



PLANO DIRETOR DE TURISMO– (PDTUR) – Mongaguá/SP

Volume 3 – Estudo de Potencialidade Turística, Matriz de Swot, Formação de Produtos Turísticos e Segmentação.



2018



PREFEITURA MUNICIPAL DE MONGAGUÁ

ARTUR PARADA PRÓCIDA - PREFEITO MUNICIPAL

MÁRCIO MELO GOMES - VICE PREFEITO

FLÁVIO ELEANDRO SANTANA PASSOS – DIRETOR DE TURISMO

TENISSON AZEVEDO JUNIOR – DIRETOR DE ASSUNTOS TÉCNICOS DE
ENGENHARIA

VALÉRIA BISPO MIRANDA – CHEFE DE SEÇÃO DE TURISMO

RICARDO DOS SANTOS FERREIRA - ARQUITETO

EQUIPE TÉCNICA DA JK TURISMO

THIAGO FERRAREZI – COORDENAÇÃO DE PROJETO

CAROLINE BRANDÃO – TURISMOLOGA

TALITA SANTOS SOARES – ANALISTA DE SISTEMAS

PÂMELA SANTOS – JORNALISTA

THIAGO ARAUJO – ENGENHEIRO AMBIENTAL



Sumário

1.	INTRODUÇÃO	5
2.	METODOLOGIA.....	10
2.1.	METODOLOGIA DA PESQUISA DE DEMANDATURÍSTICA	10
2.2.	METODOLOGIA DA PESQUISA DE SENSIBILIZAÇÃO TURÍSTICA	11
2.3.	METODOLOGIA DO ESTUDO DE POTENCIALIDADE	12
2.4.	METODOLOGIA DA ANÁLISE SWOT	14
2.5.	METODOLOGIA APLICADA NA REALIZAÇÃO DE OFICINA PÚBLICA	15
3.	CARACTERIZAÇÃO GERAL DO MUNICÍPIO.....	17
3.1.	LOCALIZAÇÃO DE MONGAGUÁ	17
3.2.	CLIMA	21
3.3.	GEOLOGIA	30
3.4.	GEOMORFOLOGIA	34
3.5.	SOCIOECONÔMICO	39
3.5.1.	População	40
3.5.2.	Índice de Desenvolvimento Humano	41
3.5.3.	Atividades Econômicas	42
3.5.4.	Produto Interno Bruto	44
3.5.5.	Educação	45
3.5.6.	Saúde.....	48
4.	PESQUISA DE DEMANDATURÍSTICA.....	51
4.1.	CONCEITO DE PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA	51
4.2.	PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA – MONGAGUÁ.....	54
4.3.	PERFIL DO TURISTA.....	55
4.3.1.	ORIGEM DOS TURISTAS	55
4.3.2.	GÊNERO	56
4.3.3.	FAIXA ETÁRIA	56
4.3.4.	ESTADO CIVIL	57
4.3.5.	Graude Escolaridade	57
4.3.6.	Ocupação.....	58
4.3.7.	Renda	59
4.4.	ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM	60
4.4.1.	Motivação da Viagem	61
4.4.2.	Meio de Transporte Utilizado.....	61
4.4.4.	Características do Grupo.....	63
4.4.6.	Tempo Permanência	65
4.4.7.	Meio de Hospedagem.....	67
4.4.8.	Equipamentos Gastronômicos	67
4.4.9.	Atrativos Turísticos Visitados.....	68
4.5.	AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA.....	69
4.5.1.	INFRAESTRUTURA BÁSICA	69
4.7.	INDICAÇÃO DA CIDADE	84
4.8.	RESUMO EXECUTIVO.....	85
5.	PESQUISA DE SENSIBILIDADE TURÍSTICA	91
5.2.	PESQUISA DE SENSIBILIDADE TURÍSTICA LOCAL.....	92



5.3.	METODOLOGIA DE COLETA	93
5.4.	PESQUISA DE SENSIBILIDADE DE TURÍSTICA LOCAL – MONGAGUÁ	94
5.5.	PERFIL DO MORADOR	94
5.5.1.	<i>Bairros dos moradores</i>	94
5.5.2.	<i>Gênero</i>	95
5.5.3.	<i>Faixa Etária dos Moradores</i>	96
5.5.4.	<i>Estado Civil</i>	96
5.5.5.	<i>Graude Escolaridade</i>	97
5.5.6.	<i>Ocupação</i>	98
5.5.7.	<i>Renda</i>	99
5.5.8.	<i>Nascidos na cidade</i>	100
5.6.	ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM	102
5.6.1.	<i>Cidade visitada em viagem</i>	102
5.6.2.	<i>Intervalo de tempo para viagem</i>	103
5.6.3.	<i>Motivação da Viagem</i>	104
5.6.4.	<i>Meios de hospedagem</i>	105
5.6.5.	<i>Meio de Transporte Utilizado</i>	105
5.7.	TURISMO LOCAL	106
5.7.1.	<i>Cidade como Destino Turístico</i>	106
5.7.2.	<i>Existem atrativos turísticos na cidade</i>	107
5.7.3.	<i>Potencial Turístico Local</i>	108
5.7.4.	<i>Investimento do poder público</i>	109
5.7.5.	<i>Investimento Turístico</i>	110
5.7.8.	<i>Participação das atividades turísticas</i>	116
5.8.	AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA	118
5.8.1.	<i>Infraestrutura Básica</i>	118
5.9.	AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA GERAL	126
5.10.	VISITA À CIDADE	128
5.11.	INDICAÇÃO DA CIDADE	131
5.12.	RESUMO EXECUTIVO	132
6.	POTENCIALIDADE TURÍSTICA	138
6.1.	METODOLOGIA	139
6.2.	MATRIZ DE POTENCIALIDADE TURÍSTICA DE MONGAGUÁ	159
6.3.	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	168
6.4.	RESUMO EXECUTIVO	173
7.	ANÁLISE SWOT TURÍSTICA DE MONGAGUÁ	177
7.1.	EIXO HORIZONTAL: FORÇAS E FRAQUEZAS	182
7.2.	EIXO VERTICAL: OPORTUNIDADES E AMEAÇAS	185
7.3.	MATRIZ SWOT DE MONGAGUÁ	187
7.4.	CONCLUSÕES	187
7.5.	RESUMO EXECUTIVO	188
8.	OFICINA PÚBLICA	194
8.1.	PLANEJAMENTO PARTICIPATIVO	194
8.1.2.	<i>Componentes do Planejamento Participativo</i>	195
8.2.	RESULTADOS DA OFICINA PÚBLICA	200
9.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	208
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	229



Ministério do
Turismo



ANEXO 1. QUESTIONÁRIO DE DEMANDA TURÍSTICA	231
ANEXO 2. QUESTIONÁRIO DE SENSIBILIDADE TURÍSTICA LOCAL	232



1. INTRODUÇÃO

Considerando as constantes mudanças sociais, econômicas, políticas, ambientais e administrativas, dentre outras, que ocorrem nos contextos municipais, estaduais e no nacional, o planejamento torna-se uma importante ferramenta de desenvolvimento e enfrentamento de crises. Os diferentes setores presentes na sociedade aderiram a este instrumento, que passou a estar presente em diferentes cenários e áreas de atuação.

O setor de turismo também passou a fazer uso de tal ferramenta como um meio de promoção e crescimento da área. O planejamento turístico é uma atividade complexa, interdisciplinar e abrangente que deve considerar as visões do turista, do gestor, da população local, do trade turístico e dos demais envolvidos.

O Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável de Mongaguá, que está em fase de elaboração, engloba estas visões sem ignorar a sustentabilidade e a necessidade de participação popular em sua elaboração. Diante disso, este volume tem o objetivo de apresentar as discussões e os resultados obtidos nas etapas de pesquisa.

Este volume é parte integrante do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável e compreende a etapa de pesquisas, realizada dentro do escopo de identificação do diagnóstico situacional de Mongaguá. O presente volume apresenta a caracterização do município de Mongaguá, a pesquisa de demanda turística, a pesquisa de sensibilidade turística, a análise SWOT, o estudo de potencialidade e o relatório da oficina pública realizada no município.

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



A pesquisa de demanda turística foi realizada visando identificar o perfil do turista, a maneira como organiza sua viagem, como avalia a infraestrutura urbana e turística de Mongaguá e, se após a visita, o mesmo retornaria num segundo momento. Sua realização é importante para o planejamento do turismo, uma vez que possibilita a percepção do comportamento e das preferências do turista enquanto consumidor de serviços turísticos.

Esta pesquisa contribui diretamente com o planejamento ao identificar as necessidades do turista, e de turistas em potencial, diante dos serviços e atrativos disponíveis no município. Considerando a competitividade do mercado turístico, a realização desta pesquisa colabora com o reconhecimento da atratividade do destino e com a promoção de atividades que atendam a demanda real que a cidade recebe, possibilitando uma melhor alocação e aproveitamento de recursos variados.

Além disso, a pesquisa de demanda turística indica a motivação do turista, ou seja, aquilo que motivou sua decisão de viajar, o percentual de turistas potenciais que o destino recebe, quais atrativos são mais visitados, entre outros apontamentos. Ela é fundamental para o desenvolvimento do turismo e da cidade como um todo, uma vez que avalia os aspectos turístico, urbanos, rurais e econômicos, conforme será apresentado mais adiante.

Ainda assim, o planejamento do turismo precisa considerar diversas visões sobre o destino que se pretende promover ações de desenvolvimento, entre elas está a pesquisa de sensibilização turística. Ao contrário da pesquisa de demanda, esta considera a percepção do morador sobre os equipamentos e serviços turísticos.

A pesquisa de sensibilização turística foi realizada com o intuito de identificar o perfil do morador de Mongaguá, sua relação com os turistas e, além disso, sua opinião sobre o turismo praticado na cidade e sobre a infraestrutura urbana e turística. Além disso, esta pesquisa aponta o nível de apoio turístico da comunidade local, sua visão sobre os atrativos e demais serviços relacionados ao turismo.



Os moradores, muitas vezes, são expectadores do desenvolvimento turístico e pouco usufruem dos benefícios resultantes da atividade turística. Entretanto, um planejamento integrado e sustentável do turismo parte do pressuposto de que a participação do munícipe, sua visão e opinião, são enriquecedoras e devem ser consideradas no plano.

Diante disso, a pesquisa de sensibilização é importante para o planejamento turístico porque considera a visão do morador sobre as mudanças que ocorrem na localidade e são resultantes do turismo, tais como o aumento da circulação de pessoas, maior fluxo financeiro e a geração de emprego. A pesquisa buscou identificar o nível de apoio da comunidade e se há o reconhecimento do potencial turístico da cidade e seus atrativos.

A pesquisa de sensibilização também coletou a opinião dos munícipes sobre os impactos negativos resultantes das atividades turísticas, possibilitando a atuação focalizada do poder público municipal para sanar ou, ao menos, minimizar tais externalidades. Diante disso, buscou-se identificar, de acordo com a visão dos moradores, onde deveriam ser aplicados os investimentos destinados ao turismo e quais aspectos poderiam ser melhorados. O terceiro componente deste volume é o estudo de potencialidade turística.

O estudo de potencialidade turística, diferentemente dos itens anteriores, é elaborado a partir das informações coletadas no Inventário Turístico. A potencialidade turística permite a identificação da atratividade do destino e, de acordo com Araújo, (2010) pode ser compreendida como:

Um conjunto de características próprias dos lugares, territórios e regiões que, estão disponíveis e podem transformar-se em produto turístico e, posteriormente, em atrativo à demanda turística. Porém, antes de avaliado como potencial, o espaço deve passar pelo contraposto dos obstáculos que limitam o acesso do turista a ele.

A atratividade está diretamente relacionada aos recursos turísticos existentes e deve considerar seus diferentes potenciais de atração. Diante disso, o processo de avaliação do potencial permite identificar o grau de importância de um recurso turístico em relação a outro, ou a importância que



assume na tomada de decisão do visitante ao escolher o destino. (CUNHA, LICÍDIO).

O estudo de potencialidade também avalia os equipamentos instalados em Mongaguá e suas condições de funcionamento, analisa a infraestrutura turística e urbana. Ou seja, este estudo engloba todas as facilidades que agregam valor ao destino e possibilitam o atendimento das necessidades do turista.

Este estudo é fundamental para o planejamento do turismo porque identifica a realidade local por meio da hierarquização dos atrativos e análise dos equipamentos de apoio instalados no município. Com isso, é possível identificar desafios e barreiras ao desenvolvimento turístico e promover ações que atendam às especificidades locais, sem degradar os atrativos, afetar sua atratividade ou prejudicar os moradores. O quarto item deste volume é a matriz SWOT turística de Mongaguá.

A matriz SWOT turística tem como principal objetivo identificar as forças, fraquezas, oportunidade e ameaças relacionadas à atividade turística de Mongaguá. Ou seja, visa possibilitar uma visão abrangente do turismo, que englobe tanto aspectos internos quanto externos e auxilie na produção do planejamento turístico.

A análise SWOT, assim como o estudo de potencialidade, avalia todos os aspectos relacionados ao turismo, tais como as condições dos atrativos, a infraestrutura urbana e turística, os serviços turísticos e as ações de promoção do município. É um sistema simples utilizado para identificar o posicionamento de Mongaguá no cenário turístico atual e, conseqüentemente, é essencial para o planejamento turístico, pois, auxilia a identificação dos segmentos turístico da localidade e a correta alocação de recursos.

O quinto item deste volume compreende o relatório que sintetiza os apontamentos e encaminhamentos levantados durante a oficina pública realizada em Mongaguá.



Ministério do
Turismo



Por fim, este volume apresenta uma análise geral dos resultados obtidos pelas pesquisas de demanda e sensibilização, estudo de potencialidade, análise SWOT e pela oficina pública.



2. METODOLOGIA

2.1. Metodologia da pesquisa de demandaturística

A demanda turística pode ser conhecida ou determinada, segundo Petrocchi (2002) através de pesquisa direta, realizada no núcleo emissor do turista. Todavia, o autor acredita que a pesquisa no núcleo receptor é importante para o planejamento específico do turismo, mas ele ressalva que a pesquisa no núcleo receptor trata-se de uma demanda real que determina o perfil e a satisfação do entrevistado que já visitou a cidade.

No estudo em questão é utilizada a pesquisa de demanda real, que é realizada com pessoas que consomem efetivamente um determinado produto, serviço ou destinação turística. Por meio desta pesquisa é possível definir o perfil do turista, as formas como este organiza sua viagem, como avalia a infraestrutura do destino turístico e, se após a visita, ele retornaria.

Para o desenvolvimento da pesquisa realizou-se uma visita ao município nos dias 22, 23 e 24 de julho de 2016. Nesse período foram aplicados questionários aos turistas que se encontravam no destino, o roteiro de aplicação dos questionários incluiu, além dos locais públicos, pousadas, a rodoviária e diversos atrativos turísticos.

A metodologia aplicada consiste na elaboração dos questionários estruturados, que incluem explicações sobre a importância da pesquisa de demanda turística real, seguida pela aplicação in loco, tabulação, avaliação e apresentação de seus resultados.

O questionário é estruturado em perguntas objetivas e possui 04 objetivos principais – Perfil do Turista, Organização da Viagem, Avaliação da Infraestrutura e Retorno ao Destino – que serão explicados abaixo.

- Perfil do Turista - Origem dos Turistas, Gênero, Faixa Etária, Estado Civil, Grau de Escolaridade, Ocupação e Renda Familiar;
- Organização da Viagem – Motivação da Viagem, Meio de Transporte, Características do Grupo, Tempo de Permanência, Meio de



Hospedagem, Fez Refeição na Cidade, Divulgação da Cidade, Necessidades Especiais, Atrativos Turísticos visitados;

- Avaliação da infraestrutura – Avaliar a infraestrutura básica e turística do município;
- Retorno ao Destino – Relatar se voltaria ou não para o destino.

2.2. Metodologia da pesquisa de sensibilização turística

Para o desenvolvimento da pesquisa de sensibilização turística realizou-se uma visita ao município nos dias 22, 23 e 24 de julho de 2016. Nesse período foram aplicados 96 questionários aos moradores que se encontravam na rodoviária, no paraquedismo e no Bairro Parque Novo Mundo, onde encontra-se a maior concentração de residentes dentre os demais bairros de Mongaguá.

Para o cálculo do tamanho amostral foi considerado um nível de confiança de 95% e um erro amostral de 10%. A priori, não havendo informações da população, foi considerado a maior variância possível, resultando em uma amostra de 96 questionários. A metodologia de amostragem, por sua vez, foi do tipo não probabilístico com determinação de região da pesquisa.

A pesquisa de sensibilização turística é fundamental para saber a relação dos moradores locais com o turista. Além disso, procura obter a opinião dos residentes sobre os aspectos estruturais urbanos e turísticos.

A metodologia de coleta de dados aplicada consiste na elaboração dos questionários estruturados, seguida pela aplicação in loco, tabulação, avaliação e apresentação de seus resultados. A unidade experimental adotada para esta pesquisa é o morador local. Foi definido como morador o indivíduo, ou grupo de indivíduos, que reside no município receptor e, de alguma forma, possui contato com o turista.

O morador é abordado e convidado a responder o questionário de sensibilidade turística local elaborado pela empresa. O questionário é do tipo



descritivo e avaliativo e, a partir deste, foram obtidas todas as informações para descrever o perfil do morador, a opinião em aspectos do turismo local e da infraestrutura da cidade de Mongaguá. O questionário foi dividido em três segmentos

- a) O perfil do morador - Faixa Etária, Grau de escolaridade, Ocupação, Gênero, Renda e Tempo Residente no Município.
- b) Opinião do Morador – Relação com o Turistas e Custo devida.
- c) Avaliação de Infraestrutura Urbana e Turística - Atrativos Turísticos Visitados, Infraestrutura Urbana e Turística, Acessibilidade, Conectividade (internet, rede telefônica e televisiva), Atividades Festivas culturais, Atividades Noturnas, Limpeza e Segurança.

2.3. Metodologia do estudo de potencialidade

As metodologias para avaliação do potencial turístico têm como objetivo fundamentar as ações de desenvolvimento turístico de uma localidade. Todavia, considerando a variedade de atrativos turísticos e suas diferentes segmentações turísticas, não é eficaz utilizar um único método para avaliação do potencial. (CUNHA, Licídio)

Deste modo a avaliação do potencial turístico consiste num conjunto de técnicas que partem da hipótese de que, considerando a presença de determinados componentes e atribuindo um valor a cada uma delas, se pode chegar à avaliação da qualidade turística de um recurso ou de uma zona (Cunha apud Cerro, 1993).

Apesar dos diferentes métodos possíveis para avaliar o potencial turismo, nesse estudo utilizaremos uma matriz de avaliação do potencial que é baseada em todas as metodologias, elaborada pelo Doutor Marcelo Vilela de Almeida.

Os métodos de análise de atratividade e hierarquização de destinos turísticos focam-se no potencial de atratividade de destinos turísticos de maneira comparativa, utilizando os atrativos como elementos principais para chegar ao nível de atratividade dos destinos. Em geral, são métodos bastante complexos, pois precisam analisar o destino sob uma ótica específica, com determinantes consistentes e bem elaborados, a fim de alcançar um resultado que dê bases à comparação entre destinos (ALMEIDA apud FAGLIARI e ALMEIDA, 2004, p.32-33).



A matriz de avaliação do potencial turístico é composta por quatro níveis hierárquicos inter-relacionados, são eles: dimensão, que diz respeito aos grandes temas sob os quais estão agrupados os aspectos que devem ser observados nas localidades turísticas, está dividida em atrativos turísticos, equipamentos e serviços turísticos, infraestrutura e apoio turístico, normativo-institucional e planejamento turístico participativo; categorias de análise, detalhamento dos aspectos que devem ser observados e organizados; indicadores, são os desdobramentos das categorias de análise e, por fim; critérios de análise, parâmetros para avaliação, que possibilitam a respectiva atribuição de pontos (ALMEIDA, 2006).

A fim de possibilitar o preenchimento da matriz de potencialidade turística de Mongaguá, foram utilizadas as informações disponibilizadas no Inventário da Oferta Turística e no Diagnóstico Turístico, etapas anteriores do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável de Mongaguá.

A cada um dos critérios avaliados são atribuídos pontos em uma escala decrescente de 5 a 1, com exceção do indicador “existência e gestão de fundo municipal de turismo”(categoria de análise “estrutura da dimensão normativo-institucional”) e de todos os indicadores da categoria de análise “instrumentos de planejamento e gestão pública e compartilhada do turismo”.

Com base na análise dos vários aspectos citados anteriormente, foram efetuadas as somas dos resultados por indicadores, categorias e dimensões. A somatória dos pontos obtidos por estes quesitos representa a pontuação total de Mongaguá.

Por fim, foram extraídas as médias aritméticas simples destes indicadores, categorias e dimensões, dividindo-se os resultados obtidos nas somas pelo número de aspectos analisados. Quando os mesmos aspectos foram analisados duas vezes sob ângulos diferentes, adotou-se o procedimento de repetir a extração das médias, considerando a segunda avaliação. Posteriormente, extraiu-se uma média da categoria como um todo.



2.4. Metodologia da análiseSWOT

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

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

A análise SWOT é um sistema simples utilizado para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa ou, neste caso, de segmento, no ambiente em questão. É uma sigla oriunda do inglês e é um acrônimo de Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). Assim, esta metodologia torna-se uma ferramenta ideal no processo de gestão e monitoramento do turismo de uma determinada localidade.

Ela se apresenta basicamente como uma análise de cenário e se divide em ambiente interno (Forças e Fraquezas) e ambiente externo (Oportunidades e Ameaças). O ambiente interno pode ser controlado pelos dirigentes da empresa, uma vez que ele é resultado das estratégias de atuação definidas pelos próprios membros da organização.



Após estabelecer os componentes da Matriz SWOT, o passo seguinte foi cruzar as Oportunidades com as Forças e as Fragilidades com as Ameaças, buscando estabelecer estratégias que minimizem e monitorem os aspectos negativos e maximizem as potencialidades, visando a capitalização, o crescimento, a manutenção e a sobrevivência do destino turístico.

Para elaborar a Matriz SWOT, foi necessário estabelecer parâmetros para promover a análise das variáveis (Forças, Fragilidades, Oportunidades e Ameaças) utilizadas pela metodologia. Portanto, o primeiro passo constituiu-se na definição do posicionamento das variáveis, segundo o seu ambiente de análise (interno ou externo): no eixo horizontal, posicionou-se as Forças e Fraquezas; e no eixo vertical, as Oportunidades e Ameaças.

A partir daí, analisou-se cada uma a partir do contexto (social, econômico e comercialização), do foco (produto e mercado) e das condições gerais que o município apresenta para o incremento da atividade turística (comercialização, cadeia do turismo e gestão).

2.5. Metodologia aplicada na realização da oficina pública

A oficina pública foi realizada com base em uma metodologia participativa, buscando articular os atores que estão direta ou indiretamente envolvidos com o turismo, ou seja, a oficina deve ser realizada com a participação do terceiro setor, da iniciativa privada, da comunidade local e representantes da gestão pública municipal.

A oficina é dividida em dois momentos, o primeiro é a sensibilização, onde a equipe da empresa aborda as questões relativas ao turismo de Mongaguá, buscando colher as opiniões dos participantes. O segundo momento compreende a elaboração da matriz de análise SWOT turística de Mongaguá, onde os participantes devem apontar o que entender como força, fraqueza, oportunidades e ameaças ao desenvolvimento do turismo na cidade.



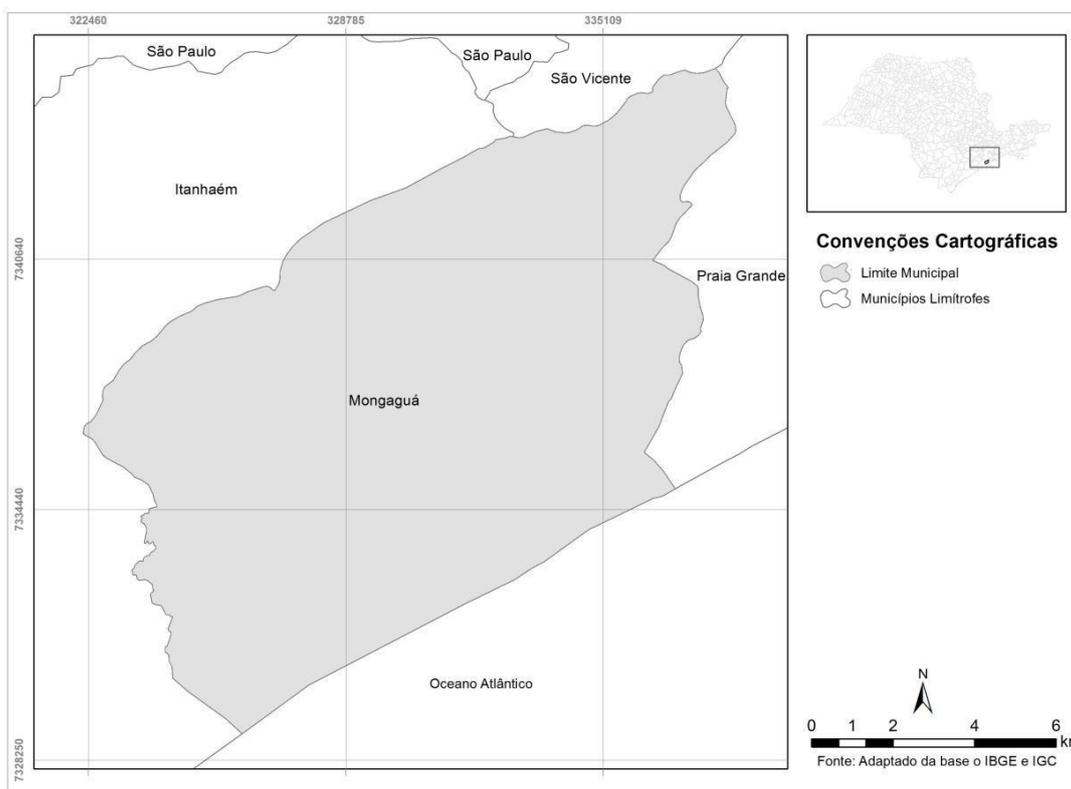
A dinâmica adotada foi: foram elaborados nove painéis, os quatro primeiros compreendem a etapa de sensibilização e cada um contém uma pergunta para reflexão; os cinco últimos serão utilizados para a construção da análise SWOT e a definição de metas a serem atingidas com o desenvolvimento do turismo. Os painéis foram fixados na parede e serão preenchidos pelos participantes, que vão ajudar a elaborar as respostas que preencherão os painéis. As perguntas serão feitas e as respostas anotadas no papel que posteriormente será fixado no painel correspondente.

3. CARACTERIZAÇÃO GERAL DO MUNICÍPIO

3.1. Localização de Mongaguá

O município de Mongaguá está situado na região Sudeste do Brasil no Estado de São Paulo. Localiza-se a uma latitude 23° 39' 5.43" Sul e uma longitude 46° 51' 7.87" Oeste. Abrange uma área de 141.965 km², em uma altitude média de 2 metros.

Figura 1 – Localização do Município de Mongaguá.



O município de Mongaguá está situado na Mesorregião do Litoral Sul Paulista. A mesorregião do Litoral Sul Paulista é uma das quinze mesorregiões do estado brasileiro de São Paulo. É formada pela união de dezessete municípios agrupados em duas microrregiões (Itanhaém e Registro). Esta mesorregião abrange cerca de 13.200,893 km² com uma população estimada em 498.216 hab. (2010), de densidade demográfica em 37,7 hab/km².

Mesorregião é uma subdivisão dos estados brasileiros que congrega diversos municípios de uma área geográfica com similaridades econômicas e sociais, que por sua vez, são subdivididas em microrregiões. Foi criada pelo

IBGE e é utilizada para fins estatísticos e não constitui, portanto, uma entidade política ou administrativa.

Microrregião é, de acordo com a Constituição brasileira de 1988 (art. 25, §3º), um agrupamento de municípios limítrofes. Sua finalidade é integrar a organização, o planejamento e a execução de funções públicas de interesse comum, definidas por lei complementar estadual.

Mapa 1 - Mesorregião do Litoral Sul-Paulista



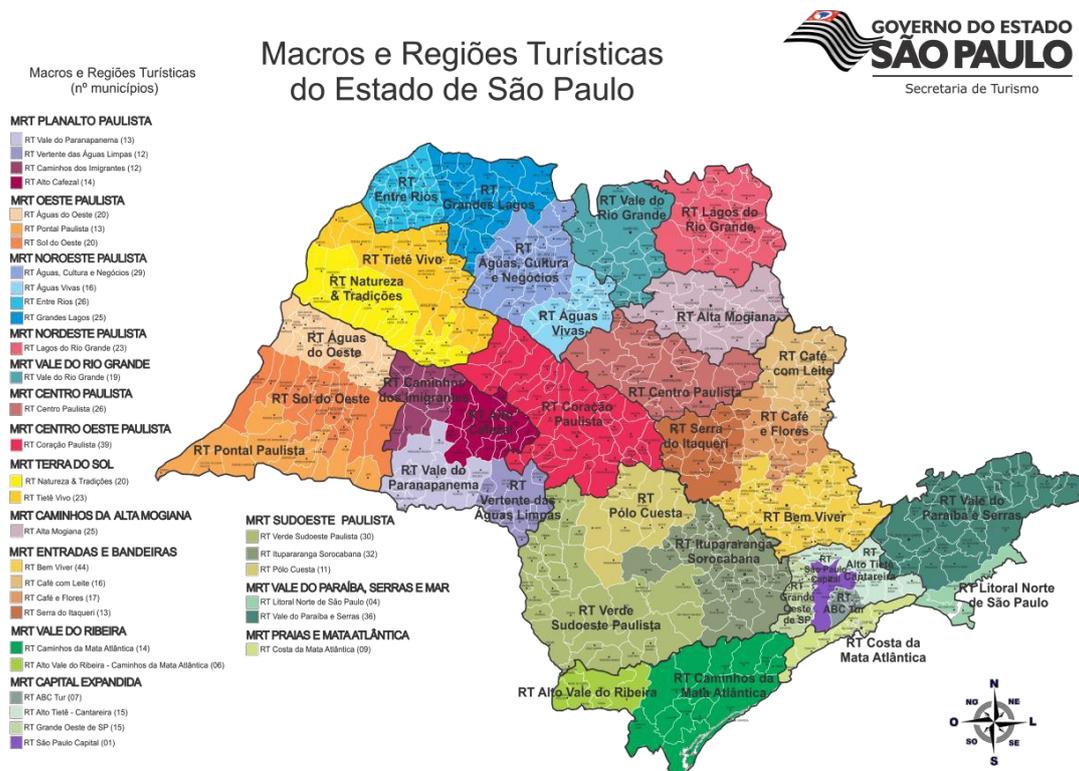
A mesorregião é composta pelos municípios Itanhaém, Itariri, Mongaguá, Pedro de Toledo, Peruíbe, Barra do Turvo, Cajati, Cananeia, Eldorado, Iguape, Ilha Comprida, Jacupiranga, Juquiá, Miracatu, Pariquera-Açu, Registro e Sete Barras.

O município de Mongaguá localiza-se na microrregião de Itanhaém que é composta pelos municípios de Itanhaém, Itariri, Mongaguá, Pedro Toledo e Peruíbe. A microrregião de Itanhaém é uma das microrregiões do estado brasileiro de São Paulo pertencente à mesorregião Litoral Sul Paulista. Sua população foi estimada em 2010 pelo IBGE em 218.840 habitantes e está dividida em cinco municípios. Possui uma área total de 2.012,292km².



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

Mapa 2 - Macros e Regiões Turísticas do Estado de São Paulo



Fonte: <http://www.turismo.sp.gov.br/regioes/regioes-turisticas.html>



O município de Mongaguá está localizado na RT Costa da Mata Atlântica, composto pelos municípios: Bertioga, Cubatão, Guarujá, Itanhaém, Mongaguá, Peruíbe, Praia Grande, Santos e São Vicente.

A Costa da Mata Atlântica é o selo turístico criado para a região que abrange as nove cidades da Baixada Santista: Bertioga, Cubatão, Guarujá, Santos, São Vicente, Praia Grande, Mongaguá, Itanhaém e Peruíbe. A marca, criada em 2003, pelos Santos e Região CVB e as nove prefeituras da região, segue uma tendência mundial e torna o destino muito mais atraente. Com apelo internacional, o nome agrega o valor da Mata Atlântica às praias e ao mar.

Desta forma, as nove cidades formam um único destino, com diversas opções: praias, ecoturismo, lazer, aventura, esportes, gastronomia, história, cultura e negócios. Com opções para todos os gostos, cada município tem suas peculiaridades, mas se completam entre si e oferecem 161 km de litoral, mata atlântica em abundância e uma estrutura para eventos e negócios de alta qualidade.

O destino integra o agito e o desenvolvimento de uma região metropolitana, com as belezas naturais típicas do litoral e da mata atlântica e o bucolismo nato das cidades históricas, para oferecer uma região única para cada visitante.

A Região Metropolitana da Baixada Santista (RMBS) foi a primeira região metropolitana sem a participação de capital de estado criada no Brasil. Instituída pela Lei Complementar Estadual nº 815, de 1996, a região caracteriza-se pela grande diversidade de funções presentes nos municípios que a compõem. Em 2008, o Produto Interno Bruto (PIB) da região chegou a R\$ 41 bilhões, com uma participação de 4% no PIB do Estado.

Além de contar com o Parque Industrial de Cubatão e o Complexo Portuário de Santos, a RMBS desempenha funções de destaque no estado, com atividades industriais e de turismo, e outras de abrangência regional, como as relativas aos comércios atacadista e varejista, ao atendimento à saúde, educação, transporte e sistema financeiro. Além disso, a região possui uma



grande variedade de atividades de suporte ao comércio de exportação, originadas pelas operações no complexo portuário.

Nove municípios fazem parte da Região Metropolitana da Baixada Santista: Bertioga, Cubatão, Guarujá, Itanhaém, Mongaguá, Peruíbe, Praia Grande, Santos e São Vicente.

3.2. Clima

O Brasil, pelas suas dimensões continentais, possui uma diversificação climática bem ampla, influenciada pela sua configuração geográfica, sua significativa extensão costeira, seu relevo e a dinâmica das massas de ar sobre seu território. Esse último fator assume grande importância, por atuar diretamente sobre as temperaturas e os índices pluviométricos nas diferentes regiões do país (CIIAGRO, 2015). Em especial, as massas de ar que interferem mais diretamente no Brasil, segundo o Anuário Estatístico do Brasil, do IBGE, são a Equatorial, tanto Continental como Atlântica; a Tropical, também Continental e Atlântica; e a Polar Atlântica, proporcionando as diferenciações climáticas (CIIAGRO, 2015).

O clima de uma dada região é condicionado por diversos fatores, dentre eles pode-se citar temperatura, precipitação, umidade relativa do ar, ventos e pressão atmosférica, os quais, por sua vez, são condicionados por fatores como altitude, latitude, morfologia do relevo, vegetação e continentalidade. De acordo com a classificação climática de Arthur Strahler, predominam no Brasil cinco grandes climas (CIIAGRO,2015):

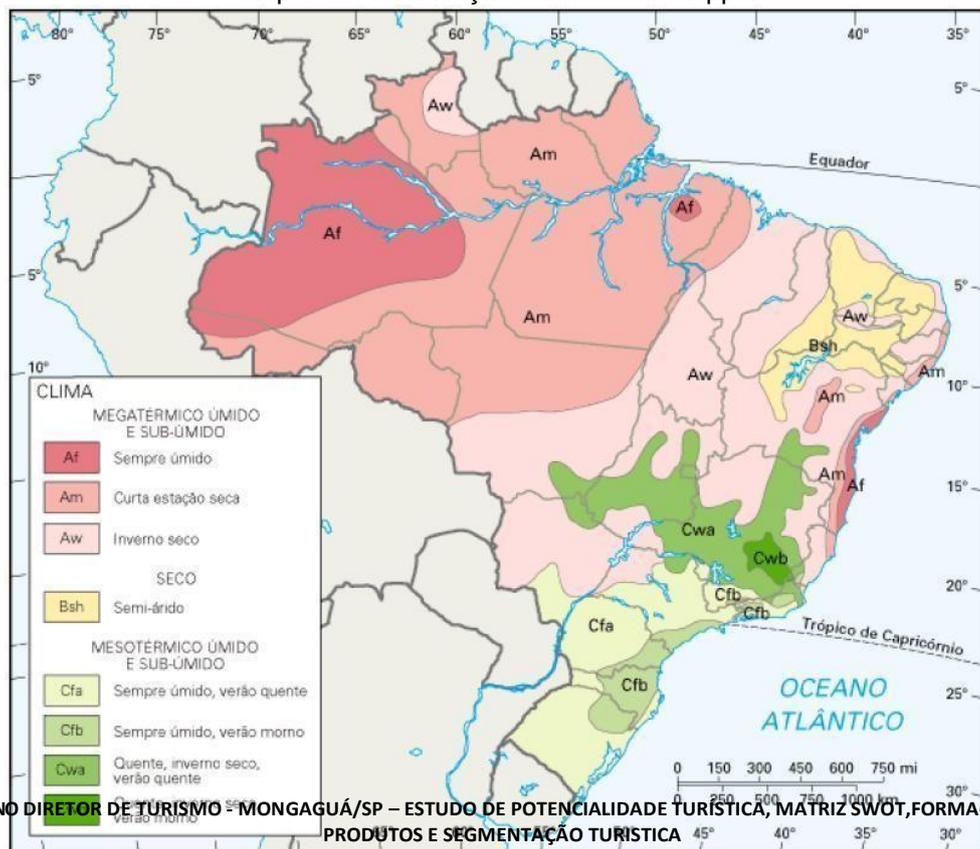
- Clima Equatorial Úmido: da convergência dos alísios, que engloba a Amazônia;
- Clima Tropical Alternadamente Úmido e Seco: englobando grande parte da área central do país e litoral domeio-norte;
- Clima Tropical Seco: tende a ser seco devido à irregularidade da ação das massas de ar, englobando o sertão nordestino e vale médio do rio São Francisco;e
- Clima Litorâneo Úmido: regiões expostas às massas tropicais marítimas, englobando estreita faixa do litoral leste enordeste;
- Clima Subtropical Úmido: abrange costas orientais e subtropicais,

dominado largamente por massa tropical marítima, englobando a Região Sul do Brasil.

Na classificação climática de Köppen-Geiger (considerada o sistema de classificação global dos tipos climáticos mais utilizados em geografia, climatologia e ecologia) é baseada no pressuposto, com origem na fitossociologia e na ecologia, de que a vegetação natural de cada grande região da Terra é essencialmente uma expressão do clima nela prevalente (CIIAGRO, 2015). Assim, as fronteiras entre regiões climáticas foram selecionadas para corresponder, tanto quanto possível, às áreas de predominância de cada tipo de vegetação, razão pela qual a distribuição global dos tipos climáticos e a distribuição dos biomas apresenta elevada correlação, como se observa na Figura 4.

Na determinação dos tipos climáticos de Köppen-Geiger são considerados a sazonalidade e os valores médios anuais e mensais da temperatura do ar e da precipitação. Cada grande tipo climático é denotado por um código, constituído por letras maiúsculas e minúsculas, cuja combinação denota os tipos e subtipos considerados (CIIAGRO, 2015).

Mapa 3 - Classificação Climática de Köppen





Fonte: Centro de Ensino Superior do Amapá (CEAP).¹

O Estado de São Paulo é cortado pelo trópico de Capricórnio e possui praticamente todo seu território entre os paralelos 20 e 25º sul. Tipicamente tropicais. A maior parte dele, devido às áreas montanhosas de altitude, as temperaturas é amena, sendo tropical de altitude. As chuvas são em geral abundantes, sobretudo no verão, tornando o clima, tropical úmido, uma condição que favorece enormemente a agricultura e a pecuária em geral.²

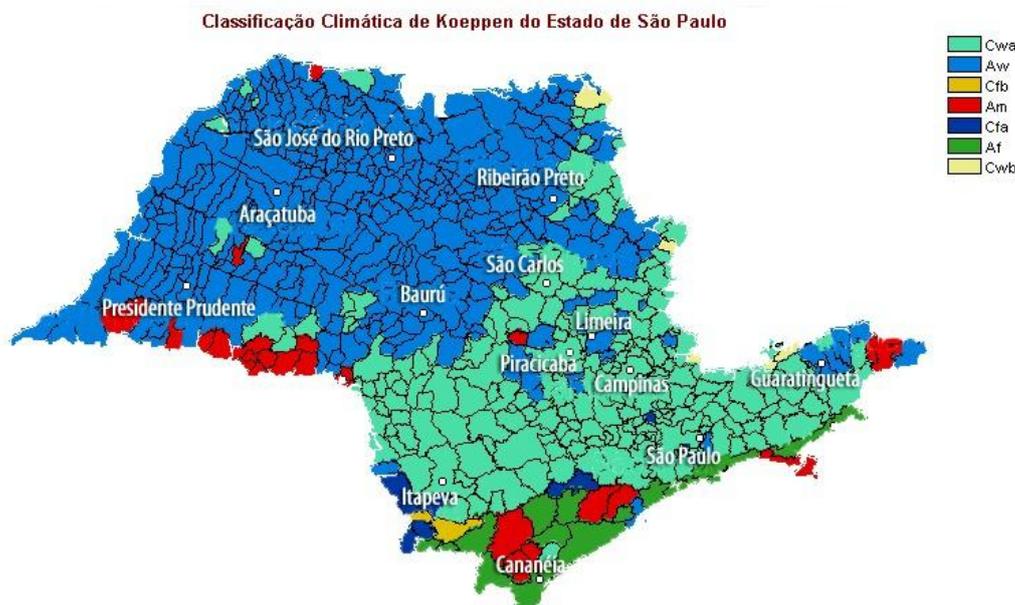
Segundo a classificação de Köppen no Estado de São Paulo predomina o clima tropical e o temperado úmido. O tropical A se subdivide em Af - tropical úmido sem estação seca e Aw- tropical úmido com inverno seco. Os climas temperados úmidos Cse subdividem em Cwa - quente com inverno seco, Cwb - temperado com inverno seco, Cfa - quente sem estação seca e Cfb - temperado sem estação seca (CEPAGRI,2015).

O tipo dominante no Estado de São Paulo é o Cwa, que abrange toda a parte central, sendo caracterizadas como clima tropical de altitude, chuvas no verão e seca no inverno, temperatura média do mês mais quente superior a 22°C. Algumas áreas serranas, com o verão ameno são classificadas no tipo Cwb, temperatura média do mês mais quente inferior a 22°C e durante pelo menos quatro meses é superior a 10°C (CEPAGRI, 2015).

¹Disponível em <http://www.ceap.br/material/MAT24102013154856.pdf>

²Disponível em: <http://www.ciiagro.sp.gov.br/climasp/conceituacao.html>

Mapa 4 - Classificação do clima do Estado de São Paulo através do Sistema Internacional de Köppen



Fonte: Mapa adaptado. Centro de Pesquisas Meteorológicas e Climáticas Aplicadas a Agricultura (CEPAGRI, 2015).

As regiões a Noroeste do Estado, mais quentes, pertencem ao tipo Aw, tropical chuvoso com inverno seco e mês mais frio com temperatura média superior a 18°C. O mês mais seco tem precipitação inferior a 60 mm e com período chuvoso que se atrasa para o outono. Em pontos isolados ocorre o tipo Am que caracteriza o clima tropical chuvoso, com inverno seco onde o mês menos chuvoso tem precipitação inferior a 60 mm. O mês mais frio tem temperatura média superior a 18°C (CEPAGRI, 2015).

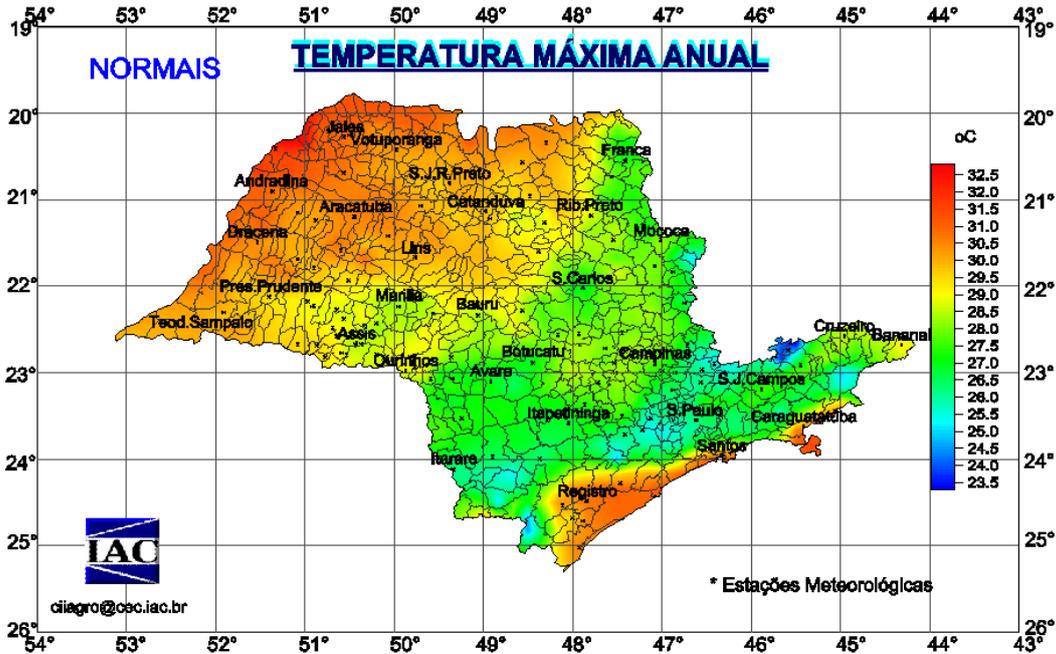
No Sul do Estado aparecem faixas de clima tropical, com verão quente, sem estação seca de inverno, do tipo Cfa onde a temperatura média do mês mais frio está entre 18°C e -3°C mesotérmico. As áreas serranas, mais altas, das serras do Mar e da Mantiqueira, com verão ameno e chuvoso o ano todo têm o clima classificado como Cfb de verão um pouco mais ameno, onde o mês mais quente tem temperatura média inferior a 22°C (CEPAGRI, 2015).

A faixa litorânea recebe a classificação Af, caracterizada pelo clima tropical chuvoso, sem estação seca com a precipitação média do mês mais seco superior a 60 mm (CEPAGRI, 2015).



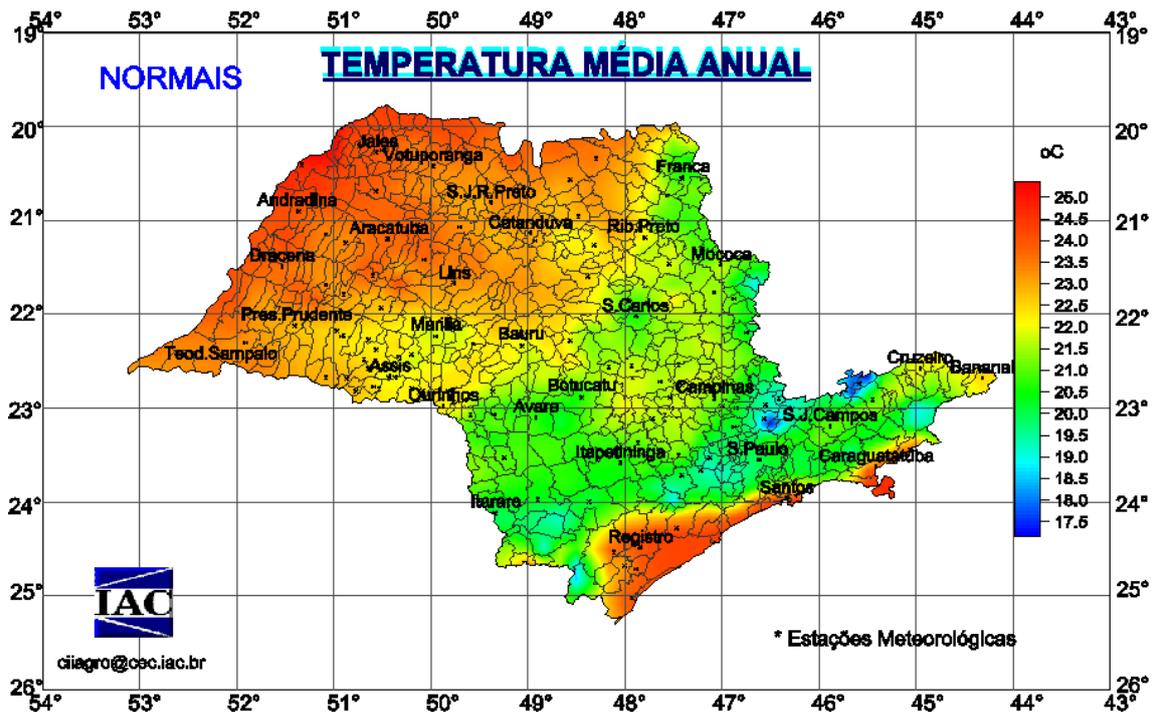
As faixas médias anual das temperaturas máximas, média e mínimas no Estado de São Paulo estão representadas nas Figuras 7, 8 e 9, respectivamente.

Mapa5 - Temperatura Máxima Anual



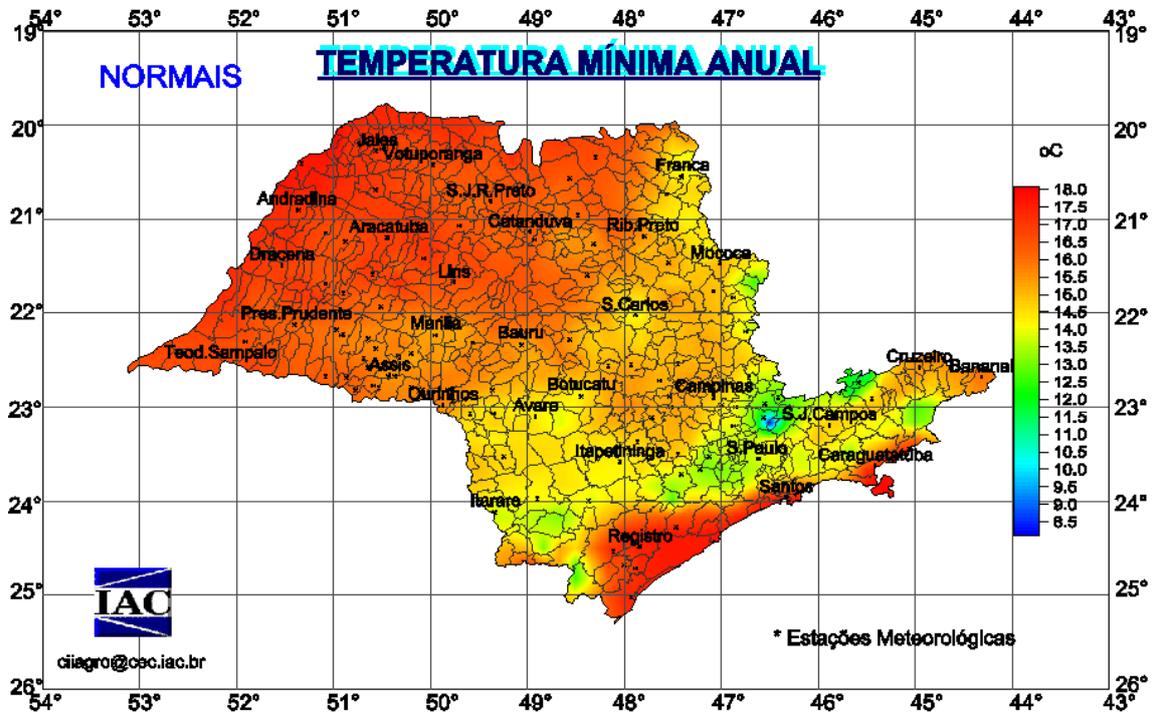
Fonte: Centro Integrado de Informações agrometeorológicas, 2015.

Mapa6 - Temperatura Média Anual



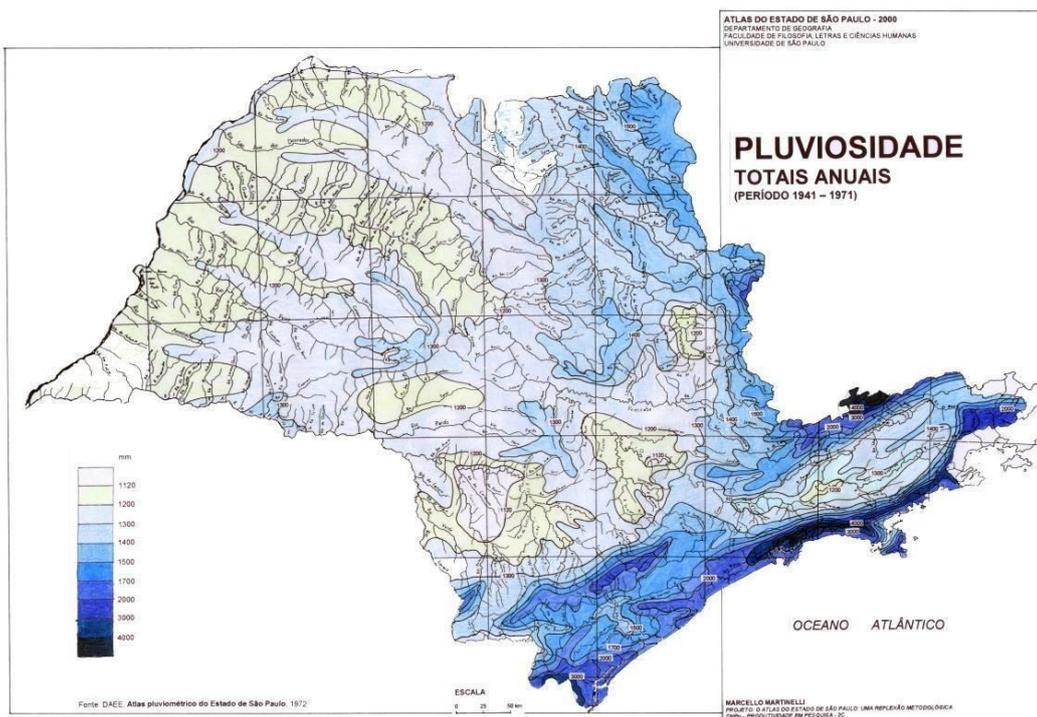
Fonte: Centro Integrado de Informações agrometeorológicas, 2015.

Mapa7 - Temperatura Mínima Anual



Fonte: Centro Integrado de Informações agrometeorológicas, 2015.

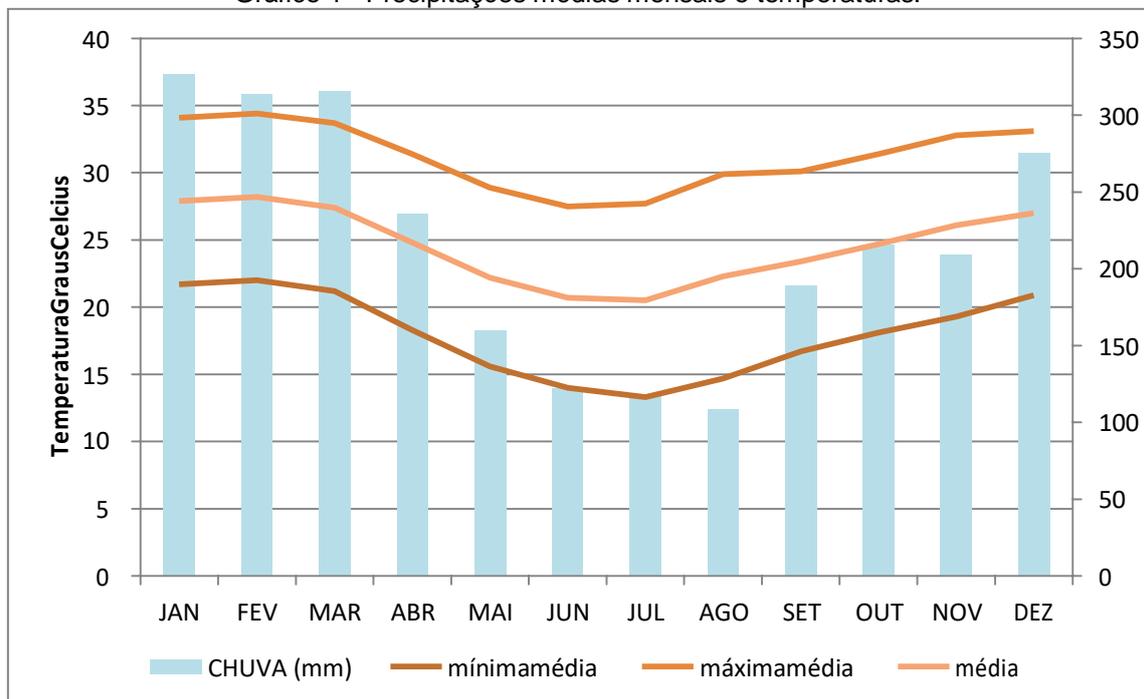
Mapa 8 - Precipitações do Município



Fonte: Instituto Nacional de Meteorologia (INMET), 2000.

Segundo a classificação climática de Köppen o município de Mongaguá/SP está no domínio climático Af, que caracteriza-se como subtropical úmido. A distribuição de chuvas compreende o período primavera – verão. No inverno, as regiões abrigadas são as que mais se ressentem da redução da pluviosidade. O clima da RMBS (Região Metropolitana da Baixada Santista) é influenciado por massa de ar tropical atlântica, com características quente e úmida, e por massa de ar polar atlântica, fria e úmida. O confronto destas duas massas de ar na estação do verão, junto com os fatores climáticos da Serra do Mar, produz grande instabilidade, traduzida em elevados índices pluviométricos, colocando a região entre as áreas onde mais chove no Brasil. O clima é tropical chuvoso, sem estação seca e com a precipitação média do mês mais seco superior a 60mm, conforme classificação Af de Köppen.

Gráfico 1– Precipitações médias mensais e temperaturas.



Fonte: http://www.cpa.unicamp.br/outras-informacoes/clima_muni_351.html

Os dados apresentados na figura anterior frente ao comportamento climático do município de Mongaguá/SP quanto a pluviometria e a temperatura média, com base numa série histórica, estão apresentados na tabela à seguir.





Tabela 1 – Série Histórica Climática de Mongaguá.

MÊS	TEMPERATURA DO AR (C)			CHUVA (mm)
	mínima	média	máxima	
JAN	21,7	34,1	27,9	326,6
FEV	22	34,4	28,2	313,8
MAR	21,2	33,7	27,4	315,3
ABR	18,3	31,4	24,8	235,5
MAI	15,6	28,9	22,2	160
JUN	14	27,5	20,7	121,8
JUL	13,3	27,7	20,5	117,8
AGO	14,7	29,9	22,3	108,6
SET	16,7	30,1	23,4	189,3
OUT	18,1	31,4	24,7	215,7
NOV	19,3	32,8	26,1	209,4
DEZ	20,9	33,1	27	275,1
		Média		
Ano	18	31,2	24,6	2588,9
Min	13,3	27,5	20,5	108,6
Max	22	34,4	28,2	326,6

Fonte: http://www.cpa.unicamp.br/outras-informacoes/clima_muni_351.html

A relação clima-turismo tem realizado numerosas reflexões. Estas reflexões têm se ordenado mediante três posturas diferenciadas. A primeira considera que a atração do clima, como elemento do meio natural, é suficiente para explicar a maior parte dos centros e fluxos turísticos. A segunda reforça que todo clima é potencialmente turístico. A terceira, no meio do caminho entre as anteriores, põe em evidência o papel dos fatores climáticos nos comportamentos turísticos e, às vezes, manifesta a necessidade de avaliar o potencial de atração dos diferentes climas de um território. [...] Os diferentes elementos ambientais que acomodam um território não são considerados unicamente nestes novos projetos como suportes das atividades turísticas, sem que também sejam considerados como fatores ativos que participam na elaboração de um produto de qualidade. Entre todos estes elementos, cuja consideração é necessária para realizar um planejamento coerente, de acordo com as novas exigências da demanda, merece ser destacado o clima. (MARTÍN, 2005, p.21-22).

O clima em Mongaguá interfere diretamente no fluxo de turistas. Por se tratar de um turismo realizado principalmente pelo turismo sol e praia, quando as condições climáticas não são favoráveis o turista não se desloca até o



município na mesma intensidade quando as condições de altas temperaturas ocorrem. Trabalhar para romper a sazonalidade gerada pela própria característica do município (cidade litorânea) é um dos desafios aos gestores do turismo no município e Mongaguá. Tais ações devem promover maiores interações entre os diversos nichos turísticos e estimular a presença do turista nas outras atrações turísticas, como a religiosa, turismo rural, entre outras.

3.3. Geologia

A evolução geológica do litoral paulista foi condicionada por dois conjuntos de fenômenos, com distintas escalas temporais. O primeiro está ligado ao soerguimento da Serra do Mar e subsequente subsidência da Bacia de Santos, relativos às reativações tectônicas ocorridas no final do Cretáceo (Almeida, 1976). O segundo é relacionado às variações do nível do mar durante o Quaternário. No litoral paulista, Suguio & Martin (1978) registraram a existência de dois eventos transgressivos-regressivos denominados de Cananéia e Santos, com idades relativas ao máximo transgressivo de 120.000 e 5.100 AP respectivamente.

Esta evolução geológica determinou a geomorfologia da linha de costa paulista e da plataforma continental adjacente. A ilha de São Sebastião é considerada o principal marcador geomorfológico tanto da linha de costa como da plataforma continental interna. Nesta região, ocorre uma mudança na direção geral da linha de costa, de NE-SW ao sul da ilha de São Sebastião para E-W ao norte. Na porção ao sul da Ilha de São Sebastião, a plataforma continental possui isóbatas equidistantes e paralelas à linha de costa, até a região próxima da isóbata de 100 metros. Sua composição é predominantemente arenosa. Na direção norte, a partir da ilha de São Sebastião, este comportamento se altera, tornando-se bastante irregular, com um aumento da declividade na plataforma interna, próximo à ilha. As isóbatas se distribuem com espaçamento variável apresentando estreitamento e aumento da declividade na plataforma, sobretudo entre as profundidades de 80 e 110 metros. A maior complexidade do relevo submarino favorece a deposição de lamas (Zembruski, 1979).



A configuração das isóbatas indica, também, a existência de vários canais e vales submarinos que cortam a plataforma continental, destacando-se os canais Cananéia, Queimada Grande, São Sebastião e Búzios (Zembruski, 1979).

Estas feições foram desenvolvidas em nível de mar mais baixo e apresentam expressão no fundo marinho atual. Já a costa é marcada pela existência do alinhamento oblíquo da Serra do Mar e por planícies sedimentares quaternárias individualizadas sendo estas maiores na porção sul do litoral. Esta configuração da costa paulista permitiu a compartimentação em dois setores distintos, sul e norte. A porção sul, que se estenderia da Ilha Comprida até a Praia Grande, seria então caracterizada pela presença de praias extensas, contínuas, retilíneas existentes em grandes planícies costeiras. A porção norte entre a Ilha de São Sebastião até Ubatuba seria caracterizada por uma costa recortada (devido à proximidade da Serra do Mar), com a presença de diversas baías e enseadas e também de praias de pequenas dimensões (também conhecidas como praias de bolso) e orientações.

O trecho entre Santos e Ilha de São Sebastião apresenta características de ambos os segmentos, sendo considerada como uma zona de transição entre estes. Os sistemas de drenagem do litoral paulista estão limitados a maior ou menor distância da Serra do Mar, sendo a bacia do rio Ribeira de Iguape a mais extensa. As demais bacias hidrográficas de expressão regional seriam: Una do Prelado, Itanhaém, Itapanhaú e Juqueriquerê. Características originais destas bacias de drenagem mostram-se, muitas vezes, alteradas, em decorrência da atividade minerária e do processo de ocupação. Estudos sobre características hidráulicas destes rios são bastante raros, exceto aqueles correspondentes ao rio Ribeira de Iguape. Alguns estudos mostram correlações entre as vazões dos rios e a pluviosidade local. A classificação mais recente da costa paulista foi efetuada por Ponçano et al. (1999), que indicaram a existência de cinco grandes compartimentos: Cananéia a Praia Grande, Santos a Bertioga, Bertioga a Toque-Toque, Toque-Toque a Tabatinga e Tabatinga a Picinguaba.

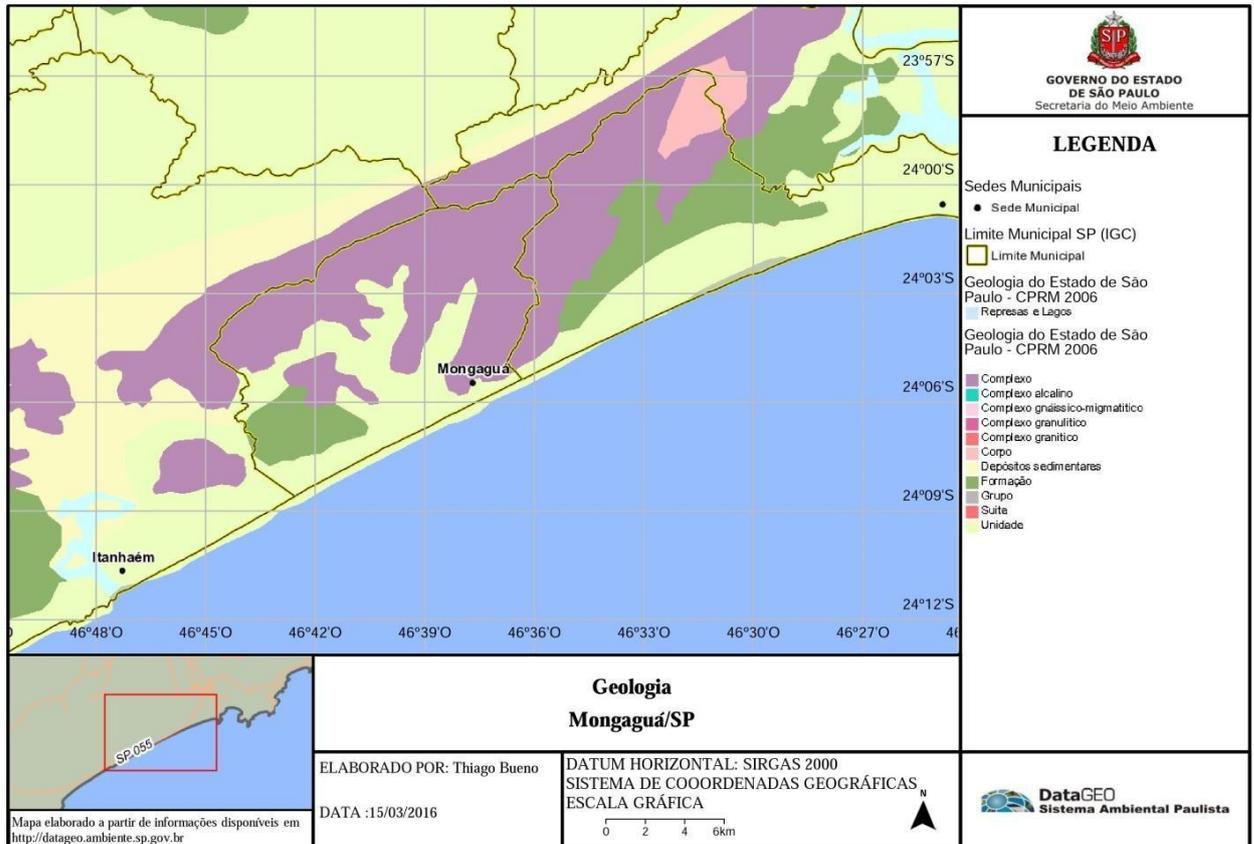


Ministério do
Turismo



Esta compartimentação foi baseada no estudo das praias, e considerou ainda os indicativos de tendências resultantes de deriva litorânea que representam a somatória de processos sedimentares ao longo de dezenas de anos nesta costa. Esta classificação da costa paulista é ainda bastante coincidente com a distribuição espacial das principais bacias hidrográficas do litoral.

Mapa 9 – Geologia de Mongaguá/SP.



Segundo o Mapa Geológico de Mongaguá/SP há o predomínio da formação geológica, denominado Complexo Costeiro, com unidades de gnaiesses bandados (NPccgb), formados no período Proterozóico com predomínio de rochas metamórficas, representado no mapa peça coloração roxa. Outro domínio geológico existente no município, representado pela coloração verde, trata-se da formação Cananéia (Q1cn) do período Cenozóico, caracterizado por depósitos de areia, argila, argilito síltico e siltitos arenosos com predomínio de rochas sedimentares.



3.4. Geomorfologia

Geomorfologicamente, o litoral paulista está contido na unidade Província Costeira definida por Almeida (1964), IPT (1981) e Ross & Moroz (1997). A Província Costeira é subdividida nas subzonas Serrania Costeira e Baixada Litorânea, sendo que cada subzona possui características geomorfológicas próprias, refletindo as condições genéticas ligadas ao arcabouço tectônico.

Este compartimento é composto pelas praias situadas nas planícies costeiras de Itanhaém e Praia Grande. A planície costeira de Itanhaém apresenta direção aproximada de N50°E e dimensões máximas de 40 quilômetros de comprimento por cerca de 15 quilômetros de largura. Trata-se, na verdade, de uma planície costeira intercalada por morros cristalinos com diferentes faixas de sedimentação, entre o sopé da Serra do Mar e a linha de praias retilíneas. (Sant'Anna Neto, 1990). As praias apresentam características dissipativas, sendo extensas, planas, compostas por areias finas a muito finas e com larga zona de arrebatamento. Neste compartimento as praias são, em geral, estáveis, regidas por uma resultante geral do transporte sedimentar rumo nordeste.

Este compartimento engloba as planícies costeiras de Itanhaém e da Praia Grande. A configuração desta planície aproxima-se de uma semi-elipse, sendo o arco dado à nordeste (NE) pelo Esporão de Mongaguá, a norte e noroeste (N e NW) por trechos da Serra do Mar e a sudoeste (SW) pelo Maciço de Itatins-Juréia. A corda da semi-elipse é dada pelo Oceano Atlântico.

O relevo da Serra do Mar e sua disposição leste-oeste constituem um obstáculo para as frentes de baixo declive, que ocorrem, normalmente, durante a primavera e o verão, contribuindo para uma maior ocorrência de frentes estacionárias (Sant'Anna Neto, 1990). Há uma diminuição progressiva das precipitações em direção a Serra do Itatins, que desvia parte dos fluxos polares, criando uma zona de sobre de chuvas na região de Peruíbe e Itanhaém. O distanciamento progressivo das vertentes serranas também contribui para a diminuição da pluviosidade neste compartimento que possui média pluviométrica anual entre 1750 a 2250 mm. Essa alternância na atuação



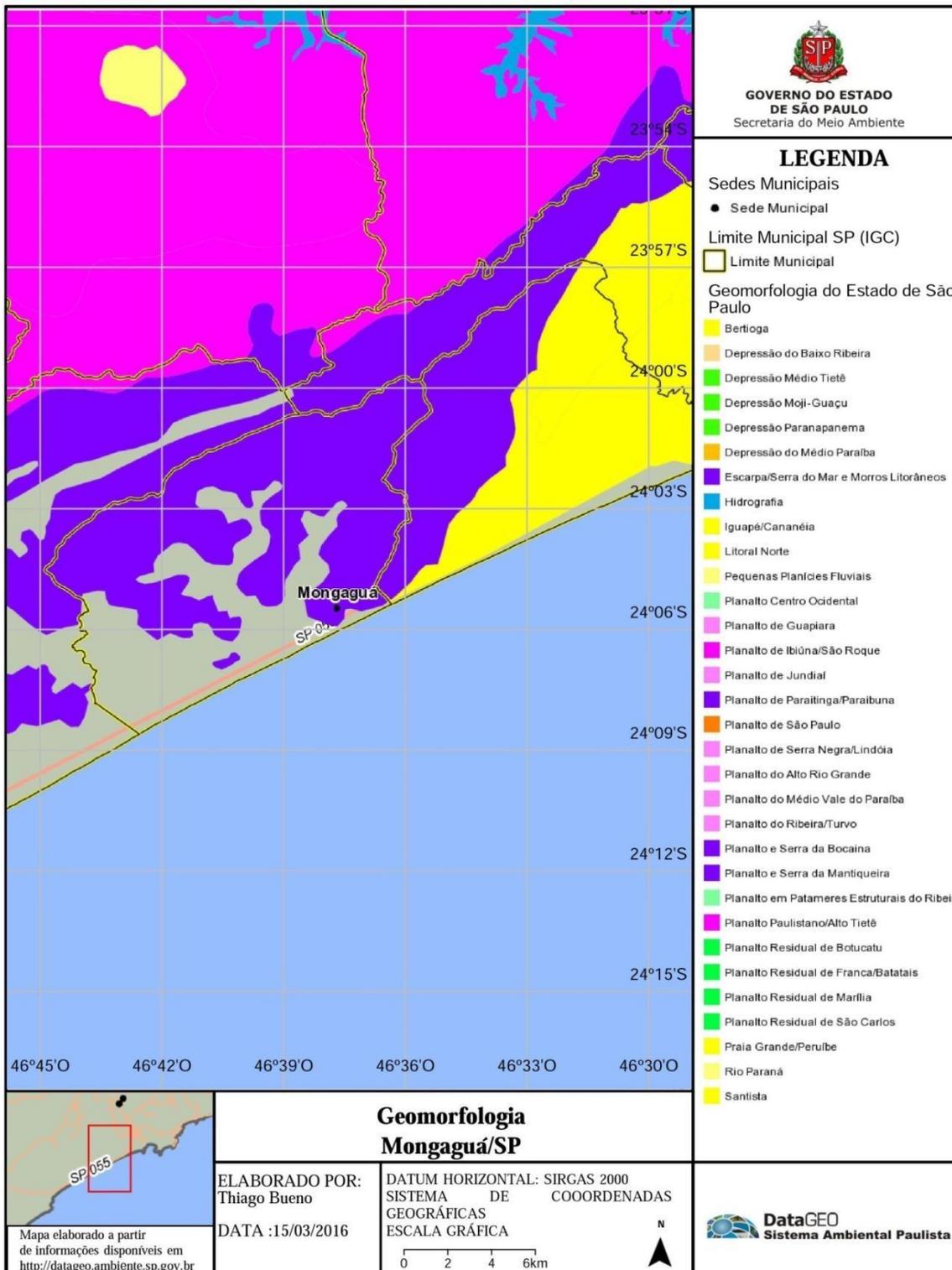
das massas de ar faz com que exista uma alternância entre o sentido geral de transporte costeiro nos dois setores deste compartimento. Na maior parte do ano, o sentido predominante de transporte é rumo SW fato este corroborado por Araújo (2000), mas segundo Ponçano et al. (1999) e Cazzoli y Goya & Tessler (2000) a resultante geral do transporte sedimentar é rumo NE, devido à ação mais rara, porém mais intensa, dos sistemas polares. Esta configuração meteorológica-oceanográfica, aliada à ausência de obstáculos ao transporte sedimentar na zona costeira, resultou na construção de praias extensas, planas, retilíneas, constituídas predominantemente por areias finas e muito finas, com características dissipativas (segundo a classificação de Wright & Short; 1983).

Estas praias apresentam bastante mobilidade de sedimentos entre os setores emerso e submerso, porém de modo geral podem ser consideradas estáveis sem predomínio de processos erosivos/ deposicionais. Este quadro geral é quebrado em caráter pontual, devido a alterações impostas pelas fozes dos rios Peruíbe e Itanhaém, obstáculos naturais como a Pedra dos Jesuítas, Morro do Paranambuco e a ponta de Itaipu, e ainda obras de engenharia situadas na região praial como a Plataforma Marítima de Pesca e o molhe na foz do rio Mongaguá.

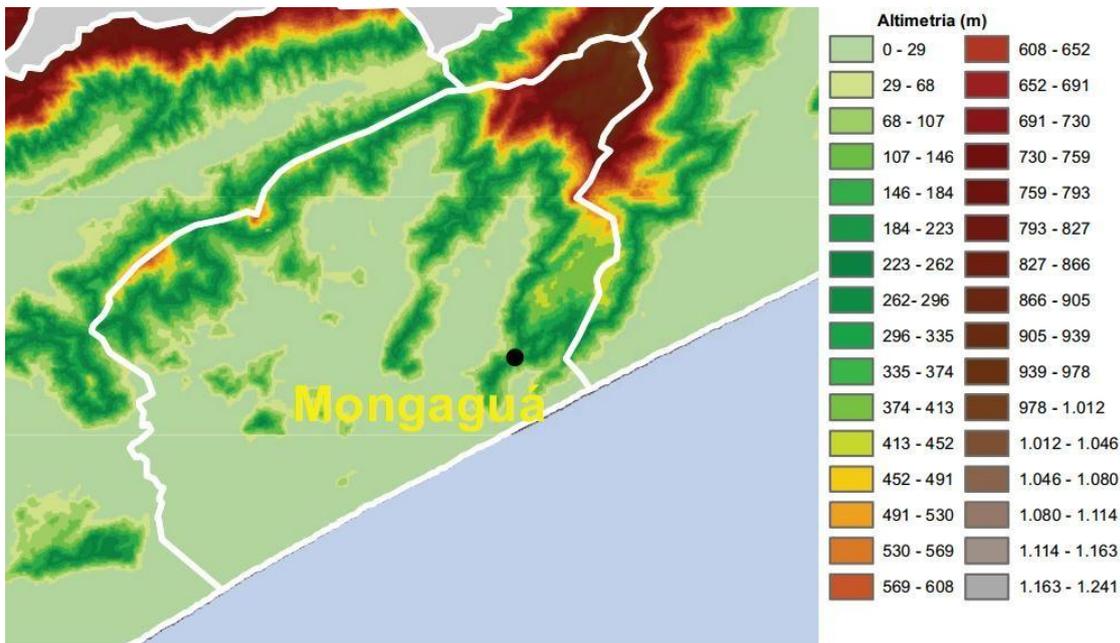
Em síntese, o município de Mongaguá apresenta como geomorfologia Escarpas e/ou Serras do Mar e Morros Litorâneos, assim como as planícies litorâneas (Mapa 9). No mapa 10 verifica-se a altimetria do município de Mongaguá/SP e sua relação com a geomorfologia.



Mapa 10 – Geomorfologia de Mongaguá/SP.



Mapa 11 – Altimetria de Mongaguá/SP.



Fonte: Adaptado do Plano Regional Integrado de Saneamento Básico para a UGRHI 7 (dezembro/2010).

Na Serra do Mongaguá registram-se topos arredondados, escarpas de linha de falha, afloramento rochoso e linhas de cumeada abruptas de grandes extensões. Concavidades nas vertentes predominam nesta área e vertentes retilíneas são encontradas com grande frequência.

No setor de Planície Quaternária foram identificadas áreas de sedimentação recente, a saber (Souza e Cunha, 2012):

- Acumulação Marinha (Am) formada por sedimentos predominantemente arenosos depositados por ação da deriva litorânea, marés e ondas. As áreas de Acumulação Marinha (Am) apresentam interesse turístico ao município, já que abrigam as praias de uso coletivo.

- Acumulação de Terraços Marinhos em dois níveis (Atm I e Atm II), situada acima do nível do mar e composta por sedimentos arenosos. As áreas de acumulação de terraço marinho (Atm I e Atm II) apresentam forma plana, com leve inclinação para o mar e ruptura de declive em relação à acumulação marinha atual. Campos de dunas são encontrados nos dois níveis de terraços, sendo que alguns destes campos estão arrasados pela urbanização, restando somente vestígios do retrabalhamento das areias pelo vento. A transição entre



Atm II e Atm I é marcada pela presença de uma ruptura topográfica, ou seja, há uma mudança nítida de um nível de terraço para outro. A presença da rodovia Padre Manuel da Nóbrega na passagem do Atm II para o Atm I dificulta precisar os limites entre estes devido a sua construção ser realizada sobre aterros que distorcem a topografia.

- Acumulação de Planície e Terraço Fluvial (Aptf), formada por sedimentos transportados pela ação das águas fluviais. As áreas de acumulação de planície e terraço fluvial (Aptf) ocorrem com maior intensidade no interior do continente, margeando os rios.

- Acumulação de Planície Flúvio-Marinha (Apfm), caracterizadas como terrenos baixos com lamas de depósitos recentes, sujeitos as inundações das marés. Na transição entre cristalino e sedimentar estão as Rampas de Colúvio (Rc), constituídas de material transportado da Serra do Mar pela força da gravidade, com o auxílio do escoamento superficial. A partir das características descritas acima, constata-se que o município apresenta dois setores distintos: Sistema Serrano e Planície Quaternária ou Costeira. Apesar da diversidade de processos ocorrentes, deve-se considerar que estes sistemas estão inter-relacionados através da troca de energia e matéria de forma contínua.



3.5. SocioEconômico

Mongaguá é uma palavra indígena que, conforme o tradutor, significa: “água pegajosa” ou “montanhas que vão ao mar”. Nome dado pelos índios guaranis que viviam às margens dos rios Mongaguá e Aguapéu. No século XVI, segundo historiadores, emissários de Martim Afonso de Souza, em suas viagens pelo litoral paulista, paravam em Mongaguá para descansar. Aos poucos, foram surgindo moradores fixos e, conseqüentemente, as primeiras propriedades. Parte do território atual de Mongaguá situava-se, naquela época, na Capitania de São Vicente e outra na Capitania deltanhaém.

Em 1776, o Sítio de Mongaguá foi arrematado em leilão público pelo coronel Bonifácio José de Andrada, pai do Patriarca da Independência, José Bonifácio de Andrada e Silva. A propriedade foi vendida ao padre João Batista Ferreira (1814) e, posteriormente, a Antônio Gonçalves Nobre (1847), Manuel Bernardes Muniz (1851) e a Heitor Peixoto (1892).

Após a Segunda Guerra Mundial é que Mongaguá começou a se desenvolver. A construção da rodovia Padre Manoel da Nóbrega, ligando Mongaguá a São Paulo, deu um grande impulso ao crescimento do distrito. Em 24 de dezembro de 1948 foi criado o distrito de Mongaguá.

Com a criação do distrito de Mongaguá o desenvolvimento no setor comercial teve um grande impulso. Em 1959 Mongaguá foi elevada à categoria de cidade, pela criação do município.

A formação administrativa do município iniciou-se com o Distrito criado com a denominação de Praia Grande pelo Decreto Estadual n.º 9.775, de 30-11-1938, subordinado ao município de Itanhaém. No quadro fixado para vigorar no período de 1939 a 1943, o distrito de Praia Grande figura no município de Itanhaém. Pela Lei Estadual n.º 233, de 24-12-1948, o distrito de Praia Grande tomou a denominação de Mongaguá.

Em divisão territorial datada de 1-VII-1950 o distrito Mongaguá figura no município de Itanhaém. Assim permanecendo em divisão territorial datada de 1-VII-1955.

Elevado à categoria de município com a denominação de Mongaguá



pela Lei Estadual n.º 5.285, de 18-02-1959, sendo desmembrado do município de Itanhaém. Sede no antigo distrito de Mongaguá. Constituído do distrito sede. Instalado em 01-01-1960. Em divisão territorial datada de 1-VII-1960 o município é constituído do distrito sede. Assim permanecendo em divisão territorial datada de 2014.

3.5.1. População

Tabela 2 – Território e População

	Ano	Município	Reg. Metr.	Estado
Área (Em km2)	2015	141,87	2.420,50	248.222,36
População	2015	50.603	1.749.343	43.046.555
Densidade Demográfica (Habitantes/km2)	2015	356,69	722,72	173,42
Taxa Geométrica de Crescimento Anual da População - 2010/2015	2015	1,84	1,02	0,87
Grau de Urbanização (Em %)	2014	99,56	99,81	96,21
Índice de Envelhecimento (Em %)	2015	75,50	71,73	67,2
População com Menos de 15 Anos (Em %)	2015	21,20	20,29	19,63
População com 60 Anos e Mais (Em %)	2015	16,01	14,56	13,19
Razão de Sexos	2015	98,41	91,97	94,8

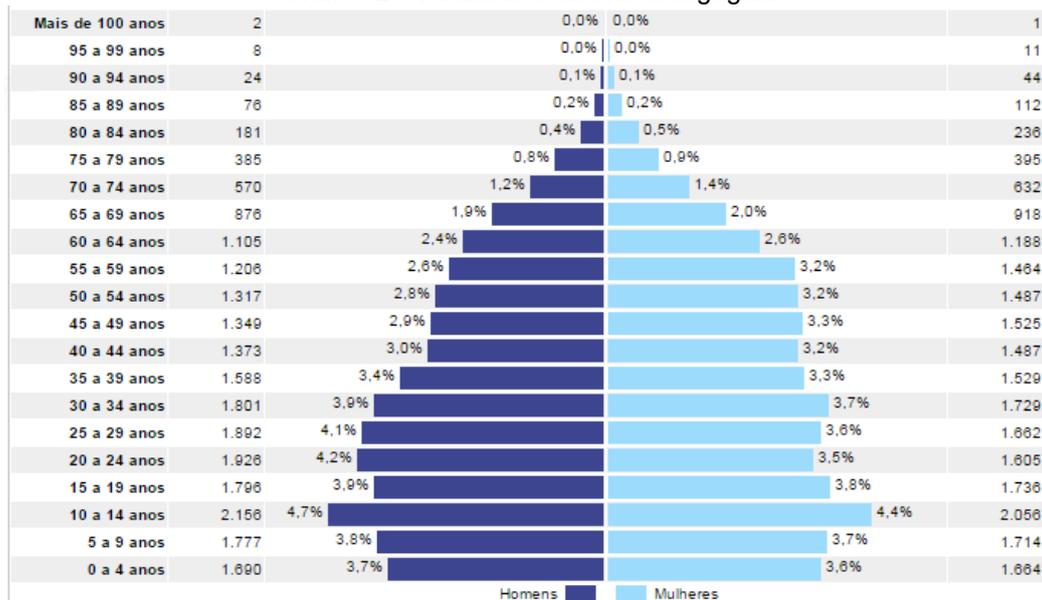
Fonte: SEADE - Governo do Estado de São Paulo.

De acordo com o Censo de 2010 do IBGE a população de Mongaguá é estimada em 52.492 mil habitantes, tendo uma densidade demográfica de aproximadamente 141,865 habitantes/km².

A pirâmide etária de Mongaguá permite deduzir que a população deste município possui uma diminuição na taxa de natalidade, sendo que grande da população se encontra economicamente ativa.



Gráfico 2 – Pirâmide etária de Mongaguá.



Fonte: IBGE, 2016b.

A dedução acima pode ser afirmada através dos dados que foram organizados pelo SEADE (2016), pois no ano de 2014 a taxa de natalidade foi de 13,89 nascimentos a cada mil habitantes e no ano de 2011 esta taxa foi de 15,37 nascimentos a cada mil habitantes, ou seja, houve uma diminuição na natalidade do município. A taxa de mortalidade infantil para o ano de 2014 foi de 8,70 mortos a cada mil nascidos vivos, se comparado com o valor do ano de 2012 que foi de 20,03 mortos a cada mil nascidos vivos, houve uma diminuição na mortalidade infantil. (SEADE,2016).

3.5.2. Índice de Desenvolvimento Humano

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é uma medida resumida do progresso a longo prazo em três dimensões básicas do desenvolvimento humano: renda, educação e saúde. Essa abordagem permite a interpretação de dados de qualidade de vida em uma localidade.

Mongaguá tem o IDH 0,754, em 2010, o que situa esse município na faixa de Desenvolvimento Humano Alto (IDHM entre 0,700 e 0,799). A



dimensão que mais contribui para o IDH do município é longevidade, com índice de 0,854, seguida de renda, com índice de 0,699, e de educação, com índice de 0,719. A tabela abaixo apresenta uma comparação entre o município de Mongaguá e o Estado de São Paulo.

Mongaguá se encontra na 199ª posição do ranking do IDH do município (IDH-M), elaborado pelo PNUD.

Tabela 3 – Condições de Vida

Descrição	Ano	Município	Reg. Metr.	Estado
Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS -	2012	36	49	46
Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS - Dimensão Longevidade	2012	59	70	70
Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS - Dimensão Escolaridade	2012	47	48	52
Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS	2012	Grupo 2 - Municípios que, embora com níveis de riqueza elevados, não exibem bons indicadores sociais.		
Índice de Desenvolvimento Humano Municipal - IDHM	2010	0,754		0,783
Renda per Capita - Censo Demográfico (Em reais)	2010	552,11	809,49	853,75
Domicílios Particulares com Renda per Capita até 1/4 do Salário Mínimo - Censo Demográfico (Em %)	2010	12,25	8,14	7,42
Domicílios Particulares com Renda per Capita até 1/2 Salário Mínimo - Censo Demográfico (Em %)	2010	28	19,83	18,86

Fonte: SEADE - Governo do Estado de São Paulo.

Tabela 4 - Comparação do IDH-M de Mongaguá e do Estado de São Paulo

Município	IDHM	IDHM Longevidade	IDHM Renda	IDHM Educação
Mongaguá	0,754	0,854	0,699	0,719
São Paulo	0,783	0,845	0,789	0,719

Fonte: PNUD, 2010.

3.5.3. Atividades Econômicas

Segundo levantamento realizado pelo SEADE (2016), o município de Mongaguá possui grande representatividade no setor de serviços, seguido do setor industrial e de agropecuária.



Tabela 5 – Participação (%) de Mongaguá e do Estado de São Paulo em diferentes setores da economia

Setor	Mongaguá	São Paulo
Agropecuária	1,30	1,89
Indústria	14,10	24,99
Serviços	84,60	73,12

Fonte: SEADE, 2016.

Os setores de atividades econômicas desenvolvidas em Mongaguá geraram quase 7 mil empregos formais, com salário médio de R\$ 2.024,65 mensais, podendo ser divididos conforme tabela a seguir.

Tabela 6 – Participação dos empregos formais e seus respectivos salários médios (R\$) no município de Mongaguá.

Setor	%	R\$
Agricultura, Pecuária, Produção Florestal, Pesca e Aquicultura	0,22	860
Indústria	4,39	2.311,59
Construção	8,07	1.464,27
Comércio Atacadista e Varejista e do Comércio e Reparação de Veículos Automotores e Motocicletas	33,8	1.499,85
Serviços	53,51	2.421,78

Fonte: SEADE, 2016.

Tabela 7 – Emprego e Rendimento.

Descrição	Ano	Município	Reg. Metr.	Estado
Participação dos Empregos Formais da Agricultura, Pecuária, Produção Florestal, Pesca e Aquicultura no Total de Empregos Formais (Em %)	2014	0,22	0,20	2,28
Participação dos Empregos Formais da Indústria no Total de Empregos Formais (Em %)	2014	4,39	6,35	19,38
Participação dos Empregos Formais da Construção no Total de Empregos Formais (Em %)	2014	8,07	6,46	5,23
Participação dos Empregos Formais do Comércio Atacadista e Varejista e do Comércio e Reparação de Veículos Automotores e Motocicletas no Total de Empregos Formais (Em %)	2014	33,80	21,59	19,72
Participação dos Empregos Formais dos Serviços no Total de Empregos Formais (Em %)	2014	53,51	65,39	53,39
Rendimento Médio dos Empregos Formais	2014	860,00	1.556,60	1.652,59



da Agricultura, Pecuária, Produção Florestal,
Pesca e Aquicultura (Em reais correntes)

Rendimento Médio dos Empregos Formais da Indústria (Em reais correntes)	2014	2.311,59	5.547,79	3.194,95
Rendimento Médio dos Empregos Formais da Construção (Em reais correntes)	2014	1.463,27	2.047,85	2.385,21
Rendimento Médio dos Empregos Formais do Comércio Atacadista e Varejista e do Comércio e Reparação de Veículos Automotores e Motocicletas (Em reais correntes)	2014	1.499,85	1.701,97	2.072,24
Rendimento Médio dos Empregos Formais dos Serviços (Em reais correntes)	2014	2.421,78	2.515,39	2.903,96
Rendimento Médio do Total de Empregos Formais (Em reais correntes)	2014	2.024,65	2.499,64	2.740,42

Fonte: SEADE - Governo do Estado de São Paulo.

3.5.4. Produto Interno Bruto

O Produto Interno Bruto (PIB) representa a soma do que foi produzido em um município durante determinado período de tempo, estes valores vêm a demonstrar a capacidade competitiva das economias municipais, bem como sua composição setorial (IBGE, 2016c).

A tabela abaixo demonstra a divisão do PIB (em reais) do ano de 2013 entre os setores de Agropecuária, Indústria e Serviços, para o município de Mongaguá e o Estado de São Paulo.

Tabela 8 – PIB (em reais) de Mongaguá e do Estado de São Paulo.

Setor	Mongaguá	São Paulo
Agropecuária	8.557,46	11.265.005
Indústria	92.802,49	193.980.716
Serviços	765.089	406.723.721

Fonte: IBGE,2016a.

Tabela 9 – Economia.

Descrição	Ano	Município	Reg. Metr.	Estado
Participação nas Exportações do Estado (Em %)	2014	-	10,699600	100,000000
Participação da Agropecuária no Total do Valor Adicionado (Em %)	2012	1,30	0,28	1,87



Participação da Indústria no Total do Valor Adicionado (Em %)	2012	14,10	15,63	22,89
Participação dos Serviços no Totaldo Valor Adicionado (Em %)	2012	84,60	84,09	75,24
PIB (Em milhões de reais correntes)	2012	14.191,70	27.907,28	40.379,00
Participação no PIB do Estado (Em %)	2012	0,040532	2,799745	100,00000

Fonte: SEADE - Governo do Estado de São Paulo.

3.5.5. Educação

Mongaguá possui, em sua rede de ensino, 55 escolas, sendo que 42 são escolas municipais (Creches, ensino pré-escolar e ensino fundamental), 07 são escolas estaduais (ensino fundamental e ensino médio), 01 ETEC, e 05 são escolas particulares. (SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DE SÃO PAULO, 2015).

Tabela 10 – Educação.

Descrição	Ano	Município	Reg. Metr.	Estado
Taxa de Analfabetismo da População de 15 Anos e Mais - Censo Demográfico (Em %)	2010	4,85	4,09	4,33
População de 18 a 24 Anos com pelo Menos Ensino Médio Completo - Censo Demográfico (Em %)	2010	51,73	--	57,89

Fonte: Secretaria De Educação de São Paulo, 2015.

Tabela 11 – Relação das instituições de ensino do município de Mongaguá.

Escolas Públicas Estaduais	EE AGENOR DE CAMPOS
	EEAIDA LEDA BAUER DAVIESPROFESSORA
Escolas Particulares	EE ALDEIA AGUAPEU
	EE ARACY DA SILVA FREITASPROFESSORA
	EE CENTRO DE ATEND SOCIOEDUC AO ADOLESCENTE MONGAGUAUI
	EECENTRO DE PROGRESSAO PENITENCIARIA DE MONGAGUA
	EE KUARAY O E A SOL NASCENTE
Escola Técnica	ETEC ADOLPHOBEREZIN



Ministério do
Turismo



COLÉGIO PORTINARI

URSO BIANCO COLÉGIO DE EDUCAÇÃO INFANTIL

Fonte: Secretaria De Educação de São Paulo, 2015.



Tabela 12 – Relação das instituições de ensino do município de Mongaguá.

	C.E.I. VERA LÚCIA DA SILVA LEITE
	C.E.I. ELIO GONÇALVES PEREIRA
	C.E.I. VILA ATLÂNTICA
	C.E.I. RAIOS DE LUZ
	C.E.I. OCEANÓPOLIS
	C.E.I. NILTON DE OLIVEIRA MELLO
	C.E.I. BASÍLIO PRIMITIVO PEREZ GARRIDO
	C.E.I. CASULO
	C.E.I. BARIGUI
	C.E.I. PEQUENO POLEGAR
	EMEF SIRANA KOUKDJIAN
	EMEF TONICO SILVA
	EMEF DE VERA CRUZ
	EMEF IVONE DE ALMEIDA MONTEIRO
	EMEF JOSÉ CESÁRIO PEREIRA FILHO
	EMEF PREFEITO CASSIMIRO CORREIA NETO
	EMEF HORTÊNCIA QUINTINO DA FARIA BOTELHO
	EMEF PROF ^o PEDRO FERNANDES DANTE
	EMEF PROF ^a JACYRA DE SOUZA OLIVEIRA
Escolas Públicas Municipais	EMEF VEREADOR JOSÉ CARLOS DE FREITAS
	EMEF VEREADOR JOAQUIM MONTEIRO
	EMEF BARIGUI
	EMEF BALNEÁRIO REGINA MARIA
	EMEF FLÓRIDA MIRIM
	EMEF JACOUB KOUKDJIAN
	EMEI CRIANÇA FELIZ
	EMEI CATATAU
	EMEI BRANCA DE NEVE
	EMEI XODÓ DA VOVÓ
	EMEI PINGO DE GENTE
	EMEI PINÓQUIO
	EMEI TIO PATINHAS
	EMEI SININHO
	EMEI FLÓRIDA MIRIM
	EMEIEF PROF ^a CÉLIA PUPO DE JESUS
	EMEIEF VILA ATLÂNTICA
	EMEIEF SÍTIO DO PICA PAU AMARELO
	EMEIEF NAIR MELO FRANCISCO – DONA NAIA
	EMEIEF PEQUENO PRÍNCIPE
EMEIEF PROF ^a CLÁUDIA MARIA ANDRELLA	
EMEIEF ZONA RURAL	

Fonte: Secretaria De Educação de São Paulo, 2015.

DeacordocomoCensoEscolarrealizadopeloINEPem2014,são
1.007 matrículas em creches, 1.617 estudantes matriculados em pré-escolas,



4.443 matrículas nos anos iniciais, 2.986 matrículas nos anos finais, 2.536 estudantes matriculados no ensino médio, 949 matrículas no EJA e 59 matrículas de educação especial. (QEDU, 2015)

Visto que a educação é o principal fator para o desenvolvimento o município investe na mesma, cuidando das escolas que possui e trazendo novas oportunidades como a ETEC.

3.5.6. Saúde

De acordo com a Prefeitura de Mongaguá existem 12 estabelecimentos de saúde que prestam o serviço atendimento, além disso, existem alguns estabelecimentos particulares e específicos como: clínicas e laboratórios.

Mongaguá possui 44 leitos para atender a população, sendo que 44 leitos são destinados para atendimento ao SUS. O hospital presta atendimentos ambulatoriais, internações, urgências e emergência, possui uma estrutura de apoio: ambulâncias, sala de cirurgia, sala para partos, sala de gesso e outros.



Tabela 13 – Relação dos estabelecimentos de saúde do município de Mongaguá.

Nome: Hospital e Maternidade Municipal Dr ^a Adoniran Correa Campos	Endereço: Avenida São Paulo, 826	Telefone: (13) 3505-6060
Nome: PS Agenor de Campos	Endereço: Avenida Nossa Senhora de Fátima, 200 – Agenor de Campos	Telefone: (13) 2446-2672
Nome: PSF Pedreira	Endereço: Rua Antônio Cordeiro Mendes, 204 – Pedreira	Telefone: (13) 3507-4441
Nome: PSF Vila Operária	Endereço: Avenida Washigton Luiz, 815 – Vila Operária	Telefone: (13) 3448-1229
Nome: PSF Jardim Praia Grande	Endereço: Avenida Monteiro Lobato, 6.092 – Jardim Monteiro Lobato	Telefone: (13) 3448-4223
Nome: PSF Jussara	Endereço: Avenida Jussara,62 – Balneário Jussara	Telefone: (13) 3448-6313
Nome: PSF Jardim Primavera	Endereço: Avenida Nossa Senhora de Fatima, 1.801 – Agenor de Campos	Telefone: (13) 3506-3546
Nome: PSF Flórida Mirim	Endereço: Avenida Monteiro Lobato, s/n – Balneário Flórida Mirim	Telefone: (13) 3506-3546
Nome: Centro de Fisioterapia	Endereço: Avenida Monteiro Lobato, s/n – Balneário Itaguaí	Telefone: (13) 3506-3976
Nome: Saúde da Mulher	Endereço: Avenida São Paulo, 1.510 – Centro	Telefone: (13) 3507-1401
Nome: SAMU	Endereço: Avenida Monteiro Lobato, 6.092 – Jardim Praia Grande	Telefone: (13) 3448-3556

Fonte: Prefeitura de Mongaguá, 2016.



Tabela 14 – Estatísticas da Saúde.

Descrição	Ano	Município	Reg. Metr.	Estado
Taxa de Natalidade (Por mil habitantes)	2014	13,89	14,64	14,66
Taxa de Fecundidade Geral (Por mil mulheres entre 15 e 49 anos)	2014	55,44	53,41	52,10
Taxa de Mortalidade Infantil (Por mil nascidos vivos)	2014	8,70	14,48	11,43
Taxa de Mortalidade da População entre 15 e 34 Anos (Por cem mil habitantes nessa faixa etária)	2014	150,35	123,65	117,6
Taxa de Mortalidade da População de 60 Anos e Mais (Por cem mil habitantes nessa faixa etária)	2014	3.980,55	3.663,57	3.486,44
Mães Adolescentes (com menos de 18 anos) (Em %)	2014	12,03	7,17	6,70
Mães que Tiveram Sete e Mais Consultas de Pré-Natal (Em %)	2014	62,46	74,56	76,69
Partos Cesáreos (Em %)	2014	43,96	46,49	58,53
Nascimentos de Baixo Peso (menos de 2,5kg) (Em %)	2014	8,12	8,91	9,33
Gestações Pré-Termo (Em %)	2014	11,11	10,79	11,26
Leitos SUS (Coeficiente por mil habitantes)	2014	0,89	0,97	1,37

Fonte: SEADE - Governo do Estado de São Paulo.



4. PESQUISA DE DEMANDATURÍSTICA

Este estudo tem como principal objetivo apresentar os resultados do levantamento de informações sobre a demanda turística de Mongaguá e, dessa maneira, contribuir com o desenvolvimento do município de maneira plena, considerando tanto os aspectos gerais quanto os turísticos.

Para o desenvolvimento da pesquisa de demanda realizou-se uma visita ao município nos dias 05, 06 e 07 de agosto de 2016. Nesse período foram aplicados 96 questionários aos turistas que se encontravam no destino, o roteiro de aplicação dos questionários incluiu, além dos locais públicos, pousadas, a rodoviária e diversos atrativos turísticos.

A pesquisa de demanda turística é item integrante do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável e tem o intuito de auxiliar na elaboração do mesmo. Por meio dessa pesquisa definiremos o perfil do turista, as formas como este organiza sua viagem, como avalia a infraestrutura do destino turístico e, se após a visita, ele retornaria.

A metodologia aplicada consiste na elaboração dos questionários estruturados, que incluem explicações sobre a importância da pesquisa de demanda turística real, seguida pela aplicação in loco, tabulação, avaliação e apresentação de seus resultados.

4.1. CONCEITO DE PESQUISA DE DEMANDATURÍSTICA

O planejamento turístico é uma ferramenta utilizada para o desenvolvimento do turismo, pois nele são apresentadas análises situacionais do município para que o mesmo possa se desenvolver futuramente. Dentre os estudos realizados durante o planejamento está a Pesquisa de Demanda. A seguir veremos como a mesma funciona e a sua importância.

Primeiramente, é necessário compreender o que é o mercado turístico, pois ele é o ambiente no qual a pesquisa ocorre, assim, sobre o mercado turístico, Lemos (2001, p.128) explica que é “o conjunto de relações de troca e de contatos entre aqueles que querem vender e os que querem comprar bens



e serviços turísticos”, ou seja, onde estão a oferta e a demanda.

A oferta turística:

Conjunto dos recursos naturais e culturais que, em sua essência constituem a matéria prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência de turistas. A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, numa estrutura de mercado. (Beni, 2001,p.259).

Como vimos acima Beni afirma que a oferta turística “provoca a afluência de turista”, desta forma, a demanda turística é gerada e sobre ela Beni (1998, p. 201) explica que é uma “compósita de bens e serviços, e não uma demanda de simples elementos ou de serviços específicos isoladamente considerados; em suma, são demandados bens e serviços que se complementam entresi”.

Além disso, a demanda está diretamente ligada a tomada de decisão do turista, as análises sobre o comportamento do consumidor são objetos de estudo da pesquisa de demanda. De acordo com Lage e Milone (1991, p.36) “o consumidor tem por objetivo primordial a obtenção da máxima satisfação de seus gastos, através da escolha da melhor combinação possível dos produtos do turismo”.

A demanda turística é condicionada a alguns fatores como preço, tempo de permanência, nível de renda e preferência do turista, por isso a demanda diverge entre si, pois a renda e as preferências do turista são extremamente variáveis.

A demanda turística, a fim de criar padrões de comportamento do turista, quanto ao: espaço; meio de transporte utilizado; motivação da viagem; tempo de



permanência; forma de organização; quantidade de pessoas e quanto à idade. Mas ainda o autor alerta que essas classificações não são excludentes entre si. Todos esses fatores, que fazem da demanda heterogênea. (LE MOS, 2001).

Devido à variabilidade da demanda, criam-se as segmentações do turismo a fim atender a mesma de forma uniforme e proporcionar ao turista uma experiência plena e satisfatória. A partir disso, elaboram-se formas de divulgação e de atrair o turista de acordo com a segmentação proposta pelo destino.

Após explanações sobre o mercado turístico e suas divisões entre oferta e demanda, a seguir, entenderemos como a pesquisa de demanda se encaixa no planejamento turístico e a sua importância para o mesmo.

A demanda turística pode ser conhecida ou determinada, segundo Petrocchi (2002) através de pesquisa direta, realizada no núcleo emissor do turista. Todavia, o autor acredita que a pesquisa no núcleo receptor é importante para o planejamento específico do turismo, mas ele ressalva que a pesquisa no núcleo receptor trata-se de uma demanda real que determina o perfil e a satisfação do entrevistado que já visitou a cidade.

Além disso, a demanda em potencial é classificada como a que o destino pode receber, ou seja, pessoas que possuem o interesse de conhecê-lo. A partir da pesquisa de demanda em potencial podem-se calcular números futuros e prever novas organizações estruturais do destino.

No estudo em questão é utilizada a pesquisa de demanda real, e sobre a mesma afirma-se que a pesquisa é realizada com pessoas que consomem efetivamente um determinado produto, serviço ou destinação turística. Na área turística, principalmente, se aplica a mesma pesquisa em diferentes épocas do ano para averiguar a sazonalidade de um determinado local.



Em seguida veremos a metodologia de aplicação da pesquisa da demanda real utilizada no presente estudo. O questionário é estruturado em perguntas objetivas e possui 04 objetivos principais – Perfil do Turista, Organização da Viagem, Avaliação da Infraestrutura e Retorno ao Destino – que serão explicados abaixo.

- Perfil do Turista - Origem dos Turistas, Gênero, Faixa Etária, Estado Civil, Grau de Escolaridade, Ocupação e Renda Familiar;
- Organização da Viagem – Motivação da Viagem, Meio de Transporte, Características do Grupo, Tempo de Permanência, Meio de Hospedagem, Fez Refeição na Cidade, Divulgação da Cidade, Necessidades Especiais, Atrativos Turísticos visitados;
- Avaliação da infraestrutura – Avaliar a infraestrutura básica e turística do município;
- Retorno ao Destino – Relatar se voltaria ou não para o destino.

Através da pesquisa de demanda real compreendem-se as necessidades do turista, a situação da infraestrutura de apoio e os serviços oferecidos pela cidade, e define-se o perfil do turista de cada destino.

Atualmente, o mercado turístico está competitivo com diversos produtos oferecidos visando atender os diferentes públicos de uma demanda heterogênea. Dessa forma, a pesquisa de demanda real é de suma importância para a assertividade do planejamento do turismo que tem como principal objetivo estruturar o turismo de maneira que ele possa satisfazer todas as necessidades do turista.

4.2. PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA – MONGAGUÁ

Durante a realização da pesquisa de demanda turística de Mongaguá foram aplicados 81 questionários, que ocorreu nos dias 05, 06 e 07 de agosto de 2016. A seguir os resultados da Pesquisa estão divididos em 04 núcleos:

Perfil do Turista, Organização da Viagem, Avaliação da Infraestrutura e Retorno aMongaguá.

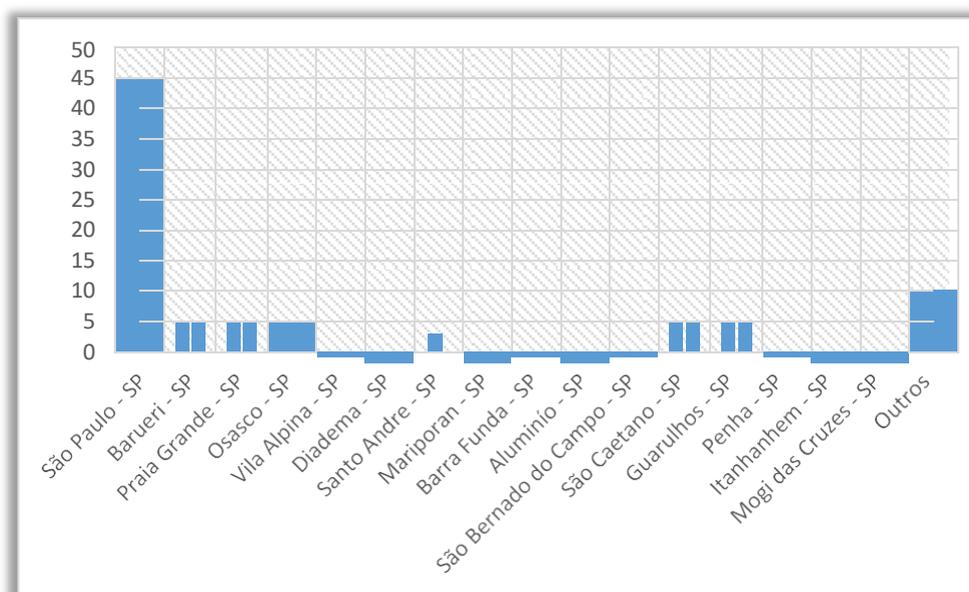
4.3. PERFIL DOTURISTA

Tendo o objetivo de analisar o perfil dos visitantes de Mongaguá, seguir serão apresentados os índices de Origem dos Turistas, Gênero, Faixa Etária, Estado Civil, Grau de Escolaridade, Ocupação e Renda Familiar.

4.3.1. ORIGEM DOSTURISTAS

Durante a pesquisa realizada no município de Mongaguá foi observado que a maioria dos entrevistados é do município de São Paulo isso pode ser explicado, ainda que em partes, pela proximidade com a capital. São Paulo emitiu 45% dos entrevistados, seguido de Osasco com 6%, Barueri e Praia Grande 5,2%, os restantes dos municípios possuem menos de 5%. No total a origem dos turistas está dividida em 28 cidades, isso mostra que Mongaguá tem potencial para ampliar a atração de turistas destas localidades, visto que já conhecem a cidade e seus atrativos, e para expandir sua atratividade visando alcançar outras localidades, uma vez que já atrai público de cidades de diferentes perfis sociais, econômicos e políticos.

Gráfico 3. Gráfico de barras para a origem dos turistas.

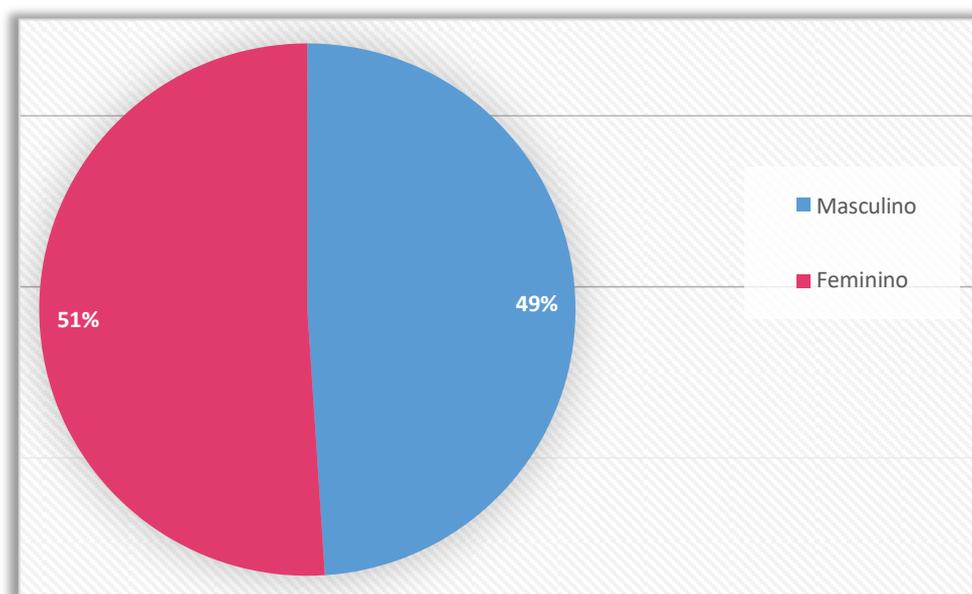


Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.3.2. GÊNERO

Sobre o gênero pode – se afirmar que a maioria dos entrevistados é do sexo feminino, totalizando 51% dos visitantes e 49% dos visitantes pertence sexo masculino. Apesar do número de pessoas do sexo feminino ser superior nota-se que a diferença entre os percentuais é pequena. Diante disso, não se pode afirmar que os atrativos turísticos da cidade de Mongaguá atraem uma única parcela do gênero.

Gráfico 4. Gênero dos turistas entrevistados.

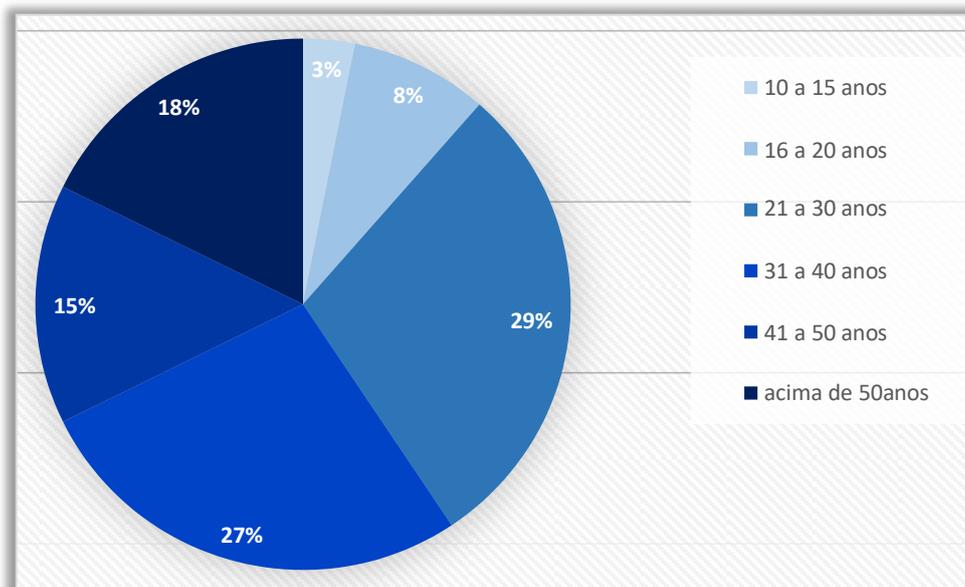


Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.3.3. FAIXA ETÁRIA

De acordo com a análise dos dados demonstrados no gráfico abaixo, verifica-se que a faixa etária de 21 a 30 anos representa o maior grupo de turistas que visitam Mongaguá, registrando 29% dos entrevistados, seguida pela faixa de 31 a 40 anos com 27%, acima de 50 anos com 18%, 41 a 50 anos com 15%, de 16 a 20 anos com 8% e, por fim, 10 a 15 anos com 3%. Os dados mostram que a cidade de Mongaguá possui atrativos que agradam turistas de diferentes idades.

Gráfico 5. Gráfico de setor da faixa etária dos entrevistados.

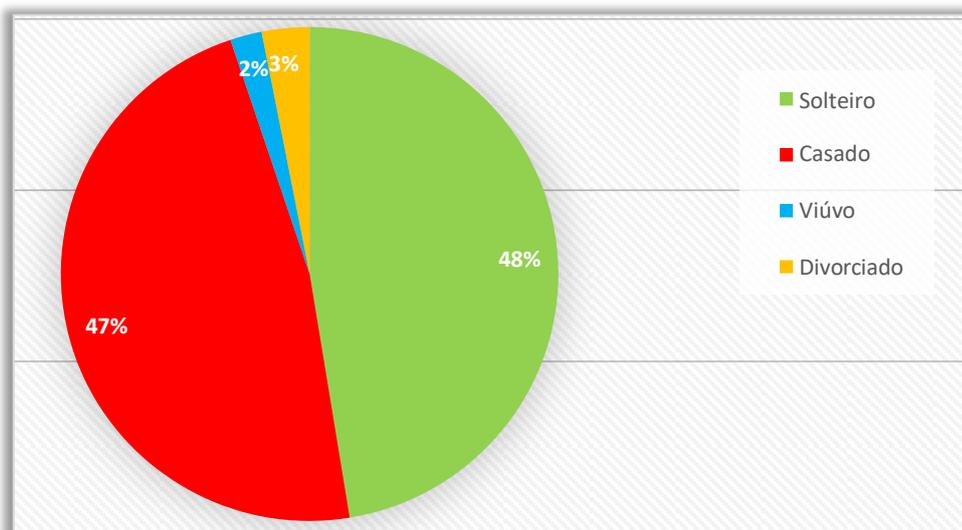


Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.3.4. EstadoCivil

A maioria dos entrevistados são solteiros, 48%, seguidos de casados, 47%, divorciado 3% e viúvos com 2%. Nota-se, que os turistas que visitam a cidade são em sua grande maioria adultos comprometidos civilmente e solteiros.

Gráfico 6. Gráfico de setor para o estado civil dos entrevistados.

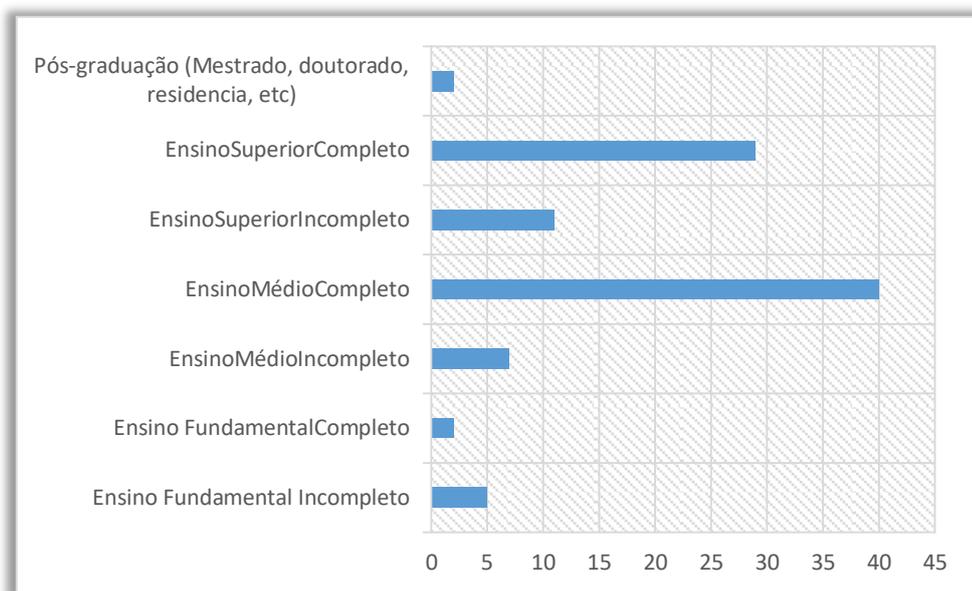


Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.3.5. Grau deEscolaridade

Sobre o grau de escolaridade dos entrevistados, identificou-se que 41,6% possui o ensino médio completo, 30,2% possuem ensino superior completo e 11,4% de pessoas com ensino superior incompleto. Os demais níveis não chegaram a 10% cada um. Sendo assim mais da metade dos turistas que visitam a cidade possui um nível escolar médio ou superior.

Gráfico 7. Gráfico de barras para o Grau de Escolaridade dos entrevistados.

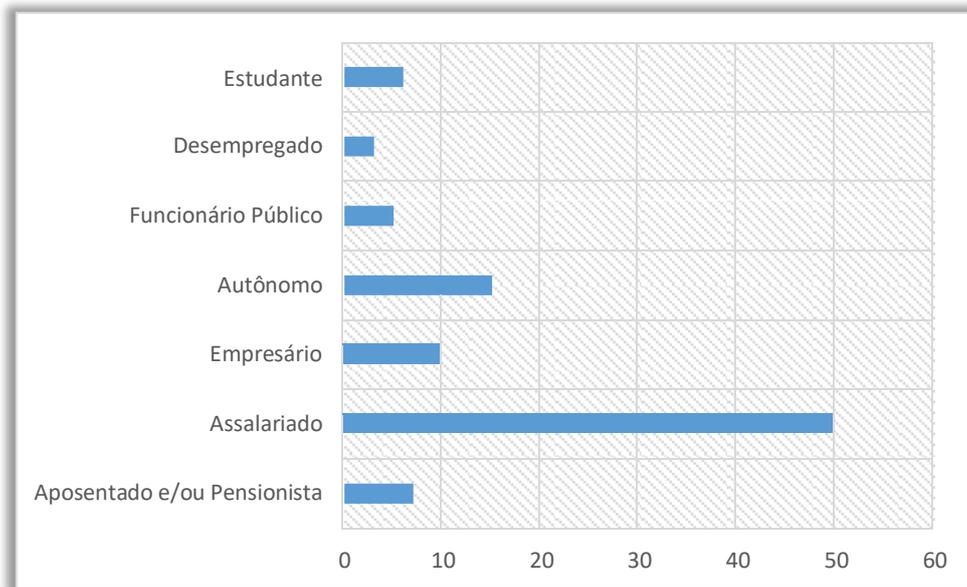


Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.3.6. Ocupação

Ao analisar a ocupação profissional dos visitantes de Mongaguá, identificou-se que 52% dos entrevistados são assalariados, seguidos por 15,6% de autônomos e 9,6% de empresários. Desta forma, observa-se que a maioria dos entrevistados possui uma renda fixa que possibilita a realização de sua viagem.

Gráfico 8. Gráfico de barras para a ocupação dos entrevistados.

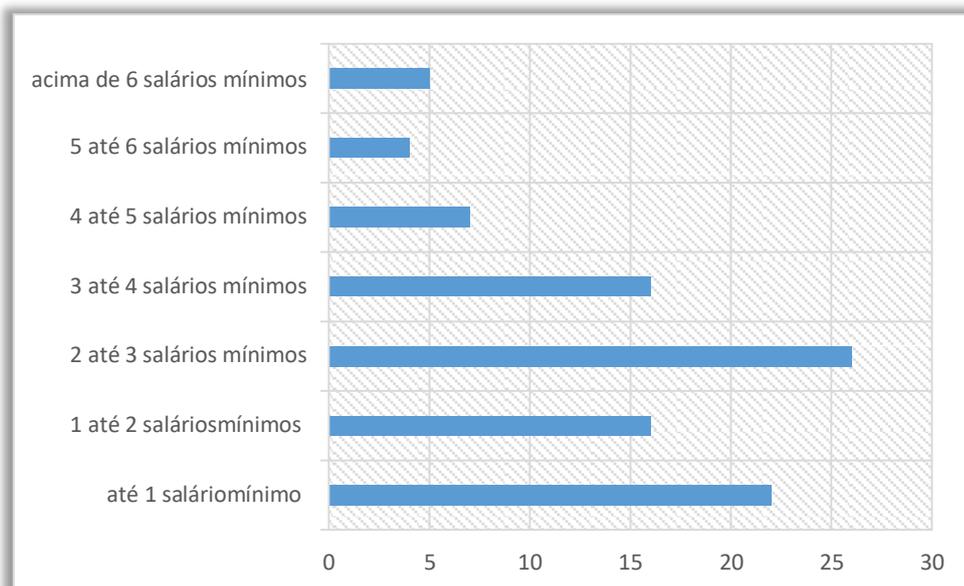


Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.3.7. Renda

Foi perguntado ao turista a média salarial mensal em salários mínimos, considerando que o salário mínimo é de R\$880,00, a maioria dos turistas do município de Mongaguá, 27%, recebe um salário que varia entre R\$1.760,00 e R\$2.640,00. O segundo grupo recebe salários de até R\$880,00 representando 30% dos entrevistados, seguido por pessoas que recebem de R\$880,00 a R\$1.740,00 e de R\$2.640,00 a R\$3.520,00 com 16,6%. Este grupo representa mais de 80% dos entrevistados. O salário médio mensal do turista de Mongaguá é de R\$2.218,33.

Gráfico 9. Gráficos de barras da renda dos entrevistados



Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.4. ORGANIZAÇÃO DAVIAGEM

A organização da viagem representa quais são as motivações do turista, como ele executou sua viagem, desde locomoção para o destino até os gastos durante a estadia. Para tanto, os índices utilizados são: Motivação da Viagem, Meio de Transporte, Características do Grupo, Tempo de Permanência, Meio de Hospedagem, Refeições no Destino, Tipo de Divulgação Sobre a Cidade, Possui Necessidade Especial.

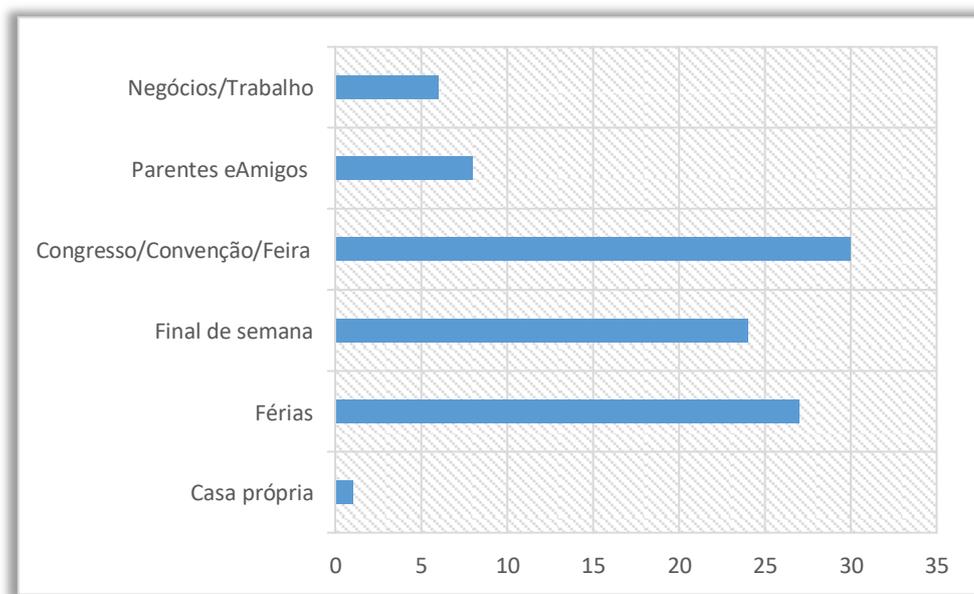
Aqui podemos distinguir o turista do turista potencial, este por algum motivo, ainda passa mais tempo na cidade, podendo vir do mesmo ou da cidade. Através destas análises e do projeto como um todo é possível identificar quais são esses motivos de não permanência dos turistas potenciais por mais tempo.

4.4.1. **Motivação da Viagem**

A maioria dos visitantes, 31,3% dos entrevistados, tem como motivação principal a procura de congresso/convenção/feira realizados na cidade de Mongaguá, 28% para passar um tempo das férias, 25% para passar um fim de semana na cidade e 8,3% para rever parentes e amigos.

Os dados mostram que existe uma diversidade de motivos que levam os turistas a cidade, principalmente eventos/congresso/feira, para descansar um fim de semana ou um tempo das férias.

Gráfico 8. Motivação de viagem para os entrevistados do município de Mongaguá.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

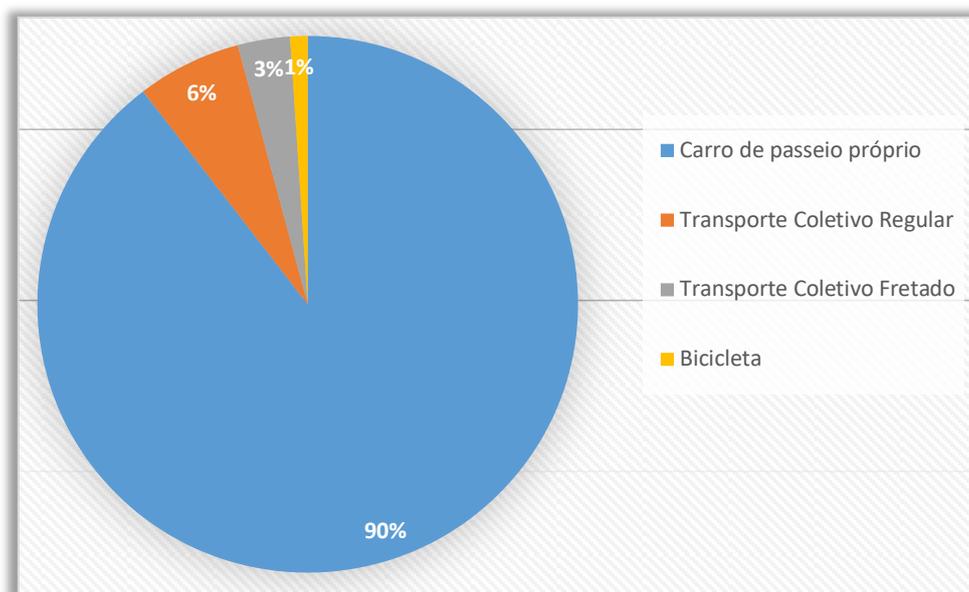
4.4.2. **Meio de Transporte Utilizado**

O meio de transporte utilizado é importante para saber como os turistas e turistas potenciais vão ao município de Mongaguá. Foram considerados diferentes veículos de transporte próprios do turista, tais como trailer, moto, veículo próprio e, além destes, o transporte coletivo também foi incluído na pesquisa.

A partir dos dados analisados é possível observar que a grande maioria dos turistas frequentam a cidade através de carro de passeio próprio e representam 90% do total de entrevistados, em seguida é possível encontrar com maior frequência as pessoas que foram de transporte coletivo regular, 6%, e 3% dos entrevistados foram de transporte coletivo fretado.

Os dados mostram que a maioria dos turistas utiliza veículo próprio, fato que possibilita um maior deslocamento destes turistas pela cidade e, conseqüentemente, maior aproveitamento dos serviços de alimentação e dos atrativos turísticos.

Gráfico 9. Gráfico do meio de transporte dos entrevistados.



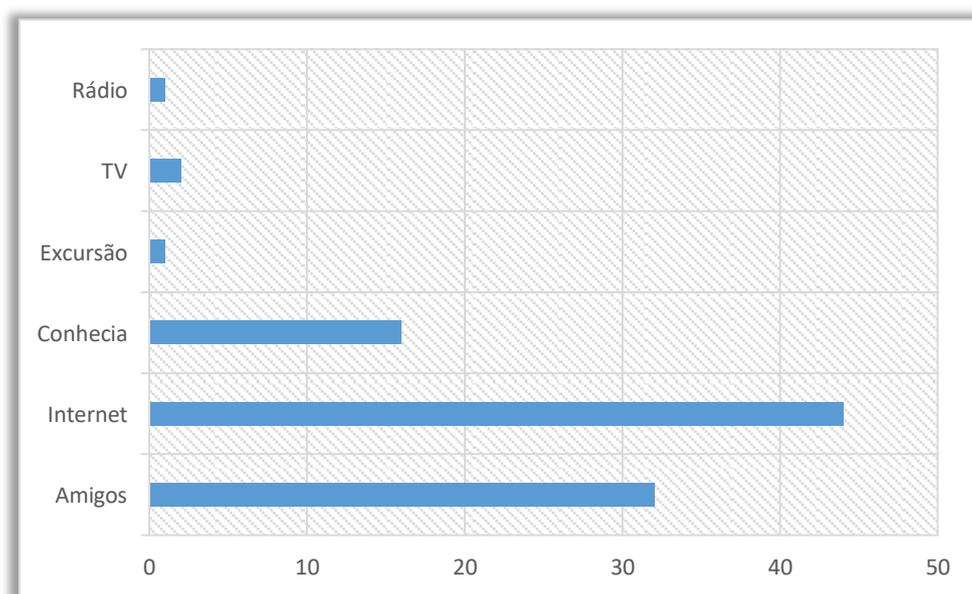
Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.4.3. Meios de Divulgação

Quando questionados sobre como obtiveram informações sobre Mongaguá, a maioria dos entrevistados respondeu que conseguiram informações sobre a cidade e seus atrativos através da internet (46%), seguidos por aqueles que souberam por meio de amigos/familiares que indicaram a cidade (33%) e outros já conheciam a cidade por morar lá a um tempo outrora.

É notável que a divulgação pela internet configura-se como o principal meio de fornecer informações e atrair turistas para cidade. Além disso, a porcentagem de pessoas que receberam indicação de terceiros é significativa, mostrando que investimentos futuros no trade e nos atrativos possuem grande potencial de retorno.

Gráfico 10. Gráfico de setor para os meios de divulgação acessados pelos entrevistados.

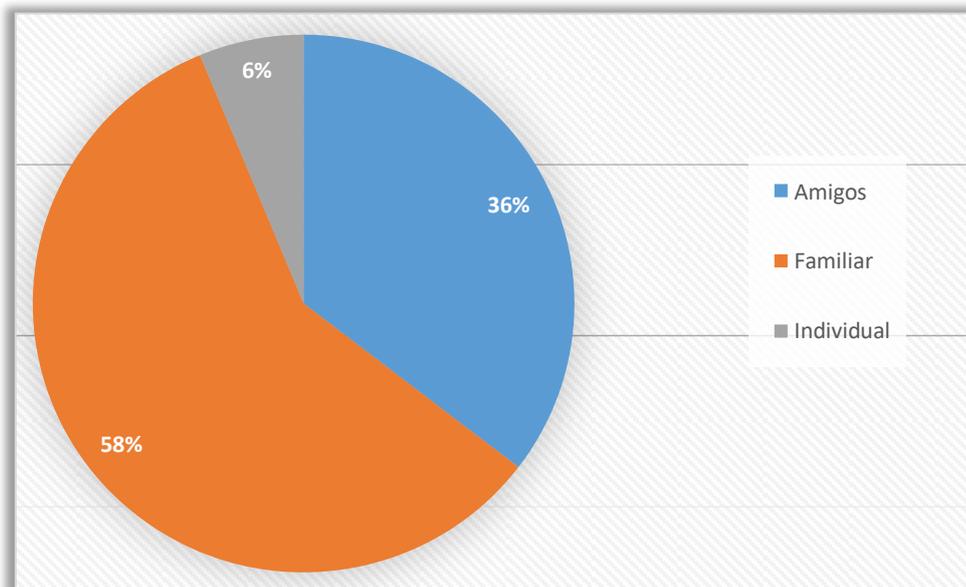


Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.4.4. Características do Grupo

Após identificar o meio de transporte utilizado pelo visitante, faz-se necessário identificar a característica do Grupo. Os turistas que visitam a cidade de Mongaguá representam três tipos de grupo, sendo o que possui o maior número é de pessoas que vão com familiares (58%), seguida de pessoas com amigos (36%) e individual (6%). O pequeno número de características dos grupos torna mais fácil a organização para melhor atendê-los, com eventos característicos para a família e pessoas com amigos, geralmente maiores de idade que procuram descansar ou desfrutar um final de semana.

Gráfico 11. Gráfico de barras para a característica do grupo dos entrevistados.

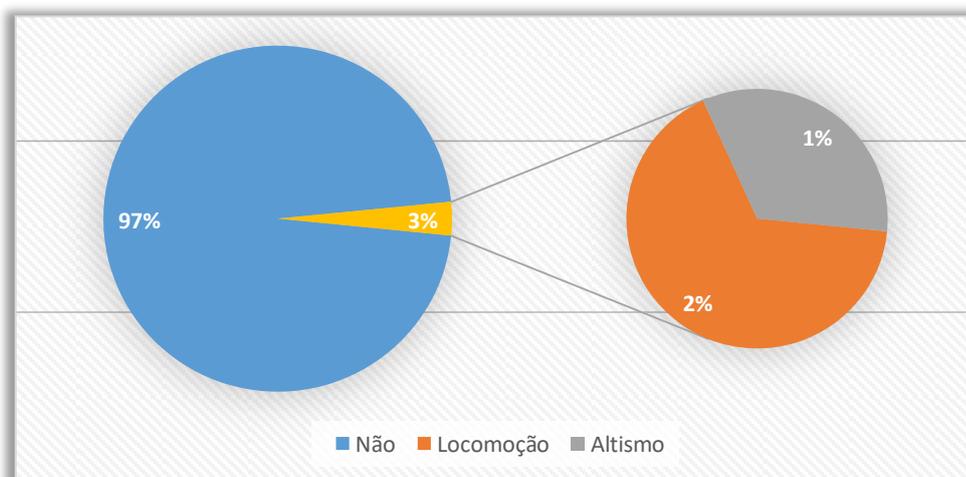


Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.4.5. Necessidades Especiais

Além disso, foi questionado ao grupo sobre a existência de portadores de necessidades especiais acompanhando a viagem, sendo ele o respondente ou não. Ao final, 97% não eram ou não estavam acompanhados de portadores de necessidades especiais e 3% estavam acompanhados de portadores de necessidades especiais, 1% com autismo e 2% com dificuldades de locomoção.

Gráfico 12. Gráfico de setor para a necessidades especiais dos entrevistados.



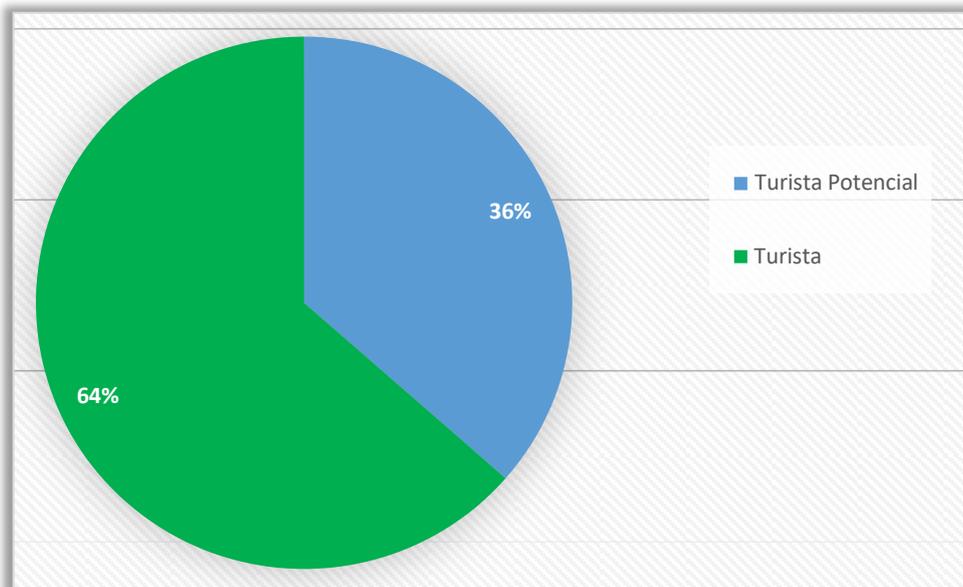
Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.4.6. TempoPermanência

Como já discutido anteriormente, por definição o turista é a pessoa que sai de sua cidade para uma outra e passa mais de 24 horas na mesma. Foi definido que pessoas que frequentam uma localidade por um tempo inferior é denominada turista potencial, pois por algum motivo este não fica mais tempo na cidade, embora tenha potencial para permanecer.

Com tudo, quando foi perguntado aos entrevistados sobre o tempo de permanência no município de Mongaguá constatou-se que 36% não permanecem um período superior a 24 horas, ou seja, não são turistas de fato, mais possuem um potencial turístico.

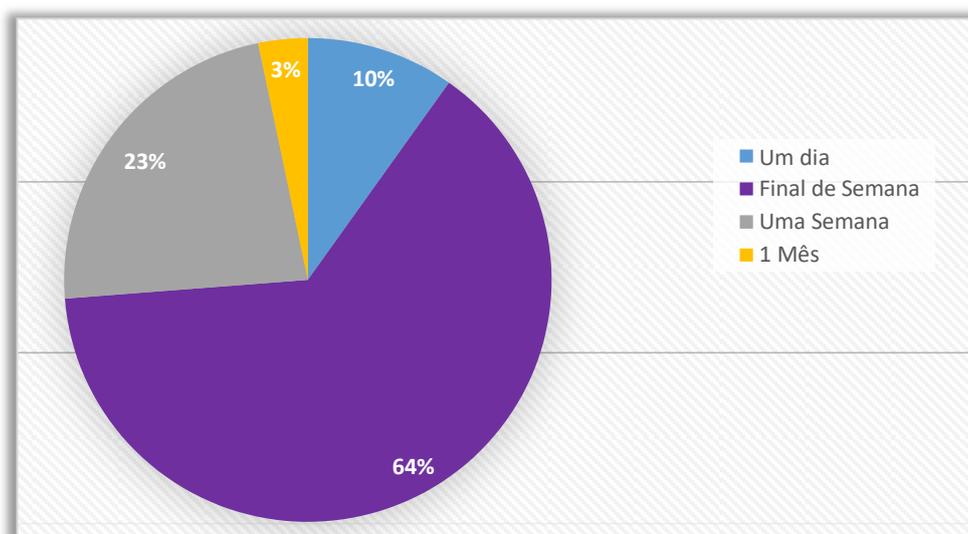
Gráfico 13. Gráfico de setor para quantidade de turistas e turista potencial.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Dos turistas que frequentam a cidade de Mongaguá, cerca de 64% passam um fim de semana na cidade, 23% passam uma semana, 10% passam um dia e 3% mais de um mês. Os turistas que vão a cidade de Mongaguá para descansar costumam ficar um fim de semana ou uma semana na cidade.

Gráfico 14. Gráfico de setor para o tempo de permanência dos turistas entrevistados

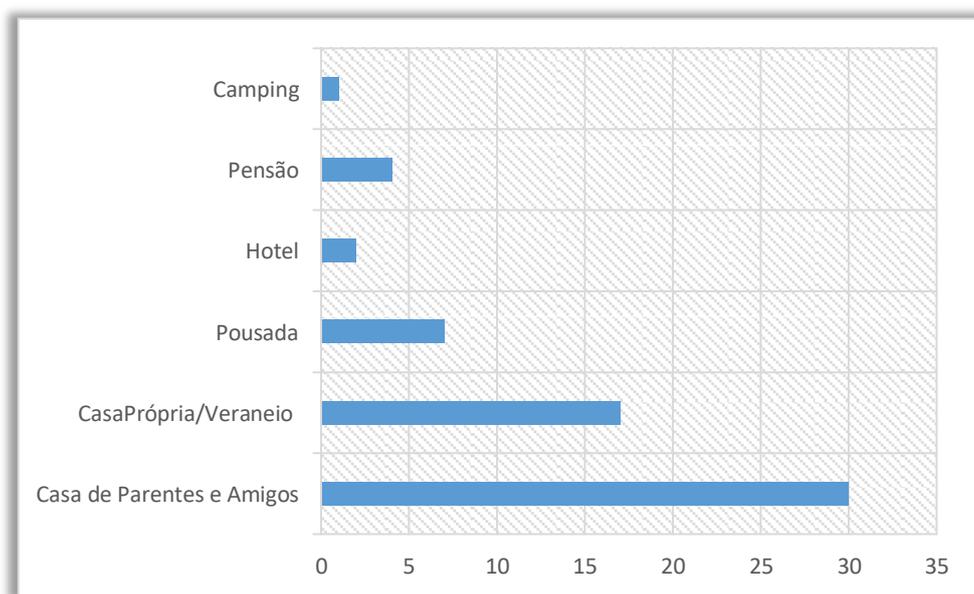


Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.4.7. Meio de Hospedagem

O número de turista potencial influencia diretamente no meio de hospedagem. Dentre os entrevistados, 49% passam a noite na cidade em casa de parentes ou amigos, 28% passam a noite na casa própria ou de veraneio e 27,8% se alojou em uma pousada, também citaram camping, hotel e pensão.

Gráfico 10. Gráfico de barras para o meio de hospedagem dos entrevistados.



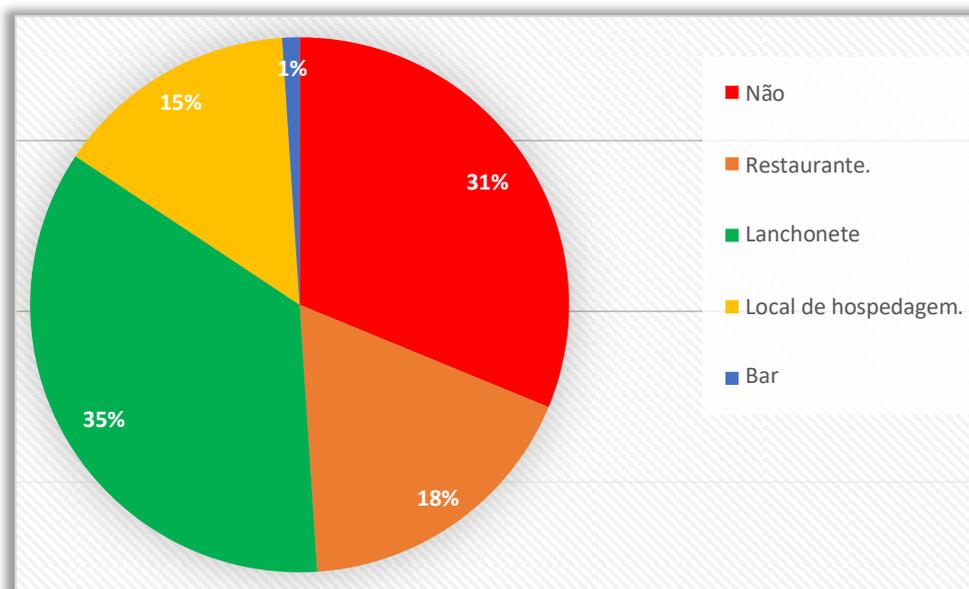
Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.4.8. Equipamentos Gastronômicos

Os entrevistados apontaram que se alimentam em quatro tipos de ambiente quando estão no município de Mongaguá: 35% em lanchonete, 18% em restaurante, 15% no local de hospedagem e 1% em algum bar, os demais disseram que não se alimenta na cidade (35%).

A alta porcentagem de turistas que fazem suas refeições em lanchonetes pode ser justificada pela presença destes estabelecimentos nos atrativos, ou em pontos próximos a eles.

Gráfico 11. Gráfico de barras para meios de refeições e alimentações utilizados pelos entrevistados.

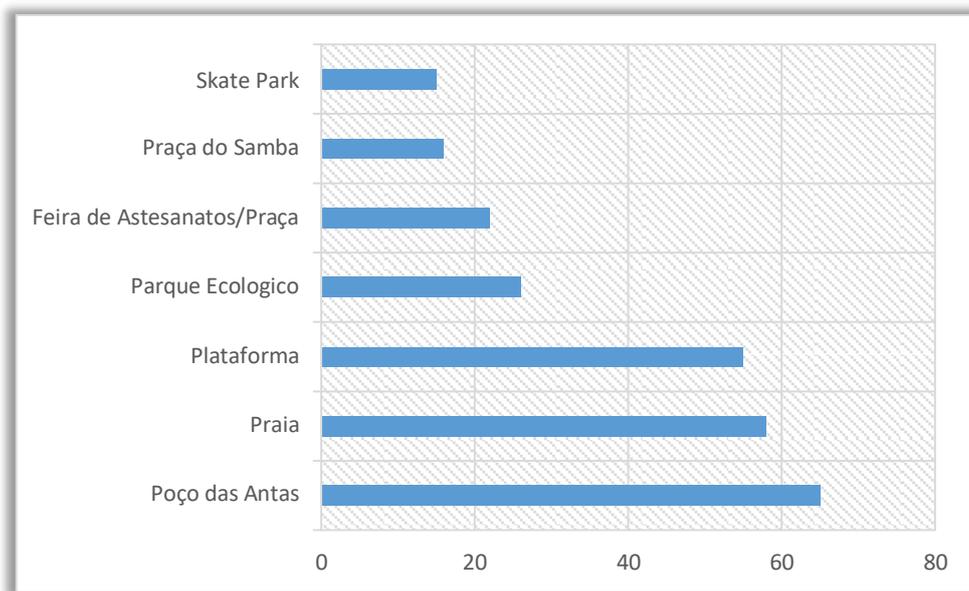


Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.4.9. Atrativos Turísticos Visitados

Quando questionados sobre os atrativos visitados o destaque é para o poço das antas onde 67,7% dos visitantes entraram para conhecer este atrativo. Comumente existe alguns eventos no mesmo, atraindo assim os seus visitantes. O segundo atrativo de maior destaque é a praia, 60,4%, das entrevistas também o visitaram, o terceiro é a plataforma, 57,3%, o quarto é o parque ecológico, 27%, a feira de artesanatos ou praça central 23%. Esta pergunta foi aberta dando oportunidade para entrevistado responder mais de um atrativo dacidade.

Gráfico 17. Gráfico de barras para atrativos visitados pelos entrevistados.



Fonte: URBARTEC, 2016.

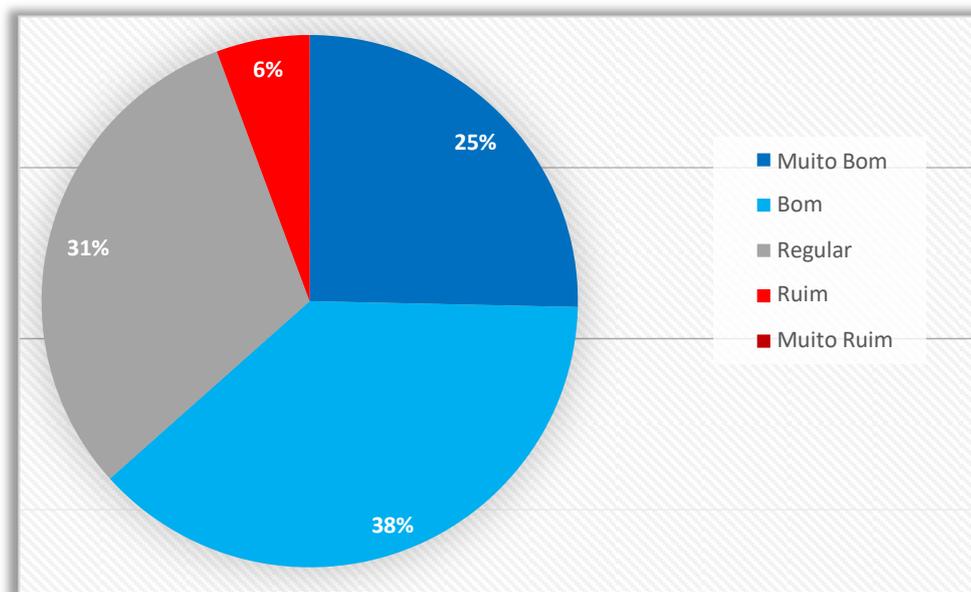
4.5. AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA

Os questionamentos sobre infraestrutura da cidade são referentes a Limpeza urbana, Segurança Pública, Sinalização Turística, Serviço de Taxi, Telecomunicações/ Internet, Restaurante, Hospedagem, Atrativos Turísticos, Diversão Noturna, Informação Turística, Preços Praticados, Guia de Turismo e Passeios. Os entrevistados deveriam avaliar os aspectos acima em forma de matriz avaliativa, ou seja, dar uma nota entre Muito Ruim, Ruim, Regular, Bom e Muito.

4.5.1. INFRAESTRUTURA BÁSICA

No aspecto limpeza pública, 38% dos entrevistados disseram que a limpeza é boa, e 25% que é muito boa, portanto, 63% dos entrevistados acham que a cidade é limpa, ou seja, as ruas estão sempre limpas, com lixeiras disponíveis nas ruas e coleta de lixo constante. Ainda 6% das pessoas entrevistadas acham que a limpeza é ruim e 31% acha que esta regular.

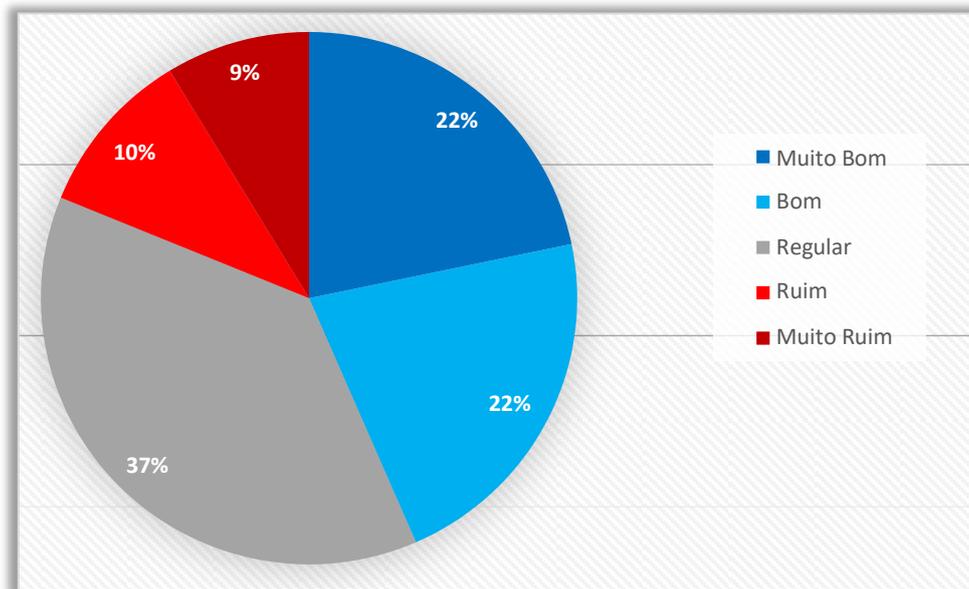
Gráfico 18. Gráfico de setor para o segmento limpeza urbana segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Sobre a segurança pública, 44% acredita que está boa ou superior a isso, 37% acha que esta regular e 19% acredita que é ruim ou pior. Nestes aspectos os turistas acreditam que estão seguros nos atrativos turísticos, outros se sentem nem seguro e nem desprotegido. Mostrar segurança aos visitantes deixa proporciona mais conforto e aumenta a chance do retorno a cidade.

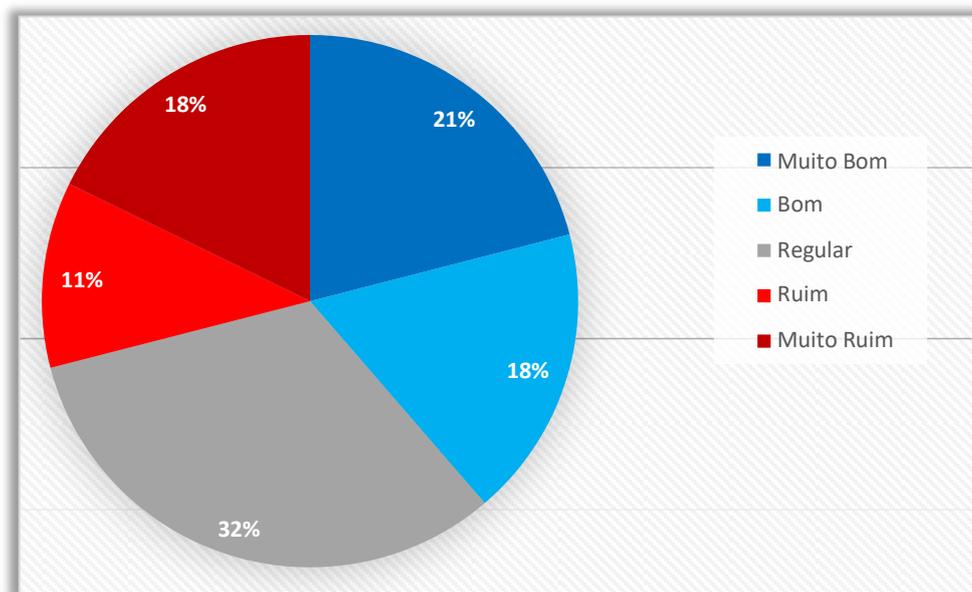
Gráfico 19. Gráfico de setor para a avaliação da segurança pública segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Sobre a rede de telecomunicações e internet, 21% dos entrevistados disseram que é de muito boa qualidade, seguidos por 18% dos entrevistados consideraram a qualidade boa, 32% acredita esta regular, 11% acha que o serviço é ruim e 18% acha que é muito ruim estando descontente com o serviço. O serviço de internet na cidade é essencial para a divulgação da cidade por parte dos seus visitantes.

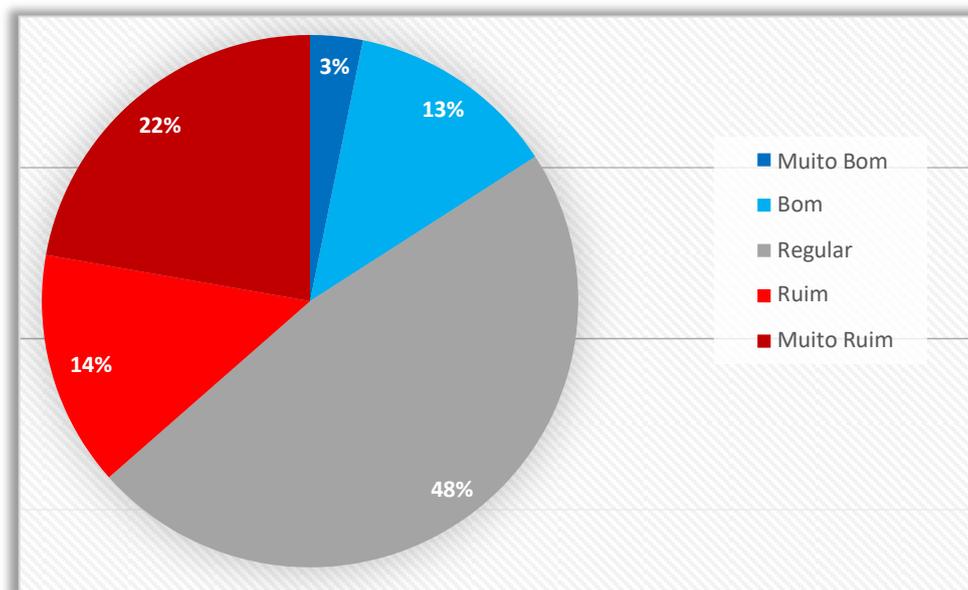
Gráfico 120. Gráfico de setor para a avaliação do serviço de telecomunicações segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Sobre os preços praticados pela cidade, 48% dos entrevistados responderam que o mesmo é regular, 18% consideraram os preços de bons a muito bom e 14% acham que os preços estão ruins. Esse índice é de suma importância para o turista, uma vez que é o preço da cidade no geral, não só nos equipamentos turísticos, condiciona os gastos do turista, ou seja, se os valores cobrados são em geral bons isso acarreta em mais consumo e mais turistas de todas as classes econômica.

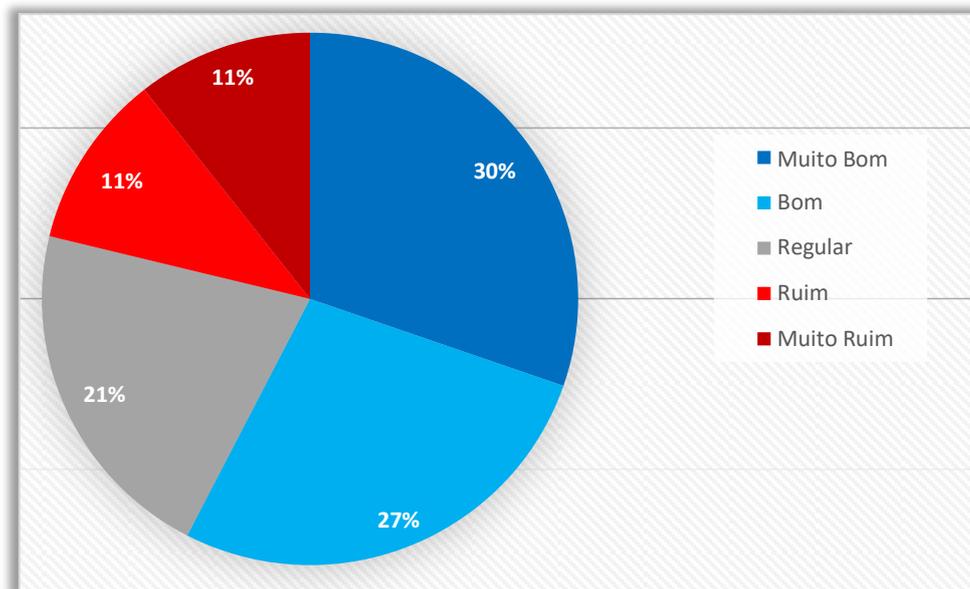
Gráfico 21. Gráfico de setor para a avaliação dos preços praticados segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Quando questionados sobre a sinalização turística, 30% dos entrevistados disseram que é de muito boa qualidade e 27% que é de boa qualidade, o que significa que eles conseguem chegar ao local por meio de sinalização e sem necessidades de utilizar equipamentos para direcionar o caminho. No entanto, 11% acham que estão ruins e outros 11% acreditam que está muito ruins. 21% acredita que esta regular, sendo assim, é necessário verificar regularmente as placas de forma a saciar esta parcela de turistas.

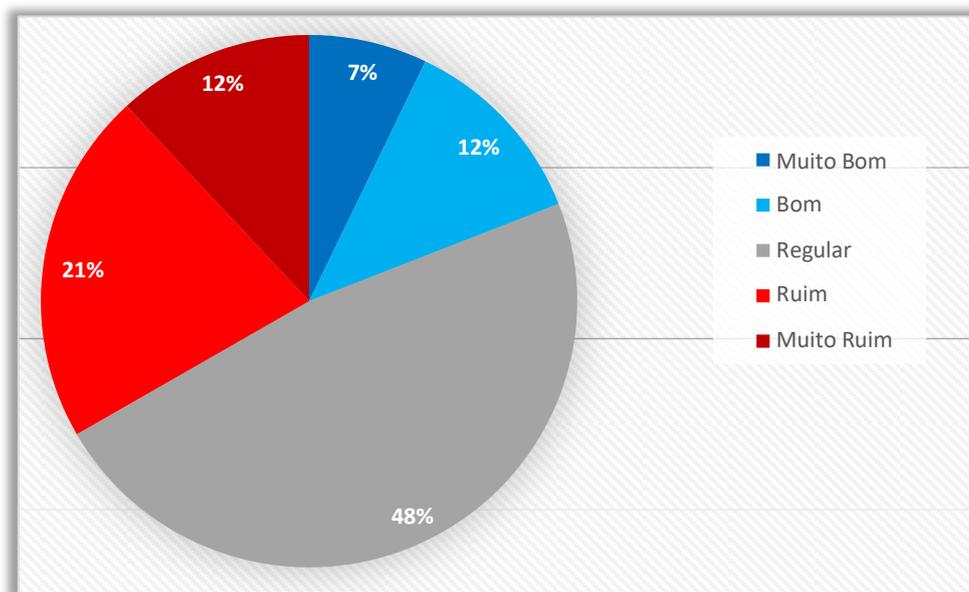
Gráfico 132. Gráfico de setor para a avaliação da Sinalização Turística segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Sobre o Serviço de Táxi, 48% dos entrevistados acham que o serviço de taxi esta regular, 12% acha que esta de boa qualidade e 7% de ótima qualidade. Existe um descontentamento quanto alguns turistas e serviço de taxi, 21% acredita que está com uma qualidade ruim e 12% que está em péssima qualidade.

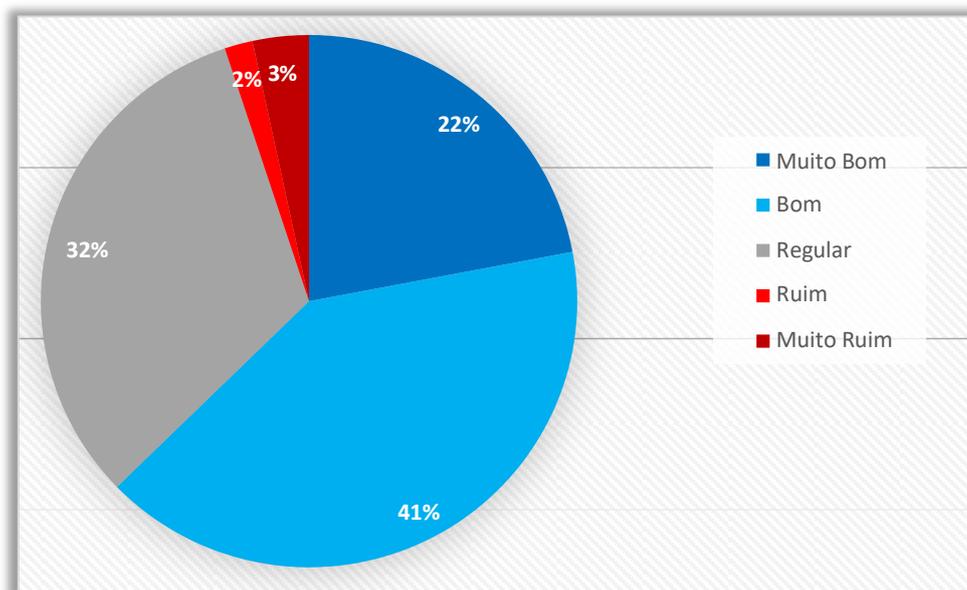
Gráfico 143. Gráfico de setor para a avaliação para os Serviço de Táxi segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Quando questionados sobre os restaurantes e a alimentação em Mongaguá, os resultados foram de regular a muito bom, sendo que 41% acredita que está bom, 22% muito bom e 32% acreditam que estão regulares. Apenas 5% acham que os serviços de alimentação são ruins ou muito ruins. Isso mostra que estes serviços estão bons, contudo, existe um número alto de pessoas que acham regular sendo assim deve-se ter atenção nestes serviços para não abaixar a qualidade do mesmo.

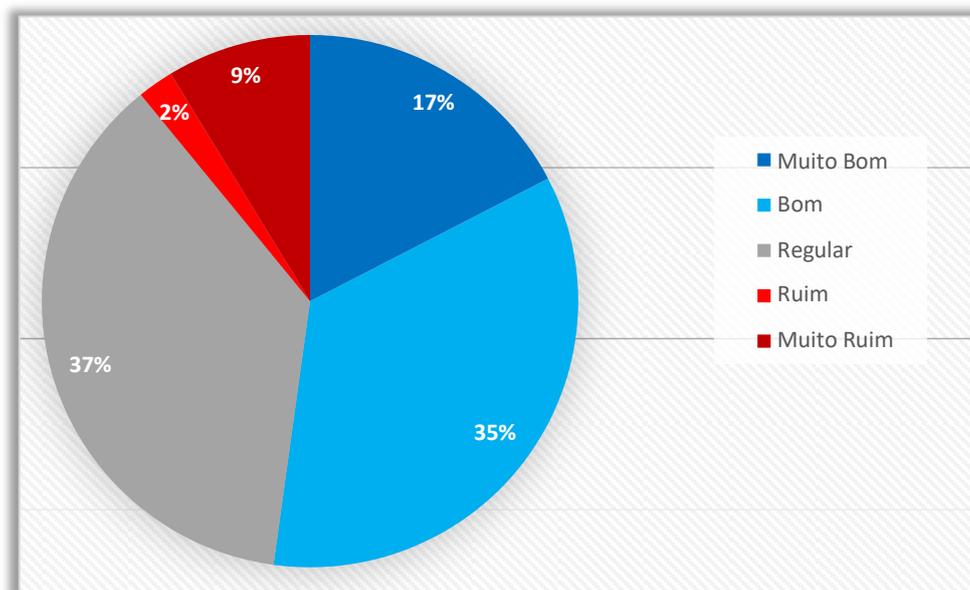
Gráfico 154. Gráfico de setor para a avaliação dos restaurantes e serviços de alimentação segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Dos entrevistados que passaram a noite em algum meio de hospedagem paga, 35% classificou o serviço de hospedagem como bom, 17% muito bom, 37% regular e apenas 11% acham que está ruim ou muito ruim. Este valor é muito bom para a cidade, pois quando avaliamos os preços praticados juntamente com os serviços de hospedagem sabemos que os hotéis são de qualidade e atuam com preços regulares.

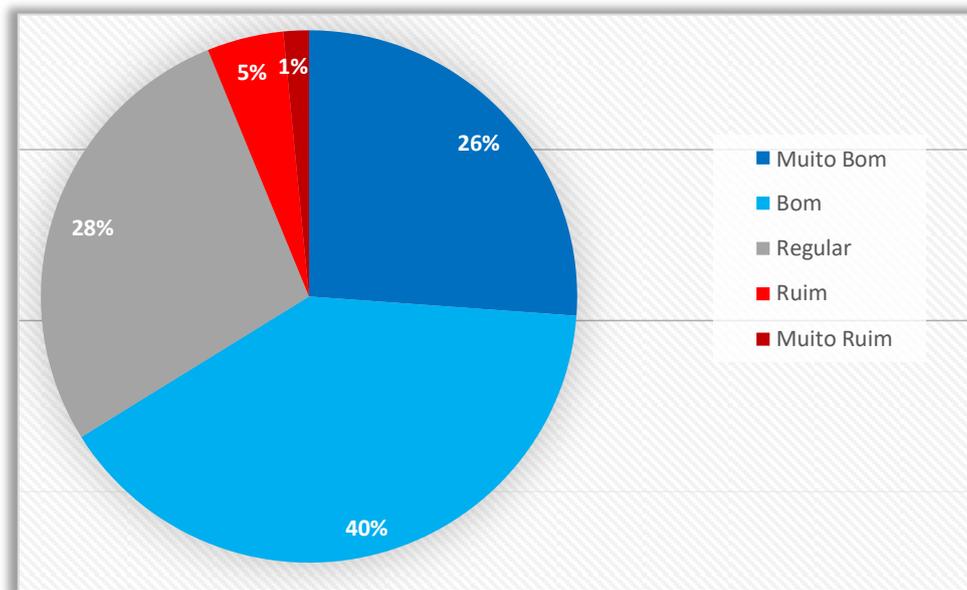
Gráfico 25. Gráfico de setor para a avaliação de Hospedagem segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Os atrativos visitados pelos entrevistados foram classificados pela maioria como sendo bom (40%), seguida de pessoas que acharam muito bom (26%) e outras que acharam os serviços regulares (28%) e apenas uma pequena parcela acredita que o serviço é ruim ou pior (11%). Este valor mostra que os atrativos da cidade estão bons mas ainda pode ser melhorados.

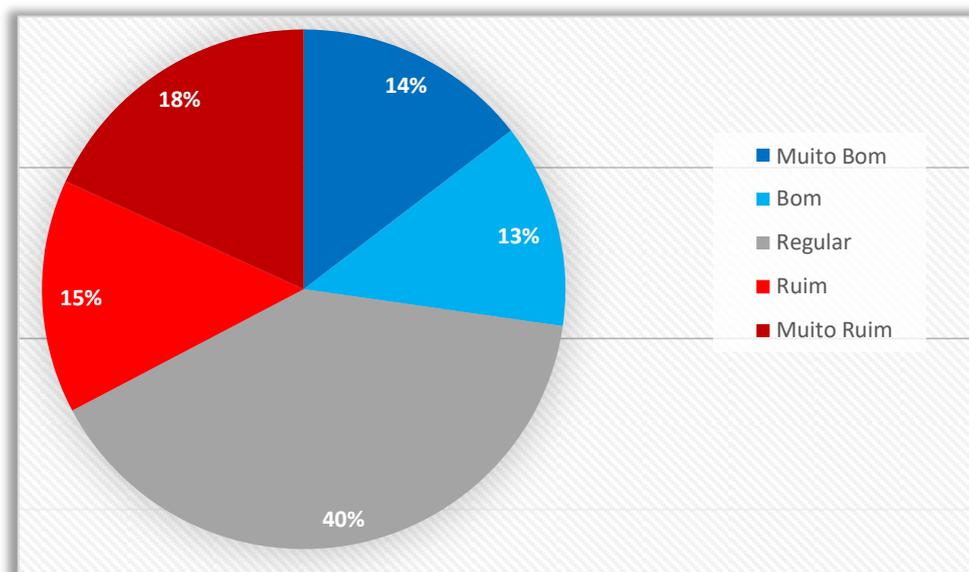
Gráfico 16. Gráfico de setor para a avaliação dos Atrativos Turísticos visitados segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Ao serem questionados sobre a diversão noturna, os visitantes ficaram bem divididos, 27% acreditam estar bom ou superior, 33% acredita que as diversões noturnas estão ruins ou pior e 40% acredita que esta regular. Esta opção mostra que muitos turistas a noite não está totalmente satisfeito com as atividades noturnas.

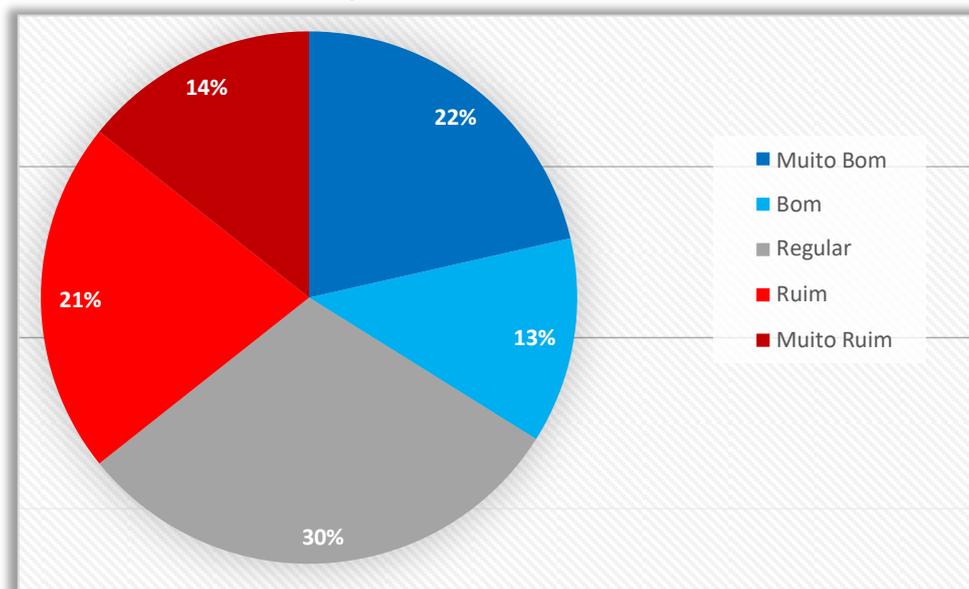
Gráfico 177. Gráfico de setor para a avaliação da diversão noturna segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

As informações turísticas são de suma importância para o município, diante disso, quando o turista foi questionado sobre a qualidade das informações prestadas, 30% dos entrevistados responderam que possuem uma qualidade regular, 13% como boa e 22% como muito boa, ou seja, as informações chegam ao turista, entretanto, não de uma forma completa. Ainda, 21% considerem que as informações são ruins e 14% acreditem que são muito ruins. Isto afirma ainda mais que é necessário aumentar e melhorar as informações ao turista quando chega a cidade.

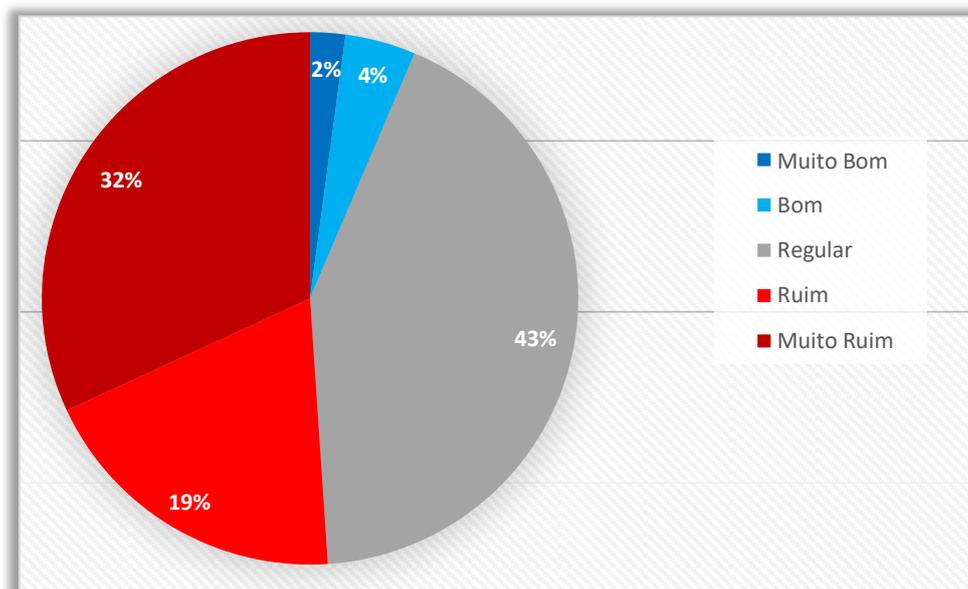
Gráfico 28. Gráfico de setor para a avaliação das informações turísticas segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Assim como as informações turísticas, os Guias de Turismo são fundamentais para o desenvolvimento da atividade turística, eles acompanham o turista durante os passeios e ou city tour, são os principais indicadores de atrativos e conseguem motivar a visita nos atrativos. Os entrevistados não estão contentes com este serviço, pois mais da metade acham que o serviço é ruim ou pior e 43% acreditam que está regular. Isto mostra que se deve investir neste aspecto, principalmente para o incentivo dos turistas potenciais a permanecer por mais tempo na cidade.

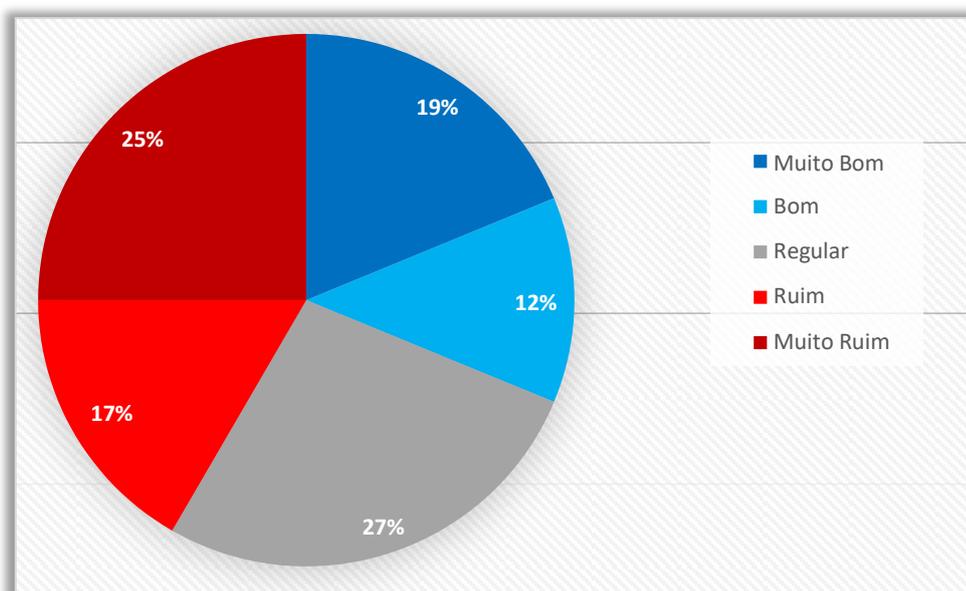
Gráfico 2918. Gráfico de setor para a avaliação do guia de turismo segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Diretamente ligado ao serviço de Guia de Turismo estão os passeios e o city tour, eles ajudam o turismo a ter um panorama da cidade e conhecer os atrativos. Nesse aspecto, 27% acredita que este serviço está regular, 19% acha que está muito bom, 12% acha que está bom, 25% acredita que está muito ruim e 17% acha que está ruim. Desta forma a opinião do turista está dividida neste assunto. O ideal é investir mais para que essa divisão se torne positiva.

Gráfico 3019. Gráfico de setor para a avaliação do Passeios/ City Tour segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.6. AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURAGERAL

Para uma visão geral das avaliações da cidade segundo a opinião do turista foi feita uma média das avaliações, considerando as opiniões dadas para cada segmento avaliado e os valores para cadaopinião

Tabela 1. Nota dada para cada opção de avaliação de infraestrutura

Opção	Nota
Muito bom	5
Bom	4
Regular	3
Ruim	2
Muito ruim	1

Fonte: JK TURISMO, 2016.

A média calculado foi feita multiplicando a pontuação i-ésima pontuação, , pela i-ésima frequência de resposta, ,dividido pela soma das frequências. Isto será feito para todos os 13 segmentos avaliados de infraestrutura. A formula está descrita a baixo.



Σ —

com $i=1, \dots, 5$ e $k=1, \dots, 13$;

é a média do k -ésimo segmento avaliado;

é a pontuação dada cada opção de resposta;

é a frequência de resposta para a opção dada

Os resultados destas avaliações são importantes para verificar, de forma geral, os segmentos avaliados e apontar quais precisam ser melhorados com mais urgência segundo a avaliação dos turistas e turistas potenciais. Aqui as três maiores pontuações foram para atrativos turísticos, seguido de limpeza urbana e serviço de restaurante/alimentação. E os três piores segmentos avaliados foram: guia turístico, passeio/city tour e preços praticados. Quando observado a pontuação total média, 3,190, é notável que a cidade está regular, suprimindo de forma razoável as expectativas de seus visitantes.

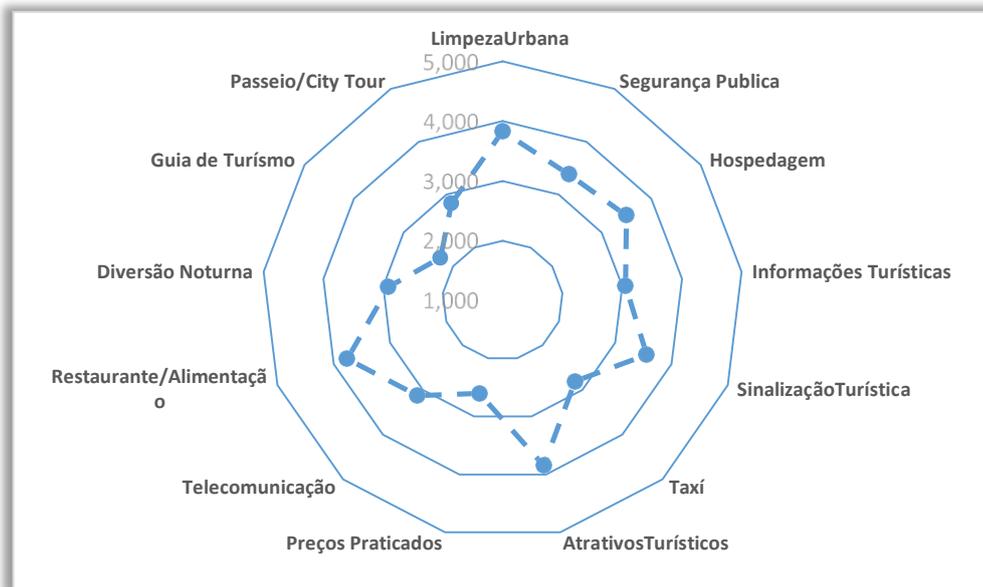
Tabela 2. Pontuação média de todos os segmentos avaliados pelos turistas e turistas potencial.

Matriz de Avaliação	
Serviço	Média
Limpeza Urbana	3,831
Segurança Pública	3,377
Hospedagem	3,500
Informações Turísticas	3,054
Sinalização Turística	3,561
Táxi	2,810
Atrativos Turísticos	3,846
Preços Praticados	2,603
Telefone e Internet	3,129
Restaurante/Alimentação	3,763
Diversão Noturna	2,909
Guia Turístico	2,255
Passeio/City Tour	2,833
Pontuação Total Média	3,190

Fonte: JK TURISMO, 2016

Para proporcionar uma visão geral da avaliação foi feito um gráfico polar com as pontuações médias de todos os segmentos.

Gráfico 31. Gráfico polar das pontuações média de cada seguimento.

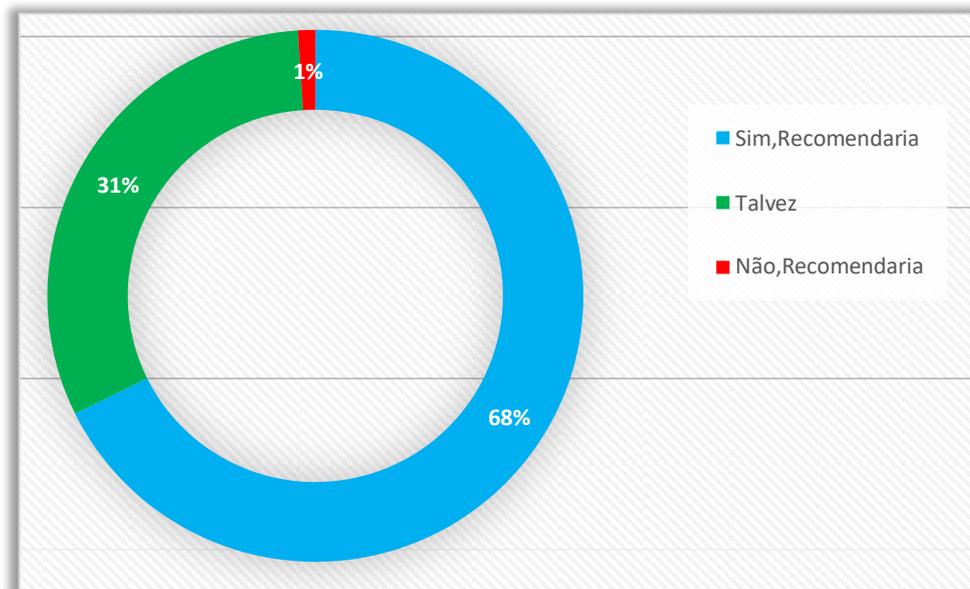


Fonte: JK TURISMO

4.7. INDICAÇÃO DACIDADE

Para finalizar a entrevista, foi questionado sobre o retorno e indicação da cidade de Mongaguá, o resultado desse índice é satisfatório, pois 68% dos entrevistados afirmaram que voltariam e recomendam a cidade, 31% talvez e apenas 1% não recomenda ou não votaria a cidade. Diante disso, compreende-se que a estada deles foi boa e por isso recomendam e voltariam à cidade.

Gráfico 32. Gráfico de setor para o retorno a Mongaguá.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

4.8. RESUMO EXECUTIVO

A Pesquisa de demanda atingiu os objetivos esperados ao traçar o perfil do turista, identificar como é feita a organização da sua viagem, como este avalia a infraestrutura local e a possibilidade de retorno ao destino.

A partir disso, identificou-se que a maioria dos turistas que viajam para Mongaguá é do município de São Paulo e que isso ocorre, em partes, devido à proximidade com a capital do estado. Também exerce atratividade sobre outras cidades da região metropolitana de São Paulo, como Osasco e Barueri. A pesquisa identificou turista de 28 localidades.

Diante disso, é perceptível que Mongaguá possui grande potencial para atrair mais turistas, sobretudo porque recebe visitante de cidades com variados perfis sociais, econômicos e políticos. Ainda assim, é preciso que se desenvolvam ações que fomentem a permanência destes visitantes.

Sobre o estado civil dos turistas, a maior porcentagem registrada durante a pesquisa foi de dos solteiros, 48% dos entrevistados, o percentual de divorciados foi de 47%, indicando que não é possível afirmar que a cidade atrai



uma única parcela de público. A maioria dos participantes possui ensino médio completo, registrando 41,6%, ou superior completo, com 30,2%. Um total de 52% dos entrevistados é assalariado e a média salarial é de R\$ 2.218,33 ao mês.

Ainda que a faixa etária da maioria dos entrevistados seja de 21 até 30 anos, seguido pela faixa de 31 até 40 anos, com respectivamente 29% e 27%. Ainda assim, o diagnóstico de oferta turística e os dados levantados com os questionários mostram que a cidade atrai turistas de todas as idades e possui atrativos que atendem a todos os públicos. Ao que tange a organização da viagem, o primeiro dado coletado foi sua motivação.

A principal motivação da viagem, dentre os turistas entrevistados, é a participação em congresso/convenções/feiras realizadas na cidade, seguida pela temporada de férias e a busca de descanso nos finais de semana. Os dados mostram que há grande procura por atrativos de religiosos, ecoturismo e turismo de sol e praia, aspectos que podem contribuir com a atratividade de Mongaguá, desde que sejam realizadas ações de divulgação e promoção dos demais atrativos e trade turístico.

Os dados apontam que 90% dos turistas entrevistados se deslocam até a cidade em veículos próprios e, como já citado anteriormente, é preciso realizar ações de fomento que garantam a permanência deste público, realizar maior divulgação dos atrativos e do trade para que permaneçam a maior quantidade de tempo possível na cidade.

O percentual de visitantes que viajam em família é a maioria predominante, registrando 58% dos participantes, seguido pelo grupo que viaja com amigos, 36%. Somente 3% dos entrevistados estavam acompanhados de pessoas com necessidades especiais, ainda assim, a cidade precisa investir em ações de melhoramento da infraestrutura para atrair esse público.

Embora a cidade tenha um fluxo turístico significativo, sobretudo no verão e finais de semana, não consegue garantir fluxo turístico nos demais dias da semana. Além disso, a maior parte deste fluxo se concentra no Poço das



Antas, na praia e na plataforma de pesca, ou seja, os demais atrativos possuem baixavisitação.

A maioria dos participantes utiliza as lanchonetes como o principal estabelecimento de alimentação, seguida pelos restaurantes e locais de hospedagem. Ainda considerando a organização da viagem, constatou-se que 64% são turistas e o percentual de turista potencial foi de 36%, sendo que este último grupo não permanece mais de 24h na cidade.

Dentre aqueles que ficam para o pernoite, a maioria permanece na cidade por um final de semana e utilizam a casa de parentes ou amigos. Os percentuais para os grupos que utilizam casas próprias ou de veraneio e pousadas são próximos, tais aspectos reforçam a necessidade de ampliar a divulgação dos atrativos e do trade.

A maioria dos entrevistados respondeu que obtiveram informações sobre a cidade e seus atrativos através da internet, o segundo maior grupo alegou que recebem indicações de amigos e familiares. Os dados apontam que o uso da internet ainda é a principal ferramenta de divulgação da cidade e, além disso, o percentual de visitantes por indicação é significativo.

Estes dados mostram que futuros investimentos nos atrativos, no trade turístico, na infraestrutura e na divulgação de Mongaguá, possuem grande potencial de retorno e, sobretudo, de fomento ao desenvolvimento do turismo e da cidade como um todo.

Sobre a infraestrutura básica da cidade, a maioria dos entrevistados apontou como a limpeza urbana como boa ou muito boa. Quando questionados sobre a segurança pública as opiniões foram mais divergentes, visto que 44% a considera boa, 37% acreditam que seja regular e 19% que é ruim. Ainda que a maioria aponte este serviço como favorável, o percentual de regular é muito próximo e, quando somado ao ruim, demonstra que o poder público municipal precisa dar mais atenção a este setor



Quando questionados sobre a sinalização turística, somente 11% acham que está ruim e outros 11% muito ruim, a maioria dos respondentes classificou este quesito como bom ou de muito boa qualidade, respectivamente 27% e 30%. Em partes isso pode ser explicado pela existência de placas indicativas e de sinalização interpretativa em alguns atrativos, ainda assim, o Complexo Rural apresenta placas confeccionadas pelos proprietários dos estabelecimentos e que não seguem um padrão.

A soma dos percentuais registrados para os serviços de guias de turismo mostram que o 35% classifica como bons ou muito bons e outros 35% como ruins ou muito ruins, além disso, 30% compreendem que o mesmo é regular. Tais porcentagens são muito próximas e não permitem a definição de um padrão, ao mesmo tempo, indicam que este serviço atende a demanda atual de maneira satisfatória, mas pode melhorar sua qualidade.

O serviço de *city tour* apresenta uma variação de respostas muito aproximada o quesito anterior, ou seja, os apontamentos citados o parágrafo anterior se encaixam na análise deste serviço. Ainda assim, é importante argumentar que estes serviços são essenciais para a atividade turística, sobretudo porque disseminam a cultura local, indicam os atrativos e suas especificidades, ou seja, promovem a visitação.

Ao que tange a rede de telecomunicações e serviço de internet, 32% dos turistas entrevistados a classificam como regular, 21% como de muito boa qualidade e mais 18% como boa. Isso significa que este serviço atende a atual demanda da cidade e, diante disso, o mesmo poderia ser utilizado para ampliar a divulgação dos eventos, atrativos e trade turísticos, visto que muitos dos atrativos e estabelecimentos não possuem sites atualizados ou outro canal de interação com os turistas, conforme exposto no diagnóstico de comunicação.

Considerando que a maioria dos turistas e turista em potencial são solteiros e divorciados, a cidade poderia investir na diversão noturna. As repostas para este quesito foram variadas, 27% dos entrevistados acredita que o serviço é bom, 33% que é ruim e 40% que está regular. Fomentartais



atividades, sempre considerando o respeito aos munícipes e demais visitantes, pode promover a permanência deste público na cidade por um período maior que um dia e colaborar diretamente com sua divulgação.

A pesquisa também apontou que os entrevistados estão satisfeitos com os atrativos, os serviços de alimentação e de hospedagem da cidade. Ainda assim, é importante citar que a maioria dos estabelecimentos de alimentação estão concentrados na região central e que é necessário que eles também sejam alocados próximos aos demais atrativos.

Sobre os preços praticados em Mongaguá, 48% dos entrevistados os consideram regular e outros 14% os classificam como ruins, somente 18% entendem que são bons, diante disso, pode-se compreender que a maioria dos turistas acredita que os valores cobrados correspondem ao serviço prestado, visto que são regulares. Esse índice é de suma importância para o turista, uma vez que é o preço da cidade no geral, e não somente dos equipamentos turísticos, que condiciona seus gastos.

Quando questionados sobre as informações turísticas que lhes foram fornecidas durante sua estadia em Mongaguá, a maioria dos turistas considera que elas foram regulares, seguido pelo grupo que as consideram boas ou muito boas, ainda assim, 21% as consideram ruins e outros 14% muito ruins. Para que o turismo seja uma atividade que promova o desenvolvimento e integre os diferentes setores presentes na localidade, se faz necessário prestar informações de qualidade, completas e em quantidade ideal, visando atender as necessidades do turista.

De maneira geral, ainda que a infraestrutura básica de Mongaguá seja classificada como regular pelos turistas, é preciso lembrar que o diagnóstico da infraestrutura realizado anteriormente identificou uma série de possíveis melhorias, tais como a acessibilidade dos atrativos e as condições precárias de manutenção da sinalização turística e de trânsito, seja ela horizontal ou vertical, sobretudo nas vias de acesso aos atrativos.



Ministério do
Turismo



Por fim, a maioria dos visitantes que contribuíram respondendo a esta pesquisa de demanda turística afirmam que voltariam a Mongaguá, fato que demonstra que a cidade consegue atender satisfatoriamente sua demanda e, ao mesmo tempo, indica que tem potencial para expandir sua atratividade.



Ministério do
Turismo



5. PESQUISA DE SENSIBILIDADE TURÍSTICA

5.1. INTRODUÇÃO

Este estudo tem como principal objetivo levantamento de informações sobre o perfil e opinião dos moradores para com o turismo na cidade de Mongaguá, buscando o desenvolvimento do município de maneira plena, tanto nos aspectos gerais, como nos aspectos turísticos.

Para o desenvolvimento da pesquisa de demanda realizou-se uma visita na cidade de Mongaguá nos dias 05, 06 e 07 de agosto de 2016 e foram aplicados 96 questionários para os moradores durante este período, em três pontos da cidade, sendo a centro, praia, atrativo denominado Poço das Antas.

A pesquisa de sensibilidade turística local pretende auxiliar no Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável, sendo parte integrante do mesmo e por meio da pesquisa definiremos o perfil dos moradores, organização de viagem quando pretende possui tempo livre, opinião sobre o turismo da cidade, como o mesmo avalia a infraestrutura da cidade e se recomendaria a visita a outras pessoas.

Para o cálculo do tamanho amostral foi considerado um nível de confiança de 95% com um erro amostra de 10%, não havendo informações a priori da população foi considerado a maior variância possível resultando em uma amostra de 96 questionários.

A metodologia de amostragem foi do tipo não probabilístico com determinação de região da pesquisa. A abordagem dos questionários utilizado foi por meios aleatórios onde todos que estavam ali no período de coleta poderiam responder o questionário.



5.2. PESQUISA DE SENSIBILIDADE TURÍSTICALOCAL

O planejamento turístico é uma ferramenta utilizada para o desenvolvimento do turismo, pois nele são apresentadas análises situacionais do município para que o mesmo possa se desenvolver futuramente. Dentre os estudos realizados durante o planejamento está a Pesquisa de Demanda e a seguir veremos como a mesma funciona e a sua importância.

Para compreender o que é o mercado turístico, ambiente no qual a pesquisa ocorre, Lemos (2001, p.128) explica que é “o conjunto de relações de troca e de contatos entre aqueles que querem vender e os que querem comprar bens e serviços turísticos”, ou seja, onde estão a oferta e a demanda.

A oferta turística:

Conjunto dos recursos naturais e culturais que, em sua essência constituem a matéria prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência de turistas. A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, numa estrutura de mercado. (Beni, 2001,p.259)

Sendo assim, para existir um serviço autossustentável para a cidade turística é necessário a participação dos moradores da cidade receptora para que o fluxo econômico vindo de setor fique dentro do município.

Ao visitar um destino o turista encontra meios que lhe ajudam a atender suas necessidades básicas e turísticas com serviços de hospedagem, transporte, alimentação e artesanatos. O aumento do fluxo turístico gera aumento na economia e, conseqüentemente, mais empregos e fluxo financeiro na cidade.

As informações dos moradores sobre o turismo em sua cidade influenciam diretamente no plano diretor turístico do município. Pois com o



aumento da demanda turística exige um esforço maior vindo dos órgãos públicos, privados e moradores para garantir as necessidades dos visitantes sem prejudicar o meio ambiente e a qualidade de vida dos que residem.

Nesta etapa é visado obter a opinião dos moradores através de uma pesquisa descritiva e avaliativa de pessoas que possuem contato com locais turísticos e/ou com o próprio turista. Esta pesquisa é fundamenta para saber a relação dos moradores locais e o turista, procurando obter a opinião sobre aspectos estruturais urbanos e turístico vindo dos moradores. Atualmente, o mercado turístico está competitivo com diversos produtos oferecidos visando atender os diferentes públicos de uma demanda heterogênea. Dessa forma, a pesquisa de demanda real é de suma importância para a assertividade do planejamento do turismo que tem como principal objetivo estruturar o turismo de maneira que ele possa satisfazer todas as necessidades do turista.

5.3. METODOLOGIA DE COLETA

A unidade experimental para esta pesquisa é o morador local. Foi definido como morador o indivíduo ou grupo de indivíduo que reside no município receptor e, de alguma forma, possui contato com o turista

O morador é abordado e convidado a responder o questionário de sensibilidade turística local elaborado pela empresa. O questionário é do tipo descritivo e avaliativo e, a partir deste, foram obtidas todas as informações para descrever o perfil do morador, a opinião em aspectos do turismo local e da infraestrutura da cidade de Mongaguá.

Visando obter as informações necessária para descrever o perfil e a opinião dos moradores, foi utilizada a entrevista com um questionário como procedimento de coleta de dados. O questionário foi dividido em três segmentos

- d) O perfil do morador - Faixa Etária, Grau de escolaridade, Ocupação, Gênero, Renda e Tempo Residente no Município.
- e) Opinião do Morador – Relação com o Turistas e Custo devida.



- f) Avaliação de Infraestrutura Urbana e Turística - Atrativos Turísticos Visitados, Infraestrutura Urbana e Turística, Acessibilidade, Conectividade (internet, rede telefônica e televisiva), Atividades Festivas culturais, Atividades Noturnas, Limpeza e Segurança.

Através deste questionário obteve-se a relação entre os moradores e o turismo segundo visão dos residentes de Mongaguá

5.4. PESQUISA DE SENSIBILIDADE DE TURÍSTICA LOCAL – MONGAGUÁ

Durante a pesquisa de sensibilização turística foram aplicados 96 questionários, nos dias 05, 06 e 07 de agosto de 2016. A seguir os resultados da Pesquisa estão divididos em 04 núcleos: Perfil do Turista, Organização da Viagem, Avaliação da Infraestrutura e Retorno a Mongaguá.

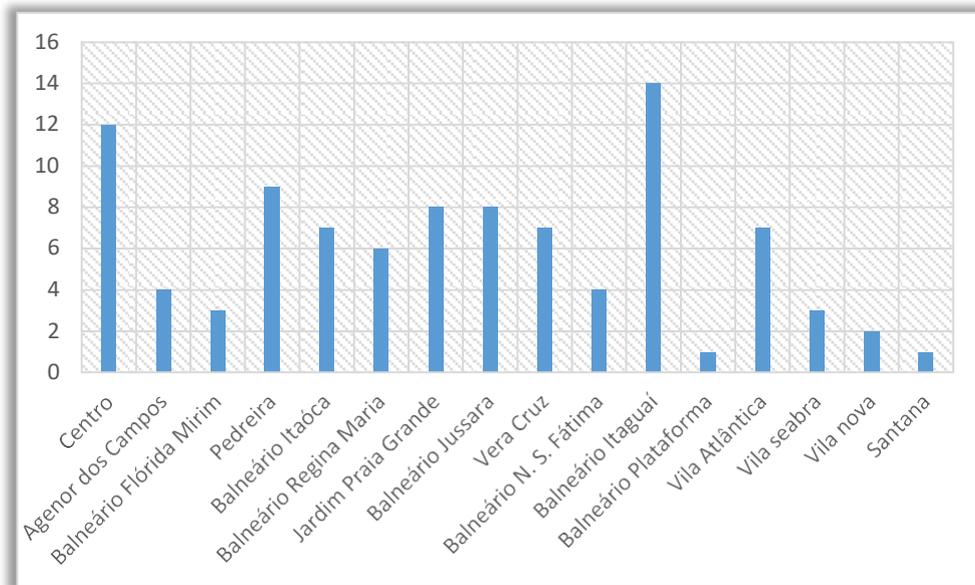
5.5. PERFIL DOMORADOR

Com o objetivo de analisar o perfil dos moradores de Mongaguá, a seguir serão apresentados os índices de Origem dos Turistas, Gênero, Faixa Etária, Estado Civil, Grau de Escolaridade, Ocupação e Renda Familiar.

5.5.1. Bairros dos moradores

Durante a pesquisa realizada no município de Mongaguá foram entrevistados pessoas de 16 bairros diferentes. Sendo maioria do Balneário Itaguaí (14,6%), seguida do Centro (12,5%) e do bairro Pedreira (9,3%).

Gráfico 20. Gráfico de barras para localidade dos moradores.

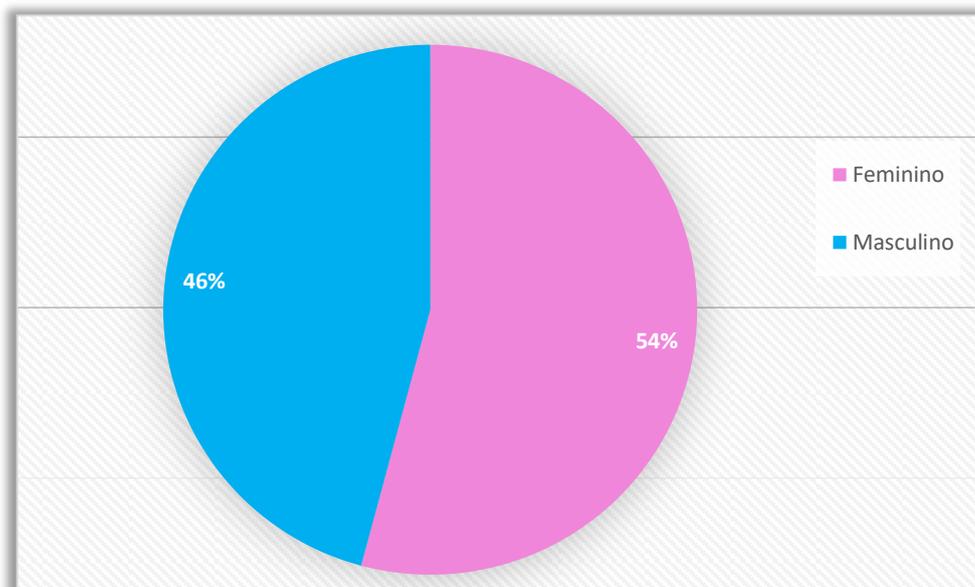


Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.5.2. Gênero

Para a abordagem dos entrevistados foi questionado se eles aceitam ser entrevistados por um membro da equipe. Observou-se que houve uma aceitação maior vinda das mulheres (54%), o percentual dos homens foi 46%.

Gráfico 21. Gênero dos moradores entrevistados.

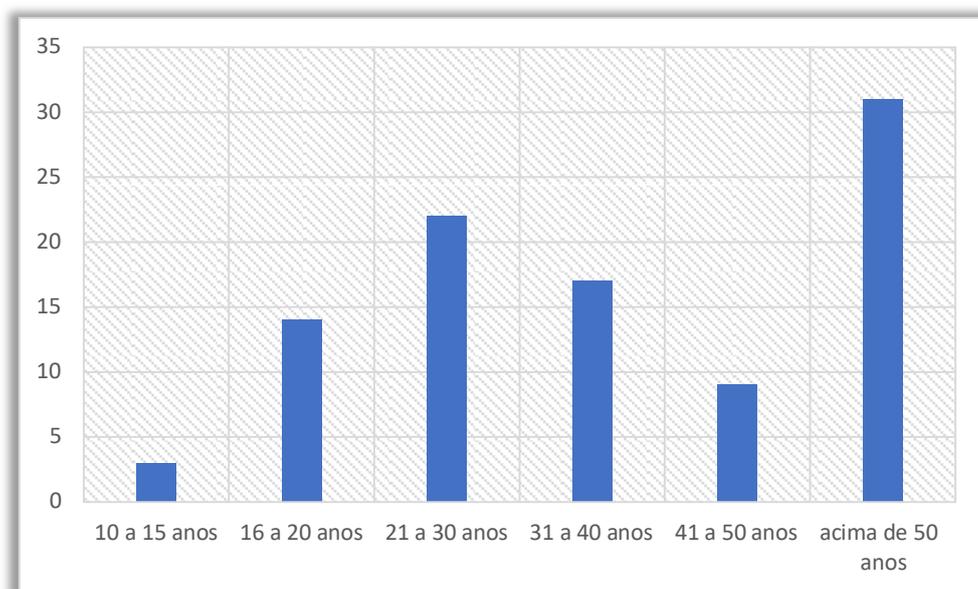


Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.5.3. Faixa Etária dos Moradores

De acordo com dados a maioria dos entrevistados são adultos com idade acima de 50 anos (32,3%), seguida de jovens de 21 a 30 anos (30%) e pessoas com 31 a 40 anos (17,7%). A menor parcela de pessoas entrevistadas segundo a faixa etária é de pessoas de 10 a 15 anos (3%)

Gráfico 22. Gráfico de setor da faixa etária dos entrevistados.

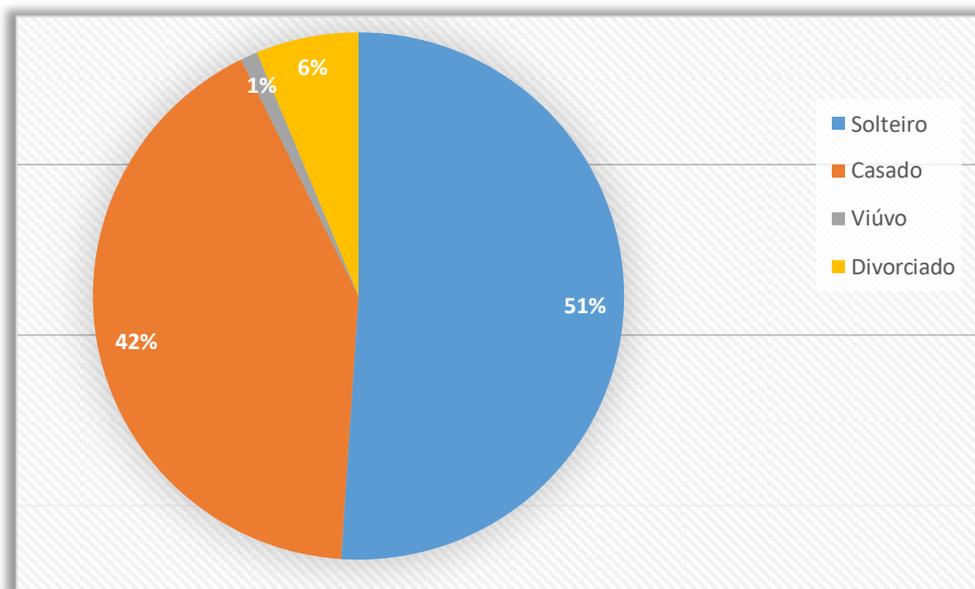


Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.5.4. Estado Civil

Quando é observado o estado civil dos entrevistados, nota-se que a grande maioria são solteiros (51%), seguido de pessoas casadas (42%), uma porcentagem é divorciados (6%) e uma pequena parcela de pessoas viúvas (1%).

Gráfico 23. Gráfico de setor para o estado civil dos entrevistados.

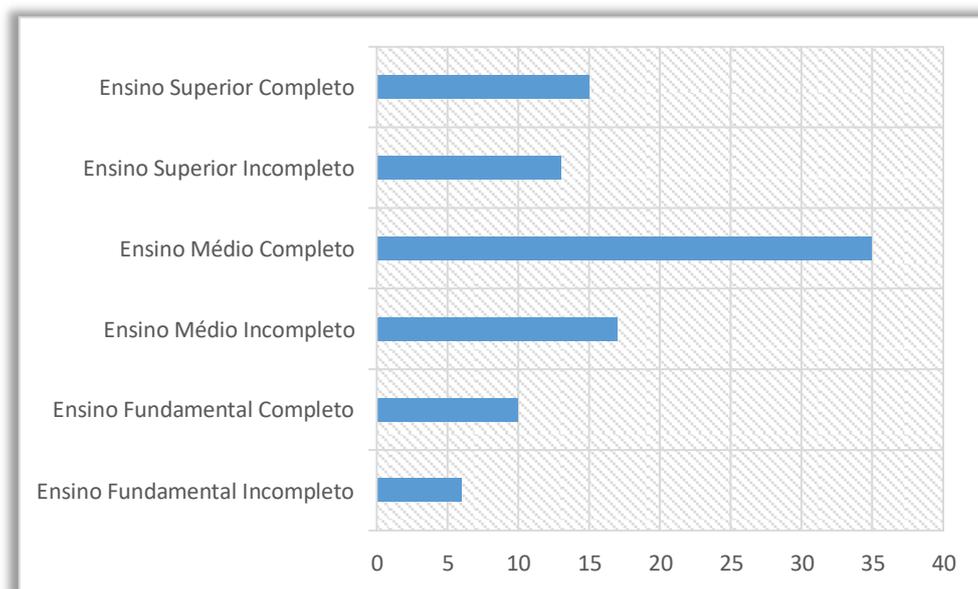


Fonte: JK TURISMO, 2016

5.5.5. Grau de Escolaridade

Sobre o grau de escolaridade, a maioria dos entrevistados possui ensino médio completo (36,5%), seguido de ensino médio incompleto (17,7%) e ensino superior completo (15,6%). As menores parcelas são de pessoas que possuem o ensino fundamental incompleto (6,2%), ensino fundamental completo (9,6%) e cursando o ensino superior (13,5%). Sendo assim, é possível ressaltar que a maioria dos entrevistados terminam o ensino médio e uma parcela menor busca o ensino superior, tendo poucas pessoas que não terminaram o ensinofundamental.

Gráfico 24. Gráfico de barras para o Grau de Escolaridade dos entrevistados.

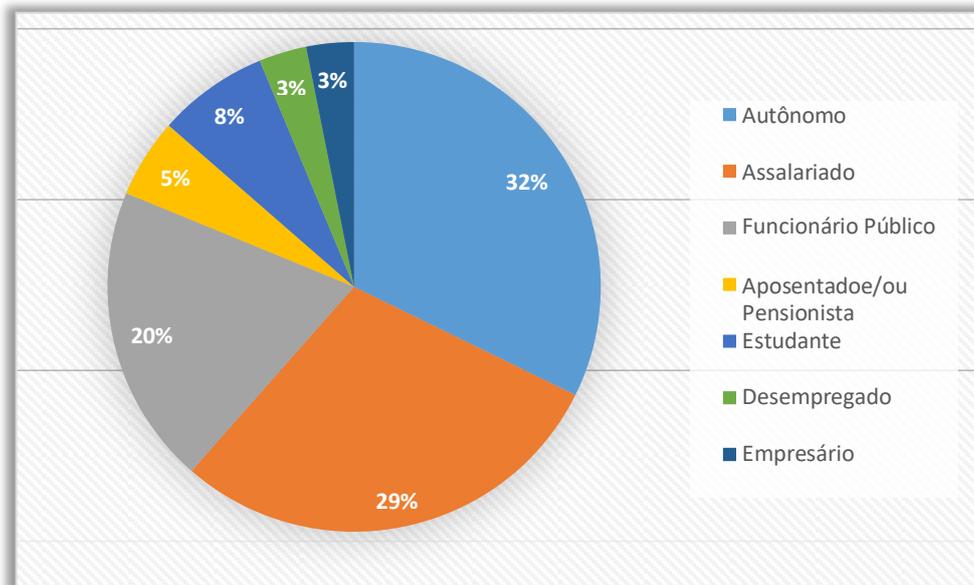


Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.5.6. Ocupação

Ao analisar a ocupação profissional dos moradores de Mongaguá, identificou-se que a maioria dos munícipes se considera autônomos (32%), seguido por assalariados (29%) e funcionários públicos (20%). Apesar de uma parcela grande possuir uma renda fixa, ainda assim não se pode ignorar o número de pessoas que são autônomos, presume-se que estes dependem de trabalhos que estão diretamente ligados ao turismo local.

Gráfico 25. Gráfico de barras para a ocupação dos entrevistados.

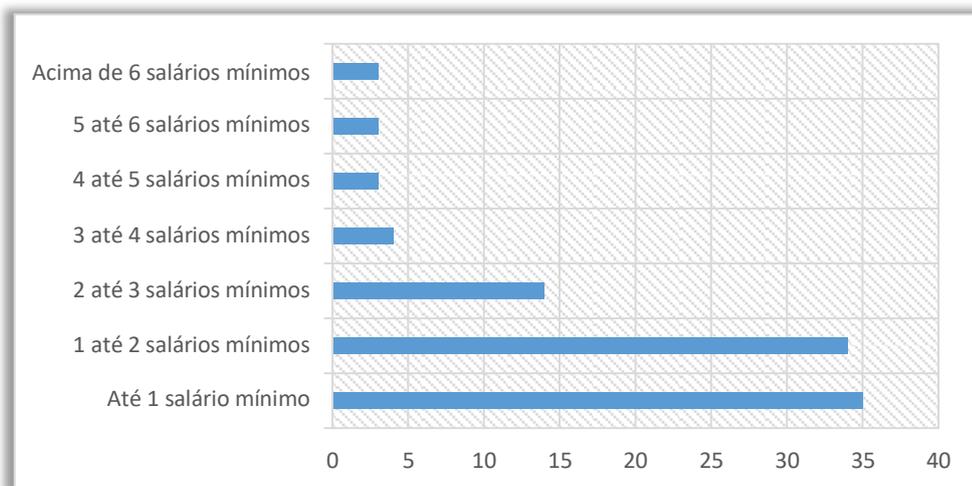


Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.5.7. Renda

Foi questionado ao morador qual é a sua renda média mensal em salário mínimo, considerando que o salário mínimo é de R\$880,00. A maioria dos moradores do município de Mongaguá recebe um salário de até R\$880,00 (36,5%), seguido de pessoas que recebe de R\$ 880,00 a R\$ 1.760,00 (35%) e pessoas que recebem de R\$ 1.760,00 a R\$ 2.640,00 (14,5%). Apenas uma pequena parcela recebe um salário acima de R\$ 2.640,00 (13,5%). A renda média dos moradores de Mongaguá é de R\$1.530,83.

Gráfico 26. Gráficos de barras da renda média mensal dos moradores.

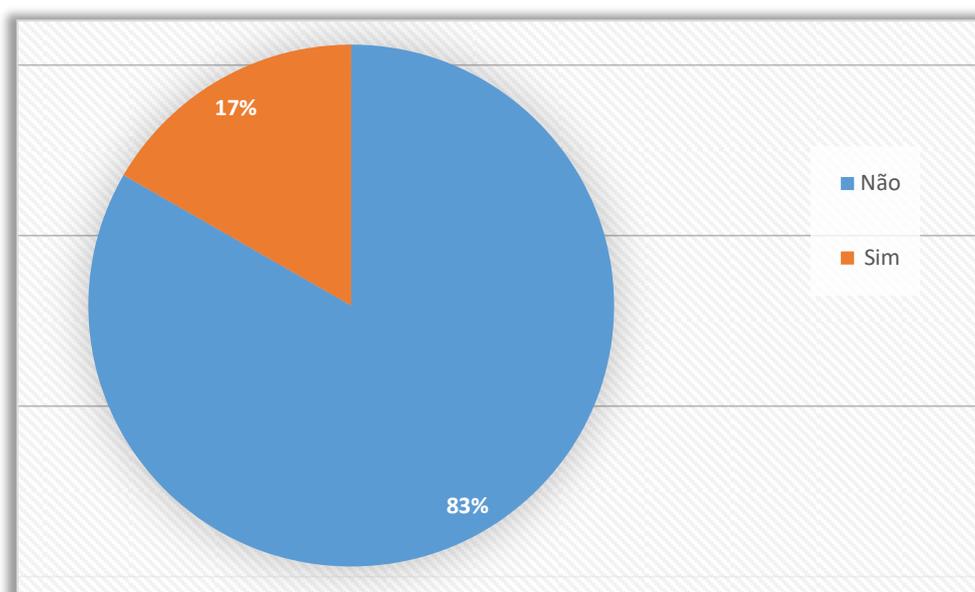


Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.5.8. Nascidos na cidade

Quando pergunta ao morador se nasceram na cidade a grande maioria respondeu que não (83%).

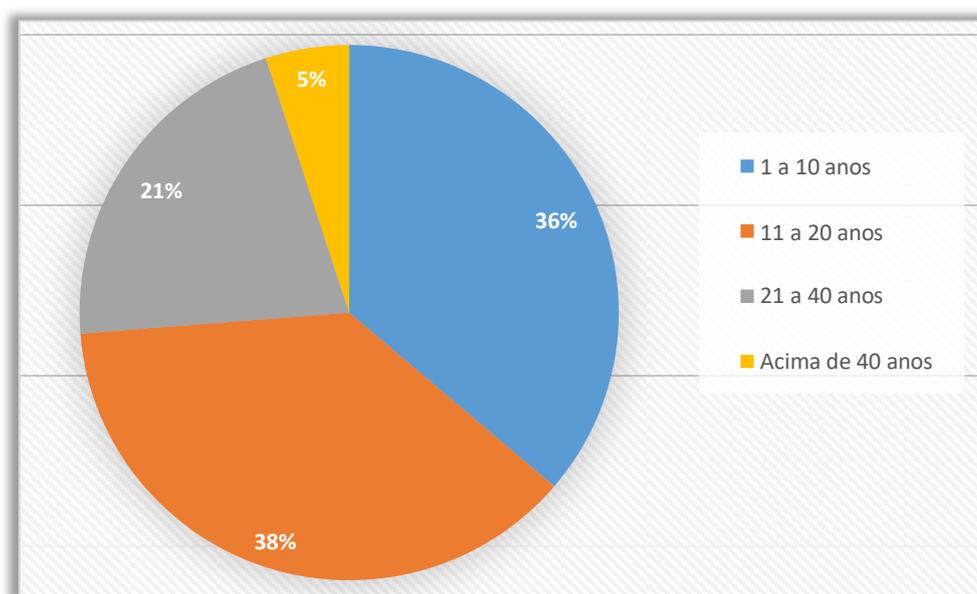
Gráfico 8. Gráfico de setor para moradores que nasceram na cidade de Mongaguá



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Visando aprofundar a análise, foi questionado o tempo de residência na cidade tanto para os naturais quanto os que vieram de outra localidade. Para os entrevistados que não tem como cidade natal o município de Mongaguá, maioria dos entrevistados disseram que moram entre 11 a 20 anos (38%), seguida de 1 a 10 anos (36%) e 21 a 40 anos (21%). Observando a idade dos moradores juntamente com o tempo que moram na cidade é possível observar que muitos chegaram a cidade quando já tinha uma certa maturidade, cerca de 35 anos de idade.

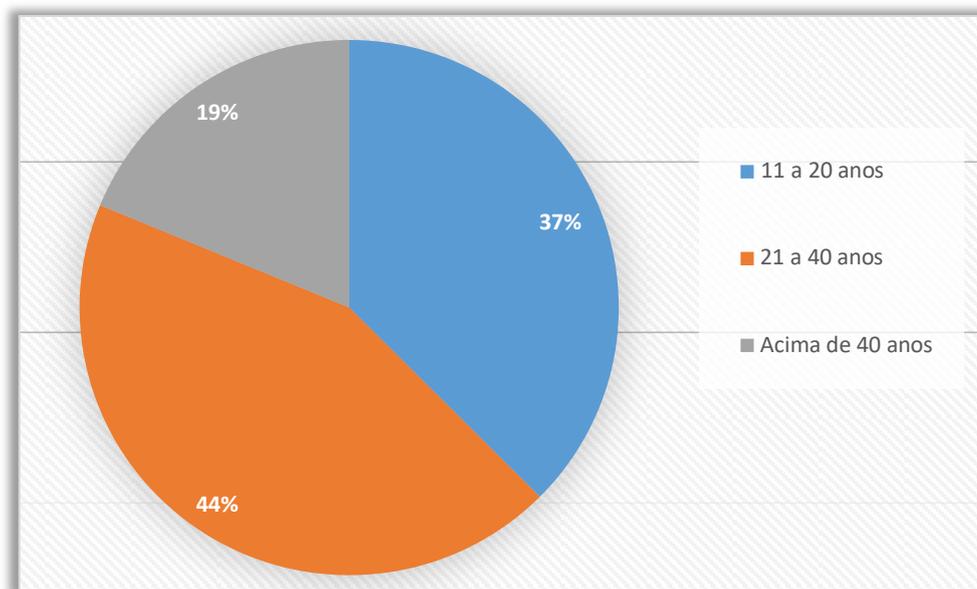
Gráfico 9. Tempo que reside e não nasceram na cidade



Fonte: JK TURISMO, 2016

Quando observados os moradores que nasceram na cidade a maioria reside entre 21 a 40 anos (44%), seguida de 11 a 20 anos (37%) e acima de 40 anos (19%).

Gráfico 10. Tempo que residem e nasceram na cidade.



Fonte: JK TURISMO, 2016

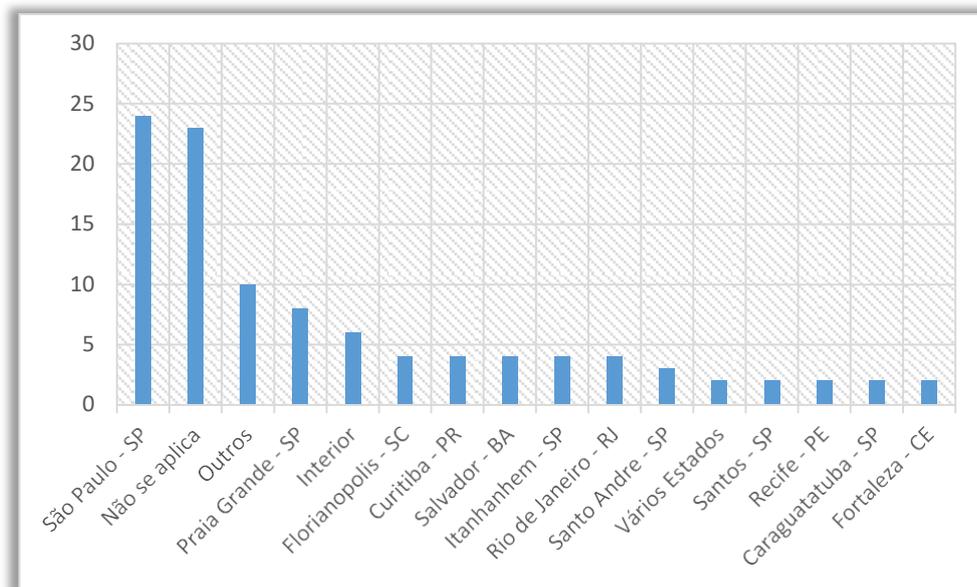
5.6. ORGANIZAÇÃO DAVIAGEM

A organização da viagem representa a o que leva o morador de Mongaguá a sair da cidade quando possui algum tempo livre ou não. Aqui verificamos quais cidades o morador visita, a cada quanto tempo ele sai da cidade, transporte utilizado, o meio de hospedagem e a motivação da escolha do destino.

5.6.1. Cidade visitadas em viagem

Quando questionado aos moradores de Mongaguá se eles costumam viajar 73% disseram que sim. A grande maioria dos moradores que praticam esta atividade viagem para São Paulo – SP (30%), seguida de Praia Grande – SP (10%) e pessoas que costumam viajar ao interior do estado de São Paulo. Observa-se também que alguns moradores também viajam para outros estados como Rio de Janeiro, Santa Catarina, Bahia, Recife e ainda alguns disseram que viajam para vários estados do Brasil.

Gráfico 11. Gráfico de barras para das cidades visitadas pelos moradores de Mongaguá.

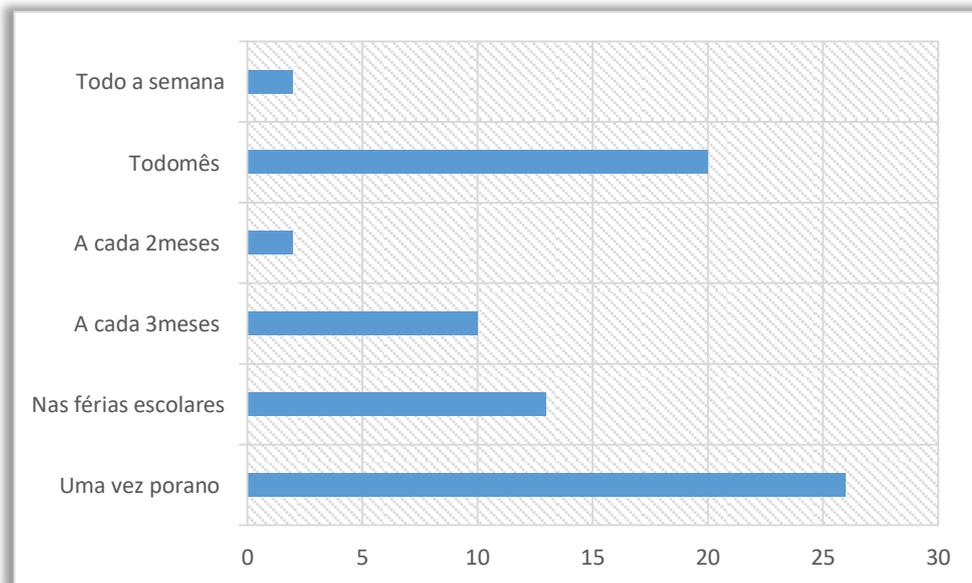


Fonte: JK TURISMO, 2016

5.6.2. Intervalo de tempo para viagem

Além de saber quais cidades os moradores visitam é importante saber qual é a frequência que isso acontece. A maioria dos entrevistados viajam uma vez ao ano (35,6%), seguida de pessoas que viajam todo o mês (27,4%) e pessoas que viajam nas duas vezes ao ano (17,8%), geralmente no período de férias escolares.

Gráfico 12. Gráfico de barras para tempo para viagem dos moradores de Mongaguá.

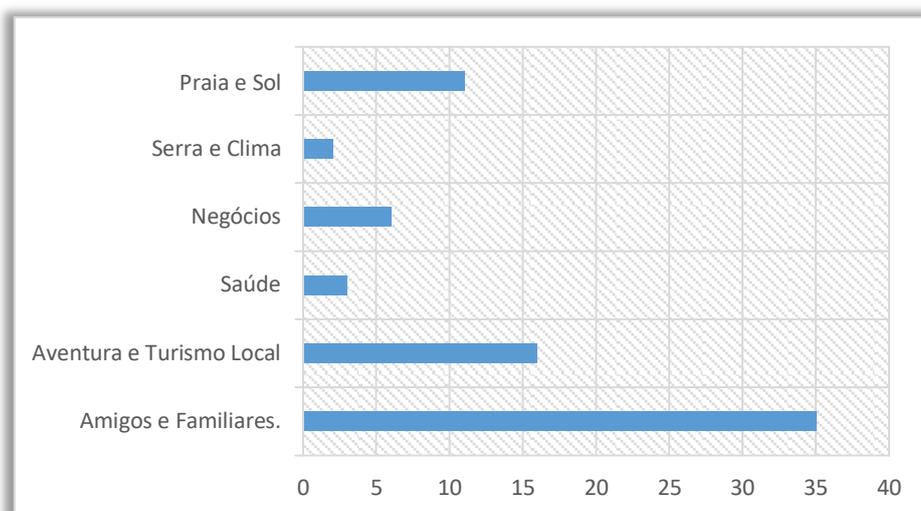


Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.6.3. Motivação da Viagem

A maioria dos moradores viajam para visitar amigos ou familiares (48%), geralmente da cidade de São Paulo, outros procuram aventura e turismo local (17,8%) e alguns procuram praia e sol (15%), apesar de morarem em uma cidade litorânea uma porcentagem de moradores procuram outras praias.

Gráfico 13. Motivação de viagem para os moradores do município de Mongaguá.

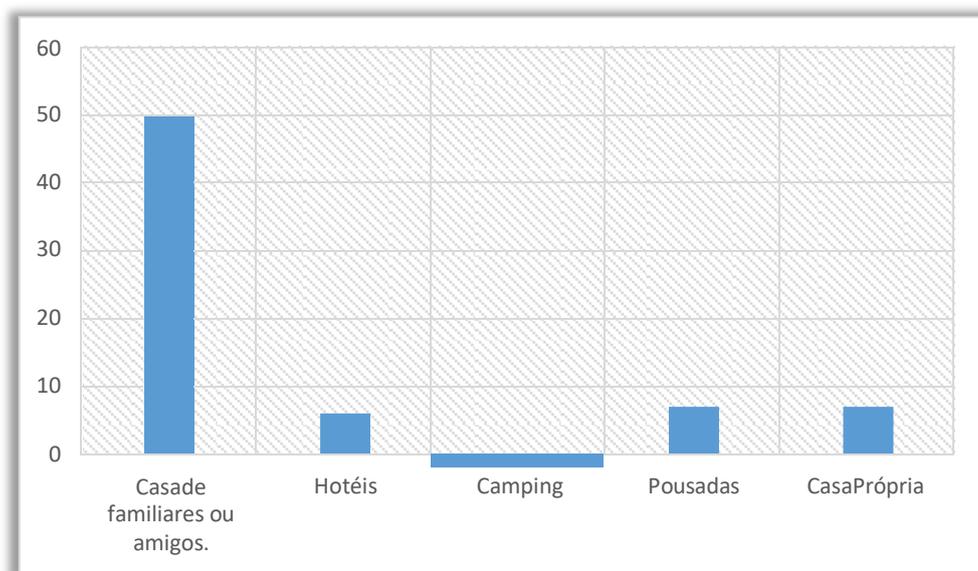


Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.6.4. Meios de hospedagem

Em suas viagens os moradores de Mongaguá costumam ficar na casa de familiares ou amigos (70%), principalmente quando estão em São Paulo, alguns preferem ficar em pousadas (9,5%), Hotéis (8%) ou ficam em suas outras casas (9,5%).

Gráfico 14. Gráfico de setor para meios de hospedagem utilizados em viagens pelos moradores de Mongaguá.



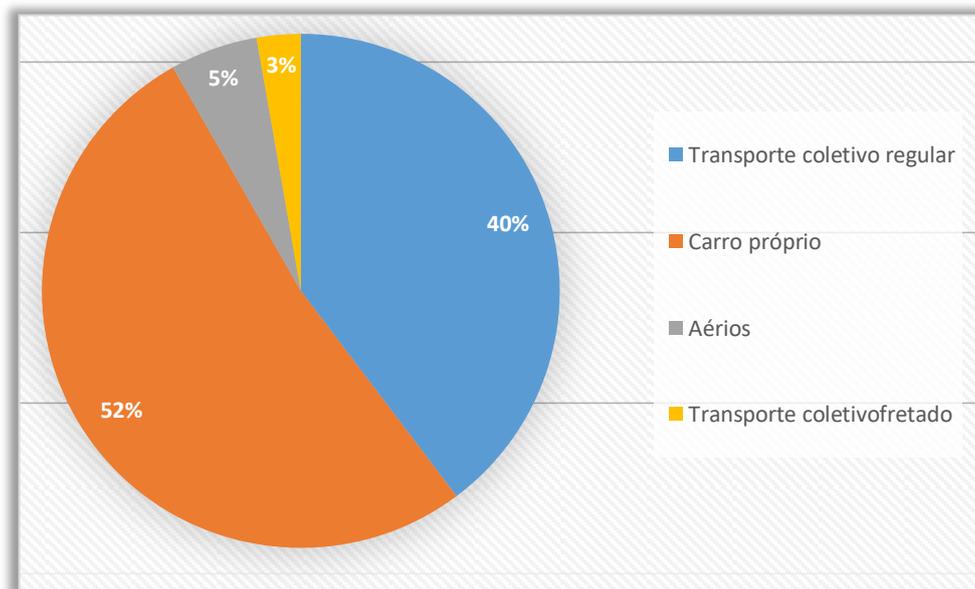
Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.6.5. Meio de Transporte Utilizado

O meio de transporte utilizado é importante para saber como os moradores se deslocam em suas viagens. Aqui motos, trailer e demais veículos que pertencem ao entrevistado foram considerados como carro próprio. A partir dos dados analisados é possível observar que a maioria dos moradores possui um meio de veículo e utilizam em suas viagens (52%), outros utilizam o meio de

transporte coletivo regular (40%) e as duas menores parcelas utilizam transporte coletivo fretado ou vão de transporte aéreo.

Gráfico 15. Gráfico do meio de transporte dos entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

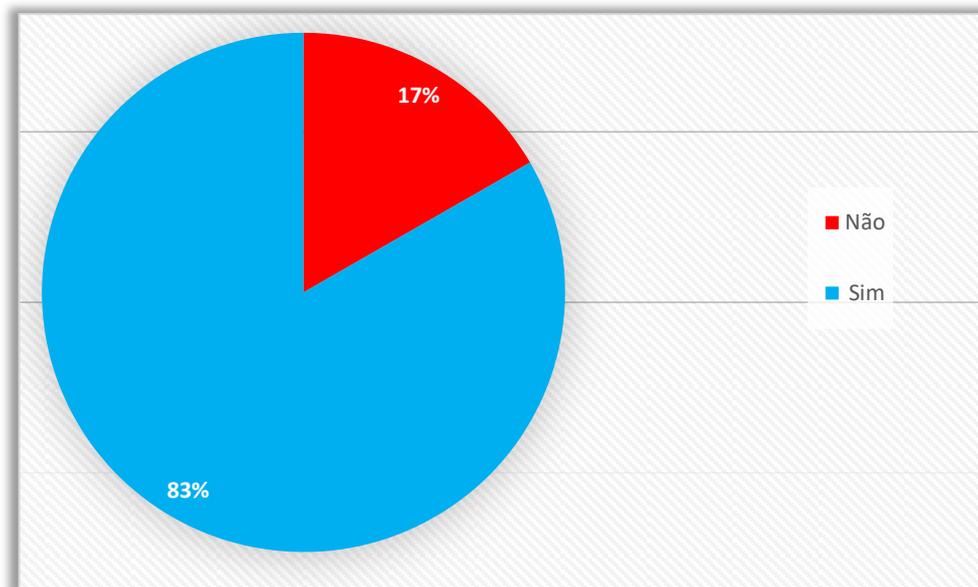
5.7. Turismo Local

A opinião dos moradores sobre o aspecto turístico da cidade direciona de forma fundamental a futura formação turística da cidade. Saber se ele, morador, considera o município um destino turístico, se os atrativos da cidade são considerados turísticos, se acredita no potencial turístico do município, se o poder público está investindo na cidade, onde o morador acredita que o poder público deveria investir e quais são as principais dificuldades para aumentar o turismo na cidade são perguntas que mostram a visão dos moradores quanto às ações da prefeitura.

5.7.1. Cidade como Destino Turístico

Saber se o morador considera a cidade em que reside como uma turística nos direciona se ele se importa com o turismo local. Com isso, podemos afirmar que os moradores de Mongaguá consideram a cidade como um destino turístico (83%) e uma pequena parcela não considera (17%), sendo assim os moradores enxergam o turismo na cidade mostrando que se importam com o mesmo.

Gráfico 16. Considera o município como uma cidade turística.

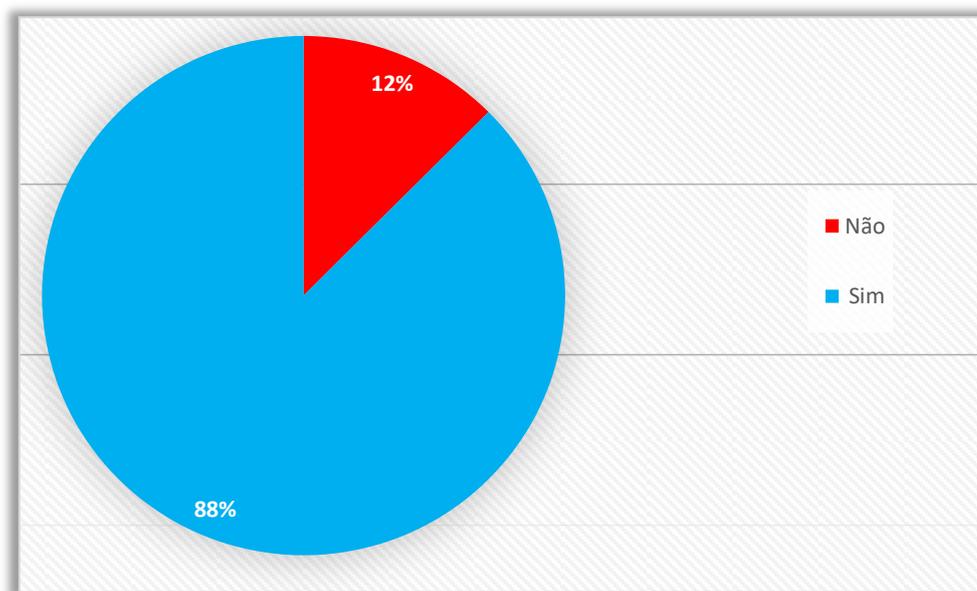


Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.7.2. Existem atrativos turísticos na cidade

Além de considerar a cidade um destino turístico, é importante saber se os moradores enxergam os atrativos existentes como turísticos. A grande maioria acredita que os atrativos da cidade são sim atrativos turísticos (88%).

Gráfico 17. Gráfico de setor para opinião sobre o atrativos na cidade.

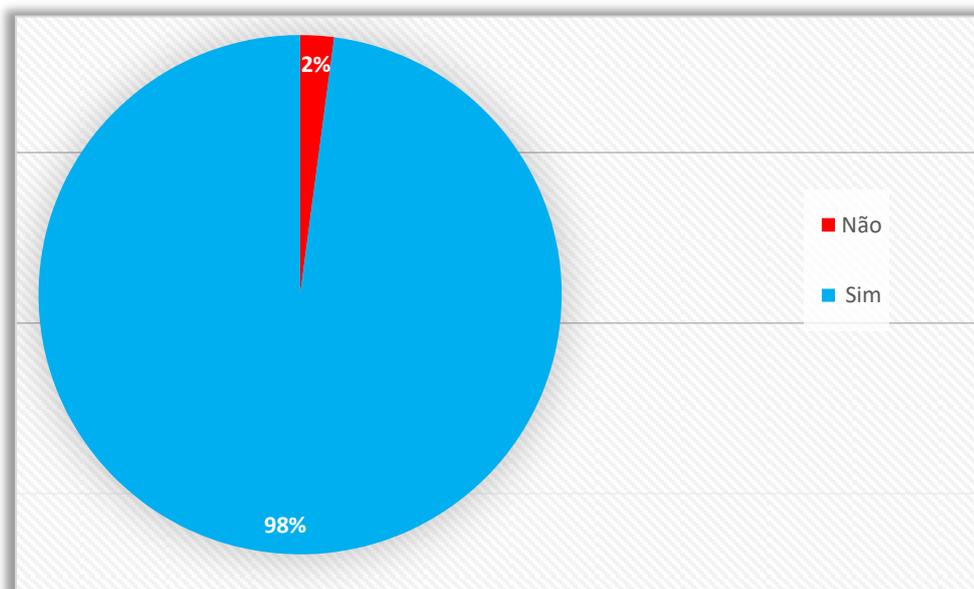


Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.7.3. Potencial Turístico Local

Saber se o morador acredita que o turismo local pode melhorar de alguma forma é importa para sabe se mesmo acredita no potencial turístico da cidade. Isso é necessário porque muitas vezes o morador pode se organizar de forma a contribuir com o turismo local. De acordo com os dados a grande maioria dos habitantes de Mongaguá (98%) acreditam que a cidade tem um potencial turístico e pode melhorar ainda mais o turismo local.

Gráfico 18. Gráfico de setor para opinião sobre o potencial turístico da cidade segundo os moradores.

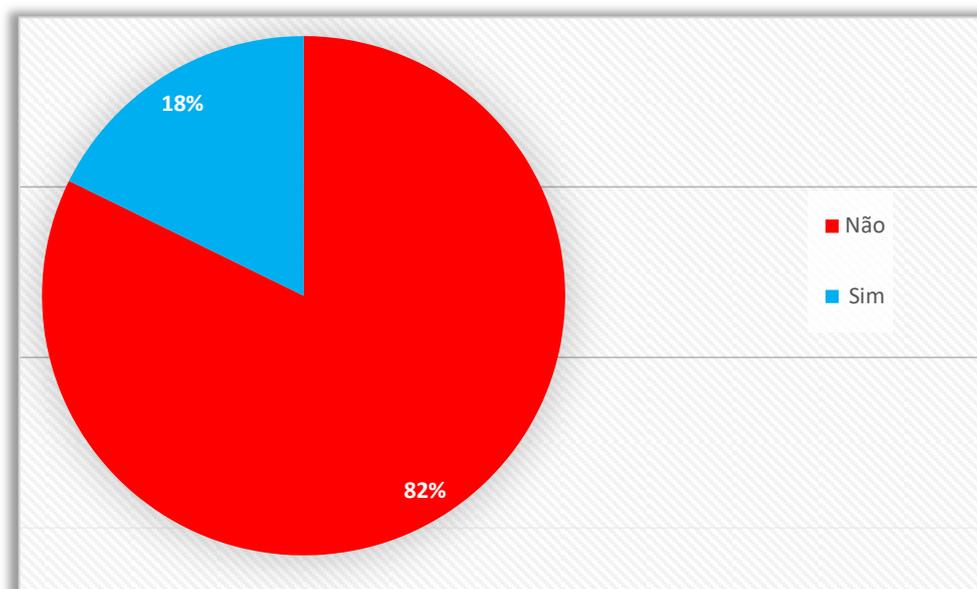


Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.7.4. Investimento do poder público

Saber se as ações do poder público sobre o turismo estão chegando à os moradores é importante para que, caso seja do interesse do mesmo, se planejar e acompanhar quão está o desenvolvimento nesta área. Quando perguntado se o poder público está investindo no turismo de Mongaguá a grande maioria disseram que não(82%).

Gráfico 19. Investimento do poder público

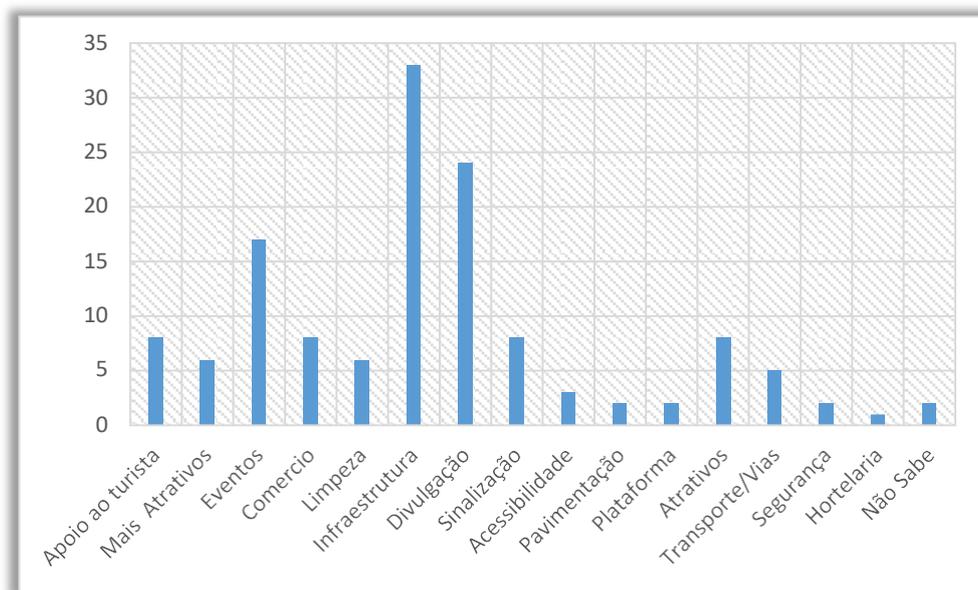


Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.7.5. Investimento Turístico

Foi perguntado ao morador onde o poder público deveria investir para melhorar o turismo local. Esta pergunta foi feita de forma aberta dando a chance de falar mais de um investimento. Foram observadas 16 opiniões sobre investimentos para o turismo, sendo que a grande maioria concorda que deve-se investir em infraestrutura (34,4%), investir em divulgação (25%), mais eventos na cidade (17,7%), nos atrativos existentes (8,3%), comercio local (8,3%) e apoio ao turismo (8,3%).

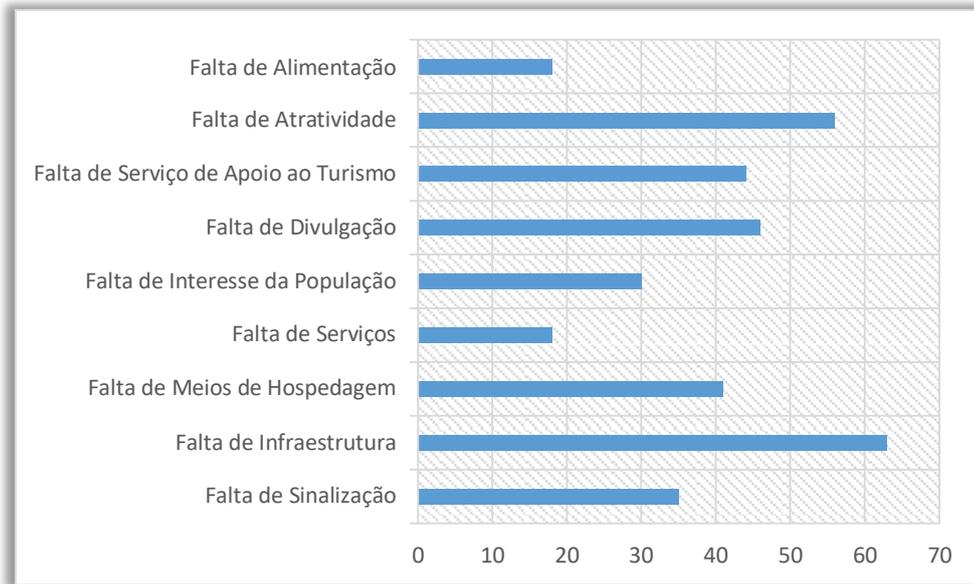
Gráfico 20. Gráfico de barras para opinião do morador sobre o investimento do poder público.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Ainda foi questionado quais são as principais dificuldades encontradas hoje no município de Mongaguá para o desenvolvimento turísticos. A maioria dos moradores acreditam que falta infraestrutura (66%), seguida de falta de atratividade (58%), falta de divulgação (48%), falta de serviço de apoio ao turismo (46%) e falta de meios de hospedagem (43%). Aqui podemos fortalecer a opinião sobre as dificuldade encontradas para o desenvolvimento do turismo em Mongaguá de acordo com a visão do morador.

Gráfico 21. Gráficos de barras para as principais dificuldades encontradas para o desenvolvimento turísticos segundo os moradores.

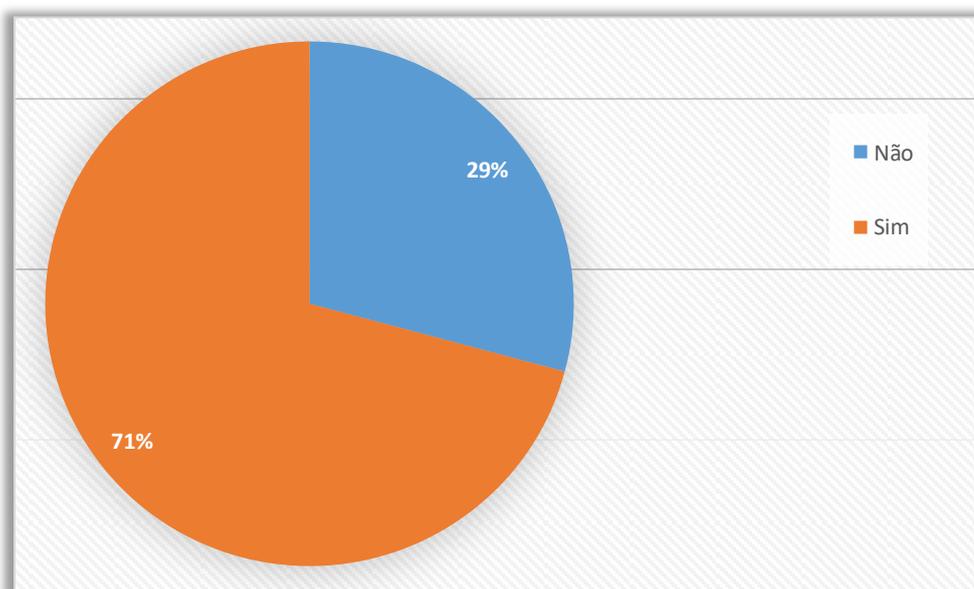


Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.7.6. Impactos negativos no desenvolvimento do turismo na cidade

Por melhor que seja o desenvolvimento sempre existirá algum ponto negativo, saber identificá-lo é um passo importante, para que assim se possa tomar as medidas necessárias para minimizá-lo. Quando perguntado aos moradores se existe algum impacto negativo no desenvolvimento turístico local, a maioria falou que sim (71%). Então, foi perguntado quais impactos negativos o turismo poderia trazer a cidade.

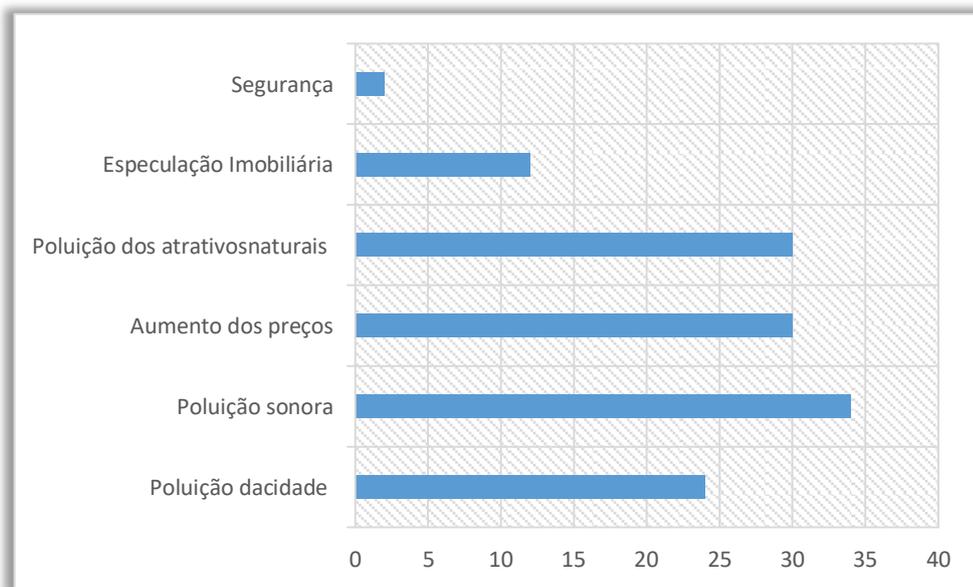
Gráfico 22. Gráfico de setor para opinião de existência de impacto negativo.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Dentre aqueles que responderam que existe algum impacto negativo no desenvolvimento do turismo local, a maioria apontou que os principais receios dos moradores é a poluição sonora (50%), seguida de poluição dos atrativos naturais (44%), aumento dos preços (44%) e a poluição da cidade (35%).

Gráfico 23. Gráfico de barras para os impactos negativos segundo os moradores



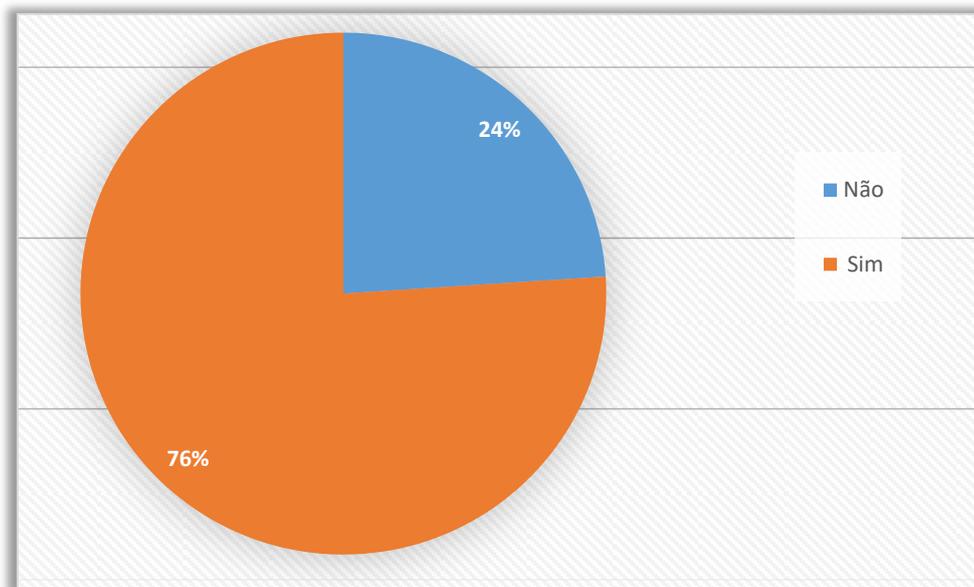
Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.7.7.

Impacto positivo no desenvolvimento do turismo.

Foi questionado se o morador enxerga possíveis pontos positivos no desenvolvimento do turismo local e a resposta foi positiva, a grande maioria dos moradores (76%) disseram que existe pontos positivos no desenvolvimento do turismo local.

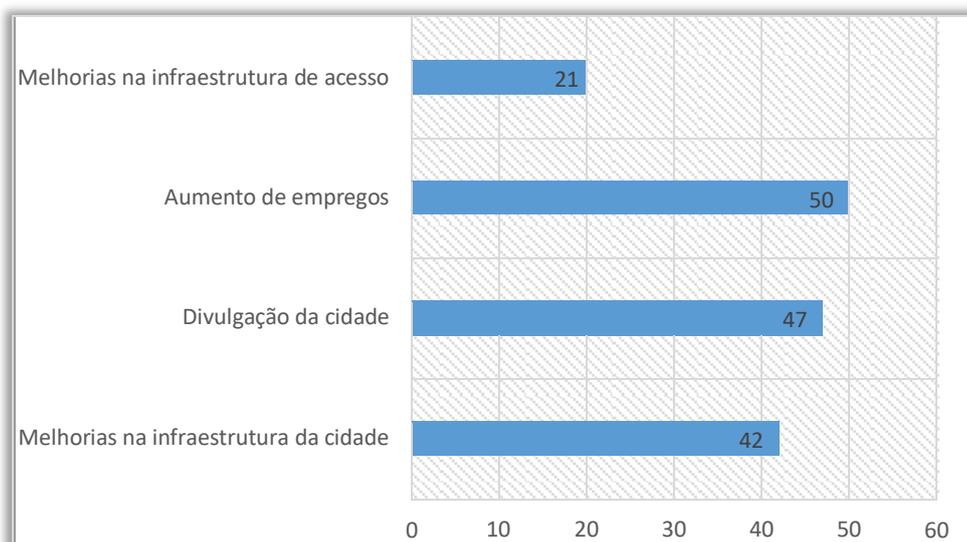
Gráfico 24. Gráfico de setor para opinião sobre impactos positivos na cidade.



Fonte: JK TURISMO, 2016

Dos impactos positivos que motivam os moradores para apoiar o desenvolvimento do turismo a maioria concorda que aumentará a oportunidade de emprego na cidade (68%), seguida de divulgação da cidade (64%) e que melhorará a infraestrutura da cidade (57,5%). Estes pontos são, portanto, os aspectos que o morador espera que melhore na cidade a partir do desenvolvimento do turismo local.

Gráfico 25. Gráfico de barras para os impactos positivos segundo os moradores.

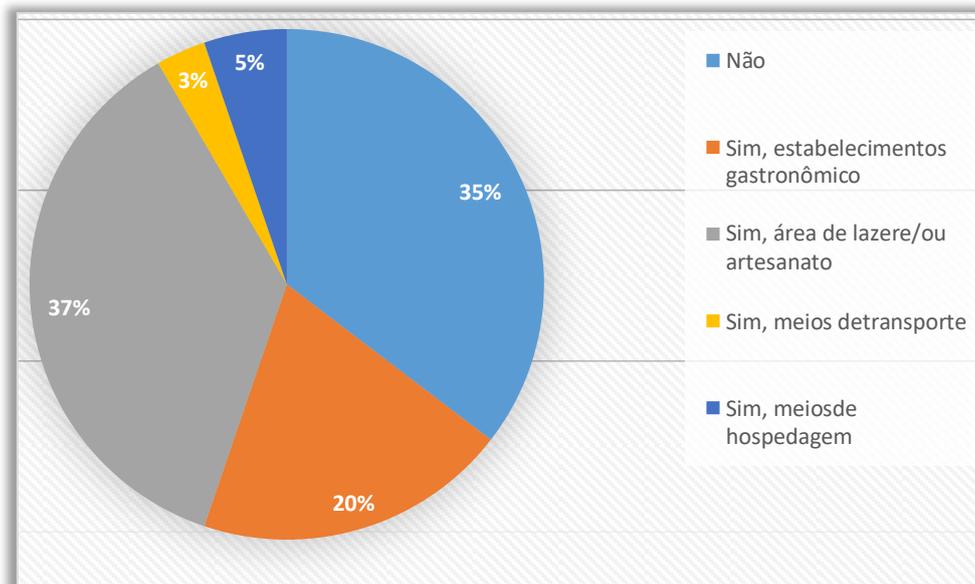


Fonte: JK TURISMO, 2016

5.7.8. Participação das atividades turísticas

Quando questionado se o morador já participou ou participa de alguma atividade turística na cidade, percebemos que uma parcela não atua diretamente com o turismo local (35%), dentre aqueles que participam ou participavam de alguma atividade, na maioria dos casos, responderam que faziam artesanatos ou lazer (37%), em estabelecimento gastronômico (20%), em hotelaria (5%) e meios de transporte (3%).

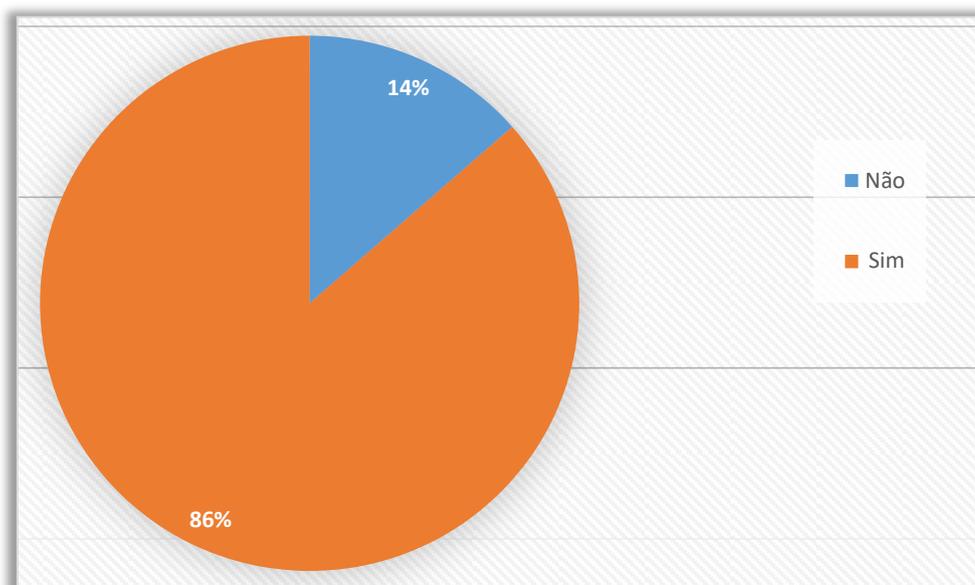
Gráfico 26. Participou de alguma atividade turística.



Fonte: JK Turismo, 2016.

Então foi questionado se gostaria de iniciar ou continuar participando de alguma atividade turística após um possível o aumento do turismo local e a maioria respondeu positivamente (86%), que gostaria de participar de alguma forma com o turismo local.

Gráfico 27. Gráfico de setor para iniciar em alguma atividade turística local.



Fonte: URBARTEC, 2016.

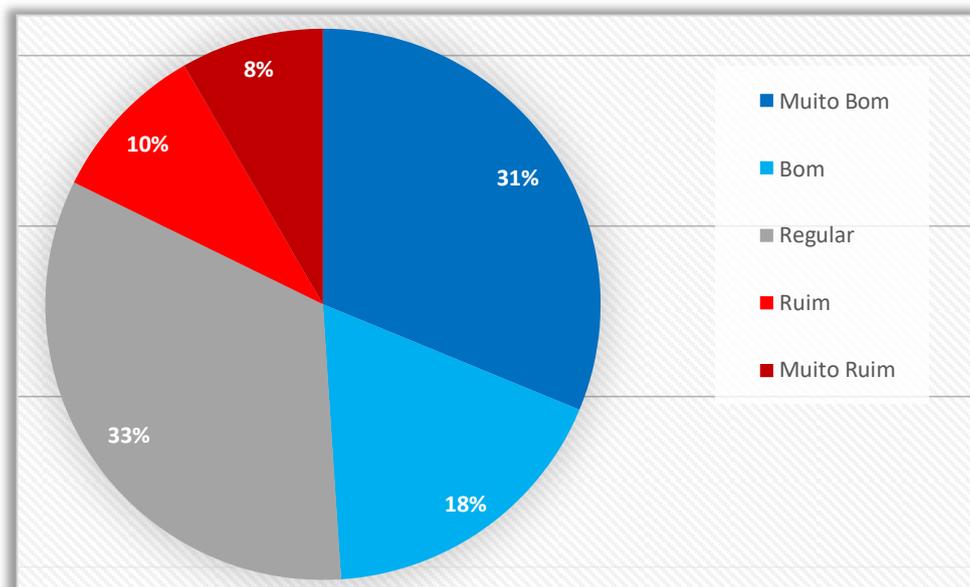
5.8. AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA

Os questionamentos sobre infraestrutura da cidade são nos aspectos referente a Limpeza urbana, Segurança Pública, Sinalização Turística, Serviço de Taxi, Telecomunicações/ Internet, Restaurante, Hospedagem, Atrativos Turísticos, Diversão Noturna, Informação Turística, Preços Praticados, Guia de Turismo e Passeios. Deveriam avaliar os aspectos acima em forma de matriz avaliativa, para cada aspecto dão uma Muito Ruim, Ruim, Regular, Bom e Muito.

5.8.1. Infraestrutura Básica

No aspecto limpeza pública 18% dos entrevistados disseram que a limpeza é boa, seguida de 31% que acha muito boa, portanto 49% dos entrevistado acham que a cidade é limpa, 33% acreditam que é regular e 18% acha que é ruim ou pior.

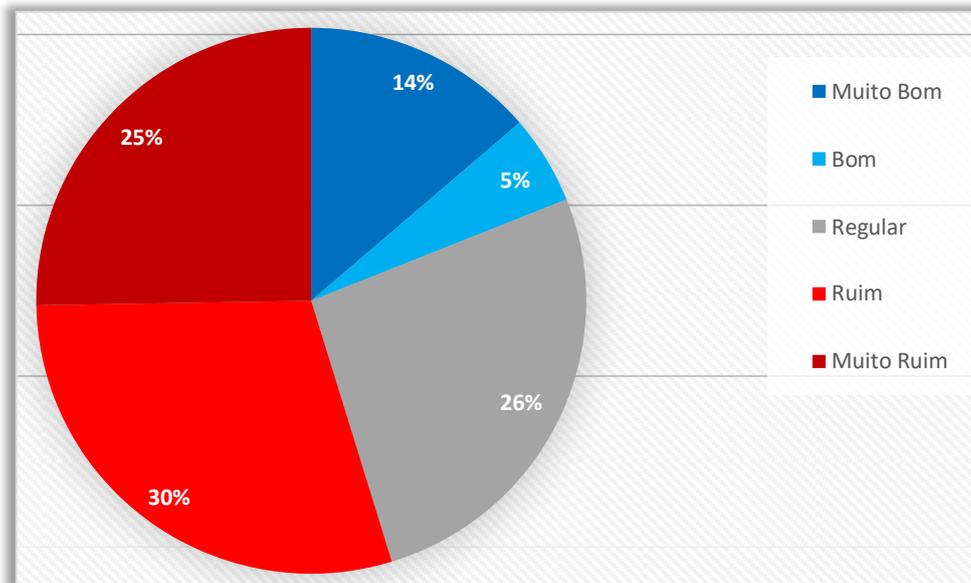
Gráfico 28. Gráfico de setor para o segmento limpeza urbana segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Sobre a segurança pública, 26% dos entrevistados responderam que é regular, 55% que está ruim ou pior, 19% acham que está boa ou muito boa.

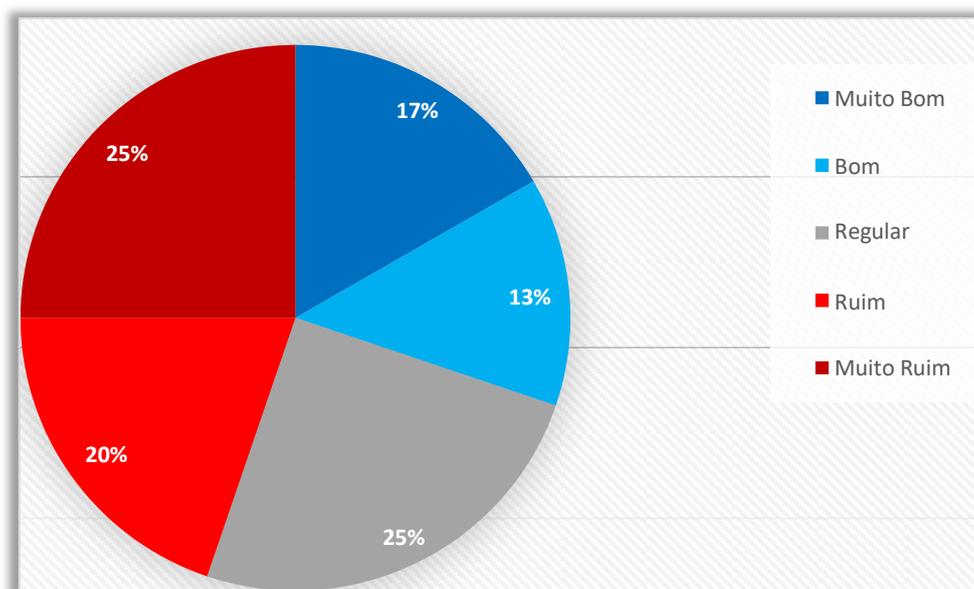
Gráfico 29. Gráfico de setor para a avaliação da segurança pública segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Sobre a rede de telecomunicações e internet 17% dos entrevistados disseram que é de muito boa qualidade, seguidos por 13% dos entrevistados consideraram a qualidade boa e 25% acham está regular. Ainda assim, 45% dos entrevistados disseram que a serviço de telecomunicações e internet está de má qualidade.

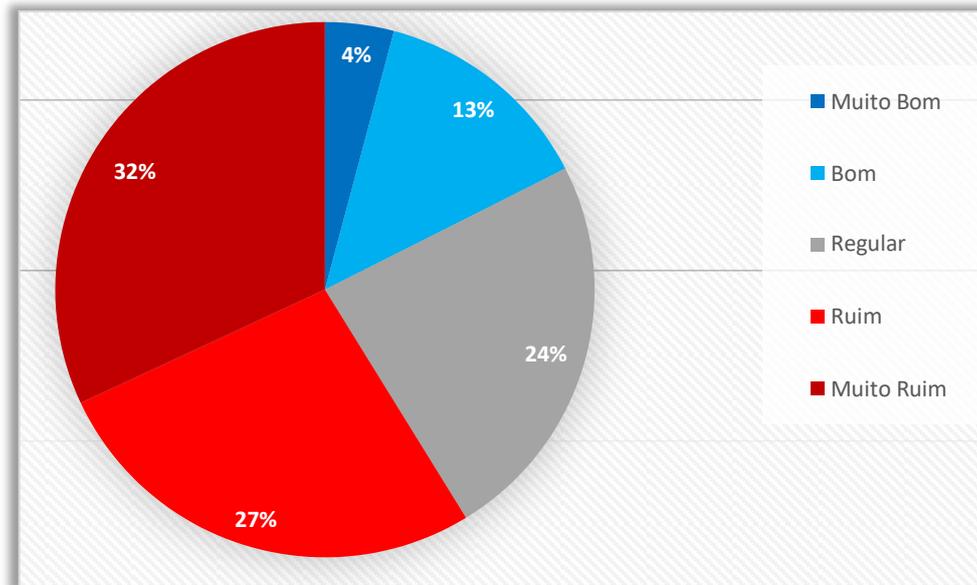
Gráfico 30. Gráfico de setor para a avaliação do serviço de telecomunicações segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Sobre os preços praticados pela cidade, 27% dos entrevistados responderam que o mesmo é ruim, 32% consideraram os preços muito ruim e 24% regular. Esse índice é de suma importância para o morador, pois acreditam o custo de vida em Mongaguá é alto. Uma parcela acredita que os preços da cidade estão bons ou muito bons(17%).

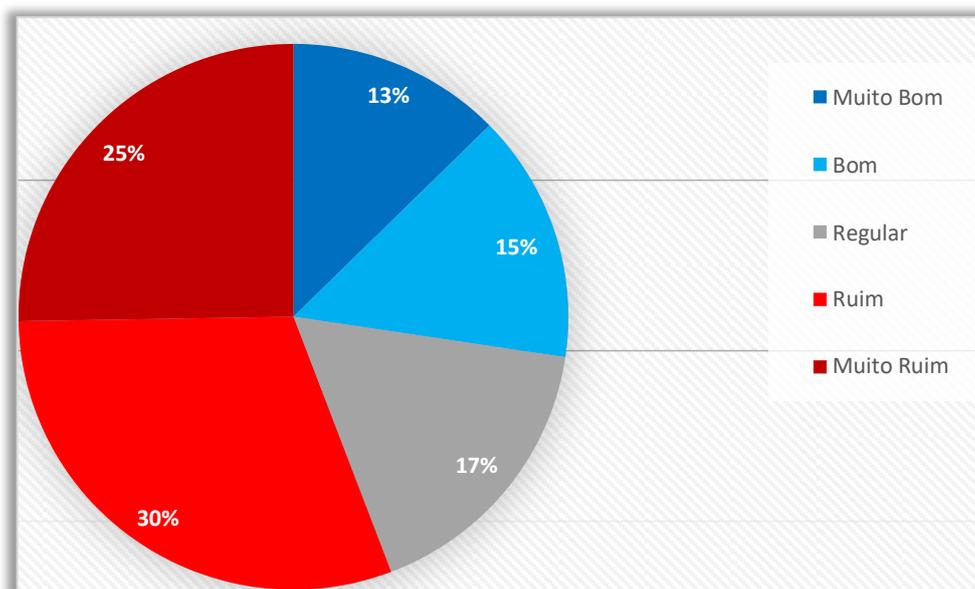
Gráfico 31. Gráfico de setor para a avaliação dos preços praticados segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Quando questionados sobre a sinalização turística 55% dos entrevistados disseram que é ruim ou muito ruim, e 17% acham que estão regulares. Isto significa que as sinalizações da cidade não estão com uma boa qualidade, não mostrando de forma adequada a localização de todos os atrativos da cidade. 28% dos entrevistados consideram muito boa ou boa.

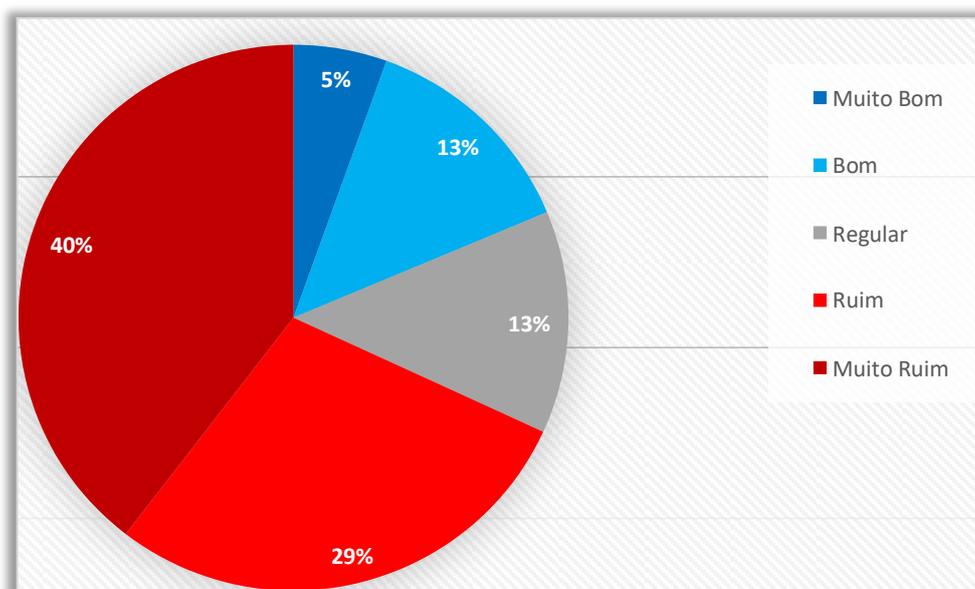
Gráfico 32. Gráfico de setor para a avaliação da Sinalização Turística segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Sobre o serviço de taxi oferecido na cidade a população se mostrou insastifeita, 69% o consideram ruim ou muito ruim, 13% acham que esta regular e 18% acreditam está com uma qualidade boa a muito boa. Ainda é preciso melhorar os serviços de taxi visando atender as necessidades dos moradores.

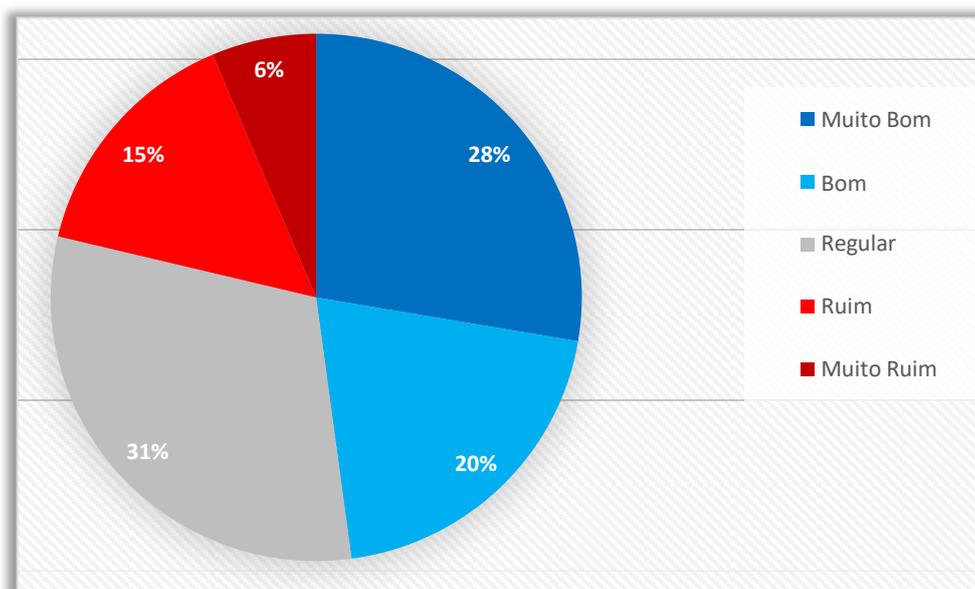
Gráfico 33. Gráfico de setor para a avaliação para os Serviço de Táxi segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Quando questionados sobre os restaurantes e alimentação da cidade de Mongaguá, 31% dos entrevistados classificaram como regular, 48% classificaram como bom ou muito bom e 21% classificaram como ruim ou muito ruim. Estes valores mostram que a população está dividida sobre os serviços de alimentação da cidade.

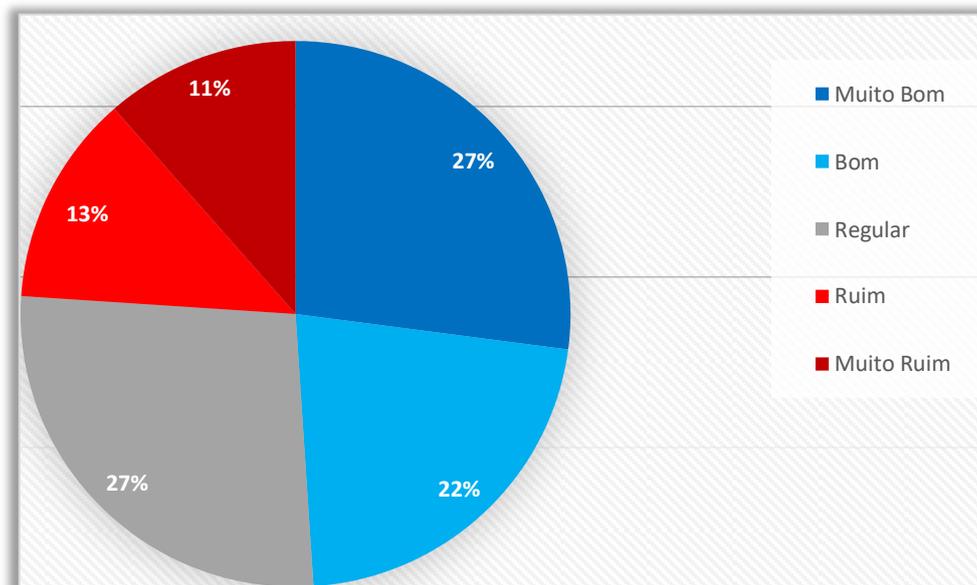
Gráfico 34. Gráfico de setor para a avaliação dos restaurantes e serviços de alimentação segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Quando questionado sobre os atrativos da cidade a maioria dos moradores acreditam que está bom ou muito bom (49%), outros acham que está regular (27%) e uma pequena parcela acha que está ruim ou muito ruim (24%).

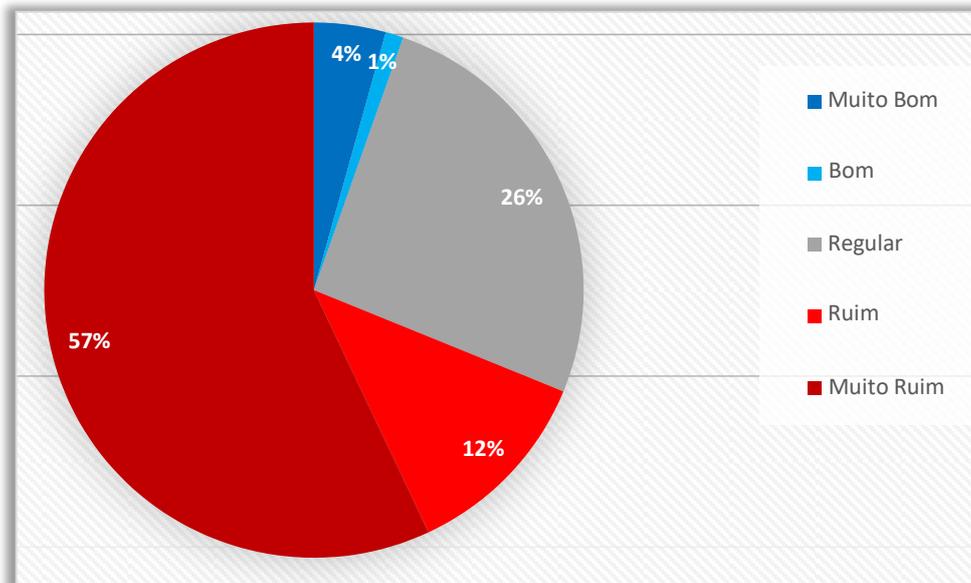
Gráfico 36. Gráfico de setor para a avaliação dos Atrativos Turísticos visitados segundo os moradores.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Quando questionados sobre a diversão noturna, 57% dos entrevistados acreditam que a qualidade é de péssima qualidade, isto significa que é necessário dar mais atenção para este quesito. Alguns moradores acreditam que a qualidade é regular (26%) e apenas 5% estão satisfeitos com a diversão proposta na cidade.

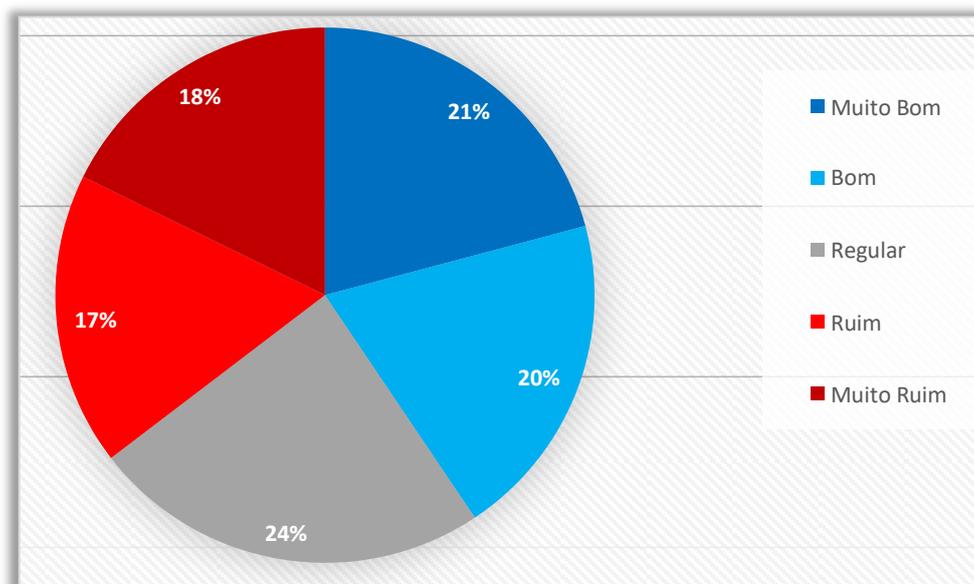
Gráfico 37. Gráfico de setor para a avaliação da diversão noturna segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

As informações turísticas são importantes para os visitantes conhecerem a cidade e conseguirem se programar para ir aos atrativos que a mesma disponibiliza. Segundo os moradores, neste aspecto, a cidade ainda deve melhorar, 35% acreditam que este serviço está ruim ou muito ruim, 24% que está com qualidade regular e 41% acham que de boa ou muito boa qualidade.

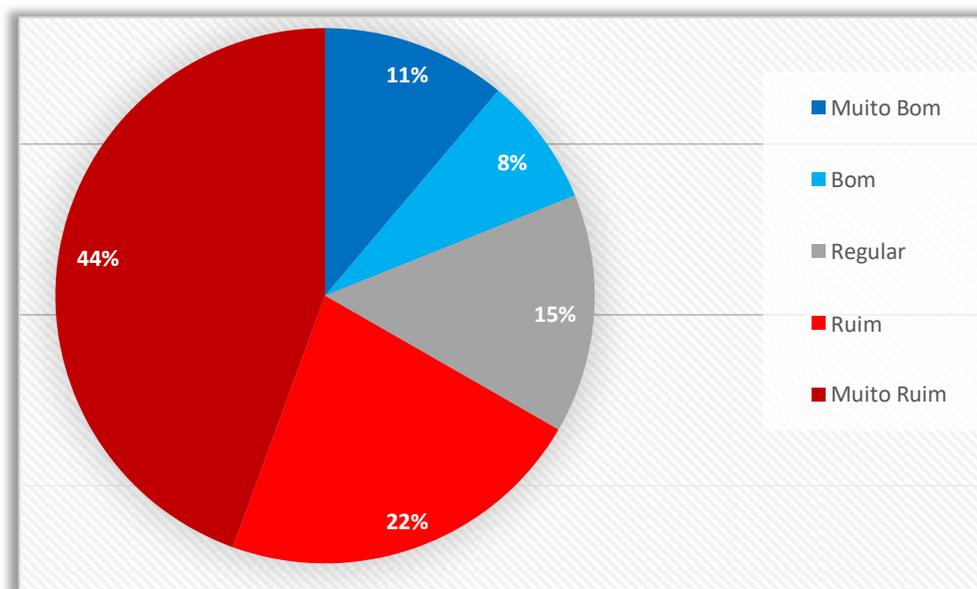
Gráfico 38. Gráfico de setor para a avaliação das informações turísticas segundo os entrevistados.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Assim como as informações turísticas, os Guias de Turismo são fundamentais para o desenvolvimento da atividade turística, eles acompanham o turista durante os passeios e ou city tour, são os principais indicadores de atrativos e conseguem motivar a visita nos atrativos. Alguns moradores não conhecem esse serviço na cidade cerca de 87,5% dos moradores que conseguiram opinar sobre esses aspectos. Destes, 44% acreditam que este serviço é muito ruim, 22% acha que está ruim, 15% acham que esta regular e 19% acreditam que está boa ou muito boa. Isto mostra que se deve investir neste aspecto, principalmente para o incentivo dos turistas potenciais a permanecer por mais tempo na cidade.

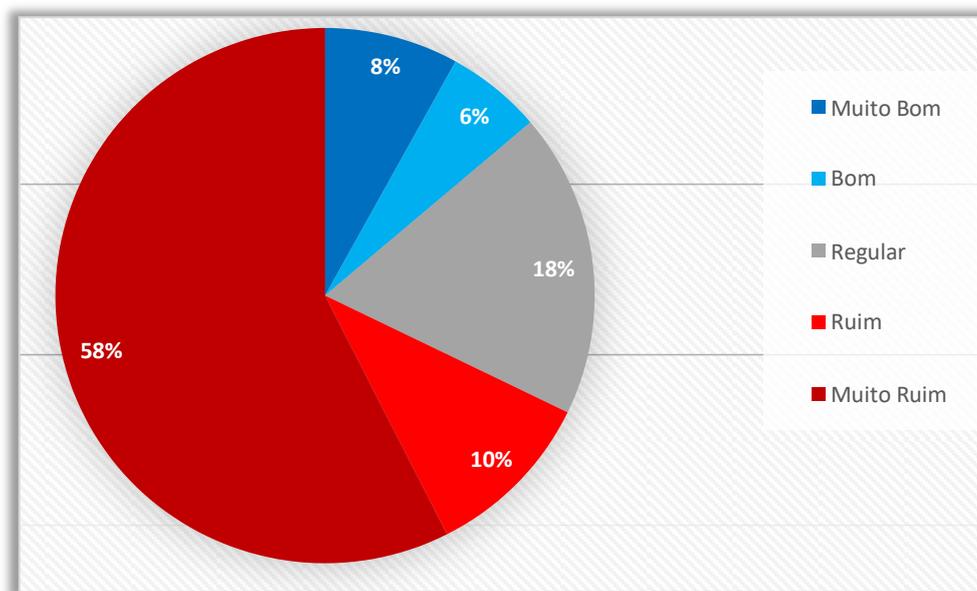
Gráfico 39. Gráfico de setor para a avaliação do guia de turismo segundo os moradores.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

Diretamente ligado ao serviço de Guia de Turismo estão os passeios e o city tour, eles ajudam o turismo a ter um panorama da cidade e conhecer os atrativos. Nesse aspecto, 90% conheceram este serviço. Destes, 58% acham que o serviço está muito ruim, 10% que está ruim, 18% acredita esta regular e 14% acha que esta de boa ou muito boa qualidade. Dessa forma, como no serviço de Guia de Turismo, existe um déficit no oferecimento do serviço de passeios e city tour.

Gráfico 40. Gráfico de setor para a avaliação do Passeios/ City Tour segundo os moradores.



Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.9. AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURAGERAL

Para uma visão geral das avaliações da cidade segundo a opinião do turista foi feita uma média das avaliações considerando as opiniões dadas para cada segmento avaliado, os valores para cada opinião

Tabela 1. Nota dada para cada opção de avaliação de infraestrutura

Opção	Nota
Muito bom	5
Bom	4
Regular	3
Ruim	2
Muito ruim	1

Fonte: JK TURISMO, 2016.

A média calculado foi feita multiplicando a pontuação i-ésima pontuação, , pela i-ésima frequência de resposta, ,dividido pela soma das



frequências. Isto será feito para todos os 12 segmentos avaliados de infraestrutura. A formula está descrita a baixo.

$$\Sigma \text{ ———}$$

com $i = 1, \dots, 5$ e $k = 1, \dots, 13$;

é a média do k-ésimo segmento avaliado;

é a pontuação dada cada opção de resposta;

é a frequência de resposta para a opção dada

Os resultados destas avaliações são importantes para verificar de forma geral os segmentos avaliados e verificar quais necessitam ser melhorados com mais urgência, segundo a avaliação dos moradores. Aqui as três maiores pontuações foram para limpeza urbana, seguido de restaurante/alimentação e atrativos turísticos. E os três piores segmentos avaliados da cidade foram a diversão noturna, passeio/city tour e serviço de taxi. Quando observado a pontuação total média, 2,655, podemos afirmar que os moradores não estão contentes com os serviços de infraestrutura de forma geral.

Tabela 2. Pontuação média de todos os segmentos avaliados pelos turistas e turistas potencial.

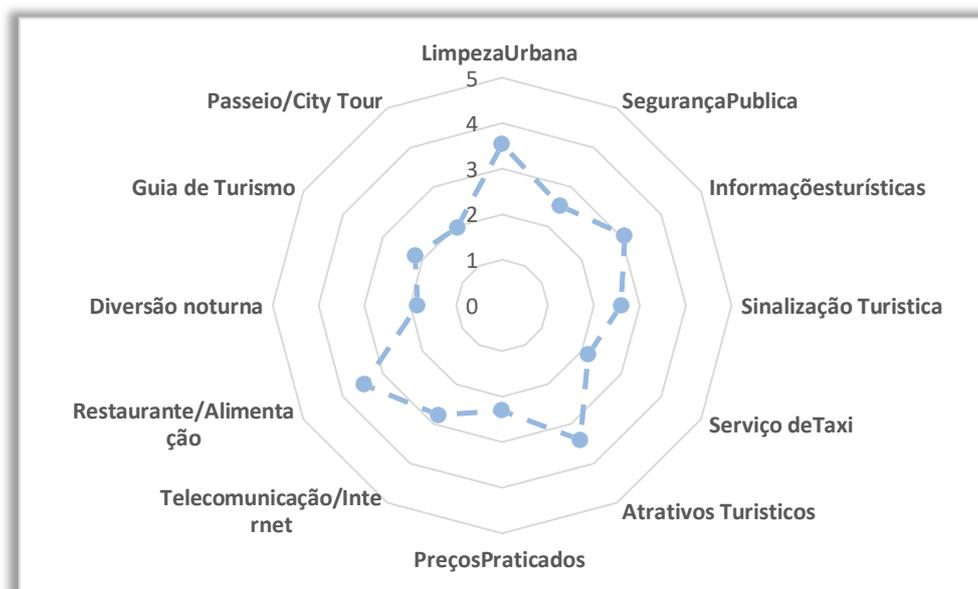
Matriz de Avaliação	
Serviço	Média
Limpeza Urbana	3,542
Segurança Pública	2,529
Informações Turísticas	3,083
Sinalização Turística	2,589
Táxi	2,165
Atrativos Turísticos	3,406
Preços Praticados	2,309

Telefone e Internet	2,771
Restaurante/Alimentação	3,479
Diversão Noturna	1,839
Guia Turístico	2,189
Passeio/City Tour	1,966
Pontuação Total Média	2,655

Fonte: JK TURISMO, 2016

Para uma avaliação gráfico foi feito um gráfico polar com as pontuações médias de todos os segmentos.

Gráfico 41. Gráfico polar das pontuações média de cada seguimento.

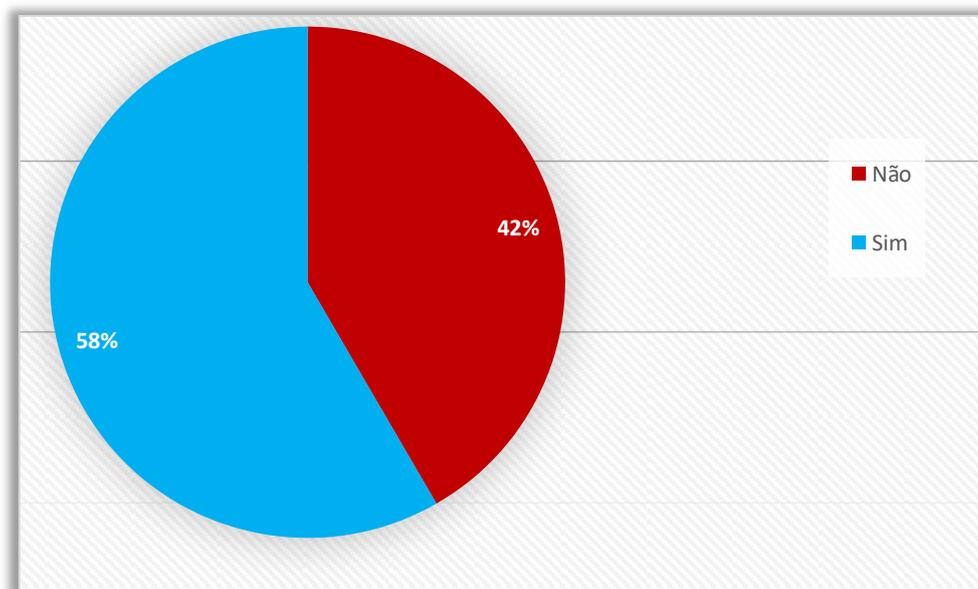


Fonte: JK TURISMO, 2016.

5.10. VISITA ACIDADE

Visando saber se além dos hotéis, pensões ou pousadas, os munícipes também recebem hóspedes em suas casas, foi perguntado se visitas se alojam em suas casas ao longo do ano. Segundo os moradores, 58% disseram que recebe algum amigo ou parente em sua residência.

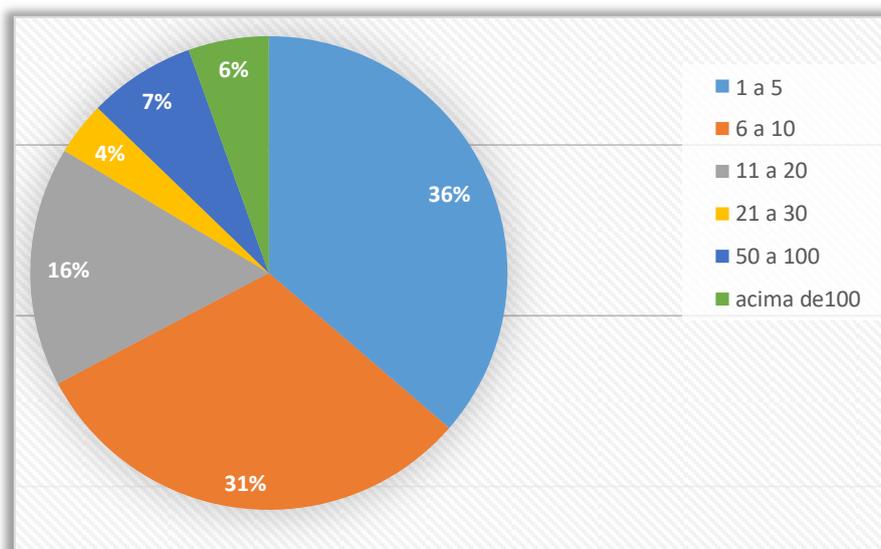
Gráfico 42. Gráfico de setor para visitas de parentes ou amigos.



Fonte: JK TURISMO, 2016

Dos moradores que responderam positivamente foi questionado qual o número de hóspedes que eles recebem durante o ano, a grande maioria recebe cerca de 1 a 5 hóspedes em sua casa (36%), seguido de 6 a 10 (31%) e 11 a 20 (16%) hóspedes no ano.

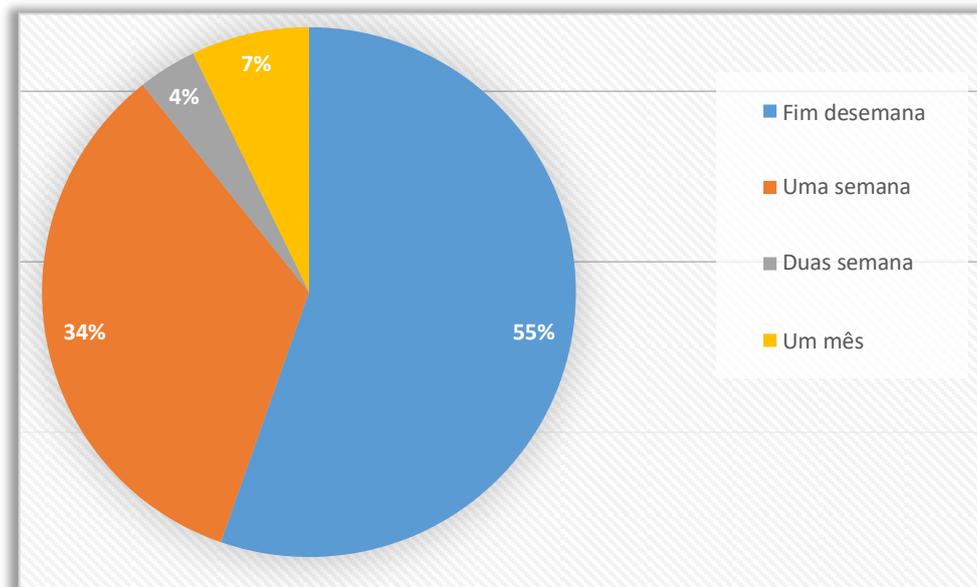
Gráfico 43. Gráfico de setor para quantidade de hóspedes que os moradores recebem durante o ano.



Fonte: JK TURISMO, 2016

Foi questionado o tempo de permanência que os hóspedes geralmente ficam na casa dos munícipes. A grande maioria respondeu que eles ficam um fim de semana (55%), seguido de uma semana (34%), duas semanas (4%) e um mês (7%).

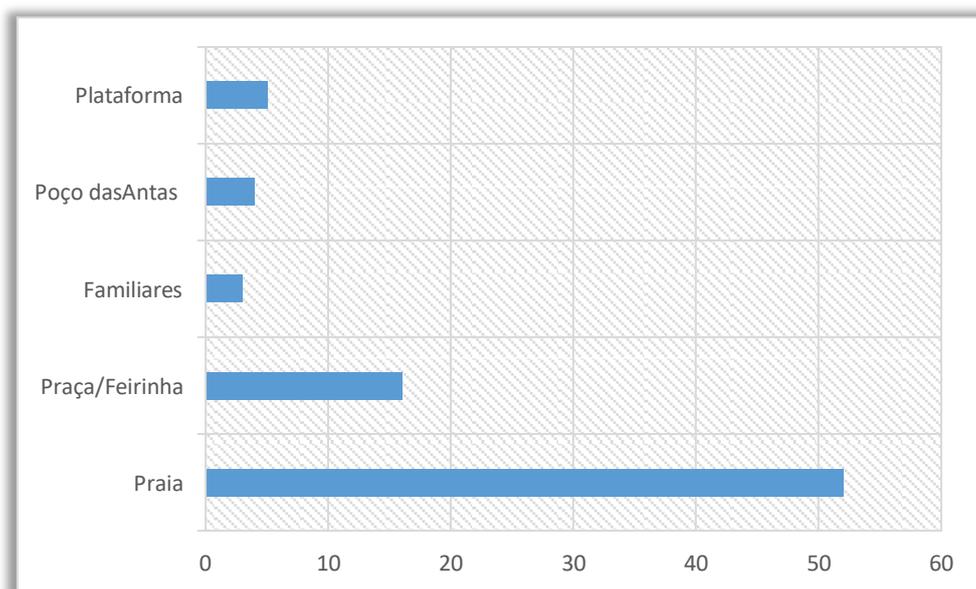
Gráfico 44. Gráfico de setor para o tempo que os hóspedes ficam na residência do morador.



Fonte: JK TURISMO, 2016

Em seguida foi feita a pergunta de quais são as atividades dos hóspedes quando estão na cidade, a grande parte dos moradores disseram que eles costumam ir à praia (93%), seguida na praça e feirinha (29%) e ir a plataforma (9%).

Gráfico 45. Gráfico de barras para atividades dos hospedes dos moradores da cidade.

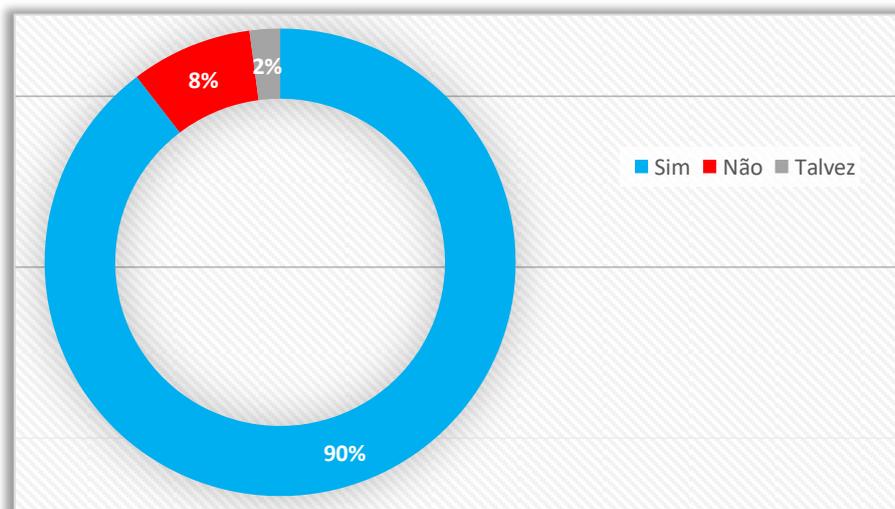


Fonte: JK TURISMO, 2016

5.11. INDICAÇÃO DACIDADE

Para finalizar a entrevista foi questionado sobre a indicação da cidade de Mongaguá, o resultado desse índice mostrou que a grande maioria indica a cidade a amigos e parentes (90%), seguida de moradores que ficaram com dúvidas se indicaria (2%) e habitantes que não indicaria (8%).

Gráfico 46. Gráfico de setor para a indicação da cidade de Mongaguá.



Fonte: JK TURISMO, 2016.



5.12. RESUMOEXECUTIVO

A Pesquisa de sensibilidade turística atingiu os objetivos esperados ao traçar o perfil do morador de Mongaguá, sua opinião em relação ao turismo local e como avalia a infraestrutura urbana e turística do município, além de identificar se os mesmos indicam a cidade para parentes e amigos.

Durante os três dias de aplicação do questionário de sensibilidade turística foram entrevistados 96 moradores de 16 bairros de Mongaguá, a maioria deles reside no Balneário Itaguaí, seguido pelo Centro da cidade. Identificou-se que mais da metade dos respondentes pertence ao gênero feminino, representando 54% do total.

Além disso, a identificação do perfil do morador também apontou que a maioria dos entrevistados são adultos com idade acima de 50 anos, seguidos pela faixa etária de 21 a 30 anos. Pouco mais da metade dos entrevistados é de solteiros, totalizando 51%, o percentual de casados foi de 42%.

Os dados mostraram que a maioria dos respondentes não é natural de Mongaguá e que ali residem a intervalos que variam entre 11 e 20 anos, para 38% dos entrevistados, e de 1 a 10 anos para 36% dos participantes. Dentre os 17% que nasceram na cidade, os índices registraram dois grandes grupos, os que ali vivem a um intervalo que varia de 21 a 40 anos e entre 11 e 20 anos, o primeiro registrando 44% e o segundo 37%.

Ao que tange a ocupação dos moradores, registrou-se que a maior parte dos respondentes se consideram profissionais autônomos, seguidos pela parcela de assalariados e de funcionários públicos. A média salarial dos entrevistados é de R\$ 1.530,83. Quanto ao grau de escolaridade, a maioria dos participantes possui ensino médio completo, seguido pelo grupo que não completou este nível de ensino, respectivamente 36,5% e 17,7%.

A pesquisa mostrou que a maioria dos entrevistados viaja para o município de São Paulo, outra parcela costuma viajar para o litoral ou para outros estados do país. Durante o tempo de viagem os moradores costumam



ficar hospedados na casa de amigos, parentes ou familiares Além disso, a grande maioria dos entrevistados utiliza veículos próprios em suas viagens.

Um dos objetivos que norteiam a realização da pesquisa de sensibilidade turística é a necessidade de identificar a visão dos moradores sobre o turismo na cidade, visto que este é um elemento essencial para o planejamento do turismo em Mongaguá.

Diante disso, foi identificado que 83% dos moradores entrevistados consideram Mongaguá um destino turístico e outros 88% acreditam que os atrativos locais são turísticos. Estes índices são de extrema importância para o desenho dos trabalhos futuros e mostram que a população reconhece a importância do turismo para a região.

Além disso, 98% dos entrevistados reconhecem o potencial turístico da cidade e, reforçando o que já foi citado no parágrafo anterior, estes resultados indicam que a população acredita no desenvolvimento turístico de Mongaguá e, além disso, que os moradores podem ser incluídos nas decisões e no acompanhamento do desenvolvimento turístico da região. Ainda assim, 82% dos respondentes apontam que o poder público municipal não investe no turismo da região.

Visto que os moradores reconhecem o potencial turístico do município e apontam que não há investimento do poder público municipal nesta área, foi perguntado onde os futuros investimentos deveriam se concentrar para mudar esta realidade. A grande maioria citou que a infraestrutura necessita de investimentos, seguida pela necessidade de investir na divulgação e na ampliação da quantidade de eventos. Poucos citaram o comércio local, os atrativos já existentes e o apoio ao turismo, visto que cada um destes fatores registrou 8,3%.

Diante disso, pode-se observar que os moradores respondentes possuem uma visão abrangente do turismo na cidade, visto que reconhecem seu potencial turístico e se preocuparam em citar a necessidade de realizar melhorias na infraestrutura, que resulta em benefícios para moradores e



turistas. Além disso, apontam que é preciso investir na divulgação da cidade, quesito que já indicado nos diagnósticos setoriais anteriormente realizados pela equipe.

Os respondentes também reconhecem a importância dos eventos realizados em Mongaguá e indicam que é preciso aumentar seu número, visto que contribuem diretamente com a economia local e auxiliam na promoção da cidade. Além disso, indicam que é preciso dar mais atenção ao comércio local, aos atrativos e, de modo geral, ampliar o apoio ao turismo. Todos os aspectos citados pelos moradores contribuem com o planejamento do turismo e serão considerados nos trabalhos futuros.

Quando questionados sobre as principais dificuldades para a promoção do turismo em Mongaguá, mais uma vez, a infraestrutura foi o item mais citado. A maioria dos respondentes acredita que a falta de infraestrutura é a principal barreira para o desenvolvimento deste setor, também apontaram a falta de atratividade, de divulgação, de serviços de apoio e de meios de hospedagem.

Foi registrada a preocupação dos residentes em relação a um possível aumento da poluição da cidade, sobretudo a sonora e dos atrativos naturais, assim como um possível aumento dos preços praticados no município em decorrência do desenvolvimento do turismo local. Diante desses resultados, é preciso que haja diálogo entre a Prefeitura Municipal de Mongaguá e a população para esclarecer tais receios e buscar a construção de soluções coletivas para os impactos negativos da atividade turística.

Ainda assim, 76% dos entrevistados apontaram que o desenvolvimento do turismo em Mongaguá pode ter resultados positivos, dentre eles o mais citado foi o aumento das oportunidades de emprego, seguido pela ampliação da divulgação da cidade e melhorias na infraestrutura. Ou seja, estes são os principais avanços esperados pela população respondente e, mais uma vez, é preciso que haja diálogo entre as partes envolvidas para todas possam contribuir com tal desenvolvimento.



Quando questionados sobre a participação em atividades relacionadas ao turismo, a maioria dos entrevistados respondeu que atua ou já atuou no setor, em sua maioria, produzindo artesanato, envolvidos com as atividades de lazer ou em estabelecimentos gastronômicos. Ainda assim, 35% não participa das ações do turismo.

Considerando que a maioria dos moradores respondentes são profissionais autônomos e que boa parte deles estão ou já estiveram envolvidos com as atividades turísticas, pode-se correlacionar a importância da promoção do turismo com a obtenção de renda para uma parcela significativa da população local. Soma-se a isso o fato de que, 86% dos participantes gostariam de se inserir ou continuar atuando neste setor após a ampliação do desenvolvimento do turismo no município.

Os moradores, quando questionados sobre a infraestrutura urbana e turística especificaram alguns pontos que necessitam de atenção por parte do poder público municipal, como a segurança pública. Somente 19% dos respondentes classificaram este serviço como bom, a maioria o considera entre regular e ruim.

Para que o desenvolvimento do turismo seja completo e traga benefícios reais para a localidade e seus habitantes é preciso que a segurança pública seja melhorada, visto que influencia diretamente no cotidiano dos moradores e na publicidade da cidade. Outro aspecto citado pelos entrevistados e que necessita de mais atenção é a sinalização turística.

Este quesito já foi apontado nos diagnósticos de infraestrutura e comunicação integrada e, nesse momento, é confirmado pelos moradores, visto que 55% a classificam como ruim ou muito ruim e outros 17% como regular. Uma sinalização de qualidade é importante para o desenvolvimento do turismo, sobretudo porque contribui com a atratividade e a publicidade local, auxilia no deslocamento do turista e na visitação dos atrativos.

Embora os turistas que participaram da pesquisa de demanda turística tenham apontado que o preço praticado na cidade é justo ou regular, os



moradores não compartilham dessa opinião. Um total de 27% dos respondentes o classificam como ruim, 32% como muito ruim, apenas 35% consideram regular. Este quesito precisa ser discutido com a população, visto que um dos aspectos negativos do desenvolvimento do turismo apontado pelos munícipes é o aumento dos preços. O serviço de taxi também não está favorável para a maioria dos entrevistados.

Ao que tange a limpeza pública, a maioria dos entrevistados aponta que é boa ou muito boa. Sobre os serviços de telecomunicação e internet, 45% o consideram ruim e outros 25% regular. Isso mostra que, embora a demanda seja atendida, estes quesitos necessitam de melhorias.

Quando questionados sobre os restaurantes e demais locais destinados à alimentação disponíveis na cidade, os moradores indicam que são bons ou muito bons, seguido por aqueles que os classificam como regulares. Isso mostra que a variedade gastronômica e o serviço prestado são favoráveis e atendem a atual demanda. O mesmo pode ser dito sobre os serviços de hospedagem, classificados pela maioria dos respondentes como bons ou muito bons.

Sobre os atrativos turísticos, a maioria dos entrevistados os consideram bons ou muito bons, entretanto, para 27% eles são regulares e outros 24% os classificam como ruins muito ruins. Isso mostra que, embora haja atratividade e potencial turístico, os atrativos ainda não atendem às expectativas dos moradores.

Ao que tange as informações turísticas disponibilizadas aos turistas, 41% dos munícipes respondentes as consideram boas, entretanto, outros 35% acreditam que são ruins e 24% regulares. Um percentual negativo também foi registrado para o quesito “diversão noturna”, 57% dos entrevistados a consideram de péssima qualidade. Este serviço é complementar ao turismo da região e pode contribuir com a permanência do turista na cidade.

Os serviços de guia de turismo de *city tour* não são conhecidos por todos os participantes. Para o primeiro, somente 87,5% puderam opinar e,



dentre eles, 44% o classificam como ruim. Em relação ao segundo, 90% conhecem o serviço, 58% o avaliam como ruim. É preciso investir nestes serviços para promover a disseminação da cultura local entre munícipes e turistas, indicar os atrativos da cidade e incentivar os turistas em potencial a permanecer.

Quanto à recepção de amigos e familiares, os dados mostram que 58% dos moradores que participaram da pesquisa costumam receber visitantes em suas casas e que, para a maioria deles, o número varia entre 1 e 5 hóspedes ao ano. Além disso, os munícipes disseram que seus hóspedes permanecem em Mongaguá por um final de semana (55% dos entrevistados).

A maioria dos entrevistados disseram que seus hóspedes costumam visitar a praia, registrando um total de 93% dos respondentes, ou frequentar a praças e feirinha da cidade, para 29%. Isso mostra que é preciso realizar ações de divulgação dos demais atrativos para promover sua visitação.

Por fim, foi questionado se os moradores respondentes indicariam a cidade para parentes e amigos visando uma visita futura. A maioria, 90%, respondeu que sim, indicam Mongaguá.



6. POTENCIALIDADE TURÍSTICA

A atividade turística modificou – se durante os anos, com isso, o modelo organizacional do turismo evoluiu modificando alguns elementos relacionados ao tipo de atratividade e a segmentação turística que auxiliam na identificação da motivação do turista e também ajudam a organizar a oferta de atrativos.

Sendo assim, qualquer país, região ou município pode desenvolver o turismo, pois possuem recursos ou atividades que são propensas a atratividade turística.

Contudo, alguns recursos apresentam uma forte atratividade conseguindo atrair visitantes individualmente, dando origem a corrente turística que precisam do desenvolvimento de atividades para atender as suas necessidades. Porém, existem os recursos que fortalecem atrações já existentes e possuem uma baixa atratividade, pois dependem da visita em outros recursos para conseguir visitantes, geralmente esses recursos integram um roteiro ou são indicados para visita.

A potencialidade para o desenvolvimento da atividade turística de uma localidade é pautada nos recursos turísticos que a mesma dispõe, mas o seu desenvolvimento baseia-se na capacidade de valorizar os recursos e na criação de novos fatores de atração. Sobre a potencialidade turística Araújo (2010), afirma que,

Um conjunto de características próprias dos lugares, territórios e regiões que, estão disponíveis e podem transformar-se em produto turístico e, posteriormente, em atrativo à demanda turística. Porém, antes de avaliado como potencial, o espaço deve passar pelo contraposto dos obstáculos que limitam o acesso do turista a ele.

Dessa maneira, a atratividade de uma localidade está relacionada aos recursos turísticos existentes, sendo assim cada recurso apresenta um potencial diferente por isso à necessidade de avaliar esse potencial.

O processo de avaliação do potencial permite identificar o grau de importância de um recurso turístico em relação ao outro, ou a importância que assume na tomada de decisão do visitante ao escolher o destino. (CUNHA, Licídio)



Além disso, essa avaliação deve auxiliar o desenvolvimento sustentável da localidade, pois é necessário identificar os impactos que serão gerados e garantir que os recursos turísticos sejam utilizados de maneira consciente a fim de minimizar os impactos, dessa maneira a avaliação do potencial ajuda a gerir os produtos e destinos com eficácia e determina se o potencial turístico pode ou não aumentar os impactos causados pela atividade turística.

Avaliar o potencial turístico é essencial para o planejamento turístico, a partir dessa avaliação ordenam-se as ações para o desenvolvimento da atividade turística focada no que o município dispõe ou se o mesmo não possui interesses referentes à atividade.

6.1. Metodologia

As metodologias para avaliação do potencial turístico têm como objetivo fundamentar as ações de desenvolvimento turístico de uma localidade.

Todavia a variedade de atrativos turísticos e suas diferentes segmentações turísticas, não é eficaz utilizar um único método para avaliação do potencial que permita incluir realidades diferentes como, praias, serras, atrativos de aventura, indústrias, atrativos históricos, entre outros. (CUNHA, Licídio)

Deste modo a avaliação do potencial turístico consiste num conjunto de técnicas que partem da hipótese de que, considerando a presença de determinados componentes e atribuindo um valor a cada uma delas, se pode chegar à avaliação da qualidade turística de um recurso ou de uma zona (Cunha apud Cerro, 1993).

A primeira etapa da avaliação do potencial turístico é a inventariação a fim de identificar os atrativos que serão avaliados. Assim, o inventário da oferta turística já foi realizado no município de Mongaguá e servirá como base para esse estudo.

Apesar das diferentes metodologias para avaliar o potencial turismo, nesse estudo utilizaremos uma matriz de avaliação do potencial que é baseada em todas as metodologias, elaborada pelo Doutor Marcelo Vilela de Almeida.



Os métodos de análise de atratividade e hierarquização de destinos turísticos focam-se no potencial de atratividade de destinos turísticos de maneira comparativa, utilizando os atrativos como elementos principais para chegar ao nível de atratividade dos destinos. Em geral, são métodos bastante complexos, pois precisam analisar o destino sob uma ótica específica, com determinantes consistentes e bem elaborados, a fim de alcançar um resultado que dê bases à comparação entre destinos (ALMEIDA apud FAGLIARI e ALMEIDA, 2004,p.32-33).

No entanto, a metodologia de Almeida, defende que é necessário relativizar a importância da atratividade, dividindo-a entre os atrativos e outros fatores relacionados com a atividade turística.

A matriz de avaliação do potencial turístico é composta por quatro níveis hierárquicos inter-relacionados, correspondentes aos seguintes aspectos: (ALMEIDA, 2006).

- Dimensão: diz respeito aos grandes temas sob os quais estão agrupados os aspectos que devem ser observados nas localidades turísticas, compreendendo:
- Atrativos turísticos: “[...] todo o lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los” (EMPRESA BRASILEIRA DE TURISMO, 1984,p.8);
- Equipamentos e serviços turísticos: “[...] conjunto de edificações, de instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. Compreendem os meios de hospedagem, serviços de alimentação, de entretenimento, de agenciamento, de informação e outros serviços” (EMPRESA BRASILEIRA DE TURISMO, 1984,p.8);
- Infraestrutura de apoio turístico: “[...] conjunto de obras e instalações de estrutura física de base, que criam condições para o desenvolvimento de uma unidade turística, tais como: sistema de transportes, de comunicações, serviços urbanos (água, luz, esgoto, limpeza pública) etc.” (EMPRESA BRASILEIRA DE TURISMO, 1984,p.8);



- Normativo-institucional: conjunto de estruturas e organizações oficiais e não governamentais responsáveis pelo planejamento e pela gestão pública e compartilhada do turismo na localidade e dos instrumentos facilitadores destes processos, incluindo a gestão mercadológica da localidade como produtoturístico;
- Planejamento turístico participativo: corresponde à análise dos níveis de envolvimento e aceitação da comunidade local nos processos de planejamento e/ou desenvolvimento turístico da localidade; outros fatores pertinentes aos processos de planejamento e/ou desenvolvimento turístico da localidade, como a proximidade dos núcleos emissores de demanda, a disponibilidade de áreas para possível expansão futura dos atrativos e/ou equipamentos turísticos e a disponibilidade de mão-de-obra para atendimento aoturista;
- Categorias de análise: detalhamento dos aspectos que devem ser observados, organizados, cada um, também em níveis, de acordo com as características mais pertinentes ao processo, conforme apresentado na matriz a seguir;
- Indicadores: são os desdobramentos das categorias de análise, conforme apresentado na matriz a seguir;
- Critérios de análise: são os parâmetros para avaliação, que possibilitam a respectiva atribuição de pontos (ALMEIDA,2006).

A cada um dos critérios foram atribuídos pontos em uma escala decrescente de 5 a 1, com exceção do indicador “existência e gestão de fundo municipal de turismo”(categoria de análise “estrutura da dimensão normativo-institucional”) e de todos os indicadores da categoria de análise “instrumentos de planejamento e gestão pública e compartilhada do turismo”⁶⁴, de forma que parte-se do aspecto que, se contemplado no atrativo, equipamento, serviço ou



na destinação como um todo, indica maior resultado que os indicados na sequência de cada critério de análise.



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Atrativos Turísticos	Histórico Culturais (e seus respectivos tipos e subtipos)	Hierarquia dos Atrativos	Atrativo com características excepcionais e de grande significado para o mercado turístico internacional, capaz por si só de motivar uma importante corrente (atual ou potencial)	5
			Atrativo excepcional capaz de motivar uma corrente (atual ou potencial) de visitantes nacionais ou estrangeiros, seja por si só ou em conjunto com outros atrativos contíguos	4
			Atrativo com alguma característica chamativa, capaz de interessar a visitantes provenientes de longa distância que tivessem chegado a esta zona por outras motivações turísticas	3
			Atrativo interessante, capaz de motivar correntes turísticas regionais ou locais	2
			Atrativo sem méritos suficientes para ser considerado nas hierarquias anteriores, mas que representa um papel complementar, diversificando e potencializando os demais recursos	1



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Atrativos Turísticos	Naturais (e seus respectivos tipos e subtipos)	Hierarquia dos Atrativos	Atrativo com características excepcionais e de grande significado para o mercado turístico internacional, capaz por si só de motivar uma corrente (atual ou potencial)	5
			Atrativo excepcional capaz de motivar uma corrente (atual ou potencial) de visitantes nacionais ou estrangeiros, seja por si só ou em conjunto com outros atrativos contíguos	4
			Atrativo com alguma característica chamativa, capaz de interessar a visitantes provenientes de longa distância que tivessem chegado a esta zona por outras motivações turísticas	3
			Atrativo interessante, capaz de motivar correntes turísticas regionais ou locais	2
			Atrativo sem méritos suficientes para ser considerado nas hierarquias anteriores, mas que representa um papel complementar, diversificando e potencializando os demais recursos	1



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Atrativos Turísticos	Manifestações e usos tradicionais e populares (e seus respectivos tipos e subtipos)	Hierarquia dos Atrativos	Atrativo com características excepcionais e de grande significado para o mercado turístico internacional, capaz por si só de motivar uma importante corrente (atual ou potencial)	5
			Atrativo excepcional capaz de motivar uma corrente (atual ou potencial) de visitantes nacionais ou estrangeiros, seja por si só ou em conjunto com outros atrativos contíguos	4
			Atrativo com alguma característica chamativa, capaz de interessar a visitantes provenientes de longa distância que tivessem chegado a esta zona por outras motivações turísticas	3
			Atrativo interessante, capaz de motivar correntes turísticas regionais ou locais	2
			Atrativo sem méritos suficientes para ser considerado nas hierarquias anteriores, mas que representa um papel complementar, diversificando e potencializando os demais recursos	1



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Atrativos Turísticos	Realizações técnicas e científicas contemporâneas (e seus respectivos tipos e subtipos)	Hierarquia dos Atrativos	Atrativo com características excepcionais e de grande significado para o mercado turístico internacional, capaz por si só de motivar uma importante corrente (atual ou potencial)	5
			Atrativo excepcional capaz de motivar uma corrente (atual ou potencial) de visitantes nacionais ou estrangeiros, seja por si só ou em conjunto com outros atrativos contíguos	4
			Atrativo com alguma característica chamativa, capaz de interessar a visitantes provenientes de longa distância que tivessem chegado a esta zona por outras motivações turísticas	3
			Atrativo interessante, capaz de motivar correntes turísticas regionais ou locais	2
			Atrativo sem méritos suficientes para ser considerado nas hierarquias anteriores, mas que representa um papel complementar, diversificando e potencializando os demais recursos	1



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Atrativos Turísticos	Acontecimentos programados (e seus respectivos tipos e subtipos)	Hierarquia dos Atrativos	Atrativo com características excepcionais e de grande significado para o mercado turístico internacional, capaz por si só de motivar uma importante corrente (atual ou potencial)	5
			Atrativo excepcional capaz de motivar uma corrente (atual ou potencial) de visitantes nacionais ou estrangeiros, seja por si só ou em conjunto com outros atrativos contíguos	4
			Atrativo com alguma característica chamativa, capaz de interessar a visitantes provenientes de longa distância que tivessem chegado a esta zona por outras motivações turísticas	3
			Atrativo interessante, capaz de motivar correntes turísticas regionais ou locais	2
			Atrativo sem méritos suficientes para ser considerado nas hierarquias anteriores, mas que representa um papel complementar, diversificando e potencializando os demais recursos	1



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Equipamentos e Serviços Turísticos	Meios de Hospedagem	Estrutura dos Equipamentos	Equipamento com capacidade altamente favorável em número de unidades habitacionais, instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	5
			Equipamento com capacidade favorável em número de unidades habitacionais, instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	4
			Equipamento com capacidade restrita em número de unidades habitacionais, instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	3
			Equipamento com capacidade precária em número de unidades habitacionais, instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	2
			Equipamento com capacidade precária em número de unidades habitacionais, instalações e serviços sem condições para atender satisfatoriamente turistas em grupos	1
		Qualidade dos Equipamentos e Serviços	Equipamento com qualidade altamente satisfatória para atender turistas, individualmente ou em grupos	5
			Equipamento com qualidade satisfatória para atender turistas, individualmente ou em grupos	4
			Equipamento em condições mínimas para atender turistas, individualmente ou em grupos	3
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas em grupos	2
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas individualmente	1



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Equipamentos e Serviços Turísticos	Alimentação	Estrutura dos Equipamentos	Equipamento com capacidade altamente favorável quanto a instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	5
			Equipamento com capacidade favorável quanto a instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	4
			Equipamento com capacidade restrita quanto a instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	3
			Equipamento com capacidade precária quanto a instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	2
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas em grupos quanto a instalações e serviços	1
		Qualidade dos Equipamentos, Produtos e Serviços	Equipamento com qualidade altamente satisfatória para atender turistas, individualmente ou em grupos	5
			Equipamento com qualidade satisfatória para atender turistas, individualmente ou em grupos	4
			Equipamento em condições mínimas para atender turistas, individualmente ou em grupos	3
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas em grupos	2
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas individualmente	1



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Equipamentos e Serviços Turísticos	Entretenimentos (e seus respectivos tipos e subtipos)	Estrutura/qualidade dos equipamentos e serviços	Equipamento com capacidade altamente favorável quanto a instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	5
			Equipamento com capacidade favorável quanto a instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	4
			Equipamento com capacidade restrita quanto a instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	3
			Equipamento com capacidade precária quanto a instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	2
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas em grupos quanto a instalações e serviços	1
	Outros serviços turísticos (e seus respectivos tipos e subtipos)	Estrutura/qualidade dos equipamentos e serviços	Equipamento com capacidade altamente favorável quanto a instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	5
			Equipamento com capacidade favorável quanto a instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	4
			Equipamento com capacidade restrita quanto a instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	3
			Equipamento com capacidade precária quanto a instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	2
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas em grupos quanto a instalações e serviços	1



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Infraestrutura de apoio turístico	Serviços urbanos (abastecimento de água, rede de esgotos, limpeza pública, e energia elétrica)	Estrutura e qualidade dos serviços	Estrutura em condições altamente favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	5
			Estrutura em condições favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	4
			Estrutura em condições restritas para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	3
			Estrutura em condições precárias para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	2
			Estrutura sem condições para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	1
	Acesso rodoviário à localidade	Condições das vias de acesso e dos recursos, serviços e instalações de apoio a veículos (sinalização rodoviária e turística, postos de abastecimento e serviços etc.)	Estrutura em condições altamente favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	5
			Estrutura em condições favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	4
			Estrutura em condições restritas para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	3
			Estrutura em condições precárias para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	2
			Estrutura sem condições para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	1



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Infraestrutura de apoio turístico	Circulação Interna	Condições das vias de acesso e dos recursos, serviços e instalações de apoio a veículos (sinalização viária e turística, postos de abastecimento e serviços etc.)	Estrutura em condições altamente favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	5
			Estrutura em condições favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	4
			Estrutura em condições restritas para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	3
			Estrutura em condições precárias para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	2
			Estrutura sem condições para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	1
	Sistema de Transportes	Estrutura e qualidade dos serviços	Estrutura em condições altamente favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	5
			Estrutura em condições favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	4
			Estrutura em condições restritas para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	3
			Estrutura em condições precárias para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	2
			Estrutura sem condições para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	1



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Infraestrutura de apoio turístico	Sistema de Comunicações	Estrutura e qualidade dos serviços	Estrutura em condições altamente favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	5
			Estrutura em condições favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	4
			Estrutura em condições restritas para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	3
			Estrutura em condições precárias para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	2
			Estrutura sem condições para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	1
	Sistema de Segurança	Estrutura e qualidade dos serviços	Estrutura em condições altamente favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	5
			Estrutura em condições favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	4
			Estrutura em condições restritas para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	3
			Estrutura em condições precárias para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	2
			Estrutura sem condições para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	1



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação	
Infraestrutura de apoio turístico	Equipamento médico-hospitalar	Estrutura e qualidade dos serviços	Estrutura em condições altamente favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	5	
			Estrutura em condições favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	4	
			Estrutura em condições restritas para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	3	
			Estrutura em condições precárias para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	2	
			Estrutura sem condições para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	1	
	Existência e atuação do órgão oficial de turismo			Órgão oficial municipal altamente atuante quanto ao planejamento e desenvolvimento do turismo	5
				Órgão oficial municipal atuante de forma satisfatória quanto ao planejamento e desenvolvimento do turismo	4
				Órgão oficial municipal atuante de forma limitada quanto ao planejamento e desenvolvimento do turismo	3
				Órgão oficial municipal pouco atuante quanto ao planejamento e desenvolvimento do turismo	2
Normativo-institucional	Estrutura	Existência e atuação do conselho municipal de turismo	Inexistência de órgão oficial municipal de turismo	1	
			Conselho municipal de turismo altamente atuante quanto ao planejamento e desenvolvimento do turismo	5	
			Conselho municipal de turismo atuante de forma satisfatória quanto ao planejamento e desenvolvimento do turismo	4	
			Conselho municipal de turismo atuante de forma limitada quanto ao planejamento e desenvolvimento do turismo	3	
			Conselho municipal de turismo pouco atuante quanto ao planejamento e desenvolvimento do turismo	2	
			Inexistência de conselho municipal de turismo	1	



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Normativo-institucional	Estrutura	Existência e gestão do fundo municipal de turismo	Fundo municipal de turismo oficialmente criado e com disponibilidade de recursos para investimentos nas ações de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	5
			Fundo municipal de turismo oficialmente criado, sem recursos disponíveis para investimentos nas ações de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	3
			Inexistência de fundo municipal de turismo	
		Existência e atuação de outras organizações não governamentais de fomento e promoção do turismo	Organizações não governamentais de âmbito municipal altamente atuantes quanto ao planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	5
			Organizações não governamentais de âmbito municipal atuantes de forma satisfatória quanto ao planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	4
			Organizações não governamentais de âmbito municipal atuantes de forma limitada quanto ao planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	3
	Instrumentos de planejamento e gestão pública e compartilhada do turismo	Existência de plano de desenvolvimento turístico/plano diretor de turismo em vigor	Organizações não governamentais de âmbito municipal pouco atuantes quanto ao planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	2
			Inexistência de organizações não governamentais de âmbito municipal atuantes quanto ao planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	
			Plano municipal de turismo oficialmente criado e em implantação	5
			Plano municipal de turismo oficialmente criado, mas ainda não implantado (total ou parcialmente), ou em fase de elaboração	3
		Inexistência de plano municipal de turismo		



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Normativo institucional	Instrumentos de planejamento e gestão pública e compartilhada do turismo	Existência de legislação turística, urbana, ambiental e/ou de proteção ao e de mecanismos de fiscalização do cumprimento da legislação	Legislação municipal existente e em vigor	5
			Legislação municipal existente, mas ainda não em vigor, ou em fase de elaboração	3
			Legislação municipal inexistente	-
		Existência de créditos e/ou de incentivos fiscais ao desenvolvimento turístico	Créditos e/ou incentivos fiscais ao desenvolvimento turístico municipal oficialmente existentes e disponíveis aos interessados	5
			Créditos e/ou incentivos fiscais ao desenvolvimento turístico municipal oficialmente existentes mas ainda não disponíveis aos interessados, ou em fase de disponibilização	3
			Créditos e/ou incentivos fiscais ao desenvolvimento turístico municipal inexistentes	-
		Inserção do município em planos, programas e/ou projetos de desenvolvimento turístico de âmbito estadual, regional e/ou nacional	Participação oficial efetiva do município	5
			Participação do município oficialmente estabelecida mas ainda não efetiva	3
			Ausência de participação oficial do município	-



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Normativo institucional	Comunicação e divulgação	Possibilidade de integração do em roteiros e/ou circuitos	Integração oficial efetiva do município	5
			Integração do município oficialmente estabelecida mas ainda não efetiva	3
			Ausência de integração oficial do município	-
		Ações de divulgação	Divulgação efetiva do município por parte do órgão oficial de turismo e/ou de organizações não governamentais de âmbito municipal atuantes quanto ao planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	5
			Divulgação limitada do município por parte do órgão oficial de turismo ou de organizações não governamentais de âmbito municipal atuantes quanto ao planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	3
			Ausência de divulgação do município por parte do órgão oficial de turismo e/ou de organizações não governamentais de âmbito municipal atuantes quanto ao planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	-
Planejamento turístico participativo	Participação comunitária	Nível de envolvimento e aceitação da comunidade local nos processos de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	Elevado nível de envolvimento e aceitação da comunidade local nos processos de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	5
			Nível satisfatório de envolvimento e aceitação da comunidade local nos processos de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	4
			Limitado nível de envolvimento e/ou aceitação da comunidade local nos processos de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	3
			Baixo nível de envolvimento e/ou aceitação da comunidade local nos processos de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	2
			Inexistência de envolvimento e/ou aceitação da comunidade local nos processos de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	-



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Outros fatores	Proximidade da demanda	Distância dos principais centros emissores regionais	Inferior a 100 km	5
			De 100 km a 200 km	4
			De 200 km a 300 km	3
			De 300 km a 400 km	2
			Acima de 400 km	1
	Disponibilidade de áreas para expansão	Existência de áreas para expansão dos atrativos e/ou dos equipamentos turísticos	Existente em quantidade e qualidade adequadas	5
			Existente em quantidade e qualidade aceitáveis	4
			Limitada	3
			Escassa, com custos adicionais consideráveis	2
			Praticamente inexistentes	1
	Disponibilidade de mão-de-obra	Existência de mão-de-obra em quantidade e qualidade para atendimento ao turista	Existente em quantidade e qualidade adequadas	5
			Existente em quantidade e qualidade aceitáveis	4
			Limitada	3
			Escassa, com custos adicionais consideráveis	2
			Praticamente inexistente	1



Ministério do
Turismo



Isto posto, agora aplicaremos a matriz de potencial turístico no município de Mongaguá.

6.2. Matriz de Potencialidade Turística de Mongaguá

A fim de possibilitar o preenchimento da matriz de potencialidade turística de Mongaguá, foram utilizadas as informações disponibilizadas no Inventário da Oferta Turística e no Diagnóstico Turístico, etapas anteriores do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável de Mongaguá.

Dessa maneira, a matriz de potencialidade foi formulada de acordo com o conhecimento adquirido durante a visita in loco e com base em informações do Diagnóstico Turístico.

Enfim, com base nos resultados obtidos através de análise dos vários aspectos listados anteriormente, foram efetuadas as somatórias dos resultados por indicadores, categorias e dimensões que serão apresentadas a seguir.



Dimensão	Categoria de Análise	Indicadores	Aspectos Analisados	Pontuação
Atratividade	Histórico Culturais, Rurais, Naturais, Industriais e de Aventura (e seus respectivos tipos e subtipos)	Hierarquia dos Atrativos	Complexo Rural	03
			Aldeia Itaoca	05
			Aldeia Aguapeu	05
			Paço Municipal Rui Barbosa	02
			Morro da Santa Padroeira	04
			Monumento para Iemanjá	04
			Paróquia Nossa Senhora do Perpetuo Socorro	02
			Paróquia Nossa Senhora Aparecida	02
			Parque Turístico “Umberto Salomone” – Poço das Antas	04
			Plataforma Marítima de Pesca Amadora	04
			Praias	05
			Rio Mongaguá	03
			Parque Ecológico “A Tribuna”	05
			Praça Dudu Samba	03
			Praça Frederico Platerck	03
			Centro Cultural Raul Cortes	02
			Centro de Eventos Itapoan	02
Centro de Atendimento ao Turista – CIT	03			
Praça Fernando Arens	02			
Belvedere Municipal	02			



		Portal da Cidade	02	
		Chafariz da Rua Rui Barbosa	02	
		Monumento Pedro Pescador	02	
		SUBTOTAL – Atrativos	71	
Atratividade	Manifestações e usos tradicionais e populares (e seus respectivos tipos e subtipos)	Hierarquia dos Atrativos	MongaVerão	05
			Carnaval	04
			Festão na Praia	04
			Marcha Jesus	03
			Festa Nossa Senhora do Perpetuo Socorro	03
			Festa da Padroeira Nossa Senhora Conceição	03
			Festa da Iemanjá	05
			Aniversário da Cidade	03
			Feiras de Artesanato	03
			SUBTOTAL – Manifestações Culturais	33
	Realizações técnicas e científicas contemporâneas (e seus respectivos tipos e subtipos)	Hierarquia dos Atrativos	Não existem itens para serem avaliados	
	Acontecimentos programados (e seus respectivos tipos e subtipos)	Hierarquia dos Atrativos		
SUBTOTAL – ATRATIVIDADE			102	



Dimensão	Categoria de Análise	Indicadores	Aspectos Analisados	Pontuação
Trade Turístico	Meios de Hospedagem	Estrutura dos Equipamentos	Hotel Mongaguá	02
			Hotel Gaivota	02
			Hotel Vô Brasílio	04
			Pousada Bela Mar	02
			Pousada Plataforma	04
			Colônias de Férias	03
			SUBTOTAL – Estrutura Meios de Hospedagem	17
		Qualidade dos Equipamentos e Serviços	Hotel Mongaguá	02
			Hotel Gaivota	02
			Hotel Vô Brasílio	02
			Pousada Bela Mar	02
			Pousada Plataforma	03
			Colônias de Férias	02
			SUBTOTAL – Qualidade dos Meios de Hospedagem	13
SUBTOTAL – MEIOS DE HOSPEDAGEM				30



Dimensão	Categoria de Análise	Indicadores	Aspectos Analisados	Pontuação
Trade Turístico	Alimentação	Estrutura dos Equipamentos	Empada Brasil	03
			M.I Restaurante	03
			Careca's	03
			Restaurante Massarela	03
			Fazenda Duarte	04
			Do Damassa	03
			Maria Morena	03
			Restaurante e Pizzaria Bertelli	02
			Esquina do Café	03
			Restaurante Louiz	05
			Restaurante Point da Picanha	03
			Restaurante Estrela da Plataforma	03
			Restaurante SoteroPolitano	05
			Restaurante Aconchego de Monga	05
			Restaurante Telhado	05
			Restaurante Sabor Goiano	03
			Dogão Lanches	02
			Sabor e Mania Restaurante	03
			Restaurante Laranja	05
			Café Veneza	03
			Pizzaria e Restaurante Bidulla's	03
			Pizzaria Telhado	04
			Restaurante Yamato	04
			Restaurante San Kyodai	04
			Doce Café	03
			Restaurante Recanto Bem Brasil	03
			Quiosque Bom Tempero	02
			Café Center	03
			Lucia e Lucas Restaurante e Chopperia	04
			Pizzaria Mezzanino	03
Caffeteria São Paulo	03			
SUBTOTAL – Estrutura	105			



Dimensão	Categoria de Análise	Indicadores	Aspectos Analisados	Pontuação
Trade Turístico	Alimentação	Qualidade dos Equipamentos, Produtos e Serviços	Empada Brasil	03
			M.I Restaurante	03
			Careca's	03
			Restaurante Massarela	03
			Fazenda Duarte	04
			Do Damassa	03
			Maria Morena	03
			Restaurante e Pizzaria Bertelli	02
			Esquina do Café	03
			Restaurante Louiz	05
			Restaurante Point da Picanha	03
			Restaurante Estrela da Plataforma	03
			Restaurante SoteroPolitano	05
			Restaurante Aconchego de Monga	05
			Restaurante Telhado	05
			Restaurante Sabor Goiano	03
			Dogão Lanches	02
			Sabor e Mania Restaurante	03
			Restaurante Laranja	05
			Café Veneza	03
			Pizzaria e Restaurante Bidulla's	03
			Pizzaria Telhado	04
			Restaurante Yamato	04
			Restaurante San Kyodai	04
			Doce Café	03
			Restaurante Recanto Bem Brasil	03
			Quiosque Bom Tempero	02
			Café Center	03
			Lucia e Lucas Restaurante e Chopperia	04
			Pizzaria Mezzanino	03
Caffeteria São Paulo	03			
SUBTOTAL - Qualidade			105	
SUBTOTAL – ALIMENTAÇÃO			210	



Dimensão	Categoria de Análise	Indicadores	Aspectos Analisados	Pontuação
Trade Turístico	Entretenimentos (e seus respectivos tipos e subtipos)	Estrutura/qualidade dos equipamentos e serviços	De Gatto Espetos	03
			Bar Green Club	03
	Outros serviços turísticos (e seus respectivos tipos e subtipos)	Estrutura/qualidade dos equipamentos e serviços	War Combat Sport Bar	04
			Não existem itens para serem avaliados	0
SUBTOTAL – Entretimento				10
SUBTOTAL TRADE TURÍSTICO				352
Infraestrutura de apoio turístico	Serviços urbanos (abastecimento de água, rede de esgotos, limpeza pública, e energia elétrica)	Estrutura e qualidade dos serviços		04
	Acesso rodoviário à localidade	Condições das vias de acesso e dos recursos, serviços e instalações de apoio a veículos (sinalização rodoviária e turística, postos de abastecimento e serviços etc.)		03
	Circulação Interna	Condições das vias de acesso e dos recursos, serviços e instalações de apoio a veículos (sinalização viária e turística, postos de abastecimento e serviços etc.)		03
	Sistema de Transportes	Estrutura e qualidade dos serviços		04
	Sistema de Comunicações	Estrutura e qualidade dos serviços		03
	Sistema de Segurança	Estrutura e qualidade dos serviços		04
	Equipamento médico-hospitalar	Estrutura e qualidade dos serviços		04
	SUBTOTAL INFRAESTRUTURA			



Dimensão	Categoria de Análise	Indicadores	Aspectos Analisados	Pontuação	
Normativo institucional	Estrutura	Existência e atuação do órgão oficial de turismo	Diretoria de Turismo	02	
		Existência e atuação do conselho municipal de turismo		-	
		Existência e gestão do fundo municipal de turismo		-	
	Instrumentos de planejamento e gestão pública e compartilhado turismo		Existência e atuação de outras organizações não governamentais de fomento e promoção do turismo		03
			Existência de plano de desenvolvimento turístico/plano diretor de turismo em vigor		03
			Existência de legislação turística, urbana, ambiental e/ou de proteção ao patrimônio e de mecanismos de fiscalização do cumprimento da legislação		03
			Existência de créditos e/ou de incentivos fiscais ao desenvolvimento turístico		-
			Inserção do município em planos, programas e/ou projetos de desenvolvimento turístico de âmbito estadual, regional e/ou nacional		03
	Comunicação e distribuição		Possibilidade de integração do município em roteiros e/ou circuitos		-
			Ações de divulgação		03
SUBTOTAL INSTITUCIONAL				17	



Dimensão	Categoria de Análise	Indicadores	Aspectos Analisados	Pontuação
Planejamento turístico participativo	Participação comunitária	Nível de envolvimento e aceitação da comunidade local nos processos de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo		02
Outros fatores	Proximidade da demanda	Distância dos principais centros emissores regionais		04
	Disponibilidade de áreas para expansão	Existência de áreas para expansão dos atrativos e/ou dos equipamentos turísticos		03
	Disponibilidade de mão-de-obra	Existência de mão-de-obra em quantidade e qualidade para atendimento ao turista		01
SUBTOTAL OUTROS FATORES				10



6.3. Discussão dos Resultados

A partir dos resultados alcançados por meio de somatória dos indicadores, categorias de análise e dimensões, obtiveram o total dos pontos alcançados por Mongaguá.

Diante desse panorama, foram extraídas as médias aritméticas simples destes indicadores, categorias de análises e dimensões, dividindo-se os resultados obtidos das somatórias pelo número de aspectos analisados; e, quando os mesmos aspectos foram analisados duas vezes sob ângulos diferentes, adotou-se o procedimento de repetir a extração das médias, considerando a segunda avaliação e, posteriormente, extraiu-se uma média da categoria como um todo (ALMEIDA, 2006).

A seguir, o quadro com os resultados finais da potencialidade turística de Mongaguá.



Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Resultados	
			Total de Pontos	Médias
Atratividade	Histórico Cultural, Rural, Natural, Industrial e de Aventura, entre outros.	Hierarquia dos Atrativos	69	03
	Manifestações e usos tradicionais e populares		33	03
SUBTOTAL - DIMENSÃO ATRATIVIDADE			102	03
Trade Turístico	Meios de Hospedagem	Estrutura dos Equipamentos	17	03
		Qualidade dos Equipamentos e Serviços	13	02
	SUBTOTAL –Categoria Meios de Hospedagem		30	02
	Alimentação	Estrutura dos Equipamentos	105	03
		Qualidade dos Equipamentos e Serviços	105	03
	SUBTOTAL – Categoria Alimentação		210	03
Entretenimentos	Estrutura/qualidade dos equipamentos e serviços	10	03	
SUBTOTAL - DIMENSÃO TRADE TURISTICO			352	04
SUBTOTAL - DIMENSÃO INFRAESTRUTURA DE APOIO TURISTICO			25	03
Normativo Institucional	Estrutura		05	01
	Instrumentos de planejamento e gestão pública e compartilhada do turismo		12	02
	Comunicação e distribuição		03	01
SUBTOTAL - DIMENSÃO INSTITUCIONAL			20	02
SUBTOTAL – DIMENSÃO PLANEJAMENTO TURÍSTICO PARTICIPATIVO			02	02
SUBTOTAL – DIMENSÃO OUTROS FATORES			10	03
TOTALGERAL			511	04



Ministério do
Turismo



O quadro acima permite que sejam feitas as seguintes observações sobre a atividade turística no município de Mongaguá

No critério atratividade Mongaguá, tendo em vista uma escala de 1 a 5 pontos, a média 03, valor obtido somando-se o valor adquirido nas categorias de análise e dividindo este total pelo número de atrativos avaliados.

O total de atrativos turísticos avaliados foram vinte e três, dos quais 04 atingiram hierarquia nível 5, ou seja, considerado um atrativo com características excepcionais e de grande significado para o mercado turístico internacional, capaz por si só de motivar uma importante corrente (atual ou potencial), dentre esses atrativos estão a Aldeia Itaoca, Aldeia Aguapeu, Parque Ecológico e as Praias. Seguidos, por 04 atrativos com hierarquia nível 04, ou seja, atrativo com características excepcionais capaz de motivar uma corrente (atual ou potencial) de visitantes nacionais ou estrangeiros, seja por si só ou em conjunto com outros atrativos contíguos, entre eles, Morro da Santa Padroeira, Monumento para Iemanjá, Parque Turístico “Umberto Salomone” – Poço das Antas e Plataforma Marítima de Pesca Amadora. Os atrativos que possuem nível 3 na hierarquia são Rio Mongaguá, Praça Dudu Samba, Praça Frederico Platerck, Centro de Atendimento ao Turista – CIT e o Complexo Rural, ou seja, atrativos com alguma característica chamativa, capaz de interessar a visitantes provenientes de longa distância que tivessem chegado a esta zona por outras motivações turísticas. A maioria dos atrativos atingiram hierarquia 2, o que diz respeito à atratividade em nível regional e/ou local, considerados como interessante.

A partir da pontuação obtida, observa-se a necessidade do poder público municipal, repensar o desenvolvimento do turismo, prevendo ações coerentes de acordo com a possibilidade que estes atrativos possuem, juntamente com a comunidade, a fim de planejar a sua promoção. Outra questão bastante evidenciada é a restrição na divulgação da cidade. Percebe-se a falta de entrosamento entre o município, a comunidade e as entidades privadas.

Trade Turístico: foram avaliados os equipamentos e serviços: meios de hospedagem e alimentação, em que o subtotal dos elementos avaliados obteve valor 30 e 210, respectivamente. Quanto aos meios de hospedagem a maior



pontuação obtida foi 04 (02 meios de hospedagem) quanto à estrutura do equipamento, o que significa equipamento com capacidade favorável quanto ao número de Unidade Habitacional.

Um meio de hospedagem obteve pontuação 03, equipamento com capacidade restrita ao número de unidades habitacionais para atender satisfatoriamente turistas individualmente ou em grupos. Três estabelecimentos alcançaram pontuação 02, com capacidade precária em números de unidades habitacionais.

Quanto à qualidade dos serviços e equipamentos a maior pontuação também foi 03 (1 meio de hospedagem), qualidade com condições mínimas para atender turistas, individualmente ou em grupos. A maioria dos estabelecimentos hoteleiros obteve pontuação 02, sem condições de atender satisfatoriamente grupos de turistas. Demonstrando uma deficiência no atendimento ao turista de Mongaguá.

Sobre a Alimentação de Mongaguá, cinco equipamentos com a pontuação máxima 05, equipamento com capacidade altamente favorável quanto instalações e serviços para atender turistas individualmente ou em grupos. Dos demais estabelecimentos cinco obtiveram pontuação 04, dezoito pontuação 3, três pontuação 02 e apenas um estabelecimento com valor 1 atribuído, ou seja, capacidade favorável, restrita e precária para atender grupos de turistas, respectivamente.

Quanto à qualidade dos equipamentos, serviços e produtos a pontuação seguiu parecida com a avaliação de estrutura, porém nenhum estabelecimento pontuou com nota mínima 01.

Notou-se durante as visitas aos estabelecimentos que existe um número considerável destes, porém poucos têm capacidade e mesmo qualidade para atendimento a grupos de turistas. A infraestrutura hoteleira no município é precária e precisa melhorar a qualidade dos serviços oferecidos ao cliente.

Os estabelecimentos de A&B seguem o mesmo parâmetro, um número considerável, e a maioria possui infraestrutura adequada para atender os turistas.



Quanto às estruturas e serviços de entretenimento, foram avaliados três atrativos, todos apresentam boa infraestrutura, porém verifica-se a necessidade de um planejamento para apresentações de músicas ao vivo.

Sobre a estrutura e qualidade dos serviços de apoio turístico, na qual sete itens foram avaliados alcançando média final 03, o que significa estrutura com condições restritas para atender satisfatoriamente a população local ou a demanda turística.

No que diz respeito à atuação do poder público, entidades privadas e comunidade no processo turístico do município, a média final teve como resultado 02, indicando que o município tem seu órgão oficial atuando de forma limitada no desenvolvimento turístico. Ainda falta a existência uma divulgação eficaz e a parceria do poder público com os atrativos da cidade.

Atualmente, o plano de desenvolvimento turístico no município está em andamento e isso é uma parte importante do planejamento. Entretanto, o Conselho Municipal de Turismo não está ativo.

As categorias avaliadas na dimensão outros fatores indicam que o município de Mongaguá encontra-se entre 100 km e 200 km de distância dos principais centros emissores da região. Conta com áreas em quantidade e qualidade aceitáveis para a expansão da atividade turística, porém sobre a mão-de-obra é praticamente inexistente, pois nos itens e atrativos avaliados, poucos apresentam profissionais da área, ou mesmo desenvolvem capacitações focadas no turismo.

A média final de todas as dimensões avaliadas, dentro da escala de 5 a 1, foi de 04 pontos, considerando os arredondamentos.

A partir disso, constata-se que apesar das restrições e limitações que o município apresenta no desenvolvimento turístico local, existe um potencial que pode ser explorado, desde que os esforços se concentrem na melhoria do que o município já dispõe.

O planejamento deve ser focado e segmentado, para que os resultados apareçam de forma eficaz. Pois, um planejamento sem foco corre o risco de comprometer as razões às que se teve como objetivo.



Portanto, este estudo apresenta um panorama situacional de Mongaguá destacando suas potencialidades, para posteriormente desenvolver projetos que fomentem e auxiliem o desenvolvimento integrado do turismo.

Após essa análise serão propostas ações para o desenvolvimento desse potencial turístico, esses projetos serão apresentados no Plano de Fortalecimento Institucional de Mongaguá.

6.4. Resumo Executivo

Conforme exposto anteriormente, delimitar o potencial turístico de uma localidade é essencial para o desenvolvimento de suas atividades turísticas. Ele possibilita a identificação da atratividade dos recursos disponíveis e sua comparação com outros já existentes.

Visando obter tais aspectos foi elaborada a matriz de potencial turístico de Mongaguá. Para isso, foram utilizadas as informações coletadas no Inventário da Oferta Turística e no Diagnóstico Turístico, etapas integrantes do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável já realizadas anteriormente.

A matriz de potencial turístico de Mongaguá foi elaborada com base em quatro níveis hierárquicos, são eles: dimensão, que compreende os atrativos turísticos, os equipamentos e serviços turísticos, a infraestrutura de apoio turístico, normativo–institucional e planejamento turístico participativo; categorias de análise; indicadores e; critérios de análise.

Para cada atrativo, equipamento, serviço ou quesito relacionado ao destino turístico, foi atribuída uma pontuação em escala decrescente de 5 a 1. Somente o indicador “existência e gestão de fundo municipal de turismo” e os indicadores referentes aos instrumentos de planejamento e gestão pública e compartilhada do turismo, não receberam tal pontuação.

A somatória desta pontuação mostrou que os atrativos turísticos de Mongaguá possuem um total de 102 no quesito atratividade; o trade turístico somou um total de 352 pontos, que englobam a somatória total obtida pelos meios de hospedagem, alimentação, entretenimento e outros serviços, foram avaliadas a qualidade e a estrutura dos equipamentos, produtos e serviços.



Ao que tange a infraestrutura de apoio turístico de Mongaguá, a somatória final foi de 25 pontos, foram consideradas a estrutura e a qualidade dos serviços de transporte, médico hospitalar, segurança, comunicações e serviços urbanos. Este total engloba a avaliação das condições de circulação interna e de acesso rodoviário à localidade.

Para o nível normativo-institucional a somatória foi de 20 pontos e considerou sua comunicação e distribuição, sua estrutura e os instrumentos de planejamento e gestão pública e compartilhada do município. O planejamento turístico participativo somou 02 pontos e o quesito outros fatores somou 10 pontos no total.

Após a identificação do somatório total de atratividade turística de Mongaguá, foram calculadas as médias aritméticas simples de todos os indicadores e, a partir do resultado desta operação, obteve-se o quadro de potencialidade do município.

O referido quadro mostra que as médias obtidas foram: 3 para a dimensão atratividade; 4 para o trade turístico; 3 para a infraestrutura de apoio turístico; 2 para a dimensão institucional; 2 para o planejamento turístico participativo e; 3 para outros fatores. A média geral obtida pelo município foi 4.

Considerando que a escala de pontuação é decrescente, pode-se dizer que Mongaguá possui um médio índice de atratividade e que isso acontece, ainda que em partes, pela pouca divulgação da cidade e seus atrativos e pela não integração entre estes últimos, o trade e o poder público municipal.

Embora o Diagnóstico de Oferta Turística mostre que a cidade tem alto potencial de atração turística, visto que possui atrativos de elevado interesse para o mercado turístico, este potencial ainda não é explorado. É preciso que haja integração entre os atrativos para fomentar a visitação daqueles que possuem baixo fluxo turístico e combater a sazonalidade, buscando garantir a circulação de turistas em todas as temporadas. Além disso, pode-se aproveitar os eventos realizados na cidade para divulgar os atrativos, destacando suas particularidades.

A integração dos atrativos turísticos de Mongaguá, juntamente com uma maior divulgação dos mesmos e da cidade, tendem a contribuir diretamente



com o trade e com a economia local. Incentivar os visitantes a conhecer o município e os turistas a estender seu tempo de permanência, são alguns dos resultados que se pretende obter com a integração e divulgação dos atrativos.

Atualmente o trade turístico de Mongaguá atende satisfatoriamente a demanda turística, como pode ser observado pela média que este quesito obteve. Entretanto, o aumento desta demanda pode exigir que os estabelecimentos realizem algumas mudanças em seu funcionamento e estrutura, sobretudo os meios de hospedagem que necessitam realizar manutenção em seus espaços internos e trocar alguns móveis.

Os estabelecimentos gastronômicos já apresentam dificuldades para atender a demanda durante os eventos que acontecem na cidade. Para que o desenvolvimento do turismo seja efetivo e traga melhorias para a cidade é preciso adequar o trade para o atendimento da demanda potencial e, dessa maneira, contribuir com *marketing* positivo da localidade.

A média obtida para o quesito “infraestrutura de apoio turístico” foi 3 e, apesar de significar que ela atende a atual demanda satisfatoriamente, é preciso lembrar que Mongaguá ainda precisa se adequar para atender às exigências legais referentes à acessibilidade e, dessa maneira, atrair este público. O Diagnóstico de Infraestrutura apontou que tanto no deslocamento dentro da cidade quanto em seus atrativos e estabelecimentos comerciais, a autonomia de pessoas com algum tipo de deficiência ou mobilidade reduzida por muitas vezes é impossibilitada.

A média obtida pela dimensão institucional foi baixa e indica a necessidade de fortalecimento político e institucional do turismo dentro do município para que ele seja, de fato, um catalisador de desenvolvimento integrado e sustentável. É preciso fortalecer as ações já existentes, fomentar a participação da população no planejamento do turismo, buscar parcerias com o trade e reorganizar a atuação do COMTUR.

Por fim, este estudo atingiu seu objetivo, que foi definir o potencial turístico de Mongaguá. A média final obtida pelo município expressa seu alto potencial turístico e a diversidade de atrativos que agrupa em seu território,



Ministério do
Turismo



ainda assim, é preciso realizar melhorias na infraestrutura e nos serviços de apoio ao turista.

Com um alto índice de atratividade e um intenso fluxo turísticos no verão e durante a realização dos eventos, para a promoção do turismo faz-se necessário melhorar a divulgação da cidade e de seus recursos. Além disso, é preciso promover ações de fortalecimento institucional do turismo, buscar apoio da população e do trade, além de integrar os atrativos.



7. ANÁLISE SWOT TURÍSTICA DEMONGAGUÁ

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

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

A análise SWOT é um sistema simples utilizado para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa ou, neste caso, de segmento, no ambiente em questão. É uma sigla oriunda do inglês e é um acrônimo de Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). Assim, esta metodologia torna-se uma ferramenta ideal no processo de gestão e monitoramento do turismo de uma determinada localidade, tendo sua autoria creditada a dois professores da *Harvard Business School*: Kenneth Andrews e Roland Christense.

Para alcançar esse objetivo, fez-se necessária a utilização da proposta de análise de ambiente do método SWOT, que possibilitou o posicionamento da localidade no cenário turístico atual. Assim, essa metodologia é convenientemente representada pelo seguinte quadro:

Figura 2. Quadro da Análise de Swot



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

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

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

Após estabelecer os componentes da Matriz SWOT, é necessário cruzar as Oportunidades com as Forças e as Fragilidades com as Ameaças,



Ministério do
Turismo



buscando estabelecer estratégias que minimizem e monitorem os aspectos negativos e maximizem as potencialidades, visando a capitalização, o crescimento, a manutenção e a sobrevivência do destino turístico. Isto possibilitará a análise da real situação interna e externa do município em relação às fidedignas possibilidades de implementação de um desenvolvimento turístico para o local.



Tabela 15. Análise Swot

Força	Fraqueza
<ul style="list-style-type: none">▪ Segmentos turísticos: histórico cultural, rural, sol e praia.▪ Presença de equipamentos de hospedagem e alimentação.▪ Eventos, cultura popular e tradição.▪ Infraestrutura em bom estado de conservação.▪ Transporte Intermunicipal▪ Infraestrutura e Saneamento Básico em bom estado▪ Centro de Informações Turísticas▪ Estância Balnearia▪ Calendário de Eventos	<ul style="list-style-type: none">▪ Não tem mapaturístico.▪ Falta interação entre os atrativos▪ Não possui um roteiro turístico▪ Sinalização Interna ruim▪ Não Funcionamento do COMTUR▪ Capacitação Técnica



Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">▪ Explorar a Segmentação Turística▪ Circuito Turístico▪ Possibilidade de o turismo ser 50% da economia e da renda local, devido às oportunidades.▪ Cursos Técnicos voltados ao Turismo▪ Turismo doméstico em crescimento	<ul style="list-style-type: none">▪ Crise Nacional▪ Cortes no Orçamento do Ministério do Turismo.▪ Falta de planejamento estadual para comercialização dos destinos.▪ Municípios ao entorno estruturados para o turismo▪ População descrente da atividade turística▪ Eventos e Festas tradicionais nas cidades vizinhas

Para elaborar a Matriz SWOT, foi necessário estabelecer parâmetros para promover a análise das variáveis (Forças, Fragilidades, Oportunidades e Ameaças) utilizadas pela metodologia.

Portanto, o primeiro passo constituiu-se na definição do posicionamento das variáveis, segundo o seu ambiente de análise (interno ou externo): no eixo horizontal, posicionou-se as Forças e Fraquezas; e no eixo vertical, as Oportunidades e Ameaças. A partir daí, analisou-se cada uma a partir do contexto (social, econômico e comercialização), do foco (produto e mercado) e das condições gerais que o município apresenta para o incremento da atividade turística (comercialização, cadeia do turismo e gestão).



7.1. Eixo Horizontal: Forças e Fraquezas

Forças

Tabela 16. Quadro das Forças

Contexto	S1 Existência de instância de governança
Foco	P1 Turismo de Sol e Praia P2 Turismo Histórico Cultural P3 Turismo Rural P4 Centro de Informações Turísticas P5 Eventos P6 Existência de oferta de equipamentos turísticos
Mercado	M1 Participante de programas governamentais estaduais e nacionais
Condições	I – Infraestrutura para viabilização de produtos turísticos G1 Início do processo de planejamento municipal (com implementação do plano municipal de turismo)

Fonte: JK Turismo, 2016.



Fraquezas

Tabela 17. Quadro das Fraquezas

Contexto	<p>E2 Falta de apoio governamental às empresas</p> <p>A1 Fragilidade ambiental ocasionados pela poluição</p> <p>S1 População Desinteressada</p>
Foco	<p>P1 Pouca competitividade com outros destinos já consolidados</p> <p>P2 Baixa qualidade dos serviços e equipamentos turísticos</p> <p>P3 Atrativos não estruturados</p> <p>P4 Ausência de Mapa Turístico</p>
Mercado	<p>M1 Competição entre os municípios por produtos similares</p> <p>M2 Pouca competitividade em relação ao mercado nacional</p> <p>M3 Turista com baixo poder aquisitivo</p>
Condições	<p>I1 Sinalização turística Ruim</p> <p>C1 Baixa qualidade da mão-de-obra</p> <p>C2 Pouco envolvimento da população com o turismo</p> <p>G1 Ausência de mecanismos de fiscalização e controle</p> <p>G2 Pouca capacidade estadual e municipal de gestão do turismo</p>



G3 Ausência de divulgação no cenário estadual e nacional

G4 Inexistência de parceria entre o poder público e a iniciativa privada

G5 Ausência de mecanismos e instrumentos de planejamento urbano e regional

G6 Ausência de diretrizes, estruturas e equipes para gestão do turismo e do meio ambiente

G7 Ausência de mecanismo de participação da sociedade na gestão municipal e do turismo

G8 Falta de continuidade administrativa

G9 Descrença por parte das lideranças locais

Fonte: JK Turismo, 2016.



7.2. Eixo Vertical: Oportunidades e Ameaças

Oportunidades

Tabela 18. Quadro das Oportunidades

Contexto	P1 Crescente valorização do turismo Sol e Praia
Mercado	M1 Fluxo de turistas que passam na região M2 Diversidade de mercados M3 Mercado de turismo rural, histórico e sol e praia
Cadeia do Turismo	C1 Investidores potenciais no setor de turismo C2 Participação em um Circuito Turístico
Gestão	G1 Integração a roteiros turísticos regionais e estaduais G2 Participação de associações e entidades de classe no processo de tomada de decisão



Ameaças

Tabela 19. Quadro das Ameaças

Contexto	P1 Perda da identidade local P2 Degradação ambiental caso não seja implantados planejamento e monitoramento
Mercado	M1 Concorrência com destinos consolidados M2 Tendência de esgotamento e depreação dos recursos turísticos
Cadeia do Turismo	C1 Empreendimentos turísticos em desacordo com as características da região
Gestão	G1 Ausência de legislação específica para o turismo G2 Tradição política de pouco apoio ao turismo G3 Falta de integração entre os poderes



7.3. Matriz SWOT de Mongaguá

		Oportunidade							Ameaça							
		P1	M1	M2	M3	C1	C2	G1	G2	P1	M1	M2	C1	G1	G2	G3
Forças	S1															
	P1															
	P2															
	P3															
	P4															
	P5															
	P6															
	M1															
	I															
	G1															
Fraquezas	E2															
	A1															
	S1															
	P1															
	P2															
	P3															
	P4															
	M1															
	M2															
	M3															
	I1															
	C1															
	C2															
	G1															
	G2															
	G3															
	G4															
	G5															
	G6															
	G7															
G8																
G9																

Fonte: JK Turismo, 2016.

7.4. Conclusões



Forças x Oportunidades: a busca da capitalização para promover o desenvolvimento mais rápido e consolidação do turismo, campos mais acessíveis e ambiente mais preparado para receber a atividade, adquire prioridade um;

Fraquezas x Ameaças: a busca da sobrevivência do destino no cenário turístico, procurando eliminar ou minimizar ao máximo as fragilidades e monitorar as ameaças. Precisando de interferência com urgência, tem prioridade zero.

Ao recorrer à análise e caracterização dos atrativos potencialmente turísticos, pôde-se obter um resultado sobre a capacidade e necessidade de intervenção desses elementos, o que proporcionou a realização de um breve inventário que possibilitou a construção da Matriz SWOT e a avaliação da infraestrutura local, bem como o diagnóstico do potencial e da atividade turística já existente no município de Mongaguá. Após esse estudo, obteve-se uma melhor visão do que realmente está acontecendo com os atrativos turísticos e as atividades turísticas locais em geral.

Assim, o planejamento turístico é visto atualmente pela comunidade acadêmica como variável imprescindível ao sucesso da atividade num local. No entanto, as observações realizadas no município demonstraram que este elemento tem sido menosprezado ou apenas realizado de maneira pontual, buscando atender interesses específicos.

7.5. Resumo Executivo

A análise SWOT de Mongaguá foi elaborada a partir das informações referentes aos atrativos turísticos coletadas em etapas anteriores do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável. Este sistema de análise foi utilizado para posicionar ou verificar a posição estratégica do turismo na realidade municipal.

Para atingir tal objetivo foram identificadas as forças e as fraquezas que influenciam a atuação da Prefeitura em seu ambiente interno e; as oportunidades e ameaças, relacionadas ao ambiente externo e,



consequentemente, não está sob o controle da organização. Tais fatores serão listados abaixo:

- Forças: presença de equipamentos de hospedagem e alimentação; infraestrutura em bom estado de conservação; eventos, cultura popular e tradição; segmentos turísticos histórico cultural, rural, sol e praia; transporte intermunicipal; infraestrutura e saneamento básico em bom estado; centro de informações turísticas; estância balneária; calendário de eventos;
- Fraquezas: capacitação técnica; não funcionamento do COMTUR; sinalização interna ruim; não tem mapa turístico; falta de interação entre os atrativos; não possui um roteiro turístico;
- Oportunidades: explorar a segmentação turística; circuito turístico; cursos técnicos voltados ao turismo; turismo doméstico em crescimento; possibilidade de o turismo ser 50% da economia e renda local, devido às oportunidades;
- Ameaças: eventos e festas tradicionais nas cidades vizinhas; população descrente da atividade turística; municípios ao entrono estruturados para o turismo; crise nacional; cortes no orçamento do Ministério do Turismo; falta de planejamento estadual para comercialização dos destinos;

A matriz SWOT foi elaborada a partir destes fatores. Seu eixo horizontal apresenta as variáveis associadas ao contexto interno, ou seja, as forças e as fraquezas que influenciam a Prefeitura Municipal de Mongaguá; seu eixo vertical contém as oportunidades e ameaças, variáveis relacionadas ao contexto externo.

Sua elaboração é o resultado na análise de cada uma dessas variáveis de acordo com o seu contexto, que poderia ser social, ambiental, comercialização ou econômico; seu foco de atuação, dividido entre produtos e mercado e; das condições gerais e específicas do município, subdivididas em cadeia de turismo e comercialização.

Os resultados do cruzamento entre as forças e as oportunidades, que revelam as áreas de maior potencial, e entre as fraquezas e as ameaças, que



representam as áreas de maior fragilidade, podem ser observado na matriz SWOT de Mongaguá. A partir dela é possível identificar aspectos específicos da realidade municipal referente ao turismo e definir estratégias de ação que atendam a estarealidade.

Considerando que os resultados dos cruzamentos entre as forças e as oportunidades receberam prioridade um, ou seja, necessitam de atenção por parte do poder público municipal, mas não em caráter de urgência, pode-se fazer alguns apontamentos sobre as condições reais de Mongaguá.

Dentre eles, pode-se citar que a existência de atrativos e de potencial de desenvolvimento dos segmentos de turismo religioso, rural e histórico cultural, juntamente com a crescente valorização do turismo de sol e praia, pode contribuir para a inclusão da cidade em roteiros turísticos regionais e estaduais. Além disso, é necessário que o COMTUR seja ativo para contribuir com estes fatores e fomentar a participação de associações e entidades de classe nos processos de tomada de decisão.

Isso mostra que Mongaguá possui grande potencial de atração de investimentos no setor do turismo. Além disso, é preciso que o COMTUR seja atuante e cumpra seu papel enquanto instância de governança, contribuindo diretamente com a promoção do turismo e inclusão da cidade em roteiros e circuito, sobretudo por ser um importante canal de comunicação entre a sociedade civil, o poder público e o trade, por contribuir com o fortalecimento institucional do turismo na cidade e por possibilitar a inclusão do município em programas oriundos de outros níveis da federação.

A existência do Centro de Informações Turísticas (CIT), juntamente com a realização de eventos, contribuem diretamente com a divulgação da cidade, pois, informam sobre o trade e auxiliam na visitação dos atrativos de diferentes segmentos. Ainda assim, o potencial de divulgação dos eventos ainda não é totalmente explorado, visto que atraem grande fluxo turístico para a cidade e poderiam ser realizadas intensas ações de divulgação dos atrativos e, além



disso, o CIT poderia aproveitar a variedade de mercados presente na cidade e buscar parcerias com o trade.

A existência de oferta de equipamentos turísticos juntamente com a infraestrutura para a viabilização de produtos turístico na cidade, são duas das principais forças citadas na matriz SWOT. Elas, quando associadas às oportunidades de inclusão em roteiros e circuitos turísticos, de participação em programas governamentais e contando com a participação de entidades da sociedade civil e com a valorização do turismo de sol e praia, podem representar dois grandes catalisadores de desenvolvimento turístico.

Em relação aos resultados do cruzamento entre as fraquezas e as ameaças, que estão associadas à sobrevivência do destino turístico, receberam prioridade zero, ou seja, necessitam de atenção por parte do poder público municipal com urgência.

Considerando as fraquezas associadas ao contexto econômico, ambiental e social de Mongaguá e seu cruzamento com as ameaças, pode-se realizar alguns apontamentos. Dentre eles, a ausência de legislação específica para o turismo e a tradição política de pouco apoio ao turismo, prejudicando diretamente o fortalecimento institucional desta área o que, por sua vez, afeta negativamente a obtenção de apoio dos moradores no desenvolvimento do turismo e conservação dos atrativos.

Além disso, a existência de empreendimentos turísticos em desacordo com as características da região, a falta de integração entre os poderes e de apoio governamental à empresas prejudicam a competitividade de Mongaguá, sobretudo quando esta concorre com destinos já consolidados.

É preciso que os diferentes atores envolvidos com o turismo mantenham um diálogo construtivo e, dessa maneira, busquem o fortalecimento mútuo e a resolução dos problemas relacionados ao setor. Além disso, a gestão municipal precisa definir as diretrizes que devem balizar o setor turístico por meio de legislação e atividades administrativas pertinentes.



A ausência de mapa turístico, a sinalização turística ruim e a baixa qualidade dos serviços e equipamentos também dificultam a competitividade da cidade. Conseqüentemente, estes fatores acabam influenciando na atratividade de Mongaguá, não contribuindo com sua inclusão em circuitos e roteiros turísticos, com sua divulgação e com a permanência de turistas e turista potencial. Diante disso, mostra-se necessário a produção de materiais de apoio e de comunicação, visando fortalecer a imagem da cidade e contribuir com sua promoção e atratividade turística.

O mercado turístico em Mongaguá é impactado pela pouca concorrência com outros destinos nacionais e pela competição com municípios que possuem produtos turísticos similares. Estes aspectos indicam a necessidade de promover ações que evitem a perda de identidade local e o esgotamento dos recursos turísticos, além de realizar mudanças na legislação, no apoio ao trade e melhorias nos empreendimentos, visando a garantir sobrevivência do destino em curto prazo e seu desenvolvimento em médio e longo prazo.

Para que o trade de Mongaguá seja fortalecido é preciso que haja comunicação com o poder público, ou seja, que existam parcerias entre estes atores visando realizar as mudanças estruturais necessárias e melhorar a qualidade da mão de obra. Além disso, tais parcerias podem contribuir com a divulgação da cidade em âmbito local, regional e nacional e fomentar sua atratividade. Além disso, para que o planejamento e posterior desenvolvimento do turismo seja integrado é preciso que o COMTUR esteja ativo e que existam mecanismos de controle e fiscalização.

A análise das condições gerais do município para a promoção e desenvolvimento do turismo mostram que se faz necessário incluir a população local nos processos de tomada de decisão e, dessa maneira, buscar apoio de instituições e lideranças na implementação, desenvolvimento e fiscalização de ações futuras. Dessa maneira, espera-se que uma gestão democrática do turismo em Mongaguá contribua com o seu fortalecimento institucional, integração entre os poderes, comunicação com outros entes da federação, busca de parcerias com o setor privado e proteção dos atrativos.



Ministério do
Turismo



Além disso, o fortalecimento institucional contribui diretamente com a continuidade administrativa e com a capacidade municipal para a gestão do turismo. Para isso, é preciso ampliar o quadro de recursos humanos na área de turismo em Mongaguá e criar mecanismos e instrumentos de planejamento urbano com foco no turismo integrado e sustentável.

A matriz SWOT de Mongaguá apresentou os resultados do cruzamento entre as forças e as oportunidades e entre as fraquezas e as ameaças. A partir disso, é possível estabelecer estratégias que atendam à realidade municipal no planejamento turístico.



8. OFICINA PÚBLICA

8.1. Planejamento Participativo

Quando se planeja o turismo, deve-se priorizar a participação do maior número possível de envolvidos, pois este é um elemento-chave tanto na concepção, no planejamento como na implantação de planos, programas e projetos; os protagonistas do turismo devem ter participação ativa, se comprometer com a atividade (BENI, 2007).

A participação no planejamento do turismo faz com que esse desenvolvimento seja sustentável, visto que, os principais componentes dessa sociedade participam desse processo. Além disso, para que haja a mudança do destino turístico é necessário criar uma consciência para que esse desenvolvimento seja feito de maneira sustentável e que beneficie a todos os envolvidos.

De acordo com LOCH e WALKOWSKI (2009), o planejamento municipal do turismo visa incrementar e facilitar o desenvolvimento da atividade turística. A comunidade local deve fazer parte das decisões a serem tomadas como forma de garantir a integridade social.

O processo participativo deve ser estruturado de acordo com as particularidades de cada município, a fim de indicar as necessidades do município de acordo com as suas características culturais, sociais e técnicas.

Sendo assim, o planejamento participativo é uma gestão descentralizada na participação da cadeia produtiva do turismo, moderada pelo setor público com a participação da comunidade, iniciativa privada e do terceiro setor.

Só um trabalho participativo poderá superar conflitos e problemas no decorrer do processo de planejamento e minimizar interferências negativas, geradas a partir de desigualdades e diferenças étnicas, sociais, culturais, históricas, ambientais e econômicas. (BRASIL, MTUR, 2007, p. 19).

A definição dos principais agentes do planejamento participativo do turismo segue a estrutura de um sistema de turismo para o desenvolvimento sustentável da atividade, a OMT sugere que sejam considerados agentes participativos: Estado (setor público), setor privado, a comunidade e o terceiro setor.

Figura 3. Estrutura Planejamento Participativo



Fonte: adaptado da OMT (1997) apud VIGNATI, 2008, p. 15) e NOVO e SILVA 2010.

O planejamento participativo para o desenvolvimento do turismo é uma importante ação para o planejamento, visto que, os envolvidos no processo, não são somente a comunidade, mas também a cultura do município.

8.1.2. Componentes do Planejamento Participativo

No sistema turístico do planejamento participativo cada componente tem uma função específica dentro desse planejamento. A seguir, a função de cada agente dentro do planejamento participativo.



Estado

O Estado pode ser representado pelo governo federal, estadual ou município durante o planejamento do turismo no município, a participação do Estado é de suma importância para a formação de parcerias com a iniciativa privada e áreas de interesse com outras instâncias de governança.

As principais funções para o desenvolvimento da atividade turística, estabelecer diretrizes e políticas relacionadas ao turismo, fiscalizar e controlar a atividade turística, infraestrutura básica, e promover a capacitação profissional. Além disso, a promoção e divulgação do turismo para a capacitação de turistas e de recursos para desenvolver o turismo no município.

Tabela 20. Papel do Estado no Planejamento

Atividade	Ações
Coordenação	Coordenar a implantação de uma política de turismo de forma que atenda aos interesses coletivos e beneficie a todos
Planejamento	Planejar as diretrizes gerais para que o desenvolvimento do turismo aconteça de forma ordenada e atenda, na medida do possível, ao interesse geral.
Legislação e regulamentação	Estabelecer regras, limites, condições para os diferentes campos do turismo, de forma que essas normas contribuam para a organização da atividade.
Empreendimentos	Exercer uma atividade que seja fundamental para o desenvolvimento do turismo, quando a iniciativa privada não, exercê-la, como por exemplo, ser proprietário de uma pousada, hotel, etc
Incentivo	Patrocinar alguns tipos de incentivo: os incentivos fiscais, isenções de taxas, empréstimos ao setor privado para investimentos em determinadas localidades, e outros.
Atuação social	Promover o turismo social para parte da população menos privilegiada, oferecendo atividades de lazer e de entretenimento, como colônias de férias, atividades para os idosos, etc.
Promoção do turismo	Investir nos polos emissores de turista, que podem ser outros países, outros estados, outras cidades, o que é considerado um dos papéis mais importantes do Estado.

Fonte: Beni, 2003.



Iniciativa Privada

A iniciativa privada do turismo são as empresas que prestam serviços a atividade turística, pode ser chamada de trade turístico, e ele é constituído pelos meios de hospedagem, estabelecimentos gastronômicos, locadoras de veículos, empresas de turismo receptivo, empresas de eventos, agências de viagem, guias de turismo, loja de souvenirs entre outras empresas que prestem serviços turísticos.

Sobre as funções da iniciativa privada (RUSCHMANN, 2001, p.68):

- Observar leis e regulamentos, bem como mecanismos de fiscalização e controle;
- Atuar no desenvolvimento da infraestrutura turística;
- Planejar cuidadosamente o funcionamento de suas atividades e equipamentos para atender com qualidade às necessidades e desejos do turista;
- Utilizar-se de mão de obra capacitada;
- Desenvolver associações, com vistas à troca de experiências e informações bem como para melhor articulação na criação e defesa de interesses perante o empresariado e/ou governo;
- Manter-se atualizada quanto às tendências do turismo;
- Elaborar pesquisas com clientes, acompanhando a funcionalidade e qualidade de seu estabelecimento.



Terceiro Setor

O terceiro setor é representado por várias organizações, chamadas de organizações não governamentais. Essas organizações geralmente são, associações, fundações, institutos, cooperativas, organizações de voluntariado, entidades sem fins lucrativos, centros sociais, entre outros.

O terceiro setor surgiu para suprir as deficiências do estado e do mercado, a fim de interagir com a sociedade prestando serviços de interesse público por meio da iniciativa privada.

Enfim, o Terceiro Setor vem complementar as preocupações e práticas sociais que geram bens e serviços de caráter público. Essas organizações estão assumindo cada vez mais importância no contexto global.

Comunidade

A comunidade é um dos principais agentes dentro do sistema do turismo, além de ser o agente mais impactado por causa da atividade turística, sendo esses impactos positivos ou negativos dependendo do nível de participação da comunidade dentro do processo do planejamento. Entende-se por comunidade, todos os habitantes da localidade.

A participação da comunidade é fundamental para o processo de planejamento turístico da cidade, pois eles são os principais receptores dos turistas, além de conseguir minimizar o impacto negativo do turismo por meio da conscientização sobre a sustentabilidade do município.

A participação da comunidade no processo do planejamento turístico deixa de acontecer de forma vertical ou autoritária em que antes as comunidades eram passivas, ou seja, só ficavam olhando e assistindo às transformações que aconteciam no seu lugar, sem direito de opinião. (NOVO e SILVA, 2010, p.46)

Durante o processo do planejamento participativo a comunidade deve opinar nas decisões que serão tomadas, pois ela é a principal impactada pela



atividade turística. Além disso, é o momento em que a comunidade integrar o turismo do município.

A oficina pública foi realizada com base em uma metodologia participativa, buscando articular os atores que estão direta ou indiretamente envolvidos com o turismo, ou seja, a oficina é realizada com a participação do terceiro setor, da iniciativa privada, da comunidade local e representantes da gestão pública municipal.

A dinâmica adotada foi: foram elaborados quatro painéis com perguntas sobre o desenvolvimento do turismo no micro e macro ambiente da análise swot. Os painéis foram fixados na parede e serão preenchidos pelos participantes, que vão ajudar a elaborar as respostas que preencherão os painéis. As perguntas serão feitas e as respostas anotadas no papel que posteriormente será fixado no painel correspondente.

8.2. Resultados da Oficina Pública

A oficina pública de Mongaguá foi realizada no dia 09 de novembro de 2016. A realização desta atividade é inteiramente participativa e busca a participação das pessoas que estão direta ou indiretamente envolvidos com o turismo, ou seja, a oficina é realizada com a participação do terceiro setor, da iniciativa privada, da comunidade local e representantes da gestão pública municipal. Todos podem participar e opinar sobre o que a cidade tem a oferecer.

Esta etapa busca identificar como os envolvidos pensam sobre o turismo, o que entendem por turismo, quais premissas devem ser seguidas para desenvolver essa atividade dentro do município e quais as metas devem ser alcançadas daqui pra frente.

Figura 4. Oficina Pública



Fonte: JK Turismo, 2016.



A realização desta oficina é um dos critérios definidos em lei para que Mongaguá continue com o título de Estância Turística. Conforme foi explicado aos presentes, a equipe da empresa já realizou o inventário turístico, que é o levantamento de tudo que a cidade tem, todos os atrativos, estabelecimentos do trade turístico e serviços de apoio aoturista.

A dinâmica adotada foi: foram elaborados quatro painéis, cada painel com um item da análise swot e com uma pergunta para identificar o entendimento sobre o turismo da cidade. Os painéis foram fixados na parede e serão preenchidos com as respostas dos participantes, a fim de construir uma análise participativa sobre o turismo de Mongaguá.

A dinâmica adotada para a realização da oficina pública de Mongaguá buscou fomentar a interação e colaboração entre os participantes na construção de ideias e opiniões sobre o turismo na cidade. Todos puderam participar e contribuir com os resultadosobtidos.

O primeiro questionamento realizado: “Força – Quais as principais forças de Mongaguá? Quais os motivos que o turista tem para vir a Mongaguá?”

- 8.2.1.** Praia(13km)
- 8.2.2.** Aldeia Indígenaltaoca
- 8.2.3.** Plataforma Amadora dePesca
- 8.2.4.** ZonaRural
- 8.2.5.** Veraneio
- 8.2.6.** Cidade Segura/Tranquila
- 8.2.7.** Proximidade Capital/ABCD
- 8.2.8.** Festão deInverno
- 8.2.9.** Shows deVerão
- 8.2.10.** Cachoeiras



8.2.11. Pesque e Pague

8.2.12. Aldeia Indígena Aguapéu

8.2.13. Carnaval

8.2.14. Poço das Antas

8.2.15. Colônia de Férias (Professores, militares e construção civil)

8.2.16. Cultural Indígena

8.2.17. Centro de Informações Turísticas

8.2.18. Artesanato

8.2.19. Acesso à Cidade.

Concluiu-se que as forças de Mongaguá estão diretamente ligadas com a atratividade dos turistas para a cidade, pois as forças estão relacionadas com as facilidades que a cidade disponibiliza para os visitantes e com os atrativos naturais e culturais existentes em Mongaguá.

A segunda questão abordada foi sobre as Fraquezas de Mongaguá: “Fraquezas – O que falta para o desenvolvimento pleno e consolidado do turismo em Mongaguá? Quais são os Principais Problemas do Setor de Turismo?”

- ❖ Meios de Hospedagem
- ❖ Atendimento ao Turista
- ❖ Profissionalização do Setor
- ❖ COMTUR
- ❖ Sinalização Turística
- ❖ Divulgação Turística



Ministério do
Turismo



- ❖ Atividades/ Atração Complementar a Praia
- ❖ Acesso as Aldeias
- ❖ Organização Roteiro Aldeias
- ❖ Organização Roteiro Rural
- ❖ Organização Roteiro Urbano
- ❖ Orla da Praia – Trecho com Infraestrutura Precária
- ❖ Drenagem da Orla
- ❖ Poluição da Praia/Imprópria
- ❖ Diversidade Gastronômica
- ❖ Iluminação da Orla
- ❖ Drenagem das Áreas Turísticas
- ❖ Acesso aos Atrativos Rurais
- ❖ Atrativos e Mobiliários de Praia
- ❖ Trânsito e Mobilidade Urbana na Temporada de Verão

Durante a discussão dos participantes notou-se um descontentamento com a infraestrutura da cidade, principalmente no âmbito da drenagem, ocasionando assim alagamentos de acordo com quantidade de chuva; o trânsito também é uma deficiente, pois durante a temporada aumenta o fluxo e a mobilidade urbana da cidade não comporta; a sinalização e a divulgação turística dificulta a locomoção do turista em Mongaguá; além disso, foram abordados dificuldades na gestão pública do turismo, como a falta de um COMTUR ativo e a organização de roteiros para explorar todos os atrativos da cidade além do segmento sol e praia.



Posteriormente, a oficina buscou identificar as oportunidades e ameaças de Mongaguá, a fim de definir metas e premissas para os projetos que serão definidos ao longo do projeto.

A terceira questão proposta para os participantes: “Oportunidades – Quais são as oportunidades que Mongaguá deveria aproveitar para desenvolvimento do turismo? O que poderia ser pelo turismo, baseado em fatores positivos futuros?”

- ❖ Projeto Aldeia Aguapéu de Recepção Turística
- ❖ Observação de Pássaros nas Aldeias
- ❖ Parque Estadual da Serra do Mar
- ❖ Estância Turística e Balneária
- ❖ Fazer parte do Circuito Turístico Costa da Mata Atlântica
- ❖ Turismo de Aventura – Rios da Cidade
- ❖ Eventos Esportivos e Culturais Indígenas
- ❖ Turismo de Base Comunitária
- ❖ Turismo de Pesca Esportiva
- ❖ Convênios com o governo do estado e união federativa

Sobre as oportunidades de desenvolvimento do turismo em Mongaguá os participantes evidenciaram que a cidade precisa buscar novas oportunidades em parcerias com o governo do estado e união, integrar o PESH é uma possibilidade de atrair novos fluxos e proteger as áreas de proteção ambiental da cidade, além disso, Mongaguá tem outros segmentos do turismo como a Pesca Esportiva, Eventos Esportivos e a Cultura Indígena. Outra possibilidade para desenvolver o turismo é o turismo de base comunitária que procura descentralizar a gestão do turismo, na qual a própria comunidade



realiza a gestão do turismo e organiza toda atividade para que ela possa ser a principal fonte de renda da comunidade.

A última questão abordada sobre as “Ameaças - Quais fatores que poderiam afetar negativamente no avanço e na consolidação do turismo de Mongaguá?

- ❖ CriseEconômica
- ❖ Possibilidade da Perda do Título deEstância
- ❖ OcupaçãoDesordenada
- ❖ Infraestrutura urbana não acompanhar o crescimento populacional
- ❖ Elevação do Nível doMTR
- ❖ Ressaca doMar
- ❖ Efeitos Climáticos eNaturais
- ❖ Enchentes
- ❖ Aumento dos Índices de CriminalidadeRegional
- ❖ Transformação em CidadeDormitório
- ❖ Vazamento da Plataforma de Extração dePetróleo

As ameaças que podem atrapalhar o desenvolvimento do turismo de Mongaguá estão relacionadas ao macroambiente, a maioria das ameaças podem ser controladas com a gestão integrada do turismo procurando direcionar o crescimento da cidade para que não haja problemas com a infraestrutura e ordenação do municípios. As demais ameaças não podem ser controladas, pois estão relacionadas a mudanças climáticas ou mudanças no comportamento dos consumidores do turismo em Mongaguá.



Tabela 21. Matriz Swot - Oficina Pública

Forças	Praia (13km)	Meios de Hospedagem	Fraquezas
	Aldeia Indígena Itaoca	Atendimento ao Turista	
	Plataforma Amadora de Pesca	Profissionalização do Setor	
	Zona Rural	COMTUR	
	Veraneio	Sinalização Turística	
	Cidade Segura/ Tranquila	Divulgação Turística	
	Proximidade Capital/ ABCD	Atividades/ Atração Complementar a Praia	
	Festão de Inverno	Acesso as Aldeias	
	Shows de Verão	Organização Roteiro Aldeias	
	Cachoeiras	Organização Roteiro Rural	
	Pesque e Pague	Organização Roteiro Urbano	
	Aldeia Indígena Aguapéu	Orla da Praia – Trecho com Infraestrutura Precária	
	Carnaval	Drenagem da Orla	
	Poço das Antas	Poluição da Praia/ Imprópria	
	Colônia de Férias (Professores, militares e construção civil)	Diversidade Gastronômica	
	Cultura Indígena	Iluminação da Orla	
	Centro de Informações Turísticas	Drenagem das Áreas Turísticas	
	Artesanato	Acesso aos Atrativos Rurais	
	Acesso a Cidade.	Atrativos e Mobiliários de Praia	
		Trânsito e Mobilidade Urbana na Temporada de Verão	



Oportunidades	Projeto Aldeia Agupéu de Recepção Turística	Crise Econômica	Ameaças
	Observação de Pássaros nas Aldeias	Possibilidade da Perda do Título de Estância	
	Parque Estadual da Serra do Mar	Ocupação Desordenada	
	Estância Turística e Balneária	Infraestrutura urbana não acompanhar o crescimento populacional	
	Fazer parte do Circuito Turístico Costa da Mata Atlântica	Elevação do Nível do MTR	
	Turismo de Aventura – Rios da Cidade	Ressaca do Mar	
	Eventos Esportivos e Culturais Indígenas	Efeitos Climáticos e Naturais	
	Turismo de Base Comunitária	Enchentes	
	Turismo de Pesca Esportiva	Aumento dos Índices de Criminalidade Regional	
	Convênios com o governo do estado e união federativa	Transformação em Cidade Dormitório	
	Vazamento da Plataforma de Extração de Petróleo		

Fonte: JK Turismo, 2016.

A realização da oficina pública de Mongaguá é parte integrante do planejamento integrado do turismo e é essencial para a identificação da opinião, demandas e medos dos envolvidos direta e indiretamente com o turismo. Diante disso, a oficina atingiu seus objetivos ao e seus resultados serão utilizados na elaboração do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável de Mongaguá.



9. Segmentação da Oferta Turística

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

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

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

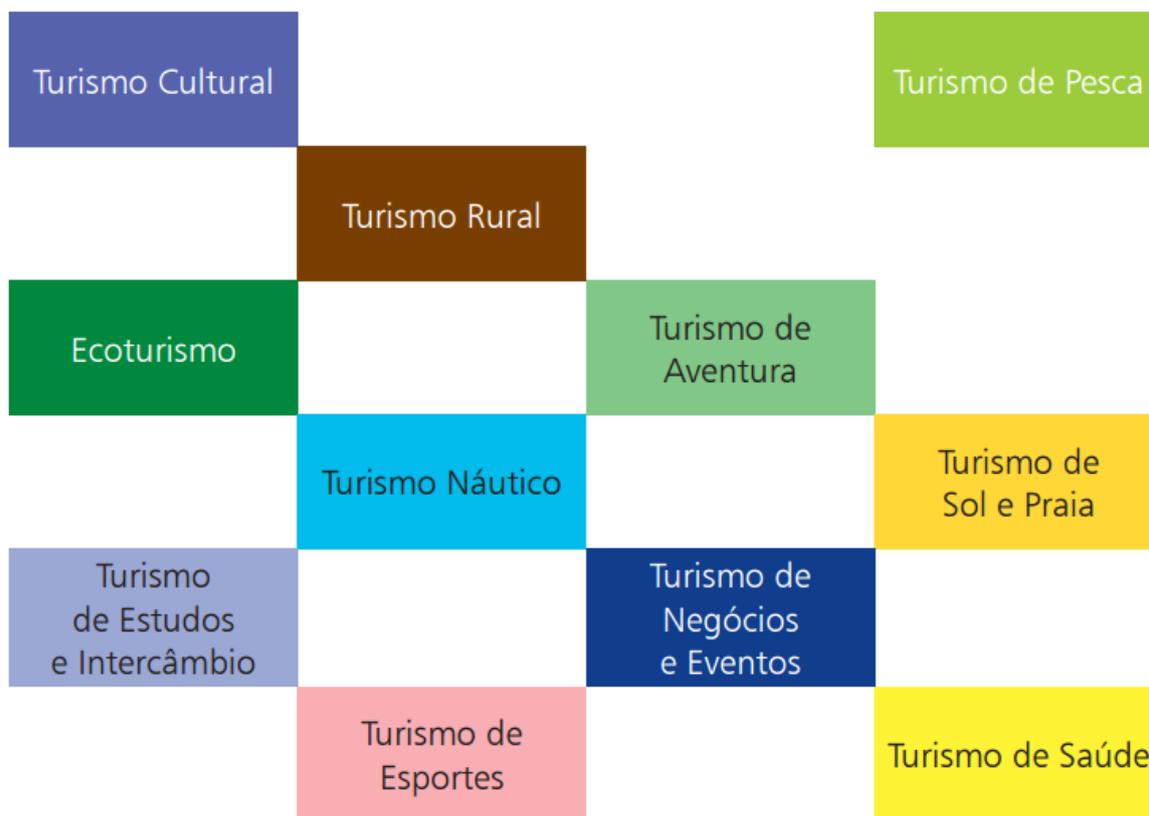
- **Aspectos e características comuns** – geográficas, históricas, arquitetônicas, urbanísticas, sociais;
- **Atividades, práticas e tradições comuns** – esportivas, agropecuárias, de pesca, manifestações culturais, manifestações de fé;
- **Serviços e infraestrutura comuns** – serviços públicos, meios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

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

[...] É necessário entender quais os segmentos de oferta podem ser trabalhados em uma localidade, considerando a vocação e potencialidades do destino para determinado tipo de atividade/turismo que pode ser vivenciado. [...] (MTUR, 2006)

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

Figura 5 - Segmentações Turísticas



Fonte: MTUR, 2006.

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

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

9.1. Turismo de Sol e Praia

De acordo com o Ministério do Turismo, o Turismo de Sol e Praia constitui-se das atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor.

Sendo assim, o turismo de sol e praia, abrange as praias marítimas, fluviais e lacustres (margens de rios, lagoas e outros corpos de água doce) e praias artificiais (construções similares às praias naturais à beira de lagos, represas e outros corpos d' água).



Segundo o Ministério do Turismo, as Praias Marítimas são ambientes adjacentes ao mar e que sofrem influência das marés e das ondas. São ambientes dinâmicos em constante mudança de seus atributos físicos e biológicos.

O turismo nas praias marítimas é responsável pela atração dos maiores fluxos de visitantes estrangeiros no Brasil.

Em Mongaguá o turismo de sol e praia é o principal segmento turístico e tem um alto fluxo turístico durante a temporada de verão e feriados.

9.2. Turismo de Pesca

De acordo com o Ministério do Turismo, o turismo de Pesca compreende as atividades turísticas decorrentes da prática da pesca amadora.

A pesca amadora é praticada com equipamentos previstos em lei. Além disso existem as modalidades que caracterizam a pesca amadora: (MTUR, 2010)

- Pesca de barranco – modalidade mais popular no Brasil, praticada à beira de rios, lagos, lagoas ou represas, que utiliza principalmente linha de mão, caniços simples de bambu, varas com molinete ou carretilha, varas telescópicas, geralmente com iscas naturais.
- Pesca de arremesso – uma das modalidades mais técnicas que existe e que a cada dia vem ganhando novos adeptos. Neste tipo de pesca é necessário conhecer o comportamento dos peixes, bem como as características dos locais de pesca, podendo ser feita com iscas naturais ou artificiais. A isca artificial é movimentada para dar a impressão de um peixe vivo ou qualquer outro tipo de animal. Nessa modalidade, o arremesso deve ser o mais preciso possível, pois isso fará a diferença no sucesso da pesca.
- Pesca de corrico ou trolling – consiste em arrastar a isca a uma distância entre 20 a 60 metros. Ao ser puxada pelo barco, que permanece em movimento em baixa velocidade, a isca parece estar viva. São utilizadas varas curtas e fortes, iscas naturais ou artificiais e as linhas devem acompanhar a ação do equipamento. Nessa modalidade, carretilhas



permitem um melhor desempenho.

- Pesca de rodada – o barco deve descer o rio levado pela correnteza, enquanto a isca vai acompanhando a embarcação. Antigamente, usavam-se varas de bambu com linha grossa ou linha de mão. Atualmente, têm-se optado por varas com molinete e carretilha.
- Pesca com mosca ou fly fishing – uma das mais antigas modalidades e de grande apelo para o pescador. Nela, são utilizadas iscas artificiais, confeccionadas artesanalmente com pelos, penas, fios de plástico e linhas de costura, imitando insetos e pequenos animais. A pesca com mosca envolve estudo, treino e persistência, sendo o principal fator aprender a dominar a linha, ou seja, dominar a técnica do lançamento, também conhecida como casting.
- Pesca Subaquática – realizada com ou sem o auxílio de embarcações, sendo proibido o uso de aparelhos de respiração artificial. É necessário ter conhecimento de apnéia.¹⁹ O equipamento básico para a prática inclui máscara, snorkel, nadadeiras e arma (espingarda de mergulho ou arbaleta).

Em Mongaguá esse segmento é representado pela Plataforma de Pesca Amadora, que atrai pescadores e turistas para conhecê-la e praticar a atividade da pesca.

9.3. Turismo Religioso

O turismo religioso é aquele empreendido por pessoas que se deslocam por motivos religiosos ou para participar de eventos de significado religioso. Compreende peregrinações, romarias, visitas a locais de caráter histórico/ religioso. (DIAS, 2003 p.17)

Atualmente, o turismo religioso tem como principal motivação a busca pelo sagrado, porém ele também é realizado por visitantes que busquem um ambiente espiritualizado e conhecer a história de uma determinada religião, conhecer a arquitetura e artes encontradas nesses ambientes.

O turismo religioso é uma forma de viagem na qual a motivação principal é o religioso, no entanto, podem ocorrer outras motivações,



tais como curiosidade ou interesse cultural em compreender as manifestações tangíveis e intangíveis de determinada cultura religiosa. (DIAS, 2003 p. 16 -17)

Este segmento turístico é um dos principais no município de Mongaguá, pois a religiosidade se faz presente por meio do Morro da Santa Padroeira, Monumento para Iemanjá e a Paróquia Nossa Senhora Aparecida

9.4. Turismo Cultural

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

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

Quanto aos atrativos históricos culturais do município de Mongaguá ressalta-se o potencial existente no município em resgatar a memória de tantas culturas e povos que habitaram este território. O turismo cultural de Mongaguá é formado pelos atrativos do Paço Municipal, Estação Ferroviária e Manifestações Culturais.

Portanto, nota-se a necessidade de um profundo trabalho de resgate da história local e sua transmissão principalmente aos munícipes, afinal se as pessoas do local não possuem interesse e conhecimento do lugar onde moram



provavelmente esse sentimento será replicado aos turistas e visitantes. E de melhorias nos atrativos para que possam abrir para visitação.

9.5. Turismo Pedagógico

De acordo com Braga (2014), o turismo pedagógico é uma experiência transformadora de ensino, fora do ambiente da sala de aula. Um nicho de mercado que mais que dobrou nos últimos cinco anos.

O autor afirma que “ao contrário do tradicional passeio escolar, que geralmente visa apenas lazer, o turismo pedagógico se caracteriza por viagens programadas dentro do calendário escolar, além de ser objeto de notas e provas”.

Esse segmento se torna uma boa alternativa para combater a sazonalidade e movimentar a atividade turística durante os dias da semana. Além disso, facilita o processo de aprendizagem e quando realizado dentro do próprio município resgata a cultura, a memória e a história do local, além de promover um sentimento de pertencimento.

Atualmente, Mongaguá explora esse segmento por meio do Parque Ecológico “A Tribuna”, pois são realizadas visitas técnicas com as escolas da região e do estado de São Paulo. Além do Parque Ecológicos, as Aldeias também possuem potencial para o turismo pedagógico.

9.6. Ecoturismo

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

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

Sob esse enfoque, o Ecoturismo caracteriza-se pelo contato com ambientes naturais e pela realização de atividades que possam proporcionar a vivência e o conhecimento da natureza, e pela proteção das áreas onde ocorre. Ou seja, assenta-se sobre o tripé: interpretação, conservação e



sustentabilidade. Assim, o Ecoturismo pode ser entendido como as atividades turísticas baseadas na relação sustentável com a natureza, comprometidas com a conservação e a educação ambiental. (BRASIL, Ministério do Turismo, 2006, p. 11)

Na cidade de Mongaguá identifica-se, pelo menos cinco atrativos naturais onde ocorrem atividades próximas ao ecoturismo, Parque Turístico "Umberto Salomone" – Poço das Antas, Parque Ecológico "A Tribuna" a Plataforma Marítima de Pesca Amadora, as Praias e o Rio Mongaguá.

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

O Parque Turístico "Umberto Salomone" – Poço das Antas, Parque Ecológico "A Tribuna" e o Morro da Santa Padroeira, como já mencionado, são potenciais atrativos, recursos, onde podem ser realizadas atividades voltadas ao ecoturismo, educação ambiental e estudos do meio ambiente. Porém questões burocráticas e de interesses devem ser trabalhadas além de legislações e medidas de segurança que regulamentem as atividades permitidas nestes ambientes a fim de evitar possíveis usos inadequados, acidentes e até mesmo degradação.

9.7. Cicloturismo

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

O cicloturista busca aventura, belezas naturais e simplicidade, mas



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

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

Em Mongaguá há uma crescente demanda de cicloturistas no município que ainda não é devidamente explorada.

9.8. Turismo de Aventura

Segundo o Ministério do Turismo (2010, p. 9)

O Turismo de aventura compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo. Atividades oferecidas comercialmente, usualmente adaptadas das atividades de aventura, que tenham ao mesmo tempo o caráter recreativo e envolvam riscos avaliados, controlados e assumidos.

No município de Mongaguá esse segmento ainda não é explorado, no entanto existem atrativos que tem potencial para esse segmento. Dentre eles, estão os rios, praias e o Poço das Antas.

9.9. Turismo Rural

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

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

Esse segmento consiste em vivenciar estas atividades, promovendo ainda atividades e serviços como, hospedagem, alimentação, recepção à visitação em propriedades rurais, recreação, entretenimento e atividades pedagógicas vinculadas ao contexto rural e outras atividades complementares desde que praticadas no meio rural, que existam em função do turismo ou que



se constituam no motivo da visitação.

Essa atividade, se bem estruturada, contribui para a permanência dos produtores no meio rural, combate o êxodo rural, consequentes problemas de desigualdade social, a especulação imobiliária e a preservação de áreas mananciais.

Em Mongaguá dentro do Complexo Rural, existem alguns pontos de interesse turístico rural, como por exemplo, a Cachaçaria Fazenda e o Pesqueiro “Tô Na Boa”.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da oficina pública notou-se que Mongaguá tem inúmeras possibilidades de desenvolver o turismo e novos segmentos de turismo, como turismo cultural, de pesca e de aventura. Além disso, as dificuldades com a drenagem pública, sinalização e divulgação turísticas são fáceis de solucionar, visto que, por meio de projetos e execução de obras consegue melhorar a infraestrutura da cidade.

Portanto, a oficina serviu como uma primeira iniciativa de descentralização da gestão pública do turismo, a fim de tornar a gestão participativa com a ajuda de todos os envolvidos direta e indiretamente no turismo.

Após a apresentação e discussão inicial dos resultados obtidos pelas pesquisas de demanda e de sensibilização turística, pelo estudo de potencialidade, pela análise SWOT turística de Mongaguá e pela oficina pública, faz-se necessário realizar uma análise que relacione tais resultados e, desta maneira, auxilie no planejamento turístico do município.

Planejar as ações turísticas de uma localidade exige que se tenha o conhecimento do perfil dos moradores e turistas, visto que são eles que interagem com o turismo. Para ambos os casos, os solteiros que possuem ensino médio completo são maioria, sendo que a maior parte dos munícipes se



consideram profissionais autônomos, a faixa etária predominante compreende as pessoas acima de 50 anos e a média salarial é de R\$1.530,83 ao mês.

A maioria dos turistas são assalariados e possuem entre 21 e 40 anos, com média salarial de R\$ 2.218,33 ao mês. Ainda assim, é preciso frisar que Mongaguá atrai público de diferentes idades, visto que realiza grandes manifestações culturais e o segmento de sol e praia é predominante na localidade.

A proximidade com a capital exerce grande influência nos moradores e turistas, visto que os primeiros costumam viajar para o município de São Paulo e a maioria dos turistas recebidos em Mongaguá são oriundos da capital. Para ambos, o local de hospedagem mais comum é a residência de parentes e amigos e as viagens geralmente acontecem em veículos próprios.

Considerando que a localização geográfica de Mongaguá lhe proporcionada grande atratividade sobre a capital e a região metropolitana de São Paulo, realizar ações de divulgação da cidade enquanto destino turístico é essencial para a promoção do turismo e ampliação desta atratividade, do tempo de permanência na cidade e na visitação dos atrativos que não são do segmento sol e praia.

Ainda que os dados gerais possibilitem a definição de um perfil básico para os turistas e moradores, algumas especificidades devem ser consideradas. Entre elas, pode-se citar que Mongaguá possui atratividade sobre outras cidades da região metropolitana de São Paulo e municípios vizinhos, além de receber turistas oriundos de localidade com diferentes perfis sociais e econômicos, também atrai uma parcela significativa de divorciados, visto que o percentual para este grupo é muito próximo ao registrado para o de solteiros, que representam a maioria dos turistas, não permitindo afirmar que a cidade exerce atratividade sobre um único grupo. Além disso, os munícipes também costumam viajar para outros estados e para outras cidades do litoral paulista.



Após uma definição geral do perfil dos moradores e turistas, além de esclarecer algumas particularidades relacionadas a eles, esta seção se concentrará em associar os resultados dos cinco projetos citados anteriormente, visando realizar uma discussão mais abrangente da realidade turística de Mongaguá.

Considerando que o município possui um médio índice de atratividade e, embora a maioria dos moradores entrevistados considerem Mongaguá um destino turístico e acreditem que os atrativos locais são turísticos, indicando que a população reconhece a importância do desenvolvimento do turismo para o município, a atratividade é negativamente influenciada pela divulgação insuficiente da cidade como um todo e pela falta de integração entre os atrativos, o trade e a gestão municipal.

Mongaguá possui atrativos de elevado interesse para o mercado turístico, entretanto, a falta de integração entre eles e de divulgação da cidade no trade prejudica a exploração de seu potencial, que é reconhecido por 98% dos moradores entrevistados. É preciso promover a integração dos atrativos para fomentar a visitação daqueles que possuem baixo fluxo turístico e combater a sazonalidade, buscando garantir a circulação de turistas em todas as temporadas. A presença de atrativos de sol e praia, principais focos de visitação, poderia ser utilizada para este fim, assim como os eventos que acontecem na cidade.

A integração entre os atrativos de Mongaguá pode ter início com ações de divulgação dos demais segmentos nos principais focos de visitação, como a praia, os eventos e as manifestações culturais, o Centro de Informações Turísticas pode contribuir fortemente com este objetivo distribuindo informativos e fornecendo informações completas e atualizadas.

Mongaguá possui atrativos e um alto potencial para o desenvolvimento do turismo religioso, rural, educacional, histórico cultural e ecoturismo, entretanto, é preciso que haja divulgação e que sejam promovidas ações que busquem conectar os segmentos pertinentes para fomentar a visitação, a



disseminação da cultura local e a permanência de turistas e turistas em potencial, tais como roteiros educativos com a disponibilização de guias, expansão das atividades de educação ambiental e promoção do cicloturismo.

Além disso, a ampliação da divulgação da cidade em diferentes meios de comunicação, uma maior exploração dos segmentos turísticos já existentes e a valorização do turismo doméstico e de sol e praia, juntamente com a interação entre os atrativos e o trade, pode contribuir para a sua inclusão em roteiros turísticos regionais e estaduais. Além disso, pode atrair investimentos para o setor, expandir sua atuação no Santos e Região Convention Visitors & Bureau e tendem a contribuir diretamente com o trade e com a economia local.

Embora a cidade tenha um intenso fluxo turístico nos finais de semana e temporadas de férias e de verão, as pesquisas identificaram que a principal motivação de viagem é a participação em congressos, convenções ou feiras realizadas em Mongaguá. Além disso, há grande procura por atrativos religiosos e atividades relacionadas ao ecoturismo, neste sentido, a análise SWOT aponta que a presença destes atrativos no município, associada com a crescente valorização do turismo doméstico, também pode contribuir com a divulgação da cidade e sua inclusão em roteiros e circuitos turísticos.

Ainda considerando os atrativos turísticos, a análise da atual realidade municipal indica que a existência de atrativos e empreendimentos turísticos pouco estruturados, juntamente com a baixa qualidade da mão de obra e dos serviços e equipamentos turísticos, contribuem para a pouca competitividade da cidade, em nível nacional e até regional, com a redução de sua atratividade e a não permanência de turistas em potencial.

Os munícipes e os turistas ouvidos durante as pesquisas apontam que estão satisfeitos com os atrativos existentes em Mongaguá, ainda assim, eles não atendem às expectativas de uma parcela significativa de moradores. Isso mostra que, além de realizar melhorias na divulgação da cidade, integração dos atrativos, na infraestrutura urbana e turística e nos materiais de comunicação com o turista, é preciso que a população local seja incluída nas



Ministério do
Turismo



atividades turísticas e nos espaços de tomada de decisão para que suas demandas sejam ouvidas e, sempre que possível, atendidas pela gestão municipal.

Neste sentido, o planejamento participativo do turismo, juntamente com os segmentos turísticos de Mongaguá, pode colaborar com a atração de investimentos para o setor. Além disso, a atuação efetiva da instância de governança local tende a contribuir diretamente com a promoção do turismo, sobretudo por ser um importante canal de comunicação entre a sociedade civil, o poder público e o trade, por contribuir com o fortalecimento institucional do turismo na cidade e por possibilitar a inclusão do município em programas estaduais e municipais.

Foi identificado que os moradores possuem uma visão abrangente do turismo, visto que reconhecem seu potencial turístico e se preocuparam em citar a necessidade de realizar melhorias na infraestrutura. Este quesito também foi apontado como um dos resultados que espera-se obter com o desenvolvimento do turismo, a grande maioria dos entrevistados também esperam um aumento significativo das oportunidades de emprego e a ampliação da divulgação da cidade.

Os residentes, partindo do pressuposto de que o poder público municipal não investe no setor de turismo, apontam que os futuros investimentos deveriam se concentrar, principalmente, na infraestrutura, divulgação e na ampliação da quantidade de eventos. Desse modo, os benefícios resultantes do desenvolvimento turístico seriam potencializados e trariam melhorias para a qualidade de vida dos residentes e atendimento do turista.

Além disso, os munícipes acreditam que a principal dificuldade para o desenvolvimento do turismo em Mongaguá é a falta de infraestrutura, quesito já citado anteriormente. Também expressaram sua preocupação em relação a um possível aumento da poluição sonora e dos atrativos naturais em decorrência do desenvolvimento das atividades turísticas na região, assim como o aumento dos preços. Diante dos resultados apontados nos parágrafos anteriores, faz-se



necessário que a Prefeitura mantenha diálogo constante com a população e o trade visando esclarecer possíveis dúvidas, ouvir e acolher demandas buscando a construção de soluções coletivas para os impactos negativos da atividade turística e divulgar as ações já realizadas neste setor.

O município de Mongaguá obteve média baixa para o quesito planejamento participativo, indicando, mais uma vez, a necessidade de investir na comunicação com a sociedade civil e com o trade turístico. Identificar este cenário é importante para o planejamento do turismo na cidade, sobretudo quando se considera que a maioria dos munícipes que participaram da pesquisa de sensibilidade atuam ou já atuaram neste setor.

Além disso, considerando que a maioria dos munícipes respondentes são profissionais autônomos e boa parte deles estão ou já estiveram envolvidos com as atividades turísticas, pode-se correlacionar a promoção do turismo com a obtenção de renda para uma parcela significativa da população local e a importância de sua inclusão no planejamento, implementação, monitoramento e fiscalização das atividades decorrentes do planejamento do turismo.

Soma-se a isso a média baixa obtida pelo aspecto normativo institucional, que avaliou a comunicação e sua distribuição, a estrutura e os instrumentos de planejamento e gestão pública compartilhada do município, indicando a necessidade de fortalecimento institucional e político do turismo, visto que uma das fraquezas apontadas pela análise SWOT é a tradição política de pouco apoio ao setor. É preciso fortalecer as ações já existentes, fomentar a participação da população e do trade no planejamento do turismo e manter o COMTUR ativo.

Além do pouco apoio político ao setor turístico, a análise SWOT apontou a ausência de legislação específica para o turismo, a falta de integração entre os poderes e ausência de apoio governamental às empresas. Todos estes fatores dificultam o fortalecimento institucional da área e a construção da imagem da cidade enquanto destino turístico, fatores que contribuem com a



Ministério do
Turismo



falta de apoio dos moradores e dificultam a obtenção de investimentos externos. Também prejudicam a competitividade da cidade, sobretudo quando compete com destinos já consolidados.

O fortalecimento institucional do setor turístico em Mongaguá contribui diretamente com a continuidade administrativa e com a capacidade municipal de gerir o turismo. Para isso, além de disponibilizar espaços e mecanismos de participação social na gestão deste setor, é preciso ampliar o quadro de recursos humanos na área de turismo, contratando profissionais com experiência na área e, além disso, criar mecanismos e instrumentos de planejamento urbano com foco no turismo integrado e sustentável.

Ainda assim, disponibilizar espaços e mecanismos de participação e controle social é essencial para o planejamento turístico participativo. Este modelo tende a ser mais trabalhoso e demorado, entretanto, a inclusão de novos pontos de vista é extremamente enriquecedora e favorável ao desenvolvimento deste setor, além de promover e facilitar a integração entre os poderes e a obtenção de parcerias com o setor privado. Partindo desse pressuposto, a participação popular não pode estar restrita ao COMTUR, ela deve ser incluída nos processos de tomada de decisão, ainda que isso aconteça de maneira consultiva.

O COMTUR, por sua vez, não pode ser compreendido como mais um instrumento burocrático que possibilita a participação do município em programas estaduais e do Ministério do Turismo. Deve ser considerado como um importante instrumento de apoio e de gestão que, por meio da participação social e da inclusão de novos atores, tende a facilitar a comunicação entre a sociedade, o segundo setor e o poder público municipal. O COMTUR de Mongaguá não está ativo.

Para que o planejamento do turismo seja completo e promova o desenvolvimento integrado deste setor é preciso que o COMTUR esteja ativo e atuante. Esta instância de governança possui legitimidade para cobrar um orçamento apropriado para o funcionamento e desenvolvimento do setor dentro



do município, de propor projetos, fiscalizar e monitorar as atividades turísticas. Diante disso, é preciso que sua atuação seja bem estruturada, além de tornar públicas as suas ações e seus representantes e, dessa maneira, promover o fortalecimento institucional, a transparência e a gestão participativa.

Ao que tange a infraestrutura turística e urbana de Mongaguá, foi identificado que ela atende satisfatoriamente a atual demanda, ainda assim, a cidade não é acessível e precisa realizar obras de melhorias para atender às exigências legais referentes à acessibilidade. O deslocamento interno, seja na cidade ou em seus atrativos, não é realizado de maneira confortável por pessoas com mobilidade reduzida ou deficiência.

Além disso, por meio dos dados coletados foi possível perceber que a sinalização turística e a segurança pública precisam de atenção por parte do poder público municipal, visto que somente 19% dos municípios respondentes consideram este último item como bom e, para a sinalização, 55% dos participantes a classificam como ruim ou muito ruim, confirmando os apontamentos do diagnóstico de infraestrutura.

Estes serviços influenciam o cotidiano da população e devem receber atenção da gestão municipal. Manter uma sinalização turística confiável e compreensível é importante para o deslocamento interno de municípios e turistas e para a divulgação do destino, auxilia na visitação dos atrativos e no deslocamento autônomo e seguro dentro do município.

Sobre a segurança pública, estes dados precisam ser levados em consideração no planejamento do município, visto que são os moradores que convivem com a realidade municipal todos os dias, ou seja, eles conhecem as dificuldades que enfrentam com os serviços básicos ofertados em Mongaguá. É importante que o poder público municipal busque ouvir a população para definir ações estratégicas nestas áreas, sobretudo para melhorar a qualidade de vida dos residentes, uma vez que o desenvolvimento do turismo também deve ser favorável para os municípios.



A pesquisa de demanda turística, por outro lado, mostra que os turistas e visitantes classificam a segurança pública como boa e a sinalização turística entre boa e muito boa. Para este último quesito, o resultado obtido pode ser explicado, ainda que em partes, pela presença de placas indicativas, colocadas pelos proprietários dos estabelecimentos com o intuito de guiar o turista, e de sinalização interpretativa, presente em alguns atrativos.

Entretanto, a existência de sinalização indicativa não significa que ela seja favorável ao desenvolvimento do turismo, visto que o diagnóstico de infraestrutura e o de comunicação integrada mostram que as placas não seguem um padrão, sobretudo no Complexo Rural, onde deve ser realizada a manutenção e a instalação de sinalização turística e viária. Sobre a segurança pública, a porcentagem de respondentes que classificam este serviço como regular é muito próximo ao percentual que o consideram bom, ainda que este último seja maior que o anterior, mostrando que ela cumpre sua função, ou seja, atende a demanda, mesmo que esse atendimento nem sempre seja plenamente satisfatório.

A divergência entre a visão dos turistas e dos moradores pode ser explicada pelo fato de que os munícipes são mais impactados pela deficiência na segurança pública e na sinalização local, visto que residem no município e seu contato com tais serviços é diário, consequentemente, sua percepção sobre os mesmos é definida por sua convivência.

Neste sentido, para que o desenvolvimento do turismo seja completo e traga benefícios reais para a localidade e seus habitantes, é preciso que a segurança pública seja melhorada, visto que influencia diretamente o cotidiano dos moradores e, indiretamente, a publicidade que estes fazem da cidade em seu contato como turista. Ao que tange a sinalização turística, ela também foi apontada como uma fraqueza na análise SWOT.

A sinalização turística deficitária, juntamente com a ausência de um mapa turístico, baixa qualidade dos serviços e equipamentos e a existência de atrativos não estruturados para o atendimento ao público, influenciam



negativamente a atratividade da cidade, não contribuindo com sua divulgação, inclusão em circuitos e roteiros turísticos, com a permanência de turistas e turistas em potencial ou com a construção e comercialização de sua imagem.

Ainda sobre a infraestrutura, as pesquisas apontam que moradores e turistas consideram a limpeza urbana boa, o mesmo não acontece com os serviços de telecomunicações e internet, classificados como ruins pelos primeiros e, entre bom e regular pelos segundos. O diagnóstico de comunicação integrada mostrou que poucos atrativos possuem mecanismos de comunicação digital atualizados e uma parcela ainda menor apresenta informações sobre o turismo e os atrativos da cidade, a grande maioria fornece informações sobre os próprios estabelecimentos e serviços prestados.

Ainda assim, a maioria dos turistas obtiveram informações sobre a cidade e seus atrativos por meio da internet, seguido por aqueles que se informaram com amigos e familiares. Os dados mostram a necessidade de aumentar a divulgação da cidade e ampliar o uso de meios de comunicação digital por parte do poder público, estabelecimentos do trade e atrativos turísticos. A internet poderia ser utilizada para dar maior visibilidade aos eventos realizados em Mongaguá e fomentar a interação com os turistas. Por fim, a infraestrutura urbana e turística de Mongaguá, apesar das necessidades de melhorias, atende a demanda de maneiras satisfatória.

Ao que tange os estabelecimentos do trade, foi identificado que eles atendem satisfatoriamente a atual demanda turística de Mongaguá, como foi observado no estudo de potencialidade e nas pesquisas de sensibilidade e demanda turística. Os turistas entrevistados afirmaram sua satisfação com os atrativos, os serviços de alimentação e de hospedagem, consideram que os preços praticados na cidade são regulares.

Ainda que a maioria dos turistas entrevistados estejam satisfeitos com os serviços de alimentação, não se pode perder de vista o fato de que eles se concentram no centro da cidade, não atendendo a todos os atrativos do destino. Os meios de hospedagem, por sua vez, necessitam realizar



manutenção em seus espaços internos e trocar alguns móveis. Por fim, embora o trade atenda de maneira satisfatória a atual demanda, tanto o diagnóstico de infraestrutura quanto o estudo de potencialidade turística apontam que o mesmo tem dificuldades em atender a demanda potencial, como pode ser observado durante os eventos realizados na cidade.

O desenvolvimento do turismo tende a aumentar o fluxo turístico e, conseqüentemente, sobrecarregar os estabelecimentos do trade. Ao mesmo tempo, para que o trade seja fortalecido e garanta o atendimento satisfatório da demanda potencial, é preciso que haja comunicação com o poder público, ou seja, que existam parceiras entre estes atores visando realizar as mudanças estruturais necessárias e melhorar a qualidade da mão de obra. Além disso, tais parcerias podem contribuir com a divulgação da cidade em âmbito local, regional e nacional e fomentar sua atratividade.

Sobre os preços praticados na cidade, embora os turistas considerem que os valores cobrados correspondem aos serviços prestados, os moradores avaliam os preços como ruins. Esse aspecto merece atenção especial por parte da Prefeitura, visto que o aumento dos preços é uma das preocupações dos munícipes em relação ao desenvolvimento do turismo. O serviço de taxi também não está favorável para a maioria dos entrevistados.

Turistas e moradores avaliaram as informações turísticas entre regulares e ruins. Fornecer informações de qualidade, completas, claras e em quantidade ideal é essencial para proporcionar uma recepção favorável e o atendimento das necessidades do turista, contribuindo com a divulgação e com a comercialização da imagem da cidade. A existência do Centro de Informações Turísticas contribui com este objetivo, uma vez que fornece informações sobre o trade, equipamentos, atrativos e eventos.

Ainda assim, é preciso apontar a necessidade de ampliar o potencial de divulgação dos eventos, visto que recebem grande fluxo durante sua realização, além de padronizar os materiais de apoio impressos. O Centro de Informações Turísticas também poderia firmar parcerias com o trade, buscando



Ministério do
Turismo



uma maior divulgação da cidade e seus atrativos nos sites e redes sociais dos meios de hospedagem, estabelecimentos gastronômicos e de diversão noturna.

Não foi possível traçar um padrão para a avaliação dos serviços de *city tour* e guias de turismo, visto que as porcentagens registradas para os avaliações boas, ruins e regulares são muito próximas. Ainda assim, é importante argumentar que estes serviços são essenciais para a atividade turística, sobretudo porque ajudam a disseminar a cultura local, indicam os atrativos e suas especificidades, ou seja, promovem a visita, a divulgação e a integração entre os atrativos e o trade. Boa parte dos munícipes não conhecem estes serviços, conseqüentemente, foram avaliados negativamente.

Um percentual negativo também foi registrado para o quesito “diversão noturna”, 57% dos moradores entrevistados o consideram de péssima qualidade, enquanto 40% dos turistas o consideram regular. Este serviço é complementar ao turismo e pode contribuir com a permanência do turista e com a divulgação da cidade, desde que seja realizado respeitando os munícipes e demais visitantes. Por fim, os turistas entrevistados afirmam que voltariam para outra visita e, assim como os moradores, indicam a cidade enquanto destínoturístico.

A média final obtida pelo município foi 4 e expressa seu alto potencial turístico e a diversidade de atrativos que agrupa em seu território, ainda assim, é preciso realizar melhorias nos serviços de apoio ao turista visando atender a demanda potencial. Em sentido complementar, a existência de oferta de equipamentos e segmentos turísticos, juntamente com a infraestrutura que possibilita o oferecimento de produtos turísticos, compreendem duas das principais forças citadas na matriz SWOT e devem ser exploradas para a promoção do turismo em Mongaguá.

Ainda que o mercado turístico de Mongaguá seja impactado pela concorrência com outros destinos e pela competição com municípios que oferecem produtos turísticos similares, a existência de tais forças, desde que



associadas com as oportunidades de inclusão em roteiros e circuitos turísticos, de participação em programas governamentais e contando com a participação de entidades da sociedade civil e com o turismo de sol e praia, podem representar dois grandes catalisadores de desenvolvimento turístico.

Estes aspectos indicam a necessidade de promover ações que evitem a perda de identidade local e o esgotamento dos recursos turísticos, além de realizar mudanças na legislação, no apoio ao trade e melhorias nos empreendimentos, visando a garantir sobrevivência do destino em curto prazo e seu desenvolvimento em médio e longo prazo.

A realidade turística de Mongaguá é extremamente favorável ao planejamento do turismo e este, por sua vez, tem grande potencial para atuar como catalisador de desenvolvimento local. O município possui, entre fatos concretos e oportunidades, estrutura urbana e turística com capacidade de expansão, atrativos de diferentes segmentos turísticos, grande potencial ambiental, atratividade em determinados pontos turísticos que pode ser ampliada para os demais, grande potencial de atração de investidores potenciais e alto fluxo de visitantes e turistas em potencial, ainda que este fluxo seja mais significativo em temporadas específicas.

Entretanto, para que o turismo atue como um catalisador para o desenvolvimento local é necessário dar atenção aos pontos considerados mais críticos dentro da realidade municipal, a saber: a ausência de legislação sobre o turismo, de funcionamento do COMTUR, de integração entre os atrativos, de participação da população nos espaços de tomada de decisão, pouca divulgação da cidade e de seus atrativos, deficiência na comunicação institucional e na sinalização turística, falta de apoio aos empreendedores, falta de interação entre as empresas e os atrativos, de continuidade administrativa e a baixa qualidade dos serviços e dos materiais utilizados na comunicação com o turista.

Por fim, é possível argumentar que todos os aspectos citados no parágrafo anterior estão sobre o controle da Prefeitura Municipal de Mongaguá,



visto que estão relacionados ao funcionamento interno da mesma. Ou seja, a remoção de tais barreiras pode ser realizada por meio da atuação do poder público municipal e, dessa maneira, contribuir com o pleno desenvolvimento turístico da cidade.

Após a construção e discussão dos resultados obtidos com a matriz SWOT turística, a oficina pública, o estudo de potencialidade, a pesquisa de demanda e a pesquisa de sensibilidade turística, juntamente com os trabalhos anteriormente realizados, serão elaboradas as propostas de ação para o desenvolvimento do turismo em Mongaguá.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUSSAB, W.O.; MORETTIN, P.A. **Estatística Básica**. 5a Edição, Editora Saraiva, 2002.

SCHEAFFER, R. L; Mendenhall, William III. **Survey Sampling**. Editora: Thomson -Brooks/Cole. Ed. 6ª. 2006.

BENI, M. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 1998.

LE MOS, L. **Turismo: que negócio é este?** Campinas: Papyrus, 2001

Planejamento Turístico: um Diagnóstico do Turismo no município de Bombinhas – SC. IX Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo 30 de agosto e 01 setembro de 2012 – Universidade Anhembi Morumbi - São Paulo.



ALMEIDA, Marcelo Vilela de. 2006. Matriz de Avaliação do Potencial Turístico de Localidades Receptoras. Tese (Doutorado) – Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. 233p.

BENI, Mário Carlos. 2000. Análise estrutural do turismo. 3.ed. rev. e ampl. São Paulo: SENAC São Paulo. 517p.

FAGLIARI, Gabriela Scuta; ALMEIDA, Madalena Gonçalves. 2004. Análise de atratividade e hierarquização de atrativos: sistematização de métodos e proposta para atrativos culturais. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-graduação Lato Sensu) – Faculdade Senac de Turismo e Hotelaria de São Paulo.

KOTLER, Philip; HAIDER, Donald H.; REIN, Irving. Marketing Público. São Paulo: Makron Books, 1994.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 12.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

CUNHA, Licínio., Economia e Política do Turismo, Editorial Verbo, Lisboa, 1997.



ANEXO 1. QUESTIONÁRIO DE DEMANDA TURÍSTICA



PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA

Cidade de Mongaguá



1. Origem: _____
2. Gênero: () Masculino () Feminino
3. Idade: _____
4. Estado Civil
() Solteiro () Casado () Viúvo
() Divorciado () Outros _____
5. Grau de Escolaridade
() Ensino Fundamental Incompleto
() Ensino Fundamental Completo
() Ensino Médio Incompleto
() Ensino Médio Completo
() Ensino Superior Incompleto
() Ensino Superior Completo
() Pós-Graduação (Mestrado, Doutorado, Residência, etc)
6. Principal Ocupação Profissional
() Desempregado () Assalariado () Autônomo
() Empresário () Funcionário Público
() Estudante () Aposentado e/ou Pensionista
7. Renda
Responda com base em salários mínimos, sabendo que o atual salário mínimo é de R\$ 880,00.
() até 1 salário mínimo () 1 até 2 salários mínimos
() 2 até 3 salários mínimos () 3 até 4 salários mínimos
() 4 até 5 salários mínimos () 5 até 6 salários mínimos
() acima de 6 salários mínimos
8. Motivação de viagem
() Férias () Final de Semana () Negócios/Trabalho
() Saúde () Compras () Estudos/Curso
() Parentes ou Amigos () Religião ou Peregrinação
() Congresso/Convenção/Feira () Outros _____
9. Meio de Transporte Utilizado
() Transporte Aéreo () Carro de Passeio Próprio
() Transporte Coletivo Regular () Carro de Passeio Alugado
() Transporte Coletivo Fretado () Táxi
() Outros _____
10. Característica do Grupo
() Individual () Familiar () Amigos
() Excursão () Outros _____
11. Tempo de Permanência
() Menos de um Dia () Um Dia
() Um Final de Semana () Uma Semana
() Mais de uma Semana () Um Mês ou Mais

12. Meio de Hospedagem
() Hotel () Pousada () Pensão
() Acampamento () Casa de Parentes/Amigos
() Outros _____
13. Fez Alguma Refeição no Destino
() Sim, Restaurante () Sim, Bar
() Sim, Lanchonete () Sim, local de Hospedagem
() Não
14. Conhece Algum Tipo de Divulgação Sobre a Cidade?
[] Jornal [] Rádio [] TV
[] Revistas [] Internet [] Não Conhece
[] Outros _____
15. Você ou Alguém do Seu Grupo é Possui Necessidades Especiais?
() Sim, respondente () Sim, membro do grupo
() Não
16. Qual tipo de Necessidade
[] Locomoção [] Auditiva [] Visual
[] Mental [] Outros _____
16. Qual(is) atrativo(s) conheceu:

17. Avaliação da Infraestrutura
Para cada um dos serviços utilizados de uma nota de 1 a 5, sendo 1 muito ruim e 5 muito bom.
- | Serviços | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------|---|---|---|---|---|
| Limpeza Urbana | | | | | |
| Segurança Pública | | | | | |
| Sinalização Turística | | | | | |
| Serviços de Táxi | | | | | |
| Telefone e Internet | | | | | |
| Restaurantes/Alimentação | | | | | |
| Hospedagem | | | | | |
| Atrativos Turísticos | | | | | |
| Diversão Noturna | | | | | |
| Informações Turísticas | | | | | |
| Preços Praticados | | | | | |
| Guia de Turismo | | | | | |
| Passeios/ City Tour | | | | | |
18. Você recomendaria a visita a outra pessoa?
() Com Certeza () Talvez () Nunca



ANEXO 2. QUESTIONÁRIO DE SENSIBILIDADE TURÍSTICA LOCAL



PESQUISA DE SENSIBILIDADE TURÍSTICA

Cidade de Mongaguá



1. Bairro: _____

2. Gênero: () Masculino () Feminino

3. Idade: _____

4. Estado Civil

() Solteiro () Casado () Viúvo

() Divorciado () Outros _____

5. Grau de Escolaridade

() Ensino Fundamental Incompleto

() Ensino Fundamental Completo

() Ensino Médio Incompleto

() Ensino Médio Completo

() Ensino Superior Incompleto

() Ensino Superior Completo

() Pós-Graduação (Mestrado, Doutorado, Residência, etc)

6. Principal Ocupação Profissional

() Desempregado () Assalariado () Autônomo

() Empresário () Funcionário Público

() Estudante () Aposentado e/ou Pensionista

7. Renda

Responda com base em salários mínimos, sabendo que o atual salário mínimo é de R\$ 880,00.

() até 1 salário mínimo () 1 até 2 salários mínimos

() 2 até 3 salários mínimos () 3 até 4 salários mínimos

() 4 até 5 salários mínimos () 5 até 6 salários mínimos

() acima de 6 salários mínimos

8. Você nasceu nesta cidade

() Sim () Não

9. Tempo que reside na cidade

() 1 a 10 anos () 11 a 20 anos

() 21 a 40 anos () Acima de 40 anos

10. Quando tira férias ou possui algum tempo livre, para qual cidade costuma viajar?

11. Costuma viajar com qual frequência?

12. Quando você viaja costuma ficar em:

() Pousadas () Hotéis

() Casa de familiares ou amigos

() Outros _____

13. Em sua viagem qual o meio de transporte que costuma utilizar?

[] Aéreos [] Carro próprio [] Táxi

[] Transporte coletivo fretado

[] Transporte coletivo regular

[] Outros _____

14. O que leva você a escolher o seu destino?

() Praia e Sol () Aventura e Turismo Local

() Serra e Clima () Cultura, Fé e Artesanatos

() Negócios () Amigos e Familiares

15. Considera a sua Cidade um Destino Turístico?

() Sim () Não

16. Identifica em sua cidade algum atrativo turístico?

() Sim () Não

17. Acredita no Potencial turístico da Cidade?

() Sim () Não

18. O Poder Público Local Tem Investido no Desenvolvimento do Turismo?

() Sim () Não

19. No que a Prefeitura Deveria Investir para Melhorar o Turismo Local?

20. Identifica algum impacto negativo no desenvolvimento de atividades turísticas locais, Se Sim, Quais?

[] Especulação Imobiliária [] Poluição Sonora

[] Poluição da Cidade [] Aumento dos preços

[] Poluição dos Atrativos Naturais

[] Outros _____

21. Identifica Oportunidade no Desenvolvimento de Atividades Turísticas, Se Sim, Quais?

[] Aumento de Empregos [] Divulgação da Cidade

[] Melhorias na Infraestrutura da Cidade

[] Melhorias na Infraestrutura de Acesso

[] Outros _____

22. Já Participou ou Participa da Atividade Turística?

() Sim, Meios de Hospedagem

() Sim, Meios de Transporte

() Sim, Estabelecimentos Gastronômicos

() Sim, Áreas de lazer e/ou Artesanatos

() Não



PESQUISA DE SENSIBILIDADE TURÍSTICA

Cidade de Mongaguá



23. Você tem Interesse em Participar das Atividades Turística Local
() Sim () Não

24. Quais são as dificuldades para o desenvolvimento da atividade turística no município?

- Falta de Infraestrutura
- Falta de Atratividade
- Falta de Sinalização
- Falta de Divulgação
- Falta de Serviços de Alimentação
- Falta de Meios de Hospedagem
- Falta de Interesse da População
- Falta de Serviço/Apoio ao Turismo

25. Avaliação da Infraestrutura

Para cada um dos serviços utilizados de uma nota de 1 a 5, sendo 1 muito ruim e 5 muito bom.

Serviços	1	2	3	4	5
Limpeza Urbana					
Segurança Pública					
Sinalização Turística					
Serviços de Táxi					
Telefone e Internet					
Restaurantes/Alimentação					
Hospedagem					
Atrativos Turísticos					
Diversão Noturna					
Informações Turísticas					
Preços Praticados					
Guia de Turismo					
Passeios/ City Tour					

26. Em sua Residência Recebe Amigos ou Familiares de Outras Localidades, Se Sim. Responda.

26.1. Qual a Média de Visitantes Que a Sua Residência Recebe ao Ano: _____

26.2. Qual é a Média de Dias Que Eles Ficam: _____

26.3. O Que Eles Costumam Fazer:

27. Você Indicaria o Município para Outras Pessoas Visitarem?

() Sim () Talvez () Não

ENTREVISTADOR

Entrevistador: _____

Data: __/__/____