibilizadas pela agência reguladora estadual e não pelo município. 8- A presença <i>online</i> do poder público do município não divulga ou promove a oferta turística de maneira adequada.
Ambiente externo	Oportunidades	Estratégia de desenvolvimento - Aproveitar a oportunidade de divulgar Bragança para viajantes de passagem pela cidade.	Estratégia de correção
	Ameaças 1- Em um raio de 150 km de Bragança Paulista, existem diversos municípios que podem ser considerados concorrentes por oferecerem produtos turísticos semelhantes.	Estratégia de diferenciação - Incentivar e viabilizar investimentos e financiamentos para o setor de turismo, com foco no fomento e promoção. - Sistematizar informações e facilitar a atuação conjunta do <i>trade</i> turístico, de modo que cada empreendimento valorize e promova a identidade de Bragança Paulista, atrativos e serviços turísticos, <i>in loco</i> e <i>online</i> .	Estratégia de reestruturação - Criar e promover institucionalmente a marca da cidade, com foco em suas vocações turísticas. - Possibilitar à demanda potencial acesso fácil à informação sobre Bragança Paulista. - Incentivar a própria população bragantina a conhecer seus atrativos e promovê-los.

Fonte: Elaboração própria.

O próximo item trata da importância de monitorar e avaliar o desenvolvimento turístico de Bragança Paulista para que as estratégias se traduzam nos objetivos desejáveis. Em seguida, o capítulo 6 apresenta os programas e projetos para o município.

5.4 Monitoramento e avaliação

O processo ou a etapa de acompanhamento de projetos é frequentemente chamado de monitoramento e avaliação. Consiste na coleta e análise sistemática de dados que apontam se objetivos e metas de planos, programas e/ ou projetos estão sendo alcançados, caso contrário medidas corretivas para reparar ou melhorar a operacionalização das ações podem ser propostas. Em geral, a análise é realizada por meio de informações produzidas regularmente a partir de diferentes fontes de dados, que oferecem aos gestores conhecimentos sobre o desempenho das ações ou a elas relacionados.

As fontes de dados podem ser secundárias, como relatórios e pesquisas já existentes, ou primárias, isto é, produzidas para a análise em questão. Em Bragança Paulista, o real impacto da implementação de alguns dos projetos propostos somente poderá ser mensurado por meio de estudos específicos; contudo, também existem parâmetros alheios aos objetivos específicos do PMT realizados por instituições externas que contribuem para a avaliação da relevância, eficiência, efetividade, resultados, impactos ou sustentabilidade que os programas e/ ou projetos venham a ter.

Para um monitoramento eficaz e completo, são recomendadas análises a partir de diferentes dados que evidenciem o progresso do município em relação às áreas de abordagem do PMT (oferta e demanda turística, promoção, infraestrutura e serviços em geral, quadro institucional e aspectos socioambientais), verificando o crescimento alcançado. O filtro aplicado às informações obtidas leva à detecção de indicadores que mostram os valores ou conteúdos que possibilitam medir e acompanhar processos de desenvolvimento.

A existência de indicadores pura e simplesmente não é suficiente para que conclusões ou avaliações sejam realizadas: a comparação da informação, no tempo ou em relação a outros destinos, serve também para orientar projeções. Dessa forma, o aumento ou a diminuição do valor de um indicador pré-definido permite verificar mudanças positivas ou negativas em relação aos objetivos almejados.

Conhecer a fundo a oferta e a demanda do município é primordial para o desenvolvimento integrado do turismo, especialmente quando considerado o ambiente de processos dinâmicos e contínuos que o envolve. Assim, os principais indicadores de acompanhamento e avaliação do mercado turístico voltam-se, principalmente, para o visitante e suas características, para as estatísticas básicas definidas pelo MTur e para informações de empreendimentos ligados à atividade, como exemplificado no Quadro 219.

Quadro 219 – Indicadores de monitoramento, mercado turístico

Índice de monitoramento	Mecanismo
Número de embarques e desembarques no Aeroporto Estadual Arthur Siqueira	Pesquisas periódicas junto ao Daesp
Fluxo de passageiros intraestadual e municípios de origem/ destino	Pesquisas periódicas junto à ARTESP
Fluxo de passageiros interestadual e municípios de origem/ destino	Pesquisas periódicas junto à ANTT
Principais atrativos públicos e número de visitantes	Pesquisas de demanda e registro nos atrativos
Perfil da demanda: origem, faixa etária, classe socioeconômica, tamanho e perfil do grupo de viagem, motivação, tempo de permanência, período da viagem, volume de gastos, meio de transporte, satisfação com os produtos consumidos	Pesquisas de demanda

Índice de monitoramento	Mecanismo
Composição de gastos dos turistas por segmento de turismo (ecoturismo, cultural, rural, eventos etc.)	Pesquisas de demanda
Atrativos públicos estruturados para receber turistas	Inventário de atrativos
Evolução da oferta turística técnica: número de empreendimentos e suas capacidades de atendimento (número de leitos, assentos, frota, entre outros), quadro de funcionários, perfil do empreendimento, sazonalidade, volume de vendas, preço médio praticado	Inventário da oferta
Crescimento e formalização da oferta turística	Pesquisas periódicas junto ao CADASTUR
Financiamentos e investimentos realizados pela oferta turística	Relatórios de concessão de crédito a empreendimentos turísticos, elaborados por órgãos municipais, estadual, federal, instituições privadas e oferta
Evolução do turismo de eventos: número e tipo de eventos, número de visitantes, tempo de permanência, volume de gastos, sazonalidade	Inventário da oferta e pesquisa de demanda
Volume de impostos municipais, estaduais e federais arrecadados decorrentes da atividade turística	Pesquisas periódicas junto à Secretaria do Tesouro Nacional
Margem de contribuição do turismo para a economia municipal, estadual e federal	Pesquisas periódicas junto à Secretaria do Tesouro Nacional
Geração direta e indireta de empregos decorrente da atividade turística	Pesquisas periódicas junto ao SEADE

Fonte: Elaboração própria.

Quanto às condições de infraestrutura básica e serviços em geral, o monitoramento pode ser realizado por indicadores tais como apresentados no Quadro 220.

Quadro 220 – Indicadores de monitoramento, infraestrutura básica e serviços em geral

Índice de monitoramento	Mecanismo
Estado geral, pavimentação, sinalização e serviços de apoio da malha rodoviária	Pesquisas periódicas junto ao DER-SP
Número de acidentes nas rodovias	Pesquisas periódicas junto à ARTESP
Cobertura de abastecimento de água, esgotamento sanitário, coleta de lixo e fornecimento de energia elétrica	Pesquisas periódicas junto ao Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento e SEADE
Estabelecimentos do sistema de saúde	Pesquisas periódicas junto ao Ministério da Saúde
Quantidade de cursos técnicos e superiores na área de turismo e hotelaria	Pesquisas periódicas junto ao MEC e ao Sistema S
Número de ocorrências policiais	Pesquisas periódicas junto à SSP-SP

Fonte: Elaboração própria.

O fortalecimento institucional é peça-chave para o desenvolvimento e fomento do turismo em qualquer região. Assim, o monitoramento dos progressos apresentados na área é fundamental, sendo que o Quadro 221 traz indicadores que devem ser examinados periodicamente.

Quadro 221 – Indicadores de monitoramento, quadro institucional

Índice de monitoramento	Mecanismo
Participação e envolvimento de representantes do poder público nas reuniões locais da pauta de Turismo	Relatórios de presença
Atuação do COMTUR	Atas de reuniões e relatórios de presença
Participação comunitária em audiências públicas, conselhos e associações	Atas de reuniões e relatórios de presença
Ações conjuntas do poder público com o <i>trade</i> turístico	Relatórios de ações executadas
Eficiência da comunicação na gestão pública	Sites, relatórios e publicações disponíveis ao público
Orçamento destinado ao órgão público de turismo	Contas públicas
Incentivos ao fomento do turismo	Legislação vigente

Fonte: Elaboração própria.

A ocorrência da atividade turística, principalmente quando relacionada a atrativos naturais, está diretamente ligada à qualidade dos recursos ambientais presentes, sendo necessário o monitoramento constante a fim de identificar se os recursos estão sendo preservados e/ ou utilizados de forma adequada. Existe também a preocupação em manter a identidade cultural da população, sem que existam descaracterizações causados pelo turismo, assim como devem ser observadas as facilidades ou incrementos na qualidade de vida da comunidade local – e o seu contrário – decorrentes do aumento do fluxo turístico. O Quadro 222 traz indicadores de aspectos socioambientais que requerem acompanhamento.

Quadro 222 – Indicadores de monitoramento, aspectos socioambientais

Índice de monitoramento	Mecanismo
Qualidade da água da Lagoa do Taboão e da Reserva Jaguari	Relatório de monitoramento da qualidade da água
Qualidade do ar	Relatório de monitoramento da qualidade do ar
População residente e imigrante	Pesquisas periódicas junto ao SEADE e SIDRA
População ocupada	Pesquisas periódicas junto ao SEADE e SIDRA
Índice de preços	Pesquisas periódicas junto ao SEADE e SIDRA
Renda <i>per capita</i>	Pesquisas periódicas junto ao SEADE e SIDRA
Média de renda anual familiar	Pesquisas periódicas junto ao SEADE e SIDRA

Índice de monitoramento	Mecanismo
Taxa de emprego, por grupos de idade	Pesquisas periódicas junto ao SEADE e SIDRA
Taxa de empregos mensais	Pesquisas periódicas junto ao SEADE e SIDRA
Taxa de desemprego, agrupados por idade, por gênero	Pesquisas periódicas junto ao SEADE e SIDRA
Taxa de emprego, por ocupação, por gênero	Pesquisas periódicas junto ao SEADE e SIDRA
Média de duração do período de desemprego	Pesquisas periódicas junto ao SEADE e SIDRA

Fonte: Elaboração própria.

O próximo capítulo apresenta programas e projetos voltados ao desenvolvimento do turismo de Bragança Paulista.

6 Programas e projetos

Analisado o panorama encontrado em Bragança Paulista, foram definidos sete objetivos estratégicos, por componente, que: frisam a importância do fornecimento de serviços de infraestrutura básica para o turismo sem prejuízo das comunidades locais; apontam a necessidade de mobilizar o setor privado e organizar o setor público para a governança da atividade; indicam a necessidade de incluir outros grupos sociais na oferta turística; tratam da formatação da oferta; mencionam novos atrativos para aumentar a renda advinda do turismo; orientam para a construção de uma identidade aproveitando elementos que já são reconhecidos; e expressam a necessidade de promoção e divulgação (p. 346).

A partir desses objetivos foram definidas estratégias (p. 348 a 351) e concebidos programas, em um total de 14. O Quadro 223 relaciona os objetivos, as estratégias e os principais programas a eles relacionados, definidos para Bragança Paulista.

Quadro 223 – Componentes, objetivos, estratégias e programas

Compo-nente	Objetivos	Estratégias	Programas diretamente relacionados
INFR	Fornecer serviços de infraestrutura básica para a população flutuante, formada por turistas e visitantes, sem prejuízo para as comunidades locais.	- Monitorar intermitentemente os impactos do fluxo turístico na infraestrutura. - Promover a melhoria contínua da infraestrutura, aproveitando as oportunidades de acesso e de comunicação para o desenvolvimento do turismo. - Aproveitar posicionamento do município como centro regional de compras para desenvolvimento do turismo.	Monitoramento e gestão de infraestrutura Compras e lazer
INST	Estabelecer políticas colaborativas e participativas para a estruturação do turismo, preparando institucionalmente o poder público e mobilizando uma governança do setor privado. Fomentar a integração de diversos grupos sociais na criação de produtos e serviços atrativos para o turista, por intermédio de associativismo, cooperativismo e microempreendedores individuais.	- Promover melhor entendimento e articulação do <i>trade</i> turístico. - Participar ativamente de outras instâncias de governança do turismo, adotando mecanismos de gestão compartilhada e descentralizada. - Criar instituições de governança pública fortes. - Promover o fortalecimento da governança por intermédio do COMTUR, estimulando a representatividade. - Conceber políticas públicas para estimular o desenvolvimento e engajamento de empreendimentos de turismo.	Governança do turismo
PTUR	Formatar a oferta turística urbana e rural, técnica e diferencial, com qualidade e variedade, a fim de atingir segmentos diversificados. Desenvolver atrativos capazes de atrair novos turistas e aumentar a permanência média, os gastos <i>per capita</i> e, portanto, a renda advinda do turismo.	- Promover o turismo como atividade que contribua para o desenvolvimento econômico e social, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais. - Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade dos atrativos e recursos. - Incentivar a inovação como vantagem competitiva. - Organizar institucionalmente as informações sobre a oferta turística, incluindo uma programação de eventos, para divulgação. - Revitalizar o Centro Histórico, contando com instrumentos normativos apropriados. - Promover melhor aproveitamento sustentável dos recursos naturais. - Reafirmar valores, identidades, diversidade e pluralismo cultural.	Requalificação do Centro Histórico Bragança Paulista e natureza Bragança Paulista cultural

Compo- nente	Objetivos	Estratégias	Programas diretamente relacionados
		- Resgatar a história e as tradições, a fim de criar roteiros e estimular serviços de receptivo. - Promover o desenvolvimento de novos atrativos, urbanos e rurais, e aprimorar os existentes, visando estimular a permanência de turistas. - Apoiar a realização de eventos que fortaleçam o desenvolvimento do turismo. - Formar mão-de-obra qualificada e empreendedora para fortalecimento da oferta técnica. - Estimular permanentemente a capacitação dos profissionais envolvidos com atividades turísticas. - Aprofundar o conhecimento a respeito da demanda turística, por meio de estudos e pesquisas periódicas, e fomentar o atendimento das expectativas por parte da oferta. - Atrair demanda de outros polos emissores próximos.	Bragança Paulista rural Eventos em Bragança Paulista Turismo qualificado Monitoramento do turismo Receptivo em Bragança Paulista
PRO	Construir a imagem e a identidade turística de Bragança Paulista, utilizando o reconhecimento do Lago do Taboão, da gastronomia e da charcutaria (ou linguiça). Promover e divulgar a oferta turística, capitalizando as ferramentas de comunicação, em especial as digitais.	- Criar e promover institucionalmente a marca da cidade, com foco em suas vocações turísticas. - Possibilitar à demanda potencial acesso fácil à informação sobre Bragança Paulista. - Sistematizar informações e facilitar a atuação conjunta do <i>trade</i> turístico, de modo que cada empreendimento valorize e promova a identidade de Bragança Paulista, atrativos e serviços turísticos, <i>in loco</i> e <i>online</i>. - Incentivar e viabilizar investimentos e financiamentos para o setor de turismo, com foco no fomento e promoção. - Aproveitar a oportunidade de divulgar Bragança para viajantes de passagem pela cidade. - Incentivar a própria população bragantina a conhecer seus atrativos e promovê-los.	Marketing de Bragança Paulista Charcutaria (ou linguiça) bragantina Bragança Paulista para bragantinos

Fonte: Elaboração própria.

Os 14 programas desdobram-se em projetos e ações voltadas para o desenvolvimento turístico. O Quadro 224 apresenta os projetos previstos no âmbito do PMT, divididos em prioridades de curto e médio/ longo prazos³⁰. Considera-se que o curto prazo leva em conta um horizonte de tempo de 18 meses após a finalização do PMT, e esses projetos são detalhados, em um total de 39.

Além disso, o Quadro 224 mostra também outras estratégias relacionadas com cada programa.

³⁰ Projetos de maior prazo devem ser objeto de reavaliação constante, sendo que o proposto não é exaustivo.

Quadro 224 – Programas e projetos

Programas	Estratégias relacionadas	Projetos	
		Curto prazo	Médio e longo
6.1.1 Monitoramento e gestão de infraestrutura	- Monitorar intermitentemente os impactos do fluxo turístico na infraestrutura. - Promover a melhoria contínua da infraestrutura, aproveitando as oportunidades de acesso e de comunicação para o desenvolvimento do turismo.	- Aperfeiçoamento e ampliação da sinalização viária, turística e ambiental	- Implantação da sinalização viária, turística e ambiental - Manutenção e melhoria das instalações físicas do terminal rodoviário - Ampliação da cobertura no fornecimento de infraestrutura básica e serviços gerais - Incentivo a tecnologias inovadoras e sustentáveis de infraestrutura - Monitoramento dos índices de qualidade e cobertura
6.1.2 Governança do turismo	- Promover melhor entendimento e articulação do <i>trade</i> turístico. - Participar ativamente de outras instâncias de governança do turismo, adotando mecanismos de gestão compartilhada e descentralizada. - Criar instituições de governança pública fortes. - Promover o fortalecimento da governança por intermédio do COMTUR, estimulando a representatividade. - Conceber políticas públicas para estimular o desenvolvimento e engajamento de empreendimentos de turismo. - Organizar institucionalmente as informações sobre a oferta turística, incluindo uma programação de eventos, para divulgação. - Promover o turismo como atividade que contribua para o desenvolvimento econômico e social, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais. - Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade dos atrativos e recursos. - Incentivar a inovação como vantagem competitiva.	- Mobilização e articulação do <i>trade</i> turístico - Capacitação para formular e executar ações sobre a cadeia produtiva do turismo - Revisão e discussão da atuação do COMTUR - Capacitação do COMTUR sobre seu papel e sobre políticas públicas de turismo - Políticas públicas para incentivo e financiamento de estruturação e ampliação de empreendimentos turísticos - Políticas públicas para incentivo à realização de eventos - Fomento a associações e cooperativas	- Estruturação de uma Secretaria Municipal de Turismo, com funcionários estatutários - Participação em instâncias estaduais e federais de gestão do turismo - Sistema de inteligência do turismo - Sistema de gestão da visitação nos atrativos públicos - Captação de recursos para atrativos públicos - Criação de políticas públicas de inclusão na cadeia produtiva do turismo - Revisão e ampliação de linhas de crédito para micro e pequenos empreendimentos, associações e cooperativas - Beneficiamento de empreendimentos turísticos formais - Orientação e fiscalização - Incentivos e apoio técnico com vistas à inovação e diversificação
6.1.3 Requalificação do Centro Histórico	- Revitalizar o Centro Histórico, contando com instrumentos normativos apropriados. - Resgatar a história e as tradições, a fim de criar roteiros e estimular serviços de receptivo. - Aproveitar posicionamento do município como centro regional de compras para desenvolvimento do turismo. - Aproveitar a oportunidade de divulgar Bragança para viajantes de passagem pela cidade. - Atrair demanda de outros polos emissores próximos. - Promover o desenvolvimento de novos atrativos, urbanos e rurais, e aprimorar os existentes, visando estimular a permanência de turistas. - Promover o turismo como atividade que contribua para o desenvolvimento econômico e social, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais. - Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade dos atrativos e recursos. - Incentivar a inovação como vantagem competitiva.	- Revisão da legislação de uso e ocupação do solo e manutenção da população residente - Controle da paisagem urbana - Acessibilidade - Mobilidade	- Projetos executivos de requalificação do Centro Histórico
6.1.4 Charcutaria (ou linguiça) bragantina	- Resgatar a história e as tradições, a fim de criar roteiros e estimular serviços de receptivo. - Aproveitar posicionamento do município como centro regional de compras para desenvolvimento do turismo. - Aproveitar a oportunidade de divulgar Bragança para viajantes de passagem pela cidade. - Atrair demanda de outros polos emissores próximos. - Promover o desenvolvimento de novos atrativos, urbanos e rurais, e aprimorar os existentes, visando estimular a permanência de turistas. - Promover melhor entendimento e articulação do <i>trade</i> turístico. - Promover o turismo como atividade que contribua para o desenvolvimento econômico e social, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais. - Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade dos atrativos e recursos. - Incentivar a inovação como vantagem competitiva.	- Cooperação entre empresários da charcutaria (ou linguiça) - Desenvolvimento da gastronomia típica	- Melhor aproveitamento e geração de oportunidades com a Festa da Linguiça - Incentivo à ampliação da cadeia produtiva da linguiça - Obtenção do registro de Indicação de Procedência junto ao o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) - Organização da produção e venda de charcutaria (ou linguiça) como arranjo produtivo local³¹

³¹ “[...] aglomerações de empresas localizadas em um mesmo território, dotadas de especialização produtiva, mantendo algum **vínculo de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais** tais como governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa (MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO, 2005, p. 42. Grifo nosso).

Programas	Estratégias relacionadas	Projetos	
		Curto prazo	Médio e longo
6.1.5 Compras e lazer	- Aproveitar posicionamento do município como centro regional de compras para desenvolvimento do turismo. - Aproveitar a oportunidade de divulgar Bragança para viajantes de passagem pela cidade. - Atrair demanda de outros polos emissores próximos. - Revitalizar o Centro Histórico, contando com instrumentos normativos apropriados. - Promover o turismo como atividade que contribua para o desenvolvimento econômico e social, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais. - Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade dos atrativos e recursos. - Incentivar a inovação como vantagem competitiva.	- Parceria do município com <i>shopping centers</i> e lojistas	- Campanhas junto aos empresários de comércio sobre a adesão às entidades representativas do turismo - Parcerias entre empresários de comércio do município e o <i>trade</i> turístico - Incentivo à aproximação e uso da marca de Bragança Paulista - Incentivo ao comércio de interesse turístico (artesanato, produtos típicos e rurais) no Centro Histórico - Formatação de eventos de compras (como Feira da Gestante e Bebê, Feira da Noiva, Festival de Malhas) para integrar roteiros regionais
6.1.6 Bragança Paulista e natureza	- Promover melhor aproveitamento sustentável dos recursos naturais. - Promover o desenvolvimento de novos atrativos, urbanos e rurais, e aprimorar os existentes, visando estimular a permanência de turistas. - Aproveitar posicionamento do município como centro regional de compras para desenvolvimento do turismo. - Aproveitar a oportunidade de divulgar Bragança para viajantes de passagem pela cidade. - Atrair demanda de outros polos emissores próximos. - Promover melhor entendimento e articulação do <i>trade</i> turístico. - Promover o turismo como atividade que contribua para o desenvolvimento econômico e social, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais. - Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade dos atrativos e recursos. - Incentivar a inovação como vantagem competitiva.	- Educação ambiental e sensibilização para o turismo para agentes multiplicadores	- Estudos ambientais e de viabilidade técnica, operacional e financeira para uso turístico da Represa Jaguari - Estudos ambientais e de viabilidade técnica, operacional e financeira para uso turístico da Montanha do Leite Sol - Estudos ambientais e de viabilidade técnica, operacional e financeira para a prática de <i>birdwatching</i> no município - Estudo de capacidade de carga para os atrativos públicos naturais - Formatação de recursos naturais turísticos para integrar roteiros regionais
6.1.7 Bragança Paulista cultural	- Reafirmar valores, identidades, diversidade e pluralismo cultural. - Resgatar a história e as tradições, a fim de criar roteiros e estimular serviços de receptivo. - Aproveitar posicionamento do município como centro regional de compras para desenvolvimento do turismo. - Aproveitar a oportunidade de divulgar Bragança para viajantes de passagem pela cidade. - Atrair demanda de outros polos emissores próximos. - Promover o desenvolvimento de novos atrativos, urbanos e rurais, e aprimorar os existentes, visando estimular a permanência de turistas. - Revitalizar o Centro Histórico, contando com instrumentos normativos apropriados. - Promover melhor entendimento e articulação do <i>trade</i> turístico. - Promover o turismo como atividade que contribua para o desenvolvimento econômico e social, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais. - Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade dos atrativos e recursos. - Incentivar a inovação como vantagem competitiva.	- Resgate de tradições culturais - Valorização dos aspectos histórico-culturais regionais para crianças e adolescentes - Exposição de atividades culturais regionais	- Implantação de plano de resgate de tradições culturais - Formatação de recursos culturais turísticos para integrar roteiros regionais - Incentivo e apoio técnico para artesanato regional
6.1.8 Bragança Paulista rural	- Reafirmar valores, identidades, diversidade e pluralismo cultural. - Resgatar a história e as tradições, a fim de criar roteiros e estimular serviços de receptivo. - Aproveitar posicionamento do município como centro regional de compras para desenvolvimento do turismo. - Aproveitar a oportunidade de divulgar Bragança para viajantes de passagem pela cidade. - Atrair demanda de outros polos emissores próximos. - Promover o desenvolvimento de novos atrativos, urbanos e rurais, e aprimorar os existentes, visando estimular a permanência de turistas. - Promover melhor entendimento e articulação do <i>trade</i> turístico. - Promover o turismo como atividade que contribua para o desenvolvimento econômico e social, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais. - Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade dos atrativos e recursos. - Incentivar a inovação como vantagem competitiva.	- Valorização dos modos de vida tradicionais - Esclarecimentos e mobilização das comunidades para o turismo rural	- Implantação de plano de valorização dos modos de vida tradicionais - Formatação de recursos rurais turísticos para integrar roteiros regionais

Programas	Estratégias relacionadas	Projetos	
		Curto prazo	Médio e longo
6.1.9 Eventos em Bragança Paulista	- Apoiar a realização de eventos que fortaleçam o desenvolvimento do turismo. - Aproveitar posicionamento do município como centro regional de compras para desenvolvimento do turismo. - Aproveitar a oportunidade de divulgar Bragança para viajantes de passagem pela cidade. - Atrair demanda de outros polos emissores próximos. - Promover o desenvolvimento de novos atrativos, urbanos e rurais, e aprimorar os existentes, visando estimular a permanência de turistas. - Promover melhor entendimento e articulação do <i>trade</i> turístico. - Promover o turismo como atividade que contribua para o desenvolvimento econômico e social, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais. - Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade dos atrativos e recursos. - Incentivar a inovação como vantagem competitiva.	- Aproveitamento turístico dos eventos - Revisão do calendário de eventos	- Formatação de eventos para integrar roteiros regionais
6.1.10 Turismo qualificado	- Formar mão-de-obra qualificada e empreendedora para fortalecimento da oferta técnica. - Estimular permanentemente a capacitação dos profissionais envolvidos com atividades turísticas. - Reafirmar valores, identidades, diversidade e pluralismo cultural. - Atrair demanda de outros polos emissores próximos. - Aprofundar o conhecimento a respeito da demanda turística, por meio de estudos e pesquisas periódicas, e fomentar o atendimento das expectativas por parte da oferta. - Promover o desenvolvimento de novos atrativos, urbanos e rurais, e aprimorar os existentes, visando estimular a permanência de turistas. - Promover o turismo como atividade que contribua para o desenvolvimento econômico e social, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais. - Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade dos atrativos e recursos. - Incentivar a inovação como vantagem competitiva.	- Capacitação de gestores e empresários da cadeia produtiva do turismo - Capacitação de mão de obra em função especializada do turismo - Empreendedorismo - Oficinas de artesanato	- Qualificação continuada
6.1.11 Receptivo em Bragança Paulista	- Resgatar a história e as tradições, a fim de criar roteiros e estimular serviços de receptivo. - Aproveitar posicionamento do município como centro regional de compras para desenvolvimento do turismo. - Aproveitar a oportunidade de divulgar Bragança para viajantes de passagem pela cidade. - Atrair demanda de outros polos emissores próximos. - Possibilitar à demanda potencial acesso fácil à informação sobre Bragança Paulista. - Promover a melhoria contínua da infraestrutura, aproveitando as oportunidades de acesso e de comunicação para o desenvolvimento do turismo. - Revitalizar o Centro Histórico, contando com instrumentos normativos apropriados. - Promover melhor entendimento e articulação do <i>trade</i> turístico. - Promover o turismo como atividade que contribua para o desenvolvimento econômico e social, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais. - Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade dos atrativos e recursos. - Incentivar a inovação como vantagem competitiva.	- Aperfeiçoamento de guias e condutores de turismo - Criação de roteiros de visitação	- Incentivo e apoio técnico para serviços receptivos
6.1.12 Bragança Paulista para bragantinos	- Incentivar a própria população bragantina a conhecer seus atrativos e promovê-los. - Reafirmar valores, identidades, diversidade e pluralismo cultural. - Revitalizar o Centro Histórico, contando com instrumentos normativos apropriados. - Promover melhor entendimento e articulação do <i>trade</i> turístico. - Promover o turismo como atividade que contribua para o desenvolvimento econômico e social, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais.	- Incentivo para uso de atrativos locais para lazer e recreação da população - Oportunidades de lazer e cultura para crianças e jovens	- Voluntariado para atrativos públicos

Programas	Estratégias relacionadas	Projetos	
		Curto prazo	Médio e longo
6.1.13 Marketing de Bragança Paulista	- Criar e promover institucionalmente a marca da cidade, com foco em suas vocações turísticas. - Incentivar e viabilizar investimentos e financiamentos para o setor de turismo, com foco no fomento e promoção. - Sistematizar informações e facilitar a atuação conjunta do <i>trade</i> turístico, de modo que cada empreendimento valorize e promova a identidade de Bragança Paulista, atrativos e serviços turísticos, <i>in loco</i> e <i>online</i>. - Aproveitar posicionamento do município como centro regional de compras para desenvolvimento do turismo. - Aproveitar a oportunidade de divulgar Bragança para viajantes de passagem pela cidade. - Atrair demanda de outros polos emissores próximos. - Possibilitar à demanda potencial acesso fácil à informação sobre Bragança Paulista. - Promover a melhoria contínua da infraestrutura, aproveitando as oportunidades de acesso e de comunicação para o desenvolvimento do turismo. - Revitalizar o Centro Histórico, contando com instrumentos normativos apropriados. - Promover melhor entendimento e articulação do <i>trade</i> turístico.	- Marca de Bragança Paulista - Sistema de divulgação intra-empresendimentos da oferta turística - Plano de marketing digital - Canais de comunicação entre Secretaria de Cultura e Turismo, COMTUR, sociedade civil organizada e <i>trade</i> turístico - Criação de vídeo institucional de turismo - Divulgação das peças institucionais de turismo - Melhoria da participação em feiras e eventos de turismo	- Desenvolvimento de identidade visual para sinalização de atrativos - Plano de comunicação e mídia para o turismo de Bragança Paulista - Material de divulgação do destino - Pesquisa de demanda potencial com turistas de emissores próximos - Correção de <i>gaps</i> identificados pela demanda potencial como elementos que desmotivam viagem
6.1.14 Monitoramento do turismo	- Aprofundar o conhecimento a respeito da demanda turística, por meio de estudos e pesquisas periódicas, e fomentar o atendimento das expectativas por parte da oferta. - Promover melhor entendimento e articulação do <i>trade</i> turístico. - Promover o turismo como atividade que contribua para o desenvolvimento econômico e social, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais.	- Definição de indicadores, linha de base e parcerias para pesquisas	- Pesquisas periódicas de demanda e políticas para adequação da oferta aos resultados

Fonte: Elaboração própria.

Os programas que preveem projetos adequados para o curto prazo são detalhados nos itens a seguir, por meio de fichas compostas pelos campos de denominação e código de referência, objetivos, conteúdo e ações a serem desenvolvidas, agentes envolvidos e principais responsáveis, avaliação da dificuldade técnica, prioridade de implantação e estimativa financeira – com exceção dos projetos de Requalificação do Centro Histórico e de Charcutaria (ou linguiça) Bragantina, dadas suas características e o destaque proposto para a identidade turística do município –, como mostra o Quadro 225.

Quadro 225 – Modelo de quadro para projetos propostos

Programa	
Projeto	
Código de referência	
Objetivos	
Ações a serem desenvolvidas	
Agentes envolvidos/ responsáveis	
Dificuldade técnica	
Estimativa financeira	
Prioridade de implantação	

Fonte: Elaboração própria.

A parte de identificação indica o programa do qual o projeto faz parte (Monitoramento e gestão de infraestrutura; Governança do turismo; Requalificação do Centro Histórico; Charcutaria (ou linguiça) bragantina; Compras e lazer; Bragança Paulista e natureza; Bragança Paulista cultural; Bragança Paulista rural; Eventos em Bragança Paulista; Turismo qualificado; Receptivo em Bragança Paulista; Bragança Paulista para bragantinos; Marketing de Bragança Paulista; Monitoramento do turismo) e o nome do projeto. O campo ‘código de referência’ é formado pelo componente ao qual o programa pertence – institucional (INST); produto turístico (PTUR); infraestrutura (INFR); e promoção (PRO) – e uma numeração sequencial crescente.

O campo ‘Objetivos’ reflete a meta geral do projeto, isto é, o resultado esperado considerando o macro ambiente no qual está inserido.

O campo ‘Ações a serem desenvolvidas’ traz as principais etapas de execução do projeto, considerando o que deve ser realizado nos primeiros 18 meses. O item ‘Agentes envolvidos/ responsáveis’ mostra quais esferas e/ ou secretarias, órgãos ou atores são indicados para assumir o projeto. O campo ‘Dificuldade técnica’ considera o projeto por completo e pode ser classificado em baixa, média ou alta.

A ‘Estimativa financeira’ reflete o montante necessário para que as diferentes etapas, inclusas nos primeiros 18 meses após entrega do PMT, sejam executadas. São relacionados os profissionais envolvidos com a implantação, operação e manutenção dos projetos, assim como a carga horária destinada para cada ação. Os valores são considerados como sendo de contratação de consultoria – no entanto, é possível que boa parte dos projetos possa ser desenvolvida por especialistas e graduados alocados no serviço público municipal. Para os valores de consultoria, considera-se a diferenciação de remuneração dos profissionais

requeridos em três categorias, conforme o grau de habilidades e *expertise*: 250,00 reais por hora para especialistas, 120,00 reais por hora para graduados e 75,00 reais por hora para técnicos. O valor total de mão de obra é considerado como sendo 25% do preço final do serviço, sendo os demais 75% relativos a logística e materiais, impostos, custos indiretos e lucro. É importante notar, novamente, que os valores se referem aos primeiros 18 meses de implantação – especialmente em projetos que preveem acompanhamento contínuo, os valores previstos não são os integrais dessa ação.

Por fim, o campo ‘Prioridade de implantação’ pode ser classificado em baixa, média ou alta.

Para o médio e longo prazos, foram indicados projetos que derivam, de alguma forma, dos projetos de curto prazo (18 meses), ou cuja execução, neste momento, não agregaria valor, dada a incipiência do tema indicado. Essas indicações devem ser revisadas oportunamente, tendo em vista a evolução da oferta e da demanda turística em Bragança Paulista. Com isso, outras necessidades podem despontar e/ou os projetos recomendados podem necessitar de alterações e reformulações de escopo e de conteúdo, como é natural. Por esse motivo, não se encontram aqui detalhados.

Para os projetos de Qualificação do Centro Histórico e Charcutaria (ou linguiça) Bragantina (6.1.3 e 6.1.4, respectivamente), um maior detalhamento foi desenvolvido, dada a relevância que adquiriram no diagnóstico e nas oficinas participativas promovidas por este PMT. Uma caracterização inicial, com aspectos conceituais, é apresentada no caso do Centro Histórico; e, no caso da Charcutaria (ou linguiça), uma análise do mercado local foi incluída, se encerrando com uma síntese das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que envolvem a produção de linguiça bragantina.

6.1 Projetos

6.1.1 Monitoramento e gestão de infraestrutura

6.1.1.1 Aperfeiçoamento e ampliação da sinalização viária, turística e ambiental

Quadro 226 – Aperfeiçoamento e ampliação da sinalização viária, turística e ambiental

Programa	Monitoramento e gestão de infraestrutura
Projeto	Aperfeiçoamento e ampliação da sinalização viária, turística e ambiental
Objetivos	Desenvolver um plano de sinalização viária, turística e ambiental para Bragança Paulista, que oriente e facilite os percursos de turismo no núcleo urbano e nas áreas rurais, contribuindo para a visibilidade e valorização dos atrativos turísticos, naturais e culturais.
Ações a serem desenvolvidas	Elaborar plano de sinalização, definindo procedimentos a serem adotados nos projetos e que envolva todo o território do município, sua rede viária e atrativos turísticos, considerando as diferentes frentes de chegada dos turistas. O plano deve considerar: • sistemas existentes: sistema de sinalização turística, viária e ambiental e sua articulação regional, municipal, de núcleo urbano e dos atrativos; • descrição dos aspectos relevantes: área de abrangência do sistema de sinalização, diagnóstico da condição do sistema de sinalização atual, análise da eficiência do sistema; • informações complementares: áreas e/ ou atrativos prioritários e secundários; • indicação e abordagem de diretrizes e soluções técnicas propostas.
Agentes envolvidos/ responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Secretaria de Planejamento • Secretaria de Mobilidade Urbana
Dificuldade técnica	Alta
Estimativa financeira	R\$ 585.600,00 • Foi considerado o trabalho de um especialista por 30 dias e um graduado por 90 dias para a elaboração do plano de sinalização de Bragança Paulista.
Prioridade de implantação	Média

Fonte: Elaboração própria.

6.1.2 Governança do turismo

6.1.2.1 Mobilização e articulação do *trade* turístico

Quadro 227 – Mobilização e articulação do *trade* turístico

Programa	Governança do turismo
Projeto	Mobilização e articulação do <i>trade</i> turístico
Objetivos	Incentivar a mobilização e articulação do <i>trade</i> turístico, ampliando seu protagonismo e representatividade no desenvolvimento do turismo na região.
Ações a serem desenvolvidas	• Identificar lideranças, empresários e representantes do <i>trade</i> turístico que possam contribuir para o desenvolvimento do turismo. • Motivar para a participação. • Auxiliar a articulação, por meio de reuniões e palestras. • Facilitar a comunicação entre as lideranças, empresários e representantes do <i>trade</i> turístico. • Organizar a participação do <i>trade</i> por intermédio de uma estrutura institucional (associação, por exemplo).
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • COMTUR • Setor privado
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 68.640,00 • Foi considerado o trabalho de um graduado e um técnico, um dia por mês durante 11 meses para o auxílio à articulação dos grupos. A mesma composição e período de tempo foram estimados para a facilitação da comunicação.
Prioridade de implantação	Alta

Fonte: Elaboração própria.

6.1.2.2 Capacitação para formular e executar ações sobre a cadeia produtiva do turismo

Quadro 228 – Capacitação para formular e executar ações sobre a cadeia produtiva do turismo

Programa	Governança do turismo
Projeto	Capacitação para formulação e execução de ações sobre a cadeia produtiva do turismo
Objetivos	Capacitar profissionais da gestão pública de Bragança Paulista e do <i>trade</i> mobilizado, de forma a estimular a formação continuada e a qualificação profissional, sendo para, no mínimo, 30 participantes nos primeiros 18 meses, e regularmente depois.
Ações a serem desenvolvidas	- Planejar e elaborar aulas e material didático para curso de qualificação profissional, com carga horária mínima de 40 h/aula, que aborde o papel das políticas públicas na definição do espaço turístico, o planejamento e a gestão do turismo no município, a visão sistêmica de processos de gestão e operação das atividades turísticas e a potencialidade do turismo na região. - Realizar curso em local a ser definido para, no mínimo, 30 participantes.
Agentes envolvidos/responsáveis	- Secretaria de Cultura e Turismo - Setor privado
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 80.000,00 por curso - O planejamento e elaboração das aulas e material didático não foram orçados, por considerar que estão inclusos no valor da hora paga durante a realização do curso. - Durante a realização dos cursos foram considerados dois especialistas.
Prioridade de implantação	Alta

Fonte: Elaboração própria.

6.1.2.3 Revisão e discussão da atuação do COMTUR

Quadro 229 – Revisão e discussão da atuação do COMTUR

Programa	Governança do turismo
Projeto	Revisão e discussão da atuação do COMTUR
Objetivos	Verificar se a atuação do Conselho Municipal de Turismo favorece o desenvolvimento da atividade de forma sustentável e considerando os interesses do município, do <i>trade</i> turístico e da população.
Ações a serem desenvolvidas	• Rever atas das reuniões do COMTUR. • Avaliar se os resultados das reuniões estão de acordo com as deliberações sobre o rumo do turismo no município. • Analisar estatuto e/ ou regimento interno do Conselho de Turismo e propor modificações, caso necessário. • Propor ações.
Agentes envolvidos/ responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • COMTUR
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 168.000,00 • Para a revisão das atas, avaliação dos resultados, análise do estatuto/ regimento interno do Conselho de Turismo e proposta de ações foi considerado o trabalho de um especialista por 21 dias.
Prioridade de implantação	Média

Fonte: Elaboração própria.

6.1.2.4 Capacitação do COMTUR sobre seu papel e sobre políticas públicas de turismo

Quadro 230 – Capacitação do COMTUR sobre seu papel e sobre políticas públicas de turismo

Programa	Governança do turismo
Projeto	Capacitação do COMTUR sobre seu papel e sobre políticas públicas de turismo
Objetivos	Ampliar a visão dos representantes e membros do Conselho Municipal de Turismo sobre políticas públicas de turismo e conscientizá-los da importância do Conselho e de sua atuação ativa, inclusive no acompanhamento de projetos de melhoria e fomento da atividade.
Ações a serem desenvolvidas	- Desenvolver metodologia e executar fórum (com, no mínimo, 20 participantes) sobre políticas públicas de turismo e a atividade turística no município para os membros do COMTUR, com duração de 16 horas. Podem ser foco de estudo: importância do Conselho, bem como sua estruturação e atuação para o desenvolvimento do turismo; e aproximação do COMTUR e o Fórum Estadual de Turismo. - Planejar e elaborar aulas e material didático para o curso de acompanhamento de projetos de turismo, com carga horária mínima de 16 h/aula. - Realizar curso para, no mínimo, 20 participantes.
Agentes envolvidos/responsáveis	- Secretaria de Cultura e Turismo - COMTUR
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 64.000,00 - O planejamento e elaboração da metodologia para o fórum sobre políticas públicas, assim como para o curso de acompanhamento de projetos de turismo, não foram orçados por considerar que estão inclusos no valor da hora paga durante a realização do fórum ou curso. - Para a realização do fórum e do curso foram considerados dois especialistas.
Prioridade de implantação	Baixa

Fonte: Elaboração própria.

6.1.2.5 Políticas públicas para incentivo e financiamento de estruturação e ampliação de empreendimentos turísticos

Quadro 231 – Políticas públicas para incentivo e financiamento de estruturação e ampliação de empreendimentos turísticos

Programa	Governança do turismo
Projeto	Políticas públicas para incentivo e financiamento de estruturação e ampliação de empreendimentos turísticos
Objetivos	Apoiar o governo municipal a criar políticas públicas para financiamento de estruturação e ampliação de empreendimentos turísticos nos setores de hospedagem, alimentação e atrativos turísticos.
Ações a serem desenvolvidas	• Auxiliar no planejamento e estruturação de políticas públicas de financiamento e incentivo ao setor privado da cadeia produtiva do turismo, identificando oportunidades e práticas do mercado que possam ser adaptadas à realidade de Bragança Paulista. • Auxiliar na criação de políticas públicas municipais de financiamento a partir de estudo a ser realizado no município.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Prefeitura municipal • Secretaria de Cultura e Turismo
Dificuldade técnica	Alta
Estimativa financeira	R\$ 218.400,00 • Foi considerado o trabalho de um especialista e um técnico durante 21 dias para planejamento, identificação das políticas existentes, levantamento de possibilidades e auxílio na criação de políticas municipais.
Prioridade de implantação	Média

Fonte: Elaboração própria.

6.1.2.6 Políticas públicas para incentivo à realização de eventos

Quadro 232 – Políticas públicas para incentivo à realização de eventos

Programa	Governança do turismo
Projeto	Políticas públicas para incentivo à realização de eventos
Objetivos	Criar políticas públicas no âmbito municipal para o incentivo à realização de eventos em Bragança Paulista.
Ações a serem desenvolvidas	• Levantar principais eventos culturais, religiosos, esportivos e de agronegócios com potencial de geração de fluxo turístico, por meio de contato com poder público e instituições públicas, privadas ou do terceiro setor. (Esse levantamento também será usado pelo projeto 'Revisão do calendário de eventos'). • Analisar política atual federal, estadual e municipal de incentivo a eventos, identificar oportunidades e criar critérios para apoio institucional e patrocínio financeiro. • Elaborar plano de divulgação de políticas.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo
Dificuldade técnica	Alta
Estimativa financeira	R\$ 267.200,00 • Foram consideradas 40 horas de trabalho de um graduado para realizar o levantamento de eventos. • Para a avaliação da política de incentivo atual foram considerados 21 dias de trabalho de um especialista e mais 10 dias de profissional especialista para a elaboração do plano de divulgação das políticas examinadas.
Prioridade de implantação	Média

Fonte: Elaboração própria.

6.1.2.7 Fomento a associações e cooperativas

Quadro 233 – Fomento a associações e cooperativas

Programa	Governança do turismo
Projeto	Fomento a associações e cooperativas
Objetivos	Incentivar a formação, manutenção e expansão de cooperativas e associações, ligadas direta e indiretamente ao turismo em Bragança Paulista.
Ações a serem desenvolvidas	• Identificar segmentos do município vinculados de forma direta ou indireta à atividade turística, que possam se reunir em associações e/ ou cooperativas. • Auxiliar o planejamento e a organização dos grupos em associações e/ ou cooperativas, por meio de palestras, oficinas e manuais orientativos. • Identificar as associações e cooperativas existentes. • Auxiliar o planejamento para que se mantenham ativas e sejam representativas. • Facilitar a comunicação entre as associações e/ ou cooperativas e os estabelecimentos de hospedagem e alimentação e os atrativos turísticos, inclusive os particulares.
Agentes envolvidos/ responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Setor privado
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 257.280,00 • Para a identificação de segmentos que possam se reunir em associações e/ ou cooperativas e das associações e cooperativas já existentes foi previsto 15 dias de trabalho de um especialista. • Foi considerado o trabalho de um graduado e um técnico, um dia por mês durante 11 meses para o auxílio ao planejamento e à organização dos grupos. A mesma composição e período de tempo foram estimados para a facilitação da comunicação.
Prioridade de implantação	Baixa

Fonte: Elaboração própria.

6.1.3 Requalificação do Centro Histórico

A requalificação de centros históricos urbanos é um conjunto de ações de fundamental importância para o desenvolvimento socioeconômico local e atua como parte da (re)estruturação territorial e reafirmação de seu valor simbólico. Nesse sentido, deve-se considerar dois documentos que destacam a integração da vida contemporânea e seus elementos com os testemunhos contidos nos conjuntos urbanos tradicionais ou centros históricos³²: a Recomendação de Nairóbi e a Carta de Petrópolis. A Recomendação de Nairóbi, cunhada em 1976 pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), é a primeira Carta Patrimonial a considerar conjuntos e centros históricos, compatibilizando a preservação com as exigências contemporâneas e a importância dos apoios institucionais, que incluem as administrações municipais e locais, órgãos técnicos e a sociedade civil organizada. A Carta de Petrópolis, elaborada durante o 1º Seminário de Preservação e Revitalização de Centros Históricos, ocorrido em 1987 em Petrópolis (RJ), estabelece que, como organismos históricos, os espaços das cidades testemunham os fazeres culturais em suas diversas manifestações. As características multifuncionais dos centros históricos e suas relações com seus espaços públicos devem se sobrepor a exclusividades de usos, mesmo que culturais, preservando e abrigando as atividades cotidianas e de trabalho e geração de renda, fatores que contribuem para maior dinamismo socioeconômico e cultural.

O conjunto de recomendações contido nesse item busca criar condições para aprofundar o debate sobre a requalificação urbana do Centro Histórico de Bragança Paulista, envolvendo a transformação do espaço urbano. São propostas conceituais que se apresentam como um ponto de partida para que sociedade e poder público discutam possibilidades para requalificar os espaços públicos, reconhecendo seus aspectos históricos e culturais e o valor simbólico do patrimônio edificado, com foco no desenvolvimento do turismo e da cultura.

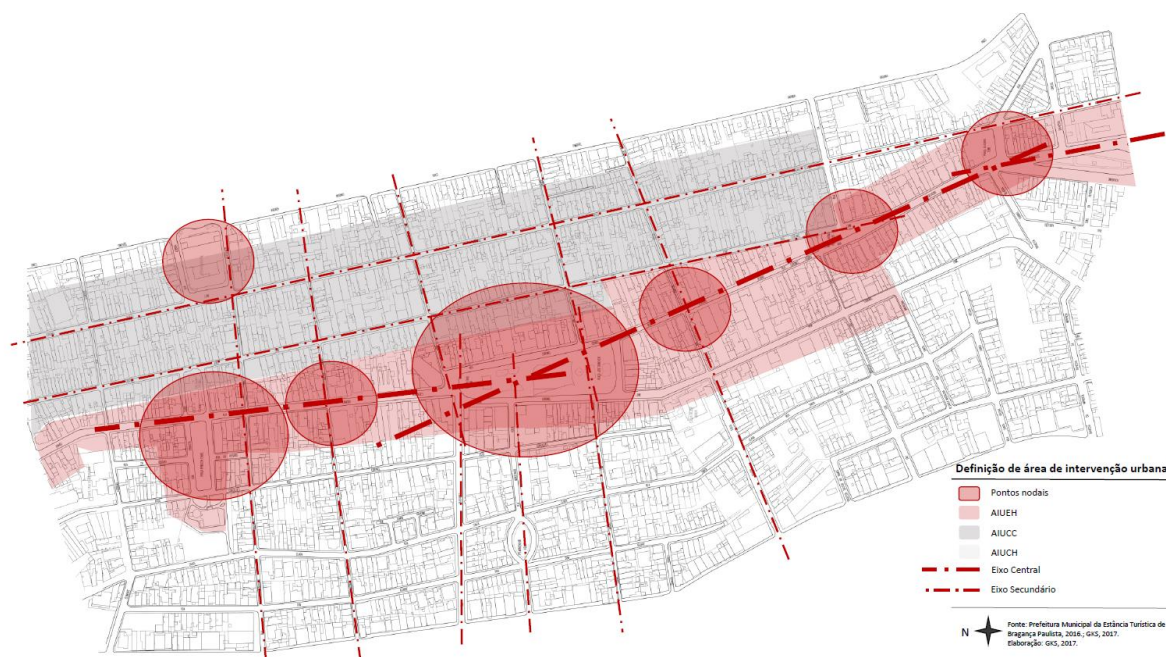
O Centro Histórico de Bragança Paulista carece de fortalecimento de sua identidade, de forma a recuperar a importância de sua história e cultura, mesmo aquelas mais recentes. A conservação e preservação do acervo edificado, bem como a requalificação dos espaços públicos, conectando a história com as necessidades cotidianas, são as premissas centrais desse conjunto de contribuições técnicas.

Apesar de o Centro Histórico de Bragança Paulista abranger apenas 619.905 m² (menos de 1 km²), o recorte aqui adotado apresenta definições específicas para cada porção do território. Essas particularidades, observadas em escala local, foram consideradas para a proposição de diretrizes de intervenções urbanas. São propostos três perímetros de forma a respeitar as demandas específicas de cada localidade, conforme a Figura 305:

- área de intervenção urbana do centro comercial (AIUCC);
- área de intervenção urbana do eixo histórico (AIUEH);
- área de intervenção urbana do centro histórico (AIUCH).

³² Outros tratados importantes sobre a reabilitação de centros históricos são a Carta de Atenas (1933) e a Carta de Amsterdã (1975).

Figura 305 – Áreas de intervenção urbana e eixos relevantes



Fonte: Elaboração própria, 2017.

Nas diretrizes seguintes, os perímetros demarcados como AIUCC e AIUEH são os que apresentam as demandas mais específicas, necessitando de intervenções urbanas mais detalhadas. Para a AIUCH, as proposições são pontuais, com menor grau de intervenções. Tais intervenções devem ser feitas a partir de projetos elaborados por meio de concursos públicos e ampla participação da sociedade, pois preconizam uma transformação do espaço público.

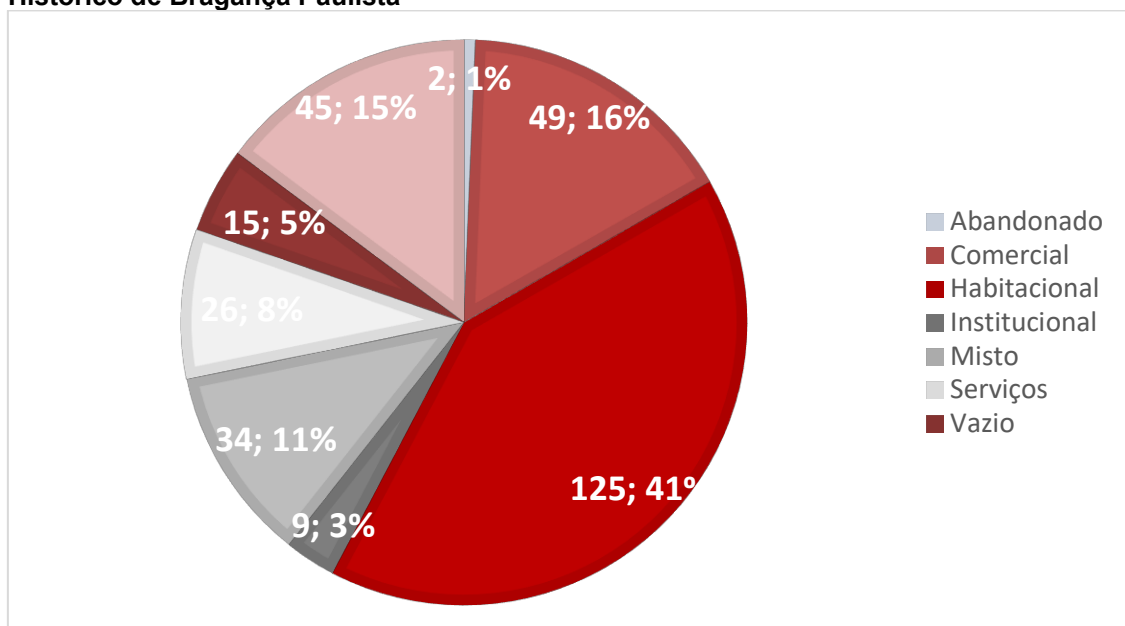
6.1.3.1 Revisão da legislação de uso e ocupação do solo e manutenção da população residente

Quadro 234 – Revisão da legislação de uso e ocupação do solo e manutenção da população residente

Programa	Requalificação do Centro Histórico
Projeto	Revisão da legislação de uso e ocupação do solo e manutenção da população residente
Objetivos	Apesar de haver incentivos para usos não residenciais no perímetro do eixo histórico, deve-se ressaltar a importância da manutenção da população residente, que desempenha papel fundamental para a estabilização das relações entre a população local e o assentamento, e entendendo a função da habitação como componente central nos processos de requalificação ou reabilitação.
Recomendações	O Centro Histórico, como já mencionado anteriormente, possui 2.155 domicílios (IBGE, 2010) e 305 imóveis classificados como de interesse arquitetônico e cultural, segundo o levantamento realizado em 2016 para o Inventário Parcial do Patrimônio Arquitetônico de Bragança Paulista (SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO DE BRAGANÇA PAULISTA, 2016a). A classificação quanto ao uso da edificação (Figura 306) revela que, dos 305 imóveis de interesse arquitetônico e cultural, 125 (41%), são utilizados como moradia. Se somados ao número de imóveis mistos, que correspondem a 34 edificações (11%), há um total de 159 imóveis utilizados como moradia, representando aproximadamente 7% do total de domicílios do Centro Histórico. As recomendações para a manutenção da população residente, sobretudo a moradora de edifícios históricos, são direcionadas à revisão da legislação urbanística (Plano Diretor e Lei de Zoneamento). - Arrecadação municipal sobre o potencial construtivo, com a criação de fundo específico para fins urbanísticos, com a finalidade de possibilitar maior controle do solo e dinamizar o mercado imobiliário. - Criação de fundo municipal de intervenções urbanas, e seu respectivo conselho, para que se utilize o potencial construtivo acima do coeficiente de aproveitamento básico até o máximo, convertendo esse recurso em melhorias urbanas e manutenção dos espaços públicos. Para tal, é necessário, por parte da legislação urbanística, definir quais são os coeficientes básicos e máximos para cada zona, considerando seu potencial de transformação, mas respeitando suas características e morfologia local. - Implementação de zona de caráter especial para a preservação de patrimônio edificado, com escala de abrangência do lote, de forma sobreposta ao zoneamento urbano incidente, mantendo seus potenciais construtivos. - A criação de um zoneamento especial sugere a demarcação dos lotes dos bens imóveis de interesse histórico, cultural e arquitetônico, incluindo casarões, edifícios históricos, conjuntos arquitetônicos e suas benfeitorias, sendo eles tombados ou em processo de tombamento (federal, estadual ou municipal), bem como os listados pelo município. O zoneamento deve: - ser sobreposto ao zoneamento incidente, como Zona Especial de Interesse Histórico, Cultural e Arquitetônico (ZEIH); - abranger todos os imóveis tombados, em tombamento ou listados pelos órgãos de preservação das três esferas; - proteger os imóveis existentes de serem demolidos ou descaracterizados; - preservar as dimensões atuais do lote, restringindo desdobros. - A ideia de uma zona especial, em sobreposição ao zoneamento incidente, é para que os parâmetros de ocupação sejam mantidos, mesmo que seu potencial construtivo não possa ser aproveitado no mesmo lote, podendo, porém, ser negociado através do instrumento urbanístico previsto denominado Transferência do Direito de Construir (Figura 307), previsto no Estatuto das Cidades. - Incentivo ao uso residencial por toda a AIUCH e usos não residenciais relacionados ao turismo, como hospedagens, bares, restaurantes e equipamentos culturais.

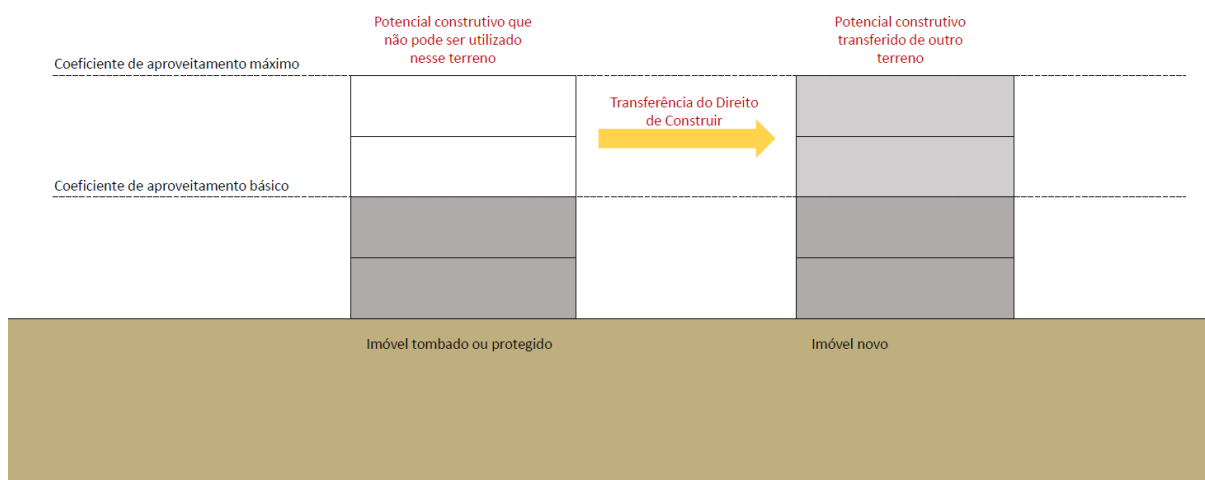
Fonte: Elaboração própria.

Figura 306 – Uso da edificação nos imóveis de interesse arquitetônico e cultural, Centro Histórico de Bragança Paulista



Fonte: CONDEPHAAC, 2016.

Figura 307 – Esquema ilustrativo do instrumento urbanístico Transferência do Direito de Construir³³



Fonte: Elaboração própria.

³³ Este instrumento urbanístico é recomendado pelo Estatuto da Cidade (Lei Federal 10.257/2001), na Seção XI, artigo 35, que indica que uma

lei municipal, baseada no plano diretor, poderá autorizar o proprietário de imóvel urbano, privado ou público, a exercer em outro local, ou alienar, mediante escritura pública, o direito de construir previsto no plano diretor ou em legislação urbanística dele decorrente.

6.1.3.2 Controle da paisagem urbana

Quadro 235 – Controle da paisagem urbana

Programa	Requalificação do Centro Histórico
Projeto	Controle da paisagem urbana
Objetivos	Essa diretriz prevê que parte das intervenções contribuam para a melhora do conforto ambiental nos espaços públicos, atenuando significativamente a poluição visual, sobretudo no acervo arquitetônico, mas também considerando o conjunto urbano do Centro Histórico. Também devem ser previstos mobiliários e arborização urbana, incluindo a requalificação de praças e áreas de estar para o turista pedestre.
Recomendações	• Soterramento e modernização da infraestrutura de distribuição dos serviços públicos de energia elétrica e telecomunicação. • Aprimoramento da lei de controle visual, incluindo estratégias de monitoramento e fiscalização, definição de penalidades e aplicações, revisão de critérios, podendo ser diferenciados conforme a localização. • Projeto de intervenções integradas que contemplem um plano de arborização urbana com foco nos locais de maior impermeabilidade do solo e falta de espaço para o plantio e de maior interesse paisagístico. • Criação de programa de intervenções para recuperação de fachadas, definindo critérios para atender tanto os imóveis de interesse histórico, cultural e arquitetônico, quanto os demais, podendo ser feitas parcerias entre poder público, setor privado, universidades (meio acadêmico) e população local (proprietários, inquilinos, comerciantes etc.). Para a área de intervenção urbana do centro histórico (AIUCH), as recomendações se alinham com ações mais pontuais, visando a unificação da linguagem visual adotada, como implantação de mobiliário urbano, paginação de piso de calçamento público e sinalização (comunicação visual).

Fonte: Elaboração própria.

6.1.3.3 Acessibilidade

Quadro 236 – Acessibilidade

Programa	Requalificação do Centro Histórico
Projeto	Acessibilidade
Objetivos	Conforme demonstrado no capítulo 3.2.1, boa parte dos potenciais turistas com destino a Bragança Paulista vem da RMSP e tem, em grande parte, mais de 50 anos de idade. Com isso, são indicadas intervenções para melhoria da acessibilidade desse público.
Recomendações	• Eliminação de barreiras de acessibilidade, nivelando e inserindo nova pavimentação e calçamento para as vias onde a paginação de piso define os locais para fluxos de pedestres, bicicletas e automóveis (Figura 308). • Implantação de dispositivos para orientar os fluxos sem criar qualquer barreira de acessibilidade, como cones fixos em distâncias adequadas para pessoas com necessidades especiais (cadeirantes, deficientes visuais, mães com carrinhos de bebê etc.) (Figura 309).

Fonte: Elaboração própria.

Figura 308 – Ilustração da proposta conceitual de acessibilidade (a)



Fonte: Elaboração própria, 2017.

Figura 309 – Ilustração da proposta conceitual de acessibilidade (b)



Fonte: Elaboração própria, 2017.

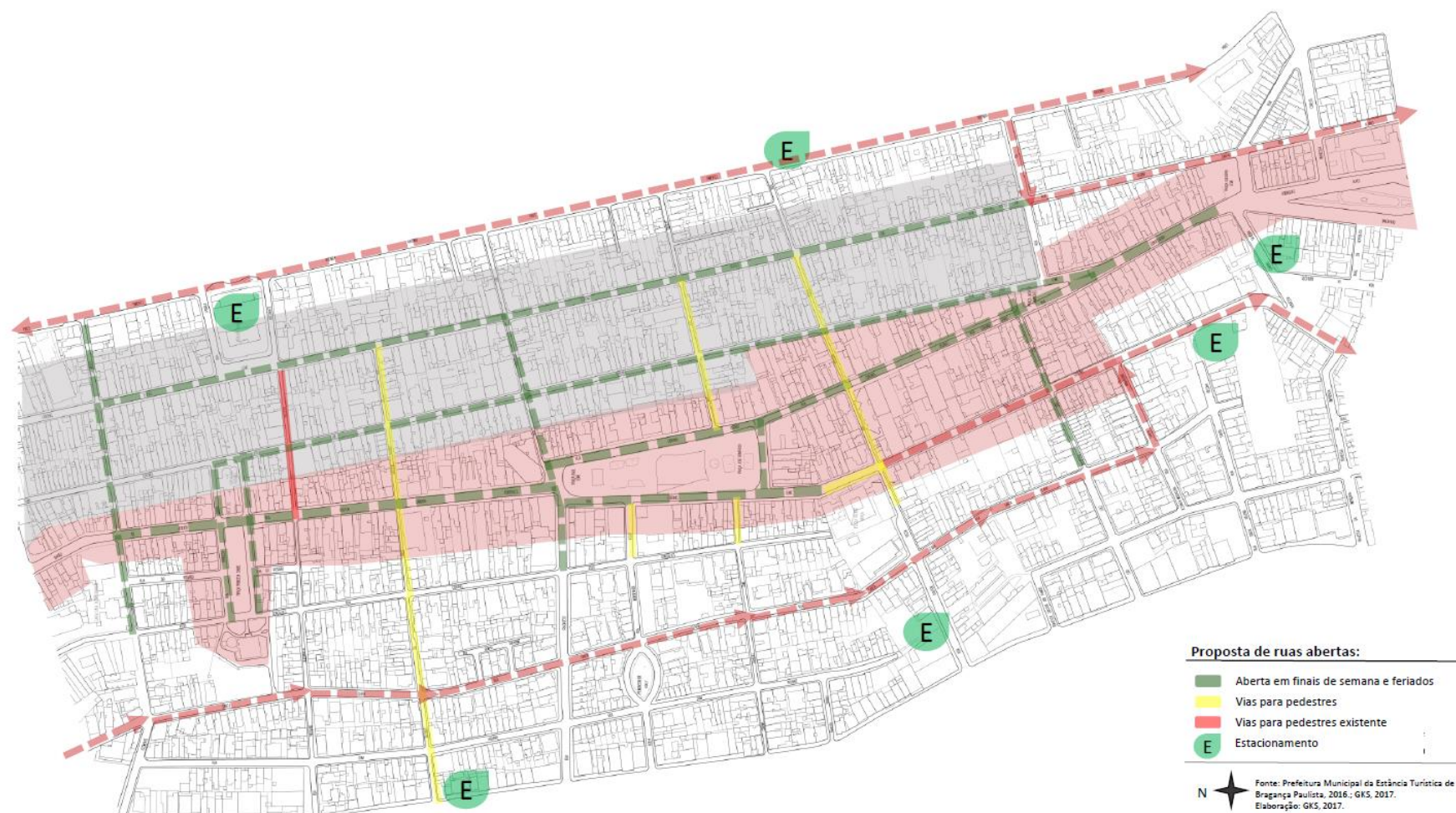
6.1.3.4 Mobilidade

Quadro 237 – Mobilidade

Programa	Requalificação do Centro Histórico
Projeto	Mobilidade
Objetivos	Em se tratando de uma localidade urbana como destino turístico, onde os principais pontos turísticos são percorridos a pé, as proposições visam eliminar a concorrência entre o pedestre e o tráfego de automóveis, tendo em vista que o sistema viário local não oferece conforto e segurança para o pedestre.
Recomendações	• Reorganização do tráfego local visando restringir a entrada do automóvel individual no Centro Histórico, permitindo apenas o tráfego de residentes e carga-descarga em horários estipulados; - abertura de ruas para pedestres em finais de semana e feriados, com a instalação de dispositivos de bloqueio de tráfego; - revisão do Código de Posturas, adequando os horários de carga e descarga do comércio. • Reorganização dos trajetos do transporte público no Centro Histórico e incentivo e disponibilização de outros modais não motorizados como prioridade de locomoção no perímetro do Centro Histórico. • Previsão de bolsões de estacionamento nas proximidades (bordas) do Centro Histórico para alocar veículos de turistas e usuários do Centro. • Inclusão de infraestrutura do modal ciclovitário, incluindo ciclovias, ciclofaixas e ciclorotas, bem como faixas compartilhadas, incentivando trabalhadores e usuários do Centro Histórico, visando a redução da utilização do automóvel. A Figura 310 apresenta as recomendações para a reorganização do tráfego local e a abertura de ruas para os pedestres; e a Figura 311 apresenta uma proposição para inclusão do modal ciclovitário no sistema viário local.

Fonte: Elaboração própria.

Figura 310 – Recomendações para a reorganização do tráfego local



Fonte: Elaboração própria, 2017.

Figura 311 – Recomendações para implantação de infraestrutura do modal ciclo-viário

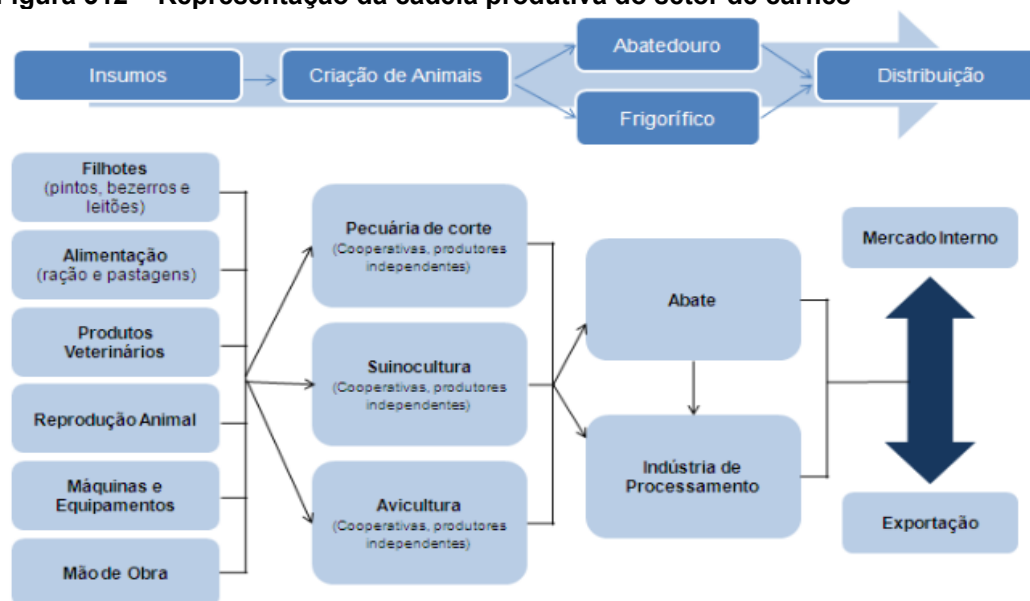


Fonte: Elaboração própria, 2017.

6.1.4 Charcutaria (ou linguiça³⁴) bragantina

O setor de carnes é um dos mais tradicionais do país e, de acordo com LAFIS (2017), o Brasil é o maior produtor mundial de proteína animal e o segundo maior exportador, atrás apenas dos Estados Unidos. A produção agregada (bovina, suína e de aves) foi de 24,5 milhões de toneladas em 2016, das quais quase 72% foi destinada ao mercado interno. Conforme ilustra a Figura 312, a cadeia produtiva é composta pelos elos que vão das matérias-primas e insumos para transformação em produtos de corte ou processados até a distribuição no mercado interno ou externo.

Figura 312 – Representação da cadeia produtiva do setor de carnes



Fonte: LAFIS, 2017.

Na década de 1990, logo após a abertura comercial, os elos da cadeia produtiva do setor de carnes foram classificados pelo Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira (ECIB) como “setores com deficiência competitiva”, isto é, “aqueles que têm a maior parte da produção realizada por empresas pouco competitivas” (COUTINHO e FERRAZ, 1994, p. 258). Ou seja, além de ter que superar os desafios sistêmicos brasileiros para a competição global, de fragilidade tecnológica e ausência de cooperação inter-firma, o setor de carnes, de acordo com o ECIB, tinha um distanciamento em relação às melhores práticas internacionais e, mesmo que houvessem empresas com elevada competitividade ao longo da cadeia, elas conviviam com grande quantidade de empresas pouco capacitadas. Em detalhe, o diagnóstico da competitividade do setor, realizado pelo ECIB, indicava que a etapa de processamento da cadeia produtiva de carne (abate) era um segmento com “deficiência competitiva”. A principal característica era a existência de empresas líderes dotadas de capacidade produtiva e gerencial e apenas média capacidade inovativa, enquanto as demais empresas apresentavam grande heterogeneidade quanto a essas capacidades – incluindo os demais segmentos componentes da cadeia produtiva, como a pecuária de corte. Além disso, o desenvolvimento do setor de carne era bastante afetado pelas limitações estruturais e sistêmicas da economia brasileira (COUTINHO e FERRAZ, 1994).

Wilkinson (1996) mostrou que o setor de carnes tinha desempenho muito variado na década de 1990: a demanda nacional por carne bovina vinha caindo em termos *per capita*, mas a demanda por carne de aves crescia e por carnes suínas estava estagnada comparativamente

³⁴ A respeito do nome do programa, ver item 7.3.

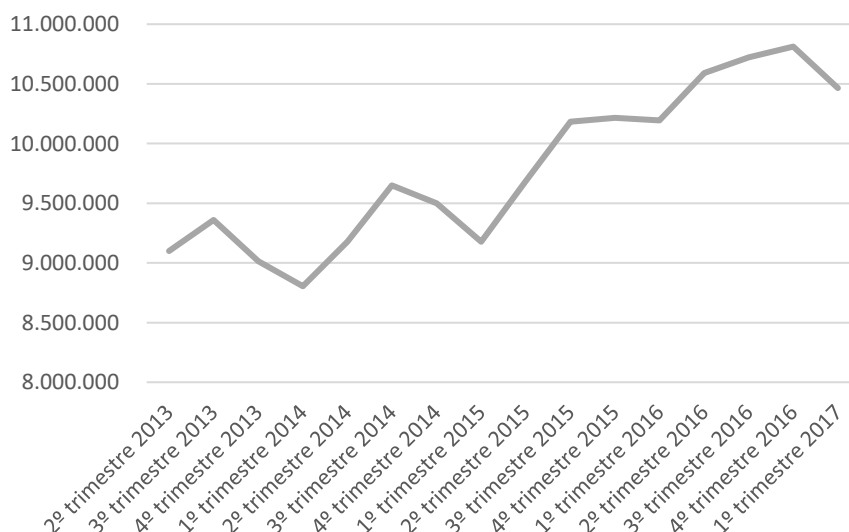
aos valores da década de 1970. As exportações, por seu turno, eram crescentes nos produtos de aves, especialmente os cortes mais nobres, enquanto as exportações de carne bovina eram afetadas pelas questões fitossanitárias (a febre aftosa em particular), que excluiu o produto brasileiro de vários mercados. O pior caso ficava com a exportação de carne suína, que foi interrompida pela peste suína na década de 1980 – depois de erradicada, a exportação foi retomada somente para os países do Mercosul.

Um ponto a ser ressaltado, segundo Coutinho e Ferraz (1994), era que o setor tinha parte significativa de sua produção ofertada por empresas de pequeno porte, em que predominavam equipamentos obsoletos e negligência de práticas mais modernas de gestão e conceitos de qualidade. Isso se traduzia na ausência de redes horizontais e verticais que implicassem melhores condições competitivas, em particular na superação de conjunturas econômicas não favoráveis. Uma leitura possível desse quadro é concluir que havia necessidade de consolidação do setor em torno de grandes empresas do segmento de abate e frigoríficos bovinos que fizessem a “organização da cadeia produtiva”, como na produção de aves, ao impor escala e padrões industriais e de qualidade à montante e à jusante, como afirmam Siffert Filho e Faveret Filho (1998).

Passados mais de 20 anos, o quadro vigente sofreu grandes alterações. Diferentemente da década de 90, há competitividade do segmento de carnes bovinas em nível mundial – antes restrita apenas ao segmento de aves –, mesmo com grande parte da pecuária extensiva apresentando baixa produtividade. Entretanto, a pecuária extensiva é considerada atualmente uma forma mais “natural” de criação (LAFIS, 2017).

Embora a carne mais consumida no mundo seja a suína – com 43% do total mundial –, o seu consumo no Brasil ainda é relativamente baixo em termos *per capita*, mas tinha desempenho crescente. Houve expansão significativa nos últimos anos – 14% no período 2013-2016 – no total de cabeças de porco abatidas; os dados trimestrais de abate, divulgados pelo IBGE, mostram um crescimento desde o segundo trimestre de 2013 até o último de 2016 – em média 4,5% ao ano –, seguido de queda de 3,4% no primeiro trimestre de 2017 (Figura 313).

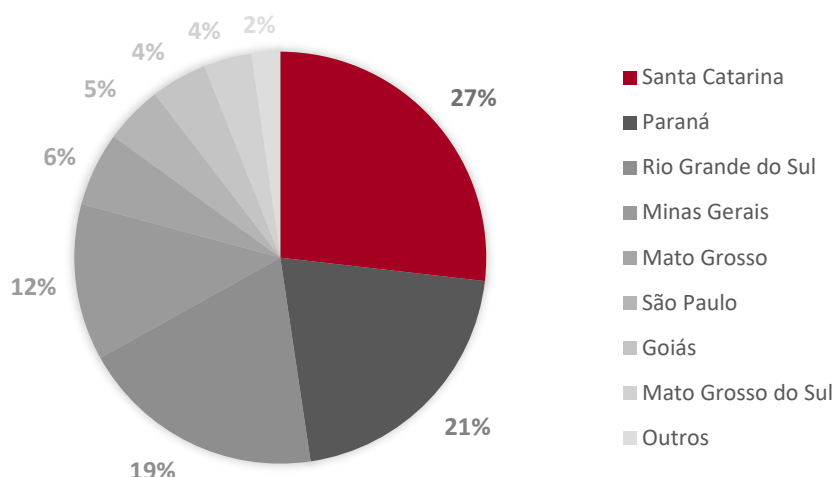
Figura 313 – Abate trimestral de suínos (em cabeças), 2013-2017



Fonte: IBGE, 2017.

Geograficamente, a produção suína continuou concentrada na Região Sul (Figura 314), por questões climáticas (menor quantidade de medicamentos e outros tratamentos no clima frio) e por questões culturais, conforme informa LAFIS (2017).

Figura 314 – Distribuição geográfica dos abates de suíno, primeiro trimestre de 2017



Fonte: IBGE, 2017.

Em toda a cadeia do setor produtivo de carnes, ainda predomina a heterogeneidade na adoção de tecnologia e processos de gestão mais modernos, permanecendo as empresas de grande porte como líderes no uso de melhores técnicas, equipamentos mais modernos e administração profissional e atualizada. Isso não impede, todavia, que as exportações venham sendo crescente aos longos dos anos do século XXI, tendo sido tratadas com grande otimismo em termos de valores e potencial para novos mercados consumidores (NEVES, 2012).

O setor apresenta maior nível de coordenação da cadeia em relação a outrora e está mais concentrado. Em 2016, de acordo com os balanços patrimoniais publicados na Revista Exame: Maiores e Melhores – e divulgado no relatório LAFIS (2017) – cinco empresas lideravam o segmento de abate e processamento. Uma parcela dessa concentração decorre da própria estratégia das empresas maiores, a outra parcela se deve à atuação do Estado, cuja primeira atuação é regulatória, como a Portaria 304/96 do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, que determina avanços tecnológicos (como rastreabilidade do produto final ao longo da cadeia produtiva) e normas mais rígidas no processo de abate, manipulação e acondicionamento. Essas regulações, que chegam inclusive a estabelecer padrão para os cortes da carcaça, implicam necessidade de padronização de processo produtivo e equipamentos e estruturas mais modernos – e mais caras, portanto. Os frigoríficos menores não conseguem acompanhar e acabam por vender suas operações aos frigoríficos maiores – exceto se possuem produtos muito diferenciados e que possam cobrar preços maiores e, assim, operar a custos unitários mais elevados, como os fabricantes de Bragança Paulista, especializados na famosa linguiça local.

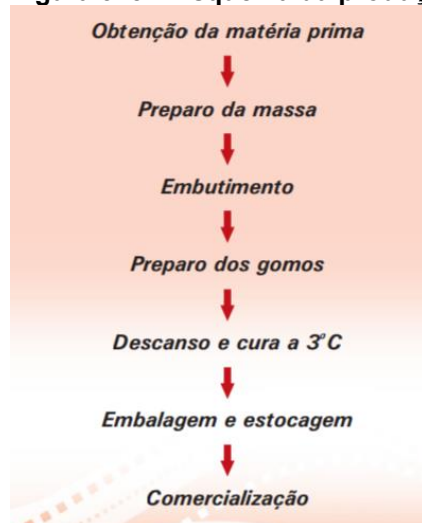
Feita essa caracterização histórica, do mercado mundial e brasileiro para a cadeia produtiva de carnes, de modo geral, a produção do município de Bragança Paulista é analisada. Para isso, são verificados fatores internos à empresa, estruturais e sistêmicos, com base no modelo de Estrutura-Condução-Desempenho (ECD). Aspectos metodológicos são expostos no Apêndice C.

Condições básicas

A linguiça bragantina é feita, principalmente, por fabricantes que atuam a partir da etapa de embutimento da matéria-prima da linguiça. O fornecimento da carne suína é feito por abatedouros da região, supridos pelos suinocultores locais. É tradição do município e região

a criação de suínos, cujo início remonta à colônia de imigrantes italianos do final do século XIX e começo do século XX. O processo de produção de linguiças é ilustrado na Figura 315.

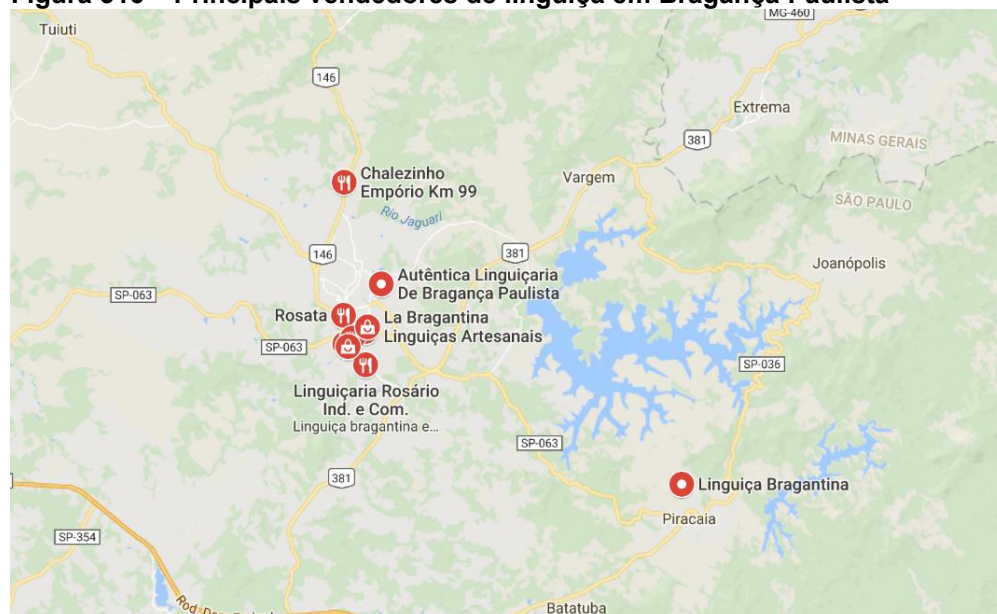
Figura 315 – Esquema da produção da linguiça



Fonte: Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), 2008.

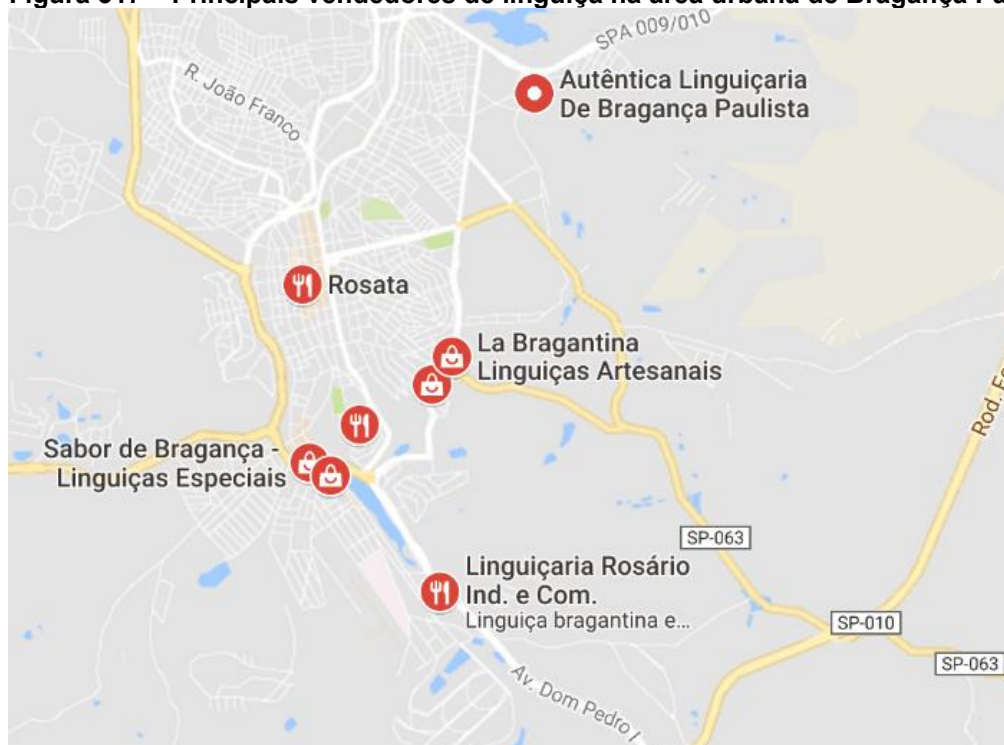
Em Bragança, as próprias empresas fabricantes comercializam seus produtos, algumas inclusive por meio de restaurantes próprios, enquanto outras fazem por meio de terceiros. A Figura 316 mostra os principais vendedores de linguiça, incluindo a Linguiça Bragantina com seu abatedouro no município de Piracaia. Há um único vendedor, entre os que aparecem na Figura 316, que está localizado em uma rodovia, o restaurante Chalezinho Empório. Já a Figura 317 destaca os empreendimentos que comercializam a linguiça local e que se encontram dentro da área urbana do município de Bragança Paulista.

Figura 316 – Principais vendedores de linguiça em Bragança Paulista



Fonte: Google Maps, 2017.

Figura 317 – Principais vendedores de linguiça na área urbana de Bragança Paulista



Fonte: Google Maps, 2017.

Já as vendas das linguiças se estendem às cidades vizinhas, como Atibaia, Extrema (MG), além das duas maiores regiões metropolitanas do estado – Campinas e São Paulo – e algumas outras regiões do país. Nesses últimos casos, os revendedores são *boutiques* de carnes, empórios e restaurantes especializados. Não se encontram linguiças de Bragança Paulista em grandes redes varejistas, a começar pelo fato de a escala de produção ser pequena frente aos grandes fabricantes.

Como a linguiça é típica local e feita de modo artesanal – o que resulta em diferenciação significativa entre os fabricantes – não há concorrência direta e feroz dentro de Bragança Paulista. No entanto, nas cidades vizinhas é possível encontrar outras linguiças artesanais que podem competir com a de Bragança Paulista, a linguiça da Casa Veronezi de Ribeirão Preto, que tem revendedores por todo o estado de São Paulo, com presença mais abrangente e incisiva no mercado que os produtores de Bragança Paulista.

Por se tratar da fabricação de produto de origem animal, que pode resultar em sérios problemas de contaminação e manipulação, tanto a suinocultura como a produção de linguiça estão sujeitas à regulamentação e fiscalização do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, assim como ao cumprimento das exigências e legislação do Serviço de Inspeção do Estado de São Paulo (SISP), que exigem padrões de abate e processamento, controle de qualidade e treinamento de funcionários. A Figura 318 mostra, por exemplo, o selo de inspeção do empreendimento Autêntica Linguiçaria, de Bragança Paulista.

Figura 318 – Selo de inspeção do SISP



Fonte: Autêntica Linguíçaria, 2017.

Estrutura do mercado

Em Bragança Paulista, o número de estabelecimentos classificados como fabricantes de carnes, de acordo com as definições da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) 2.0, é de seis fábricas. Entretanto, somam a esses fabricantes os estabelecimentos comerciais locais que, de forma bastante artesanal, embutem as linguças e as comercializam como ingrediente de seus pratos. Outra ocorrência é de suinocultores integrados com a fabricação, podendo essas duas modalidades serem consideradas como integração vertical. Agrupando-se essas três categorias, tem-se no Quadro 238 os principais produtores de linguça no município.

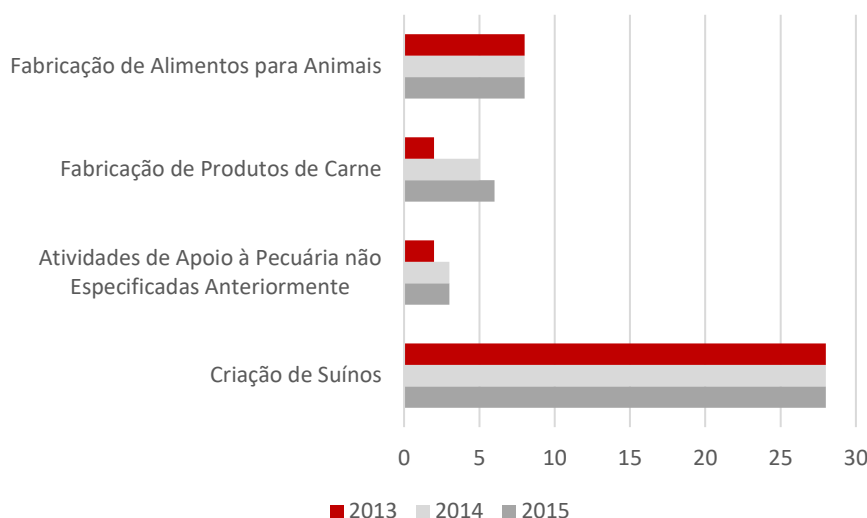
Quadro 238 – Principais produtores de linguça em Bragança Paulista

La Bragantina – Linguças artesanais Avenida Doutor Tancredo Almeida Neves, 446 - Res. das Ilhas. Telefone: (11) 4032-7087
Linguçaria do Rosário Ind. e Com. Avenida Dom Pedro I, 1400 – Taboão. Telefone: (11) 4032-7894
Linguçaria Real Bragança Avenida José Gomes da Rocha Leal, 291 – Centro. Telefone: (11) 97281-7924
Autêntica Linguça de Bragança Paulista (Atacadista) R. Expedicionário José Franco de Macedo, 218 – Penha. Telefone: 99642-7015
Sabor de Bragança – Linguças especiais Rua Tupy, 248 – Taboão. Telefone: (11) 2277-3005
Restaurante do Rosário (dentro do estádio do Bragantino) R. Emílio Colela, s/n - Jardim Nova Bragança. Telefone: (11) 4032-8331
La Bragantina Linguças Artesanais Avenida Doutor Tancredo de Almeida Neves, 446 - Jardim Santa Rita de Cassia Telefone: (11) 4032-7087
Linguça Bragantina Estrada Municipal Lamartine Peçanha, 2000 - Boa Vista, Piracaia/SP Telefone: (11) 4036-7454
Linguçaria Bragança Praça Nove de Julho, 68. Telefone: (011) 3403-2462
Rosata R. Dr. Cândido Rodrigues, 76 – Centro. Telefone: (11) 4033-0893

Fonte: Elaboração própria.

A Figura 319 mostra que, dentre as atividades contribuintes para a produção da linguça, houve um crescimento dos estabelecimentos formais de fabricação de produtos de carne, de 2013 a 2015, no município de Bragança Paulista.

Figura 319 – Estabelecimentos formais na cadeia à montante da fabricação de produtos de carne, Bragança Paulista



Fonte: Ministério do Trabalho, 2015.

Ou seja, tendo em vista que a quantidade de suinocultores continuou constante e apenas um novo estabelecimento de atividades de apoio à pecuária foi criado, entende-se que a agregação de valor da produção suína e a valorização do produto local típico foi uma estratégia adotada pelo setor no município – aproveitando-se não apenas da linguiça saborosa típica calabresa, mas de variantes mais sofisticadas ou *gourmet*.

Segundo classificação adotada pelo SEBRAE para a indústria e aplicada à Tabela 26, no município existiam, em 2015, quatro microempresas e duas empresas de pequeno porte na fabricação de produtos de carne. Numa perspectiva maior do mercado, são firmas que atuam na franja da concorrência, ocupando nichos de mercado que as grandes empresas do setor – frigoríficos como Seara, Sadia-Perdigão e Aurora, por exemplo – não se dedicam por conta dos ganhos de economia de escala decorrentes da padronização.

Tabela 26 – Fabricantes de produtos de carne, por número de funcionários, 2015

Categoria	De 1 a 4	De 5 a 9	De 10 a 19	De 20 a 49
Fabricação de produtos de carne	2	2	1	1

Fonte: Ministério do Trabalho, 2015.

Considerando os estabelecimentos comerciais e os suinocultores, apenas duas empresas são integradas verticalmente, de modo a processarem a carne que elas próprias produzem e abatem: Rosata e Linguiça Bragantina. No caso da segunda empresa, seu abatedouro e a fabricação de linguiças ficam no município de Piracaia.

Logo, a partir da análise anterior, a estrutura de mercado local que mais se adequa é a de concorrência monopolista – empresas de pequeno porte ou microempresas que tem na diferenciação de produto sua principal estratégia competitiva, uma vez que são a franja de um mercado nacional liderado por grandes grupos oligopolistas.

Em relação a barreiras à entrada de novos estabelecimentos nessa estrutura de mercado, pode-se considerar que o investimento inicial em uma unidade produtiva de linguiça não chega a ser um impeditivo à entrada, pois a escala é pequena e a natureza da produção é artesanal. A mão de obra não precisa ser qualificada, sendo utilizada a força de trabalho local. No entanto, a operação exige uma planta de produção profissional adequada para melhor

aproveitamento da matéria-prima e dos requisitos sanitários. Além disso, outro aspecto que dificulta a entrada de potenciais novas empresas advém de todos os cuidados que devem ser considerados, desde a seleção dos animais a serem abatidos, a obtenção das carcaças, a qualidade dos ingredientes de cura e de condimentação, até processos tecnológicos de higiene, de produção, de embalagem e de estocagem – seguindo toda a normativa regulatória e de inspeção do governo. Todavia, não é uma barreira incontornável.

Por outro lado, os fabricantes estão estabelecidos há pelo menos 50 anos e apresentam uma produção individual relativamente elevada, considerando-se que é um produto artesanal – a Linguçaria Bragança, por exemplo, produz 1.200 kg de linguiça por semana. Dessa forma, alcançar esse nível de produção sem ser rechaçado pelos fabricantes já estabelecidos – por meio do uso do *know-how*, da experiência e da capacidade ociosa existente para impedir a entrada – é outra barreira, mas não intransponível. A maior dentre as barreiras é conseguir confiança do consumidor e aceitação da marca e de suas variedades: estabelecer-se no mercado. Porém, como as marcas não são tão fortes fora do município, há brechas para entrada no mercado regional e no atendimento das áreas metropolitanas.

Em suma, é um mercado com pequenas barreiras à entrada. Não é sem motivo que o número de produtores aumentou entre 2013 e 2015.

Conduta

Para abordar a conduta dos fabricantes de linguiça, analisa-se a diferenciação de produto, as estratégias de preço e a promoção (ver Apêndice C).

Em relação à diferenciação de produto, a própria natureza de produção artesanal torna esta a principal estratégia competitiva das empresas. Por exemplo, a Linguçaria Bragança trabalha com 14 variedades que recebem um grande número de ingredientes diferentes; há linguiças com muita pimenta, ervas, calabresa, provolone e até carne de carneiro.

A maioria dos fabricantes adota como carne principal o pernil de porco adquirido em abatedouros locais, e tende a usar uma base temperos como noz-moscada, alho desidratado e em flocos, orégano e salsa, em combinações com outros e em diferentes proporções, sendo que cada fabricante tem sua receita própria. A pesquisa nos sítios eletrônicos dos fabricantes permitiu identificar uma série de variedades de produtos, como mostra o Quadro 239. O poder de mercado de algumas empresas se encontra na variedade de produtos, como a linguiça de damasco e de frutos do mar da fabricante Linguçaria Real Bragança.

Quadro 239 – Tipos de linguiças bragantinas e variantes derivadas

TRADICIONAL	PREMIUM	GOURMET	HAMBURGER	OUTROS
• Calabresa tradicional: pernil suíno temperado • Linguiça toscana (<i>grill</i>): carne suína e carne bovina	• Calabresa à moda de Bragança: lombo suíno temperado, levemente apimentado • Calabresa com pimenta biquinho: pernil suíno temperado e pimenta biquinho • Calabresa com azeitonas pretas: pernil suíno temperado e azeitonas pretas	• Calabresa com provolone: pernil suíno temperado à base de provolone • Calabresa à Frascatana: pernil suíno temperado com tomate seco, muçarela de búfala e manjerição • Calabresa com parmesão e rúcula: pernil suíno temperado, queijo parmesão e rúcula • Calabresa com gorgonzola: pernil suíno temperado à base de queijo gorgonzola • Calabresa com queijos (tipo pantaneira): lombo suíno, cheiro verde, cebolinha, pimenta malagueta, queijo prato e queijo coalho • Linguiça de carne bovina (tipo cuiabana): carne bovina, cheiro verde, cebolinha, pimenta malagueta, queijo prato e queijo coalho	• Hambúrguer de calabresa (150 g): pernil suíno temperado	• Massa de calabresa: recheio de pernil suíno temperado

Fonte: Linguçaria Real Bragança, 2017.

Quanto às estratégias de preço, as linguças mais tradicionais custam em torno de 19,00 reais o quilo em Bragança Paulista e nos atacadistas em outras cidades. A diferenciação pelo processo produtivo artesanal, pela marca “Bragança” e pelo foco em nichos de mercado explicam a diferença de preço para linguças produzidas pelas grandes empresas em escala industrial – por exemplo, a variedade toscana da Seara no atacadista Makro custa em torno de 1,80 real o quilo. A linguça artesanal é 855,55% mais cara que a linguça em escala.

O preço da linguça de Bragança Paulista pode ser ainda mais caro, a depender dos ingredientes utilizados, como a linguça de azeitona, apimentada e tomate seco. Entre os fabricantes, o preço varia muito pouco quando comparado dois produtos do mesmo tipo. Ou seja, a precificação é para nichos, em particular das classes médias e altas, e sinaliza um diferencial positivo de qualidade.

Ademais, por ser um produto que pode ser consumido sozinho, as variações de preços de bens complementares influenciam pouco a demanda e o preço da linguça. No município, os restaurantes costumam vender sanduíche de linguça, alterações no preço do pão não são suficientes para influenciar a forma como esse produto é consumido, ocasionando em baixa variação da demanda pela linguça de Bragança Paulista.

Por fim, quanto à promoção, a Associação dos Produtores de Linguça de Bragança Paulista (ALBRAG) é a organizadora da Festa da Linguça, que ocorre anualmente. Atualmente, são montadas seis barracas que oferecem as diferentes variedades da linguça bragantina. É uma festa tradicional na região que atrai também o público de fora que conhece a fama e a tradição local da produção de linguça. Porém, não é um evento de grande escala e nem mais famoso que outro de destaque regional, por exemplo, a Festa do Morango de Atibaia.

Desempenho

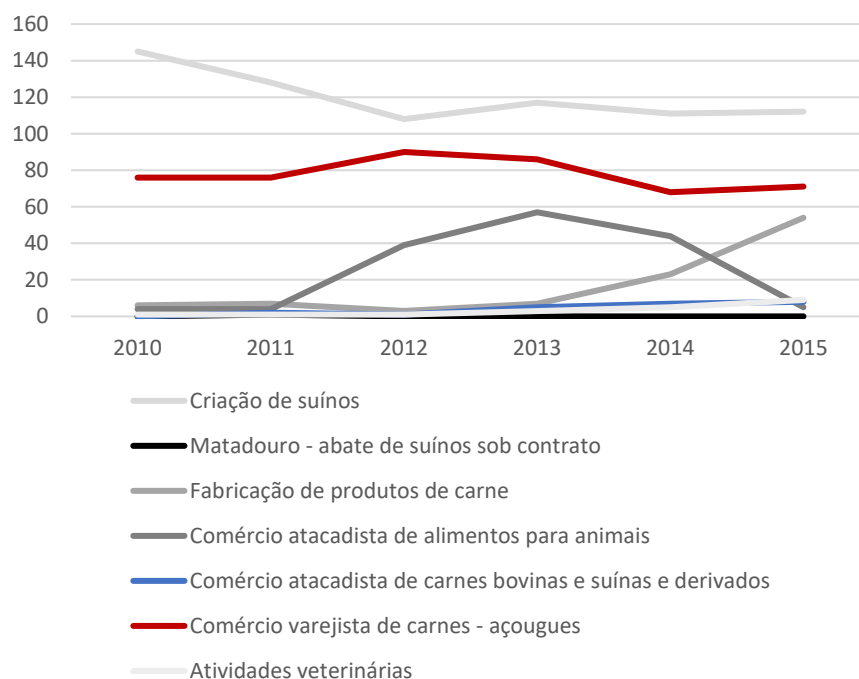
Informações sobre faturamento ou indicadores de lucratividade dos produtores de linguça bragantina não estão disponíveis.

Quanto à produção local, tomando por base o volume divulgado por uma das empresas³⁵, e sabendo que elas não são de tamanhos muito distintos, estima-se que a média semanal gire em torno de 10 a 12 toneladas.

Com relação aos postos formais de trabalho gerados, a fabricação de linguça difere de quase todas as etapas anteriores e posteriores de sua cadeia produtiva (Figura 320), tem empregado mais trabalhadores desde de 2010 e sofreu uma pequena redução apenas nos últimos anos de crise econômica e política nacionais.

³⁵ Linguçaria Bragança. Disponível em: <http://www.linguicadebraganca.com.br/globorural.htm>. Acesso em ago. 2017.

Figura 320 – Emprego formal na cadeia de produção da linguiça, 2010-2015



Fonte: Ministério do Trabalho, 2015.

Competitividade

A produção artesanal de linguiças pode ser um bom negócio, com lucratividade positiva e boas perspectivas para o futuro. Entretanto, margens de lucro muito altas podem atrair facilmente novos produtores. Os parágrafos a seguir sintetizam a análise das forças competitivas, com base em Porter (1979, Apêndice C).

A rivalidade interna entre os produtores de Bragança Paulista não é elevada. A concorrência local não é acirrada, mas a elasticidade-preço da demanda é alta devido à natureza do produto, que não é essencial e pode ser substituído facilmente por embutidos “comuns”. No entanto, alguns fabricantes já fazem projetos de expansão das unidades para garantir o aumento da produção, apesar do cenário macroeconômico, o que mostra a perspectiva de aumento da demanda pela linguiça bragantina, principalmente em novos mercados

Quanto à rivalidade externa, é a reputação que garante a grande demanda por esse tipo de linguiça. A tradição e a qualidade são consideradas únicas, por isso não concorre com marcas que não são artesanais. Existem, contudo, algumas marcas de linguiça artesanal similares às bragantinas, principalmente porque seus preços são similares, mas, no geral, é a reputação e a distância do mercado consumidor que podem garantir maior procura por uma marca ou outra.

Como as barreiras à entrada de novos fabricantes não são impeditivas nem elevadas, a possibilidade de novos entrantes na produção é alta. Dessa forma, a competição potencial pode disciplinar os preços cobrados pelas variedades e, portanto, reduzir as margens de lucro.

Em se tratando da ameaça de novos produtos, no horizonte de curto prazo não se imagina concorrentes para a linguiça bragantina, por ser um mercado tradicional e consolidado, com tecnologia de produção de amplo conhecimento e domínio dos produtores. No máximo, o que pode haver é novas variedades, que não se constituem em novos produtos, e eventuais pressões de produtos substitutos, que em linha próxima não existem.

Outra análise se refere ao poder dos fornecedores e compradores. Existe uma grande variedade de insumos usados nas linguiças artesanais de Bragança Paulista, dentre eles o que mais influencia no custo de produção é a carne de porco. A maioria das fábricas do

município compra a carne dos açougues e abatedouros da região. Logo, o poder dos fornecedores não é elevado, por seus portes. Já o poder dos compradores é bem heterogêneo: os consumidores finais, sem etapa de varejo, têm poder baixo; os estabelecimentos especializados têm maior capacidade de barganha, mas não são grandes redes varejistas, que teriam grande poder.

O Quadro 240 apresenta a análise realizada, no formato de uma análise SWOT.

Quadro 240 – Linguíça bragantina, síntese da análise

	Fatores positivos	Fatores negativos
	Pontos fortes	Pontos fracos
Ambiente interno	• Fama e tradição da produção bragantina • Tecnologia e processo simples e dominado • Baixo grau de rivalidade interna • Diferenciação elevada de produto permite operar com custos médios maiores • Preço elevado, mas competitivo nos nichos de atuação	• Barreiras à entrada são baixas • Apesar da ABRALC, não há medidas relevantes de colaboração na compra de insumos comuns e na promoção da linguíça em mercados maiores
	Oportunidades	Ameaças
Ambiente externo	• Crescimento do mercado consumidor nos últimos anos, com destaque para produtos premium e gourmet • Exploração da tendência de gourmetização e de harmonização com bebidas alcoólicas • Expansão puxada pelo elo com o turismo • Parcerias entre os produtores • Roteiro turístico em torno da linguíça	• Rivalidade externa significativa e acirramento de competição com linguíças artesanais de outras cidades/regiões • Redução da demanda residual e dos nichos por conta de novas estratégias dos grandes produtores • Piora aguda da conjuntura política e econômica

Fonte: Elaboração própria.

Com vistas ao curto prazo, os projetos propostos visam: fomentar a cooperação entre empresários, para que tenham maior poder e para que possam, no futuro, obter a certificação de origem, garantindo maior poder da marca; e o desenvolvimento de uma gastronomia típica, com a ampliação de produtos (afiambrados, defumados, salgados, patês etc.), de modo que a produção de linguíça possa se tornar uma charcutaria (ou linguíça) artesanal.

A cooperação entre empresários pode alavancar um dos produtos mais tradicionais do município de Bragança Paulista como fonte de atração de turismo local. Como a produção artesanal sofre de ausência de economias de escala, uma maior associação entre os produtores locais para compras em conjunto dos insumos comuns pode aumentar o poder de barganha e garantir melhor margens operacionais de lucro. Também a cooperação de empresários atua para consolidar a marca em outros mercados, com maior promoção do produto e seu tombamento cultural (o que resultaria no diferencial de denominação de origem controlada).

Além disso, a natureza de produto artesanal da linguíça bragantina – que possibilita a diferenciação de produto, não apenas entre os produtores locais, mas em relação aos grandes produtores – pode, ao alinhar o entendimento e a coordenação entre os produtores e outros elos da cadeia do turismo (restaurantes, bares, hotéis, pousadas etc.), impulsionar:

- a criação de roteiros turísticos em torno da linguíça, explorando visitas guiadas e degustação dentro das unidades produtivas;
- a combinação de alimento e bebida, explorando a harmonização com bebidas alcoólicas e o ganho de sinergia com produtores de cerveja artesanal, criando experiências gastronômicas;
- a promoção da Festa da Linguíça com maior alcance e participação de turistas.

Desse modo, uma gastronomia típica é desenvolvida, com a estruturação de um roteiro de charcutaria (ou linguíça).

6.1.4.1 Cooperação entre empresários da charcutaria (ou linguiça)

Quadro 241 – Cooperação entre empresários da charcutaria (ou linguiça)

Programa	Charcutaria (ou linguiça) bragantina
Projeto	Cooperação entre empresários da charcutaria (ou linguiça)
Objetivos	Fomentar a união e a cooperação dos empreendedores do setor de charcutaria (ou linguiça) de Bragança Paulista, visando o fortalecimento do segmento e o ganho de economia de escala (causado, por exemplo, pela compra em conjunto), bem como a promoção de eventos que beneficiem os empreendimentos, a população bragantina, além de atrair mais visitantes.
Ações a serem desenvolvidas	Elaborar e implantar plano de ação para a cooperação entre empresários do setor de charcutaria (ou linguiça). O plano deve: • buscar parceiros para apoiar empreendedores individuais de gastronomia; • incentivar criação de cooperativas e associações; • verificar viabilidade junto a universidades de criar incubadoras de microempresas e empreendimentos individuais; • promover reuniões de interessados em empreender; • promover reuniões de proprietários de estabelecimentos já existentes; • fomentar a criação de cooperativas e associações; • apoiar cooperativas e associações.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Setor privado
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 265.440,00 • Foi considerado o trabalho de um especialista por 15 dias e um graduado por 20 dias para a elaboração do plano de ação para a cooperação entre empresários do setor de charcutaria (ou linguiça). • Foi considerado o trabalho de um graduado e um técnico, um dia por mês durante 11 meses para o auxílio da implantação e facilitação da comunicação.
Prioridade de implantação	Baixa

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Este é o primeiro passo para obtenção de certificação de origem (indicação de procedência) que, apesar de anunciada na imprensa³⁶, ainda não tramita no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

³⁶ PORTAL BRAGANÇA NEWS. *Linguiça de Bragança terá certificação de origem*. 11/maio/2016. Disponível em: <https://news.portalbraganca.com.br/braganca-paulista/braganca-paulista-linguica-de-braganca-tera-certificacao-de-origem.html>. Acesso em: julho/2017.

6.1.4.2 Desenvolvimento da gastronomia típica

Quadro 242 – Desenvolvimento da gastronomia típica

Programa	Charcutaria (ou linguiça) bragantina
Projeto	Desenvolvimento da gastronomia típica
Objetivos	Resgatar a gastronomia típica de Bragança Paulista, especificamente a relacionada à charcutaria (ou linguiça) e abrangendo a culinária tradicional rural, visando oferecer produto turístico adicional e autêntico aos turistas que visitam o município.
Ações a serem desenvolvidas	• Resgatar pratos e ingredientes típicos. • Articular com empresários dos meios de alimentação possibilidades de oferta da gastronomia típica. • Incentivar novos empreendedores na área de alimentação. • Buscar parceiros para criar e oferecer oficinas gastronômicas aos interessados pelo tema. • Divulgar em Bragança Paulista e demais cidades da região. • Divulgar os estabelecimentos que oferecem pratos típicos.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Setor privado
Dificuldade técnica	Baixa
Estimativa financeira	R\$ 156.480,00 • Foram consideradas 40 horas de trabalho de um graduado para realizar o levantamento dos pratos e ingredientes típicos. • Foi considerado o trabalho de um graduado e um técnico, um dia por mês durante 11 meses para o auxílio ao planejamento e à organização dos empresários. A mesma composição e período de tempo foram estimados para o incentivo a novos empreendedores e para planejar a divulgação dos pratos e ingredientes típicos.
Prioridade de implantação	Baixa

Fonte: Elaboração própria.

6.1.5 Compras e lazer

6.1.5.1 Parceria do município com shopping centers e lojistas

Quadro 243 – Parceria do município com *shopping centers* e lojistas

Programa	Compras e lazer
Projeto	Parceria do município com <i>shopping center</i> e lojistas
Objetivos	Divulgar atrativos, equipamentos e serviços turísticos para frequentadores do <i>shopping center</i> e lojas.
Ações a serem desenvolvidas	Estabelecer parceria com <i>shopping centers</i> para que: • funcionários da <i>conciergerie</i> saibam dar informações sobre atrativos, equipamentos e serviços turísticos na cidade; • estejam disponíveis materiais impressos de atrativos, equipamentos e serviços turísticos; • seja divulgada a informação de que a <i>conciergerie</i> está habilitada a prestar informações turísticas; • sejam expostos fotos e materiais audiovisuais nas <i>conciergeries</i>. Estabelecer parcerias com lojistas, de acordo com as possibilidades de cada comércio.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Empresários • <i>Shopping centers</i> e lojistas As parcerias devem ser realizadas de forma centralizada e imparcial.
Dificuldade técnica	Baixa
Estimativa financeira	Nenhuma.
Prioridade de implantação	Média.

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Trecho em negrito corresponde a contribuições, recomendações e solicitações de alterações realizadas durante a oficina de validação dos projetos.

6.1.6 Bragança Paulista e natureza

6.1.6.1 Educação ambiental e sensibilização para o turismo para agentes multiplicadores

Quadro 244 – Educação ambiental e sensibilização para o turismo para agentes multiplicadores

Programa	Bragança Paulista e natureza
Projeto	Educação ambiental e sensibilização para o turismo para agentes multiplicadores
Objetivos	Promover a educação ambiental e sensibilizar a população local para a valorização da atividade turística local.
Ações a serem desenvolvidas	• Elaborar plano de educação ambiental e sensibilização para o turismo para agentes multiplicadores. • Desenvolver cursos, palestras, oficinas ou fóruns para agentes multiplicadores, com foco em adolescentes e professores da rede pública de ensino, a partir de um plano de educação ambiental e sensibilização para o turismo, com carga horária mínima de 30 h/aula. • Realizar curso para multiplicadores para, no mínimo, 50 participantes.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Secretaria de Educação • Secretaria do Meio Ambiente • Terceiro setor
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 191.400,00 • Para o desenvolvimento do plano de educação ambiental foi considerado um especialista por 21 dias. • O desenvolvimento de cursos, palestras, oficinas ou fóruns para agentes multiplicadores não foi orçado, por considerar que está incluso no valor da hora paga durante a realização do curso. • Durante a realização dos cursos foram considerados um graduado e um técnico, com carga horária de 30 h/aula cada. • Materiais não foram orçados.
Prioridade de implantação	Média

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Trecho em negrito corresponde a contribuições, recomendações e solicitações de alterações realizadas durante a oficina de validação dos projetos.

6.1.7 Bragança Paulista cultural

6.1.7.1 Resgate das tradições culturais

Quadro 245 – Resgate das tradições culturais

Programa	Bragança Paulista cultural
Projeto	Resgate das tradições culturais
Objetivos	Resgatar tradições culturais da cidade visando recuperar e valorizar o legado cultural do município.
Ações a serem desenvolvidas	• Estabelecer metodologia para levantamento de tradições. • Levantar tradições. • Analisar possibilidades e prioridades de resgate. • Estabelecer formas de incentivo para resgatar costumes e outros. • Elaborar plano de ação.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 235.200,00 • Para o estabelecimento da metodologia de levantamento foi estimado um especialista por 5 dias. • Para o levantamento das tradições culturais foram previstos 15 dias de um graduado. • Para as etapas de análise e plano de ação, foi considerado o trabalho de um especialista por 10 dias e um graduado por 15 dias.
Prioridade de implantação	Média

Fonte: Elaboração própria.

6.1.7.2 Valorização dos aspectos histórico-culturais regionais para crianças e adolescentes

Quadro 246 – Valorização dos aspectos histórico-culturais regionais para crianças e adolescentes

Programa	Bragança Paulista cultural
Projeto	Valorização dos aspectos histórico-culturais regionais para crianças e adolescentes
Objetivos	Realizar oficinas para multiplicadores com o intuito de incentivar e chamar a atenção das novas gerações para a importância de seus valores culturais para, no mínimo, 50 pessoas nos primeiros 18 meses.
Ações a serem desenvolvidas	• Desenvolver a metodologia e executar oficinas, com duração de 8 h/aula cada. • Definir local para realização das oficinas. • Divulgar as oficinas em escolas e associações comunitárias no município. • Realizar oficinas para, no mínimo, 50 pessoas.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Secretaria de Educação • Associações comunitárias
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 20.800,00 por oficina • O planejamento e elaboração das aulas e material didático não foram orçados, por considerar que estão inclusos no valor da hora paga durante a realização da oficina. • Para a divulgação das oficinas nas escolas e associações foram estimadas 10 horas de trabalho de um graduado. • Durante a realização das oficinas foram considerados dois especialistas, com carga horária de 8 h/aula cada.
Prioridade de implantação	Média

Fonte: Elaboração própria.

6.1.7.3 Exposição de atividades culturais regionais

Quadro 247 – Exposição de atividades culturais regionais

Programa	Bragança Paulista cultural
Projeto	Exposição de atividades culturais regionais
Objetivos	Realizar periodicamente exposição itinerante sobre a cultura de Bragança Paulista, incluindo artesanato, folclore, música e outras atividades representativas da cultura local tradicional e contemporânea .
Ações a serem desenvolvidas	• Mobilizar comunidade para participação no projeto, com designação de comitê organizador. • Apoiar o desenvolvimento de levantamento das principais manifestações culturais da região. • Planejar e organizar coletivamente a exposição das manifestações identificadas. Deve-se considerar disponibilidade dos expositores e características como duração, caráter permanente ou itinerante, entre outros. • Apoiar a elaboração de projeto para captação de recursos e patrocínio para realização da exposição conforme planejado. • Apoiar realização do evento.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 299.040,00 • Foram estimados cinco dias de trabalho de especialista para mobilização da comunidade. • O apoio ao levantamento das principais manifestações culturais não foi orçado, por considerar que será realizado nos projetos 'Resgate das tradições culturais' e 'Valorização do patrimônio cultural material'. • Para o planejamento e organização da exposição, foram estimados 21 dias de trabalho de um graduado e um técnico. • Foram considerados mais 21 dias de trabalho de especialista para o apoio à captação de recursos e patrocínio e realização do evento.
Prioridade de implantação	Baixa

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Trecho em negrito corresponde a contribuições, recomendações e solicitações de alterações realizadas durante a oficina de validação dos projetos.

6.1.8 Bragança Paulista rural

6.1.8.1 Valorização dos modos de vida tradicionais

Quadro 248 – Valorização dos modos de vida tradicionais

Programa	Bragança Paulista rural
Projeto	Valorização dos modos de vida tradicionais
Objetivos	Fazer plano para resgatar tradições visando recuperar e valorizar o legado cultural imaterial da região.
Ações a serem desenvolvidas	• Estabelecer metodologia para levantamento de tradições e modos de vida, incluindo produção artesanal de alimentos e bebidas. • Levantar tradições e modos de vida. • Analisar possibilidades e prioridades de valorização e resgate. • Analisar possibilidades para turismo. • Elaborar plano de ação.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 235.200,00 • Para o estabelecimento da metodologia de levantamento foi estimado um especialista por 5 dias. • Para o levantamento das tradições e modos de vida foram previstos 15 dias de um graduado. • Para as etapas de análise e plano de ação, foi considerado o trabalho de um especialista por 10 dias e um graduado por 15 dias.
Prioridade de implantação	Média

Fonte: Elaboração própria.

6.1.8.2 Esclarecimentos e mobilização das comunidades para o turismo rural

Quadro 249 – Esclarecimentos e mobilização das comunidades para o turismo rural

Programa	Bragança Paulista rural
Projeto	Esclarecimentos e mobilização das comunidades para o turismo rural
Objetivos	Esclarecer, nos primeiros 18 meses, para no mínimo 50 moradores interessados das zonas rurais, as possibilidades de geração de trabalho e renda com o turismo rural e o turismo em espaços rurais. Mobilizar para as possibilidades de envolvimento e desenvolvimento da atividade.
Ações a serem desenvolvidas	Desenvolver metodologia e realizar oficinas de esclarecimento e mobilização para moradores das zonas rurais do município, com duração de 8 horas.
Agentes envolvidos/responsáveis	- Secretaria de Cultura e Turismo - Associações comunitárias Secretaria de Agronegócios SENAR Sindicato Rural
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 26.000,00 por oficina - O planejamento e elaboração das oficinas não foram orçados, por considerar que estão inclusos no valor da hora paga durante a realização da oficina. - Para a divulgação nas associações e comunidades rurais foram estimadas 10 horas de trabalho de um especialista. - Durante a realização das oficinas foram considerados dois especialistas, com carga horária de 8 h/aula cada.
Prioridade de implantação	Média

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Trecho em negrito corresponde a contribuições, recomendações e solicitações de alterações realizadas durante a oficina de validação dos projetos.

6.1.9 Eventos em Bragança Paulista

6.1.9.1 Aproveitamento turístico dos eventos

Quadro 250 – Aproveitamento turístico dos eventos

Programa	Eventos em Bragança Paulista
Projeto	Aproveitamento turístico dos eventos
Objetivos	Identificar os principais e mais característicos eventos e festas do município, visando sua divulgação e melhor planejamento para se tornarem produtos turísticos.
Ações a serem desenvolvidas	• Definir critérios para identificar os principais e mais característicos eventos e festejos regionais. • Identificar os principais e mais característicos eventos e festejos regionais. • Realizar oficinas de planejamento com membros das comunidades envolvidos na organização e realização dos eventos e festejos. Cada oficina deverá focar no planejamento dos eventos e mencionar pontos de melhoria e maneiras de aproveitá-los como produto turístico.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 35.200,00 • Para implantação foram consideradas 40 horas de trabalho de um graduado para identificar os principais e mais característicos eventos e festejos em fontes primárias. • Para operação das oficinas foram consideradas 8 horas de trabalho de dois especialistas.
Prioridade de implantação	Alta

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Trecho em negrito corresponde a contribuições, recomendações e solicitações de alterações realizadas durante a oficina de validação dos projetos.

6.1.9.2 Revisão do calendário de eventos

Quadro 251 – Revisão do calendário de eventos

Programa	Eventos em Bragança Paulista
Projeto	Revisão do calendário de eventos
Objetivos	Revisar o calendário de eventos atual do município, com foco nas manifestações culturais, negócios e eventos esportivos e ecológicos .
Ações a serem desenvolvidas	- Revisar o calendário de eventos oficial do município tendo como foco os resultados do projeto 'Aproveitamento turístico de eventos' e 'Políticas públicas para incentivo à realização de eventos'. - Definir critérios para o evento figurar entre cultural, de negócios ou esportivo. - Estabelecer e divulgar prazo e canal de comunicação com empresas e instituições que realizam eventos para figurarem no calendário. - Organizar calendário anual. - Divulgar calendário anual em <i>site</i> oficial, <i>sites</i> empresarias, <i>blogs</i>, revistas e jornais locais e outros canais.
Agentes envolvidos/responsáveis	- Secretaria de Cultura e Turismo - Setor privado Sociedade civil
Dificuldade técnica	Baixa
Estimativa financeira	R\$ 38.400,00 - O levantamento de eventos não foi orçado, por considerar que será realizado no projeto 'Políticas públicas para incentivo à realização de eventos' e 'Aproveitamento turístico dos eventos'. - Para a elaboração do plano de divulgação do calendário de eventos foram considerados 10 dias de trabalho de um graduado.
Prioridade de implantação	Alta

Fonte: Elaboração própria.

Notas: O projeto se refere ao calendário de eventos constante da lei 3128, de 25 de setembro de 1998 e suas atualizações. Disponível em <https://leismunicipais.com.br/a2/sp/b/braganca-paulista/lei-ordinaria/1998/312/3128/lei-ordinaria-n-3128-1998-institui-o-calendario-de-eventos-do-municipio>, acesso em julho/2017.

- Trechos em negrito correspondem a contribuições, recomendações e solicitações de alterações realizadas durante a oficina de validação dos projetos.

6.1.10 Turismo qualificado

6.1.10.1 Capacitação de gestores e empresários da cadeia produtiva do turismo

Quadro 252 – Capacitação de gestores e empresários da cadeia produtiva do turismo

Programa	Turismo qualificado
Projeto	Capacitação de gestores e empresários da cadeia produtiva do turismo
Objetivos	Capacitar, no mínimo, 30 gestores e empresários do município durante os primeiros 18 meses, e regularmente depois, para o melhor planejamento e gestão dos empreendimentos turísticos.
Ações a serem desenvolvidas	• Planejar e elaborar aulas e material didático para o curso de gestão empresarial, com carga horária de 40 h/aula. São exemplos de temas: boas práticas sociais e ambientais, gestão patrimonial, gestão de pessoal, gestão operacional e vendas, comunicação e gestão organizacional, criatividade e iniciativa, conhecimento e desenvolvimento pessoal, melhoria nas instalações físicas e equipamentos, qualidade no atendimento, qualidade na oferta de produtos e serviços, comercialização e marketing, administração do negócio em geral, ferramentas de comunicação digitais, entre outros. • Mobilizar e inscrever participantes (gestores e empresários da iniciativa privada envolvidos com a cadeia produtiva do turismo). • Definir locais para realização dos cursos, critérios de seleção e inscrição de participantes. • Realizar curso.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Universidades
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 118.400,00 • O planejamento e elaboração das aulas e material didático não foram orçados, por considerar que estão inclusos no valor da hora paga durante a realização do curso. • Para a mobilização dos participantes e definição dos locais para realização dos cursos foram estimados 10 dias de trabalho de um graduado. • Durante a realização dos cursos foram considerados dois especialistas com carga horária de 40 h/aula cada.
Prioridade de implantação	Alta

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Trecho em negrito corresponde a contribuições, recomendações e solicitações de alterações realizadas durante a oficina de validação dos projetos.

6.1.10.2 Capacitação de mão de obra em função especializada do turismo

Quadro 253 – Capacitação de mão de obra em função especializada do turismo

Programa	Turismo qualificado
Projeto	Capacitação de mão de obra em função especializada do turismo
Objetivos	Capacitar, no mínimo, 30 profissionais da área de turismo e hotelaria durante os primeiros 18 meses, e regularmente depois.
Ações a serem desenvolvidas	• Planejar e elaborar aulas e material didático para cursos para profissionais de turismo e hotelaria, com carga horária de 40 h/aula. São exemplos de temas: boas práticas na manipulação e fabricação de alimentos, tradições culinárias locais, boas práticas na higienização das instalações de meios de hospedagem, apresentação pessoal, qualidade do atendimento, entre outros. • Mobilizar e inscrever participantes (profissionais envolvidos com a cadeia produtiva do turismo). • Definir locais para realização dos cursos, critérios de seleção e inscrição de participantes. • Realizar curso.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Setor privado
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 118.400,00 • O planejamento e elaboração das aulas e material didático não foram orçados, por considerar que estão inclusos no valor da hora paga durante a realização do curso. • Para a mobilização dos participantes e definição dos locais para realização dos cursos foram estimados 10 dias de trabalho de um graduado. • Durante a realização dos cursos foram considerados dois especialistas com carga horária de 40 h/aula cada.
Prioridade de implantação	Alta

Fonte: Elaboração própria.

6.1.10.3 Empreendedorismo

Quadro 254 – Empreendedorismo

Programa	Turismo qualificado
Projeto	Empreendedorismo
Objetivos	Incentivar o empreendedorismo no turismo no município, por meio da realização de cursos para, no mínimo, 30 participantes nos primeiros 18 meses, e regularmente depois, que auxiliem a refletir sobre oportunidades do setor e viabilidade econômica nos diversos ramos dessa cadeia produtiva.
Ações a serem desenvolvidas	• Planejar e elaborar aulas e material didático para o curso empreendedorismo no turismo, com carga horária mínima de 24 h/aula. • Mobilizar e inscrever participantes. • Definir locais para realização dos cursos e inscrever participantes. • Realizar cursos.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Setor privado • Universidades • SEBRAE
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 86.400,00 • O planejamento e elaboração das aulas e material didático não foram orçados, por considerar que estão inclusos no valor da hora paga durante a realização do curso. • Para a mobilização dos participantes e definição dos locais para realização dos cursos foram estimados 10 dias de trabalho de um graduado. • Durante a realização dos cursos foram considerados dois especialistas com carga horária de 24 h/aula cada.
Prioridade de implantação	Média

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Trecho em negrito corresponde a contribuições, recomendações e solicitações de alterações realizadas durante a oficina de validação dos projetos.

6.1.10.4 Oficinas de artesanato

Quadro 255 – Capacitação de gestores e empresários da cadeia produtiva do turismo

Programa	Turismo qualificado
Projeto	Oficinas de artesanato
Objetivos	Organizar oficinas de artesanato com o objetivo de desenvolver produtos originais e com identidade local, resgatando materiais, técnicas e estéticas locais.
Ações a serem desenvolvidas	• Planejar e elaborar oficinas, com carga horária de 20 h/aula. • Mobilizar e inscrever participantes (artesãos e pessoas envolvidas com trabalhos manuais). • Definir locais para realização, critérios de seleção e inscrição de participantes. • Realizar oficinas.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 59.200,00 • O planejamento e elaboração das aulas e material didático não foram orçados, por considerar que estão inclusos no valor da hora paga durante a realização do curso. • Para a mobilização dos participantes e definição dos locais para realização dos cursos foram estimados 5 dias de trabalho de um graduado. • Durante a realização dos cursos foram considerados dois especialistas com carga horária de 20 h/aula cada.
Prioridade de implantação	Média

Fonte: Elaboração própria.

6.1.11 Receptivo em Bragança Paulista

6.1.11.1 Aperfeiçoamento de guias e condutores de turismo

Quadro 256 – Aperfeiçoamento de guias e condutores de turismo

Programa	Receptivo em Bragança Paulista
Projeto	Aperfeiçoamento de guias e condutores de turismo
Objetivos	Aperfeiçoar, no mínimo, 30 guias e condutores de turismo nos primeiros 18 meses, e regularmente depois, que atuam no município, em competências relacionadas à hospitalidade, segurança, história, cultura e características ambientais da região.
Ações a serem desenvolvidas	- Planejar e elaborar aulas e material didático para o curso de aperfeiçoamento de guia e condutor de turismo, que aborde hospitalidade, segurança, história, cultura e características ambientais da região e inclua aulas práticas e teóricas, com carga horária mínima de 36 h/aula. - Mobilizar participantes. - Definir local para realização dos cursos e inscrever participantes. - Realizar curso para, no mínimo, 30 participantes.
Agentes envolvidos/responsáveis	- Secretaria de Cultura e Turismo - Setor privado
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 152.640,00 - O planejamento e elaboração das aulas e material didático não foram orçados, por considerar que estão inclusos no valor da hora paga durante a realização do curso. - Para a mobilização dos participantes e definição do local para realização do curso foram estimados 21 dias de trabalho de um graduado. - Durante a realização dos cursos foi considerado dois especialistas.
Prioridade de implantação	Média

Fonte: Elaboração própria.

6.1.11.2 Criação de roteiros de visitação

Quadro 257 – Criação de roteiros de visitação

Programa	Receptivo em Bragança Paulista
Projeto	Criação de roteiros de visitação
Objetivos	Identificar, formatar e operar ao menos um roteiro turístico/ passeio temático no município nos primeiros 18 meses. Exemplos: roteiro de bem-estar (Lago, parques municipais, restaurante de comida natural, caminhada, feira de orgânicos etc.); roteiro rural; roteiro histórico; ecoturismo.
Ações a serem desenvolvidas	• Selecionar atrativos, equipamentos e serviços turísticos prontos para visitação. • Formatar e estruturar roteiro, incluindo negociações com o <i>trade</i> turístico e divulgação para a demanda. • Implantar e comercializar o roteiro.
Agentes envolvidos/ responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Setor privado
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 38.400,00 • Para a seleção dos atrativos e formatação dos roteiros foram estimados 10 dias de trabalho de um graduado. • A comercialização e operação do roteiro não foi orçada.
Prioridade de implantação	Média

Fonte: Elaboração própria.

6.1.12 Bragança Paulista para bragantinos

6.1.12.1 Incentivo para uso de atrativos locais para lazer e recreação da população

Quadro 258 – Incentivo para uso de atrativos locais para lazer e recreação da população

Programa	Bragança Paulista para bragantinos
Projeto	Incentivo para uso de atrativos locais para lazer e recreação da população
Objetivos	Incentivar a população local a usar equipamentos e serviços turísticos para lazer e recreação.
Ações a serem desenvolvidas	• Negociar convênios com empreendimentos privados (restaurantes, atrativos turísticos rurais e urbanos, <i>campings</i>, entre outros) para descontos para moradores de Bragança Paulista e períodos em que se aplicam. • Divulgar aos moradores.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Setor privado
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 549.120,00 • Foi estimado o trabalho de um graduado e um técnico em período integral por 21 dias e um especialista por 5 dias. Então, a equipe uma vez ao mês durante 17 meses.
Prioridade de implantação	Alta

Fonte: Elaboração própria.

Nota: **O projeto foi considerado como tendo estimativa financeira elevada** durante a oficina de validação dos projetos.

6.1.12.2 Oportunidades de lazer e cultura para crianças e jovens

Quadro 259 – Oportunidades de lazer e cultura para crianças e jovens

Programa	Bragança Paulista para bragantinos
Projeto	Oportunidades de lazer e cultura para crianças e jovens
Objetivos	Promover oportunidades de cultura e lazer para crianças e adolescentes de escolas públicas, visando a valorização dos aspectos locais de Bragança Paulista.
Ações a serem desenvolvidas	Elaborar e implantar plano de ação para promover oportunidades de cultura e lazer para crianças e adolescentes de escolas públicas. O plano deve: • identificar atrativos culturais adequados para receber crianças e jovens; • verificar viabilidade de inserção dessas atividades no calendário letivo; • promover reuniões de interessados em receber as crianças e jovens; • facilitar a articulação entre os interessados, os órgãos públicos e demais envolvidos.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Secretaria de Educação • Setor privado
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 149.280,00 • O levantamento dos atrativos culturais não foi orçado, por considerar que será realizado nos projetos 'Resgate das tradições culturais' e 'Valorização do patrimônio cultural material'. • Foi considerado o trabalho, por 21 dias, de um graduado para identificar atrativos adequados para crianças e jovens e verificar a viabilidade de inseri-los no calendário escolar. • Foi considerado o trabalho de um graduado e um técnico, um dia por mês durante 11 meses para promover reuniões e articular a comunicação entre os interessados.
Prioridade de implantação	Baixa

Fonte: Elaboração própria.

Nota: **O projeto foi considerado como tendo estimativa financeira elevada** durante a oficina de validação dos projetos.

6.1.13 Marketing de Bragança Paulista

6.1.13.1 Marca de Bragança Paulista

Quadro 260 – Marca de Bragança Paulista

Programa	Marketing de Bragança Paulista
Projeto	Marca de Bragança Paulista
Objetivos	Divulgar Bragança Paulista visando aumentar e qualificar o fluxo de visitantes.
Ações a serem desenvolvidas	Desenvolver marca do destino, prevendo a aplicação em: • papelaria e material gráfico em geral • <i>site</i> • <i>folder</i> • sinalização • materiais de expositores de eventos • <i>displays</i> • brindes • <i>outdoors</i> • outros.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo
Dificuldade técnica	Alta
Estimativa financeira	R\$ 30.000,00
Prioridade de implantação	Alta

Fonte: Elaboração própria.

Nota: **A discussão proposta durante a oficina de validação dos projetos (item 7.3) de charcutaria versus língua bragantina deve ser considerada caso a construção da marca implique em referência à produção gastronômica de Bragança Paulista.**

6.1.13.2 Sistema de divulgação intra-empresendimentos da oferta turística

Quadro 261 – Sistema de divulgação intra-empresendimentos da oferta turística

Programa	Marketing de Bragança Paulista
Projeto	Sistema de divulgação intra-empresendimentos da oferta turística
Objetivos	Promover a divulgação da oferta turística, de forma padronizada, com material impresso, nos atrativos, equipamentos e serviços de turismo do município.
Ações a serem desenvolvidas	- Identificar atrativos, equipamentos e serviços turísticos interessados em divulgar e ser divulgado por meio de uma rede de cooperação da oferta turística de Bragança Paulista. - Desenvolver e distribuir material de divulgação.
Agentes envolvidos/responsáveis	- Secretaria de Cultura e Turismo - Setor privado
Dificuldade técnica	Baixa
Estimativa financeira	R\$ 289.200,00 - Foram consideradas 40 horas de trabalho de um graduado para realizar o levantamento dos interessados em participar do sistema de divulgação intra-empresendimentos. - Para o desenvolvimento do material foi considerado um especialista por 21 dias. - Para a distribuição do material, foram previstas 20 horas mensais de um técnico por 17 meses. A produção do material não está orçada, devendo ser de responsabilidade do setor privado.
Prioridade de implantação	Média.

Fonte: Elaboração própria.

6.1.13.3 Plano de marketing digital

Quadro 262 – Plano de marketing digital

Programa	Marketing de Bragança Paulista
Projeto	Plano de marketing digital
Objetivos	Elaborar o plano de marketing digital de Bragança Paulista de forma que o destino tenha boa presença no ambiente digital e seja encontrado e escolhido pelos turistas, que podem ainda reservar e comprar serviços turísticos <i>online</i> .
Ações a serem desenvolvidas	• Definir objetivos do plano de marketing digital. • Definir público-alvo e estratégias para atingi-lo no ambiente digital. • Contratar empresa especializada em elaboração de <i>sites</i> e gestão de redes sociais. • Elaborar o conteúdo que será disponibilizado no <i>site</i> e nos canais digitais do destino. • Definir ações para divulgar o <i>site</i> e os canais nas redes sociais • Contar com estratégias de <i>search engine optimization</i> (SEO) para bom posicionamento do <i>site</i> nos mecanismos de busca. • Criar campanha para incentivar empresários a inserirem suas empresas no TripAdvisor. • Gerenciar mídias sociais, compartilhando conteúdo relevante para potenciais turistas e gerenciando a reputação online do destino.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 127.600,00 • Foram previstos 15 dias de trabalho de um graduado. • Para a elaboração de <i>site</i> e gestão de rede sociais, foram previstos R\$ 70.000,00.
Prioridade de implantação	Alta

Fonte: Elaboração própria.

Nota: **O projeto foi considerado como tendo estimativa financeira elevada; e foi proposta a execução de ações que garantam internet aberta no município** durante a oficina de validação dos projetos.

6.1.13.4 Canais de comunicação entre Secretaria de Cultura e Turismo, COMTUR, sociedade civil organizada e *trade* turístico

Quadro 263 – Canais de comunicação entre Secretaria de Cultura e Turismo, COMTUR, sociedade civil organizada e *trade* turístico

Programa	Marketing de Bragança Paulista
Projeto	Canais de comunicação entre Secretaria de Cultura e Turismo, COMTUR, sociedade civil organizada e <i>trade</i> turístico
Objetivos	Aumentar e aprimorar os canais de comunicação entre a Secretaria de Cultura e Turismo, o COMTUR de Bragança Paulista, a sociedade civil organizada e o <i>trade</i> turístico.
Ações a serem desenvolvidas	- Definir e implantar canais de comunicação em Bragança Paulista que envolvam a criação de canal de divulgação digital (como <i>website</i> ou <i>blog</i>) e contemplem uma síntese atualizada das atividades, ações e programas realizados, tomadas de decisões, atas de reuniões e espaço para contato direto. Deve-se considerar a necessidade de treinamento de funcionários da Secretaria de Cultura e Turismo ou membros do COMTUR para manutenção e atualização dos conteúdos. - Montar estratégia de divulgação e acesso aos canais de comunicação.
Agentes envolvidos/responsáveis	- Secretaria de Cultura e Turismo - COMTUR
Dificuldade técnica	Média
Estimativa financeira	R\$ 97.600,00 Para a definição e implantação dos canais de comunicação do município foram estimados 5 dias de trabalho de um especialista e 15 dias de um graduado.
Prioridade de implantação	Alta

Fonte: Elaboração própria.

6.1.13.5 Criação de vídeo institucional de turismo

Quadro 264 – Criação de vídeo institucional de turismo

Programa	Marketing de Bragança Paulista
Projeto	Criação de vídeo institucional de turismo
Objetivos	Criar ferramenta para divulgação dos atrativos e equipamentos turísticos de Bragança Paulista, tanto para população quanto para visitantes.
Ações a serem desenvolvidas	• Selecionar atrativos e recursos turísticos públicos que constarão no vídeo institucional. • Definir critérios para seleção de atrativos, recursos, serviços e equipamentos turísticos privados que constarão no vídeo institucional. • Elaborar e executar roteiro de produção do vídeo.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Setor privado
Dificuldade técnica	Baixa
Estimativa financeira	R\$ 127.600,00 • Para a seleção dos atrativos e recursos turísticos públicos e para a definição de critérios e seleção de atrativos, recursos, serviços e equipamentos turísticos privados foram previstos 15 dias de trabalho de um graduado. • Para a produção do vídeo institucional, foram previstos R\$ 70.000,00
Prioridade de implantação	Média

Fonte: Elaboração própria.

6.1.13.6 Divulgação das peças institucionais de turismo

Quadro 265 – Divulgação das peças institucionais de turismo

Programa	Marketing de Bragança Paulista
Projeto	Divulgação das peças institucionais de turismo: <i>site</i> , canais nas mídias sociais, <i>outdoors</i> e vídeo
Objetivos	Incentivar empresas, associações, secretarias municipais e instituições de ensino a veicular o vídeo institucional de Bragança Paulista, de forma a divulgar os atrativos e equipamentos, tanto para população bragantina quanto para visitantes.
Ações a serem desenvolvidas	• Definir locais possíveis de divulgação do vídeo: empresas de ônibus escolares, museus, hotéis, lojas, atrativos turísticos, bancos, <i>site</i> da Prefeitura e de parceiros, postos de gasolina nas rodovias próximas, dentre outros. • Distribuir cópia do vídeo para os parceiros. • Incentivar parceiros a veicular o vídeo com frequência. • Definir locais de <i>outdoors</i>, especialmente importantes para viajantes de passagem. • Criar campanha para incentivar a população a interagir e compartilhar os canais das mídias sociais relacionados ao turismo no município.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Setor privado
Dificuldade técnica	Baixa
Estimativa financeira	R\$ 62.400,00 • Para a seleção dos locais para exibição do vídeo institucional foram previstos 10 dias de trabalho de um técnico. • Para a distribuição do vídeo institucional foram previstos 5 dias de trabalho de um técnico. • Foi considerado o trabalho de um técnico, um dia por mês durante 11 meses para monitoramento e incentivo à veiculação do vídeo. Materiais e locação para <i>outdoors</i> não foram orçados.
Prioridade de implantação	Média

Fonte: Elaboração própria.

6.1.13.7 Melhoria da participação em feiras e eventos de turismo

Quadro 266 – Melhoria da participação em feiras e eventos de turismo

Programa	Marketing de Bragança Paulista
Projeto	Melhoria da participação em feiras e eventos de turismo
Objetivos	Oportunizar a participação, de forma institucional, de Bragança Paulista nas principais feiras e eventos de turismo do estado de São Paulo e do Brasil.
Ações a serem desenvolvidas	• Traçar estratégia de participação de Bragança Paulista em feiras e eventos de turismo e também de outros segmentos, em âmbito estadual e nacional. • Organizar a participação do município nas principais feiras e eventos de turismo identificados, o que inclui, por exemplo, a reserva de estandes institucionais.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo
Dificuldade técnica	Baixa
Estimativa financeira	R\$ 163.200,00 • Para a definição de estratégias de participação do município em feiras e eventos foram estimados 15 dias de trabalho de um especialista. • Para a organização da participação de Bragança Paulista nas feiras foi considerado o trabalho de um graduado e dois técnicos, durante 5 meses. • Não estão considerados o aluguel nem materiais para estande.
Prioridade de implantação	Baixa

Fonte: Elaboração própria.

Nota: **O projeto não foi considerado como prioritário para ser implantado nos primeiros 18 após a entrega do PMT** durante a oficina de validação dos projetos.

6.1.14 Monitoramento do turismo

6.1.14.1 Definição de indicadores, linha de base e parcerias para pesquisas

Quadro 267 – Definição de indicadores,

Programa	Monitoramento do turismo
Projeto	Definição de indicadores, linha de base e parcerias para pesquisas
Objetivos	Estabelecer indicadores e estatísticas que devem compor o sistema de inteligência do turismo do município, alinhados aos dados produzidos ou recomendados pela Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, pelo MTur e pela OMT. Implementar programa contínuo de fomento público para o desenvolvimento de pesquisa, inovação e conhecimento por meio de parcerias com programas de pós-graduação, institutos sem fins lucrativos e empreendimentos privados.
Ações a serem desenvolvidas	• Avaliar pesquisas, estudos e indicadores de turismo produzidos em Bragança Paulista. • Verificar adequação às necessidades do município e às recomendações da Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, MTur e OMT. Recomendar ajustes. • Estabelecer linha de base para o sistema de inteligência do turismo do município. • Levantar programas de pós-graduação, institutos sem fins lucrativos e empreendimentos privados que conduzem pesquisas e estudos de turismo de Bragança Paulista. • Mobilizar agentes e articular parcerias.
Agentes envolvidos/responsáveis	• Secretaria de Cultura e Turismo • Instituições de ensino superior • Setor privado
Dificuldade técnica	Alta
Estimativa financeira	R\$ 768.000,00 • Para o levantamento das pesquisas de turismo realizadas no município foram previstos 15 dias de trabalho de um especialista e 30 dias de trabalho de um graduado. • Para a verificação do material disponível em relação às orientações estaduais, federais e internacionais quanto à produção de dados de turismo foram previstos 30 dias de trabalho de um especialista e 45 dias de um graduado • Para a definição de uma linha de base, foram estimados 15 dias de trabalho de um especialista. • Não foram estimadas horas de trabalho para o estabelecimento e acompanhamento de parcerias.
Prioridade de implantação	Alta

Fonte: Elaboração própria.

6.2 Principais aspectos

6.2.1 Dimensionamento do investimento total

Este item dedica-se ao dimensionamento do investimento necessário para que os projetos propostos para Bragança Paulista sejam realizados, considerando que sejam feitos por consultorias. A metodologia para a estimativa dos custos baseou-se no período de tempo e na quantidade de profissionais necessários para execução das ações descritas para cada projeto, em três níveis de habilidades diferentes, sendo eles especialista, graduado e técnico, que foram orçados por hora a valores correntes (250,00 reais, 120,00 reais e 75,00 reais por hora, respectivamente).

A Tabela 27 demonstra os valores de investimento, excetuando-se o programa de Requalificação do Centro Histórico.

Tabela 27 – Dimensionamento por componente, programa e projeto

Projeto	Valor estimado
Aperfeiçoamento e ampliação da sinalização viária, turística e ambiental	585.600,00
Mobilização e articulação do <i>trade</i> turístico	68.640,00
Capacitação para formulação e execução de ações sobre a cadeia produtiva do turismo	80.000,00
Revisão e discussão da atuação do COMTUR	168.000,00
Capacitação do COMTUR sobre seu papel	64.000,00
Políticas públicas para incentivo e financiamento de estruturação e ampliação de empreendimentos turísticos	218.400,00
Políticas públicas para incentivo à realização de eventos	267.200,00
Fomento a associações e cooperativas	257.280,00
Cooperação entre empresários da charcutaria (ou linguiça)	265.440,00
Desenvolvimento da gastronomia típica	156.480,00
Parceria do município com <i>shopping centers</i> e lojistas	-
Educação ambiental e sensibilização para o turismo para agentes multiplicadores	191.400,00
Resgate das tradições culturais	235.200,00
Valorização dos aspectos da cultura regional para crianças e adolescentes	20.800,00
Exposição de atividades culturais regionais	299.040,00
Valorização dos modos de vida tradicionais	235.200,00
Esclarecimentos e mobilização das comunidades para o turismo rural	26.000,00
Aproveitamento turístico dos eventos	35.200,00
Revisão do calendário de eventos	38.400,00

Projeto	Valor estimado
Capacitação de gestores e empresários da cadeia produtiva do turismo	118.400,00
Capacitação de mão-de-obra em função especializada do turismo	118.400,00
Empreendedorismo	86.400,00
Oficinas de artesanato	59.200,00
Aperfeiçoamento de guias e condutores de turismo	152.640,00
Criação de roteiros de visitação	38.400,00
Incentivo para uso de atrativos locais para lazer e recreação da população	549.120,00
Oportunidades de lazer e cultura para crianças e jovens	149.280,00
Marca de Bragança Paulista	30.000,00
Sistema de divulgação intra-empresendimentos da oferta turística	289.200,00
Posicionamento turístico digital	127.600,00
Canais de comunicação entre Secretaria de Cultura e Turismo, COMTUR, sociedade civil organizada e <i>trade</i> turístico	97.600,00
Criação de vídeo institucional de turismo	127.600,00
Divulgação das peças institucionais de turismo	62.400,00
Melhoria da participação em feiras e eventos de turismo	163.200,00
Definição de indicadores para estudos e pesquisas e estabelecimento de linha de base	768.000,00

Fonte: Elaboração própria.

6.2.2 Priorização dos projetos

O detalhamento dos programas, primeiro em projetos e, depois, em ações, feito no item anterior, permite selecionar e priorizar o que deve ser executado antes. No caso de Bragança Paulista, muitos projetos começam a ser trabalhados nos primeiros 18 meses após a entrega do PMT (por exemplo, com etapas referentes a estudos preliminares), para que tenham continuidade depois; alguns têm resultados que servem de base para outros projetos; e há ainda os que são mais prementes que outros.

O Quadro 268 relaciona os projetos de curto prazo listados conforme sua prioridade de implantação, apontando sua dificuldade técnica.

Quadro 268 – Projetos, por prioridade de implantação

Projeto	Prioridade de implantação	Dificuldade técnica
Marca de Bragança Paulista	Alta	Alta
Definição de indicadores para estudos e pesquisas e estabelecimento de linha de base	Alta	Alta
Mobilização e articulação do <i>trade</i> turístico	Alta	Média
Capacitação para formulação e execução de ações sobre a cadeia produtiva do turismo	Alta	Média
Aproveitamento turístico dos eventos	Alta	Média
Capacitação de gestores e empresários da cadeia produtiva do turismo	Alta	Média
Capacitação de mão-de-obra em função especializada do turismo	Alta	Média
Incentivo para uso de atrativos locais para lazer e recreação da população	Alta	Média
Posicionamento turístico digital	Alta	Média
Canais de comunicação entre Secretaria de Cultura e Turismo, COMTUR, sociedade civil organizada e <i>trade</i> turístico	Alta	Média
Revisão do calendário de eventos	Alta	Baixa
Aperfeiçoamento e ampliação da sinalização viária, turística e ambiental	Média	Alta
Políticas públicas para incentivo e financiamento de estruturação e ampliação de empreendimentos turísticos	Média	Alta
Políticas públicas para incentivo à realização de eventos	Média	Alta
Revisão e discussão da atuação do COMTUR	Média	Média

Projeto	Prioridade de implantação	Dificuldade técnica
Educação ambiental e sensibilização para o turismo para agentes multiplicadores	Média	Média
Resgate das tradições culturais	Média	Média
Valorização dos aspectos da cultura regional para crianças e adolescentes	Média	Média
Valorização dos modos de vida tradicionais	Média	Média
Esclarecimentos e mobilização das comunidades para o turismo rural	Média	Média
Empreendedorismo	Média	Média
Oficinas de artesanato	Média	Média
Aperfeiçoamento de guias e condutores de turismo	Média	Média
Criação de roteiros de visitação	Média	Média
Parceria do município com shopping centers e <i>lojistas</i>	Média	Baixa
Sistema de divulgação intra-empresendimentos da oferta turística	Média	Baixa
Criação de vídeo institucional de turismo	Média	Baixa
Divulgação das peças institucionais de turismo	Média	Baixa
Capacitação do COMTUR sobre seu papel	Baixa	Média
Fomento a associações e cooperativas	Baixa	Média
Cooperação entre empresários da charcutaria (ou linguiça)	Baixa	Média
Exposição de atividades culturais regionais	Baixa	Média
Oportunidades de lazer e cultura para crianças e jovens	Baixa	Média
Desenvolvimento da gastronomia típica	Baixa	Baixa
Melhoria da participação em feiras e eventos de turismo	Baixa	Baixa

Fonte: Elaboração própria.

7 Oficinas

O sucesso de ações de planejamento como as realizadas neste PMT depende, em grande medida, do envolvimento e participação de diversos atores, que fortalecem e validam as informações e ideias analisadas, discutidas e propostas. Assim, no decorrer de sua elaboração, foram realizadas oficinas que convocaram empresários e representantes do *trade* turístico, assim como entidades representativas da comunidade e *stakeholders*, a participar e colaborar. Este capítulo detalha os encontros ocorridos.

7.1 Reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho

Em 18 de novembro de 2016, no Centro Cultural Geraldo Pereira (Matadouro), ocorreu o primeiro encontro que reuniu representantes do COMTUR de Bragança Paulista para serem apresentados à equipe de consultores, se familiarizarem com o desenvolvimento do PMT e validarem suas etapas de execução previstas no Plano de Trabalho apresentado. Foram convidados todos os integrantes do COMTUR, sendo que o convite foi feito por telefone e reforçado por *email* com uma antecedência de 10 dias ao encontro.

A reunião contou com a participação de nove participantes, conforme registrado na lista de presença (Figura 321).

Figura 321 – Lista de presença, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho

Participantes		
Cássio Garkalns (Garkalns Consultoria)	(11) 97111-1402	cassio@garkalns.com.br
Sergio Marcos (Garkalns Consultoria)	(19) 9134-5339	fernandes.smzurita@gmail.com
Ivan Montanari Lima (Secretaria Municipal de Cultura e Turismo)	(11) 4034-6570	projetos.smct@gmail.com
Bia Maia (Coletivo Sócio-Ambiental)	(11) 9.7435-7111	biamaiia238@gmail.com
Teresa Montero Otondo (Associação Bragança Mais)	(11) 9.9531-3290	tmotondo@uol.com.br
Elisa Kaori Hara (Vinte Park Hotel)	(11) 9.9577-2906	ekaori@hotmail.com
André Luis Azzi (Petiscos & Cia / Sabores de Bragança)	(11) 9.9534-4011	petiscos1@hotmail.com
Paschoal Iuliani (Sabores de Bragança)	(11) 9.9842-2710	bellaitalia@uol.com.br
Décio de Lima (Sindicato do Comércio Patronal)	(11) 4033-7000	
João Acácio da Cunha (Galpão Busca Vida / Tico Rosa Bebidas)	(11) 9.6181-3020 / 9.9644-4011	joca.buscavida@hotmail.com
Assunção Santos (Canarime Brasil)	(11) 9.9588-2016	assunçãosantos2016@gmail.com

Fonte: Trabalho de campo.

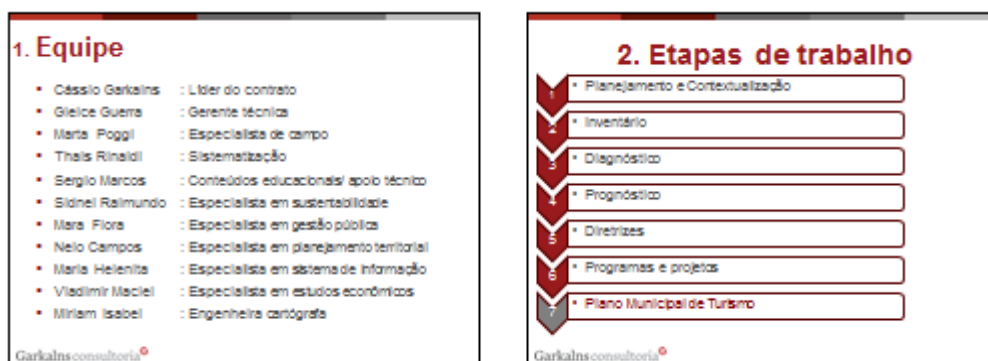
Foram apresentadas as etapas de elaboração do PMT, as ações previstas para o desenvolvimento, execução e conclusão dessas etapas e o cronograma inicial, como é indicado da Figura 322 à Figura 330.

Figura 322 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (1/9)



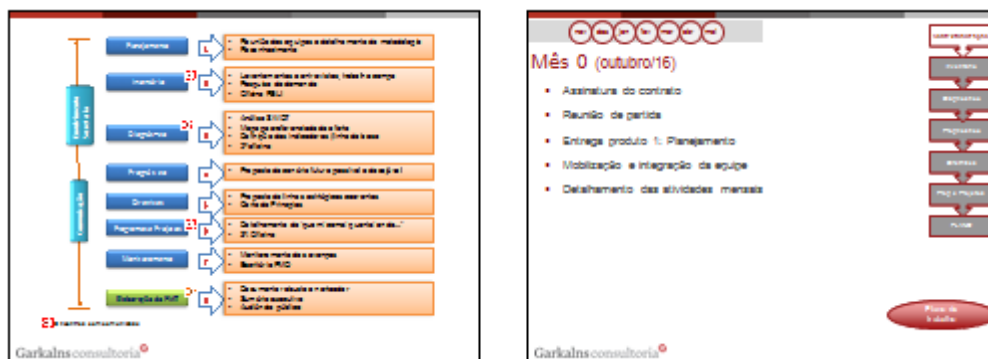
Fonte: Elaboração própria.

Figura 323 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (2/9)



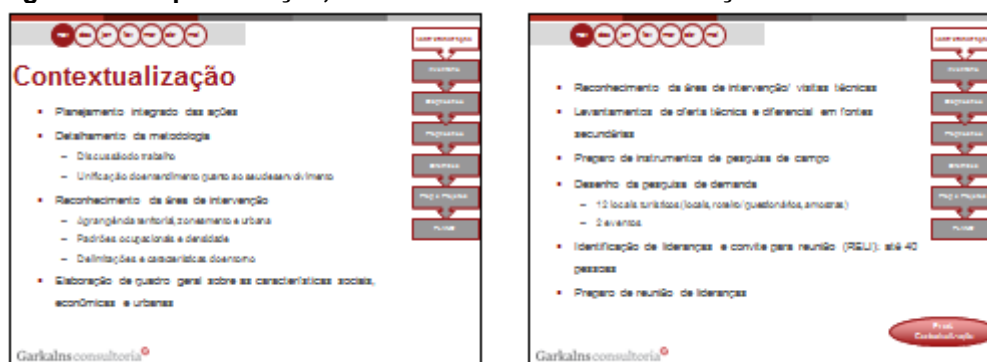
Fonte: Elaboração própria.

Figura 324 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (3/9)



Fonte: Elaboração própria.

Figura 325 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (4/9)



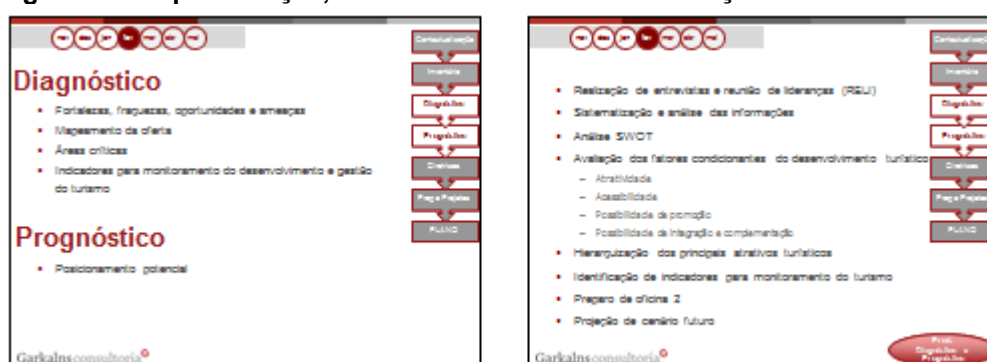
Fonte: Elaboração própria.

Figura 326 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (5/9)



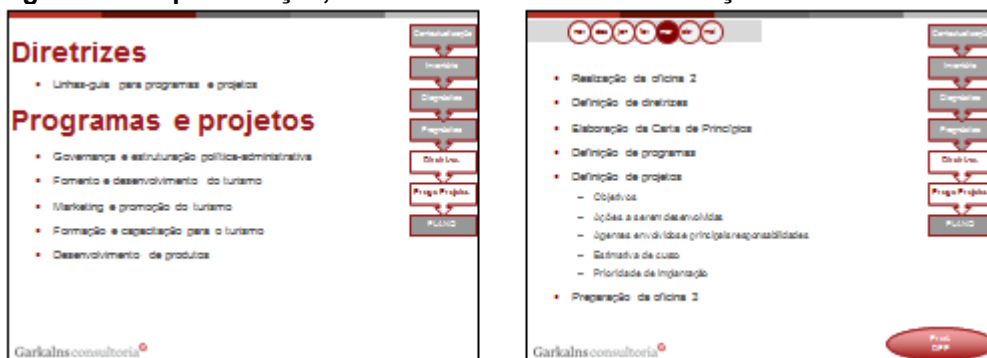
Fonte: Elaboração própria.

Figura 327 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (6/9)



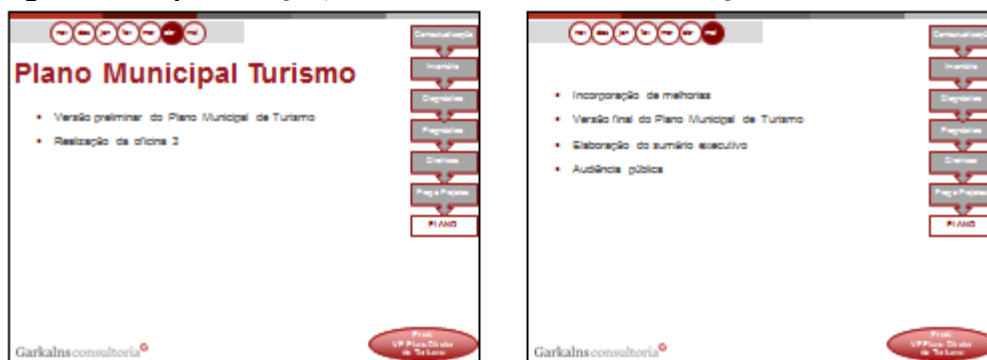
Fonte: Elaboração própria.

Figura 328 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (7/9)



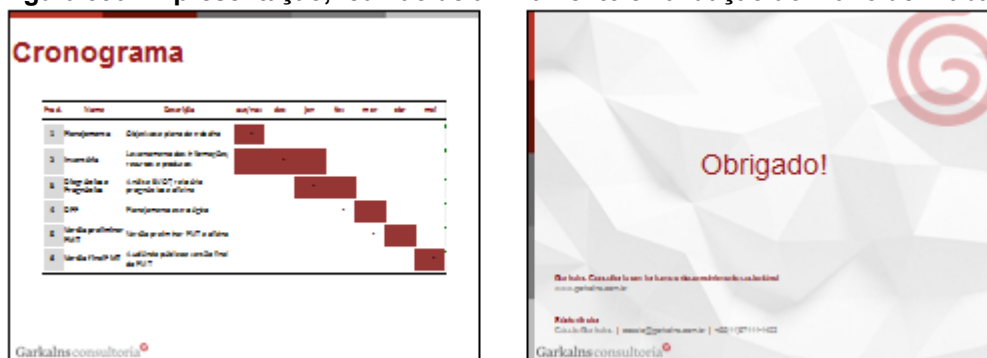
Fonte: Elaboração própria.

Figura 329 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (8/9)



Fonte: Elaboração própria.

Figura 330 – Apresentação, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (9/9)



Fonte: Elaboração própria.

A ata da reunião é registrada na Figura 331.

Figura 331 – Ata, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho

Súmula de Reunião				
Plano Municipal de Turismo de Bragança Paulista				
Data: 11/18/2016				
Temas discutidos:				
Apresentação do Plano de Trabalho do PMTurismo de Bragança				
Importância de serem marcadas reuniões mensais de monitoramento pelo Comtur com a presença da Garkalns				
Momento político é um desafio e uma oportunidade				
O sucesso do PMTur está diretamente relacionado ao engajamento e participação do Comtur				
A pesquisa de demanda de 2016 pode ser a linha base de controle para o monitoramento anual do fluxo de demanda turística em Bragança				
Marta e Sergio (Garkalns) iniciarão as visitas técnicas em campo para levantamento da oferta no final de novembro (Marta alinhará com Ivan), e o apoio do Comtur e da Secretaria é fundamental para a indicação de locais/ pessoas e o acompanhamento durante as visitas				
Encaminhamento		Resp	Prazo	Status
1	Garkalns Consultoria deve encaminhar metodologia da pesquisa de demanda para Ivan	Gleice	23-Nov	em andamento
2	Comtur deve realizar reunião de alinhamento na próxima semana e discutir sistema de comunicação (possibilidade de site)	Ivan	25-Nov	
3	Comtur deve mobilizar empresários locais para viabilizar brindes a serem distribuídos aos entrevistados na pesquisa de demanda	Decio	25-Nov	
4	Cada integrante do Comtur deve mobilizar de 4 a 5 atores representativos de seus setores de atuação			
5	Os integrantes do Comtur devem levantar documentos e quaisquer materiais que possam contribuir para o levantamento de informações na etapa de inventário e enviar para a Garkalns	Ivan	25-Nov	grguerra@gmail.com
6	Garkalns Consultoria deve disponibilizar a apresentação do plano de trabalho para ser compartilhada com os membros do Comtur	Sergio	23-Nov	ok
7	Prefeitura deve mobilizar agentes de trânsito para apoiar no dia da pesquisa da demanda	Ivan	30-Nov	em andamento
8	Garkalns deve alinhar com Ivan a agenda das primeiras atividades de campo para a realização do inventário	Marta/ Gleice	25-Nov	
9				
10				
11				
12				

Fonte: Elaboração própria.

Da Figura 332 à Figura 334 são apresentados os registros fotográficos da primeira oficina com o poder público.

Figura 332 – Participantes, reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 333 – Reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (a)



Fonte: Trabalho de campo.

Figura 334 – Reunião de alinhamento e validação do Plano de Trabalho (b)



Fonte: Trabalho de campo.

7.2 Oficina de validação do inventário turístico

No período de 15 a 18 de maio de 2017 foram realizados contatos telefônicos e por *email* com representantes e empresários da área de turismo de Bragança Paulista para convidá-los a participar da primeira oficina do *trade* turístico, ocorrida em 19 de maio de 2017, das 9:00 às 13:00, no auditório da Universidade Aberta, no bairro Jardim São Lourenço. Foram, no mínimo, 20 contatos, como mostra o Quadro 269.

Quadro 269 – Convidados, oficina de validação do inventário turístico

Contato	Empreendimento/ instituição
Pachcoal Iuliani (Lino)	Sabores de Bragança
Elisa Hara	20 Park Hotel
Kether Van Prehn Arruda	Conexão Equestre
Jovem	MWS Cable Park
João Acácio da Cunha	Galpão Busca Vida
André Prata	Esportes de aventura
Fábio Delduque	Fazenda Serrinha
Henry	Fazenda Coronel Jacinto
Bia Maia	Coletivo Sócio-Ambiental
Teresa Montero Otondo	Associação Bragança Mais
Décio de Lima	Associação Comercial, Sindicato do Comércio Patronal, Guia de Bragança
Sidney	Marina Confiança
César	TH Traditional House
Sérgio	Hotel Villa Santo Agostinho
André Leite	Associação dos Produtores de Linguíça
Alzira	SETUR - artesanato
Ivan	Ex-Secretário de Turismo
Gabriel Simão	Festa da Linguíça, Beer Fest
Carlos Alberto de Souza	Secretário de Esportes
Fábio José Machado	Secretário de Meio Ambiente

Fonte: Elaboração própria.

O convite (Figura 335) foi disponibilizado também no *site* da prefeitura (Figura 336), convidando toda a população interessada a participar.

Figura 335 – Convite, oficina de validação do inventário turístico



Estão sendo convidados os integrantes do Conselho Municipal de Turismo, proprietários dos principais empreendimentos turísticos do município (hotéis, pousadas, bares, restaurantes, lojas) e pessoas ligadas às áreas de turismo e lazer (associações, profissionais liberais, guias). Nessa ocasião, iremos:

- apresentar o levantamento de informações que foi realizado nos últimos meses sobre os principais atrativos e equipamentos turísticos da região, discutir possíveis ajustes e validar as informações;
- discutir sobre as possibilidades de desenvolvimento do turismo no município.

Não há custo para participar.

Sua presença é muito importante. Pedimos confirmar sua participação até o dia 16/05/2017, pelo e-mail: cultura@braganca.sp.gov.br

Muito obrigado.

Cleber Centini Cassali
Secretário Municipal de Cultura e Turismo
Prefeitura de Bragança Paulista

Fonte: Elaboração própria.

Figura 336 – Press release, oficina de validação do inventário turístico



Fonte: Bragança Paulista, 2017.

Na oficina compareceram 21 participantes, incluindo 11 representantes do poder público de Bragança Paulista, como o Secretário de Cultura e Turismo e funcionários da Secretaria, um vereador e responsáveis pela imprensa oficial da prefeitura. Os demais participantes representavam bares e restaurantes, atrativos rurais, meios de hospedagem e a comunidade Sorriso. A Figura 337 e a Figura 338 registram a lista de presença.

Figura 337 – Lista de presença, oficina de validação do inventário turístico (a)

EVENTO: Oficina LISTA DE PRESENÇA Local: UAB Data: 18.05.17 Garkalns Consultoria

N.	NOME	INSTITUIÇÃO	CELULAR	EMAIL	ASSINATURA
1	Leite Chagas	Paraná Moura	991110601	leite.chagas@gmail.com	
2	Maria de Fátima Simão	Paraná Moura	997530909	mariafatima.simao@gmail.com	
3	Paulo Roberto Silva	Sociedade Paranaense	993521671	paranense@paranense.com.br	
4	André L. Almeida	Paraná Moura	995341011	andrealmeida@gmail.com	
5	Roberto Ferreira	Paraná Moura	995341011	robertoferreira@gmail.com	
6	Roberto Ferreira	Sociedade Paranaense	995341011	robertoferreira@gmail.com	
7	Roberto Ferreira	Sociedade Paranaense	995341011	robertoferreira@gmail.com	
8	Roberto Ferreira	Sociedade Paranaense	995341011	robertoferreira@gmail.com	
9	Roberto Ferreira	Sociedade Paranaense	995341011	robertoferreira@gmail.com	
10	Roberto Ferreira	Sociedade Paranaense	995341011	robertoferreira@gmail.com	
11	Roberto Ferreira	Sociedade Paranaense	995341011	robertoferreira@gmail.com	
12	Roberto Ferreira	Sociedade Paranaense	995341011	robertoferreira@gmail.com	
13	Roberto Ferreira	Sociedade Paranaense	995341011	robertoferreira@gmail.com	
14	Roberto Ferreira	Sociedade Paranaense	995341011	robertoferreira@gmail.com	
15	Roberto Ferreira	Sociedade Paranaense	995341011	robertoferreira@gmail.com	
16	Roberto Ferreira	Sociedade Paranaense	995341011	robertoferreira@gmail.com	
17	Roberto Ferreira	Sociedade Paranaense	995341011	robertoferreira@gmail.com	
18	Roberto Ferreira	Sociedade Paranaense	995341011	robertoferreira@gmail.com	
19	Roberto Ferreira	Sociedade Paranaense	995341011	robertoferreira@gmail.com	
20	Roberto Ferreira	Sociedade Paranaense	995341011	robertoferreira@gmail.com	

18.05.2017 13:05

Fonte: Trabalho em campo.

Figura 338 – Lista de presença, oficina de validação do inventário turístico (b)

EVENTO: Oficina LISTA DE PRESENÇA Local: UAB Data: 18.05.17 Garkalns Consultoria

N.	NOME	INSTITUIÇÃO	CELULAR	EMAIL	ASSINATURA
1	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
2	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
3	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
4	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
5	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
6	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
7	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
8	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
9	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
10	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
11	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
12	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
13	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
14	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
15	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
16	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
17	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
18	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
19	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	
20	Decio de Lima	Sociedade Paranaense	992556613	decio.de.lima@gmail.com	

18.05.2017 13:05

Fonte: Trabalho em campo.

A abertura foi feita pelo Secretário Municipal de Cultura e Turismo, Sr. Cleber Centini (Figura 339), e pela consultora Gleice R. Guerra (Figura 340), representante da Garkalns Consultoria.

Figura 339 – Abertura da oficina pelo Secretário de Cultura e Turismo



Fonte: Trabalho em campo.

Figura 340 – Abertura da oficina pela coordenação técnica da Garkalns



Fonte: Trabalho em campo.

Foi enfatizada a importância da participação de todos para levantamento e hierarquização dos principais atrativos do município e para a definição de diretrizes para o turismo, por meio da discussão sobre os objetivos de desenvolvimento turístico e segmentos de demanda turística desejados.

Para facilitar a realização das atividades previstas, foi solicitado que todos os participantes se dirigissem ao palco para se apresentarem. O grupo se dividiu por gênero, faixa etária (a linha de corte por volta dos 40 anos) e áreas de trabalho (educação, cultura, turismo), como mostra a Figura 341. A dinâmica possibilitou a criação de um clima propício para o trabalho coletivo.

Figura 341 – Apresentação dos participantes, oficina de validação do inventário turístico



Fonte: Trabalho em campo.

A atividade para identificação dos principais atrativos de Bragança Paulista foi desenvolvida a partir da pergunta orientadora: Qual turismo se tem hoje no município? A partir de cerca de 30 fotos distintas de atrativos e recursos identificados pelo inventário turístico conduzido para este PMT, previamente coladas nas paredes, foi solicitado aos participantes que andassem pela sala e escolhessem uma foto que mais representasse Bragança Paulista e seu turismo. Após a escolha das fotos, foram formados sete subgrupos que responderam o que o atrativo representa para o município.

Figura 342 – Atividade de hierarquização de atrativos turísticos



Fonte: Trabalho em campo.

Os resultados, detalhados no item 4.2 Oferta diferencial, identificaram o Lago do Taboão, os atrativos na zona rural, os atrativos de turismo religioso, a condição de estância climática do município, o Museu do Telefone, a linguagem bragantina e as pessoas (turistas e anfitriões)³⁷.

A discussão sobre as diretrizes para o turismo partiu da pergunta: Qual turismo se deseja para o município? Foi proposto que os participantes imaginassem atravessar um túnel do tempo de 10 anos, chegando a Bragança Paulista de 2027. Todos foram convidados a responder utilizando até três cenários, cada qual com uma ideia diferente. As respostas foram agrupadas, por proximidade, em um grande painel (apresentado no capítulo 5 Diretrizes), que identificou cinco grandes temas, indicados a seguir (Figura 343).

- Bragança Paulista com turismo fortalecido.
- Bragança Paulista com mais qualidade de vida.
- Bragança Paulista com mobilidade urbana.
- Bragança Paulista com identidade própria e desenvolvida com sustentabilidade.
- Bragança Paulista com zona rural fortalecida.

Figura 343 – Atividade para definição de diretrizes turísticas



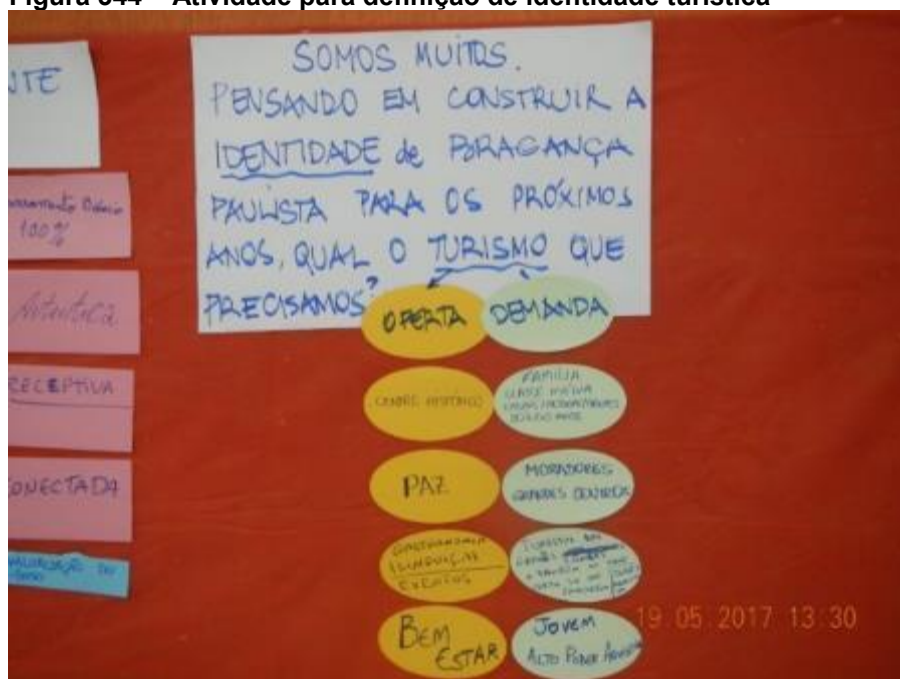
Fonte: Trabalho em campo.

A conversa que se seguiu demonstrou que uma grande preocupação dos participantes, para 2027, referia-se à definição da identidade de Bragança Paulista, que deve se desenvolver, segundo os desejos dos participantes, com sustentabilidade.

Dessa forma, foi proposto um exercício para tentar definir a identidade de Bragança Paulista. Os participantes foram organizados em trios e responderam, de forma objetiva, sobre as necessidades do município em relação à oferta e demanda turística, tendo em mente qual turismo Bragança Paulista precisa (Figura 344). Os resultados foram detalhados no capítulo 5 Diretrizes.

³⁷ O atrativo Museu do Telefone, o turismo religioso e as pessoas foram temas identificados, cada um, por apenas um participante.

Figura 344 – Atividade para definição de identidade turística



Fonte: Trabalho em campo.

Legenda: Somos muitos. Pensando em construir a identidade de Bragança Paulista para os próximos anos, qual o turismo que precisamos?/ Oferta: centro histórico; paz (verso: bem viver, saúde, tranquilidade, calma, sem violência, equilíbrio, serenidade, harmonia com a natureza, familiar); gastronomia (linguiças, eventos); bem-estar/ Demanda: famílias de classe média, casais, pessoas e grupos de 30 a 60 anos; moradores de grandes centros; turistas das grandes cidades e também os que estão só de passagem. Poder aquisitivo; Jovens de alto poder aquisitivo.

Por fim, os participantes avaliaram a oficina. Entre as menções feitas, um participante parabenizou “pelas discussões que abriram os olhos para novas perspectivas em relação ao turismo em Bragança”; entre as críticas, foi citado que gostariam que houvesse mais participantes; entre as sugestões, foi solicitado que os participantes recebam os resultados dos estudos e o PMT.

7.3 Oficina de validação de projetos

A Secretaria Municipal de Cultura e Turismo do município de Bragança Paulista se encarregou da distribuição de convites para representantes e empresários da área de turismo de Bragança, para participarem da segunda oficina do *trade* turístico. Ocorrida no dia 01 de setembro de 2017, com horário previsto das 14h30 às 18h30, no auditório da Universidade Aberta, no bairro Jardim São Lourenço. Compareceram 19 pessoas (Quadro 270, Figura 345 e Figura 346), mais sete pessoas da equipe técnica.

Quadro 270 – Participantes, oficina de validação de projetos

Participante	Empreendimento/Instituição
1 Bia Maia	Bragança + / Coletivo social
2 Assunção Santos	Canarne Brasil
3 Décio de Lima	Sindicato do Comércio Varejista de Bragança Paulista (Sincobrag)
4 José Antonio	COMTUR
5 Elaine Sanchez	Secretaria Municipal de Planejamento
6 Valéria Thomaz	SENAC Jundiáí
7 Ivan Montanari Lima	Sociedade Civil
8 Alzira Pereira	Secretaria Municipal de Cultura e Turismo
9 Ana Luiza Pereira	Secretaria Municipal de Cultura e Turismo
10 Vanessa Nogueira	COMTUR
11 Cleber Cenhini	Secretaria Municipal de Cultura e Turismo
12 Driele Mariano	Secretaria Municipal de Cultura e Turismo
13 Milton Gonçalves	Conexão Equestre
14 Isabel Silva	Secretaria da Educação
15 Carlo Alberto de Arruda	COMTUR
16 Paulo M.	Câmara Municipal
17 Gislene Bueno	Secretaria de Agronegócio
18 Elisabeth C.	Câmara Municipal
19 Elisa Kaori	20 Park Hotel

Fonte: Elaboração própria.

Figura 345 – Lista de presença, oficina de validação de projeto (1/2)

LISTA DE PRESENÇA

EVENTO: Oficina de Validação do Plano Municipal de Turismo de Bragança Paulista Data: 01/09/2017

GKS
NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS

N.	NOME	INSTITUIÇÃO	CELULAR	EMAIL	ASSINATURA
1	BIA MAIA	BRAGANÇA+/COLETIVO SOCIAL	97435 3111	biamaia238@gmail.com	[Assinatura]
2	Assunção Santos	CANARNE BRASIL	40 33 34 67	assuncao@canarne.com.br	[Assinatura]
3	Décio de Lima	SINCOBRAG	999 58 66 13	decio.de.lima@unibrag.com.br	[Assinatura]
4	JOSÉ ANTONIO	COMTUR	999 26 11 25	antonio@comtur.org.br	[Assinatura]
5	ELAINE SANCHEZ	SMPL	99569 9685	elaine@smpl.org.br	[Assinatura]
6	Valéria Thomaz	SENAC JUNDIAÍ	99600 9179	valeria.thomaz@senac.org.br	[Assinatura]
7	Ivan Montanari Lima	Soc. Civil	99427-8784	ivan@montanari.com.br	[Assinatura]
8	Alzira Pereira	SMCT	99153 3830	alzira@smct.org.br	[Assinatura]
9	Ana Luiza Pereira	SMCT	99153 3830	ana.luiza@smct.org.br	[Assinatura]
10	Vanessa Nogueira	COMTUR	99124 2530	vanessa@comtur.org.br	[Assinatura]
11	Cleber Cenhini	SMCT	99888 6888	ccenhini@hotmail.com	[Assinatura]
12	Driele Mariano	SMCT	996304279	driele@smct.org.br	[Assinatura]
13	Milton Gonçalves	CONEXÃO EQUESTRE	98274 3380	milton@conexaonequestre.com.br	[Assinatura]
14	Isabel D. Gonçalves	Sec. da Educação	974099476	isabel@educacao.br	[Assinatura]
15	Carlo Alberto de Arruda	COMTUR	99752 5432	carlo@comtur.org.br	[Assinatura]
16	Paulo M.	GKS	99684 3679	paulo@gks.org.br	[Assinatura]
17	Gislene Bueno	Sec. Agronegócio	99889 1899	gislene@agronegocio.br	[Assinatura]
18	Elisabeth C.	Sec. Agronegócio	997898009	elisabeth@agronegocio.br	[Assinatura]
19	Elisa Kaori	Câmara Municipal	46906100	elisa@camara.br	[Assinatura]

GKS_ListaPresenca.xlsx

Fonte: Trabalho em campo.

Em seguida, a coordenadora técnica do PMT, Gleice Guerra, apresentou uma síntese da oficina anterior, realizada no dia 19 de maio de 2017, e passou à apresentação dos princípios, componentes, objetivos, programas e projetos do PMT (Figura 348 e Figura 349). Explicou que o objetivo do encontro era a validação dos programas e projetos, que respeitaram as discussões e prioridades estabelecidas na oficina anterior. Em particular, explicou que os dois programas priorizados na oficina anterior, Centro Histórico e Charcutaria, seriam expostos e teriam um tempo maior dedicado a eles durante a tarde. Apresentou as moderadoras, Lúcia Helena (She) e Solange.

Figura 348 – Apresentação de princípios, componentes, objetivos, programas e projetos (a)



Fonte: Trabalho em campo.

Figura 349 – Apresentação de princípios, componentes, objetivos, programas e projetos (b)





Fonte: Elaboração própria.

O próximo passo, conduzido pelas moderadoras, foi a realização de uma atividade para apresentação e integração dos participantes (Figura 350). Foi pedido aos participantes que subissem ao palco e dissessem seu nome, sua área de atuação profissional e suas expectativas em relação à oficina. Um ponto que merece ser ressaltado foi a presença de três Secretários de Cultura e Turismo – o atual e dois anteriores. Quanto às expectativas, os presentes explicitaram o desejo de que o PMT seja aprovado e saia do papel, permitindo que Bragança Paulista se torne uma cidade turística melhor.

Durante essa atividade, chegaram o vice-prefeito, a presidente da Câmara de Vereadores, um vereador e a Secretária de Planejamento, que aproveitaram o momento para uma breve saudação.

Figura 350 – Apresentação dos participantes, oficina de validação de projetos



Fonte: Trabalho em campo.

Ainda entre as atividades iniciais, foram definidas algumas regras para a condução da oficina: o horário estabelecido seria até as 18h30; os participantes ficariam até a conclusão das atividades; os celulares ficariam em modo silencioso; caso necessário, as chamadas de celular seriam atendidas fora da sala. Apesar do acordado, a oficina terminou com um pequeno número de participantes.

Ainda na roda de apresentação, a primeira atividade buscou levar os presentes a compreender a lógica do plano, dividido em quatro componentes, sete objetivos e 14 programas. O objetivo foi servir como aquecimento para a segunda atividade, por meio da pergunta “O que você percebe dos quatro componentes (infraestrutura, institucional, produto turístico e promoção)? Qual aspecto, em cada um deles, você considera o mais importante?”

Para as discussões a respeito dos objetivos e estratégias propostos pelo PMT, os participantes se dividiram em três grupos, sendo que um grupo analisou o componente produto turístico, um grupo analisou o componente promoção e outro, infraestrutura e institucional. A atividade propôs que cada grupo examinasse as estratégias relacionadas ao seu componente e ressaltasse as que achasse mais relevante, o que foi feito a partir do Quadro 223 (página 356 deste documento), reproduzido em folha A3. A proposta foi a leitura e discussão de pontos relevantes (Figura 351 a Figura 353).

Figura 351 – Atividade de reflexão sobre estratégias (a)



Fonte: Trabalho em campo.

Figura 352 – Atividade de reflexão sobre estratégias (b)



Fonte: Trabalho em campo.

Os resultados foram apresentados pelos grupos (Figura 353) e são mostrados na Figura 354.

Figura 353 – Apresentação dos resultados da atividade de reflexão sobre estratégias



Fonte: Trabalho em campo.

Figura 354 – Resultados da atividade de reflexão sobre estratégias



Fonte: Trabalho em campo.

Legenda: Qual aspecto e cada componente você considera mais importante?/ Infraestrutura e institucional: - Há uma interdependência entre as estratégias que devem ser tratadas de forma sistêmica. - As estratégias são desafiadoras. - Centro Educacional (USF, Fesb, Intep, Fatec), Cultural (museus, igrejas), Centro Histórico e Terceiro Setor./ Produtos turísticos: - Desenvolver atrativos capazes de atrair novos turistas e aumentar a permanência média. - Organizar institucionalmente as informações sobre a oferta turística, incluindo uma programação de eventos para divulgação. - Revitalização do Centro Histórico contando com instrumentos normativos apropriados. - Formar mão de obra qualificada e empreendedora. - Promover o desenvolvimento de novos atrativos urbanos e rurais e aprimorar os existentes visando estimular a permanência dos turistas. - Reafirmar valores como diversidade e pluralismo. - Atrair demanda de outros polos emissores próximos/ Promoção: - Marketing de Bragança: aproveitar mídias virtuais; envolver iniciativa privada; montar plano de mídia interno e externo. - Bragança para Bragantinos: sensibilizar a comunidade. - Bragança: Capital da Linguagem (e não Charcutaria).

Após o término dessa atividade, foram apresentados os programas de destaque. O arquiteto e urbanista Ulysses Ahualli fez uma apresentação sobre o Programa de Requalificação do Centro Histórico (Figura 355 e Figura 356), esclarecendo dúvidas dos participantes. A apresentação foi bem recebida com solicitação de maior aprofundamento, o que não foi possível em função do tempo destinado à realização da oficina.

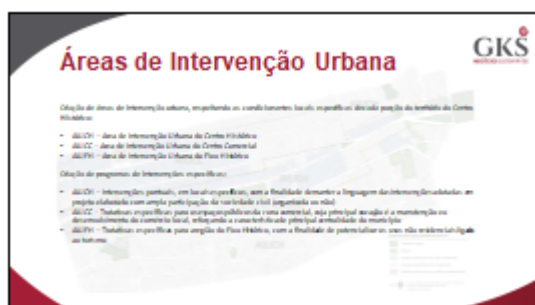
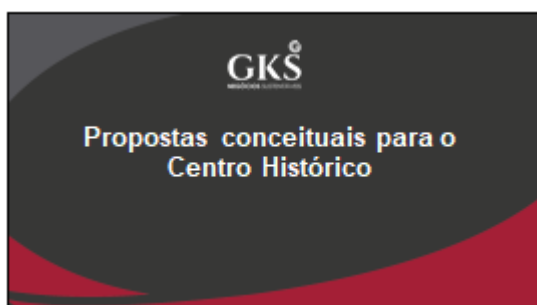
Figura 355 – Apresentação do Programa de Requalificação do Centro Histórico



Fonte: Trabalho em campo.

Figura 356 – Programa de Requalificação do Centro Histórico





manutenção do nome “Linguiça de Bragança”, e sua posição contrária à ampliação horizontal da cadeia produtiva para incluir, além da linguiça, outros produtos de charcutaria. O receio explicitado foi de que a ampliação da produção resultasse na perda de foco no produto mais conhecido do município. A discussão foi retomada ao final da oficina e não houve consenso de posicionamento entre os participantes. Assim, embora este trabalho recomende a adoção da visão de “charcutaria bragantina” como sendo um conceito que valorizaria a “linguiça bragantina” e ampliaria as possibilidades de oferta de produtos, também reconhece que o tema precisa ser mais debatido. Neste sentido, e na expectativa de que o debate ampliado venha a permitir a construção de um consenso entre empresários, poder público e demais interessados no assunto, recomenda-se uma discussão de imagem, incluindo o uso do conceito de linguiça e de charcutaria, conforme registrado no programa Marca de Bragança Paulista. Sob o aspecto de nomenclatura, o programa que se refere ao tema foi ajustado para ser chamado de “Charcutaria (ou linguiça) bragantina”.

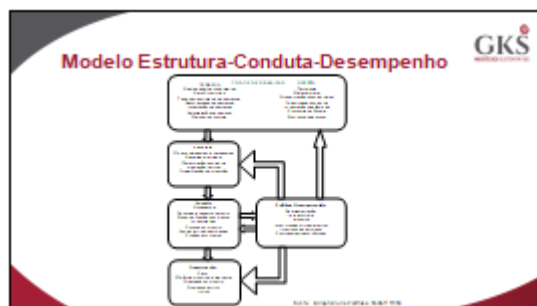
Figura 357 – Apresentação do Programa Charcutaria (ou linguiça) bragantina



Fonte: Trabalho em campo.

Figura 358 – Programa Charcutaria (ou linguiça) bragantina





Conduta do setor

- Em relação à diferenciação de produto, a própria natureza produção artesanal torna esta a principal estratégia competitiva das empresas.
- A especificação é para nichos, em particular das classes médias e altas, e atribui um diferencial positivo de qualidade.
- Quanto à promoção, a Associação dos Produtores de Lingüça de Bagança Paulista (ALBAG) é a organizadora da Festa da Lingüça, que ocorre anualmente. Atualmente, são montadas seis barracas que oferecem as diferentes variedades da lingüça bragantina. É uma festa tradicional na região que atrai também público de fora que conhece a fama e a tradição local da produção de lingüça.

Análise SWOT, língua bragantina

	Forças (Internas)	Oportunidades (Externas)
Forças (Internas)	- Forma e tradição da produção bragantina - Tecnologia e produção simples e dominada - Baixa grau de habilidade técnica - Diferenciação elevada de produtos permite apenas com custos médios baixos - Pouca concorrência nos nichos de atuação	- Receitas à venda são baixas - Apartar da oferta C, não há muitos produtores de variedades na compra de lotes com outros produtores
Oportunidades (Externas)	- Características da demanda e consumo em diferentes áreas, com destaque para produtos premium e gourmet - Expansão da demanda de gastronomia e de turismo com hotéis, restaurantes - Poucos produtores locais com o produto - Favorece entre os produtores - Baixas barreiras em termos de logística	- Realização de eventos gastronômicos e incentivos de cooperação com lingüças artesanais de outros estados/regiões - Redução da demanda sazonal e dos nichos de consumo de massa e produtos dos grandes produtores - Plano agrícola da companhia pública e econômica

Propostas para a Charcutaria bragantina

Projetos

- Cooperação entre produtores da charcutaria
- Desenvolvimento da gastronomia típica

Fonte: Elaboração própria.

Dando continuidade às atividades programadas para a oficina, os participantes foram novamente divididos em grupos para a validação dos projetos propostos pelo PMT. Os grupos receberam uma cópia do Quadro 224 – Programas e projetos (p. 358 deste trabalho) e a ficha técnica referente a cada projeto que deviam examinar. As reflexões sobre os projetos foram anotadas em fichas de avaliação conforme a do modelo da Figura 359.

Figura 359 – Reflexões sobre os projetos

INFRAESTRUTURA
Monitoramento e Gestão de Infraestrutura

Aperfeiçoamento e ampliação da sinalização viária, turística e ambiental.

Concordo

Discordo

Justificativa:

Proposta de alteração:

INFRAESTRUTURA

Fonte: Elaboração própria.

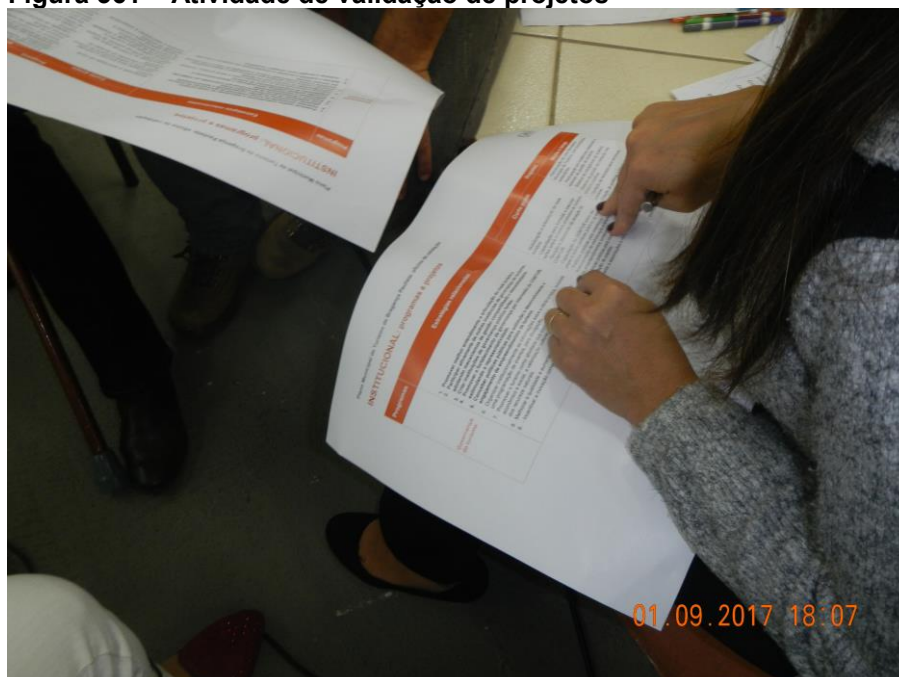
O grupo que avaliou o componente produtos turísticos verificou os projetos dos Programas Bragança Paulista e natureza, Bragança Paulista cultural, Bragança Paulista rural, Eventos em Bragança Paulista, Turismo qualificado, Monitoramento do turismo, e Receptivo em Bragança Paulista. O grupo que analisou o componente promoção examinou os Programas Marketing de Bragança Paulista, Bragança Paulista para bragantinos. Por fim, o grupo que analisou os componentes infraestrutura e institucional avaliou os Programas Monitoramento e gestão da infraestrutura, Compras e lazer e Governança do turismo (Figura 360 e Figura 361).

Figura 360 – Atividade de validação de projetos



Fonte: Trabalho em campo.

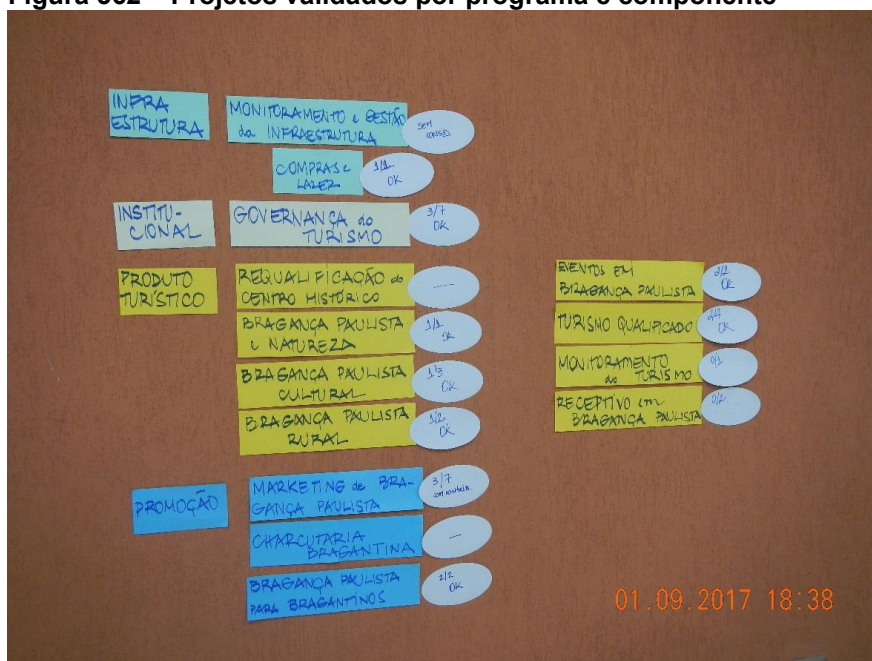
Figura 361 – Atividade de validação de projetos



Fonte: Trabalho em campo.

A Figura 362 mostra os projetos priorizados – em função do tempo –, discutidos e validados pelos grupos de participantes da oficina. Foram registradas a quantidade de projetos priorizados por programa.

Figura 362 – Projetos validados por programa e componente



Fonte: Trabalho em campo.

Legenda: Monitoramento e gestão da infraestrutura (INFR): sem considerações; Compras e lazer (INFR) 1/1 OK; Governança do turismo (INST) 3/7 OK; Requalificação do Centro Histórico (PTUR): -; Eventos em Bragança Paulista (PTUR): 2/2 OK; Bragança Paulista e natureza (PTUR): 1/1 OK; Receptivo em Bragança Paulista (PTUR): 0/1; Bragança Paulista cultural (PTUR): 1/3 OK; Bragança Paulista rural (PTUR): 1/2 OK; Turismo qualificado (PTUR): 0/1; Monitoramento de turismo (PTUR) 0/1; Charcutaria (ou linguíça) bragantina (PRO): -; Marketing em Bragança (PRO): 3/7 Com contribuições; Bragança Paulista para bragantinos (PRO): 2/2 OK.

Do componente infraestrutura, o projeto do Programa Compras e lazer foi validado. Para o componente institucional, do Programa Governança do turismo, três projetos foram validados. Quanto ao componente produto turístico, os projetos dos Programas Eventos em Bragança Paulista e Bragança Paulista e natureza foram todos validados; parte dos projetos dos Programas Bragança Paulista cultural, Bragança Paulista rural e Turismo qualificado foi validada. Para o componente promoção, foram validados os projetos do Programa Bragança Paulista para bragantinos e parte dos projetos do Programa Marketing em Bragança Paulista foi validada.

O Quadro 271 sintetiza as avaliações, recomendações e validações referentes aos projetos do capítulo 6.

Quadro 271 – Avaliações e recomendações sobre os projetos propostos

Comp.	Programas	Projetos	Validação (projetos considerados prioritários)		Justificativa	Proposta de alteração
			Concordo	Discordo		
INFR	Monitoramento e gestão de infraestrutura	- Aperfeiçoamento e ampliação da sinalização viária, turística e ambiental				
	Compras e lazer	- Parceria do município com <i>shopping centers</i> e lojistas	X		Ação de fácil aplicação e baixo custo	Parceria de forma centralizada e imparcial (1)
INST	Governança do turismo	- Mobilização e articulação do <i>trade</i> turístico	X		Pertinente à organização da cidade	-
		- Capacitação para formular e executar ações sobre a cadeia produtiva do turismo				
		- Revisão e discussão da atuação do COMTUR				
		- Capacitação do COMTUR sobre seu papel e sobre políticas públicas de turismo	X		Por mudança constante dos membros e por muitos não serem do meio turístico	-
		- Políticas públicas para incentivo e financiamento de estruturação e ampliação de empreendimentos turísticos	X		Há necessidade em todos setores turísticos	-
		- Políticas públicas para incentivo à realização de eventos				
		- Fomento a associações e cooperativas				
PTUR (2)	Bragança Paulista e natureza	- Educação ambiental e sensibilização para o turismo para agentes multiplicadores	X		-	Agentes envolvidos: + terceiro setor

Comp.	Programas	Projetos	Validação (projetos considerados prioritários)		Justificativa	Proposta de alteração
			Concordo	Discordo		
	Bragança Paulista cultural	- Resgate de tradições culturais				
		- Valorização dos aspectos histórico-culturais regionais para crianças e adolescentes				
		- Exposição cultural regional	X			Mudar nome para "Exposição de atividades culturais regionais" Nos objetivos: "[...] atividades representativas da cultura local tradicional e contemporânea "
	Bragança Paulista rural	- Valorização dos modos de vida tradicionais				
		- Esclarecimentos e mobilização das comunidades para o turismo rural	X			Agentes envolvidos: + Secretaria Agronegócios + SENAR + Sindicato Rural
	Eventos em Bragança Paulista	- Aproveitamento turístico dos eventos	X			Ações: - definição de critérios para a identificação
		- Revisão do calendário de eventos	X			Agentes: + sociedade civil Incluir: ... manifestações culturais, negócios, eventos esportivos e ecológicos
	Turismo qualificado	- Capacitação de gestores e empresários da cadeia produtiva do turismo	X			Corrigir programa. Agentes envolvidos: + universidades
		- Capacitação de mão de obra em função especializada do turismo				
		- Empreendedorismo	X			Agentes envolvidos: + universidades + Sebrae
		- Oficinas de artesanato				
	Monitoramento do turismo	- Definição de indicadores, linha de base e parcerias para pesquisas				
	Receptivo em Bragança Paulista	- Aperfeiçoamento de guias e condutores de turismo				
		- Criação de roteiros de visitação				
PRO	Marketing de Bragança Paulista	- Marca de Bragança Paulista	X		Necessidade de início de trabalho	
		- Sistema de divulgação intra-empresendimentos da oferta turística				

Comp.	Programas	Projetos	Validação (projetos considerados prioritários)		Justificativa	Proposta de alteração
			Concordo	Discordo		
		- Plano de marketing digital	X		Parcialmente. Existe a necessidade de divulgação rápida e abrangente	Custo elevado Internet aberta na cidade
		- Canais de comunicação entre Secretaria de Cultura e Turismo, COMTUR, sociedade civil organizada e <i>trade</i> turístico				
		- Criação de vídeo institucional de turismo				
		- Divulgação das peças institucionais de turismo				
		- Melhoria da participação em feiras e eventos de turismo		X		Não prioritário
	Bragança Paulista para bragantinos	- Incentivo para uso de atrativos locais para lazer e recreação da população	X		Vem ao encontro da proposta de promover Bragança para os bragantinos	Valor elevado
		- Oportunidades de lazer e cultura para crianças e jovens	X (muito necessário)			Valor elevado

Fonte: Elaboração própria.

Notas: Projetos que não estão marcados com “concordo” ou “discordo” não foram apreciados, por falta de tempo.

(1) Há menção de que Bragança Paulista “voltou a ser centro regional de compras após a inauguração do *shopping center* Bragança Garden Shopping”, mas que, antes disso, é “centro regional cultural [...] e histórico [...]”, assinada por Assunção Santos.

(2) Há cartela no material entregue com os seguintes dizeres: “Produtos turísticos muito bons para curto prazo. Acrescentar mais parcerias”.

Após as ponderações acerca dos projetos, os participantes questionaram a função da oficina na elaboração do PMT, sobre como as discussões realizadas podem aprimorar o plano. Foi explicado novamente o processo de elaboração e validação do PMT, que conta com processos participativos e integra as contribuições de diferentes atores. Cabe ressaltar que o plano é uma proposta elaborada pela Garkalns Consultoria para o município, mas, legalmente, não há garantias de que as propostas de projetos sejam realizadas.

No final da oficina, os participantes preencheram uma avaliação sobre o encontro. Entre os pontos positivos levantados está a boa impressão da capacidade técnica dos consultores, o aprendizado e orgulho por participar desse processo; entre as críticas estão a necessidade de mais tempo para o PMT ser discutido e maior clareza de como os exercícios da oficina aprimoram o projeto.

Quadro 272 – Avaliação, oficina de validação de projetos

O que eu levo deste encontro	Que recomendação eu faço
Entender o valor dos pontos de convergência e a busca por estes. Assim como valorizar e aprender a lidar com os pontos de divergência.	Dar mais tempo para que o Plano seja apresentado e discutido.
Mais conhecimento.	Foi ótimo. Precisávamos de mais tempo para as apresentações.
Levo muitas ideias boas e bem formuladas. Material com clareza.	Nenhuma.
	Faltou explicar como o trabalho feito hoje pode aprimorar o projeto. (José Antônio).
Levo conhecimento de profissionalismo em organização.	Não tenho recomendações. Apenas parabéns a toda equipe pelo grau de profissionalismo.
Imenso aprendizado e muito orgulho e gratidão por ter feito parte deste momento.	Me leve junto nas próximas! (Aline Alves).
Levo que é sempre muito importante termos pessoas técnicas/profissionais engajadas na área do TURISMO em "Serviços" para o PLANTUR de Bragança Paulista. Infelizmente, como não houve transição de governo, nem apresentação das propostas iniciais de onde a mobilização para o PLANTUR iniciou-se, então perdeu-se a história e histórico do que antecedeu o contrato da consultoria (através de licitação) e nem foi e nem está sendo dado o valor necessário para a importância do trabalho realizado! Espero que seja algo colocado em prática!	Agradeço e participei de quase tudo da iniciativa da sociedade civil. (Assunção Santos).
Melhor noção de como são elaborados os projetos de um PMT.	É importante envolver outros agentes da sociedade, com maior pluralidade de pensamento. Participação efetiva dos participantes da oficina na elaboração dos projetos. (Bruna).
Levo boa impressão da capacidade técnica da empresa.	Equipe prestadora bem fundamentada a qual poderia nos ter passado mais diagnósticos, programas... para nosso aprendizado participativo. Pouco tempo para as trocas é aprendizado. (Elaine S.).

Fonte: Trabalho de campo.

Referências

- ACERVO DO TUZZI. 2017. *Página do Twitter*. Disponível em: <https://twitter.com/acervodotuzzi>. Acesso em: jan. 2017.
- AGÊNCIA SENADO. 2016. *Sistema S*. Disponível em: <http://www12.senado.leg.br/noticias/glossario-legislativo/sistema-s>. Acesso em: dez. 2016.
- ALDEIA DO SABOR. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: <https://www.facebook.com/RestauranteAldeiadoSabor/>. Acesso em: jan. 2017.
- AMITY. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: <https://www.facebook.com/amityfuncional/>. Acesso em: jan. 2017.
- ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações. 2001. *Códigos de São Paulo*. Anexo da resolução 263, de 08 de junho de 2001. Documento em pdf. Disponível em: http://www.anatel.gov.br/hotsites/CodigosNacionaisLocalidade/codigos_uf/codigos_sp.pdf. Acesso em: dez. 2016.
- ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações. 2016a. *Sistema de informação dos serviços de comunicação de massa (SISCOM)*. Consultar entidades outorgadas. Disponível em: <http://sistemas.anatel.gov.br/siscom/consulta/default.asp>. Acesso em: dez. 2016.
- ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações. 2016b. *Dados. Acessos*. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/dados/>. Acesso em: dez. 2016.
- ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações. 2016c. *Sistemas interativos*. STEL. Disponível em: <http://sistemas.anatel.gov.br/sis/SistemasInterativos.asp>. Acesso em: dez. 2016.
- ANP – Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis. 2016. *Consulta posto web*. Combustível automotivo. Disponível em: <http://www.anp.gov.br/postos/consulta.asp>. Acesso em: dez. 2016.
- ANTT – Agência Nacional de Transportes Terrestres. 2015. *Dados operacionais*. Estatísticas e estudos. Transporte de passageiros regular rodoviário e semiurbano. Documento em xlsx. Disponível em: http://www.antt.gov.br/index.php/content/view/42827/Estatisticas_e_Estudos.html#lista. Acesso em: nov. 2016.
- ANTT – Agência Nacional de Transportes Terrestres. 2016. *Consulta ao sistema de transporte de passageiros*. Linhas com seção em uma localidade. Disponível em: <https://appweb.antt.gov.br/sgp/src.br.gov.antt/apresentacao/consultas/Transp.aspx>. Acesso em: nov. 2016.
- APRECESP – Associação das Prefeituras das Cidades Estâncias do Estado de São Paulo. 2017. *Turismo paulista*. Disponível em: <http://aprecesp.com.br/>. Acesso em: maio 2017.
- ARTE VIEW. 2013. *Exposição Festival de Arte Serrinha no Paço das Artes*. Publicado em: 3 set. 2013. Disponível em: <http://www.arteviem.com.br/exposicao-festival-de-arte-serrinha-no-paco-das-artes/>. Acesso em: jan. 2017.
- ARTESP – Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo. 2016. *Origem e destino*. Transporte coletivo. Programe sua viagem. Disponível em: <http://201.55.8.109/aplicacoes/origemDestino/>. Acesso em: nov. 2016.
- ARTESP – Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo. 2016a. *Fluxo de passageiros terrestres*. Documento em .mdb.

- ASSOCIAÇÃO DOS MORADORES DO JARDIM AMÉRICA. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: <https://www.facebook.com/ajabraganca/photos/a.1944512645779658.1073741833.1573409329556660/1944516925779230/?type=3&theater>. Acesso em: jun. 2017.
- AUTÊNTICA LINGUIÇARIA. 2017. *Controle de qualidade*. Disponível em: <http://www.autenticalinguicaria.com.br/qualidade/>. Acesso em: jul. 2017.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. 2016. *Relação de agências, postos e filiais administradoras de consórcio*. Documento em excel. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/fis/info/agencias.asp>. Acesso em: dez. 2016.
- BANDA MUNICIPAL. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/bandamunicipaldebragacapaulista/photos/?ref=page_internal. Acesso em: jan. 2017.
- BAQUE LUA CRIS. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: www.facebook.com/pg/Baque-Lua-Cris-161299250600899/photos/?ref=page_internal. Acesso em: jan. 2017.
- BOOKING.COM. 2017. *Bragança Paulista*. Disponível em: www.booking.com. Acesso em: jan. 2017.
- BRAGANÇA JORNAL DIÁRIO. 2012. *Expoagro: contagem regressiva*. Caderno Cidade. Publicado em: 20 mar. 2012. Disponível em: http://bjd.com.br/site/noticia.php?id_editoria=8&id_noticia=4727. Acesso em: jun. 2017.
- BRAGANÇA JORNAL DIÁRIO. 2013. *ASES realiza sarau com sopa de letrinhas*. Caderno Cidade. Publicado em: 17 maio 2013. Disponível em: http://bjd.com.br/site/noticia.php?id_editoria=8&id_noticia=10911. Acesso em: jan. 2017.
- BRAGANÇA JORNAL DIÁRIO. 2013a. *Clube 13 de Maio receberá visita do Condephaat*. Caderno Cidade. Publicado em: 2 ago. 2013. Disponível em: http://bjd.com.br/site/noticia.php?id_editoria=8&id_noticia=11961. Acesso em: jan. 2017.
- BRAGANÇA JORNAL DIÁRIO. 2013b. *5ª Romaria das Águas acontece no domingo na Represa Jaguari-Jacaré*. Caderno Cidade. Publicado em: 6 abr. 2013. Disponível em: http://bjd.com.br/site/noticia.php?id_editoria=8&id_noticia=10288. Acesso em: jan. 2017.
- BRAGANÇA JORNAL DIÁRIO. 2014. *Copa do Brasil: CBF antecipa partida entre Figueirense e Bragantino*. Caderno Esporte. Publicado em: 05 jul. 2014. Disponível em: http://bjd.com.br/site/noticia.php?id_editoria=9&id_noticia=16240. Acesso em: jun. 2017.
- BRAGANÇA JORNAL DIÁRIO. 2015. *Chuva não atrapalha encerramento da 50ª Expoagro e Festa do Peão*. Caderno Cidade. Publicado em: 21 abr. 2015. Disponível em: http://bjd.com.br/site/noticia.php?id_editoria=8&id_noticia=19249. Acesso em: dez. 2016.
- BRAGANÇA JORNAL DIÁRIO. 2016. *Secretaria Estadual de Turismo autoriza repasse de R\$ 12,2 milhões para a região*. Caderno Cidade. Publicado em: 15 mar. 2016. Disponível em: http://bjd.com.br/site/imprime.not.php?id_editoria=8&id_noticia=21942. Acesso em: dez. 2016.
- BRAGANÇA JORNAL DIÁRIO. 2016a. *Bosque das Araucárias contará com trilha de quatro quilômetros*. Caderno Cidade. Publicado em: 8 out. 2016. Disponível em: http://bjd.com.br/site/noticia.php?id_editoria=8&id_noticia=23712. Acesso em: dez. 2016.
- BRAGANÇA PAULISTA. 1982. *Lei 1898*, de 17 de novembro de 1982. Dispõe sobre o Plano Plurianual de Investimentos relativos ao triênio de 1983 a 1985, nos termos dos Atos Complementares 43 e 76 de 29 de janeiro e 21 de outubro de 1969. Disponível em: <http://leismunicipa.is/ndkch>. Acesso em: dez. 2016.
- BRAGANÇA PAULISTA. 1990. *Lei Orgânica do Município de Bragança Paulista*, de 2 de abril de 1990. Disponível em: <http://leismunicipa.is/tisme>. Acesso em: maio 2017.

BRAGANÇA PAULISTA. 2007. *Lei complementar 534*, de 16 de abril de 2007. Aprova o Plano Diretor do Município de Bragança Paulista, dispõe sobre o sistema municipal de planejamento e dá outras providências. Disponível em: <http://leismunicipa.is/febkn>. Acesso em: maio 2017.

BRAGANÇA PAULISTA. 2007b. *Lei complementar 556*, de 20 de julho de 2007. Aprova o Código de Urbanismo de Bragança Paulista, dispõe sobre o parcelamento, o uso e a ocupação do solo e dá outras providências. Disponível em: <http://leismunicipa.is/nbkfe>. Acesso em: maio 2017.

BRAGANÇA PAULISTA. 2008. *Decreto 533*, de 8 de setembro de 2008. Aprova o regulamento da Feira de Arte e Artesanato “Feira do Lago” de Bragança Paulista. Disponível em: <http://leismunicipa.is/fenbk>. Acesso em: maio 2017.

BRAGANÇA PAULISTA. 2016a. *Prefeitura de Bragança Paulista*. Disponível em: <http://www.braganca.sp.gov.br/newsite/>. Acesso em: nov. 2016.

BRAGANÇA PAULISTA. 2016b. *Decreto 2.345*, de 19 de setembro de 2016. Institui o Parque Natural Municipal Lago dos Padres e dá outras providências. Disponível em: http://braganca.sp.gov.br/newsite/data/files/imprensa_oficial/Oficial_de_Braganca_Ed_322.pdf. Acesso em: mar. 2017.

BRAGANÇA PAULISTA. 2017. *Prefeitura convida população para oficina sobre Plano Municipal de Turismo*. Imprensa. Publicado em: 12 maio 2017. Disponível em: <http://www.braganca.sp.gov.br/newsite/content.php?id=420&unc=1495575010>. Acesso em: maio 2017.

BRASIL. 2016. *Portal da Legislação*. Disponível em: <http://www4.planalto.gov.br/legislacao>. Acesso em: dez. 2016.

BRASIL. Presidência da República. 2001. *Lei 10.257*, de 10 de julho de 2001. Regulamenta os artigos 182 e 183 da Constituição Federal, estabelece diretrizes gerais da política urbana e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LEIS_2001/L10257.htm. Acesso em: maio 2017.

BRASIL. Presidência da República. 2011. *Decreto 7.512*, de 30 de junho de 2011. Aprova o Plano Geral de Metas para a Universalização do Serviço Telefônico Fixo Comutado prestado no regime público e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Decreto/D7512.htm. Acesso em: dez. 2016.

CABAÑA GOURMET. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: <https://www.facebook.com/CabanaGourmet/>. Acesso em: jan. 2017.

CAFÈ SOCIETY. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: <https://www.facebook.com/cafee.society/photos/a.389438551166620.1073741826.389438457833296/421314187979056/?type=3&theater>. Acesso em: jan. 2017.

CARLTON B.; PERLOFF, J. 1994. *Modern industrial organization*. Harper Collins.

CENTRO NÁUTICO RUSSOLÂNDIA. 2017. *Página principal*. Disponível em: www.russolandia.com.br/. Acesso em: jan. 2017.

CEPAGRI – Centro de Pesquisas Meteorológicas e Climáticas Aplicadas à Agricultura. 2016. *Clima dos municípios paulistas*. Bragança Paulista. Disponível em: http://www.cpa.unicamp.br/outras-informacoes/clima_muni_087.html. Acesso em: nov. 2016.

CHA, S.; UYSAL, M. 1994. Regional analysis of tourism resources: a case study of Korea. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*. v. 2, n. 3, p. 61-74. Documento em pdf.

CHURRASCARIA LAGO DO SUL TCHÊ. 2017. *Restaurante*. Disponível em: <http://www.churrascarialagodosul.com.br/o-restaurante.html>. Acesso em: jan. 2017.

- CIDADE & CULTURA. 2016. *Associação de Escritores de Bragança Paulista (ASES)*. Publicado em: 16 out. 2016. Disponível em: <http://www.cidadeecultura.com/associacao-de-escritores-de-braganca-paulista-ases/>. Acesso em: jan. 2017.
- CLUBE ATLÉTICO BRAGANTINO. 2017. *Museu e restaurante panorâmico*. Disponível em: <http://bragantino.com.br/museu-e-restaurante-panoramico/>. Acesso em: jun. 2017.
- CNT – Confederação Nacional do Transporte. 2016. *Mapa de São Paulo*. Documento em pdf. Disponível em: <http://pesquisarodovias.cnt.org.br/Downloads/Galeria%20de%20Fotos/2016/Mapas//UF//SP.pdf>. Acesso em: dez. 2016.
- COMPANHIA MALUNGOS DO BAQUE. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: www.facebook.com/pg/ciamalungosdobaque/photos/?tab=album&album_id=1130730277052620. Acesso em: jan. 2017.
- CONEXÃO EQUESTRE. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: www.facebook.com/conexao.equestre/photos/a.1458462354406560.1073741827.1458461514406644/1767422973510495/?type=3&theater. Acesso em: jan. 2017.
- COUTINHO, L; FERRAZ, J.C. 1994. *Estudo da competitividade da indústria brasileira*. Campinas: Papirus.
- DAESP – Departamento Aeroviário do Estado de São Paulo. 2016. *Movimento estatístico 2015*. Estatísticas. Documento em pdf. Disponível em: <http://www.daesp.sp.gov.br/estatistica-detalle/?id=10882>. Acesso em: nov. 2016.
- DENATRAN – Departamento Nacional de Trânsito. 2016. *Frota de veículos por município e tipo*. Documento em Excel. Disponível em: <http://www.denatran.gov.br/estatistica/261-frota-2016>. Acesso em: maio 2017.
- DER-SP – Departamento de Estradas do Rodagem de São Paulo. 2016. *Web rotas*. Distância e rotas entre cidades. Disponível em: <http://200.144.30.104/website/webrota/viewer.htm>. Acesso em: nov. 2016.
- DMAS COMUNICAÇÃO E EVENTOS. 2017. *Mapa turístico & comercial do Centro Histórico de Bragança Paulista*. Disponível em: <http://atendmas.wixsite.com/dmas/blank-2>. Acesso em: jul. 2017.
- EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. 2008. *Linguíça frescal light*. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/53191/1/Folder-Linguica-frescal.pdf>. Acesso em: jul. 2017.
- EMPLASA – Empresa Paulista de Planejamento Metropolitano S/A. 2016. *Região Metropolitana de São Paulo*. Disponível em: <https://www.emplasa.sp.gov.br/RMSP>. Acesso em: dez. 2016.
- ESMERALDA PIZZARIA. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: www.facebook.com/pizzariaesmeraldabragancapaulista/photos/a.727822237349230.1073741828.165481640249962/727822137349240/?type=3&theater. Acesso em: jan. 2017.
- ESPAÇO EDITH CULTURA. 2015. *Imagens Vivas apresenta Sanjuro, de Akira Kurosawa*. Publicado em: 15 ago. 2015. Disponível em: www.espacoedithcultura.blogspot.com.br/2015_08_01_archive.html. Acesso em: jan. 2017.
- ESTALAGEM DOM JOÃO. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: <https://www.facebook.com/EstalagemDomJoao/>. Acesso em: jan. 2016.
- FAEL – Faculdade Educacional da Lapa. 2016. *Unidades nacionais FAEL*. Disponível em: <http://fael.edu.br/unidades/>. Acesso em: dez. 2016.

- FAZENDA CORONEL JACINTO. 2017. *Página principal*. Disponível em: <http://www.fazendacoroneljacinto.com.br/>. Acesso em: jan. 2017.
- FORMICA, S. 2000. *Destination attractiveness as function of supply and demand interaction*. Dissertação de Doutorado. Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg. Documento em pdf.
- FORMICA, S.; OLSEN, M.D. 1998. Trends in the amusement park industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. v.10, n. 7, p. 297-308. Documento em pdf.
- G1. 2015. *Homem morre afogado no Lago do Orfeu em Bragança Paulista*. Publicado em: 31 dez. 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2015/12/homem-morre-afogado-no-lago-do-orfeu-em-braganca-paulista-sp.html>. Acesso em: jun. 2017.
- GALPÃO BUSCA VIDA. 2017. *Galpão Busca Vida*. Disponível em: <http://galpaobuscavida.com.br/>. Acesso em: jan. 2017.
- GLASS RESTAURANTE. 2017. *Página inicial*. Disponível em: www.glassrestaurante.com.br. Acesso em: jan. 2017.
- GONZA RESTAURANTE E PIZZARIA. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: <https://www.facebook.com/gonza.com.br/>. Acesso em: jan. 2017.
- GOOGLE EARTH. 2017. *Google Earth*. Disponível em: <https://www.google.com/earth/>. Acesso em: maio 2017.
- GOOGLE MAPS. 2017. *Google Maps*. Disponível em: <https://www.google.com.br/maps/>. Acesso em: jan. 2017.
- GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. 2016. *Turismo recebe investimento de R\$ 76,1 milhões*. SP Notícias. Publicado em: 10 mar. 2016. Disponível em: <http://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/lenoticia2.php?id=244977>. Acesso em: dez. 2016.
- GRU AIRPORT. 2016. *Informações operacionais*. Documento em pdf. Disponível em: <http://www.gru.com.br/Content/Media/f8d266ad-5225-4698-bbef-1b4dae5abf6d.pdf>. Acesso em: nov. 2016.
- GUSTO ITALIANISSIMO RISTORANTE. 2017. *Página inicial*. Disponível em: <http://gustoitalianissimo.com.br/150>. Acesso em: jan. 2017.
- HARAS FLORES. 2017. *Página inicial*. Disponível em: www.harasflores.com.br. Acesso em: jan. 2017.
- HARAS GUARIPOCABA. 2017. *Página inicial*. Disponível em: <http://www.harasguaripocaba.com.br/>. Acesso em: jan. 2017.
- HOTEL CARVALHO. 2017. *Quem somos*. Disponível em: <http://www.hotelcarvalhobp.com.br/quem-somos.html>. Acesso em: jan. 2017.
- HOTEL COLONIAL. 2017. *Nossas instalações*. Disponível em: <http://www.hotelcolonialbp.com.br/instalacoes.html#prettyPhoto/19/>. Acesso em: jan. 2017.
- HOTEL FAZENDA DONA CAROLINA. 2017. *Hotel*. Disponível em: www.hotelfazendadonacarolina.com.br/. Acesso em: jan. 2017.
- HOTEL FAZENDA TIO NICOLA. 2017. *Página principal*. Disponível em: www.hotelfazendationicola.com.br. Acesso em: jan. 2017.
- HOTEL GAROTO. 2017. *Página de Facebook*. Disponível em: www.facebook.com/pg/Hotel-Garoto-860073087380392/photos/?tab=album&album_id=860208067366894. Acesso em: jan. 2017.

HOTEL MIL FLORES. 2017. *Hotel Mil Flores*. Disponível em: <http://www.hotelmilflores.com.br/>. Acesso em: jan. 2017.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 1990. *Divisão regional do Brasil em mesorregiões e microrregiões geográficas*. Volume I. Documento em pdf. Disponível em: http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/monografias/GEBIS%20-%20RJ/DRB/Divisao%20regional_v01.pdf. Acesso em: nov. 2016.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2010. *Censo Demográfico*. Sistema IBGE de Recuperação Automática (SIDRA). Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-demografico/demografico-2010/inicial>. Acesso em: nov. 2016.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2010b. *Sinopse do Censo Demográfico*. Disponível em: <http://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php>. Acesso em: set. 2016.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2012. *Economia do turismo: uma perspectiva macroeconômica 2003-2009*. Documento em pdf. Disponível em: http://www.dadosfatos.turismo.gov.br/images/pdf/outros_estudos/economia_do_turismo/Estudo_Economia_do_Turismo__Uma_Perspectiva_Macroeconomica_2003_2009.pdf. Acesso em: dez. 2016.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2014. *Cadastro Central de Empresas*. Sistema IBGE de Recuperação Automática (SIDRA). Tabela 3421: Unidades locais, pessoal ocupado total e assalariado em 31.12, salário e outras remunerações, salário médio mensal, empresas atuantes e pessoal assalariado médio, por seção e divisão da classificação de atividades (CNAE 2.0), para os municípios com 50.000 habitantes ou mais. Disponível em: <http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/protabl.asp?c=3421&z=t&o=12&i=P>. Acesso em: nov. 2016.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2015. *Perfil dos municípios brasileiros (MUNIC) 2014*. Pesquisa de informações básicas municipais. Documento em xls. Disponível em: <http://ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/2014/default.shtm>. Acesso em: dez. 2016.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2016a. *Bragança Paulista*. Histórico do município. Disponível em: <http://cod.ibge.gov.br/JC0>. Acesso em: nov. 2016.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2016b. *Perfil dos municípios brasileiros (MUNIC) 2015*. Pesquisa de informações básicas municipais. Documento em xls. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/2015/default.shtm>. Acesso em: dez. 2016.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2017. *Pesquisa Trimestral do Abate de Animais*. Sistema IBGE de Recuperação Automática (SIDRA). Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/home/abate/brasil>. Acesso em: ago. 2017.

ICMBIO – Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade. 2017. *RPPN Fazenda Serrinha*. Lista das RPPN criadas. Disponível em: <http://sistemas.icmbio.gov.br/simrppn/publico/detalhe/407/>. Acesso em: jan. 2017.

IFSP – Instituto Federal de São Paulo. 2016. *Proeja*. Cursos. Disponível em: <http://www.ifsp.edu.br/index.php/cursos/proeja.html>. Acesso em: dez. 2016.

INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. 2014. *Censo Escolar*. InepData – Consulta de Informações Educacionais. Disponível em: <http://inepdata.inep.gov.br>. Acesso em: dez. 2016.

- INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. 2012. *Censo da Educação Superior*. InepData – Consulta de Informações Educacionais. Disponível em: <http://inepdata.inep.gov.br>. Acesso em: dez. 2016.
- INFRAERO – Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária. 2016. *Movimento de passageiros da rede Infraero em dezembro de 2015*. Atualizado em fev. 2016. Estatísticas. Documento em xls. Disponível em: <http://www.infraero.gov.br/index.php/br/estatisticas/estatisticas.html>. Acesso em: nov. 2016.
- INSTITUTO ENTRANDO EM CENA. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: www.facebook.com/institutoentrandoemcena/photos/a.1322328041121739.1073741948.422528277768391/1322329951121548/?type=3&theater. Acesso em: jan. 2017.
- JORNAL EM DIA. s/d. *Fecorb e Feira das Nações movimentam Posto de Monta*. Disponível em: <http://www.jornalemDia.com.br/gerant.php?id=11139>. Acesso em: jan. 2017.
- JUROWSKI, C.; OLSEN, M.D. 1995. Trends in tourist attractions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. v. 4, n. 1, p. 71-96. Documento em pdf.
- JUSBRASIL. 2017. *Lei Orgânica do Município*. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/296619/lei-organica-do-municipio>. Acesso em: maio 2017.
- LAFIS. 2017. *Relatório Setorial Carnes*. Julho, 2017.
- LEIS MUNICIPAIS. 2016. *Leis municipais de Bragança Paulista*. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/legislacao-municipal/4820/leis-de-braganca-paulista/>. Acesso em: dez. 2016.
- LINGUIÇARIA REAL BRAGANÇA. 2017. *Menu*. Disponível em: <http://www.linguicariarealbraganca.com.br/menu.html>. Acesso em: jul. 2017.
- LYNCH, K. 1997 [1961]. *A imagem da cidade*. São Paulo, Martins Fontes.
- MARINA CONFIANÇA. 2017. *Marina Confiança*. Disponível em: www.marinaconfianca.com.br. Acesso em: jan. 2017.
- MARQUES, R. 2017. *Página de Facebook*. Disponível em: www.facebook.com/decorecco. Acesso em: jan. 2017.
- MEC – Ministério da Educação. 2016a. *Sistema nacional de informações da educação profissional e tecnológica*. Disponível em: <http://sistec.mec.gov.br/consultapublicaunidadeensino#>. Acesso em: dez. 2016.
- MEC – Ministério da Educação. 2016b. *Instituições de educação superior e cursos cadastrados*. Disponível em: <http://emec.mec.gov.br/>. Acesso em: dez. 2016.
- MELHADO, N. 2015. *Folia em Bragança Paulista terá desfiles e carnaval de marchinhas*. Publicado em: 13 fev. 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2015/02/foia-em-braganca-paulista-tera-desfiles-e-carnaval-de-marchinhas.html>. Acesso em: jan. 2017.
- MENDES, J. 2015. *Princípios, valores e virtudes*. Disponível em: <https://www.trf5.jus.br/downloads/userupload/2c7ce39ec4/PrincipiosValoresVirtudes.pdf>. Acesso em: abr. 2017.
- MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL. 2005. *Plano estratégico de desenvolvimento do semiárido*. Versão para discussão. Documento de Base 1. Brasília: MI. 134 p.
- MINISTÉRIO DA SAÚDE. 2016. *Tipos de estabelecimento*. Relatórios. Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde (CNES). Disponível em: http://cnes2.datasus.gov.br/Mod_Ind_Unidade.asp?VEstado=35&VMun=350760. Acesso em: dez. 2016.
- MINISTÉRIO DA TRANSPARÊNCIA, FISCALIZAÇÃO E CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO. 2016. *Convênios por estado/ município*. Bragança Paulista. Disponível em:

<http://www.portaltransparencia.gov.br/convenios/ConveniosLista.asp?UF=sp&CodMunicipio=6251&CodOrgao=&TipoConsulta=0&Periodo>. Acesso em: dez. 2016.

MINISTÉRIO DO TRABALHO. 2015. *Relatório Anual de Informações Sociais (RAIS)*. Disponível em: <http://pdet.mte.gov.br/>. Acesso em: jul. 2017.

MMA – Ministério do Meio Ambiente. 2017. *O que são*. Áreas protegidas, unidades de conservação. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/areas-protegidas/unidades-de-conservacao/o-que-sao>. Acesso em: mar. 2017.

MTUR – Ministério de Turismo. 216b. *Cadastur*. Disponível em: <http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/PesquisarEmpresas.action>. Acesso em: nov. 2016.

MTUR – Ministério de Turismo. 216c. *Calendário Nacional de Eventos*. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/agenda-eventos/views/calendario.php>. Acesso em: nov. 2016.

MTUR – Ministério de Turismo; FGV – Fundação Getúlio Vargas. 2016. *Sondagem do consumidor*: intenção de viagem. Dezembro de 2016. Documento em pdf. Disponível em: <http://www.dadosfatos.turismo.gov.br/sondagens-conjunturais/sondagem-do-consumidor-inten%C3%A7%C3%A3o-de-viagem.html>. Acesso em: jan. 2017.

MTUR – Ministério do Turismo. 2006a. *Inventário da oferta turística*: instrumento de pesquisa. Manual do pesquisador. Documento em pdf.

MTUR – Ministério do Turismo. 2006b. *Marcos conceituais*. Documento em pdf.

MTUR – Ministério do Turismo. 2007. *Roteirização turística*. Módulo operacional 7. Programa de Regionalização do Turismo. Roteiros do Brasil. Documento em pdf.

MTUR – Ministério do Turismo. 2010. *Segmentação do turismo e o mercado*. Documento em pdf. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf. Acesso em: jan. 2017.

MTUR – Ministério do Turismo. 2015. *Portaria 144*, de 27 de agosto de 2015. Estabelece a categorização dos municípios pertencentes às regiões turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro, definido por meio da Portaria MTur 313, de 3 de dezembro de 2013, e dá outras providências. Anexo II: Lista de municípios categorizados, por região do Mapa do Turismo Brasileiro. Documento em pdf. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/legislacao/wp-content/uploads/2015/ANEXO_II_Mapa_Turismo_Brasileiro_2013.pdf. Acesso em: nov. 2016.

MTUR – Ministério do Turismo. 2015a. *Categorização dos municípios das regiões turísticas do mapa do turismo brasileiro*. Programa de Regionalização do Turismo. Documento em pdf. Disponível em: http://mapa.turismo.gov.br/mapa/downloads/pdf/categorizacao/Cartilha_da_Categorizacao.pdf. Acesso em: nov. 2016.

MTUR – Ministério do Turismo. 2016. *Mapa*. Programa de Regionalização do Turismo. Disponível em: <http://mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acesso em: nov. 2016.

MTUR – Ministério do Turismo. 2016d. *MTur divulga novo Mapa do Turismo Brasileiro*. Publicado em: 12 jul. 2016. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/6456-mtur-divulga-novo-mapa-do-turismo-brasileiro.html>. Acesso em: mar. 2017.

NC APART HOTEL. 2017. *Nossas instalações*. Disponível em: <http://www.nchotel.com.br/instalacoes.htm>. Acesso em: jan. 2017.

NEVES, M. F. 2012. *Doutor Agro*. São Paulo: Editora Gente.

O REGISTRO. 2014. *Orquestra Jazz Sinfônica de SP reúne cerca de mil pessoas no Lago Taboão*. Publicado em: 23 jul. 2014. Disponível em: <http://orsm.com.br/orquestra-jazz-sinfonica-de-sp-reune-cerca-de-mil-pessoas-no-lago-do-taboao/>. Acesso em: jan. 2017.

- OMT – Organização Mundial de Turismo. 2010. *International recommendations for tourism statistics 2008*. Department of Economic and Social Affairs. Documento em pdf.
- OPPERMANN, M. 1994. Regional aspects of tourism in New Zealand. *Regional Studies*. v. 28, n. 2, p. 155-168. Documento em pdf.
- ORQUESTRA DE METAIS LYRA BRAGANÇA. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: www.facebook.com/1498682457092097/photos/pb.1498682457092097.-2207520000.1484573345.1638769513083390/?type=3&theater. Acesso em: jan. 2017.
- OSBP – ORQUESTRA SINFÔNICA DE BRAGANÇA PAULISTA. 2017. *Página inicial*. Disponível em: <http://www.osbp.org.br/>. Acesso em: jan. 2017.
- OSO RESTAURANTE. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: www.facebook.com/osorestaurante/. Acesso em: jan. 2017.
- PANROTAS. 2016. *Turismo alavanca vendas no e-commerce em 2016*. Publicado em: 19 abril 2016. Disponível em: http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/mercado/2016/04/turismo-alavanca-nbspvendas-no-e-commerce-em-2016_125155.html. Acesso em: maio 2017.
- PESQUEIRO DO GALO. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/Pesqueiro-do-Galo-175622272548062/photos/?ref=page_internal. Acesso em: jan. 2017.
- PF – Polícia Federal. 2016. *Unidades*. Superintendências e delegacias. Disponível em: <http://www.pf.gov.br/institucional/unidades/superintendencias-e-delegacias/sao-paulo>. Acesso em: dez. 2016.
- PITÁGORA e UNOPAR – Universidade Norte do Paraná. 2016. *Encontre o polo mais próximo*. Disponível em: <http://www.unoparead.com.br/unopar/relacao-cidades.jsp?simple>. Acesso em: dez. 2016.
- POP RESTAURANTE E LANCHONETE. 2017. *Página do Facebook*. Disponível em: <https://www.facebook.com/poplancheserestaurante/?fref=ts>. Acesso em: jan. 2017.
- PORTAL DA SAÚDE. 2016. *Farmácias e drogarias credenciadas no Aqui Tem Farmácia Popular*. Estabelecimentos no estado do São Paulo. Documento em pdf. Disponível em: <http://portalsaude.saude.gov.br/images/pdf/2016/agosto/30/fpbrsc-sp.pdf>. Acesso em: dez. 2016.
- PORTAL DE BRAGANÇA NEWS. 2016. *10ª Parada do Orgulho Gay acontece em Bragança neste domingo*. Publicado em: 18 nov. 2016. Disponível em: <http://news.portalbraganca.com.br/braganca-paulista/braganca-paulista-10a-parada-do-orgulho-gay-acontece-em-braganca-neste-domingo-20112016.html>. Acesso em: jan. 2017.
- PORTAL DE BRAGANÇA PAULISTA. 2016. *6ª Edição da Festa da Linguíça tem início em Bragança Paulista*. Publicado em: 16 set. 2016. Disponível em: <http://www.bragancapaulista.com.br/noticias/6-edicao-da-festa-da-linguica-tem-inicio-em-braganca-paulista>. Acesso em: jan. 2017.
- POUSADA LUZ E PAZ. 2017. *Fotos*. Disponível em: <http://www.pousadaluzepaz.com.br>. Acesso em: jan. 2017.
- POUSADA RECANTO DA FAMÍLIA. 2017. *Fotos*. Disponível em: <http://pousadarecantodafamilia.com.br/galeria.html>. Acesso em: jan. 2017.
- POUSADA RECANTO DAS ROSAS. 2017. *Página principal*. Disponível em: <http://www.pousadarecantodasrosas.com.br>. Acesso em: jan. 2017.
- POUSADA SANTA LUZIA. 2017. *Página principal*. Disponível em: <http://www.pousadasantaluzia.com.br/>. Acesso em: jan. 2017.

- POUSADA TOCA DAS MARITACAS. 2017. *Página de Facebook*. Disponível em: [/www.facebook.com/tocadasmaritacas/photos/a.600671116701491.1073741832.576793512422585/600671560034780/?type=3&theater](https://www.facebook.com/tocadasmaritacas/photos/a.600671116701491.1073741832.576793512422585/600671560034780/?type=3&theater). Acesso em: jan. 2017.
- PROCÓPIO, V.; SALGADO, I. 2015. *Configuração espacial de Bragança Paulista: Capela em 1763, Freguesia em 1765 e Vila em 1767*. In: *Anais do XX Encontro de Iniciação Científica*. 22 e 23 set. 2015. Pontifícia Universidade Católica (PUC) Campinas. Documento em pdf.
- PUBLIC HOUSE PUB. 2017. *Página inicial*. Disponível em: www.pubbraganca.com.br/. Acesso em: jan. 2017.
- QUINTAL DE CASA BAR RESTÔ. 2017. *Página de Facebook*. Disponível em: <https://www.facebook.com/quintaldecasarestobar/>. Acesso em: jan. 2017.
- RED PEPPERS PIZZA & BUFFET. 2017. *Página de Facebook*. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/redpepperspizza/about/?ref=page_internal. Acesso em: jan. 2017.
- ROTA BANDEIRANTES/ FERNÃO DIAS. 2017. *Programa Caminha São Paulo – turismo local*. Disponível em: <http://www.rotabandeirante.com.br/publico/noticia.php?codigo=106>. Acesso em: mar. 2017.
- SABORES DE BRAGANÇA. 2017. *Sabores de Bragança*. Disponível em: <http://saboresdebraganca.com/>. Acesso em: jan. 2017.
- SANTA CASA DE MISERICÓRDIA DE BRAGANÇA PAULISTA. 2017. *Instituição*. Disponível em: <http://www.santacasabraganca.com.br/?ch=1>. Acesso em: jan. 2017.
- SÃO PAULO. Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo. 2015. *Lei Complementar 1.261*, de 29 de abril de 2015. Estabelece condições e requisitos para a classificação de estâncias e de municípios de interesse turístico e dá providências correlatas. Disponível em: <http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei.complementar/2015/lei.complementar-1261-29.04.2015.html>. Acesso em: nov. 2016
- SEADE – Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados. 2016a. *Estado de São Paulo e suas regionalizações*. Disponível em: <http://produtos.seade.gov.br/produtos/divpolitica/index.php?page=tabela&action=load&nivel=10>. Acesso em: nov. 2016.
- SEADE – Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados. 2016b. *Informações dos Municípios Paulistas (IMP)*. Disponível em: <http://www.imp.seade.gov.br/frontend/#/perfil>. Acesso em: nov. 2016.
- SEBRAE-SP – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo. 2016. *Soluções educacionais*. Disponível em: <http://www.ead.sebrae.com.br/>. Acesso em: dez. 2016.
- SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO DE BRAGANÇA PAULISTA. 2016. *Conheça a cidade*. Pontos turísticos. Disponível em: <http://www.braganca.sp.gov.br/newsite/content.php?mid=42&unc=1479838711http://braganca.sp.gov.br/v2/secretarias/cultura-turismo/>. Acesso em: nov. 2016.
- SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO DE BRAGANÇA PAULISTA. 2016a. *Inventário Parcial do Patrimônio Arquitetônico – Bragança Paulista*. Documento em pdf.
- SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO. 2016. *ViaRápida*. Cursos. Disponível em: <http://www.viarapida.sp.gov.br/Cursos.aspx>. Acesso em: dez. 2016.

SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. 2016. *Escola SENAI de Bragança Paulista*. Cursos. Disponível em: <https://bragancapaulista.sp.senai.br/>. Acesso em: dez. 2016.

SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural de São Paulo. 2016. *Agenda de cursos*. Dezembro de 2016 e janeiro de 2017. Disponível em: <http://www.faespsenar.com.br/senar/pagina/exibe/cursos-acoess/agenda/168>. Acesso em: dez. 2016.

SETUR-SP – Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo. 2015. *Municípios de interesse turístico*. Cartilha de orientação de acordo com a Lei 1.261/15. Documento em pdf. Disponível em: <http://www.turismo.sp.gov.br/publico/include/download.php?file=100>. Acesso em: nov. 2016.

SIFFERT FILHO, N.; FAVERET FILHO, P. 1998. *O sistema agroindustrial de carnes: competitividade e estruturas de governança*. Rio de Janeiro: BNDES, BNDES Setorial, 12.

SSP-SP – Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo. 2016a. *Unidades policiais*. Serviços. Disponível em: <http://www.ssp.sp.gov.br/servicos/mapaTelefones.aspx>. Acesso em: dez. 2016.

SSP-SP – Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo. 2016b. *CPI – Comando de Policiamento Interior*. Organograma. Disponível em: http://www.ssp.sp.gov.br/institucional/organograma/pm_cpi.aspx. Acesso em: dez. 2016.

SSP-SP – Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo. 2016c. *Ocorrências policiais registradas por ano*. Dados estatísticos. Disponível em: <http://www.ssp.sp.gov.br/novaestatistica/Pesquisa.aspx>. Acesso em: dez. 2016.

STANO, A. 2014. *Pescaria com os amigos no Pesqueiro Santa Rita*. Jornal da Pesca. Publicado em: 8 out. 2014. Disponível em: <http://jornaldapesca.uol.com.br/2014/10/pescaria-com-amigos-no-pesqueiro-santa-rita-braganca-paulista/>. Acesso em: maio 2017.

TAVARES, G. 2017. *Página de Facebook*. Disponível em: <https://www.facebook.com/gisatavaresatelier>. Acesso em: jan. 2017.

THE PLAZA HOTEL. 2017. *Página de Facebook*. Disponível em: <https://www.facebook.com/194433464073367/photos/a.405902829593095.1073741832.194433464073367/405904702926241/?type=3&theater>. Acesso em: jan. 2017.

VALLE, R; MELLO, A. 2016. *Bragança Paulista – Cidade Ilustrada*. Mapa do município.

VIRACOPOS AEROPORTOS BRASIL. 2016. *Resumo de movimentação aeroportuária de 2015*. Documento em pdf. Disponível em: <http://www.viracopos.com/institucional/estatisticas-e-publicacoes/>. Acesso em: nov. 2016.

WAZE. 2017. *Mapa e trânsito*. Disponível em: <https://www.waze.com/pt-BR/livemap>. Acesso em: maio 2017.

WEIHRICH, Heinz. *The TOWS matrix: a tool for situational analysis*. In: Long Range Planning, v. 15, n. 2, abr. 1982, p. 54-66. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(82\)90120-0](https://doi.org/10.1016/0024-6301(82)90120-0). Acesso em jun. 2017.

WILKINSON, J. 1996. *Estudo da competitividade da indústria brasileira: o complexo agroindustrial*. São Paulo: EDUC.

Apêndices

Apêndice A – Instrumentos de pesquisa da oferta	468
Apêndice B – Formulário de pesquisa de demanda	481
Apêndice C – Aspectos metodológicos da análise da produção de linguiça em Bragança Paulista.....	484

Apêndice A – Instrumentos de pesquisa da oferta

Instruções de preenchimento para Atrativo turístico

1. Aplicação

Este formulário se aplica aos atrativos turísticos e seus principais subtipos listados a seguir.

- Atrativos naturais

- relevo continental: montanha, serra, monte/ morro/ colina, pico/ cume, chapada, tabuleiro, patamar, matacão, vale, planalto, planície, depressão, outros;
- relevo cárstico: caverna, gruta, fuma, dolina;
- hidrografia: rio, riacho, córrego, arroio, lago/ lagoa/ laguna, alagado, fonte, outros;
- queda d'água: catarata, cachoeira, salto, cascata, corredeira, outras;
- unidade de conservação: área de proteção ambiental, área de relevante interesse ecológico, floresta, monumento natural, parque, refúgio de vida silvestre, reserva biológica, reserva extrativista, reserva de desenvolvimento sustentável, reserva de fauna, reserva particular do patrimônio natural, zoológico, jardim botânico, outras.

- Atrativos culturais

- conjuntos arquitetônicos: urbano, rural, industrial, ferroviário, outros;
- arquitetura civil: casa/ casarão/ sobrado/ solar, casa de comércio, educandário/ colégio/ escola universidade, coreto, chalé, outras;
- arquitetura oficial: casa de câmara, paço municipal, fórum, outras;
- arquitetura militar: forte, quartel, vila militar, outras;
- arquitetura religiosa: igreja, basílica, catedral, santuário, capela, oratório, casa paroquial, mosteiro, convento; outras;
- arquitetura industrial/ agrícola: engenho, moinho/ usina, celeiro, alambique/ vinícola, fábrica, casa de operários, fazenda, outras;
- arquitetura funerária: mausoléu, túmulo, memorial, cemitério, outras;
- marcos históricos: divisão territorial, referência à história, relativos a festas e rituais, outros;
- obras de infraestrutura: viaduto/ ponte, caixa d'água, aqueduto, trapiche/ pier, marina, barragem/ represa, estrutura rodoviária, outras;
- obras de interesse artístico: bens integrados à edificação, à paisagem ou ao espaço urbano;
- ruínas;
- museu;
- biblioteca;
- centro cultural, casa de cultura, galeria;
- cine clube, teatro e anfiteatro;
- comunidades tradicionais: indígena, ribeirinha, de imigração, outras;
- sítios arqueológicos e paleontológicos;
- itinerários culturais: histórico, religioso, relacionado a lendas/ mitos ou fatos históricos, outros;

- gastronomia típica e preparação de alimentos: receitas típicas e tradicionais, técnicas de produção e processamento de alimentos;
- artesanato e trabalhos manuais: cerâmica, escultura, bordado, cestaria, trico, renda, bijuteria, pintura, outros;
- atividades tradicionais de trabalho: agricultor, carpinteiro, peão, outras;
- formas de expressão: música, dança, literatura, outras;
- lugares de manifestação de fé: romaria e procissão, culto, outros;
- feiras e mercados de caráter cultural.

- Atividades econômicas

- extrativista: mineral, vegetal e animal;
- agropecuária: agricultura, pecuária, aquicultura, silvicultura, outras;
- comercial: atacadista, varejista;
- industrial: petrolífera, automobilística, têxtil, alimentícia, joalheira, madeireira, ceramista, outras;
- tecnológica.

- Realizações técnicas, científicas e artísticas

- parque tecnológico;
- centro de pesquisa;
- usinas e outras estruturas de geração de energia: hidrelétrica, eólica, solar, outras;
- eclusa;
- planetário;
- aquário;
- viveiro.

- Eventos programados

- feiras e exposições;
- congressos;
- convenções;
- festivais e shows;
- seminários;
- competições;
- desfiles e passeatas;
- festas e celebrações: religiosas, folclóricas, cívicas, outras.

2. Atividades comercializadas

São exemplos de atividades que podem ser comercializadas pelos atrativos turísticos: arborismo, atividades culturais, atividades pedagógicas, boia-cross, caminhada, canoagem, cavalgada, ciclismo, escalada, *motocross*, *mountain bike*, observação, pesca, *rafting*, remo, trilha.

3. Outros equipamentos e serviços

São exemplos de outros equipamentos e serviços que podem ser oferecidos com o serviço em análise: bar, lanchonete, restaurante, hospedagem, serviço de informações, disponibilidade de bicicletas, cavalos, bolas e pedalinhas.

Atrativo turístico

Município: _____
 Atrativo: _____
 Tipologia: () Natural () Cultural () Atividade econômica
 () Realizações técnicas, científicas e artísticas
 () Eventos programados

Subtipo: _____

1. Informações gerais

Nome do proprietário/ gestor: _____
 Endereço: _____
 Telefone: _____ Localização: () Urbana () Rural
 Site: _____ email: _____
 Ano de instalação: _____ Número de funcionários: _____
 Gestão: () Federal () Estadual () Municipal () Concessão () Particular _____
 CADASTUR: () Sim () Não Associação: _____

2. Comercialização

Área: _____ Capacidade: _____
 Aberto para visitação: () Sim () Não Entrada: () Gratuita () Paga _____
 Forma de visitação: () Agendada () Autoguiada () Guiada
 Meses em funcionamento: () ano todo () sazonal _____
 Horário de funcionamento: _____
 Realização: () Data fixa () Data móvel Periodicidade: _____
 Atendimento em língua estrangeira: () Sim () Não _____
 Informativos impressos: () Espanhol () Inglês () Outras _____
 Integra roteiros turísticos: () Sim () Não _____
 Atividades: _____

 Parcerias: _____
 Necessita de: () Formação () Readequação

3. Estrutura

Plano de manejo: () Sim () Não Bem cultural tombado: () Sim () Não
 Sinalização turística: () Ótima () Boa () Regular () Ruim
 Acesso: () A pé () Pavimentado () Não pavimentado () Fluvial
 Transporte: () Regular _____ () Fretado _____
 Estacionamento: () Gratuito () Pago _____ () Para ônibus
 Outros atrativos e recursos: _____

 Outros equipamentos e serviços: _____

4. Fluxo turístico

Segmento () Aventura () Náutico () Rural
 principal: () Cultural () Sol e praia () Negócios e eventos
 () Ecológico () Outros _____
 Total de visitantes anual: _____
 Alta temporada: _____
 Baixa temporada: _____
 Origem: () Local () AID () Regional () Estadual () Outro _____

Critérios	Valores			
	0	1	2	3
Potencial de atratividade	Nenhum	Baixo	Médio	Alto
Grau de uso atual	Fluxo turístico insignificante	Pequeno fluxo	Média intensidade e fluxo	Grande fluxo
Representatividade	Nenhuma	Elemento bastante comum	Pequeno grupo de elementos similares	Elemento singular, raro
Apoio local e comunitário	Nenhum	Apoiado por uma pequena parte da comunidade	Apoio razoável	Apoiado por grande parte da comunidade
Estado de conservação	Péssimo	Regular	Bom	Ótimo
Infraestrutura	Inexistente	Existente, porém em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias	Existente e em ótimas condições
Acesso	Inexistente	Em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções/ melhorias	Em ótimas condições

Descritivo do atrativo

Diferencial do atrativo

Pontos positivos

Pontos negativos

Outros atrativos, recursos, equipamentos e serviços complementares

Instruções de preenchimento para Recurso turístico

1. Aplicação

Este formulário deve ser aplicado em recursos turísticos, entendidos como sendo o patrimônio material ou imaterial com potencial de virar um atrativo, mas que não é ainda tratado como tal.

Os recursos turísticos seguem a mesma classificação dos atrativos e podem ser naturais, culturais, relacionados a atividades econômicas, realizações técnicas, científicas e artísticas, e eventos programados.

Enquadram-se em recursos naturais:

- relevo continental: montanha, serra, monte/ morro/ colina, pico/ cume, chapada, tabuleiro, patamar, matacão, vale, planalto, planície, depressão, outros;
- relevo cárstico: caverna, gruta, fuma, dolina;
- hidrografia: rio, riacho, córrego, arroio, lago/ lagoa/ laguna, alagado, fonte, outros;
- queda d'água: catarata, cachoeira, salto, cascata, corredeira, outras;
- unidade de conservação ou similar: área de proteção ambiental, área de relevante interesse ecológico, floresta, monumento natural, parque, refúgio de vida silvestre, reserva biológica, reserva extrativista, reserva de desenvolvimento sustentável, reserva de fauna, reserva particular do patrimônio natural, zoológico, jardim botânico, outras.

São considerados recursos culturais:

- conjuntos arquitetônicos: urbano, rural, industrial, ferroviário, outros;
- arquitetura civil: casa/ casarão/ sobrado/ solar, casa de comércio, educandário/ colégio/ escola universidade, coreto, chalé, outras;
- arquitetura oficial: casa de câmara, paço municipal, fórum, outras;
- arquitetura militar: forte, quartel, vila militar, outras;
- arquitetura religiosa: igreja, basílica, catedral, santuário, capela, oratório, casa paroquial, mosteiro, convento, outras;
- arquitetura industrial/ agrícola: engenho, moinho/ usina, celeiro, alambique/ vinícola, fábrica, casa de operários, fazenda, outras;
- arquitetura funerária: mausoléu, túmulo, memorial, cemitério, outras;
- marcos históricos: divisão territorial, referência à história, relativos a festas e rituais, outros;
- obras de infraestrutura: viaduto/ ponte, caixa d'água, aqueduto, trapiche/ pier, marina, barragem/ represa, estrutura rodoviária, mirante, outras;
- obras de interesse artístico: bens integrados à edificação, à paisagem ou ao espaço urbano;
- ruínas;
- museu;
- biblioteca;
- centro cultural, casa de cultura, galeria;
- cine clube, teatro e anfiteatro;
- comunidades tradicionais: indígena, ribeirinha, de imigração, outras;

- sítios arqueológicos e paleontológicos;
- itinerários culturais: histórico, religioso, relacionado a lendas/ mitos ou fatos históricos, outros;
- gastronomia típica e preparação de alimentos: receitas típicas e tradicionais, técnicas de produção e processamento de alimentos;
- artesanato e trabalhos manuais: cerâmica, escultura, bordado, cestaria, trico, renda, bijuteria, pintura, outros;
- atividades tradicionais de trabalho: agricultor, carpinteiro, peão, outras;
- formas de expressão: música, dança, literária, outras;
- lugares de manifestação de fé: romaria e procissão, culto, outros;
- feiras e mercados de caráter cultural.

Entre os recursos relacionados a atividades econômicas estão:

- extrativista: mineral, vegetal e animal;
- agropecuária: agricultura, pecuária, aquicultura, silvicultura, outras;
- comercial: atacadista, varejista;
- industrial: petrolífera, automobilística, têxtil, alimentícia, joalheira, madeira, ceramista, outras;
- tecnológica;

Os recursos relacionados a realizações técnicas, científicas e artísticas são:

- parque tecnológico;
- centro de pesquisa;
- usinas e outras estruturas de geração de energia: hidrelétrica, eólica, solar, outras;
- eclusa;
- planetário;
- aquário;
- viveiro.

São classificados como recursos ligados a eventos programados:

- feiras e exposições;
- congressos;
- convenções;
- festivais e shows;
- seminários;
- competições;
- desfiles e passeatas;
- festas e celebrações: religiosas, folclóricas, cívicas, outras.

2. Outros equipamentos e serviços

São exemplos de outros equipamentos e serviços que podem ser oferecidos com o serviço em análise: bar, lanchonete, restaurante, hospedagem, serviço de informações, disponibilidade de bicicletas, cavalos, bolas e pedalinhas.

Recurso turístico

Município: _____

Recurso: _____

Tipologia: ☐ Natural ☐ Cultural ☐ Atividade econômica
☐ Realizações técnicas, científicas e artísticas
☐ Eventos programados

Subtipo: _____

1. Informações gerais

Nome do proprietário/ gestor: _____

Endereço: _____

Telefone: _____ Localização: ☐ Urbana ☐ Rural

Site: _____ email: _____

Ano de instalação: _____ Número de funcionários: _____

Gestão: ☐ Federal ☐ Estadual ☐ Municipal ☐ Concessão ☐ Particular _____

2. Comercialização

Área: _____ Capacidade: _____

Aberto para visitação: ☐ Sim ☐ Não Entrada: ☐ Gratuita ☐ Paga _____

Forma de visitação: ☐ Agendada ☐ Autoguiada ☐ Guiada

Meses e horário de funcionamento: _____

Realização: ☐ Data fixa ☐ Data móvel Periodicidade: _____

Integra roteiros turísticos: ☐ Sim ☐ Não _____

Atividades: _____

Necessita de: ☐ Formatação ☐ Readequação

3. Estrutura

Sinalização turística: ☐ Ótima ☐ Boa ☐ Regular ☐ Ruim

Acesso: ☐ A pé ☐ Pavimentado ☐ Não pavimentado ☐ Fluvial

Transporte: ☐ Regular _____ ☐ Fretado _____

Estacionamento: ☐ Gratuito ☐ Pago _____ ☐ Para ônibus

Outros atrativos, equipamentos e serviços: _____

Estado de conservação: ☐ Ótimo ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim

4. Fluxo turístico

Segmento ☐ Aventura ☐ Náutico ☐ Rural ☐ Cultural
principal: ☐ Sol e praia ☐ Negócios e eventos ☐ Ecológico
☐ Outros _____

Total de visitantes anual: _____

Alta temporada: _____ Baixa temporada: _____

Origem: ☐ Local ☐ AID ☐ Regional ☐ Estadual ☐ Outro _____

Descritivo do recurso

Diferencial do recurso

Pontos positivos

Pontos negativos

Outros atrativos, recursos, equipamentos e serviços complementares ao roteiro

Instruções de preenchimento para Equipamento Turístico

1. Aplicação

Este formulário se aplica aos equipamentos turísticos e seus principais subtipos listados a seguir.

- Espaços de diversão e cultura:
 - boate e discoteca;
 - casa de dança;
 - casa de espetáculo e shows;
 - centro de tradições;
 - cinema;
 - clube social.
- Espaços livres e áreas verdes:
 - jardim;
 - largo;
 - mirante;
 - parque;
 - praça.
- Espaços para eventos:
 - auditório e salão para reuniões;
 - centro de convenções e feiras;
 - parque, pavilhão e centro de exposição.
- Instalações esportivas:
 - autódromo;
 - campo de futebol;
 - estádio;
 - ginásio;
 - pista de equitação;
 - pista de *skate*;
 - quadra.
- Instalações náuticas:
 - cais;
 - clube náutico;
 - garagem náutica;
 - marina;
 - pier.
- Informações turísticas
 - central;
 - centro de atendimento;
 - posto;
- Outros espaços de recreação:
 - colha e pague;
 - pesque e pague;
 - pesque e solte;
 - sítios e chácaras de lazer.

- Parques:
 - aquático;
 - de diversões;
 - temático.

2. Atividades comercializadas

São exemplos de atividades que podem ser comercializadas pelos equipamentos turísticos: arvorismo, atividades culturais, atividades pedagógicas, boia-cross, caminhada, canoagem, carrossel, cavalgada, ciclismo, escalada, *motocross*, montanha-russa, *mountain bike*, observação, piscina, pesca, *rafting*, remo, trilha.

3. Outros equipamentos e serviços

São exemplos de outros equipamentos e serviços que podem ser oferecidos com o equipamento em análise: aluguel de barco, bar, lanchonete, restaurante, hospedagem, locação de veículos, serviço de informações, disponibilidade de bicicletas, cavalos, bolas, pedalinhos, entre outros.

Equipamento turístico

Município: _____

Equipamento: _____

Tipo: _____ Subtipo: _____

1. Informações gerais

Nome do proprietário/ gestor: _____

Endereço: _____

Telefone: _____ Localização: () Urbana () Rural

Site: _____ email: _____

Ano de instalação: _____ Número de funcionários: _____

Gestão: () Federal () Estadual () Municipal () Concessão () Particular

CADASTUR: () Sim () Não Associação: _____

2. Comercialização

Área: _____ Capacidade: _____

Aberto para visitação: () Sim () Não Entrada: () Gratuita () Paga _____

Forma de visitação: () Agendada () Autoguiada () Guiada

Meses e horário de funcionamento: _____

Atendimento em língua estrangeira: () Sim () Não _____

Informativos impressos: () Espanhol () Inglês () Outras _____

Integra roteiros turísticos: () Sim () Não _____

Atividades: _____

Necessita de: () Formatação () Readequação

3. Estrutura

Sinalização turística: () Ótima () Boa () Regular () Ruim

Acesso: () A pé () Pavimentado () Não pavimentado () Fluvial

Transporte: () Regular _____ () Fretado _____

Estacionamento: () Gratuito () Pago _____ () Para ônibus

Outros atrativos, equipamentos e serviços: _____

Estado de conservação: () Ótimo () Bom () Regular () Ruim

4. Fluxo turístico

Segmento () Aventura () Náutico () Rural () Cultural

principal: () Sol e praia () Negócios e eventos () Ecológico

() Outros _____

Total de visitantes anual: _____

Alta temporada: _____ Baixa temporada: _____

Origem: () Local () AID () Regional () Estadual () Outro _____

Descritivo do equipamento

Diferencial do equipamento

Pontos positivos

Pontos negativos

Outros atrativos, recursos, equipamentos e serviços complementares

Instruções de preenchimento para Meio de Hospedagem

1. Aplicação

Este formulário deve ser aplicado a estabelecimentos de meio de hospedagem, considerando os seguintes principais subtipos: acampamento turístico ou *camping*; albergue; cama e café; colônia de férias; *flat* ou apart-hotel; hospedaria; hotel fazenda; hotel histórico; hotel; motel; pensão; pousada; *resort*; *spa*.

2. Atividades comercializadas

São exemplos de atividades que podem ser comercializadas pelos meios de hospedagem: arvorismo, atividades culturais, atividades pedagógicas, boia-cross, caminhada, canoagem, cavalgada, ciclismo, escalada, fazendinha, *motocross*, *mountain bike*, observação de fauna e de flora, passeios de barco, pesca, *rafting*, remo, trilha, visita a produção agrícola.

3. Outros equipamentos e serviços

São exemplos de outros equipamentos e serviços que podem ser oferecidos com o meio de hospedagem em análise: bar, lanchonete, restaurante, área de recreação e lazer, área para eventos, locadora de veículos e traslados.

Meio de hospedagem

Município: _____

Meio de hospedagem: _____

Subtipo: _____

1. Informações gerais

Nome do proprietário/ gestor: _____

Endereço: _____

Telefone: _____ Localização: () Urbana () Rural

Site: _____ email: _____

Ano de instalação: _____ Número de funcionários: _____

CADASTUR: () Sim () Não Associação: _____

2. Comercialização

Unidades habitacionais: _____ Diária média: _____

Tipo de diária: () Sem alimentação () Café da manhã () Meia pensão
() Pensão completa () Tudo incluído

Atendimento em língua estrangeira: () Sim () Não _____

Informativos impressos: () Espanhol () Inglês () Outras _____

Meses em funcionamento: () ano todo () sazonal _____

Reservas: () Telefone () Email () Site () GDS

Integra roteiros turísticos: () Sim () Não _____

Atividades: _____

Parcerias: _____

Necessita de: () Formatação () Readequação

3. Estrutura

Sinalização turística: () Ótima () Boa () Regular () Ruim

Acesso: () A pé () Pavimentado () Não pavimentado () Fluvial

Transporte: () Regular _____ () Fretado _____

Estacionamento: () Gratuito () Pago _____ () Para ônibus

Outros equipamentos e serviços: _____

Outros atrativos e recursos: _____

Estado de conservação: () Ótimo () Bom () Regular () Ruim

4. Fluxo turístico

Segmento principal: () Aventura () Náutico () Rural
() Cultural () Sol e praia () Negócios e eventos
() Ecológico () Outros _____

Taxa de ocupação anual: _____

Alta temporada: _____

Baixa temporada: _____

Origem: () Local () AID () Regional () Estadual () Outro _____

Permanência média: () 1 dia () 2 dias () 3 a 5 dias () 1 semana () +1 semana

Descritivo do equipamento

Diferencial do equipamento

Pontos positivos

Pontos negativos

Instruções de preenchimento para Alimentos e Bebidas

1. Aplicação

Este formulário deve ser aplicado a estabelecimentos de alimentação e bebidas, considerando os seguintes principais subtipos: bar, cafeteria, confeitaria, lanchonete, padaria, quiosque, restaurante e sorveteria.

2. Tipo de gastronomia

Os estabelecimentos de alimentação e bebidas são classificados quanto ao tipo de gastronomia principal oferecido conforme segue:

- por país; ou
- por região brasileira; ou
- por especialização (cachaçaria, cervejaria, churrascaria, colonial, frutos do mar, pastelaria, pizzaria, sanduicheria, outros); ou
- por tipo de dieta (macrobiótica, natural, vegetariana, outros).

3. Tipo de serviço

Os estabelecimentos de alimentação e bebidas são classificados quanto ao tipo de serviço principal oferecido conforme segue:

- *a la carte*;
- *drive-thru*;
- entrega em domicílio;
- *fast food*;
- rodízio;
- *self service* por preço fixo;
- *self service* por quilo;
- outros.

4. Outros equipamentos e serviços

São exemplos de outros equipamentos e serviços que podem ser oferecidos com o equipamento em análise: música ao vivo e espaço para eventos.

Serviços e Equipamentos de Alimentos e Bebidas

Município: _____

Estabelecimento: _____

Subtipo: _____

Tipo de gastronomia: _____ Tipo de serviço: _____

1. Informações gerais

Nome do proprietário/ gestor: _____

Endereço: _____

Telefone: _____ Localização: () Urbana () Rural

Site: _____ email: _____

Ano de instalação: _____ Número de funcionários: _____

CADASTUR: () Sim () Não Associação: _____

2. Comercialização

Número de assentos: _____ Couvert médio: _____

Atendimento em língua estrangeira: () Sim () Não

Informativos impressos: () Espanhol () Inglês () Outras _____

Meses em funcionamento: () ano todo () sazonal _____

Integra roteiros turísticos: () Sim () Não _____

Atividades: _____

Parcerias: _____

Necessita de: () Formatação () Readequação

3. Estrutura

Sinalização turística: () Ótima () Boa () Regular () Ruim

Acesso: () A pé () Pavimentado () Não pavimentado () Fluvial

Transporte: () Regular _____ () Fretado _____

Estacionamento: () Gratuito () Pago _____ () Para ônibus

Outros equipamentos e serviços: _____

Outros atrativos e recursos: _____

Estado de conservação: () Ótimo () Bom () Regular () Ruim

4. Fluxo turístico

Segmento () Aventura () Náutico () Rural
principal: () Cultural () Sol e praia () Negócios e eventos
() Ecológico () Outros _____

Total de clientes anual: _____

Alta temporada: _____

Baixa temporada: _____

Origem: () Local () AID () Regional () Estadual () Outro _____

Descritivo do equipamento

Diferencial do equipamento

Pontos positivos

Pontos negativos

Instruções de preenchimento para Serviços Turísticos

1. Aplicação

Este formulário se aplica aos serviços turísticos e seus principais subtipos listados a seguir.

- Agências de turismo:
 - agência consolidadora;
 - agência de receptivo;
 - agência de viagem;
 - operadora de turismo.
- Serviços de guiamento e condução turística:
 - condutor;
 - monitor;
 - guia de turismo.
- Serviços de transporte turístico:
 - locadora de veículos;
 - transportadora turística;
 - outros tipos de transporte.
- Serviços para eventos:
 - organizadora;
 - promotora;
 - outros serviços especializados.

2. Atividades comercializadas

São exemplos de atividades que podem ser comercializadas pelos serviços turísticos: arvorismo, atividades culturais, atividades pedagógicas, boia-cross, caminhada, canoagem, cavalgada, ciclismo, escalada, fazendinha, intercâmbio estudantil, *motocross*, *mountain bike*, observação de fauna e de flora, passeios de barco, pesca, *rafting*, remo, trilha, visita a museus, visita a produção agrícola.

3. Outros equipamentos e serviços

São exemplos de outros equipamentos e serviços que podem ser oferecidos com o serviço em análise: bar, lanchonete, restaurante, hospedagem, área de recreação e lazer, área para eventos, locação e montagem de equipamento de som e iluminação, locação e montagem de tendas, camarins e estandes.

Serviços turísticos

Município: _____
 Empresa: _____
 Tipo: _____ Subtipo: _____

1. Informações gerais

Nome do proprietário/ gestor: _____
 Endereço: _____
 Telefone: _____ Localização: () Urbana () Rural
 Site: _____ email: _____
 Ano de instalação: _____ Número de funcionários: _____
 CADASTUR: () Sim () Não Associação: _____

2. Comercialização

Atendimento em língua estrangeira: () Sim () Não _____
 Informativos impressos: () Espanhol () Inglês () Outras _____
 Meses em funcionamento: () ano todo () sazonal _____
 () Traslados _____
 () City tour _____
 () Guias () Guias bilíngues () Tradutores
 () Eventos () Reserva de hospedagem () Assessoria turística
 () Bilhetes aéreos () Bilhetes terrestres () Hospedagem
 () Seguro de viagem () Locação de carro () Pacotes
 () Intermediação para espetáculos e eventos esportivos () Outros _____
 Abrangência: () Local () AID () Regional () Estadual () Nacional () Internacional
 Atrativos comercializados na AID: _____

 Atividades comercializadas na AID: _____

 Parcerias: _____

3. Estrutura

Sinalização turística: () Ótima () Boa () Regular () Ruim
 Outros equipamentos e serviços: _____
 Outros atrativos e recursos: _____
 Estado de conservação: () Ótimo () Bom () Regular () Ruim

4. Fluxo turístico

Segmento () Aventura () Náutico () Rural
 principal: () Cultural () Sol e praia () Negócios e eventos
 () Ecológico () Outros _____
 Total anual de clientes: _____
 Alta temporada: _____
 Baixa temporada: _____
 Origem: () Local () AID () Regional () Estadual () Outro _____
 Permanência média: () 1 dia () 2 dias () 3 a 5 dias () 1 semana () +1 semana

Descritivo do serviço

Diferencial do serviço

Pontos positivos

Pontos negativos

Apêndice B – Formulário de pesquisa de demanda

ENTREVISTAR O CONDUTOR DO VEÍCULO

- 1 Em qual cidade você vive?
☐ São Paulo ☐ Campinas ☐ Outra _____
☐ Bragança Paulista **[se Bragança Paulista, encerrar entrevista]**
- 2 Qual alternativa que melhor lhe descreve quanto a...
- 2a - Sexo? ☐ Masculino ☐ Feminino
- 2b - Idade? _____
- 2c - Estado civil? ☐ Solteiro ☐ Divorciado ou separado
☐ Casado ☐ Viúvo
- 2d - Escolaridade? ☐ Ensino fundamental incompleto ☐ Superior incompleto
☐ Ensino fundamental completo ☐ Superior completo
☐ Ensino médio incompleto ☐ Pós graduação
☐ Ensino médio completo ☐ Não sabe/ não respondeu
- 2e - Renda
familiar mensal? ☐ Até R\$ 1.000,00 ☐ De R\$ 6.000,00 a R\$ 10.000,00
☐ De R\$ 1.000,00 a R\$ 3.000,00 ☐ Acima de R\$ 10.000,00
☐ De R\$ 3.000,00 a R\$ 6.000,00 ☐ Não sabe/ não respondeu
- 3 Com quem você está viajando? **[resposta única]**
☐ Sozinho ☐ Com amigos
☐ Casal sem filhos ☐ Com colegas de trabalho
☐ Com a família ☐ _____
- 4 Qual o motivo da sua viagem? **[resposta múltipla]**
☐ Atividades aquáticas (barco, ski aquático) ☐ Negócios
☐ Atividades esportivas (trilhas, escaladas) ☐ Realização de tratamento de saúde
☐ Desfrutar da natureza ☐ Religião
☐ Descanso ☐ Visita a amigos e parentes
☐ Feiras e eventos ☐ _____
- 5 Já visitou Bragança Paulista antes? **[Se não visitou, pular para questão 14]**
☐ Sim -> Quantas vezes? _____
Quando (última vez)? _____ ☐ Não
- 6 Qual o principal atrativo visitado? **[resposta múltipla]**
☐ Lago do Taboão ☐ Represa Jaguari
☐ Montanha Leite Sol ☐ Templo Taikanji
☐ Montanha do Guaripocaba ☐ Visita a igrejas _____
☐ Museu do Telefone ☐ Visita a meio de hospedagem _____
☐ Museu Oswaldo Russomano ☐ Visita a restaurantes _____
☐ Parque Luiz Gonzaga da Silva Leme ☐ _____
☐ Patrimônio arquitetônico em geral
- 7 Você acha que falta alguma coisa para o turismo na cidade?
☐ Sim → O que falta? _____
☐ Não

- 8 Qual sua fonte de informações turísticas de Bragança Paulista? [resposta múltipla]
- () Não peguei informações () Agência de viagens ou guias turísticos
 () Não sei () Jornais
 () Não lembro () Rádio ou TV
 () Amigos e parentes () Revistas de turismo
 () Internet (*site* de buscas, como Google) () _____
 () Redes sociais (como Tripadvisor, Facebook)
 () *Site* institucional (prefeitura, secretaria de turismo)
- 9 Suas expectativas em relação ao turismo de Bragança Paulista foram: [resposta única]
- () Superadas () Parcialmente atendidas
 () Totalmente atendidas () Frustrantes
- 10 Quais são as possibilidades de retornar a Bragança Paulista para uma nova visita?
- () Com certeza retornarei () Provavelmente não retornarei
 () Provavelmente retornarei () Com certeza não retornarei
 () Não sei se retornarei
- 11 Quais são as chances de indicar a visita a Bragança Paulista para parentes e amigos?
- () Com certeza indicarei () Provavelmente não indicarei
 () Provavelmente indicarei () Com certeza não indicarei
 () Não sei se indicarei

12 Considerando as notas de ótimo, bom, regular e ruim, como você avalia Bragança Paulista:

	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	NÃO SABE	OBS
Atrativos turísticos						
Cultura						
Gastronomia						
Hospitalidade						
Opções de lazer						
Hotelaria						
Compras						
Vida noturna						
Preços						
Acesso						
Infraestrutura						
Atendimento						
Informações turísticas						
Segurança						
Sinalização						
Limpeza						

13 Em relação a Bragança Paulista, indique

Principal ponto positivo: _____

Principal ponto negativo: _____

- 14 Qual seu destino final hoje/ DE ONDE ESTÁ VINDO (no caso de entrevista na saída)?
- () Bragança Paulista
- () Outro que não Bragança Paulista: **[pular para questão 20]**
- () Amparo () Lindóia
- () Águas de Lindóia () Serra Negra
- () Monte Alegre do Sul () Socorro
- () Monte Sião () Outros _____
- 15 Nesta visita, qual foi/ será sua média de gastos por dia e por pessoa em Bragança Paulista?
- () Menos de R\$ 100,00 () De R\$ 150,00 a R\$ 250,00
- () De R\$ 100,00 a R\$ 150,00 () Acima de R\$ 250,00
- 16 Nesta visita, qual foi/ será sua permanência em Bragança Paulista? **[em pernoites]**
- () Menos de 1 dia **[se menos de 1 dia, pular para 18]** () De 3 a 4 dias
- () De 1 a 2 dias () Mais de 5 dias
- 17 Nesta visita, qual foi/ será o meio de hospedagem utilizado? **[resposta única]**
- () Hotel () Imóvel alugado
- () Pousada () Airbnb
- () Casa de amigos ou parentes () Outro: _____
- 18 Nesta visita, quais serviços foram/ serão usados em Bragança Paulista? **[resposta múltipla]**
- () Equipamentos de lazer () Serviço de transporte
- () Restaurante () _____
- () Nenhum
- 19 Caso não viajasse para Bragança Paulista, você...
- () Ficaria em casa
- () Viajaria para _____

[encerrar entrevista]

- 20 Você já considerou ficar/ voltar a Bragança Paulista, para conhecer e visitar a cidade?
- () Sim
- () Não -> Por que? () Sempre viajo para a mesma cidade
- () Não sei o que tem para fazer/ visitar em Bragança Paulista
- () Nunca ouviu falar de Bragança Paulista
- () _____
- 21 O que te motivaria a ficar/ voltar a Bragança Paulista?
- () Atrativos turísticos interessantes para passar o dia
- () Restaurantes com boa comida e infraestrutura
- () Eventos
- () Artesanato
- () Outros _____

Sublinhado: oferecer opções

Negrito: pular questões

CAIXA ALTA: para entrevistas no retorno

Apêndice C – Aspectos metodológicos da análise da produção de linguça em Bragança Paulista

Assim como em Coutinho e Ferraz (1994, p. 18), adota-se como conceito de competitividade a visão dinâmica de que uma empresa competitiva é aquela com capacidade de “formular e implementar estratégias concorrenciais que lhe permitam conservar, de forma duradoura, uma posição sustentável no mercado”. Isso implica, de acordo com Porter (2002), a renovação das vantagens competitivas por parte das empresas, seja pelo processo produtivo (vantagens de custo), seja pelo relacionamento com o consumidor (qualidade do produto e outros atributos de diferenciação). Todavia, os mesmos autores discutem que a competitividade é determinada não apenas pelas decisões empresariais (fatores internos à empresa), mas também os fatores estruturais (referentes às variáveis estruturais/ setoriais – Figura 363) e os fatores de natureza sistêmica.

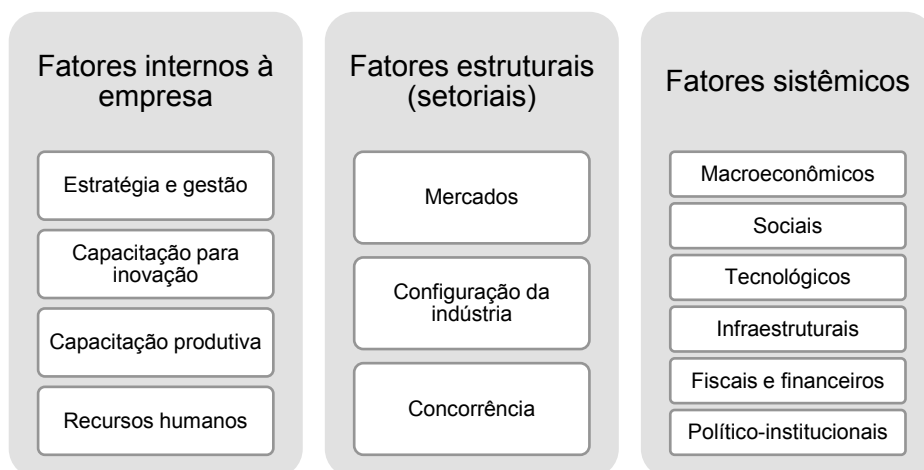
Figura 363 – Forças competitivas: fatores estruturais da competitividade setorial



Fonte: Adaptado de Porter, 1979.

A Figura 364 mostra como os três fatores interagem na competitividade dos setores de atividade econômica.

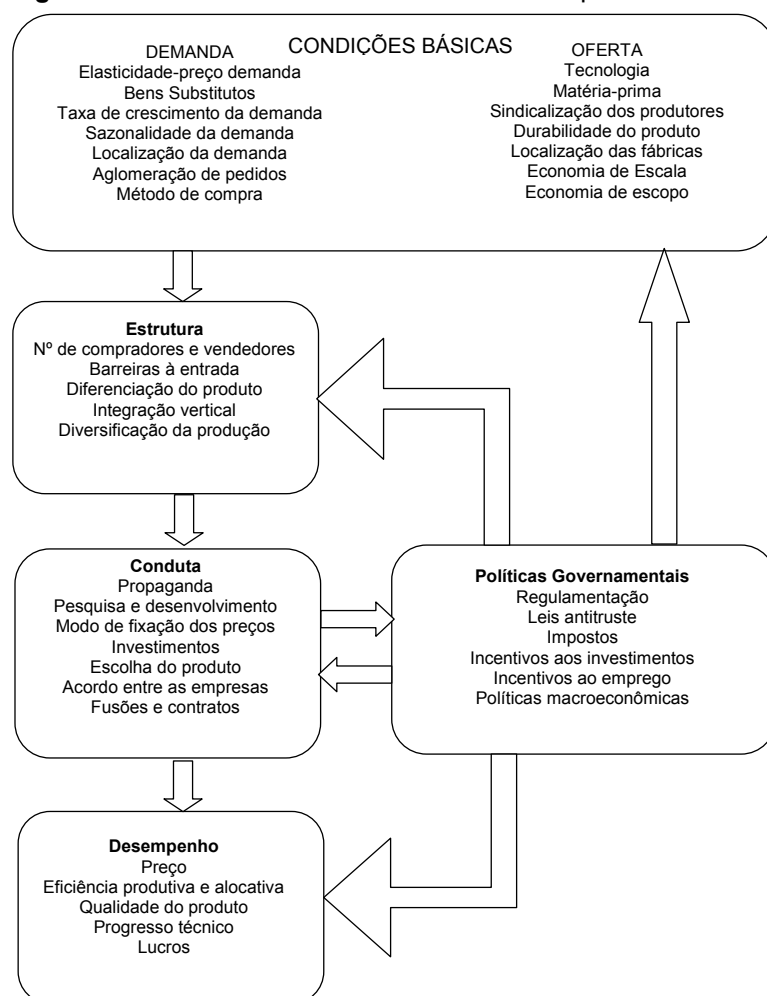
Figura 364 – Fatores determinantes para a competitividade da indústria



Fonte: Adaptado de Coutinho e Ferraz, 1994, p. 19.

O que se depreende da Figura 364 é que uma análise que busca entender a competitividade do setor precisa perscrutar não somente as decisões e estratégias empresariais, mas as características do setor e os aspectos sistêmicos, como aqueles relativos às políticas econômicas, tributação e regulação. É por isso que aqui se adota como referencial teórico o modelo Estrutura-Conduto-Desempenho (ECD), como ilustrado na Figura 365. Advindo da Teoria de Organização Industrial, o modelo ECD assume a hipótese de que, a partir da análise da estrutura de um mercado (número de produtores e compradores, diferenciação de produtos, barreiras à entrada, estruturas de custos, integração vertical, diversificação, entre outros), determinada pelas condições básicas da oferta e da demanda, é possível extrair conclusões acerca da conduta das empresas (políticas de preços, investimentos em capacidade produtiva, estratégias de produto e vendas etc.). Por seu turno, a conduta, ou o comportamento das empresas em determinado mercado, condiciona o desempenho observado (rentabilidade, nível de produção e vendas, progresso técnico etc.). Destaca-se o fato que as políticas governamentais podem interferir em todo o processo, alterando os incentivos, criando constrangimentos ou barreiras, facilitando ou dificultando os negócios.

Figura 365 – Modelo Estrutura-Conduto-Desempenho



Fonte: Adaptado de Carlton e Perloff, 1994.

O modelo ECD tem como principal vantagem permitir uma sistematização das relações econômicas da indústria e, sobretudo, é flexível e adaptado para englobar o papel das instituições econômicas e da dinâmica tecnológica que são variáveis fundamentais para entender as implicações das intervenções do Estado na estrutura da indústria, bem como em seu desempenho.