



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

Cronograma de Execução



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 URBATEC

THIAGO FERRAREZI – COORDENAÇÃO DO PROJETO

CAROLINE B. B. LACOVINO – TURISMOLOGA

DANIELLE CARVALHO – GESTORA DE POLÍTICAS PÚBLICAS

EDUARDO NERI – ENGENHEIRO CIVIL

TALITA SANTOS SOARES – ANALISTA DE SISTEMAS

JHELFRY P. SILVA - ESTATÍSTICO

PAMELA SANTOS - JORNALISTA

THIAGO BUENO DE ARAÚJO – ENGENHEIRO AMBIENTAL

SUELLEN SATO – GESTORA AMBIENTAL

AYRTON GUTIERREZ – DESIGN GRÁFICO

BEATRIZ FRANCISCO – ARQUITETA E URBANISTA



SUMÁRIO

LISTA DE MAPAS	5
LISTA DE GRÁFICOS	5
LISTA DE FIGURAS	5
LISTA DE TABELAS	5
I. APRESENTAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DO TURISMO NACIONAL E PAULISTA.....	8
1. INTRODUÇÃO	8
2. METODOLOGIA.....	10
3. PLANEJAMENTO DO TURISMO	11
4. TURISMO COMO ATIVIDADE HUMANA	15
5. TURISMO NO BRASIL E NO MUNDO	17
5.1. PANORAMA MUNDIAL DO TURISMO.....	18
5.2. GASTOS NO EXTERIOR.....	24
5.3. OS DESAFIOS DO BRASIL	28
6. TURISMO NO ESTADO DE SÃO PAULO.....	31
6.1. PRINCIPAIS NÚMEROS DO ESTADO DE SÃO PAULO:	36
6.2. REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO NO ESTADO DE SÃO PAULO.....	37
6.3. MONGAGUÁ NO ESTADO DE SÃO PAULO.....	43
II. CARACTERIZAÇÃO GERAL DO MUNICÍPIO.....	44
7. ASPECTOS HISTÓRICO-CULTURAIS	44
7.1. HISTÓRICO DO MUNICÍPIO	44
7.2. SÍMBOLOS MUNICIPAIS.....	48
7.2.1. BRASÃO.....	48
7.2.2. BANDEIRA	49
7.3. ORGANIZAÇÃO POLÍTICA	50
7.4. LEGISLAÇÃO PERTINENTE	51
7.4.1. CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO	51
7.4.2. CRIAÇÃO DO FUMTUR – FUNDO MUNICIPAL DO TURISMO	51
8. LOCALIZAÇÃO E ACESSOS	52



9. ASPECTOS NATURAIS.....	54
9.1. GEOLOGIA	54
9.2. GEOMORFOLOGIA	57
9.3. PEDOLOGIA	63
9.4. CLIMA	64
9.5. HIDROLOGIA.....	66
9.6. COBERTURA VEGETAL E FAUNA.....	68
10. ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS.....	74
10.1. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS	74
10.2. ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO.....	77
10.3. ATIVIDADES ECONÔMICAS.....	78
10.4. PRODUTO INTERNO BRUTO	80
10.5. EDUCAÇÃO	82
10.6. SAÚDE.....	84
11. INFRAESTRUTURA BÁSICA URBANA.....	86
11.1. ABASTECIMENTO DE ÁGUA.....	86
11.2. REDE DE ESGOTO.....	87
11.3. RESÍDUOS SÓLIDOS	88
11.4. ENERGIA ELÉTRICA	90
11.5. TRANSPORTE RODOVIÁRIO, URBANO E RURAL.....	91
11.6. SISTEMA DE SEGURANÇA	91
III. RESUMO EXECUTIVO.....	92
12. PLANO DE AÇÕES.....	92
12.1. SELEÇÃO DAS VARIÁVEIS	93
12.1.1. SITUAÇÃO EXTERNA.....	93
12.1.2. SITUAÇÃO INTERNA	94
12.1.3. DIVISÃO DAS VARIÁVEIS INTERNAS POR COMPONENTE.....	94
12.1.4. CRUZAMENTO DAS VARIÁVEIS E FORMULAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS.....	95
12.2. PESQUISA DE DEMANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO - INTERNACIONAL	96
12.2.1... CHEGADAS DE TURISTAS AO BRASIL, POR VIAS DE ACESSO, SEGUNDO CONTINENTES E PAÍSES DE RESIDÊNCIA PERMANENTE - 2014-2015	96
12.3. VARIÁVEIS DO MUNICÍPIO DE MONGAGUÁ	102
12.3.1. MEIOS DE HOSPEDAGEM DE MONGAGUÁ.....	103
12.3.2. INFRAESTRUTURA BÁSICA.....	104
12.3.3. INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	105



12.4.AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA GERAL	106
12.5.SÍNTESE DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA	108
12.6.POTENCIALIDADE TURÍSTICA	114
13. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO E DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIAS POR COMPONENTE	118
13.1.COMPONENTE 01 - ESTRATÉGIA DE PRODUTO TURÍSTICO	118
13.2.COMPONENTE 02 - ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO.....	121
13.3.COMPONENTE 03 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL	123
13.4.COMPONENTE 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS.....	125
13.5.COMPONENTE 05 - GESTÃO AMBIENTAL.....	127
14. ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO.....	128
14.1.PRODUTO TURÍSTICO – PT	129
14.2.COMERCIALIZAÇÃO – C	132
14.3.FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL – FI.....	136
14.4.INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB	140
14.5.GESTÃO AMBIENTAL – GA	145
IV. FONTES DE RECURSOS	151
15. PRODETUR	151
16. DADETUR.....	152
17. FINANCIAMENTO PRIVADO: MECANISMOS E INSTRUMENTOS.....	153
V. MODELO SUGESTIVO DE LEI DO PLANO DIRETOR DE TURISMO.....	155
18. REFERÊNCIAS.....	159



LISTA DE MAPAS

MAPA 1 - REGIÕES TURÍSTICAS DO ESTADO DE SÃO PAULO	40
MAPA 2 - CIRCUITOS TURÍSTICOS DO ESTADO DE SÃO PAULO	42
MAPA 3 - ZOOM DA MAPA 2, COM DESTAQUE PARA MRT SUDOESTE PAULISTA E O MUNICÍPIO DE MONGAGUÁ	43
MAPA 4 - LOCALIZAÇÃO DE MONGAGUÁ	52
MAPA 5 - GEOLOGIA DE MONGAGUÁ/SP.	56
MAPA 6 - GEOMORFOLOGIA DE MONGAGUÁ/SP.	59
MAPA 7 - ALTIMETRIA DE MONGAGUÁ/SP	61
MAPA 8 - PEDOLOGIA DE MONGAGUÁ/SP	63
MAPA 9 - HIDROGRAFIA DE MONGAGUÁ/SP	68
MAPA 10 - VEGETAÇÃO REMANESCENTE EM MONGAGUÁ/SP	72
MAPA 11 - UNIDADES DE CONSERVAÇÃO EM MONGAGUÁ/SP	73

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - FLUXO TURÍSTICO NAS AMÉRICAS	21
GRÁFICO 2 - CHEGADAS AO BRASIL 2006 – 2013	24
GRÁFICO 3 - AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA	29
GRÁFICO 4 - AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS	30
GRÁFICO 5 - AVALIAÇÃO GERAL	30
GRÁFICO 6 - PRECIPITAÇÕES MÉDIAS MENSIS E TEMPERATURAS	65
GRÁFICO 7 - PIRÂMIDE ETÁRIA DE MONGAGUÁ	76
GRÁFICO 8 - DIMENSIONAMENTO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM	103

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - BRASÃO DE MONGAGUÁ	48
FIGURA 2 - BANDEIRA DE MONGAGUÁ	49

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - FLUXO TURÍSTICO NO MUNDO	20
TABELA 2 - FLUXO TURÍSTICO DE CHEGA NO BRASIL	26
TABELA 3 - GASTO MÉDIO DE TURISTAS ESTRANGEIROS DURANTE A COPA DO MUNDO 2014	31
TABELA 4 - ESTIMATIVA DO MOVIMENTO DE PASSAGEIROS NOS AEROPORTOS DO ESTADO DE SÃO PAULO EM 2014.	33
TABELA 5 - VEREADORES DO MUNICÍPIO DE MONGAGUÁ	50
TABELA 6 - DISTÂNCIAS CIDADES EM RELAÇÃO À MONGAGUÁ	53
TABELA 7 - SÉRIE HISTÓRICA CLIMÁTICA DE MONGAGUÁ.	66
TABELA 8 - TERRITÓRIO E POPULAÇÃO	74



TABELA 9 - COMPARAÇÃO DO IDH-M DE MONGAGUÁ E DO ESTADO DE SÃO PAULO.....	77
TABELA 10 - CONDIÇÕES DE VIDA	77
TABELA 11 - PARTICIPAÇÃO (%) DE MONGAGUÁ E DO ESTADO DE SÃO PAULO EM DIFERENTES SETORES DA ECONOMIA.....	78
TABELA 12 - PARTICIPAÇÃO DOS EMPREGOS FORMAIS E SEUS RESPECTIVOS SALÁRIOS MÉDIOS (R\$) NO MUNICÍPIO DE MONGAGUÁ	79
TABELA 13 - EMPREGO E RENDIMENTO	79
TABELA 14 - PIB (EM REAIS) DE MONGAGUÁ E DO ESTADO DE SÃO PAULO.	81
TABELA 15 - ECONOMIA.....	81
TABELA 16 - INDICES EDUCACIONAIS	82
TABELA 17 - RELAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO DO MUNICÍPIO DE MONGAGUÁ.....	82
TABELA 18 - RELAÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS DE SAÚDE DO MUNICÍPIO DE MONGAGUÁ.....	85
TABELA 19 - ESTATÍSTICAS DA SAÚDE	85
TABELA 20 - DEMANDA INTERNACIONAL - CHEGADAS DE TURISTAS	97
TABELA 21 - REGIÕES TURÍSTICAS DO MAPA DO TURISMO BRASILEIRO	102
TABELA 22 - MEIOS DE HOSPEDAGEM - MONGAGUÁ	103
TABELA 23 - INFRAESTRUTURA URBANA.....	104
TABELA 24 - INFRAESTRUTURA TURÍSTICA.....	105
TABELA 25 - NOTA DADA PARA CADA OPÇÃO DE AVALIAÇÃO DE INFRAESTRUTURA	106
TABELA 26 - PONTUAÇÃO MÉDIA DE TODOS OS SEGMENTOS AVALIADOS PELOS TURISTAS E TURISTAS POTENCIAL.	107
TABELA 27 - RELAÇÃO DAS TEMÁTICAS COMPONENTES E ESTRATÉGIAS.	118
TABELA 28 - COMPONENTE 01 - ESTRATÉGIA DO PRODUTO TURÍSTICO.	119
TABELA 29 - COMPONENTE 02 - ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO.....	121
TABELA 30 - COMPONENTE 03 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL	123
TABELA 31 - COMPONENTE 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS	125
TABELA 32 - COMPONENTE 05 – GESTÃO AMBIENTAL.....	127
TABELA 33 - ESTRATÉGIA DO PRODUTO TURÍSTICO.....	129
TABELA 34 - PROGRAMA 01 - PROJETO PT01	130
TABELA 35 - PROGRAMA 01 - PROJETO PT02	130
TABELA 36 - PROGRAMA 01 - PROJETO PT03	130
TABELA 37 - PROGRAMA 01 - PROJETO PT04	131
TABELA 38 - PROGRAMA 01 - PROJETO PT05	131
TABELA 39 - ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO	132
TABELA 40 - PROGRAMA 02 - PROJETO C01	132
TABELA 41 - PROGRAMA 02 - PROJETO C02	133
TABELA 42 - PROGRAMA 02 - PROJETO C03	133
TABELA 43 - PROGRAMA 02 - PROJETO C04	133
TABELA 44 - PROGRAMA 02 - PROJETO C05	134
TABELA 45 - PROGRAMA 02 - PROJETO C06	135
TABELA 46 - PROGRAMA 02 - PROJETO C07	135



TABELA 47 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL.	136
TABELA 48 - PROGRAMA 03 - PROJETO FI01	136
TABELA 49 - PROGRAMA 03 - PROJETO FI02.....	137
TABELA 50 - PROGRAMA 03 - PROJETO FI03.....	137
TABELA 51 - PROGRAMA 03 - PROJETO FI04.....	138
TABELA 52 - PROGRAMA 03 - PROJETO FI05.....	139
TABELA 53 - PROGRAMA 03 - PROJETO FI06.....	139
TABELA 54 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS.	140
TABELA 55 - PROGRAMA 04 - PROJETO ISB01.....	140
TABELA 56 - - PROGRAMA 04 - PROJETO ISB02.....	140
TABELA 57 - PROGRAMA 04 - PROJETO ISB03.....	141
TABELA 58 - PROGRAMA 04 - PROJETO ISB04.....	141
TABELA 59 - PROGRAMA 04 - PROJETO ISB05.....	142
TABELA 60 - PROGRAMA 04 - PROJETO ISB06.....	142
TABELA 61 - PROGRAMA 04 - PROJETO ISB07.....	142
TABELA 62 - PROGRAMA 04 - PROJETO ISB08.....	143
TABELA 63 - PROGRAMA 04 - PROJETO ISB09.....	143
TABELA 64 - PROGRAMA 04 - PROJETO ISB10.....	143
TABELA 65 - PROGRAMA 04 - PROJETO ISB11.....	144
TABELA 66 - PROGRAMA 04 - PROJETO ISB12.....	144
TABELA 67 - PROGRAMA 04 - PROJETO ISB13.....	144
TABELA 68 - PROGRAMA 04 - PROJETO ISB14.....	145
TABELA 69 - PROGRAMA 04 - PROJETO ISB15.....	145
TABELA 70 - GESTÃO AMBIENTAL.	145
TABELA 71 - PROGRAMA 05 - PROJETO GA01	146
TABELA 72 - PROGRAMA 05 - PROJETO GA02	146
TABELA 73 - PROGRAMA 05 - PROJETO GA03	147
TABELA 74 - PROGRAMA 05 - PROJETO GA04	147
TABELA 75 - PROGRAMA 05 - PROJETO GA05	147



I. APRESENTAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DO TURISMO NACIONAL E PAULISTA

1. INTRODUÇÃO

Este cronograma de execução teve como base o diagnóstico, a análise dos segmentosturísticos potenciais e atuais e a proposição de eixos potenciais com a elaboração dos Planos; de gestão ambiental, de ação em infraestrutura, e de ações institucionais. Cabe ressaltar que neste documento estão indicadas todas as ações consideradas necessárias para a implementação do Plano Diretor de Turismo de Mongaguá.

A partir da Política Nacional do Turismo, estabelecida através da Lei 11.771/08, ações de planejamento e desenvolvimento do turismo como o plano de ações, referido neste cronograma de execução surgem como um instrumento base para fins de planejamento, gestão, promoção e execução da atividade turística.

O Cronograma de Execução de Mongaguá tem por objetivo organizar, identificar e dispor informações a respeito da aplicação do trabalho levantado, relacionando as áreas estudadas possibilitando maior subsídio aos gestores públicos e instâncias de governança responsáveis pelo planejamento turístico municipal pautado na sustentabilidade, e também servirá como base de informações atualizadas aos profissionais que atuam junto ao turismo. Além disso, o documento também poderá atender a estudantes, pesquisadores e docentes, bem como empresários, imprensa e munícipes que necessitem de informações sobre o Plano Diretor de Turismo do município.

A partir das informações colhidas nesse documento, que é o resultado da revisão e atualização de documentos anteriores, e que refletem a dinâmica contemporânea da economia do turismo em Mongaguá, o atual trabalho apresenta uma gama de informações primordiais para se conhecer e destacar o potencial turístico que o Destino Mongaguá dispõe, além de permitir que o município alcance o título de município de interesse turístico, concedido pelo Governo do Estado de São Paulo, e, com isso, a verba direcionada para investimentos no setor.



A Frente Parlamentar pelo Desenvolvimento dos Municípios de Interesse Turísticos (Fremitur) lançada na Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo no dia 20 de março de 2013, conseguiu alcançar a aprovação do Projeto de Lei Complementar nº 32/2012 que tinha por objetivo estabelecer condições e requisitos para uma classificação mais ampla de estâncias e municípios de interesse turístico. (ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO. PEC nº 11/13).

A Lei Complementar nº 1261, gerada pelo PLC 032 de 2012, sancionada pelo Governador do Estado Geraldo Alckmin no dia 29 de abril de 2015, garante uma melhor distribuição dos recursos do tesouro do Estado a atividade turística, garantindo que um maior número de municípios – 70 Estâncias e 140 Municípios de Interesse Turístico - seja beneficiado pelos recursos do Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos administrado pelo Departamento de Apoio e Desenvolvimento das Estâncias (DADE), conforme previsto no artigo 146 da Constituição do Estado.

Além disso, a supracitada lei prevê que a cada três anos o Poder Executivo deverá encaminhar à Assembleia Legislativa um projeto de Lei Revisional dos Municípios Turísticos. Observado o ranqueamento das Estâncias Turísticas e dos Municípios de Interesse Turístico, até três Estâncias Turísticas que obtiverem menor pontuação no ranqueamento trienal passarão a ser classificadas como Municípios de Interesse Turístico, com uma consequente redução dos auxílios recebidos, e os três Municípios de Interesse Turístico que obtiverem o melhor desempenho poderão ser considerados Estâncias Turísticas – caso obedeçam todas as exigências previstas no artigo 2º da Lei Complementar – e consequentemente passem a receber mais recurso para investir na atividade.

A partir dos atrativos e das estruturas relacionadas neste cronograma, a ordenação e execução do plano turístico municipal podem ser aplicados, e, além de orientar os possíveis empreendedores que desejam investir no local, possibilitarão a Mongaguá continuar com o título de Estância Turística, aumentando as



perspectivas de recursos para investimento no desenvolvimento e qualificação do turismo local.

2. METODOLOGIA

A presente pesquisa consiste na criação do Cronograma de Execução do Plano Diretor de Turismo da cidade de Mongaguá, o qual incide no mapeamento das atividades analisadas no estudo, necessárias para aplicação do plano, como equipamentos e atrativos turísticos, recursos turísticos, acolhimento e cultura, acessibilidade, entre outras infraestruturas de apoio, bem como o levantamento de informações que são a base para o planejamento da atividade.

Para viabilização desse estudo, inicialmente foram realizadas pesquisas bibliográficas referentes ao tema “turismo”, para poder estruturar as ideias usando como referência autores do ramo, posteriormente uma pesquisa sobre o município e a história de sua formação, levando em conta os pontos que poderiam ser explorados na atividade turística, e por fim trabalhos de campo com observação sobre o local. A pesquisa de campo:

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

Albino Silva (1998) define, que o produto turístico integra tudo que o cliente utiliza e consome desde que sai de casa até ao momento em que retorna, no caso de



uma viagem. Não é apenas entendido como um lugar no avião ou uma cama no hotel ou mesmo uma visita a um museu ou um banho na praia, mas sim um pacote que inclui recursos naturais (clima, paisagem, relevo, flora, fauna, recursos hidrográficos, etc.), culturais (hábitos, costumes e tradições da população) e recursos construídos pelo homem (históricos, culturais, religiosos, estruturas de acolhimento e alojamento, equipamentos esportivos e de animação, meios de acesso e facilidade de transporte e infraestruturas).

A metodologia utilizada para a elaboração do Cronograma de Execução do plano Diretor de Turismo de Mongaguá foi adaptada conforme orientações das diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo, desenvolvido pelo Ministério do Turismo. A elaboração das estratégias adotou como referência a metodologia Strengths Weaknesses Opportunities Threats SWOT. O termo SWOT é uma sigla oriunda do idioma inglês, e significa Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). As oportunidades e ameaças referem-se ao macroambiente (situação externa) e as forças e fraquezas ao microambiente (situação interna).

Em linhas gerais, a análise de SWOT consiste em identificar as principais variáveis de cada condicionante; cruzar as variáveis numa matriz; e formular as estratégias a partir dos resultados do cruzamento das variáveis. Considerando que a análise SWOT é resultante das variáveis elencadas a partir do diagnóstico da região e daquelas presentes na realidade do turismo paranaense e brasileiro, apresenta-se a seguir o percurso metodológico adotado para a elaboração das estratégias deste plano.

3. PLANEJAMENTO DO TURISMO

O planejamento está presente no cotidiano das pessoas, seja em casa ou no trabalho; sempre se está articulando alguma ideia e/ou ação a fim de organizar o futuro, sendo sobre essa ótica que a maioria dos autores define o planejamento.



No turismo o planejamento se torna um instrumento de ação imprescindível, considerando que se consolidou como uma das atividades socioeconômicas mais importantes do século XXI. Nota-se que ainda existe uma grande carência de planejamento no turismo, uma vez que a maioria das destinações, principalmente no Brasil, surgiu de forma espontânea, ou seja, sem um planejamento adequado, gerando como consequência muitos problemas às localidades receptoras.

Para Ignarra (1990 apud SANTOS, 2003, p. 2):

[...] o planejamento é um processo contínuo de tomada de decisões, onde se prevê o curso dos acontecimentos e a situação futura desejada. Assim, deve ser sistemático e flexível para que se atinjam os objetivos determinados, tornando um processo lógico de pensamento, onde se aborda racionalmente e cientificamente os problemas identificados ao se analisar a realidade.

Algo importante a se destacar é que o planejamento necessita ser um processo em constante revisão, pois é por meio desta que ações lógicas e sustentáveis podem ser traçadas. Quando se opta em agir desta forma, todos os envolvidos neste grande fenômeno, que é o turismo, acabam se fortalecendo.

Para Ruchsmann (1999, p. 9) “a finalidade do planejamento turístico consiste em ordenar as ações do homem sobre o território e ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada”.

O espaço turístico é um tema que não pode deixar de ser discutido quando o assunto é planejamento aplicado ao turismo. A atividade turística utiliza obrigatoriamente o espaço físico, ou seja, aproveita-se dos espaços existentes sobre a superfície terrestre. Um dos aspectos mais importantes do planejamento é como organizar as ações do homem sobre esses espaços.



Boullón (2002, p. 75) afirma que “o planejamento maneja sete tipos diferentes de espaço físico: o real, potencial, cultural, natural adaptado (rural), artificial, natural virgem e vital”. Reduzindo as possibilidades de aplicação do planejamento físico às mais gerais, pode-se dizer que são duas: planejamento do espaço natural e planejamento do espaço urbano.

O espaço natural é aquele onde podem ser encontrados vestígios da natureza virgem, ou seja, todos os ecossistemas preservados e conservados. Já o espaço urbano é aquele em que o homem construiu suas cidades, sendo possível encontrar uma infraestrutura comercial, industrial, financeira e cultural simples ou complexa.

Boullón (2002, p. 66 e 67) acrescenta ainda que:

[...] o patrimônio turístico de um país é determinado a partir da integração de quatro componentes: os atrativos turísticos (matéria-prima), o empreendimento turístico (equipamentos e instalações), a infraestrutura (recursos de apoio e aparato produtivo) e a superestrutura (subsistema organizacional e recursos humanos disponíveis para operar o sistema).

O espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos, ou seja, ele é detectado pelo agrupamento e concentrações de atrativos e empreendimentos turísticos que saltam à vista. Podem ser relacionados devido ao seu tamanho e distribuição na superfície, como: zonas, áreas, complexos, unidades, núcleos, conjuntos e corredores turísticos (BOULLÓN, 2002).



Somente por meio de um planejamento bem elaborado e a participação ativa da comunidade é que o turismo se desenvolve com sucesso dentro de um determinado local ou área, portanto:

O turismo é um consumidor intensivo de território e, portanto deve-se planejar seu desenvolvimento numa ótica que aponte claramente quais objetivos econômicos se deseja alcançar, quais espaços devem ser protegidos e qual a identidade que será adquirida ou fortalecida (DIAS, 2003, p.37).

Independentemente do lugar, o turista será o interpretador do espaço, é ele que captará a beleza de onde está visitando e é por isso que estes ambientes necessitam ser planejados para trazê-los, uma vez que garantirá “uma permanência mais longa do visitante e uma maior satisfação em sua estada” (ROSE, 2002, p. 41).

Dentro das esferas governamentais, sejam elas em nível nacional, estadual ou local, o planejamento do uso dos espaços básicos para o desenvolvimento do turismo, deve ser uma premissa essencial, para que os recursos naturais e artificiais sejam ofertados de forma sustentável.

Segundo Rose (2002, p. 25):

[...] a falta de planejamento adequado na utilização dos recursos [...] de uma destinação turística poderá acarretar, a médio prazo, no esgotamento destes recursos, que, na maioria dos casos, são irrecuperáveis, inviabilizando a comercialização e, conseqüentemente, acarretando o abandono do local por parte da demanda.



Para que o turismo se desenvolva sustentavelmente, ou seja, em harmonia com os ambientes sociais, econômicos, culturais e naturais de uma localidade, o planejamento necessita ser uma ferramenta em constante uso e revisão, para que fortaleça o turismo e diminua os impactos negativos dentro da comunidade onde foi inserido.

Uma ação mal planejada em um determinado lugar pode afetar outro em consequência, por isso, “o planejamento turístico deve abranger não apenas um recurso (ou localidade), mas também o seu entorno, baseando seus estudos e propostas além de limites políticos ou administrativos” (RUCHSMANN, 1999, p. 87).

4. TURISMO COMO ATIVIDADE HUMANA

Desde as mais antigas civilizações, muitos foram os estímulos que levaram o homem a ir além de suas fronteiras. Pode-se perceber que o turismo, por meio de seu desenvolvimento histórico, se iniciou quando o homem passou a se locomover para lugares até então desconhecidos. Inúmeras foram as motivações que levaram as pessoas a explorarem outros territórios, como: motivação econômica – viajavam em busca de novas terras, que lhes possibilitassem ocupar, utilizar e comercializar seus produtos com outros povos; motivação religiosa – para visitarem novos templos, conquistar novos discípulos e até mesmo alcançarem a cura de uma doença.

Entretanto, foi no Império Romano que se acharam alguns registros das primeiras viagens com intuito de lazer, nos quais os indivíduos viajavam quilômetros, por dias, apenas para visitar grandes templos ou para relaxar tomando banhos medicinais. Já na Idade Média, período entre o século V ao XV, o principal deslocamento resumia-se às peregrinações. Muitos mosteiros foram erguidos para servirem de abrigo aos peregrinos (‘turistas’). Os principais destinos:



Terra Santa de Jerusalém, Roma e o início das peregrinações ao túmulo de Tiago (um dos discípulos de Jesus Cristo) – que se transformaria futuramente no caminho de Santiago de Compostela, na Espanha.

Os séculos XV e XVI foram marcados pelas grandes navegações. Estas não encontraram limites, sendo intensas explorações em alto mar. O Brasil, por exemplo, iniciou sua história no turismo, com o seu próprio descobrimento. Foram muitos os países que enviaram seus navegadores para explorar as costas brasileiras.

O turismo neoclássico (Grand Tour) também tem início no século XVI, período em que os jovens (homens) da classe privilegiada, acompanhados de seus professores particulares, realizavam viagens pela Europa, com o objetivo de conhecer novas culturas, línguas e obter novos conhecimentos. Normalmente viajavam de navio, a cavalo, em lombo de burro e a pé. De acordo com BARRETO (2001), a ideia era que esses jovens “adquirissem experiência de vida, firmeza de caráter e preparação para a guerra”, pois, muitos “viriam a exercer cargos na classe dirigente, civil ou militar”.

Nos séculos XVIII e XIX, período da Revolução Industrial, o avanço nos meios de transportes se desenvolveu aceleradamente e novas fontes de energia começaram a surgir. No início, o barco a vapor passou a ser o meio de transporte mais seguro, rápido e com maior capacidade de carga e passageiros que existia.

Deste modo iniciou-se um grande intercâmbio turístico, principalmente entre a Europa e os demais continentes. As ferrovias também foram as que mais proporcionaram deslocamentos a grandes distâncias. Em 1841, Thomas Cook, organizou uma viagem de trem para 570 passageiros na Inglaterra. Na história do turismo sua empresa é considerada a primeira agência de viagens do mundo, a “Thomas Cook and Son” (IGNARRA, 2002).

Neste mesmo período os trabalhadores passavam cerca de 80 horas semanais nas indústrias têxteis em pleno trabalho. Com a indignação dos mesmos e a união da classe, os operários iniciaram uma série de movimentos em reivindicação aos seus direitos, conquistando a regulamentação trabalhista, assegurada por leis.



A primeira constituição do mundo que dispõe sobre o direito do trabalho é do México de 1917, que garantia jornada diária de 8 horas, descanso semanal, igualdade salarial, regulamentação do trabalho feminino, extinção do trabalho infantil e salário mínimo. Após esse acontecimento, outros países seguiram o exemplo, como: Alemanha, Itália, Espanha, Portugal, Brasil e outros. O direito do trabalho se consolidou como uma necessidade social e as leis trabalhistas surgiram como uma forma de regulamentar as relações de trabalho que se desenvolveram nos meios econômicos de produção de bens e prestação de serviços. (MASCARO, 2001)

Estes direitos trouxeram às pessoas a disponibilização de tempo livre e recursos financeiros para viajar. Inicia-se, então, uma nova fase para o turismo, onde as pessoas têm como direito garantido o tempo livre.

Diante deste panorama histórico percebe-se que o turismo é um fenômeno social, totalmente ligado às ações do ser humano, uma vez que estes são os principais consumidores e fortalecedores de todos os mecanismos com que a atividade está ligada. Por meio dele, pode-se ter acesso às mais diferentes paisagens, culturas e infraestruturas.

Segundo Trigo (2000, p.12), o turismo é “uma atividade humana intencional que serve como meio de comunicação e como elo de interação entre os povos, tanto dentro como fora de um país”. Por isso, todas as pessoas precisam ter acesso garantido a esta atividade, que tanto tem a acrescentar ao ser humano. Na Conferência de Manila, em 1980, o turismo ficou reconhecido como um instrumento de desenvolvimento da personalidade humana, deixando como dever aos países criarem para seus cidadãos condições e práticas de acesso efetivo e sem discriminação a este tipo de atividade (DIAS, 2003).

5. TURISMO NO BRASIL E NO MUNDO



5.1. PANORAMA MUNDIAL DO TURISMO

O Turismo vem ganhando importância crescente em todo o mundo, em virtude do seu papel relevante no desenvolvimento econômico e social, gerando renda e empregos diretos e indiretos. É uma atividade de demanda, associada ao consumo, sendo seu desempenho fortemente influenciado pelo crescimento no nível de renda dos consumidores efetivos dos demandantes potenciais.

São milhares de pessoas indo de um lugar para outro do mundo, utilizando-se dos mais variados meios de transportes, ou seja, carro, ônibus, trem, navio e, principalmente, avião. Turismo de lazer, negócios e eventos, assim como visitas a amigos e parentes são os principais motivos que levam ao desenvolvimento da atividade turística nos mais variados países, estados ou cidades.

No mundo, o turismo movimenta em receitas cambiais algo em torno de US\$ 919 bilhões, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT). Como aquecimento da economia mundial nos últimos anos, verificou-se que o fluxo internacional de turistas vem crescendo significativamente.

Segundo a OMT o turismo mundial em 2013 teve um aumento significativo de pessoas viajando para o exterior. A chegada de turistas internacionais aumentou 5% em todo o mundo, alcançando um novo recorde de 1,087 bilhão de pessoas.

Viajaram 52 milhões de turistas internacionais a mais do que no ano anterior. Considerando fatores econômicos, humanos, tecnológicos e culturais, o turismo abrange um volume financeiro mundial superior a US\$ 7 trilhões, um crescimento médio de 4% ao ano e um fluxo de 880 milhões de viagens (WTTC, OMT, 2009). Estudos preveem um fluxo de 1,3 bilhão de turistas internacionais para 2020.

O setor turístico demonstrou uma notável capacidade de adaptação às condições instáveis dos mercados, assim como para impulsionar o crescimento e criação de emprego em todo o mundo, apesar dos desafios econômicos e geopolíticos.





Tabela 1 - Fluxo Turístico no Mundo

Regiões e sub-regiões	Turistas (milhões de chegadas)					
	2008	9	010	011	2012	2013
Mundo	916,6	982,1	1050,1	1096,0	1.035,5	1.086,9
Europa	485,2	561,6	686,6	816,8	534,4	563,5
Europa do Norte	60,8	70	83,8	94,8	65,1	68,9
Europa Ocidental	153,2	148,5	154,3	161,1	166,5	174,3
Europa Central/Oriental	100,0	106	105,0	103,9	111,6	118,9
Europa Meridional/Mediterrâneo	171,2	164,5	173,5	187,0	191,2	201,4
Ásia e Pacífico	184,1	281,1	405,1	518,3	233,6	248,1
Ásia Nordeste	100,9	100	11,5	15,8	122,8	127,0
Ásia Sudeste	61,8	71	70,0	77,3	84,6	93,1
Oceania	11,1	11,9	1,6	1,7	12,1	12,5
Ásia Meridional	10,3	11	2,0	3,5	14,1	15,5
Américas	147,8	140,7	150,3	156,5	163,0	167,9
América do Norte	97,7	97,1	99,3	102,1	105,9	110,1
Caribe	20,1	20,6	20,9,5	20,1	21,0	21,2
América Central	8,2	8,5	7,9	8,3	8,9	9,2
América do Sul	21,8	21,4	23,6	26,0	27,2	27,4
África	44,3	44,9	49,9	49,5	52,5	55,8
África do Norte	17,1	17,6	18,8	17,1	18,5	19,6
África Subsaariana	27,2	27,3	31,1	32,4	34,0	36,2
Oriente Médio	55,2	55,8	58,2	54,9	52,0	51,6

Fonte: Organização Mundial do Turismo – OMT.

Pelo mundo, observa-se uma recuperação dos dados relacionados ao desempenho da atividade turística dos países. Em 2013 observou-se um crescimento acompanhado por uma tendência de descentralização do fluxo turístico.

No turismo mundial o destaque vai para a Europa que liderou o crescimento em valores absolutos, acolhendo mais de 29 milhões de turistas internacionais, para um total de 563 milhões, tendo-se verificado um crescimento de 5% e o dobro da média da região para o período entre 2005 e 2012. Em termos relativos, o crescimento foi mais forte na Ásia e no Pacífico (6%), onde o número de turistas internacionais cresceu 14 milhões, para chegar a 248 milhões. As Américas (4%) tiveram um aumento de seis milhões de chegadas, para um total de 169



milhões, enquanto a África também registrou um crescimento de 6%, com mais 3 milhões de chegadas, para um número recorde de 56 milhões.

De acordo com os dados do Barômetro Mundial de Turismo, entre os 10 mercados emissores mais importantes do mundo, destacou-se a China, com os chineses a gastarem 102 mil milhões de euros, o que se traduziu em mais 28%, e a Rússia, onde os gastos aumentaram 26%.

O desempenho do turismo na América Latina em 2013 foi menor do que em 2012, embora tenha apresentado leve crescimento. Nos primeiros nove meses de 2013 o crescimento da América do Sul foi de 2% e da América Central de 3%.

Gráfico 1 - Fluxo Turístico nas Américas



Os indicadores mostram que o cenário econômico mundial está beneficiando os mercados avançados, sobretudo a Europa, que cresceu 6% no período, enquanto que a América Latina passou a figurar entre os emissores mundiais de turistas e



também entre os mercados que mais gastam em viagens (Brasil +15%).

Na área de eventos, Brasil, Argentina e México se destacam no ranking da ICCA, assim como as cidades de Buenos Aires, Rio de Janeiro e São Paulo. A realização do Mundial de Futebol da FIFA em 2014 aumentou a visibilidade internacional não somente para o Brasil, mas para muitos países da região.

O desempenho da indústria de viagens e turismo na América Latina mostra a importância desse negócio para a economia dos países, contribuindo com 3,2% do PIB e gerando cerca de 3% dos postos de trabalho da região (WTTC, 2013). A melhoria do ambiente de negócios e do desempenho do setor passa pelas condições econômicas e a realização de políticas que possam dinamizar o turismo,



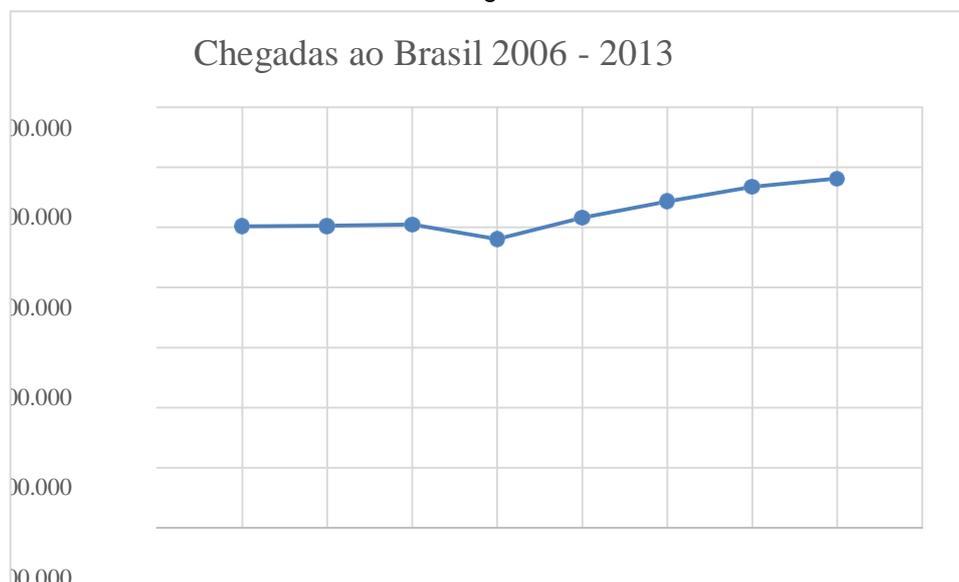
e ao mesmo tempo pela evolução e dinamização das redes de negócios que as empresas criam em torno do setor.

No Brasil, houve um crescimento ainda maior na chegada de turistas do que a média mundial. No entanto, o gasto de estrangeiros no Brasil medido em dólares cresceu pouco, já que com a forte desvalorização do real ao longo de 2013 os estrangeiros precisaram de menos dólares para atender as mesmas necessidades.

O Brasil em 2013 recebeu aproximadamente 6 milhões de turistas, um aumento de 5,6% no número de chegadas de estrangeiros em relação a 2012. Esse índice também é superior ao de toda região das Américas – que recebeu 3,6% turistas a mais em 2013, na comparação com o ano anterior. Apesar do crescimento de no mínimo 5,6% no número de chegadas de pessoas ao país, o gasto dos turistas medido em dólares subiu apenas 0,8% no ano. A forte valorização do dólar e do euro frente ao real é um dos motivos. O dólar começou 2013 cotado a R\$ 2,04, e fechou cotado a R\$ 2,35. A moeda americana se fortaleceu 16% ao longo do ano. A mudança cambial faz com que os turistas possam consumir os mesmos bens e serviços em reais com menos dólares.



Gráfico 2 - Chegadas ao Brasil 2006 – 2013



Fontes: Departamento de Polícia Federal e Ministério do Turismo.

5.2. GASTOS NO EXTERIOR

Os brasileiros que fizeram turismo no exterior passaram a gastar 14,2% a mais. Isso fez com que os brasileiros ganhassem uma posição no ranking da OMT de turistas que mais gastam dinheiro.

O país ultrapassou Cingapura e ocupa agora a 11ª posição – atrás de China, Estados Unidos, Alemanha, Grã-Bretanha, Rússia, França, Canadá, Japão, Austrália e Itália. O relatório da OMT destaca o forte crescimento de gastos de chineses e russos com turismo no exterior. Pelo quarto ano consecutivo, o consumo de chineses no exterior cresceu mais que 25%. A previsão da OMT é que esse percentual fique acima de 30% em 2013. Os chineses lideram com folga os gastos de turistas no mundo – foram US\$ 102 bilhões em 2012. Naquele ano, os americanos – que ocupam o segundo lugar no ranking – gastaram US\$ 83,5 milhões. Em três anos, os turistas russos pularam da 10ª para a 5ª posição no ranking, sempre gastando mais que 20% em relação ao ano anterior.



A Europa segue sendo o destino favorito dos turistas – 51,8% das pessoas (ou 563 milhões de pessoas) que viajaram em 2013 foram para o continente europeu. Mas a região que registra o maior crescimento nos últimos anos é o Sudeste Asiático. Em 2013, mantendo a média dos últimos anos, países como a Tailândia, Indonésia e Malásia atraíram 10% a mais de estrangeiros do que no ano anterior. A OMT prevê que em 2014 o número de pessoas viajando para o exterior continuará crescendo – mas em um ritmo mais lento do que o de 2013, entre 4 e 4,5%.

As tendências de mercado destacam a importância da tecnologia para impulsionar vendas e melhorar a experiência dos turistas nos destinos; a diversificação de produtos e sua adaptação à demanda como um dos fatores de atratividade de visitantes; as promoções e o custo das viagens como determinantes na hora da compra de viagens; a clareza cada vez mais destacada da importância dos comentários dos turistas sobre suas experiências como influenciador de fluxos; e a utilização de telefones e tablets, como verdadeiros guias de todas as horas em todos os lugares.



Tabela 2 - Fluxo Turístico de Chega no Brasil

Principais países emissores	Chegadas de turistas														
	2009			2010			2011			2012			2013		
	Total	Participação %	Posição	Total	Participação %	Posição	Total	Participação %	Posição	Total	Participação %	Posição	Total	Participação %	Posição
Total	802.217	100,00		161.379	100,00		433.354	100,00		676.843	100,00		813.342	100,00	
Argentina	211.159	22	1º	399.592	27,12		593.775	29,33		671.604	29,45		711.491	29,44	1º
Estados Unidos	103.674	12,57	2º	141.377	12,43		194.947	10,95		136.463	10,33		132.827	10,20	2º
Alemanha	30.373	3,76	8º	34.340	3,77		32.730	3,55		46.401	4,34		38.932	4,63	3º
Uruguai	70.491	8,55	11º	100.724	3,89		17.200	4,00		50.586	4,41		38.203	4,61	4º
Chile	39.412	4,94	6º	28.545	4,43		31.204	4,81		53.864	4,47		32.512	4,52	5º
Paraguai	15.595	1,94	4º	26.630	4,39		41.739	4,45		58.437	4,55		36.505	4,07	6º
Itália	53.545	6,63	3º	45.491	4,76		29.484	4,22		30.114	4,05		33.243	4,01	7º
França	105.860	13,19	5º	99.719	3,87		107.890	3,83		118.626	3,85		124.078	3,85	8º
Espanha	74.526	9,28	9º	79.340	3,47		90.392	3,50		90.406	3,18		99.751	2,92	9º
Portugal	72.643	9,05	10º	67.355	3,24		49.564	2,75		55.548	2,74		69.732	2,92	10º



Inglaterra	33.697	83	7º	39.065	3,66	728	3,38	10º	349	2,97	10º	350	89	11º
Bolívia	8.010	62	14º	5.567	1,66	45	1,68	12º	324	1,77	13º	361	00	12º
Colômbia	8.975	64	13º	11.020	1,57	95	1,60	13º	396	1,62	14º	302	70	13º
Peru	3.454	74	12º	9.359	1,93	29	1,57	14º	339	1,98	12º	328	63	14º
Holanda	6.655	39	18º	9.742	1,16	47	1,16	19º	302	1,29	16º	325	50	15º
Japão	8.028	42	17º	7.616	1,31	51	1,19	18º	358	1,09	20º	338	32	16º
Suíça	5.518	57	15º	6.411	1,48	62	1,33	15º	333	1,29	15º	387	19	17º
Canadá	2.736	51	16º	9.995	1,36	51	1,21	17º	371	1,23	17º	390	18	18º
China	3.886	12	20º	1.186	0,99	61	1,05	20º	306	0,90	23º	309	18	19º
México	3.296	32	19º	4.188	1,24	58	1,29	16º	362	1,21	18º	310	16	20º
Outros países	00.684	51		34.117	12,29	702	13,14		354	13,28		368	108	

Fontes: Departamento de Polícia Federal e Ministério do Turismo.



5.3. OS DESAFIOS DO BRASIL

Nos próximos anos, o Brasil terá oportunidade de entrar no mapa dos grandes destinos turísticos do mundo, não apenas porque foi sede da Copa do Mundo em 2014 e porque sediará os Jogos Olímpicos em 2016, mas em função de um conjunto maciço de investimentos em infraestrutura e marketing na área.

Os desafios para o Brasil são ambiciosos, o Ministério do Turismo tem como objetivo sair da sexta para a terceira economia turística do planeta, ficando atrás apenas dos gigantes: China e Estados Unidos, exigindo um crescimento anual médio de mais de 8% do turismo do Brasil, sendo uma taxa superior ao crescimento médio da atividade turística no mundo e ao próprio crescimento do nosso PIB. É um desafio que o Mtur e o governo brasileiro assumem com satisfação, cientes que o turismo repousa uma forte solução para o crescimento sustentado e sustentável do país, com redução de desigualdades regionais, inclusão social e geração de emprego e renda. Prova disso foi o crescimento em 18,5% somente entre 2007 e 2011, e com a geração de quase 3 milhões de empregos diretos entre 2003 e 2012, pode-se crescer no mínimo o dobro no futuro, conforme a implementação das ações do Plano Nacional de Turismo(PNT).

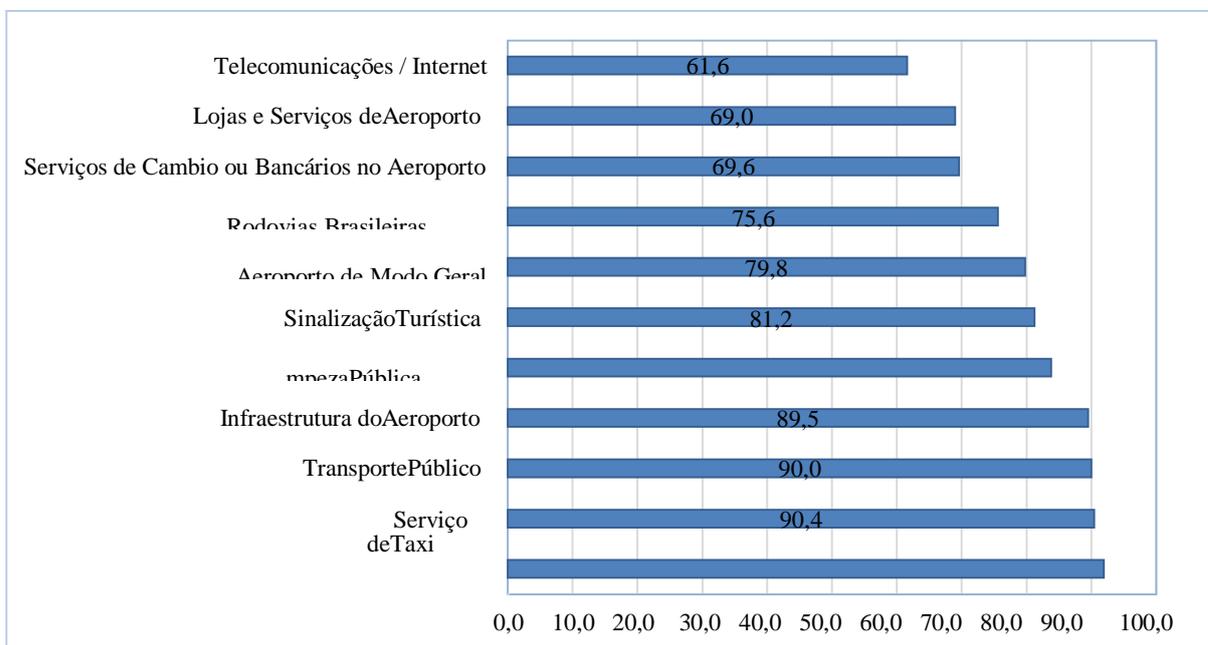
Para que este crescimento aconteça, se faz necessário aproveitar os grandes eventos. Primeiro, o legado de infraestrutura aeroportuária e de mobilidade urbana, dois fatores-chave para alavancar a competitividade do Brasil enquanto destino turístico internacional e doméstico. A Copa do Mundo FIFA realizada somada a Olimpíada darão um salto na capacitação dos brasileiros em receber turistas.

Pensando nos megaeventos como oportunidades pode-se observar através dos dados coletados e divulgados acerca do resultado da Copa do Mundo FIFA de Futebol realizada no Brasil entre Junho e Julho de 2014, que 90,2% dos turistas entrevistados tiveram a Copa do Mundo como a principal motivação da viagem (BRASIL. Ministério do Turismo, 2014b) e 95% dos turistas estrangeiros querem retornar ao país sendo que 98% dos turistas teve suas expectativas plenamente atendidas ou superadas (BRASIL. Ministério do Turismo, 2014b).



A seguir veremos a percepção do mundo em relação ao produto turístico brasileiro, incluindo as avaliações positivas por parte dos turistas em significativas áreas. Como pode-se observar a seguir, esses dados demonstram um forte potencial de desenvolvimento para o produto turístico nacional.

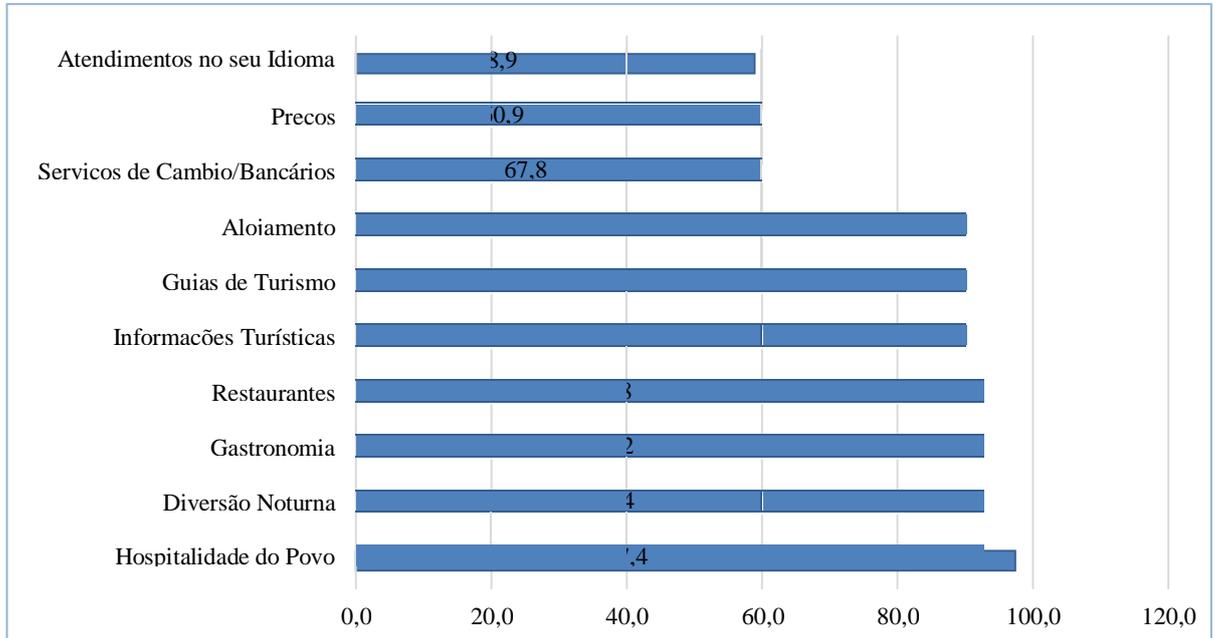
Gráfico 3 - Avaliação da infraestrutura



Fonte: BRASIL. Ministério do Turismo, 2014.

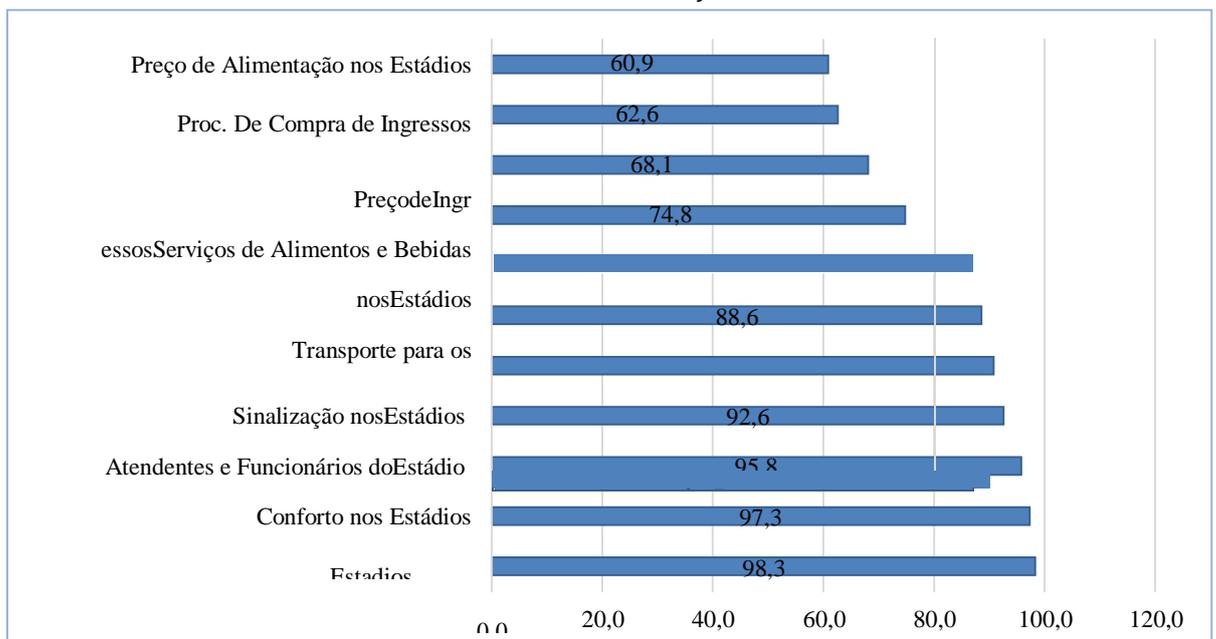


Gráfico 4 - Avaliação dos Serviços Turísticos



Fonte: BRASIL. Ministério do Turismo, 2014.

Gráfico 5 - Avaliação Geral



Fonte: BRASIL. Ministério do Turismo, 2014.

Além das boas avaliações em relação a estrutura e serviços, houve um aumento em relação a demanda habitual de alguns tipos de meios de



hospedagem, apresentando 16,1% das opções dos turistas por imóveis alugados 10,6% por albergues e campings durante o período da Copa do Mundo, quando a opção por esses meios de hospedagem habitualmente é de 11,9% e 4,9% respectivamente. O crescimento considerável para alternativas em hospedagem também se deve ao grande número de turistas que viajaram acompanhados de amigos ou sozinhos, o que ocasiona uma possível influência no perfil da demanda (BRASIL. Ministério do Turismo, 2014).

Tabela 3 - Gasto Médio de Turistas Estrangeiros durante a Copa do Mundo 2014

Gastos na viagem	U\$\$
Gasto médio per capita no Brasil	2.099
Gasto médio per capita diário no Brasil	134

Fonte: BRASIL. Ministério do Turismo, 2014.

Entre as informações coletadas pode-se observar conforme tabela anterior que o gasto médio per capita no Brasil durante a viagem foi de US\$ 2.099,00 o que segundo o Mtur é quase o dobro em relação ao gasto habitual dos turistas estrangeiros (BRASIL. Ministério do Turismo, 2014c).

Um grande desafio é incluir plenamente essa parcela da população, e o turismo é uma ferramenta importante para fazê-lo rapidamente, modificando nosso cenário social. Ao mesmo tempo, uma parcela expressiva da população que só nos últimos anos passou a ter acesso ao consumo, bem como o número cada vez maior de idosos existente no país, deseja viajar e quer conhecer o Brasil. Políticas que conduzam à realização desse desejo, como os programas de incentivo a viagens em baixa temporada, são um passo importante para a consolidação do Brasil enquanto destino turístico preferencial dos próprios brasileiros.

6. TURISMO NO ESTADO DE SÃO PAULO



Composto por uma série de atividades produtivas, o turismo brasileiro apresenta hoje uma contribuição total – que inclui as atividades diretas, indiretas e induzidas do turismo – de 9,2% do PIB, o equivalente a US\$ 205,6 bilhões (ou R\$ 443,7 bilhões de reais) gerados de acordo com o estudo elaborado pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) em 2013, promovendo impactos significativos creditados a uma movimentação de mais de 52 setores na economia do país. Quanto a sua participação direta, o turismo representa 3,7% do PIB brasileiro, gerando em torno de US\$ 76,1 bilhões e cerca de 2,9 milhões de empregos, segundo o IBGE (Mtur/Embratur,2014).

Restringindo a análise para São Paulo, este Estado, com uma população que ultrapassa 44 milhões de habitantes e detém 32,6% do PIB nacional, segundo estudos do IBGE de 2013, desponta como um dos Estados brasileiros mais visitados. Sua capital se destaca como o principal destino de negócios do país – chegando a receber 13 milhões de pessoas por ano – porém o estado como um todo possui a maior infraestrutura do país, com uma gama de serviços de saúde, alimentação, hospedagem, entretenimento e educação, e abriga uma grande variedade cultural e artística promovida pela diversidade de nacionalidades, além disso, apresenta uma diversidade de paisagens naturais. Nesse contexto, o turismo tem grande participação na economia do Estado devido aos vários setores de atuação e a grande variedade de atrações nos diversos segmentos de mercado como de ecoturismo, religioso, histórico, de sol e praia, de eventos, compras, entre outros.

O estudo mais recente elaborado pela TUR.SP (Companhia Paulista de Eventos e Turismo) em 2011 apresenta que em 2009, o Estado recebeu cerca de 44,4 milhões de turistas, sendo 42,6 milhões de turistas domésticos e 1,8 milhões de turistas internacionais.

No setor aéreo também se revela um desempenho favorável, particularmente pelas 37 empresas que operam voos diretos entre



São Paulo e destinos internacionais que, a partir de 2006, obtiveram aumento acima de 30% de suas frequências regulares.

Em 2010, entre os meses de janeiro e outubro, os aeroportos administrados pela Infraero no Estado de São Paulo registraram movimento de 39.423.918 passageiros, o que representa, aproximadamente, 20% a mais em relação ao mesmo período do ano anterior.

Já em relação ao DAESP (Departamento Aeroviário do Estado de São Paulo) que envolve 31 aeroportos, o movimento de passageiros chegou a 1,2 milhão durante o ano.

Com esses fluxos, o turismo em São Paulo gerou 360 mil postos de trabalho em 2010 e uma receita turística total da ordem de R\$ 56,5 bilhões advinda de gastos diversos em hospedagem, alimentação, compras e lazer.

Os dados oficiais de 2014 ainda não foram divulgados, porém, baseado nas estatísticas disponíveis nos sites da INFRAERO, DAESP e GRU Airport, apresenta-se os seguintes dados aproximados:

Tabela 4 - Estimativa do movimento de passageiros nos aeroportos do Estado de São Paulo em 2014.

DAESP ¹	INFRAERO ²	GRU Airport ³	TOTAL
2.685.936	16.636.731	35.975.000	55.297.667

¹ Movimento de passageiros em 2014 nos aeroportos administrados pelo DAESP. Disponível em: <<http://www.daesp.sp.gov.br/estatistica-consulta/#!prettyPhoto/1/>>. Acesso em: 16 jan.2015.

² Movimento de passageiros até novembro de 2014 nos aeroportos administrados pela INFRAERO no Estado de São Paulo. Disponível em: <<http://www.infraero.gov.br/index.php/br/estatistica-dos-aeroportos.html>>. Acesso em: 16jan.2015.

³ Movimento de passageiros até novembro de 2014 no Aeroporto Internacional de Guarulhos. Disponível em: <<http://gru.com.br/pt-br/Estatisticas>>. Acesso em: 16jan.2015.



Fonte: Elaboração pelos autores através de dados colhidos, 2015.

Além de ser a principal porta de entrada via transporte aéreo do país, o Estado de São Paulo conta ainda com as melhores rodovias do país e o maior porto da América Latina, utilizado também para cruzeiros marítimos.

O turismo no Estado movimenta até 56 setores da economia. Gera um milhão de empregos diretos e dois milhões indiretos. São Paulo é único Estado com políticas públicas voltadas à atividade turística, tratado como vetor de desenvolvimento social e econômico. O modelo possibilita estar na vanguarda do turismo nacional⁴.

O governador Geraldo Alckmin sancionou duas Leis no primeiro semestre de 2017 (31/05/2017), na Assembleia Legislativa de São Paulo, que oficializam as primeiras 20 cidades paulistas como Municípios de Interesse Turístico (MIT). O Estado conta com mais de 8.000 meios de hospedagem, distribuídos entre 645 municípios, sendo que 70 deles recebem o título de estância turística – são 15 balneárias, 12 climáticas, 11 hidrominerais e 32 turísticas – 335 são considerados municípios de interesse turístico, além de outros 140 que apresentam grande potencial turístico a ser explorado. Hoje já são mais de 40 roteiros turísticos estabelecidos. A vocação natural do Estado é o turismo de negócios, em suas diversas possibilidades (congressos, convenções, seminários, feiras industriais, viagens de representação, compras, etc.), não só na capital, mas em vários municípios do interior como Campinas, Ribeirão Preto e São José do Rio Preto. Cerca de 80% dos grandes eventos que acontecem no Brasil ocorrem no Estado de São Paulo.

O turismo no Estado de São Paulo não se restringe ao segmento de turismo de negócios. Vários eventos culturais e esportivos atraem milhões

⁴ Disponível em: <http://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/alckmin-sanciona-20-municipios-turistico/>. Acesso em 10 de junho de 2017.



de turistas para o Estado, como por exemplo, o Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1, a Festa do Peão Boiadeiro de Barretos, o Festival de Inverno de Campos do Jordão e a Festa de Flores e Morangos de Atibaia.

O turismo de sol e praia é outro importante segmento na atração dos fluxos turísticos, visto que Praia Grande, Ubatuba, Caraguatatuba e Santos são os municípios do Estado que mais recebem visitantes por ano. Porém, o turismo de sol e praia não se restringe apenas ao litoral do Estado; ao longo da Hidrovia Tietê- Paraná há centenas de praias lacustres e fluviais que atraem milhões de turistas de sol e praia e também de pesca esportiva.

O turismo de aventuras se desenvolve em dezenas de municípios paulistas, sendo que dois dos destinos mais procurados no Brasil situam-se no Estado de São Paulo – Brotas e Socorro, cidade reconhecida internacionalmente pelo trabalho de acessibilidade realizado em seus equipamentos. O turismo religioso é outro segmento de forte atração de turistas, principalmente nas cidades de Aparecida, Guaratinguetá e Cruzeiro.

O turismo baseado em patrimônio histórico tem como Cunha, São Luís do Paraitinga, Iguape e Cananeia alguns de seus exemplos, além das cidades do Vale Paraíba que ainda preservam importantes construções da época do café. O turismo de saúde, além de contar com suas dezenas de estâncias balneárias, climáticas e hidrominerais, conta com centros médicos de excelência, não só na capital, mas também em cidades como Campinas, São José do Rio Preto, Ribeirão Preto, Barretos, etc. O Estado conta ainda com dezenas de Spa's de renome internacional.

Por tal grandiosidade e diversidade de opções nas distintas áreas, o Estado de São Paulo vem promovendo estratégias e implantando ações que objetivam facilitar seu desenvolvimento, promover riqueza, gerar emprego, estimular renda, divulgar a cultura e proporcionar benefícios à sua população, aos turistas e a toda cadeia de bens, serviços e talentos que integra. Unir a vocação natural para o turismo de negócios à



infraestrutura de lazer, serviços e cultura é um caminho natural.

6.1. PRINCIPAIS NÚMEROS DO ESTADO DE SÃO PAULO:

- Em relação ao transporte rodoviário de turistas internacionais, Paraguai, Argentina e Uruguai são os principais emissores;
- São Paulo responde por 43,8% do faturamento com turismo no Brasil;
- Cerca de 80% das grandes feiras e eventos do Brasil acontecem no Estado;
- De todo o remanescente de Mata Atlântica no Brasil, 18% está no Estado;
- Recebe 29% dos turistas domésticos brasileiros e emite 41,3% dos turistas às demais unidades da federação;
- O turista que visitou o Estado de São Paulo em 2008 gastou, em média, R\$ 1.244,50, com hospedagem em casa de amigos e parentes (55%) e com meios de hospedagem pagos (28%);
- A grande maioria visita o Estado em carros próprios (49,4%), além de ônibus de linha regular (19,9%) e transporte aéreo (14,9%);
- Cerca de 46,4% dos turistas de outros Estados vieram do Sudeste, demonstrando a força do turismo inter-regional;
 - Área (em km²) -248.209,43;
 - População em 2009 -41.633.802;
 - Grau de Urbanização (em %) 2009 -93,76;
 - Densidade Demográfica. (habitantes/km²) 2009 -167,74;



- Taxa Geométrica de Crescimento Anual da População – 2000/2009 (em % a.a.) -1,33;
- Número de municípios:645;
- PIB: 31% da produção econômica do país;
- Imigrantes: cerca de três milhões entre 70 nacionalidades;
- Em 2014, a cidade de São Paulo foi sede de 6 jogos da Copa do Mundo FIFA Brasil 2014 e chegou a receber 540 mil turistas no período de 1 mês, sendo que 200 mil eram estrangeiros. Porém outras 12 cidades paulistas – São Paulo, Santos, Campinas, Águas de Lindóia, Guarujá, Mogi das Cruzes, Porto Feliz, Ribeirão Preto, Sorocaba, Guarujá e Itu - foram selecionadas para funcionar como centro de treinamento de 15 seleções mundiais, dentre elas México, França e Estados Unidos.

Além disso, segundo o Ministério do Turismo, São Paulo foi o Estado que mais recebeu turistas durante o período de realização do megaevento. Segundo pesquisas, os turistas estiveram em 66 municípios de todas as regiões paulistas, com destaque para o litoral Estado.

6.2. REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO NO ESTADO DE SÃO PAULO

Em 2003, com a criação do Ministério do Turismo (MTur), o Governo Federal reconheceu o Turismo como atividade de grande relevância para o desenvolvimento nacional, considerando o setor como uma das dez prioridades da sua gestão. O propósito maior é o de enfrentar, na área do Turismo, o desafio de conceber um novo modelo de gestão pública, descentralizada e participativa, de modo a gerar divisas para o País, criar empregos, contribuir para a redução das desigualdades regionais e



possibilitar a inclusão dos mais variados agentessociais.

Logo após sua criação, o MTur construiu, de forma participativa o Plano Nacional de Turismo, para o período 2003-2007. Nesse Plano foram definidas as diretrizes, as metas e os programas, que se constituíram como política pública indutora do desenvolvimento socioeconômico do País. A regionalização é então assumida como política pública de Turismo, materializada no “Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (PRT)”.

A Regionalização do Turismo busca um olhar além do município para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização integrada e compartilhada. Propõe-se olhar a região, e não mais o município isoladamente. O foco na região prioriza o crescimento dos municípios de forma integrada e harmônica, propiciando que auxiliem uns aos outros na implantação das políticas públicas e dos produtos turísticos. A prioridade regional não diminui a importância do município, mas sim, o impulsiona, uma vez que promove o seu próprio desenvolvimento, bem como o de seu entorno. Essa visão se alinha às tendências internacionais que buscam aperfeiçoar os recursos financeiros, técnicos e humanos a fim de que possam criar condições e oportunidades para revelar e estruturar novos destinos turísticos, qualificados e competitivos.

Diante desta proposta de regionalização, o órgão gestor de turismo de São Paulo, a Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, a fim de facilitar a aplicação e o desenvolvimento de programas e projetos relacionados ao turismo, subdividiu o estado em 15 Macrorregiões Turísticas, cada uma delas constituídas de uma a quatro Regiões Turísticas, totalizando 34 RT no estado.

Tal divisão foi feita por dirigentes municipais (conselhos, prefeituras, coordenadorias e secretarias) que levaram em consideração a proximidade geográfica e a afinidade entre os produtos turísticos de cada localidade, tais como a história, a cultura e o meio ambiente que são a base para a



oferta de produtos e a consolidação de atrativos. O mapa a seguir mostra a divisão adotada pelo Governo do Estado.



Mapa 1 - Regiões Turísticas do Estado de São Paulo



Macros e Regiões Turísticas do Estado de São Paulo

Macros e Regiões Turísticas
(nº municípios)

MRT PLANALTO PAULISTA

- RT Vale do Paraapanema (13)
- RT Vertente das Águas Limpas (12)
- RT Caminhos das Imigrantes (12)
- RT Alto Coqueal (14)

MRT OESTE PAULISTA

- RT Agua do Oeste (25)
- RT Pontal Paulista (13)
- RT Sol do Oeste (20)

MRT NOROESTE PAULISTA

- RT Água, Cultura e Negócios (29)
- RT Águas Vivas (18)
- RT Entre Rios (26)
- RT Grandes Lagos (25)

MRT NORDESTE PAULISTA

- RT Lagos do Oeste (23)

MRT VALE DO RIO GRANDE

- RT Vale do Rio Grande (19)

MRT CENTRO PAULISTA

- RT Centro Paulista (20)

MRT CENTRO OESTE PAULISTA

- RT Coração Paulista (26)

MRT TERRA DO SOL

- RT Natureza & Tradições (20)
- RT Teal Vivo (23)

MRT CAMINHOS DA ALTA MOGIANA

- RT Alta Mogiana (25)

MRT ENTRADAS E BANDEIRAS

- RT Bem Viver (44)
- RT Café com Leite (16)
- RT Café e Flores (17)
- RT Serra do Itaquari (13)

MRT VALE DO RIBEIRA

- RT Caminhos da Mata Atlântica (14)
- RT Alto Vale do Ribeira - Caminhos da Mata Atlântica (26)

MRT CAPITAL EXPANDIDA

- RT ABC Tur (07)
- RT Alto Teal - Cantareira (15)
- RT Grande Oeste de SP (15)
- RT São Paulo Capital (01)

MRT SUDOESTE PAULISTA

- RT Verde Sudoeste Paulista (30)
- RT Rupunanga Sorocabana (32)
- RT Polo Cuesta (11)

MRT VALE DO PARAIBA, SERRAS E MAR

- RT Litoral Norte de São Paulo (34)
- RT Vale do Paraíba e Serras (38)

MRT PRAIAS E MATA ATLÂNTICA

- RT Costa de Mata Atlântica (35)



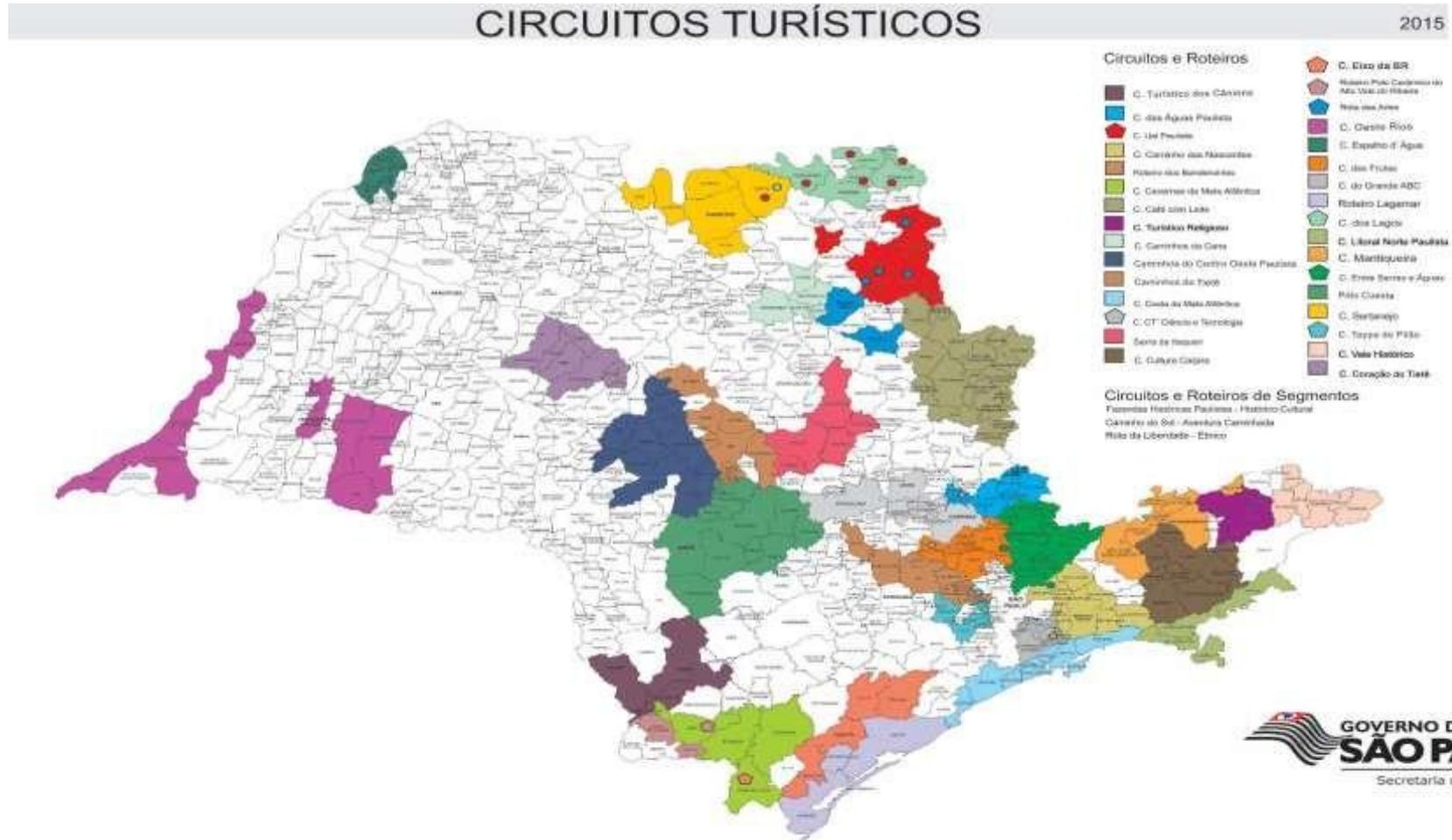
Fonte: Secretária de Turismo de São Paulo, 2015



Posteriormente, entre 2002 e 2004, o Governo do Estado adotou uma nova divisão do turismo a fim de promover e vender o turismo local em feiras, eventos, etc., a dos “Circuitos Turísticos”. São 27 grupos de municípios – compostos apenas pelas cidades que tem a promoção turística em evidência – que têm características em comum, que servem de base para a formação de produtos, roteiros e circuitos. Essa formação possibilita ainda o desenvolvimento de políticas públicas e ações que garantem a estruturação do turismo na região, tais como cursos de capacitação, sinalização padronizada, organização de eventos, marketing conjunto, entre outras.



Mapa 2 - Circuitos Turísticos do Estado de São Paulo



Fonte: Secretaria de Turismo de São Paulo, 2015.



6.3. MONGAGUÁ NO ESTADO DE SÃO PAULO

O município de Mongaguá está inserido na Macrorregião Turística Praias e Mata Atlântica, a qual foi subdividida na Região Turística (RT) Costa da Mata Atlântica, onde está localizado o município de Mongaguá.

Mapa 3 - Zoom da Mapa 2, com destaque para MRT Sudoeste Paulista e o município de Mongaguá



Fonte: Adaptado de Secretaria de Turismo de São Paulo, 2015.

O Circuito Turístico da Costa da Mata Atlântica, é composto pelos municípios de Bertioga, Cubatão, Guarujá, Itanhaém, Mongaguá, Peruíbe, Praia Grande, Santos e São Vicente, e está localizado na Região Metropolitana da Baixada Santista, a menos de uma hora da Capital do Estado de São Paulo. Um passeio pela Costa da Mata Atlântica é um mergulho nas nossas raízes históricas e no que o Brasil tem de mais privilegiado em termos de áreas de reserva ambiental.



A riqueza natural da região é um claro exemplo de que é possível preservar, e até mesmo recuperar, fauna e flora da região. Além de praias maravilhosas e o contato com a diversidade natural da Mata Atlântica, os turistas que visitam a região conhecem também momentos marcantes da história do Brasil. A Costa da Mata Atlântica oferece ótima infraestrutura para a realização de eventos. A região dispõe de espaços estruturados para eventos e convenções de grande porte, de um parque hoteleiro em franco crescimento e de uma gastronomia diversificada. Nove cidades e múltiplas opções: litoral dinâmico e atraente, história, cultura, lazer, aventura, esportes, artesanato, gastronomia e negócios. Cada um dos municípios que compõem a região possui suas peculiaridades, mas se completam entre si. Por serem próximas umas das outras, as cidades proporcionam ao visitante a possibilidade de passear por toda a região em pouco tempo. Os turistas podem se fixar em qualquer cidade que ofereça a estrutura que procuram, enquanto visitam outras atrações turísticas e buscam diversão em lugares vizinhos. Vale conhecer os encantos do Circuito Turístico da Costa da Mata Atlântica, uma das regiões mais atraentes do País.

II. CARACTERIZAÇÃO GERAL DO MUNICÍPIO

7. ASPECTOS HISTÓRICO-CULTURAIS

7.1. HISTÓRICO DO MUNICÍPIO

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 de Itanhaém.

Em 1.776, 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 (1.814) e, posteriormente, a Antônio Gonçalves Nobre (1.847), Manuel Bernardes Muniz (1.851) e a Heitor Peixoto (1.892).

Com a formação da Companhia de Melhoramentos da Praia Grande, em 1.913, cujos principais acionistas eram Fernando Arens Júnior, David Antônio dos Santos, Prudente Correia, Ernesto Diedrichs, Alberto Hugo de Oliveira Caldas e Abílio Smith Camargo. Com Abílio Smith foram criados os loteamentos Jardim Marina, Jardim Aguapeú, Vila Arens, Jardim Caiahu, o Centro de Mongaguá e a Vila Sorocabana. A Companhia de Melhoramentos, porém, não teve êxito maior em seus projetos, pois os paulistas daquela época não demonstraram interesse em passar as férias no litoral.

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, pela Lei nº 233. Mongaguá, que pertencia a São Vicente, foi incorporada ao município de Itanhaém.



Com a criação do Distrito de Mongaguá o desenvolvimento no setor comercial teve um grande impulso. Dez anos depois, o movimento de emancipação tomou conta da cidade, sonho quase se torna um pesadelo, pois o IBGE havia publicado, em 1950, que Mongaguá possuía apenas 826 habitantes: 444 homens e 382. Graças à colaboração da Empresa Elétrica de Mongaguá, que tinha o controle das moradias particulares, constatou-se que com a população flutuante da cidade, estavam cadastrados 6.000 habitantes.

Cumprida então as formalidades legais, foi marcado pelo juiz da 119ª Zona, para 7 de dezembro de 1958, o plebiscito determinado pela Assembleia Legislativa de São Paulo. E o desejo da população de Mongaguá foi alcançado com uma votação esmagadora e o plebiscito foi aprovado. Em 31 de Dezembro de 1958 o governador, Dr. Jânio da Silva Quadros, assinou a Lei e Mongaguá foi elevada à categoria de Cidade, pela criação do Município. A data do aniversário de Mongaguá passou a ser comemorada no dia em foi realizado o plebiscito e não na data da elevação à categoria de Município, em 31 de Dezembro de 1958. Em 1977, Mongaguá foi elevada à categoria de Estância Balneária, pela Lei Estadual 1.482, publicada no Diário Oficial, no dia 7 de dezembro de 1977.

Formação Administrativa

Segundo o IBGE (2016a), o distrito foi criado com a denominação de Mongaguá, por Lei Estadual nº 233, de 24 de dezembro de 1948, no Município de Itanhaém (IBGE, 2016).



Segundo as divisões administrativas do Brasil, referentes aos anos de 1949 a 1953, bem como a territorial datada de 30-XII-1953, o Distrito de Mongaguá pertence ao Município de Itanhaém (IBGE, 2016a).

Elevado à categoria de município com a denominação de Mongaguá, por Lei Estadual nº 5285, de 18 de fevereiro de 1959, desmembrado de Itanhaém. Constituído do Distrito Sede Mongaguá e sua instalação verificou-se no dia 01 de janeiro de 1960. Em divisão territorial datada de 01-VII-1960, o município é constituído do Distrito Sede.

Origem do Nome

Até a década de 1940 o núcleo de origem do município era denominado “Praia Grande”. “Mongaguá” era a denominação do rio que atravessa o Centro da cidade. Posteriormente, o nome do rio foi adotado para denominar o distrito e o município.

Consta no livro *Reminiscências de Mongaguá* (de Joaquim Monteiro e Ivone de Almeida Monteiro) que um grupo de moradores, na década de 1950, ao consultar um dicionário da língua guarani, concluíram que Mongaguá significa “lama pegajosa”, sendo uma composição da palavra “mon”, traduzida como lama, com “gaguá”, traduzida como pegajosa.

No livro “Mongaguá História da Minha Vida”, de Marcelo Vidice Dianno, é apresentada a tradução como “enseada de lama pegajosa”, considerando que Mongaguá pode ter origem em composições do tupi-guarani: “mong” (= pegajoso) + “ayuá” (= lama); ou de “monga”(= lama pegajosa) + “guá” (=enseada); ou ainda de “monga”(=lama pegajosa) + “kûa (=enseada).



Considera que o significado desta composição é decorrente da existência de areia fofa e grudenta no leito original do rio, que apresentava diversas fozes.

No Dicionário Tupi-guarani, Silveira Bueno aponta que a origem do nome decorre da palavra Munguaguá, apontando como significado “montanhas que vão ao mar”. Esta denominação seria decorrente da proximidade entre a Serra do Mar e o mar, a menor distância existente de São Sebastião para o sul, onde hoje está a região central do município.

7.2. SÍMBOLOS MUNICIPAIS

7.2.1. Brasão

O Brasão de Armas do município de Mongaguá foi criado mediante a um concurso realizado pelos vereadores João Dias de Oliveira e Dina Belli da primeira Legislatura da Câmara Municipal de Mongaguá, em 1960 houve um concurso para a criação do Brasão Municipal. O projeto vencedor foi o do português Antônio Martins Araújo, portanto sendo este, o criador do Brasão Municipal de Mongaguá.

Figura 1 - Brasão de Mongaguá





Fonte: Câmara Municipal de Mongaguá, 2016.

O Brasão consiste em um escudo moderno português ao centro com uma coroa mural acima deste com o milésimo 1959. De cada lado do escudo uma bananeira frutificada em suas cores naturais. No interior do escudo três morros representando a Serra do mar de onde nasce o Rio Mongaguá. Logo abaixo uma estrela do mar com dois peixes voltados para esta, além de duas ondas, em representação ao mar. Abaixo do escudo um listel com duas volutas, em uma delas a palavra MONGAGUÁ e na outra o lema latino: E PLURIBUS UNUM, ou seja: Dentre muitos, um.

7.2.2. Bandeira

A Bandeira de Mongaguá foi instituída e hasteada pela primeira vez em cinco de janeiro de 1960 pelo primeiro Prefeito de Mongaguá: José Cesário Pereira Filho.

Consiste o Pavilhão Municipal em um pano azul celeste em formato retangular, na proporção 100 X 80 cm contendo no centro o Brasão Municipal.

É obrigatório o seu hasteamento no edifício da prefeitura Municipal e na Câmara Municipal de Mongaguá, sempre acompanhada da Bandeira Nacional e da Bandeira Estadual.

Figura 2 - Bandeira de Mongaguá





Fonte: Câmara Municipal de Mongaguá, 2016

7.3. ORGANIZAÇÃO POLÍTICA

No período compreendido entre os anos de 2017 e 2020, o mandato de Prefeito do Município de Mongaguá é ocupado pelo Sr. Artur Parada Prócida, e o de Vice-Prefeito pelo Sr. Márcio Melo Gomes. A sede da Prefeitura Municipal localiza-se na Avenida Getúlio Vargas, 67 - Centro, no edifício denominado Paço Municipal Rui Barbosa, e seu telefone para contato é (13) 3445-3000.

A Câmara Municipal de Mongaguá é presidida pelo Rodrigo Cardoso Biagioni, o vice-presidente é o Sr. Carlos Silva Santos Neto, o 1º secretário é o Sr. Carlos Jacó Rocha e o 2º secretário é o Sr. Alex Marcelo dos Santos.

Tabela 5 - Vereadores do Município de Mongaguá

Poder Legislativo	
Vereadores	Carlos Silva Santos Neto
	Guilherme D'Avila Prócida
	Rodrigo Cardoso Biagioni
	Claudio Arena
	Sérgio Silvestre Rodrigues
	Alex Marcelo dos Santos
	José Pedro Faccina
	Carlos Jacó Rocha
	Aurivaldo José dos Santos
	Daniel Soares da Silva
	Luciano Lara Vieira



	Luiz Berbiz de Oliveira
	Antônio Eduardo dos Santos

Fonte: URBATEC, 2017.

7.4. LEGISLAÇÃO PERTINENTE

7.4.1. Conselho Municipal de Turismo

A lei 1757/97, de 31 de outubro de 1997, instituiu a criação do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), que é um órgão de caráter consultivo, normativo e paritário, para o assessoramento do Município em questões referentes ao desenvolvimento do turismo na cidade. O COMTUR será constituído 6 membros, designados pelo prefeito e escolhidos pelos cidadãos da comunidade, e que tenham interesse pelo desenvolvimento turístico da cidade de Mongaguá, por um mandato de 02 anos. O conselho tem como competência diagnosticar e manter atualizado o cadastro de informações de interesse turístico, programar e executar amplos debates sobre os temas de interesse, formular diretrizes básicas, entre outros.

7.4.2. Criação do FUMTUR – Fundo Municipal do Turismo

A Lei Municipal nº 2.454/11, de 03 de março de 2011, institui que o FUMTUR com o objetivo de captar e repassar recursos para o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR. Além disso, os recursos do fundo irá destinar-se a incentivar eventos, fornecer meios para a participação do município em eventos relacionados ao turismo, custear despesas com



pesquisas e trabalho que visem aprimorar o turismo, custear a confecção de materiais oficiais, contribuir em campanhas institucionais, contratar serviços especializados temporários, melhorar a infraestrutura e zelar pela existente. O fundo não poderá conceder subvenção a entidades, mesmo que sejam ligadas ao turismo.

8. LOCALIZAÇÃO E ACESSOS

Mongaguá é um município do estado de São Paulo, localizado na Região Metropolitana da Baixada Santista, na Mesorregião de Litoral Sul Paulista e na Microrregião de Itanhaém. A extensão territorial do município é de 143,171 km², possui latitude de 24°05'35''S e longitude de 46°37'15''W, estando a uma altitude de 18 metros em relação ao mar.

Mapa 4 - Localização de Mongaguá



Fonte: G1, 2016.



A Mesorregião do Litoral Sul Paulista é uma das 15 mesorregiões do Estado de São Paulo e é constituída por 17 municípios, divididos em 02 microrregiões: Itanhaém e Registro.

Mongaguá faz parte da Microrregião de Itanhaém, juntamente com os municípios de Itanhaém, Itariri, Pedro de Toledo e Peruíbe. O município de Mongaguá faz divisa com os seguintes municípios (Mapa 4): Itanhaém, Praia Grande e São Vicente.

Considerando o seu posicionamento geográfico, Mongaguá tem distância das principais cidades:

Tabela 6 - Distâncias cidades em relação à Mongaguá

Município	Distância (km)
Itanhaém	20
Praia Grande	25
São Vicente	30
Cubatão	37
Peruíbe	51
Santos	43
Campinas	190
São Paulo	90

Fonte: URBATEC, 2017.

Os principais acessos pelo modal rodoviário podem ser feito via terrestre pelas rodovias SP-055 (Rodovia Padre Manoel da Nobrega).

Os aeroportos mais próximos ao município são: Aeroporto de Itanhaém, a Base Aérea de Santos 38,7 km, o Aeroporto de Congonhas 53 km e o Aeroporto Internacional de Cumbica 125,8km.



A empresa de transporte rodoviário que atendem o município é a Viação Breda saindo do Terminal Jabaquara – São Paulo.

9. ASPECTOS NATURAIS

Os aspectos naturais envolvem os componentes naturais responsáveis por compor a paisagem do município, como a vegetação, clima, hidrologia e relevo (geologia, geomorfologia, pedologia).

9.1. 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 (Zembruscki, 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 (Zembruscki, 1979).

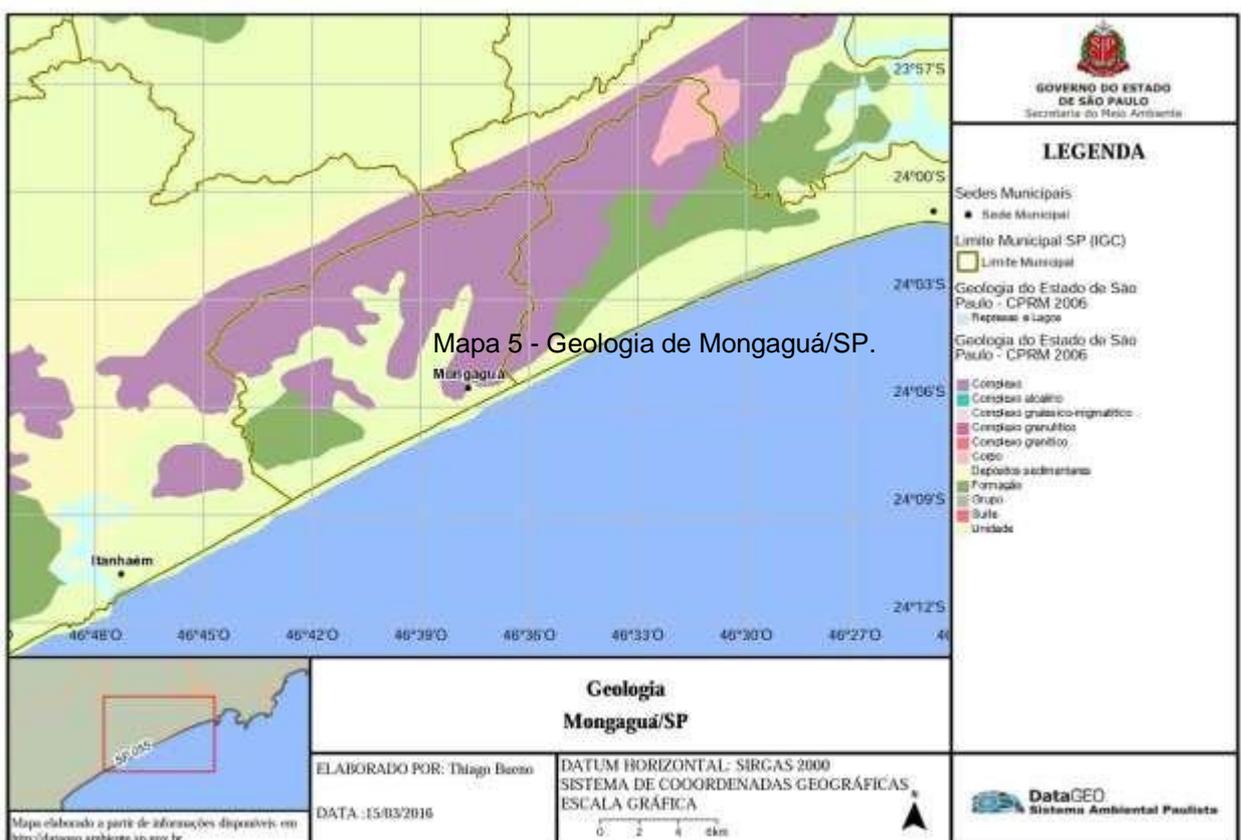
Estas feições foram desenvolvidas em nível de mar mais baixo e apresentam expressão no fundo marinho atual. Já a costa é marcada pela existência do alinhamento oblíquo da Serra do Mar e por planícies sedimentares quaternárias individualizadas sendo estas maiores na porção sul do litoral. Esta configuração 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: Uma 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.

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.

Segundo o Mapa Geológico de Mongaguá/SP há o predomínio da formação geológica, denominado Complexo Costeiro, com unidades de gnaisses bandados (NPccgb), formados no período Proterozóico com predomínio de rochas metamórficas, representado no mapa pela 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 siltico e siltitos arenosos com predomínio de rochas sedimentares.

9.2. 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 arrebentação. 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.

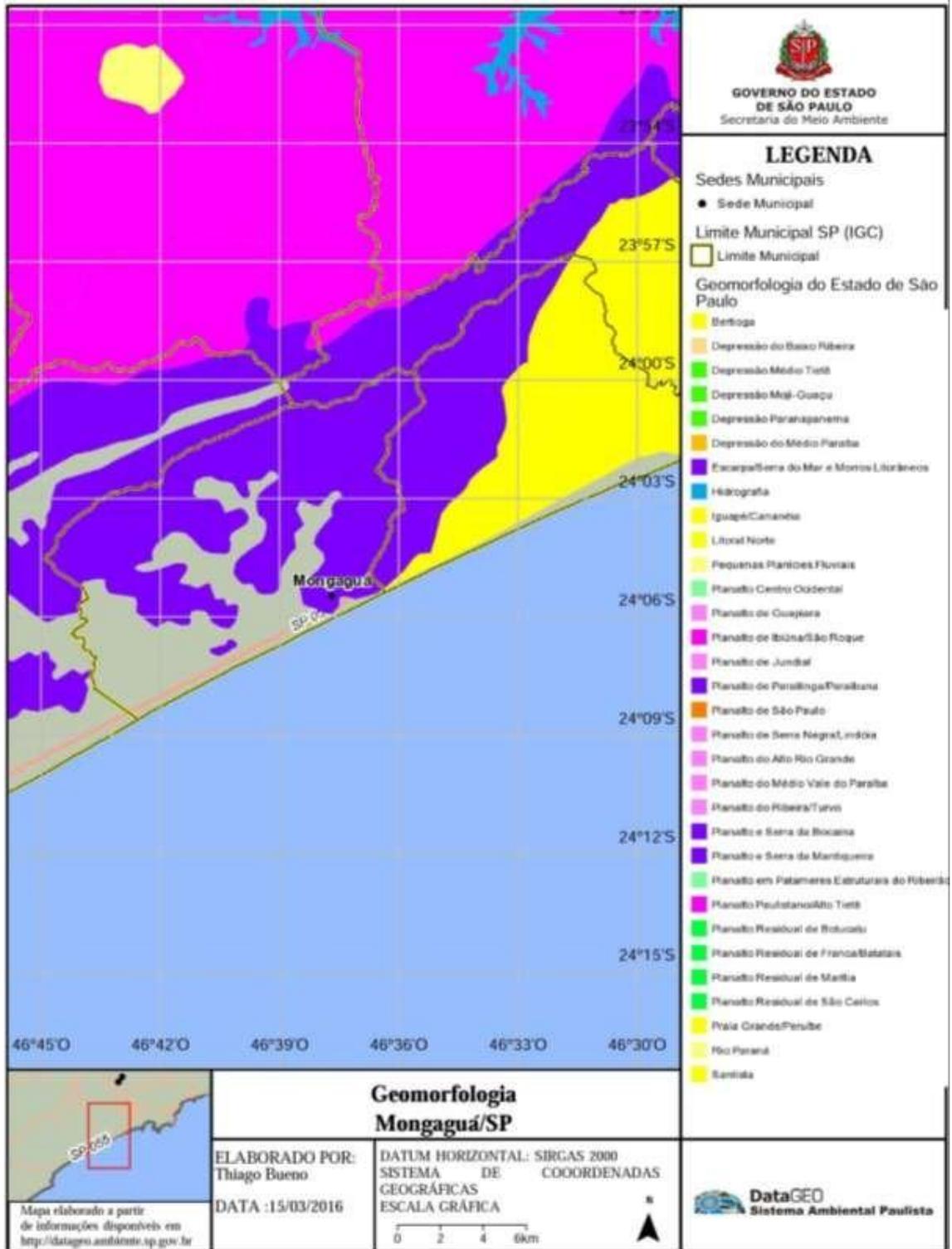
O relevo da Serra do Mar e sua disposição leste-oeste constituem um obstáculo para as frentes de baixo declive, que ocorrem, normalmente, durante a primavera e o verão, contribuindo para uma maior ocorrência de frentes estacionárias (Sant'Anna Neto, 1990). Há uma diminuição progressiva das precipitações em direção a Serra do Itatins, que desvia parte dos fluxos polares, criando uma zona de sobra 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.

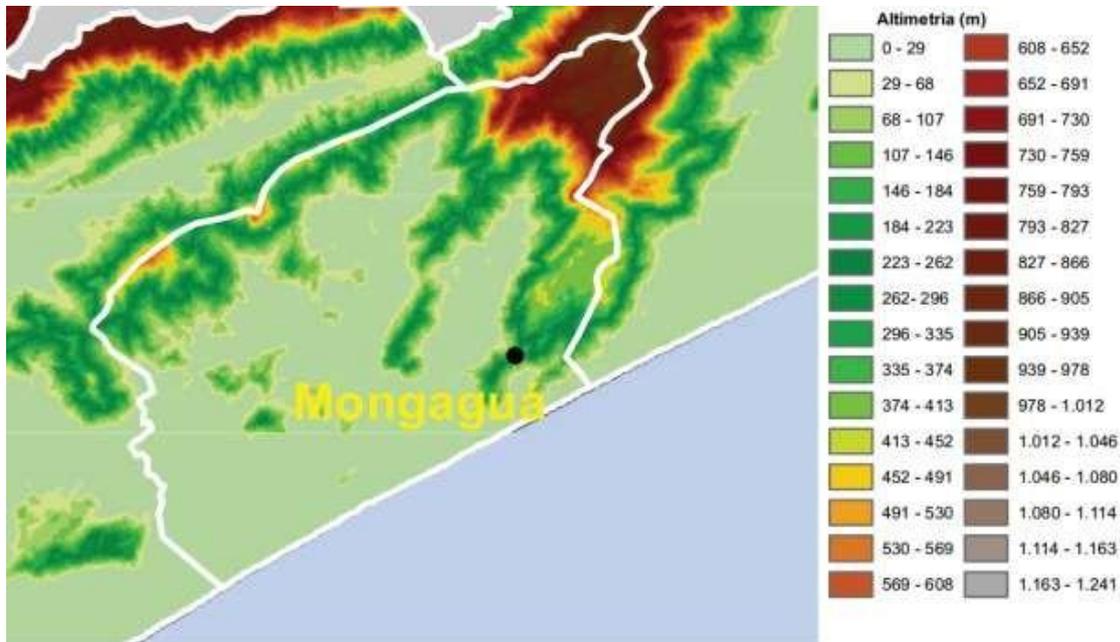
Em síntese, o município de Mongaguá apresenta como geomorfologia Escarpas e/ou Serras do Mar e Morros Litorâneos, assim como as planícies litorâneas (Mapa 6). No mapa 7 verifica-se a altimetria do município de Mongaguá/SP e sua relação com a geomorfologia.

Mapa 6 - Geomorfologia de Mongaguá/SP.





Mapa 7 - 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 (Apft) ocorrem com maior intensidade no interior do continente, margeando os rios.

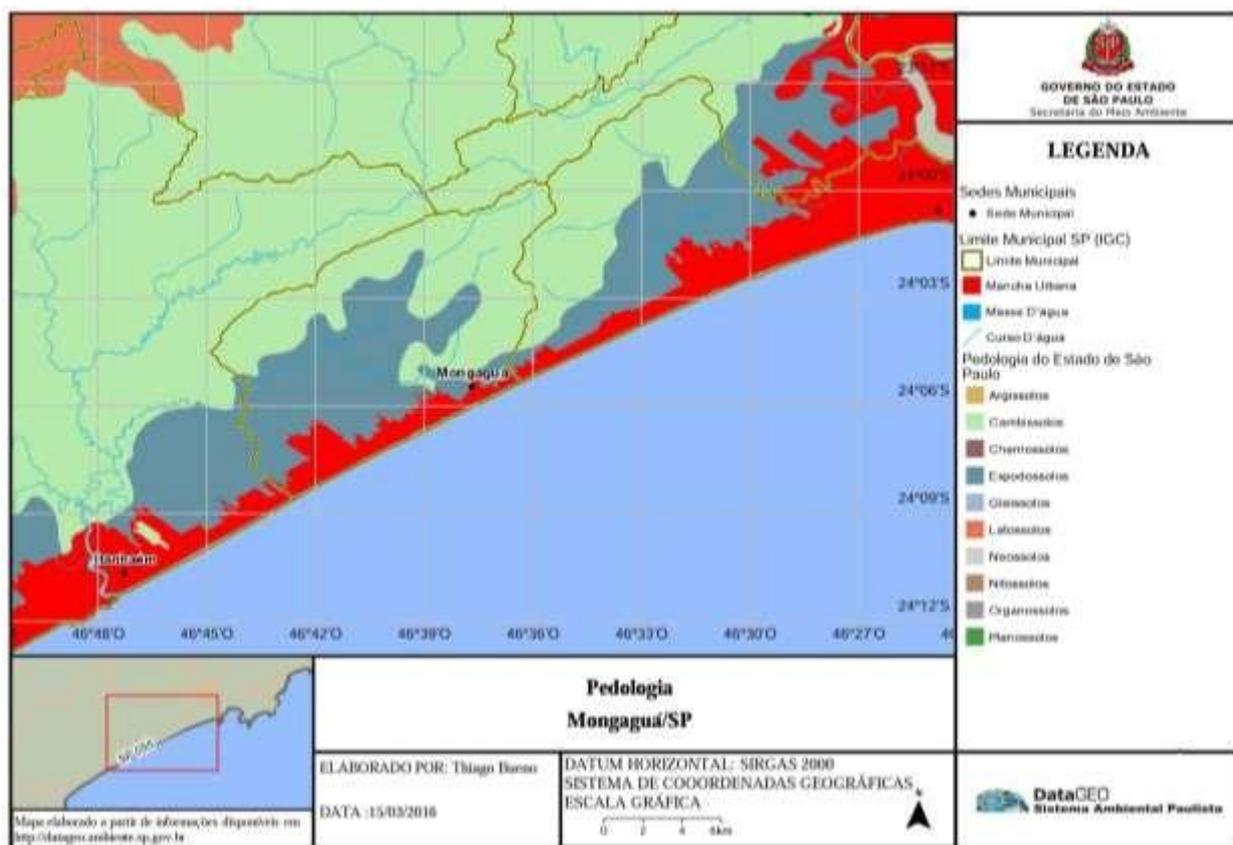
- Acumulação de Planície Flúvio-Marinha (Apfm), caracterizadas como terrenos baixos com lamas de depósitos recentes, sujeitos as inundações das marés. Na transição entre cristalino e sedimentar estão as Rampas de Colúvio (Rc), constituídas de material transportado da Serra do Mar pela força da gravidade, 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.



9.3. PEDOLOGIA

A Planície Costeira é formada por sedimentos datados do Período Quaternário. Através da análise dos dados de Suguio e Martin (1978) apud Souza e Cunha (2012), verifica-se que há um predomínio de areias marinhas litorâneas na Planície Quaternária, com ocorrência de areias marinhas

Mapa 8 - Pedologia de Mongaguá/SP



litorâneas trabalhadas em superfície pelo vento e presença de antigas linhas de restinga.



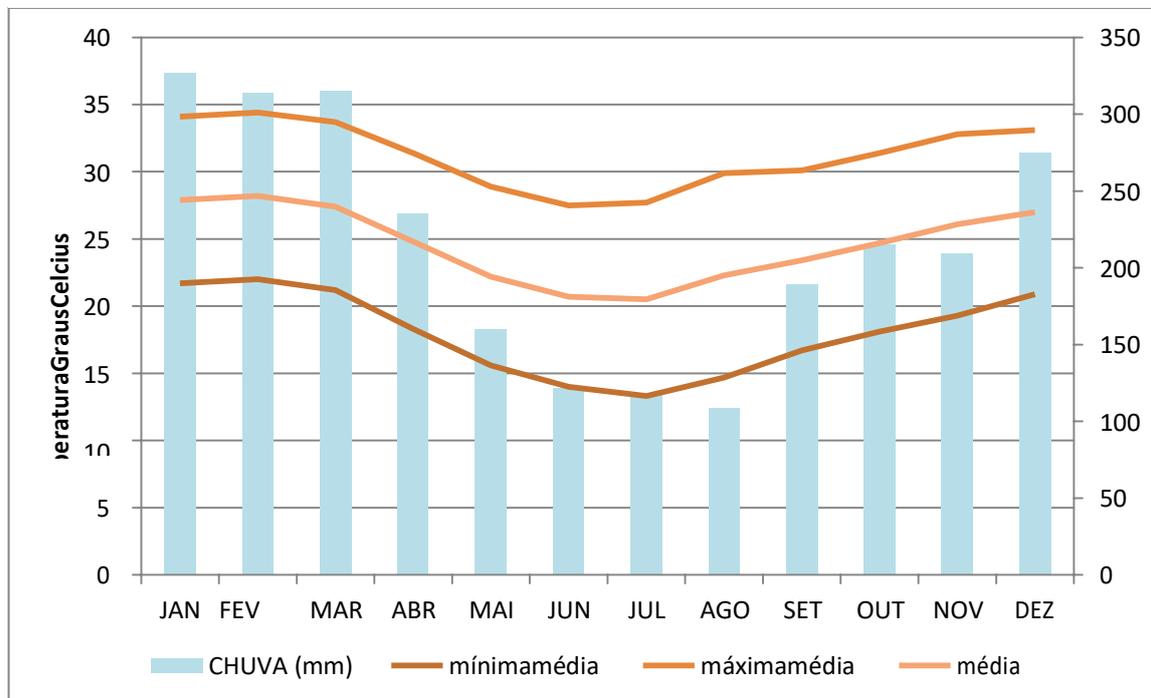
Conforme dados fornecidos pela Secretaria de Meio Ambiente do Estado de São Paulo, apresentados no mapa 8 a pedologia de Mongaguá/SP apresenta o predomínio de Cambissolos na área da serra/escarpa do Mar e Espodossolos na área da planície litorânea. Ainda segundo Souza e Cunha (2012), os tipos de solos existentes no município são Cambissolos Háplicos (Serra/Escarpa) e Espodossolos ferrocárbicos.

9.4. CLIMA

O Estado de São Paulo, devido a sua posição latitudinal, acaba sendo o palco de um complexo jogo de atuações de ventos dos sistemas tropicais (oriundos do Anticiclone Tropical do Atlântico – ATA) e de ventos dos sistemas polares (oriundos dos Anticiclones Polares Migratórios – APM), além dos fenômenos frontológicos. 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 Koeppen (Gráfico 6).



Gráfico 6 - 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 7 - Série Histórica Climática de Mongaguá.

Classificação Climática de Koeppen:Af				
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

9.5. HIDROLOGIA

A rede hidrográfica da RMBS está dividida em 21 sub-bacias e os principais cursos d'água são: rios Cubatão, Mogi e Quilombo ao centro; rios Itapanhaú, Itatinga e Guaratuba ao norte; e, rios Branco, Preto e Itanhaém, ao



sul. Os cursos naturais dos rios Guaratuba, em Bertioga, e Capivari, em Itanhaém, que possuem suas nascentes nas encostas da Serra do Mar, são revertidos através de represamentos e bombeamentos para o planalto, com o intuito de incrementar o abastecimento de água da Região Metropolitana de São Paulo. Em contrapartida, as águas do Rio Tietê são revertidas à Baixada Santista, através do sistema Pinheiros/Reservatório Billings, pois, após serem utilizadas na geração de energia elétrica na Usina Henry Borden, são lançadas no Rio Cubatão, principal manancial que atende ao abastecimento das cidades de Santos, Cubatão, São Vicente, e parcela de Praia Grande, assim como às atividades industriais do pólo de Cubatão.

Nas demais áreas, as drenagens são de caráter temporário, aflorando de acordo com a variação da pluviosidade e da ação da cunha salinha no lençol freático local. As praias de ambas as planícies são contíguas onde podemos delimitar dois setores separados entre si por afloramentos do Embasamento Cristalino próximos da foz do Rio Itanhaém. O primeiro setor abrange as praias entre a foz do rio Peruíbe e a foz do Rio Itanhaém e o segundo, o segmento praial entre a foz do rio Itanhaém e a Ponta do Itaipú. Em termos meteorológicos, este compartimento tem participação mais equilibrada dos sistemas tropicais e polares com domínio entre estes sendo variável de um ano para outro.

As nascentes da Baixada Santista encontram-se na vertente marítima da Serra do Mar e Planície Litorânea ou Costeira, e após vencer desníveis variando entre 700 e 1.175 m (pontos mais “baixos” da escarpa da Serra do Mar, em Paranapiacaba, e mais elevado, com um pico igualmente na divisa com Santo André, na RMSP), seus rios conformam planícies flúvio-marinhas, drenam manguezais e deságuam no oceano ou em canais estuarinos.

A riqueza hídrica da região metropolitana está diretamente relacionada à altura pluviométrica anual elevada, alcançando mais de 2.500 mm/ano em alguns pontos, mas é limitada pelas áreas das bacias hidrográficas. Logo, aumentando a demanda pelos recursos hídricos é possível que em algum



horizonte ainda não determinado a competição pelos usos se acentue, ocasionando a busca por soluções não convencionais para obter água potável.

Os principais cursos d'águas do município de Mongaguá: Rio Mongaguá, Rio Aguapeú, Rio Mineiro e Rio Bichoró, além de seus afluentes e riachos menores.

Mapa 9 - Hidrografia de Mongaguá/SP.



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

9.6. COBERTURA VEGETAL E FAUNA

As condições climáticas, aliadas aos aspectos litológicos e pedológicos influenciam no crescimento de três formações vegetais importantes e distintas no município: a Mata Atlântica, presente nas encostas íngremes da Serra do Mar e no Maciço Isolado, conservada pela presença da Unidade de Conservação: o Parque Estadual Serra do Mar (Decreto Estadual nº 10.251, de 30/08/1977). A mata de restinga se estende sobre o solo arenoso da Planície



Quaternária ou Costeira; e os manguezais sobre o solo lodoso da planície flúvio-marinha.

A Floresta Ombrófila Densa Submontana caracteriza-se por ocupar terrenos de altitudes ente 50 e 500 metros e apresentar árvores de alto porte e com alturas aproximadamente uniformes. Ocupa áreas de solos relativamente profundos das encostas, com sub-bosque formado por plântulas de regeneração natural, poucos arbustos e herbáceas, palmeiras de pequeno porte e lianas. Os ecotipos, também, variam influenciados pelo posicionamento dos ambientes de acordo com a altitude. Algumas das espécies características desta região são: *Alchornea triplinervea* (tapiá), *Schizolobium parahyba* (guapuruvu - ocupa o dossel superior da floresta), *Vochysia bifalcata* (guaricica - espécie característica da Floresta Ombrófila Densa das terras baixas e submontanas, ocupando o estrato superior e intermediário, sendo abundante e frequente).

A Floresta Ombrófila Densa de Terras Baixas situa-se em terrenos com altitude variando de 0 a 50 metros. Ocupa, em geral, as planícies costeiras, capeadas por tabuleiros pliopleistocênicos. Esses tabuleiros apresentam florística típica, caracterizada pelos gêneros *Ficus*, *Alchornea*, *Tabebuia* e pela *Tapirira guianensis*.

A composição florística e estrutura da Floresta Ombrófila Densa de Terras Baixas são, geralmente, condicionadas pela drenagem e fertilidade do solo. A espécie da família *Bignoniaceae* (família naturalmente distribuída em regiões tropicais e subtropicais), e a *Tabebuia cassinoides* (caxeta) são características de depressões suaves e margens de rios da planície litorânea sujeitas à inundação permanente.

A Formação Arbórea/Arbustiva-Herbácea Essa formação vegetal agrupacomposição florística diversificada, variando de espécies de porte arbóreo, aarbustivas e herbáceas. Nesta classificação de enquadra o Mangue - Formação Arbórea/Arbustiva-Herbácea de terrenos marinhos lodosos O manguezal é uma comunidade de ambiente salobro, situada na



desembocadura de rios e regatos do mar, onde, nos solos limosos, cresce uma vegetação especial, adaptada à salinidade das águas (IBGE, 1991). As dunas interiores que separam as planícies costeiras do mar são como diques que impedem o escoamento para o mar da água doce que desce das serras. Essa água então se acumula por trás das dunas, em depressões que podem estar sujeitas às marés. A água do mar aí retida mistura-se com a água doce, constitui-se, assim, o ambiente dos manguezais. As condições predominantes mais características são: solo alagado, movediço, pouco arejado e com alta salinidade. Essas condições são muito severas para as plantas e por isso somente poucas espécies são simultaneamente tolerantes a todas elas. Assim, em todas as regiões tropicais do mundo, onde quer que ocorra litoral limoso, ele é ocupado por vegetação de manguezal.

Entre as características típicas de manguezais, duas funcionam como fatores essenciais condicionantes à vegetação: o elevado teor salino e o mau arejamento do solo que implica a escassez de oxigênio. Assim sendo, elimina-se a possibilidade de ocorrência de uma flora rica. Três gêneros de angiospermas são características de um manguezal brasileiro típico: *Rhizophora*, *Avicennia* e *Laguncularia*. O gênero *Laguncularia* é representado por uma única espécie em toda a costa brasileira: *L. racemosa*. O gênero *Rhizophora* representado por duas espécies *R. racemosa*, na maior parte dos manguezais litoral brasileiro, e *R. mangle*, no limite sul da distribuição dos manguezais brasileiros. No gênero *Avicennia* destacam-se *A. tomentosa* e *A. nitida*. Conforme o predomínio da espécie vegetal, o manguezal recebe nomes distintos, como: mangue-vermelho (*R. mangle*), mangue-siriúba (*A. schaueriana*) e o mangue-branco (*L. racemosa*). Nestas espécies é possível constatar diferentes adaptações, como as raízes escora e sementes lanceoladas em *R. mangle*; raízes aéreas (pneumatóforos) e glândulas de sal na face foliar inferior em *A. schaueriana*; e sistema radicular amplo e superficial (raízes nutritivas) em *L. racemosa*.

Já a Vegetação de várzea - Formação Arbórea/ArbustivaHerbácea de região de várzea abrange comunidades vegetais das planícies aluviais que



refletem os efeitos das cheias dos rios nas épocas chuvosas ou, então, das depressões alagáveis todos os anos. Nesses terrenos aluvionares, as comunidades vegetais se distribuem conforme a quantidade de água empoçada e ainda o tempo que ela permanece na área. Nos brejos (áreas permanentemente alagadas), o gênero cosmopolita *Typha* (taboa) fica confinado a um ambiente especializado, diferente dos gêneros *Cyperus* e *Juncus* que são exclusivos das áreas pantanosas dos trópicos.

Nas planícies alagáveis mais bem drenadas ocorrem comunidades campestres, e os gêneros *Panicum* e *Paspalum* dominam em meio ao gênero *Thalia*. Nos terraços mais enxutos dominam os gêneros *Acacia* e *Mimosa*, juntamente com várias famílias pioneiras, tais como: *Solanaceae*, *Compositae*, *Myrtaceae* e outras de menor importância sociológica.

Com relação à Restinga, Formação Arbórea/Arbustiva-Herbácea de terrenos compostos por sedimentos marinhos recentes, as comunidades vegetais que recebem influência direta das águas do mar apresentam-se como gêneros característicos das praias: *Remirea* e *Salicornia*. São caracterizadas por plantas escandentes e estoloníferas que atingem as dunas, contribuindo para fixá-las. Nas dunas, a comunidade vegetal apresenta-se dominada por árvores e arbustos de pequeno porte, onde o *Schinus terebinthifolius* (aroeira-mansa) e a *Lythraea brasiliensis* (aroeira-brava) imprimem a ela um caráter lenhoso. Destacam-se também os gêneros *Erythroxylon*, *Myrcia*, *Eugenia* e outros. As diferentes espécies vão sucedendo à medida que se caminha do mar para o interior. Nas dunas da praia a vegetação é formada principalmente por plantas herbáceas com caules longos e flexíveis que se arrastam pela areia. Atrás delas, aparece uma vegetação mais densa (jundu), formada por moitas que se transformam em árvores cada vez mais altas conforme se distancia do mar. São comuns nessa faixa as bromélias, os cactos e outros arbustos. Em alguns locais, atrás dessa floresta seca, pode surgir uma região mais alagada, os brejos ou lagunas, onde predominam as plantas aquáticas.

A vegetação de Mata Atlântica sustenta-se sobre Cambissolos Háplicos, caracterizados pela pequena profundidade (1,5 metros) (OLIVEIRA, 1999).



Mapa 11 - Unidades de Conservação em Mongaguá/SP.



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

Com relação à fauna no município, as áreas com fisionomias florestal da formação de restinga formam uma importante zona de pouso, alimentação, reprodução, dormitório e migração de aves florestais endêmicas e ameaçadas de extinção, como a saíra-peruviana (*Tangara peruviana*), o papagaio-de-cara-roxa (*Amazona brasiliensis*) e o sabiá-pimenta (*Carponis melanocephala*), além de fornecerem habitats para outras aves, como guaxe (*Cacicus haemorrhous*), choquinha-cinzenta (*Myrmotherula unicolor*), jaó-do-sul (*Crypturellus noctivagus*), saracura-trêspotos (*Aramides cajanea*), e alguns mamíferos, como micoleão-caiçara (*Leontopithecus caissara*), queixada (*Tayassu pecari*), bugio (*Alouatta fusca*) e o mono-carvoeiro (*Brachyteles arachnoides*). As áreas de várzeas e campo úmido são importante zona de pouso, alimentação, reprodução, dormitório e migração de aves, como a narceja (*Gallinago paraguaiiae*), saracura-três-potes (*Aramides cajanea*), maçaricos e batuíras. As florestas paludosas com predomínio de caxeta são importantes para reprodução, alimentação, pouso e dormitório de aves, como o papagaio-de-cara-roxa (*Amazona brasiliense*), carretão (*Agelaius cyanopus*) e o pato-domato (*Cairina moschata*), alguns mamíferos, como lontra (*Lutra longicaudis*),



peixes e pererecas. Nas áreas de transição entre as florestas de restinga e a floresta de encosta da Mata Atlântica podem ser observadas diversas espécies de aves, como guaxe (*Cacicus haemorrhous*), papagaio-de-cara-roxa (*Amazona brasiliensis*), saracura-três-potes (*Aramides cajanea*), e mamíferos, como o mico-leão-caiçara (*Leontopithecus caissara*), queixada (*Tayassu pecari*), bugio (*Alouatta fusca*), mono- carvoeiro (*Brachyteles arachnoides*) e grandes felinos, como a jaguatirica (*Felis pardalis*), onça parda (*Felis concolor*) e a onça pintada (*Phantera onca*), assim como os felinos de menor porte como gato do mato (*Felis tigrina*) e gato maracajá (*Felis wiedii*).

Quanto à fauna associada aos manguezais, destacam-se as várias espécies de caranguejos, formando enormes populações nos fundos lodosos, e de animais filtradores, tais como as ostras, que se alimentam de partículas suspensas na água. Muitos dos peixes que constituem o estoque pesqueiro das águas costeiras dependem das fontes alimentares do manguezal, pelo menos na fase jovem e é por este motivo que os manguezais são conhecidos como berçário natural para a fauna, pois existe uma série de animais que se reproduzem neste ambiente. Uma grande variedade de camarões e de peixes utilizam o mangue para reprodução e alimentação, como o robalo e a tainha. Essa variedade de animais atrai a atenção de predadores, que passam a utilizar esse ambiente como área de alimentação e reprodução, como é o caso dos guarás (*Eudocimus ruber*), colhereiros (*Platalea ajaja*), biguás (*Phalacrocorax brasilianus*), garças (*Casmerodius albus*, *Egretta thula* e *Ardea cocoi*), socós (*Tigrisoma lineatum* e *Butorides striata*) e martins-pescadores (*Megaceryle torquata*, *Chloroceryle amazona*).

10. ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS

10.1. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS

Tabela 8 - 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

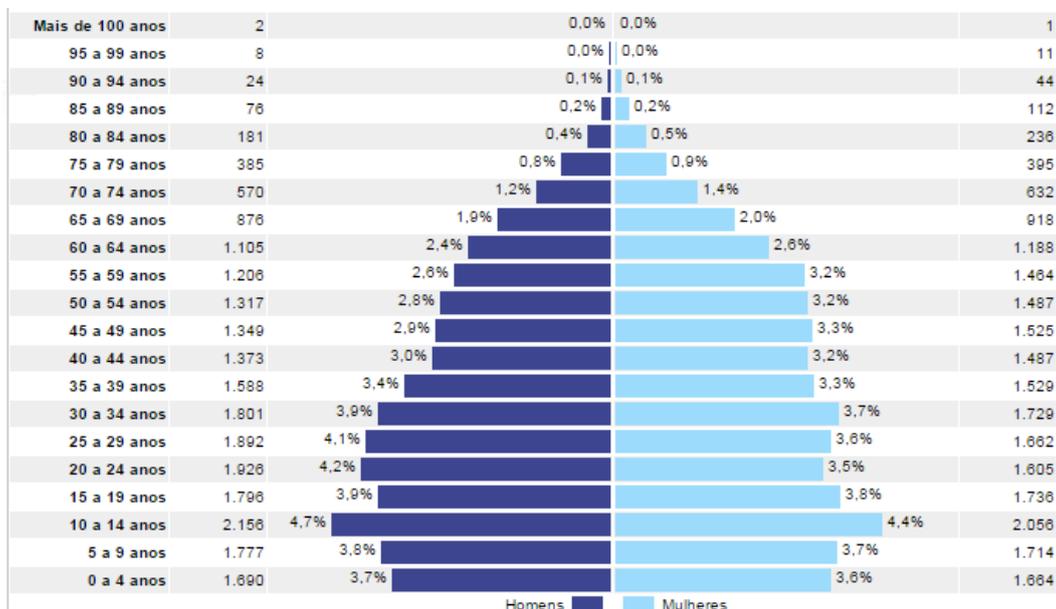
Fonte: SEADE - Governo do Estado de São Paulo

De acordo com o Censo de 2015 do IBGE a população de Mongaguá é de 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 7- Pirâmide etária de Mongaguá



Fonte: IBGE, 2016.

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).



10.2. 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.

Tabela 9 - 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.

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

Tabela 10 - Condições de Vida

	Ano	Município	Reg. Metr.	Estado
Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS - Dimensão Riqueza	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 correntes)	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

10.3. 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 11 - 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 12 - 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 13 - Emprego e Rendimento

	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 da Agricultura, Pecuária, Produção Florestal, Pesca e Aquicultura (Em reais correntes)	2014	860,00	1.556,60	1.652,59
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

10.4. PRODUTO INTERNO BRUTO



O Produto Interno Produto (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 a 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 14 - 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,2016.

Tabela 15 - Economia

	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 Total do 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



10.5. 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 16 - Índices Educacionais

	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: SEADE - Governo do Estado de São Paulo

Tabela 17 - Relação das instituições de ensino do município de Mongaguá

Escolas Públicas Municipais	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 OILIVEIRA 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 PROFª JACYRA DE SOUZA OLIVEIRA
	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 PROFª CÉLIA PUPO DE JESUS
	EMEIEF VILA ATLÂNTICA
	EMEIEF SÍTIO DO PICA PAU AMARELO
	EMEIEF NAIR MELO FRANCISCO – DONA NAIA
	EMEIEF PEQUENO PRÍNCIPE
	EMEIEF PROFª CLÁUDIA MARIA ANDRELLA
	EMEIEF ZONA RURAL
Escolas Públicas Estaduais	EE AGENOR DE CAMPOS
	EE AIDA LEDA BAUER DAVIES PROFESSORA
	EE ALDEIA AGUAPEU
	EE ARACY DA SILVA FREITAS PROFESSORA
	EE CENTRO DE ATEND SOCIOEDUC AO ADOLESCENTE MONGAGUAUI
	EE CENTRO DE PROGRESSAO PENITENCIARIA DE MONGAGUA
	EE KUARAY O E A SOL NASCENTE
Escola	ETEC ADOLPHO BEREZIN
Escolas Particulares	COLÉGIO COC EXPRESSAO
	COLÉGIO CASALUNGA
	ESCOLA DE EDUCAÇÃO ESPECIAL NELSON ALVES JANEIRO
	COLÉGIO PORTINARI
	URSO BIANCO COLÉGIO DE EDUCAÇÃO INFANTIL

Fonte: Secretaria De Educação de São Paulo, 2015.



De acordo com o Censo Escolar realizado pelo INEP em 2014, 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.

10.6. 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 18 - Relação dos estabelecimentos de saúde do município de Mongaguá

Nome: Hospital eMaternidade 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 19 - Estatísticas da Saúde

	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

11. INFRAESTRUTURA BÁSICA URBANA

11.1. ABASTECIMENTO DE ÁGUA

Em relação ao abastecimento de água, Mongaguá é abastecida por meio de um sistema produtor local denominado Antas, que integra o Sistema Sul de Abastecimento de Água da Baixada Santista, juntamente com Praia Grande, Itanhaém, Peruíbe e a porção oeste da área continental de São Vicente, segundo regionalização dos sistemas operados pela SABESP (SABESP, 2011, p.84).

O Sistema Antas Recebe contribuição do Sistema Mambu, que abastece Itanhaém, com o qual é integrado. Sobre cobertura dos sistemas de abastecimento de água, o sistema de distribuição de água do município possui 360 km atendendo de maneira bastante satisfatória grande parte das áreas mais densas (90 a 100% dos domicílios).

A cobertura também é incompleta em outras áreas menos densas localizadas a norte da Rodovia Padre Manoel da Nóbrega. Análise do Censo indica que a faixa de cobertura entre 75% e 90% encontram-se dois setores censitários de baixa densidade, sendo um situado entre os bairros Flórida Mirim e Itaguaí, próximo à divisa com Itanhaém, e outro entre os bairros Jussara e Itaóca.

Na faixa de cobertura entre 50% e 75% existe um grande setor no bairro Flórida Mirim, em torno do Presídio, em que praticamente não existem assentamentos.



Na faixa de cobertura entre 25% e 50%, há um grande setor situado no bairro Vila São Paulo e no Parque Estadual da Serra do Mar, em área com ocupações esparsas.

Por fim, na faixa de cobertura entre 0% e 25% está o setor da Aldeia Indígena Itaoca e a grande área do Parque Estadual da Serra do Mar, ao norte desta, onde praticamente não há ocupações.

11.2. REDE DE ESGOTO

No início dos anos 2000, o sistema de esgotos sanitários de Mongaguá abrangia apenas o centro urbano mais consolidado do município, que corresponde à área compreendida entre o entorno do Rio Mongaguá e a divisa com o município de Praia Grande (DAEE, 2010).

Nesta época, era generalizado o uso de fossas sépticas e os canais de drenagem de águas pluviais eram utilizados para escoar os efluentes dessas fossas e também para o lançamento direto do esgoto bruto, que desaguava no oceano. O município contava então com 28.258,0 m de rede coletora e 5.723,0 m de emissários terrestres, além de uma estação de tratamento, denominada ETE Bichoró.

De acordo com os resultados do Censo Demográfico 2010, o município de Mongaguá possuía um total de 14.588 domicílios ocupados com residentes fixos, dentre os quais 32,45% tinham banheiros e estavam conectados à rede coletora de esgoto ou de águas pluviais, e 58,01% utilizavam fossas sépticas. Tais números mostram o alto déficit de atendimento de domicílios em Mongaguá, com mais da metade da população utilizando fossas sépticas como alternativa à rede coletora.

De modo geral, observa-se que o atendimento é mais limitado em áreas situadas a noroeste da rodovia, em especial na área centro-oeste do município, onde predomina população residente, além das praias situadas



a sudoeste da Vila Atlântica, até a divisa com Itanhaém, o que torna possível inferir que as condições de saneamento são mais afetadas em feriados, durante o verão e no pico da alta temporada. A situação de precariedade da coleta e tratamento do esgoto prejudica ainda as condições de balneabilidade, colocando em risco de contaminação a população residente e os turistas, resultando em impactos negativos para a economia local por afetar a qualidade das praias.

A qualidade das praias, aferidas pelos índices de balneabilidade, é um importante indicador da qualidade do saneamento básico, no caso de municípios litorâneos. No caso de Mongaguá, esta consideração merece destaque, pois apenas 51% dos esgotos são coletados. Mesmo tendo sido construídos mais de 200 km de rede coletora nos últimos anos, cerca de 11 mil ligações na rede coletora de esgotos ainda não foram realizadas pelos proprietários.

Segundo a CETESB (2012), no município de Mongaguá são monitoradas seis praias. As mesmas ficaram Próprias, em média, 65% do tempo em 2011, um pouco menos do que em 2010, quando ficaram 72% do tempo.

Até o início das obras de ampliação e melhoria do sistema de saneamento do município, pelo Programa Onda Limpa, Mongaguá possuía o pior nível de cobertura do sistema de esgotos da Baixada Santista. No âmbito deste programa, estão em curso investimentos que priorizam a implantação do sistema de tratamento e o remanejamento e ampliação das redes de esgoto. (Litoral Sustentável – Resumo Executivo Mongaguá)

11.3. RESÍDUOS SÓLIDOS

A gestão de resíduos sólidos em Mongaguá é realizada diretamente pela Prefeitura, através da Diretoria de Serviços Públicos e, segundo informações repassadas pelos gestores locais, a prestação dos serviços de limpeza urbana é totalmente terceirizada, com execução das atividades



pela empresa Terracom. O município não possui Plano de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos (PGIRS), em conformidade com o estabelecido pela Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), instituída pela Lei Federal no 12.305/2010.

A geração média de resíduos sólidos (com base em dados relativos a toneladas coletadas e não de resíduos gerados) atingiu pouco mais de 24 mil toneladas em 2009, segundo do Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento (SNIS). Estes dados indicam uma pro Por mais de 20 anos, o município dispôs seus resíduos de maneira inadequada, em um lixão no próprio município. As atividades deste lixão foram encerradas em 2008, após atuação da CETESB. A partir de então, a Prefeitura passou a encaminhar os resíduos para um aterro sanitário particular, localizado no bairro Sítio das Neves, em Santos. Atualmente, na área do antigo lixão funciona uma unidade de transbordo de resíduos em condições bastante precárias – a céu aberto, sem sistemas dedrenagem de águas pluviais, tratamento dos lixiviados ou controle da presença de catadores.

As ações de limpeza urbana em Mongaguá compreendem os serviços de varrição, capinação e roçagem, bem como os relacionados à limpeza de praias, feiras livres e dos sistemas de drenagem, e são realizados pela empresa contratada.

Em relação aos Resíduos da Construção Civil (RCC), o município atua de forma corretiva, promovendo a limpeza de áreas onde há descarte irregular.

Segundo informações dos gestores locais, este não é considerado um problema em Mongaguá, já que boa parte destes resíduos é absorvida pelo mercado informal para utilização em aterros de lotes e propriedades, bem como na manutenção de vias sem pavimentação. São evidentes, entretanto, os impactos negativos de tais práticas.

Com relação aos Resíduos dos Serviços de Saúde, a empresa



Terracom também presta os serviços de coleta, encaminhando-os para tratamento no município de Mauá/SP.

As ações de coleta seletiva em Mongaguá tiveram início em 2009, após o fechamento do lixão da cidade, com o processo de cadastramento e de organização dos catadores de material reciclável que atuavam na área. Na atualidade, uma cooperativa organizada por um grupo de cerca de dez catadores gerencia a coleta seletiva no município, alcançando uma produtividade de cerca de 30 toneladas mensais.

Pelo conjunto de informações levantadas, constata-se que o município de Mongaguá possui grandes desafios em relação à melhoria da prestação dos serviços de limpeza urbana e de manejo de resíduos sólidos. Por não possuir o PGIRS, o município permanece sem instrumentos de apoio à gestão, em especial para o planejamento de suas ações voltadas a ofertar alternativas para a disposição adequada dos resíduos pela população. A gestão associada com outros municípios também pode ser considerada como um objetivo a ser alcançado, considerando as características das cidades da Baixada Santista e as restrições de caráter ambiental existentes, somados à tendência de aumento da população residente. (Litoral Sustentável – Resumo Executivo Mongaguá)

11.4. ENERGIA ELÉTRICA

A energia elétrica de Mongaguá é fornecida pela Empresa Cetesb. De acordo com o SEADE (2016), em 2014 o consumo de energia elétrica do município de Mongaguá foi de 101. 642 MWh, sendo que 115 deste consumo foi para a área industrial, 43.386 para a área residencial, 2.593 para a área de comércio e serviços, 292 para a iluminação e serviços



públicos e apenas 89 para a área rural.

11.5. TRANSPORTE RODOVIÁRIO, URBANO E RURAL

As empresas de transporte rodoviário que atendem o município é a Viação Breda partindo do Terminal Jabaquara de São Paulo. O transporte intermunicipal é realizado pela empresa Breda e o transporte municipal é feito pela empresa Beira Mar.

11.6. SISTEMA DE SEGURANÇA

Com relação à gestão da Segurança Pública, Mongaguá, diferentemente de outras cidades brasileiras, parece já ter reconhecido a importância das ações municipais no campo da segurança pública. O município tem uma legislação que prevê e estimula as ações locais de prevenção e uma estrutura pública dedicada ao tema, incluindo uma Diretoria Municipal de Segurança e a própria Guarda Municipal.

O gestor da área de segurança afirmou que há um fórum de planejamento para as ações na área, reunindo as diretorias de Segurança, Saúde e Educação. O objetivo deste planejamento é principalmente preservar o patrimônio público, a segurança dos estudantes e o bem estar social. A existência de planejamento mostra que há um canal para a execução de tais políticas, mas as taxas atuais de crimes contra a pessoa e o patrimônio sublinham a necessidade de expandir as intervenções.

Nesse sentido, o avanço na implementação de políticas municipais de segurança na cidade pode se dar pela elaboração de um diagnóstico mais aprofundado sobre a violência e a criminalidade em Mongaguá e pela ampliação de esferas de debate e consulta, para que os diferentes segmentos da cidade possam contribuir e participar na definição



do conteúdo das políticas neste campo. (Litoral Sustentável – Resumo Executivo Mongaguá)

Delegacia de Polícia Civil

A Polícia Militar localiza-se na Av. Antônio Martins de Araújo, e o telefone para contato (13) 3448-3815.

Posto de Salva Vidas - Corpo de Bombeiros

O Corpo de Bombeiros localiza-se na Av Governador Mário Covas Júnior , 4001 - Flórida Mirim, e o telefone para contato é (13) 3448-7745.

Guarda Municipal

A Guarda Municipal localiza-se na Avenida 15 de Novembro, 462 – Vila Atlântica, e o telefone para contato é (13) 3448-1011.

Defesa Civil

A Defesa Civil localiza-se na Av. Marina, 74, e o telefone para contato é (13) 3448-1011.

III. RESUMO EXECUTIVO

12. PLANO DE AÇÕES

Esta etapa de trabalho teve como base o diagnóstico, a análise dos



segmentos turísticos potenciais e atuais e a proposição de eixos potenciais com a elaboração dos Planos; de gestão ambiental, de ação em infraestrutura, e de ações institucionais. As ações foram agrupadas de acordo com cinco componentes do Regulamento Operacional do Programa PRODETUR Nacional. Cabe ressaltar que neste documento estão indicadas todas as ações consideradas necessárias para a implementação do Plano de Desenvolvimento Estratégico do Turismo Local.

12.1. SELEÇÃO DAS VARIÁVEIS

A primeira etapa do processo de elaboração das estratégias, por meio da análise SWOT, foi a seleção das variáveis. Assim, entende-se por variável as características e propriedades de um objeto de estudo que são passíveis de mensuração ou classificação.

A discriminação das variáveis ocorre por meio dos instrumentos de análise empregados, que podem ser qualitativos ou quantitativos. Para a análise de SWOT, a seleção das variáveis envolve dois níveis de análise: a situação externa e a situação interna em relação ao turismo local.

12.1.1. Situação Externa

As variáveis da situação externa (macroambiente) são aquelas que o Município possui pouco ou nenhum controle, mas que afetam direta e indiretamente o desempenho e a forma de atuação em relação ao turismo. As variáveis são relacionadas às oportunidades e ameaças. As oportunidades referem-se aos fenômenos ou condições externas, atuais ou potenciais, que contribuem substancialmente para que o Município e os Produtores alcancem seus objetivos em relação ao turismo e melhorem a sua posição competitiva no turismo, regional, estadual, nacional e internacional. Já as ameaças correspondem ao sentido oposto das oportunidades, pois



dizem respeito a fenômenos ou condições externas que possam trazer dificuldades ao município no alcance de seus objetivos ou resultar na perda de participação no mercado turístico.

12.1.2. Situação Interna

As variáveis da situação interna (microambiente) são aquelas sobre as quais o Município possui maior ou grande poder de intervenção e controle. As variáveis são classificadas em forças e fraquezas. As forças referem-se às características e vantagens competitivas internas, atuais ou potenciais, que contribuem para que o estado e as regiões alcancem seus objetivos em relação ao turismo. As fraquezas, por sua vez, são características ou deficiências internas, atuais ou potenciais, que prejudicam ou dificultam o alcance dos objetivos do turismo pelo estado e pelas regiões, colocando-os em desvantagem em relação aos concorrentes.

Para este trabalho, por fazerem referência ao microambiente, as variáveis da situação interna foram agrupadas a partir da estruturação dos componentes do PRODETUR: estratégia de produto turístico; estratégia de comercialização; fortalecimento institucional; infraestrutura e serviços básicos; e gestão ambiental.

O principal subsídio para seleção das variáveis da situação interna foi o diagnóstico competitivo, que cumpriu o objetivo de analisar a realidade do turismo local.

12.1.3. Divisão das Variáveis Internas por Componente

Após o levantamento das variáveis externas, efetuou-se a divisão das variáveis da situação interna (forças e fraquezas), presentes no diagnóstico, entre os componentes do plano. Assim, cada componente teve



suas variáveis categorizadas conforme segue:

12.1.4. Cruzamento das Variáveis e Formulação das Estratégias

Finalizada a divisão das variáveis internas entre os componentes e suas respectivas categorias e, considerando o posicionamento de mercado para o Município, procedeu-se ao cruzamento destas mesmas variáveis. O cruzamento objetivou relacionar as variáveis selecionadas, a fim de analisá-las de forma conjunta, ou seja, as principais variáveis internas frente às principais variáveis externas, de forma a propiciar a formulação de estratégias. Para Mintzberg 196T et al., (2006) "... é o padrão ou plano que integra as principais metas, políticas e sequências de ação da organização em um todo coeso." (p. 29 grifo do autor). Além disso, as estratégias devem estar orientadas, em forma e conteúdo, para formatar as vantagens competitivas. Sendo assim, a partir da definição do posicionamento de mercado, da seleção de variáveis e seu cruzamento, formulou-se uma estratégia para cada categoria, as quais resultaram, na sequência, na formulação de uma estratégia única por componente.

O formato destas estratégias foi orientado e estruturado a partir das seguintes questões:

- O que fazer?
- Como fazer?
- Para que fazer?

Exemplo de estratégia. Incentivar a qualificação das diversas atividades econômicas relacionadas ao turismo prioritariamente para os equipamentos e serviços turísticos por meio da articulação com instituições e ensino e qualificação profissional, visando à melhoria da qualidade dos serviços turísticos e o aumento das receitas dos empreendimentos. A estrutura da estratégia segue as três questões, como se pode a seguir:



- O que fazer? Incentivar a qualificação das diversas atividades econômicas relacionadas ao turismo prioritariamente para os equipamentos e serviços turísticos;
- Como fazer? Por meio da articulação com instituições de ensino e qualificação profissional;
- Para que fazer? Visando a melhoria da qualidade dos serviços turísticos e o aumento das receitas dos empreendimentos.

Não obstante, no que se refere à estrutura proposta de apresentação das estratégias, deve se destacar que o posicionamento de mercado foi utilizado como parâmetro para a constituição de seu conteúdo. O posicionamento de mercado tem como base a definição de uma oferta diferenciada que seja capaz de ocupar uma posição vantajosa no mercado competitivo do turismo no que se refere ao público consumidor. Para a definição de posicionamento de mercado, entende-se que cada produto, serviço ou ideia quando lançado no mercado, ocupa uma determinada posição nas preferências do consumidor. O discernimento para a hierarquização de preferências não é processado apenas pela razão, outros fatores relacionados à subjetividade, como desejos, status e valores também contribuem no processo. Para o turismo não é diferente, pois o produto comercializado envolve uma série de fatores objetivos e subjetivos que impactam diretamente a satisfação do turista.

12.2. PESQUISA DE DEMANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO - INTERNACIONAL

12.2.1. Chegadas de turistas ao Brasil, por vias de acesso, segundo Continentes e países de residência permanente - 2014-2015



Tabela 20 - Demanda Internacional - Chegadas de Turistas

Continentes e países de residência permanente	Chegadas de turistas									
	Total		Vias de acesso							
			Aérea		Marítima		Terrestre		Fluvial	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Brasil	6.429.852	6.305.838	4.540.509	4.318.429	65.572	55.879	1.759.612	1.870.626	64.159	60.904
África	128.252	110.983	125.086	109.220	161	198	2.949	1.531	56	34
África do Sul	26.287	27.260	24.647	25.992	106	151	1.517	1.106	17	11
Angola	48.666	48.297	47.680	48.189	-	-	986	108	-	-
Cabo Verde	2.906	2.584	2.891	2.551	-	11	15	22	-	-
Nigéria	8.262	3.484	8.255	3.466	-	2	7	16	-	-
Outros países da África	42.131	29.358	41.613	29.022	55	34	424	279	39	23
América Central e Caribe	61.968	53.709	58.337	50.396	24	46	3.562	3.188	45	79
Costa Rica	15.911	11.450	14.675	10.312	4	6	1.232	1.130	-	2
Cuba	4.659	6.003	4.467	5.838	-	1	191	164	1	-
Guatemala	8.408	6.112	7.874	5.728	-	2	533	378	1	4
Panamá	9.805	10.081	9.425	9.656	10	13	370	412	-	-



Outros países da América Central e Caribe	23.185	20.063	21.896	18.862	10	24	1.236	1.104	43	73
América do Norte	844.969	734.450	807.059	699.272	5.075	6.848	29.786	26.011	3.049	2.319
Canadá	78.531	68.293	72.371	62.786	685	1.215	4.684	3.863	791	429
Estados Unidos	656.801	575.796	631.064	550.962	4.013	5.422	19.481	17.543	2.243	1.869
México	109.637	90.361	103.624	85.524	377	211	5.621	4.605	15	21
América do Sul	3.133.629	3.420.349	1.537.721	1.683.514	35.440	27.476	1.514.263	1.667.358	46.205	42.001
Argentina	1.743.930	2.079.823	734.709	913.435	32.669	24.325	939.748	1.104.746	36.804	37.317
Bolívia	95.300	108.149	50.242	64.206	27	21	45.002	43.883	29	39
Chile	336.950	306.331	278.113	268.094	812	690	57.995	37.479	30	68
Colômbia	158.886	118.866	132.271	105.714	288	136	26.284	12.950	43	66
Equador	42.349	34.899	37.916	32.150	6	12	4.423	2.733	4	4
Guiana Francesa	5.113	13	4	7	-	-	5	1	5.104	5
Paraguai	293.841	301.831	41.332	45.588	69	42	248.722	252.158	3.718	4.043
Peru	117.230	113.078	84.291	86.818	43	38	32.612	25.969	284	253
República da Guiana	4.973	4.551	517	549	-	-	4.423	3.977	33	25
Suriname	3.379	4.999	3.240	4.799	-	-	96	156	43	44
Uruguai	223.508	267.321	91.621	111.990	1.419	2.187	130.464	153.032	4	112



Venezuela	108.170	80.488	83.465	50.164	107	25	24.489	30.274	109	25
Ásia	332.585	299.270	293.710	264.618	926	1.635	37.801	32.705	148	312
China	57.502	53.064	55.362	50.831	47	286	2.082	1.929	11	18
Índia	25.675	23.259	24.930	22.397	60	160	656	696	29	6
Israel	43.340	35.891	31.173	25.939	45	105	12.102	9.846	20	1
Japão	84.636	70.102	73.534	62.032	612	853	10.475	7.201	15	16
República da Coréia	45.522	50.725	37.137	41.968	10	18	8.364	8.718	11	21
Outros países da Ásia	75.910	66.229	71.574	61.451	152	213	4.122	4.315	62	250
Europa	1.847.834	1.631.514	1.655.538	1.468.022	22.679	18.703	155.116	128.770	14.501	16.019
Alemanha	265.498	224.549	231.358	196.558	6.310	3.632	26.731	24.044	1.099	315
Áustria	28.532	26.575	24.761	23.504	636	516	3.077	2.511	58	44
Bélgica	42.964	34.423	39.129	31.218	280	434	3.450	2.675	105	96
Dinamarca	22.743	23.136	19.643	20.464	201	184	2.885	2.476	14	12
Espanha	166.759	151.029	145.929	132.815	1.662	1.260	19.099	16.850	69	104
Finlândia	13.413	11.943	12.411	11.070	73	55	923	812	6	6
França	282.375	261.075	246.027	229.653	2.498	2.282	21.946	17.555	11.904	11.585
Grécia	7.849	7.146	7.358	6.644	42	39	443	457	6	6
Holanda	81.655	66.870	73.400	60.555	975	464	7.031	5.640	249	211



Hungria	6.450	7.058	5.598	6.345	63	58	780	648	9	7
Inglaterra	217.003	189.269	192.907	163.782	2.096	4.253	21.512	18.129	488	3.105
Irlanda	19.467	17.651	16.689	15.106	84	110	2.677	2.397	17	38
Itália	228.734	202.015	211.128	189.598	3.397	2.209	14.122	10.133	87	75
Noruega	33.749	25.699	32.127	24.459	57	174	1.549	1.043	16	23
Polônia	24.068	24.363	20.621	21.036	113	147	3.311	3.148	23	32
Portugal	170.066	162.305	167.360	159.671	407	549	2.213	2.011	86	74
República Tcheca	8.529	8.537	7.231	7.315	32	22	1.262	1.194	4	6
Rússia	36.969	25.644	32.119	22.711	221	219	4.625	2.701	4	13
Suécia	42.214	34.096	38.877	31.551	142	162	3.181	2.368	14	15
Suíça	80.277	70.319	70.068	62.072	1.843	1.259	8.217	6.843	149	145
Outros países da Europa	68.520	57.812	60.797	51.895	1.547	675	6.082	5.135	94	107
Oceania	80.447	55.421	62.903	43.262	1.267	972	16.122	11.047	155	140
Austrália	67.389	44.896	52.772	34.890	1.251	838	13.236	9.046	130	122
Nova Zelândia	12.760	10.301	9.892	8.196	16	132	2.827	1.956	25	17
Outros países da Oceania	298	224	239	176	-	2	59	45	-	1
Países não especificados	168	142	155	125	-	1	13	16	-	-

Fonte: Departamento de Polícia Federal e Ministério do Turismo



O turismo estrangeiro aumenta 4,8% no Brasil e chegou a 6,6 milhões de turistas internacionais em 2016, segundo dados do Ministério do Turismo (MTur). O resultado foi influenciado pela realização da Olimpíada e da Paraolimpíada que aconteceram no segundo semestre, no Rio de Janeiro. O movimento histórico dos turistas estrangeiros inseriu na economia brasileira o montante de US\$ 6,2 bilhões. O valor equivale a mais de R\$ 21 bilhões e é 6,2% maior do que o registrado em 2015. A entrada de recursos não foi recorde como o número de visitantes devido às variações do câmbio que refletem diretamente no turismo.

O perfil da maior parte dos visitantes que desembarcaram no Brasil de janeiro a dezembro é de latinos e norte-americanos, seguidos de europeus. Os argentinos mantiveram a tradicional liderança entre os visitantes ao ultrapassarem a marca de 2,1 milhões de turistas. Os Estados Unidos ocuparam o segundo lugar, com o envio de 600 mil pessoas. Em seguida, aparecem na lista Chile, Paraguai, Uruguai, França, Alemanha, Itália, Inglaterra, Portugal e Espanha.

Rio de Janeiro e São Paulo continuam sendo os destinos mais procurados por turistas em viagens de lazer ou trabalho, indica o Estudo da Demanda Turística Internacional, divulgado na semana passada pelo Ministério do Turismo. Segundo a pesquisa, São Paulo é a principal cidade a receber estrangeiros em viagens a negócios, com 48,3% das visitas desse tipo ao País. Já o Rio de Janeiro recebeu 29,6% dos turistas em visitas a lazer. (MTur 2015-2016)



12.3. VARIÁVEIS DO MUNICÍPIO DE MONGAGUÁ

Inserido no novo Mapa do Turismo do Brasil o município foi classificado como categoria B. O Mapa do Turismo Brasileiro é um instrumento de orientação para a atuação do Ministério do Turismo no desenvolvimento de políticas públicas, tendo como foco a gestão, estruturação e promoção do turismo, de forma regionalizada e descentralizada. Sua construção é feita em conjunto com os órgãos oficiais de Turismo dos estados brasileiros.

Tabela 21 - Regiões turísticas do mapa do turismo brasileiro

UF	Município	Região Turística	Categoria
SP	Bertioga	CostadaMata Atlântica	B
SP	Cubatão	CostadaMata Atlântica	C
SP	Guarujá	CostadaMata Atlântica	A
SP	Itanhaém	CostadaMata Atlântica	B
SP	Mongaguá	CostadaMata Atlântica	B
SP	Peruíbe	CostadaMata Atlântica	B
SP	PraiaGrande	CostadaMata Atlântica	A
SP	Santos	CostadaMata Atlântica	A
SP	SãoVicente	CostadaMata Atlântica	B

Fonte: <http://mapa.turismo.gov.br>

Dentro da metodologia, as cidades contempladas nas categorias A, B e C contam com 95% dos empregos formais em meios de hospedagem 87% dos estabelecimentos formais de meios de hospedagem, 93% do fluxo doméstico e têm fluxo internacional. O conjunto de municípios dos grupos



D e E, reúnem características de apoio às cidades geradoras de fluxo turístico. Muitas vezes são aquelas que fornecem mão-de-obra ou insumos necessários para atendimento aos turistas.

12.3.1. Meios de Hospedagem de Mongaguá

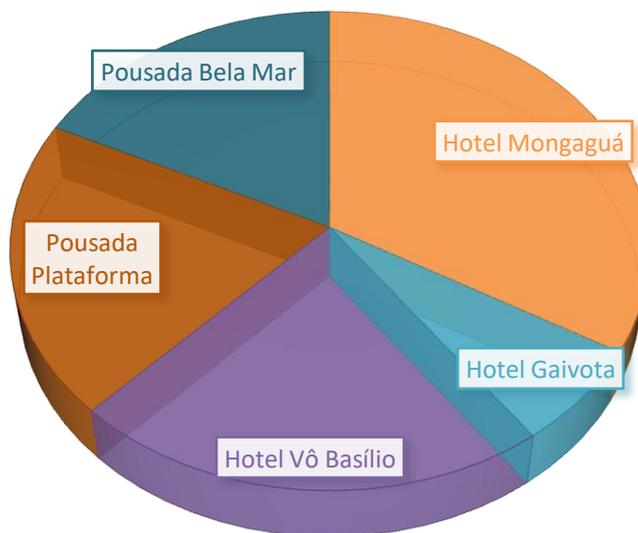
Tabela 22 - Meios de Hospedagem - Mongaguá

LOCAL	LEITOS	PREÇO MÉDIO (R\$)
Hotel Mongaguá	150	100
Hotel Gaivota	30	100
Hotel Vô Basílio	100	100
Pousada Plataforma	90	120
Pousada Bela Mar	80	130
TOTAL/Média de Preço	450	R\$ 110

Fonte: URBATEC, 2017.

Gráfico 8 - Dimensionamento dos Meios de Hospedagem

DISPONIBILIDADE DE HOSPEDAGEM



Fonte: URBATEC, 2017.



12.3.2. Infraestrutura Básica

Tabela 23 - Infraestrutura Urbana

INFRAESTRUTURABÁSICA	
ITEM	SITUAÇÃO
Rede de acesso, o principal acesso Rod.	Encontra-se em boa situação
Sistema de abastecimento de água fei pelo SABESP	Não há área urbana de Mongaguá o atendimento da rede de abastecimento de água atinge 100% dos domicílios.
Sistema de esgotamento sanitário	De modo geral, observa-se que o atendimento é mais limitado em áreas situadas a noroeste da rodovia, em especial na área centro-oeste do município, onde predomina população residente, além das praias situadas a sudoeste da Vila Atlântica, até a divisa com Itanhaém, o que torna possível inferir que as condições de saneamento são mais afetadas em feriados, durante o verão e no pico da alta temporada.
Sistema de energia elétrica suprido pela CETESB	A energia elétrica de Mongaguá é fornecida pela Empresa Cetesb. De acordo com o SEADE (2016), em 2014 o consumo de energia elétrica do município de Mongaguá foi de 101.642 MWh, sendo que 1% deste consumo foi para a área industrial, 54% para a área residencial, 45% para a área de comércio e serviços, 2% para a iluminação e serviços públicos e apenas 1% para a área rural.
Mobiliário Urbano	No município de Mongaguá, vê-se a necessidade de criar uma unidade para os mobiliários urbanos, e também disponibilizar em maior quantidade na malha urbana. Nas áreas mais afastadas do centro, nota-se uma falta de unidade visual, nas praças centrais, assim como na orla das praias, onde está a maior concentração dos mobiliários urbanos.
Pavimentação	No município de Mongaguá, percebe-se uma diversidade na pavimentação das vias urbanas, e uma precariedade desta infraestrutura em todo o município. Na malha urbana, a maior parte das vias é pavimentada em lajotas, asfalto, pavimentação poliédrica ou coberta com britas, e nas áreas rurais são em chã ou batido ou lajotas.



Equipamentos de Saúde	Os equipamentos públicos de saúde são bem distribuídos no município de Mongaguá, se concentram principalmente na área central. O principal equipamento público é o Hospital e Maternidade Municipal de Mongaguá Dr ^a Adoniran.
-----------------------	---

Fonte: URBATEC, 2017.

12.3.3. Infraestrutura Turística

Tabela 24 - Infraestrutura Turística

INFRAESTRUTURA BÁSICA	
ITEM	SITUAÇÃO
Requalificação urbana: Terminal Rodoviário Municipal	No geral a edificação necessita passar por um processo de reforma, pois nota-se uma necessidade de manutenção da pintura e limpeza do local. Além da infraestrutura necessitar de reparos, a segurança para os passageiros e usuários do local não é satisfatória.
Requalificação de vias com maior fluxo e turistas e moradores: Av. Marina, Av. São Paulo, Av. Nossa Senhora de Fátima, Av. Getúlio Vargas e vias dos acessos rodoviários	As vias Av. Marina, Av. São Paulo, Av. Nossa Senhora de Fátima, Av. Getúlio Vargas e vias dos acessos rodoviários são em geral, vias coletoras importantes do município de Mongaguá, fazem conexão com diversos bairros e precisam de atenção, principalmente na região central onde possui, calçadas estreitas limitando a circulação, principalmente quando em alta temporada de visitação turística. As vias direcionam para atrativos como a entrada do Morro da Santa, o Skate Park e o Centro de Eventos Itapoan, praias e bairros.
Ciclovias na Av. São Paulo, Av. Tiradentes, Av. Nossa Senhora de Fátima, complementos na Av. Gov. Mário Covas Jr (orla da praia) e interligação das ciclovias/ciclofaixas	A malha cicloviária é insuficiente frente a demanda de uso deste meio de transporte. As principais vias, para implantação deste sistema, do município são Av. São Paulo, Av. Nossa Senhora de Fátima, Av. Marina, A. Gov. Mário Covas Jr e Av. Monteiro Lobato pois são importantes vias que percorrem toda a extensão do município. Devido sua extensão são importantes eixo de conexão com os bairros, a implantação de uma malha ciclovias viria de encontro a demanda crescente de suporte a este modal. É importante considerar que uma ciclovias contempla não só ciclistas, mas também pedestres e usuários do transporte público e veículos particulares.



Requalificação das vias marginais, Av. Monteiro Lobato, Av. Tiradentes e Av. Porto Alegre e dos acessos à rodovia	As avenidas: Av. Monteiro Lobato, Av. Tiradentes e Av. Porto Alegre são vias marginais à Rodovia Pe. Manoel da Nóbrega, localizada ao norte da Rodovia Pe. Manoel da Nóbrega. Av. Monteiro Lobato tem aproximadamente 11km e a Av. Tiradentes tem aproximadamente 7,5km. A Av. Porto Alegre tem aproximadamente 1,2km. Com aproximadamente 20 km de extensão no total, direcionam aos bairros localizados nesta porção do município, são de grande importância para os munícipes e turistas pois são um eixo de acesso à diversos atrativos e locais de Mongaguá como o Belvedere Municipal e o Poço das Antas.
Sinalização Turística	É fundamental, para qualquer município que deseje desenvolver turismo, possuir infraestrutura básica que possibilite a acessibilidade. Mongaguá necessita de sinalização adequada, indicando os atrativos, trade e equipamentos, e nos principais acessos ao município.

12.4. AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA GERAL

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 25 - Nota dada para cada opção de avaliação de infraestrutura

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

Fonte: URBATEC, 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.



$$m_k = \sum_{i=1}^i \frac{x_i \times f_i}{f_i}$$

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

m_k : é a média do k -ésimo segmento avaliado;

x_i : é a pontuação dada cada opção de resposta;

f_i : 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 26 - 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



TelefoneeInternet	2,771
Restaurante/Alimentação	3,479
DiversãoNoturna	1,839
GuiaTurístico	2,189
Passeio/CityTour	1,966
PontuaçãoTotal Média	2,655

Fonte:URBATEC,2016

12.5. SÍNTESE DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA

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 eturistas. 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.

12.6. POTENCIALIDADE TURÍSTICA

A proposta principal desta avaliação é 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.

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 visita 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, 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.



13. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO E DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIAS POR COMPONENTE

Este diagnóstico na verdade é um resumo do diagnóstico turístico já concluído e entregue em documento anterior. Conforme o esquema a seguir, a definição de estratégias para cada um dos cinco componentes teve como base diversas estratégias específicas formadas pelo cruzamento SWOT.

Tabela 27 - Relação das temáticas componentes e estratégias.

Temáticas do Diagnóstico	Componentes	Estratégias
Análise do Mercado Turístico (de demanda e Oferta) de Mongaguá	COMPONENTE 1: Estratégia de produto turístico.	ESTRATÉGIA 1
	COMPONENTE 2: Estratégia de comercialização	ESTRATÉGIA 2
Análise do Quadro Institucional de Mongaguá	COMPONENTE 3: Fortalecimento institucional.	ESTRATÉGIA 3
Análise da Infraestrutura Básica e dos Serviços Gerais	COMPONENTE 4: Infraestrutura e serviços básicos.	ESTRATÉGIA 4
Análise dos Aspectos Sócio Ambientais	COMPONENTE 5: Gestão ambiental.	ESTRATÉGIA 5

Fonte: URBATEC, 2017.

13.1. COMPONENTE 01 - ESTRATÉGIA DE PRODUTO TURÍSTICO

Segundo o ROP do PRODETUR, as atividades deste componente se concentrarão nos investimentos relacionados ao planejamento, à recuperação e



à valorização dos atrativos turísticos públicos necessários para promover, consolidar ou melhorar a competitividade dos destinos em modalidades ou tipos específicos de turismo. O componente também integrará as ações destinadas a alinhar os investimentos privados em segmentos ou nichos estratégicos, bem como aquelas destinadas a melhorar a competitividade dos empresários turísticos, por meio do aprimoramento da organização setorial, da qualidade dos serviços e do acesso a fatores produtivos. O desenvolvimento de produtos turísticos de Mongaguá terá como base as estratégias apresentadas a seguir.

Tabela 28 - Componente 01 - Estratégia do Produto Turístico.

Componente 01 - Estratégia do Produto Turístico	
Forças	Fraqueza
<ul style="list-style-type: none"> • A maioria dos atrativos pode ser acessada com facilidade. • Alta valorização da paisagem e atrativos ressalta originalidade no mercado turístico local e regional. • Atrativos em consolidação: turismo natural e de eventos. • Atrativos naturais e culturais ligados a turismo cultural e aventura. • Diversificação na oferta de produtos gastronômicos (serviços de alimentação, festas e feiras). 	<ul style="list-style-type: none"> • Baixa oferta de equipamentos e serviços de hospedagem e gastronomia, concentrados na alta temporada. • Baixa oferta de operadoras de turismo receptivo. • Carência de mão de obra qualificada. • Carência de vinculação com planejamento turístico. • Falta de estruturação da gestão, infraestrutura de apoio e desenvolvimento de atividades complementares.



	<ul style="list-style-type: none">• Fragilidade do setor de hospedagem no que diz respeito à atração de novos investimentos em manutenção e fortalecimento de empreendimentos existentes.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">• Belezas naturais e natureza são considerados os principais motivos de viagem no Brasil.• Crescente representatividade no turismo na economia brasileira.• Disponibilidade de recursos públicos investimento na recuperação, conservação e preservação do patrimônio histórico e cultural.• Disponibilização de linha de crédito para o setor, com principal objetivo de expandir oferta nacional.• Equacionamento de períodos sazonais – segmento de eventos independente de condições climáticas e períodos de férias escolares.	<ul style="list-style-type: none">• Alta informalidade de empresas e trabalhadores no setor.• Baixa qualificação do setor turístico e baixa capacidade de investimento compromete a qualidade dos serviços.• Necessidade de organização relacionados à oferta de serviços qualificados.• Risco de perda e descaracterização do patrimônio histórico cultural.• Superpopulação de turistas durante a temporada de verão acarreta riscos de contaminação ambiental nos atrativos naturais.

Fonte: URBATEC, 2017.



13.2. COMPONENTE 02 - ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO

Este componente, de acordo com o ROP do PRODETUR, contemplará ações destinadas a fortalecer a imagem dos destinos turísticos e a garantir a eficiência e eficácia dos meios de comercialização escolhidos. Tendo em vista essa orientação, as estratégias para esse componente são apresentadas a seguir.

Tabela 29 - Componente 02 - Estratégia de Comercialização

Componente 02 - Estratégia de Comercialização	
Forças	Fraqueza



<ul style="list-style-type: none"> • A região possui uma marca; • Disponibilidade de material promocional regional e específico sobre o Litoral Sul; • Segmentos de Turismo ecológico mais difundido da região; • Parceria de divulgação de Mongaguá inserido na regionalização por meio de materiais gráficos e virtuais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Não existe política local intensiva de divulgação do turismo interno. • Faltam materiais promocionais de forma padronizada e integrada. • Inexistência de plano de marketing estratégico ou operacional de Mongaguá. • Mongaguá apresenta baixa participação na oferta de roteiros comercializados pela região, pelo trade regional, estadual ou nacional.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Existência de programa de Promoção e Apoio à Comercialização voltado para consolidação da imagem do País e diversificação dos produtos turísticos, tanto para o mercado interno quanto externo. • Grande exposição do turismo na mídia online, televisiva e impressa. • Surgimento de novas mídias de alcance nacional e internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de parceria com o trade regional, com os demais produtos turísticos da região. • Concorrência entre a iniciativa privada dos destinos que apresentam melhor promoção e articulação, exemplo Santos. • Concorrência dos destinos que apresentam melhor promoção e articulação entre a iniciativa privada.

Fonte: URBATEC, 2017.



13.3. COMPONENTE 03 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

Este componente, de acordo com o PRODETUR, integrará ações orientadas a fortalecer a institucionalidade turística, por meio de mecanismos de gestão e coordenação em âmbito federal, estadual, local e do setor privado, e do apoio à gestão turística estadual e municipal (reestruturação de processos internos, equipamento, desenvolvimento de software, capacitação e assistência técnica). Seguindo essa orientação, as estratégias desse componente são apresentadas a seguir.

Tabela 30 - Componente 03 - Fortalecimento Institucional

Componente 03 - Fortalecimento Institucional	
Forças	Fraqueza
<ul style="list-style-type: none">• Instância de governança regional estabelecida e em funcionamento.• Possui sistema on line para emissão de Nota Fiscal, e CNDs.• Possui Lei de Criação do COMTUR.• Possui Conselho Municipal de Turismo Ativo.	<ul style="list-style-type: none">• Mongaguá não possui ou aplica ferramentas de planejamento para o desenvolvimento da atividade turística municipal.• Ausência de tecnologias avançadas de informação e comunicação visando à comercialização de destinos e negócios turísticos.• Baixo investimento para qualificação da mão de obra vinculada ao turismo.• Estrutura administrativa específica para o turismo encontra-se carente de recursos diversos, especialmente materiais e humanos.• Faltam pesquisas sistematizadas, banco de dados e



	<p>informações diversas sobre turistas, atrativos, guias e monitores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pequena integração público privado para encaminhamento das demandas turísticas da Cidade.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Concepção integrada de planos de desenvolvimento do turismo. • Consolidação do portal do Ministério do Turismo na internet, que possibilita busca rápida e objetiva das informações disponíveis. • Crescimento da oferta de Planos de Fortalecimento Institucional que valorizam o papel das instâncias de governança. • Existência do Plano Nacional de Turismo referencial estratégico do turismo nacional. • Maior demanda da sociedade civil organizada por participação nas instâncias de controle e monitoramento de políticas públicas. • Presença e atuação de instituições formadoras como SEBRAE e SENAC, universidades e ONGs na região podem favorecer a capacitação profissional. • Recursos do Orçamento Geral da União para infraestrutura 	<ul style="list-style-type: none"> • Baixa qualidade dos cursos profissionalizantes voltados ao turismo na região. • Carência de referenciais de planejamento e gestão para o Turismo em diversas escalas. • Desenvolvimento da atividade turística sem planejamento e estrutura adequada pode acarretar perda ou descaracterização do patrimônio histórico cultural. • Dificuldades na obtenção de dados organizados de forma sistemática e contínua • Falta de integração dos programas de capacitação profissional. • Limitações relativas à comunicação e à disseminação das informações do setor governamental.



turística.	
------------	--

Fonte: URBATEC, 2017.

13.4. COMPONENTE 04 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS

Este componente integrará, segundo o PRODETUR, todos os investimentos em infraestrutura e de serviços não vinculados diretamente a produtos turísticos, mas necessários para gerar acessibilidade ao destino e dentro dele (infraestrutura de acesso e transporte) e satisfazer as necessidades básicas do turista durante sua estada, em termos de água, saneamento, energia, telecomunicações, saúde e segurança. As estratégias desse componente são apresentadas a seguir.

Tabela 31 - Componente 04 - Infraestrutura e Serviços Básicos

Componente 04 – Infraestrutura e Serviços Básicos
--



Forças	Fraqueza
<ul style="list-style-type: none"> • Mongaguá possui boas estradas de acesso, que estão em excelentes condições. • Há monitoramento de ligações irregulares de esgoto sanitário, fiscalização ambiental e coleta de lixo. • Disponibilidade de cobertura de água e energia elétrica em área urbana do município. • Existem condições físicas favoráveis para criação de uma rota cicloviária. • Sinalização vertical nas rodovias de acesso a Mongaguá 	<ul style="list-style-type: none"> • A baixa integração intermunicipal com transporte coletivo terrestre. • Falta de áreas apropriadas sinalizadas para estacionamento de ônibus de excursões no Mongaguá • Falta de sinalização turística padrão interligando todos os atrativos de Mongaguá • Falta de identificação clara do portal de entrada da cidade.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Existência de Plano Nacional de Turismo Linhas de financiamentos do Banco Mundial - projetos rodoviários. • Existência de Plano Nacional de Turismo. • Existência de processos modernos e tecnologias para tratamento de esgotos e resíduos sólidos. • Recursos do Orçamento Geral da União OGU para a infraestrutura turística. Atividades Características do Turismo ACT representaram 3,6% 	<ul style="list-style-type: none"> • Desequilíbrio com a capacidade instalada dos aeroportos frente ao crescimento da demanda. • Falta de coordenação e alinhamento de políticas e legislação relativas ao transporte e turismo. • Falta de dados estatísticos seguros e acessíveis para formar uma base de planejamento e gestão. • Falta de política regulatória dos serviços de transportes locais. • Falta de política regulatória dos serviços de hospedagem. • Falta de política regulatória



da economia brasileira.	dos serviços de gastronomia locais.
-------------------------	-------------------------------------

Fonte: URBATEC, 2017.

13.5. COMPONENTE 05 - GESTÃO AMBIENTAL

Este componente será dirigido à proteção dos recursos naturais e culturais, que constituem a base da atividade turística, além de prevenir e minimizar os impactos ambientais e sociais que os diversos investimentos turísticos possam gerar. Tendo em vista essa orientação, as estratégias para esse componente são apresentadas a seguir.

Tabela 32 - Componente 05 – Gestão Ambiental

Componente 05 – Gestão Ambiental



Forças	Fraqueza
<ul style="list-style-type: none"> • As Unidades de Conservação Estaduais de Proteção Integral apresentam condições político institucionais de recebimento da visitação. • Mata Atlântica preservada conta com interesse de conservação nacional e também externo. • O turismo como potencializador da educação ambiental e aumento das práticas ambientalmente positivas em equipamentos e serviços turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Controle incipiente sobre os impactos socioambientais do turismo. • Falta de manejo das trilhas, geração de lixo e coleta de espécies vegetais em áreas naturais. • Inexistência de pesquisas e indicadores sistematizados para a avaliação ambiental. • Poucas práticas ambientais positivas promovidas pelos equipamentos e serviços turísticos maioria vinculada somente a ações de reciclagem de resíduos. • Pressão de equipamentos e serviços turísticos sobre sistemas naturais, principalmente em épocas de temporada.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Estar inserido em área de interesse nacional. • Ser Município inserido nas rotas turísticas litorâneas com maior número de turistas do Brasil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Degradação do meio ambiente por parte dos munícipes e dos turistas. • Falta de controle e fiscalização municipal, estadual e nacional. Concorrência dos destinos que apresentam melhor promoção e articulação entre a iniciativa privada.

Fonte: URBATEC, 2017.

14. ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO



14.1. PRODUTO TURÍSTICO – PT

Tabela 33 - Estratégia do Produto Turístico.

COMPONENTE01 ESTRATÉGIADeprodototurístico(EPT)	
ESTRATÉGIA DO COMPONENTE	Desenvolverprodutosturísticosintegrados,diversificados,competitivoseconcebidoscombasenasustentabilidade local,visandoàexpansãodademandaturísticaeamaximizaçãodopotencialdaofertaturísticada região.
EMBASAMENTO	
<ul style="list-style-type: none"> · EPT1:Qualificaraorganizaçãoeaintegraçãodoprodototurísticohistóricoculturalpormeiodaestruturaçãodagestãodosatrativosculturais,melhoriaeampliaçãodainfraestruturaturística,promoçãodaeducaçãopatrimonialafimdedesenvolverprodutosturísticosdiferenciadoscompetitivos. · EPT2:Qualificaroprodototurísticonaturalpormeiodapromoçãodaeducaçãoambientaledesenvolvimentodeatividadescomplementaresafimdevalorizarosbenssocioambientaisediversificarousodosatrativosnaturais. · EPT3:Qualificaraofertadeatividades turísticas complementares vinculadas aos produtos naturais e culturais pormeio de incentivos à iniciativa privada e à realização de eventos com a finalidade de compor produtos integrados, diversificados e competitivos. · EPT4:Apoiaramodernização,diversificaçãoeredistribuiçãoespacialdosequipamentoseserviçosturísticospormeiodapromoçãodaqualificaçãodosestabelecimentos efomentoainiciativa privada como objetivo de melhorar a qualidade da experiênciaturística. 	

Fonte:URBATEC, 2017.



Tabela 34 - Programa 01 - Projeto PT01

PROJETO: MANUTENÇÃO NO SITE E NAS PÁGINAS DAS REDES SOCIAIS.			
PROGRAMA	PROGRAMA 01 - PRODUTO TURÍSTICO		
CODIGO	PT - 01	AÇÃO	01
DESCRIÇÃO	Manutenção e atualização de sites e das páginas nas redes sociais, funcionaria como uma assessoria de imprensa especializada no turismo, voltado a produzir notícias e matérias do turismo de MONGAGUÁ..		
OBJETIVOS	Fazer manutenção e atualização da web marketing turístico		
VALOR	R\$ 72.000,00 (setenta e dois mil reais)		
PRAZOS	36 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	Setembro de 2018 a Setembro de 2019

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 35 - Programa 01 - Projeto PT02

PROJETO: CONFEÇÃO DE 40.000 FOLDERS DO TURISMO DE MONGAGUÁ..			
PROGRAMA	PROGRAMA 01 - PRODUTO TURÍSTICO		
CODIGO	PT - 02	AÇÃO	2
DESCRIÇÃO	Impressão gráfica de 40.000 Folders.		
OBJETIVOS	Confecção De 40.000 Folders Do Turismo De Mongaguá.		
VALOR	R\$ 33.124,00 (trinta e três mil e cento e vinte e quatro reais)		
PRAZOS	1 mês	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2019

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 36 - Programa 01 - Projeto PT03

PROJETO: CONFEÇÃO DE VÍDEO INSTITUCIONAL APRESENTANDO O MUNICÍPIO NO SEGMENTO TURÍSTICO.			
PROGRAMA	PROGRAMA 01 - PRODUTO TURÍSTICO		
CODIGO	PT - 03	AÇÃO	3
DESCRIÇÃO	Confecção de Vídeo Institucional apresentando o Município no Segmento Turístico. A ideia é a produção de um vídeo institucional de 10 minutos onde será apresentado todo o município, seus atrativos e serviços turísticos.		
OBJETIVOS	Confecção de vídeo institucional do turismo		
VALOR	R\$ 19.980,00 (dezenove mil, novecentos e oitenta reais).		
PRAZOS	1 Mês	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2019

Fonte: URBATEC, 2017



Tabela 37 - Programa 01 - Projeto PT04

PROJETO: CONFEÇÃO DE 20.000 MAPAS TURÍSTICOS DE MONGAGUÁ..			
PROGRAMA	PROGRAMA 01 - PRODUTO TURÍSTICO		
CODIGO	PT – 04	AÇÃO	4
DESCRIÇÃO	Confecção e impressão de 20.000 mapas turísticos coloridas.		
OBJETIVOS	Confecção e impressão de 20.000 mapas turísticos coloridas.		
VALOR	R\$ 9.550,00 (nove mil, quinhentos e cinquenta reais).		
PRAZOS	1 Mês	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2019

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 38 - Programa 01 - Projeto PT05

PROJETO: CONFEÇÃO DE 5.000 PASTAS PERSONALIZADAS DO TURISMO DE MONGAGUÁ.			
PROGRAMA	PROGRAMA 01 - PRODUTO TURÍSTICO		
CODIGO	PT – 05	AÇÃO	5
DESCRIÇÃO	Confecção e impressão de 5.000 pastas.		
OBJETIVOS	Confecção e impressão de 5.000 pastas.		
VALOR	R\$ 3.790,00 (três mil, setecentos e noventa reais)		
PRAZOS	1 Mês	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2018

Fonte: URBATEC, 2017



14.2. COMERCIALIZAÇÃO – C

Tabela 39 - Estratégia de Comercialização

COMPONENTE02 ESTRATÉGIADecomercializaçãoOEC	
ESTRATÉGIADO COMPONENTE	Fortalecer, no âmbito nacional e internacional, o posicionamento do mercado do turismo de Mongaguá, por meio de ações estratégicas e integradas de marketing, visando o aumento da participação do município no mercado turístico e o aumento de receitas oriundas da atividade turística.
EMBASAMENTO	
<ul style="list-style-type: none"> · EC1: Incentivar a ampliação e qualificação de roteiros comercializados por meio da criação de uma base conceitual e de promoção de espaços de articulação público-privada visando o fortalecimento do produto turístico diferenciado. · EC2: Qualificar os materiais promocionais por meio da padronização e definição de uma identidade municipal integrada ao posicionamento do mercado regional com vistas à promoção qualificada nos mercados reais e potenciais. · EC3: Fortalecer o posicionamento do mercado da região por meio da elaboração do Plano de Marketing de Mongaguá, visando o reconhecimento regional, nacional e internacional de Mongaguá. 	

Fonte: URBATEC, 2017.

Tabela 40 - Programa 02 - Projeto C01

PROJETO: FAMTOUR			
PROGRAMA	PROGRAMA 02 – COMERCIALIZAÇÃO		
CODIGO	C 1	AÇÃO	1
DESCRIÇÃO	<p>FAMTOUR - O objetivo geral de um famtour deverá ser construído a partir da discussão do que se quer apresentar e quais os mercados nos quais será possível inserir o produto turístico. De acordo com o que define o Ministério do Turismo, a realização do famtour consiste em "convidar agentes de viagem para visitar o destino, para que conheçam o local e saibam o que estão oferecendo ao cliente", mas qual destino se quer promover para esse público? Agentes de viagens de quais mercados? Qual o perfil dos turistas em potencial do produto turístico que será trabalhado no famtour? Essas são perguntas que deverão ser respondidas necessariamente durante a definição do objetivo geral da ação. Com a definição da região turística a ser visitada, parte-se para a identificação do público do evento, quando é necessário realizar uma análise detalhada de pesquisas de mercado já executadas, nas quais será possível verificar onde estão localizados os turistas em potencial do produto/destino turístico que se quer apresentar.</p> <p>Estudos analisam a situação mercadológica do produto turístico no âmbito nacional, regional e local, identificando em qual(is) deste(s) está(ão) o(s) mercado(s) interessado(s) pelo produto, avaliando perspectivas para o posicionamento do produto em relação aos seus concorrentes e</p>		



	considerando a competitividade do produto turístico. Nessas pesquisas é encontrado também o perfil do público em potencial da região, tal como idade, sexo, classe social, entre outros.		
OBJETIVOS	Para a definição dos objetivos específicos do famtour, assim como de qualquer outro evento, é preciso construí-los relacionando-os diretamente com o propósito maior (objetivo geral), observando-se as especificidades do produto, suas possibilidades de inserção mercadológica e os aspectos da imagem promocional que se quer do mesmo.		
VALOR	R\$ 70.000,00 (setenta mil reais)		
PRAZOS	3 dias	PERÍODO ESTRATÉGICO	2 Semestre de 2019

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 41 - Programa 02 - Projeto C02

PROJETO: Participação em Eventos Integrados do Estado de São Paulo			
PROGRAMA	PROGRAMA 02 - COMERCIALIZAÇÃO		
CODIGO	C 2	AÇÃO	2
DESCRIÇÃO	Participação em Eventos Integrados da Região do Estado de São Paulo		
OBJETIVOS	Participação em Eventos Integrados da Região do Estado de São Paulo		
VALOR	R\$ 15.000,00 (quinze mil reais)		
PRAZOS	5 dias	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 semestre de 2020

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 42 - Programa 02 - Projeto C03

PROJETO: Participação em Eventos Integrados de Promoção - WTM			
PROGRAMA	PROGRAMA 02 - COMERCIALIZAÇÃO		
CODIGO	C 3	AÇÃO	3
DESCRIÇÃO	Participação em Eventos Integrados de Promoção - WTM. Pagamento de despesas de passagens aéreas, hospedagem, alimentação, locação e montagem de estandes e distribuição de material promocional de MONGAGUÁ.		
OBJETIVOS	Participação em Eventos Integrados de Promoção - WTM		
VALOR	R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)		
PRAZOS	5 dias	PERÍODO ESTRATÉGICO	2 Semestre de 2020

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 43 - Programa 02 - Projeto C04

PROJETO: Participação em Eventos Integrados Nacional – BRAZTOA			
PROGRAMA	PROGRAMA 02 - COMERCIALIZAÇÃO		
CODIGO	C 4	AÇÃO	4
DESCRIÇÃO	Participação em Eventos Integrados Nacional – BRAZTOA - O evento tem como objetivo promover negócios e fortalecer o relacionamento entre associados Braztoa e os agentes de viagem. Reúne operadoras e agências de viagens associadas à Braztoa – Associação Brasileira das Operadoras de Turismo, buscando promover negócios e antecipar tendências e novidades.		



	Durante o evento, ocorrem rodadas de negócios, palestras e workshops. Acontece duas vezes ao ano (março/novembro) em São Paulo/SP. Pagamento de despesas de passagens aéreas, hospedagem, alimentação, locação e montagem de estandes e distribuição de material promocional de Mongaguá.		
OBJETIVOS	Participação em Eventos Integrados Nacional – BRAZTOA - - Efetivar novas parcerias com operadoras e agências de viagens do país, em especial com o mercado de São Paulo; - Aperfeiçoar a forma de atuação da empresa, buscando novas tecnologias e tendências do setor; - Incrementar a rede de relacionamento comercial; - Gerar novos negócios.		
VALOR	R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)		
PRAZOS	5 dias	PERÍODO ESTRATÉGICO	2 Semestre de 2020

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 44 - Programa 02 - Projeto C05

PROJETO: Participação em Eventos Integrados Nacional – Salão de Turismo MTUR			
PROGRAMA	PROGRAMA 02 - COMERCIALIZAÇÃO		
CODIGO	C 5	AÇÃO	5
DESCRIÇÃO	Participação em Eventos Integrados Nacional – Salão de Turismo MTUR - Promovido pelo Ministério do Turismo, o evento apresenta roteiros turísticos das 27 unidades da Federação. O salão é dividido em módulos de atividades: Feira de Roteiros Turísticos, Área de Comercialização, Vitrine Brasil (artesanato, moda, joias, produtos da agricultura familiar, manifestações artísticas e gastronomia), Núcleo de Conhecimento, Rodada de Negócios (encontros pré-agendados entre os agentes de comercialização do produto turístico brasileiro), Missões Promocionais - Caravana Brasil (visitas técnicas de agentes de turismo/operadores) e Missões Promocionais - Press Trip (visitas técnicas de profissionais de imprensa nacional e internacional). Acontece geralmente no mês de junho em São Paulo/SP. Pagamento de despesas de passagens aéreas, hospedagem, alimentação, locação e montagem de estandes e distribuição de material promocional de MONGAGUÁ..		
OBJETIVOS	Participação em Eventos Integrados Nacional – Salão de Turismo MTUR – O foco do evento é - Promover novos roteiros/produtos turísticos; - Comercializar produtos turísticos regionais; - Aperfeiçoar conhecimentos; - Conquistar o melhor mercado consumidor do turismo; - Analisar o posicionamento de destinos concorrentes. Ambiente interessante pra expor Mongaguá.		
VALOR	R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)		
PRAZOS	5 dias	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2021

Fonte: URBATEC, 2017



Tabela 45 - Programa 02 - Projeto C06

PROJETO: Participação em Eventos Integrados Nacional – ABAV			
PROGRAMA	PROGRAMA 02 – COMERCIALIZAÇÃO		
CODIGO	C 6	AÇÃO	6
DESCRIÇÃO	Participação em Eventos Integrados Nacional – ABAV - A ABAV é reconhecida pela indústria turística como a maior feira de turismo da América Latina, tendo como principal foco o foro principal de comercialização e comunicação do setor, atingindo, de forma positiva, toda a cadeia produtiva que dá suporte à atividade. O evento atrai profissionais que têm a oportunidade ímpar de negociar com os expositores. É uma feira de multiprodutos, que acontece no mês de outubro na cidade do Rio de Janeiro/RJ. Pagamento de despesas de passagens aéreas, hospedagem, alimentação, locação e montagem de estandes e distribuição de material promocional de Mongaguá.		
OBJETIVOS	Participação em Eventos Integrados Nacional – ABAV – estreitar relações comerciais com o público de agências de viagens do Brasil, especialmente do Rio de Janeiro.		
VALOR	R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)		
PRAZOS	5 dias	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2021

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 46 - Programa 02 - Projeto C07

PROJETO: Participação em Eventos Integrados Nacional – Workshop da CVC			
PROGRAMA	PROGRAMA 02 - COMERCIALIZAÇÃO		
CODIGO	C 7	AÇÃO	7
DESCRIÇÃO	Participação em Eventos Integrados Nacional – Workshop da CVC - Pagamento de despesas de passagens aéreas, hospedagem, alimentação, locação e montagem de estandes e distribuição de material promocional de Mongaguá. São eventos realizados com o objetivo de estreitamento comercial com a operadora idealizadora e promoção dos seus produtos. Possuem formatos diversos, mas necessariamente inclui uma área que promove a comercialização de produtos turísticos. Têm datas específicas de realização e geralmente acontecem nas cidades que são sede dessas empresas.		
OBJETIVOS	Participação em Eventos Integrados Nacional – Workshop da CVC		
VALOR	R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)		
PRAZOS	5 dias	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2021

Fonte: URBATEC, 2017



14.3. FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL – FI

Tabela 47 - Fortalecimento Institucional.

COMPONENTE 03 FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL FI	
ESTRATÉGIADO COMPONENTE	Fortalecer gestão local do turismo por meio de desenvolvimento e implementação de processos de gestão e planejamento integrados e participativos, visando, com isso, a institucionalização de práticas administrativas eficientes e o comprometimento efetivo dos diversos atores responsáveis pelo planejamento e gestão da atividade.
EMBASAMENTO	
<ul style="list-style-type: none"> · FI1: Dinamizar a atuação das instâncias de governança municipal por meio de reativação e ampliação da participação afim de qualificar o processo de gestão e monitoramento do turismo. · FI2: Qualificar servidores públicos municipais e membros das instâncias de governança para a gestão da atividade turística, por meio de processos de capacitação planejados com vistas à melhoria dos serviços prestados à população de turistas. · FI3: Consolidar os processos de planejamento municipal por meio da aplicação dos instrumentos de gestão e de efetiva participação da população no monitoramento, avaliação e revisão do plano existentes, com vistas ao fortalecimento da gestão da atividade turística. · FI4: Fortalecer a estrutura institucional para o turismo por meio da adequação de processos e procedimentos de gestão, da estrutura administrativa e da legislação aplicável, com vistas ao gerenciamento eficiente e eficaz de recursos para o turismo e a melhoria da articulação institucional pública e privada. 	

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 48 - Programa 03 - Projeto FI01

PROJETO: CRIAÇÃO DA MARCA E DO MANUAL DE CORES DO TURISMO DE MONGAGUÁ			
PROGRAMA	PROGRAMA 03 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL		
CODIGO	FI - 01	AÇÃO	01
DESCRIÇÃO	<p>O Manual de Identidade Visual também prevê como os elementos gráficos (logotipo, símbolo, cores e <i>slogan</i>) se comportarão nas mais variadas aplicações, sendo essas prioritariamente institucionais, e não promocionais. As aplicações institucionais compõem o material no qual se apresenta a mensagem principal que deu origem à marca. São as peças que revelam a maneira constante como a empresa ou destino turístico quer ser apresentado ao público e aos colaboradores, por intermédio da papelaria básica (cartão de visita, envelope e papel de carta), dos veículos automotores, dos uniformes, letreiro, sinalização, folder, <i>banner</i> e embalagem, por exemplo.</p> <p>A identidade visual vai além das especificidades da marca, ela abarca toda a apresentação do negócio, inclusive o modo como são ofertados os produtos e serviços. Uma vez definidos os parâmetros de como se</p>		



	<p>comportarão os elementos gráficos nas variadas formas de aplicação, está preparado o ponto e partida para o trabalho de marketing. A este cabe a missão de sugerir a estratégia de abordagem ao público alvo, em que estarão previstos os veículos de divulgação pelos quais a marca e a mensagem deverão se disseminar.</p> <p>Portanto, a identidade visual tem o valor de um patrimônio e, como tal, necessita de cuidados tanto na concepção quanto na manutenção.</p>		
OBJETIVOS	Elaborar uma identidade visual para confecções de múltiplos materiais.		
VALOR	R\$ 27.940,00 (vinte e sete mil reais novecentos e quarenta).		
PRAZOS	3 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2018.

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 49 - Programa 03 - Projeto FI02

PROJETO: CRIAÇÃO DE MAPA TURÍSTICO DE MONGAGUÁ E ARTES GRÁFICAS			
PROGRAMA	PROGRAMA 03 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL		
CODIGO	FI - 02	AÇÃO	2
DESCRIÇÃO	Elaboração de Georreferenciamento Turístico dos itens levantados no inventário turístico. Confecção e Plotagem dos Pontos em Mapas Cartográficos. Elaboração de Mapa Turístico de Mongaguá..		
OBJETIVOS	Elaboração de Artes Gráficas para Confecção de Mapas Turísticos.		
VALOR	R\$ 18.430,00 (dezoito mil, quatrocentos e trinta reais)		
PRAZOS	3 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 semestre de 2018

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 50 - Programa 03 - Projeto FI03

PROJETO: CRIAÇÃO DO SITE INSTITUCIONAL DO TURISMO			
PROGRAMA	PROGRAMA 03 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL		
CODIGO	FI - 03	AÇÃO	03
DESCRIÇÃO	<p>Cada vez mais somos dependentes da internet e buscamos informações online. Turistas consultam a internet antes e durante da viagem. Então, é fundamental que o destino turístico conte com um site funcional para informar aos potenciais clientes as atividades e experiências que podem ser vivenciadas no município, bem como disponibilizar informações úteis sobre a região turística onde está inserido.</p> <p>O site é atualmente a melhor ferramenta para disponibilizar informações sobre Mongaguá. e seus produtos turísticos. Com o avanço das compras online os sites tendem a ser mais procurados e valorizados e a função comercialização deve ser planejada pelos gestores do turismo.</p> <p>O internauta entra no site em busca de informação. A qualidade, atualização e disposição da informação são aspectos importantes para que o cliente continue navegando e, eventualmente, compre por este canal.</p> <p>O site do turístico do município, além de informar os clientes, deve despertar o desejo de consumo, ser fácil de atualizar, ficar disponível 24 horas por dia e ter alcance global.</p>		



OBJETIVOS	Elaboração do site institucional do turismo de Mongaguá..		
VALOR	R\$ 20.479,00 (vinte mil, quatrocentos e setenta e nove reais)		
PRAZOS	3 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	2 Semestre de 2018

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 51 - Programa 03 - Projeto FI04

PROJETO: CRIAÇÃO DAS PÁGINAS NAS REDES SOCIAIS.			
PROGRAMA	PROGRAMA 03 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL		
CODIGO	FI – 04	AÇÃO	04
DESCRIÇÃO	<p>Desenvolver as plataformas adequadas: Facebook, Twitter, Youtube, entre outras. Lembre-se que é melhor estar bem atuante em uma única plataforma do que atuar em várias redes de forma inadequada e superficial. As mídias sociais são relativamente novas, mas o crescimento expressivo de usuários e seu poder de alcançar públicos segmentados atraem a atenção de diversas empresas, de inúmeros setores. A grande mudança está na estrutura de poder social: a possibilidade de gerar conteúdos e influenciar pessoas deixa de ser exclusividade das grandes corporações.</p> <p>Diferentemente das mídias tradicionais, as mídias sociais dependem da interação entre as pessoas. Os consumidores interagem mais com as empresas, colaboram na construção do conteúdo, dão dicas, fazem comentários, críticas, elogios, sugestões etc. Ou seja, as tecnologias permitem que essa interação provoque a boca a boca virtual.</p> <p>Os destinos turísticos são fortemente impactados pelas mídias sociais, pois a credibilidade vem da opinião de amigos e familiares, que passaram pelas mesmas experiências e dificuldades. E essa opinião está exposta para todos na rede.</p> <p>Mas, para gerar resultados, as mídias sociais devem ser utilizadas de forma estratégica, pois o turista busca informações relevantes. É necessário criar um plano de ação, definindo os objetivos e os resultados que são esperados.</p>		
OBJETIVOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentar vendas, estreitar relacionamento com consumidores, propagar a marca, atrair novos clientes etc. 2. Estabelecer o público-alvo que quer atingir: é importante definir o segmento de público com o qual se pretende comunicar nas mídias sociais, conhecer suas características, necessidades, comportamento de compra etc. O conteúdo que será postado deve ser interessante para esse grupo de potenciais consumidores. 3. Detalhe o conteúdo que será disponibilizado: assim como no site da empresa, o conteúdo disponibilizado nas mídias sociais é o aspecto mais importante para obter fãs e seguidores. Atente para a relevância, qualidade e atualização das informações, imagens e vídeos. Um atrativo turístico que 		



	<p>oferece atividades de turismo rural, por exemplo, pode criar e fomentar discussões, transmitir conhecimentos sobre produtos agrícolas, modo de vida do campo, experiências típicas etc. Enfim, deve usar as redes sociais para despertar interesse e envolver o consumidor, além de disponibilizar informações sobre o atrativo, tais como atividades e experiências oferecidas, eventos especiais, dicas sobre o destino etc.</p> <p>4. Defina o cronograma das ações, a periodicidade da atualização do conteúdo, respostas aos usuários e frequência do monitoramento da rede.</p> <p>5. Monitore os resultados: faça análise dos comentários (positivos e negativos) de cada post, interatividade e contribuição dos usuários, número de fãs ou seguidores (Facebook, Twitter e blog), entre outros. Além disso, existem bons softwares (pagos e gratuitos) que podem mostrar os sites mais/menos visitados, os horários de maior/menor acesso e, a partir daí, programar o conteúdo e horários de postagens.</p>		
VALOR	R\$ 11.830,00 (onze mil, oitocentos e trinta reais)		
PRAZOS	3 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	2 Semestre de 2018

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 52 - Programa 03 - Projeto FI05

PROJETO: CRIAÇÃO DE ARTE GRÁFICA PARA FOLDERS, FLYERS DO TURISMO DE MONGAGUÁ.			
PROGRAMA	PROGRAMA 03 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL		
CODIGO	FI - 05	AÇÃO	5
DESCRIÇÃO	Elaboração das artes e gráficas para a confecção de folders e flyers. Incluir os Atrativos Turísticos, o trade, os serviços básicos de interesse turístico. Este material deve passar ao receptor o raio x do turismo de Mongaguá.		
OBJETIVOS	Elaboração de Artes Gráficas para Flyers e Folders		
VALOR	R\$ 5.990,00 (cinco mil, novecentos e noventa reais)		
PRAZOS	3 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	2 Semestre de 2018

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 53 - Programa 03 - Projeto FI06

PROJETO: CRIAÇÃO DE ARTE GRÁFICA PARA PASTA INSTITUCIONAL DE ITAIPULANDIA			
PROGRAMA	PROGRAMA 03 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL		
CODIGO	FI - 06	AÇÃO	6
DESCRIÇÃO	Elaboração das artes e gráficas para a confecção de pasta institucional.		
OBJETIVOS	Elaboração das artes e gráficas para a confecção de pasta institucional.		
VALOR	R\$ 3.099,00 (três mil e noventa e nove reais)		
PRAZOS	3 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	2 Semestre de 2018

Fonte: URBATEC, 2017



14.4. INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB

Tabela 54 - Infraestrutura e Serviços Básicos.

COMPONENTE 04 INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS ISB	
ESTRATÉGIADOC OMPONENTE	AmpliarerequalificarainfraestruturAESERVIÇOSBÁSICOSdas áreasurbanaserurais,paraaotendimentodademandadaati vidadeturísticaeobemestardapopulaçãolocal.
EMBASAMENTO	
<ul style="list-style-type: none"> · ISB1: Ampliarerequalificarainfraestruturadecirculação, commelhoriasemtodososmodais, pormeiodeparceriasentreasesferasgovernamentais, proporcionandonovaseconfortáveisoportunidadesdeacessibilidade. · ISB2: Fomentarinvestimentosnosistemaaquaviáriopormeiodacriaçãodeparceriasoportunidadesatraentesparainvestidorescredíveis, proporcionandonovasalternativasdeacessibilidadeaoturistasemoradores. · ISB3: Priorizarasçõesdesaneamentopormeiodeparceriasentreasesferasgovernamentais, visandominimizarocomprometimentodaqualidadeambientaleproporcionarumambienteemaisseguroparaapopulaçãoturistas. · ISB4: Projetosdesinalizaçãoturística. · ISB5: Ampliarerequalificar ainfraestruturaurbanadeinteresses turístico. 	

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 55 - Programa 04 - Projeto ISB01

PROJETO: REQUALIFICAÇÃO URBANA: TERMINAL RODOVIÁRIO MUNICIPAL			
PROGRAMA	PROGRAMA 04 – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS		
CODIGO	ISB - 01	AÇÃO	1
DESCRIÇÃO	Reforma do Terminal Rodoviário e entorno/acessos ao terminal.		
OBJETIVOS	Reforma do Terminal Rodoviário visando promover maior conforto e segurança aos usuários. Adequar à acessibilidade, a sinalização e os acessos.		
VALOR	R\$ 3.811.863,79 (três milhões e oitocentos e onze mil e oitocentos e sessenta e três reais e setenta e nove centavos)		
PRAZOS	48 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2019

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 56- - Programa 04 - Projeto ISB02

PROJETO: REQUALIFICAÇÃO DE VIAS COM MAIOR FLUXO E TURISTAS E MORADORES: AV. MARINA, AV. SÃO PAULO, AV. NOSSA SENHORA DE FÁTIMA, AV. GETÚLIO VARGAS E VIAS DOS ACESSOS RODOVIÁRIOS			
PROGRAMA	PROGRAMA 04 – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS		
CODIGO	ISB - 02	AÇÃO	2



DESCRIÇÃO	Qualificar a pavimentação e passeio das avenidas principais.		
OBJETIVOS	A Av. São Paulo tem 13km, a Av. Marina 2,1km , a Av. N.S. Fatima possui 2,5km, Av. Getulio Vargas 500m, as avenidas de acesso no geral, aproximadamente 16km. A proposta deve considerar o recapeamento asfáltico ou pavimentação asfáltica, a fim de, qualificar e reestruturar as das principais vias de conexão do município, revisando a pavimentação asfáltica, calçamento e iluminação pública, paisagismo e mobiliário. Visando melhorar o acesso de inúmeros atrativos turísticos, e proporcionar maior segurança e conforto da população e dos turistas.		
VALOR	R\$ 21.297.239,52 (vinte e um milhões e duzentos e noventa e sete mil e duzentos e trinta e nove reais e cinquenta e dois centavos)		
PRAZOS	48 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2018

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 57 - Programa 04 - Projeto ISB03

PROJETO: CICLOVIAS NA AV. SÃO PAULO, AV. TIRADENTES, AV. NOSSA SENHORA DE FÁTIMA, COMPLEMENTOS NA AV. GOV. MÁRIO COVAS JR (ORLA DA PRAIA) E INTERLIGAÇÃO DAS CICLOVIAS/CICLOFAIXAS.			
PROGRAMA	PROGRAMA 04 – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS		
CODIGO	ISB - 03	AÇÃO	3
DESCRIÇÃO	Implantação de ciclovias e ciclofaixas nas avenidas descritas.		
OBJETIVOS	Implantação de ciclovia e/ou ciclofaixa ao longo das, Av. São Paulo, Av. Tiradentes, Av. Nossa Senhora de Fátima, complementos na Av. Gov. Mário Covas Jr (orla da praia) e interligação das ciclovias/ciclofaixas. a fim de otimizar a circulação e promover a segurança de ciclistas e pedestres principalmente.		
VALOR	R\$ 11.555.937,78 (onze milhões e quinhentos e cinquenta e cinco mil e novecentos e trinta e sete reais e setenta e oito centavos)		
PRAZOS	48 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2018

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 58 - Programa 04 - Projeto ISB04

PROJETO: REQUALIFICAÇÃO DAS VIAS MARGINAIS, AV. MONTEIRO LOBATO, AV. TIRADENTES E AV. PORTO ALEGRE E DOS ACESSOS À RODOVIA			
PROGRAMA	PROGRAMA 04 – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS		
CODIGO	ISB - 04	AÇÃO	4
DESCRIÇÃO	Qualificar a infraestrutura urbana nas avenidas descritas.		
OBJETIVOS	Qualificar a infraestrutura urbana das Av. Monteiro Lobato, Av. Tiradentes e Av. Porto Alegre e dos acessos à rodovia, importantes eixos de conexão entre os bairros da região norte do município. Revisar os fluxos direcionais, recapeamento asfáltico, calçadas, e todo o mobiliário urbano, considerando a iluminação, abrigos de ônibus e lixeiras.		
VALOR	R\$ 15.334.645,04 (quinze milhões e trezentos e trinta e quatro mil e seiscentos e quarenta e cinco reais e quatro centavos)		



PRAZOS	48 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2019
---------------	----------	----------------------------	---------------------------

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 59- Programa 04 - Projeto ISB05

PROJETO: REFORMA: PRAÇA FREDERICO PLATZECK			
PROGRAMA	PROGRAMA 04 – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS		
CODIGO	ISB - 05	AÇÃO	5
DESCRIÇÃO	Reforma da infraestrutura da Praça.		
OBJETIVOS	Reforma, adequação a acessibilidade e renovação de mobiliário em geral. Para estruturar melhor os grandes eventos que tradicionalmente próximo ao local.		
VALOR	R\$ 1.917.529,00 (um milhão e novecentos e dezessete mil e quinhentos e vinte e nove reais)		
PRAZOS	12 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2020

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 60- Programa 04 - Projeto ISB06

PROJETO: REVITALIZAÇÃO PRAÇA DUDU SAMBA			
PROGRAMA	PROGRAMA 04 – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS		
CODIGO	ISB - 06	AÇÃO	6
DESCRIÇÃO	Reforma da infraestrutura da Praça.		
OBJETIVOS	Reforma e adequação a acessibilidade para proporcionar a qualificação dos espaços de permanência e lazer dos usuários.		
VALOR	R\$ 2.323.847,83 (dois milhões e trezentos e vinte e três mil e oitocentos e quarenta e sete reais e oitenta e três centavos)		
PRAZOS	36 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	2 Semestre de 2018

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 61- Programa 04 - Projeto ISB07

PROJETO:REFORMA: PLATAFORMA MARÍTIMA DE PESCA AMADORA			
PROGRAMA	PROGRAMA 04 – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS		
CODIGO	ISB - 07	AÇÃO	7
DESCRIÇÃO	Reforma da infraestrutura da Plataforma		
OBJETIVOS	Reforma dos pilares portantes da plataforma visando sua manutenção e segurança dos usuários.		
VALOR	R\$ 3.028.576,00 (três milhões e vinte e oito mil e quinhentos e setenta e seis reais)		
PRAZOS	36 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	2 Semestre de 2019



Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 62 - Programa 04 - Projeto ISB08

PROJETO:REFORMA: CENTRO CULTURAL RAUL CORTEZ			
PROGRAMA	PROGRAMA 04 – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS		
CODIGO	ISB - 08	AÇÃO	8
DESCRIÇÃO	Reforma da infraestrutura da edificação.		
OBJETIVOS	Reforma do Centro Cultural Raul Cortez em prol de qualificar o sistema de climatização e acessibilidade.		
VALOR	R\$ 754.335,24 (setecentos e cinquenta e quatro mil e trezentos e trinta e cinco reais e vinte e quatro centavos)		
PRAZOS	12 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2020

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 63 - Programa 04 - Projeto ISB09

PROJETO:RESTAURO: MONUMENTO PEDRO PESCADOR			
PROGRAMA	PROGRAMA 04 – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS		
CODIGO	ISB - 09	AÇÃO	9
DESCRIÇÃO	Restauração do Monumento Histórico Pedro Pescador		
OBJETIVOS	Recuperar a peça a fim de preservação e manutenção.		
VALOR	R\$ 87.928,40 (oitenta e sete mil e novecentos e vinte e oito reais e quarenta centavos)		
PRAZOS	24 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2019

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 64 - Programa 04 - Projeto ISB10

PROJETO:REVITALIZAÇÃO DAS PRAÇAS FERNANDO ARENS E JACOUB KOUKDJIAN			
PROGRAMA	PROGRAMA 04 – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS		
CODIGO	ISB - 10	AÇÃO	10
DESCRIÇÃO	Reforma da infraestrutura das praças.		
OBJETIVOS	Reforma, adequação a acessibilidade e renovação de mobiliário, pavimentação e paisagismo. Para estruturar melhor o local que é um atrativo turístico tradicional do município.		
VALOR	R\$ 1.928.478,13 (um milhão e novecentos e vinte e oito mil e quatrocentos e setenta e oito reais e treze centavos)		
PRAZOS	36 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	2 Semestre de 2020

Fonte: URBATEC, 2017



Tabela 65 - Programa 04 - Projeto ISB11

PROJETO:RESTAURO: CHAFARIZ ANCHIETA DA RUA RUI BARBOSA			
PROGRAMA	PROGRAMA 04 – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS		
CODIGO	ISB - 11	AÇÃO	11
DESCRIÇÃO	Restauração e manutenção do monumento histórico.		
OBJETIVOS	Restauro e renovação de mobiliário, pavimentação e paisagismo. Para estruturar melhor o local que é um importante marco turístico do município.		
VALOR	R\$ 190.585,36 (cento e noventa mil e quinhentos e oitenta e cinco reais e trinta e seis centavos)		
PRAZOS	12 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2020

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 66- Programa 04 - Projeto ISB12

PROJETO:REQUALIFICAÇÃO DAS FEIRAS DE ARTESANATO			
PROGRAMA	PROGRAMA 04 – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS		
CODIGO	ISB - 12	AÇÃO	12
DESCRIÇÃO	Reformas da infraestrutura dos espaços das feiras de artesanato.		
OBJETIVOS	Qualificar a estrutura das feiras com reforma de quiosques, desde a pavimentação, acessibilidade, sanitários e cobertura. Configura-las como espaço de propulsão da produção econômica da cidade, configurando o centro como atrativo turístico, de comercialização e serviços.		
VALOR	R\$ 2.747.700,00 (dois milhões e setecentos e quarenta e sete mil e setecentos reais)		
PRAZOS	48 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2018

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 67 - Programa 04 - Projeto ISB13

PROJETO:REQUALIFICAÇÃO PARQUE ECOLÓGICO “A TRIBUNA”			
PROGRAMA	PROGRAMA 04 – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS		
CODIGO	ISB - 13	AÇÃO	13
DESCRIÇÃO	Reforma da infraestrutura do Parque Ecológico		
OBJETIVOS	Reforma da estrutura do Parque como um todo visando qualificar o abrigo aos animais e estrutura para receber os visitantes.		
VALOR	R\$ 1.825.863,00 (um milhão e oitocentos e vinte e cinco mil e oitocentos e sessenta e três reais)		
PRAZOS	48 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2019

Fonte: URBATEC, 2017



Tabela 68 - Programa 04 - Projeto ISB14

PROJETO:RECONSTRUÇÃO DO BELVEDERE MUNICIPAL			
PROGRAMA	PROGRAMA 04 – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS		
CODIGO	ISB - 14	AÇÃO	14
DESCRIÇÃO	Reconstrução da infraestrutura do local.		
OBJETIVOS	Reestabelecer o local de visitação com mirante e espaço de contemplação da paisagem.		
VALOR	R\$ 1.366.264,74 (um milhão e trezentos e sessenta e seis mil e duzentos e sessenta e quatro reais e setenta e quatro centavos)		
PRAZOS	36 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	2 Semestre de 2020

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 69- Programa 04 - Projeto ISB15

PROJETO:REQUALIFICAÇÃO ESTRUTURAL: ORLA DA PRAIA			
PROGRAMA	PROGRAMA 04 – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS		
CODIGO	ISB - 15	AÇÃO	15
DESCRIÇÃO	Reforma e construção de calçamento e infraestrutura de lazer.		
OBJETIVOS	Construir e adequar o calçamento ao padrão já vigente dos trechos não contemplados.		
VALOR	R\$ 6.906.901,73 (seis milhões e novecentos e seis mil e novecentos e um reais e setenta e três centavos)		
PRAZOS	36 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	2 Semestre de 2020

Fonte: URBATEC, 2017

14.5. GESTÃO AMBIENTAL – GA

Tabela 70 - Gestão Ambiental.

COMPONENTE 05 GESTÃO AMBIENTAL GA	
ESTRATÉGIADO COMPONENTE	Instrumentalizar o poder público e os agentes sociais para o planejamento e gestão dos bens socioambientais, com previsão e avaliação de possíveis impactos e estratégias de valorização da diversidade natural e cultural.
EMBASAMENTO	



· GA1: Estruturar os espaços territoriais especialmente protegidos por meio do planejamento compartilhado, implantação de sistemas de gestão física territorial e estruturação do receptor turístico, com a finalidade de promover a geração de trabalho e renda, integrar o produto turístico, controlar o uso e valorizar o patrimônio socioambiental.

· GA2: Estratégia específica: Implantar sistema integrado e participativo de avaliação dos impactos ambientais do turismo regional por meio da consolidação de indicadores ambientais com a finalidade de controlar os impactos das atividades nas áreas naturais.

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 71 - Programa 05 - Projeto GA01

PROJETO: EDUCAÇÃO AMBIENTAL			
PROGRAMA	PROGRAMA 05 – GESTÃO AMBIENTAL – GA		
CODIGO	GA - 01	AÇÃO	1
DESCRIÇÃO	Plano de Educação Ambiental		
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> - Oferecer treinamento à correta separação dos resíduos e viabilização da coleta seletiva; - Providenciar materiais educativos e informativos, que podem ser elaborados, adquiridos ou adaptados conforme o perfil da empresa; - Estimular a continuidade do programa e o envolvimento efetivo dos colaboradores internos e externos por meio de painéis e cartazes localizados estrategicamente; - Ter conduta ambiental transparente: divulgar um demonstrativo de resultado das quantidades coletadas por período e o valor arrecadado. 		
VALOR	R\$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais)		
PRAZOS	12 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2020

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 72- Programa 05 - Projeto GA02

PROJETO: GESTÃO DE EFICIÊNCIA ENERGÉTICA PARA REDUÇÃO DO CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA E ÁGUA			
PROGRAMA	PROGRAMA 05 – GESTÃO AMBIENTAL – GA		
CODIGO	GA - 02	AÇÃO	2
DESCRIÇÃO	Programa de incentivo a diminuição de impacto de captação energética e desperdício de água.		
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> - Promover o incentivo a instalação de energia solar e/ou tecnologia solares passivas inseridas durante a construção e reforma das edificações; - Verificar a influência dos edifícios vizinhos nos projetos novos (luminosidade e sombra), a direção e a velocidade dos ventos; - Promover a manutenção periódica e o gerenciamento das máquinas e das instalações de água; 		



VALOR	R\$ 32.700,00 (trinta e dois mil e setecentos reais)		
PRAZOS	12 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2019

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 73- Programa 05 - Projeto GA03

PROJETO:PARCERIA COM PRODUTORES E FORNECEDORES DE INSUMOS ORGÂNICOS DA REGIÃO			
PROGRAMA	PROGRAMA 05 – GESTÃO AMBIENTAL – GA		
CODIGO	GA - 03	AÇÃO	3
DESCRIÇÃO	Programa de incentivo a produção e consumo de alimentos orgânicos		
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> - Promover o incentivo a obtenção de insumos orgânicos dos produtores da região; - Facilitar a produção de produtos orgânicos; - Divulgar a segurança alimentar dos produtos livres de agrotóxicos. 		
VALOR	R\$ 10.000,00 (trinta e dois mil e setecentos reais)		
PRAZOS	12 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2018

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 74- Programa 05 - Projeto GA04

PROJETO:FORTALECIMENTO DA MARCA PELO MARKETING VERDE			
PROGRAMA	PROGRAMA 05 – GESTÃO AMBIENTAL – GA		
CODIGO	GA - 04	AÇÃO	4
DESCRIÇÃO	Incentivo ao comércio – selo verde		
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivo a atitudes que promovam de maneira efetiva práticas benéficas ao meio ambiente; - Promoção de material informativo e de incentivos às práticas que beneficiam o meio ambiente. 		
VALOR	R\$ 12.000,00 (trinta e dois mil e setecentos reais)		
PRAZOS	12 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	1 Semestre de 2019

Fonte: URBATEC, 2017

Tabela 75- Programa 05 - Projeto GA05

PROJETO:CERTIFICAÇÕES NBR ISO 9001:2008, ISO 14001:2005 E ISO 22000:2006			
PROGRAMA	PROGRAMA 05 – GESTÃO AMBIENTAL – GA		
CODIGO	GA - 05	AÇÃO	5
DESCRIÇÃO	Promoção de facilidades à quem possuir certificação		
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> - A certificação é um poderoso instrumento para o desenvolvimento tecnológico e avaliação de desempenho, alicerçada em padrões de referência estabelecidos pelo mercado consumidor; - Um certificado, selo ou marca, proporciona aos consumidores uma garantia de que o produto, ou serviço atende a padrões de qualidade e 		



	segurança, tornando-se um fator relevante na decisão de consumo.		
VALOR	R\$ 0,00		
PRAZOS	12 meses	PERÍODO ESTRATÉGICO	2 Semestre de 2019

Fonte: URBATEC, 2017

CRONOGRAMA GERAL						
COMPONENTE	CÓDIGO	AÇÃO	PROJETO	PRAZO	ANO	VALOR
Produto Turístico	PT01	01	Manutenção no Site e nas Páginas das Redes Sociais	36 meses	2019	R\$ 72.000,00
Produto Turístico	PT02	02	Confecção de 40.000 Folders do Turismo de Mongaguá	1 mês	2019	R\$ 33.124,00
Produto Turístico	PT03	03	Confecção de Vídeo Institucional apresentando o Município no Segmento Turístico	1 mês	2019	R\$ 19.980,00
Produto Turístico	PT04	04	Confecção de 20.000 Mapas Turísticos de Mongaguá	1 mês	2019	R\$ 9.550,00
Produto Turístico	PT05	05	Confecção de 5.000 Pastas Personalizadas do Turismo de Mongaguá	1 mês	2018	R\$ 3.790,00
Comercialização	C01	01	FAMTOUR	3 dias	2019	R\$ 70.000,00
Comercialização	C02	02	Participação em Eventos Integrados do Estado de São Paulo.	5 dias	2020	R\$ 15.000,00
Comercialização	C03	03	Participação em Eventos Integrados de Promoção - WTM	5 dias	2020	R\$ 30.000,00
Comercialização	C04	04	Participação em Eventos Integrados Nacional – BRAZTOA	5 dias	2020	R\$ 30.000,00
Comercialização	C05	05	Participação em Eventos Integrados Nacional – Salão de Turismo	5 dias	2021	R\$ 30.000,00
Comercialização	C06	06	Participação em Eventos Integrados Nacional – ABAV	5 dias	2021	R\$ 30.000,00



Comercialização	C07	07	Participação em Eventos Integrados Nacional – Workshop da CVC	5 dias	2021	R\$ 30.000,00
Fortalecimento Institucional	FI01	01	Criação da Marca e do Manual de Cores do Turismo de Mongaguá	3 meses	2018	R\$ 27.940,00
Fortalecimento Institucional	FI02	02	Criação de Mapa Turístico de Mongaguá. e Artes Gráficas	3 meses	2018	R\$ 18.430,00
Fortalecimento Institucional	FI03	03	Criação do Site Institucional do Turismo	3 meses	2018	R\$ 20.479,00
Fortalecimento Institucional	FI04	04	Criação das Páginas nas Redes Sociais	3 meses	2018	R\$ 11.830,00
Fortalecimento Institucional	FI05	05	Criação de Arte Gráfica para Folders, Flyers do Turismo de Mongaguá	3 meses	2018	R\$ 5.990,00
Fortalecimento Institucional	FI06	06	Criação de Arte Gráfica para Pasta Institucional de Mongaguá	3 meses	2018	R\$ 3.099,00
Infraestrutura e Serviços Básicos	ISB01	01	Requalificação urbana: Terminal Rodoviário Municipal	48 meses	2019	R\$ 3.811.863,79
Infraestrutura e Serviços Básicos	ISB02	02	Requalificação das vias com maior fluxo e turistas e moradores: Av. Marina, Av. São Paulo, Av. Nossa Sra de Fátima, Av. Getúlio Vargas e Vias dos acessos rodoviários	48 meses	2018	R\$ 21.297.239,52
Infraestrutura e Serviços Básicos	ISB03	03	Ciclovias Na Av. São Paulo, Av. Tiradentes, Av. Nossa Senhora De Fátima, Complementos Na Av. Gov. Mário Covas Jr (Orla Da Praia) E Interligação Das Ciclovias/Ciclofaixas.	48 meses	2018	R\$ 11.555.937,78
Infraestrutura e Serviços Básicos	ISB04	04	Requalificação Das Vias Marginais, Av. Monteiro Lobato, Av. Tiradentes E Av. Porto Alegre E Dos Acessos	48 meses	2019	R\$ 15.334.645,04

P.



			À Rodovia			
Infraestrutura e Serviços Básicos	ISB05	05	Reforma: Praça Frederico Platzeck	12 meses	2020	R\$ 1.917.529,00
Infraestrutura e Serviços Básicos	ISB06	06	Revitalização Praça Dudu Samba	36 meses	2018	R\$ 2.323.847,83
Infraestrutura e Serviços Básicos	ISB07	07	Reforma: Plataforma Marítima de Pesca Amadora	36 meses	2019	R\$ 3.028.576,00
Infraestrutura e Serviços Básicos	ISB08	08	Reforma: Centro Cultural Raul Cortez	12 meses	2020	R\$ 754.335,24
Infraestrutura e Serviços Básicos	ISB09	09	Revitalização: Monumento Pedro Pescador	24 meses	2019	R\$ 87.928,40
Infraestrutura e Serviços Básicos	ISB10	10	Revitalização Das Praças Fernando Arens E Jacoub Koukdjian	36 meses	2020	R\$ 1.928.478,13
Infraestrutura e Serviços Básicos	ISB11	11	Restauro: Chafariz Anchieta Da Rua Rui Barbosa	12 meses	2020	R\$ 190.585,36
Infraestrutura e Serviços Básicos	ISB12	12	Requalificação Das Feiras De Artesanato	48 meses	2018	R\$ 2.747.700,00
Infraestrutura e Serviços Básicos	ISB13	13	Requalificação Parque Ecológico "A Tribuna"	48 meses	2019	R\$ 1.825.863,00
Infraestrutura e Serviços Básicos	ISB14	14	Reconstrução do Belvedere Municipal	36 meses	2020	R\$ 1.366.264,74
Infraestrutura e Serviços Básicos	ISB15	15	Requalificação Estrutural: Orla da Praia	36 meses	2020	R\$ 6.906.901,73
Gestão Ambiental	GA01	01	Educação Ambiental	12 meses	2020	R\$ 75.000,00
Gestão Ambiental	GA02	02	Gestão De Eficiência Energética Para Redução Do Consumo De Energia Elétrica E Água	12 meses	2019	R\$ 32.700,00



Gestão Ambiental	GA03	03	Parceria Com Produtores E Fornecedores De Insumos Orgânicos Da Região	12 meses	2018	R\$ 10.000,00
Gestão Ambiental	GA04	04	Fortalecimento Da Marca Pelo Marketing Verde	12 meses	2019	R\$ 12.000,00
Gestão Ambiental	GA05	05	Certificações NBR ISO 9001:2008, ISO 14001:2005 E ISO 22000:2006	12 meses	2019	R\$ -
TOTAL	R\$					75.668.607,56

Fonte: URBATEC, 2017

IV. FONTES DE RECURSOS

Parcela significativa dos gastos com infra-estrutura básica costuma ser financiada por recursos públicos. Em vários países em desenvolvimento, a infraestrutura depende também do financiamento público, especialmente quando se trata do crédito de longo prazo. Nesses países, o sistema bancário privado costuma fornecer recursos para o capital circulante. No caso brasileiro, a discussão apresentada nesse item mostra não só a diversidade e complexidade de fundos e programas implementados, em especial, pelo governo federal, como a grande importância desses recursos para o financiamento de empreendimentos de toda a cadeia do setor turismo.

15. PRODETUR

Os Programas Regionais de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR) buscam organizar as intervenções públicas para o desenvolvimento da atividade turística, através de prévios processos de planejamento das regiões turísticas. A partir do planejamento das áreas turísticas prioritárias são



propostas intervenções públicas a serem implantadas de forma que o turismo venha a constituir uma verdadeira alternativa econômica geradora de emprego e renda principalmente para a população local.

Os investimentos do Programa são operacionalizados pelo Ministério do Turismo (MTur), que orienta tecnicamente as propostas estaduais e municipais; em parceria com organismos multilaterais, em especial o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e com a Corporação Andina de Fomento que atuam como financiadores internacionais. O Programa inclui ações nos âmbitos regional, estadual e municipal. A atuação pode ser acompanhada pelo site da Secretaria de Assuntos Internacionais (SEAIN), do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.

16. DADETUR

Organizada pelo governador Geraldo Alckmin em primeiro de janeiro de 2011, por intermédio do decreto 56.638, a Secretaria de Turismo dispõe em sua estrutura básica do Departamento de Apoio ao Desenvolvimento dos Municípios Turísticos – DADETUR, que, atualmente congrega 70 municípios denominados estâncias turísticas. Foi criado pela Lei nº 6.470, em junho de 1989 para, entre outras atribuições, transferir recursos diretos para a execução de obras e programas ligados ao desenvolvimento do turismo nas cidades reconhecidas como estâncias.

Os recursos dos convênios que essas cidades celebram com o DADETUR provêm do Fundo de Melhoria das Estâncias, que é mencionado no artigo 146 da Constituição do Estado de São Paulo e funciona de acordo com a lei 7.862/1992.

A receita que o Fundo disponibiliza para os municípios é composta pela somatória dos Impostos Municipais de todas as estâncias por meio da apresentação de seu DREMU (Declaração de Receita Tributária Própria



Municipal). Há também uma dotação oriunda do Governo do Estado no próprio Plano Plurianual. O orçamento que é disponibilizado para cada cidade, anualmente, também varia de acordo com a participação do próprio município na composição do Fundo de Melhoria das Estâncias.

A verba do DADETUR é um recurso que está disponível para cada estância no orçamento do Estado todos os anos. E, para recebê-lo, a Prefeitura deve determinar quais serão os objetos dos convênios a serem celebrados, ou seja, aonde a verba será aplicada.

Esses objetos são apresentados primeiramente ao Conselho Municipal de Turismo e, após aprovação, seguem ao Conselho de Orientação e Controle do Fundo de Melhoria das Estâncias, por meio de planos de trabalho. Quando o Conselho aprova os objetos, a Prefeitura desenvolve um projeto para cada um deles, explicando detalhadamente como será utilizada a verba que receber do DADETUR. O departamento então analisa tecnicamente cada projeto e os aprova quando estiverem de acordo com as normas. Depois da aprovação dos projetos, os convênios entre município e DADETUR, são assinados, pelo prefeito e pelo secretário de Turismo do Estado. A partir daí, os recursos começam a ser liberados.

Conforme estabelece o Decreto nº 36.856/1993, o Conselho de Orientação e Controle do Fundo de Melhoria das Estâncias tem a função de planejar, supervisionar e controlar a distribuição dos recursos financeiros do Fundo de Melhoria das Estâncias.

17. FINANCIAMENTO PRIVADO: MECANISMOS E INSTRUMENTOS

A discussão do padrão de financiamento do produto turístico passa pela percepção da grande heterogeneidade dos agentes do setor, no tocante ao



segmento de atuação e, em especial, ao tamanho dos empreendimentos. Parcela importante desses agentes, pequenas e médias empresas, além dos mecanismos criados por fundos e programas públicos, como discutidos acima, só têm acesso a mecanismos tradicionais de financiamento como alternativas ao autofinanciamento, tais como os empréstimos bancários. Dessa forma, mostram-se bastante sensíveis ao contexto macroeconômico que, nos últimos anos, tem sido marcado por elevadas taxas de juros, encurtamento dos prazos de financiamento e, em grande parte do período, escassez da oferta de crédito.

As condições de financiamento muitas vezes mostram-se incompatíveis com as necessidades dos empreendimentos do segmento, muitas vezes marcados por lentos retornos e demanda sazonal, e sensíveis à conjuntura macroeconômica.

Os grandes empreendimentos, tais como a instalação de grandes hotéis, resorts e parques temáticos, têm acesso a mecanismos alternativos de financiamento, com estruturas mais adequadas tanto às necessidades, quanto aos prazos. Entre esses se destacam o acesso a recursos de investidores institucionais, em especial fundos de previdência.

Embora se observe que os grandes empreendimentos tenham acesso a mecanismos diferenciados de financiamento, acredita-se que, assim como os pequenos, em especial no tocante a recursos para investimentos, sejam fortemente dependentes de recursos que de alguma forma resultam de políticas públicas, pensando nesta com um raio de operação mais amplo, envolvendo não só fundos e programas governamentais ou recursos do BNDES, como também o uso dos fundos de previdência de empresas estatais, tais como Previ, Petros e Funcef.



V. MODELO SUGESTIVO DE LEI DO PLANO DIRETOR DE TURISMO

Lei Nº ___X___, de _(dia)_ de _(mês)_ de _(ano)_____

"Institui o Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico de Mongaguá".

___ (Nome do Prefeito)___, Prefeito Municipal de ___(Nome da Cidade)___, Estado de São Paulo, no uso de suas atribuições legais e de acordo com o item II, do Artigo 57, da Lei Orgânica do Município:

FAZ SABER, que a Câmara Municipal aprovou e ele sanciona e promulga a seguinte Lei:

Art. 1º O Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico de **Mongaguá** é um instrumento de planejamento capaz de orientar o desenvolvimento econômico, político e social sustentado do turismo no Município, visando à melhoria das condições de vida de sua população, com inclusão social e respeito ao meio ambiente.

Art. 2º O presente **Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico de Mongaguá** determina que a missão do município em relação à atividade turística será a de proporcionar experiências memoráveis integrando vocação artística, completa estrutura de lazer e serviços de qualidade para moradores e turistas, a partir de diversificada oferta turística e produtos turísticos competitivos, buscando consolidar-se como principal destino de visitação turística e produção artesanal do Brasil, diversificando as opções de lazer e entretenimento, principalmente em função da arte, cultura, gastronomia, e com respeito a todas as dimensões da sustentabilidade e a acessibilidade.

I – Promover o desenvolvimento da atividade turística respeitando os limites de uso dos recursos naturais e culturais;

II – Envolver a comunidade local no processo de desenvolvimento do turismo;

III – Fortalecer a cooperação, integração e informação entre a iniciativa privada, poder público e o terceiro setor no turismo;

IV – Promover, incentiva e ampliar o desenvolvimento de infraestrutura turística e de apoio ao turismo;

V – Estimular e promover a formação profissional no setor de turismo e hospitalidade;

VI – Promover a educação sobre o turismo;

VII – Fomentar a implantação, estruturação e diversificação da oferta turística;



VIII – Supervisionar e regular a oferta turística;

IX – Promover e fomentar o desenvolvimento de estudos e pesquisas de interesse turístico;

X – Promover o turismo do município;

XI – Buscar, através de ações integradas, a segurança e a qualidade dos serviços oferecidos aos visitantes na cidade;

XII – Estimular a criação de mecanismos de apoio ao turista.

Art. 3º - A política municipal e turismo, a ser exercida pelo Município, compreende todas as iniciativas ligadas à indústria do turismo, sejam originárias do setor privado ou público, isoladas ou coordenadas entre si, desde que reconhecido seu interesse para o desenvolvimento social, econômico e cultural do Município.

Art. 4º –O Poder Executivo Municipal, através do órgão criado por esta lei (qual órgão está sendo criado, não consta da lei) e do Departamento Municipal de Turismo (necessário verificar a existencia e o nome do departamento conforme estrutura administrativa) coordenará todos os programas oficiais com os da iniciativa privada, visando o estímulo as atividades turísticas no Município, na forma desta lei e das normas dela decorrentes.

Art. 5º - A implementação da política municipal de turismo, se dará por meio do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, órgão deliberativo, consultivo e de assessoramento na execução do PMTS através do Departamento Municipal de Turismo, responsável pela conjunção de esforços entre o Poder Público e a sociedade civil.

Art. 6º - O poder público municipal, no âmbito de suas competências, promoverá ações necessárias à adequação da infraestrutura básica e de apoio para o desenvolvimento sustentável do turismo no município, adotando as seguintes diretrizes:

I – Promoção e incentivo à implantação de infraestrutura urbana e de acesso ao município e nos atrativos naturais, culturais e históricos, de forma segura, confiável e de mínimo impacto;

II Implantação, ampliação e modernização da infraestrutura pública de atendimento ao turista;

III – Implantação permanente do sistema de Sinalização Turística no município, aos padrões recomendados pelas organizações oficiais nacionais e internacionais;



- IV – Promoção de melhoria contínua do sistema de transporte coletivo;
- V – Valorização paisagística das áreas verdes e de lazer e das demais áreas públicas do município;
- VI – Promover e estabelecer mecanismos para a revitalização e manutenção de áreas e imóveis do patrimônio histórico, com especial atenção ao Núcleo Histórico;
- VII – Revisões periódicas a cada três anos, ou quando se fizer necessário, do Plano Municipal de Turismo Sustentável;
- VIII – Definir, em conjunto com o Departamento Municipal de Turismo e Conselho Municipal de Turismo as ações de investimento públicos municipais em obras para a melhoria de infraestrutura turística;
- IX – Estimular, através de ações integradas, a oferta de segurança ao turista;
- X – Implantar sistema de divulgação e apoio ao turista, inclusive digital;
- XI – Fomentar a implantação de infraestrutura de acessibilidade de acordo com o que estabelece Norma ABNT NBR9050.

Art. 7º - Para o desenvolvimento sustentável da atividade turística deverão ser implantados mecanismos de controle de qualidade e monitoramento da oferta turística mediante as seguintes ações:

- I – Incentivo às empresas para buscarem certificações de qualidade e de classificação;
- II – Manter cadastro permanente e atualizado dos prestadores de serviços turísticos;
- III – Fomentar o cadastro das empresas turísticas e demais empresas autorizadas pelo Ministério do Turismo a fazer parte do CADASTUR;
- IV – Implantar sistema de avaliação periódica sobre a qualidade dos serviços turísticos;
- V – Estimular as ações de captação e promoção de eventos municipais, regionais e nacionais.

Art. 8º - As tomadas de decisões para o desenvolvimento turístico do município deverão estar sempre fundamentadas pelo Plano Municipal de Turismo Sustentável e em estudos e pesquisas promovidas e fomentadas pelo poder público municipal que tomará providências através do Departamento de Turismo com assessoria do Conselho Municipal de Turismo –



COMTUR. (necessário adequar, visto que o Poder Executivo Municipal não terá autonomia para a gestão do turismo).

Art. 9º - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, ficando revogadas as disposições em contrário.

Município de _____, **(dia) de (mês) de (ano).**

O Prefeito Municipal:



18. REFERÊNCIAS

Índice Paulista de Responsabilidade Social - IPRS. 2014. Disponível em: <<http://indices-ilp.al.sp.gov.br/view/PTf/iprs/metodologia.PTf>>. Acesso em: 08 set. 2015.

Circuitos Turísticos. Disponível em: <<http://www.turismo.sp.gov.br/regioes/circuitos-turisticos.html>>. Acesso em: 04 set. 2015.

ANATEL. Consulta de Cadastro de Localidades. Disponível em: <http://sistemas.anatel.gov.br/areaarea/N_ConsultaLocalidade/Tela.asp?Tob=con_N_ConLocalidades&SISQSmodulo=6906>. Acesso em: 02 out. 2015.

ASSEMBLEIA Legislativa do Estado de São Paulo. Decreto n. 47.180. Disponível em: <<http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/decreto/2002/decreto-47180-02.10.2002.html>>. Acesso em: 08 de janeiro de 2015.

ASSEMBLEIA Legislativa do Estado de São Paulo. Lei Complementar n.1.261. Disponível em: <<http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei-complementar/2015/lei-compleme-ntar-1261-29.04.2015.html>>. Acesso em: 14 de maio 2015.

ASSEMBLEIA Legislativa do Estado de São Paulo. Lei n. 14809/2012. Disponível em: <<http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei/2012/lei-14809-25.06.2012.html>>. Acesso em: 14 de maio 2015.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO. Projetos visam desenvolvimento da Região Bragantina: Microrregião e aglomeração



urbana são pleiteadas para a região. 2011. Disponível

em: <<http://www.al.sp.gov.br/noticia/?id=296792>>. Acesso em: 09 set. 2015.

BARRETTO, M. Turismo e Legado Cultural. As possibilidades do planejamento. 6. ed. Campinas: Papirus, 2001.

BOULLÓN, R. C. Planejamento do espaço turístico. Tradução: Josely Vianna Baptista. Bauru/SP: Edusc, 2002.

BRASIL. Ministério do Turismo. 2014b. Turismo na Copa - Números da Copa. Brasília, 2014.

BRASIL. Ministério do Turismo. 2014c. Estudo da Demanda Turística Internacional durante a Copa do Mundo da FIFA 2014. Brasília, agosto de 2014.

BRASIL. Ministério do Turismo. Cadernos e Manuais de Segmentação, Turismo Rural. Brasília, 2010. Disponível em:

<http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/dow

[loads_publicacoes/Turismo_Rural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.PTf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Rural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.PTf)>.

Acesso em: 14 out 2014.

BRASIL. Ministério do Turismo. Inventário da Oferta Turística. Brasília, 2011. Disponível em:

<http://www.inventario.turismo.gov.br/invtur/downloads/formularios/inventariacao_d_a_oferta_turistica.PTf>. Acesso em: 15 de maio de 2014.

BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo. Brasília, 2013.



BRASIL. Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo e o Mercado.

Brasília, 2010. Disponível em:

<http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/dow

[nloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/nloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)>. Acesso em: 15 de janeiro de 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. Segmentação do

Turismo: Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

CEM – Centro de Estudos da Metrópole. Base de Dados: Divisão Territorial –

Municípios da Região Metropolitana de São Paulo. Editado junho de 2007.

Disponível em <<http://www.fflch.usp.br/centrodametropole/716>> acessado em 23 de setembro de 2015.

COUTO, A. C. O Planejamento na Construção Civil: Conceitos Fundamentais.

2010. 9p. Artigo Curso de Gestão de Projetos, Universidade PUC-Minas

CNES. Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde. Disponível

em:<<http://cnes.datasus.gov.br/>>. Acesso em: 06 set. 2015.

DER. Mapa Rodoviário do Estado de São Paulo. 2015. Disponível

em:<ftp://ftp.sp.gov.br/ftPTer/mapas/Mapa_Der_2015_Rodoviario.pdf>.

Acesso em 09 set. 2015

GEOBANK. GEOBANK. Disponível em:

<<http://geobank.sa.cprm.gov.br/>>. Acesso em: 02 out. 2015.

GOLDMAN, Pedrinho. Introdução ao planejamento e controle de custos na construção civil brasileira. 4ª Ed. SP: PINI, 2008



GOOGLE MAPS. Aeroportos de São Paulo. Disponível em: <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=zw0zw1D6H_uE.k2OrKw8m183E&hl=en_US>. Acesso em: 09 set. 2015.

IAC. Solos do Estado de São Paulo. Disponível em: <<http://www.iac.sp.gov.br/solosp/pdf/Latossolos.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2015.

IBGE. População residente, por grupos de idade, segundo os municípios e o sexo. 2015b. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?uf=35&dados=26>>. Acesso em 02 out. 2015.

IBGE. Produto Interno Bruto. 2015c. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/pibmunicipios/>>. Acesso em: 02 out. 2015.

IGC, 2002. Disponível em: <http://www.sp-turismo.com/municipios-sp.htm>
Acesso em: 22 set. 2015

IGNARRA, Luiz Renato. Fundamentos do Turismo. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

INSTITUTO FLORESTAL. Mapas Florestais do Estado de São Paulo por município. Disponível em: <<http://www.ambiente.sp.gov.br/sifesp/mapas-municipais/>>. Acesso em: 02 out. 2015.

Marcos Conceituais – MTUR. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf Acesso em: 13 out. 2015.



MASCARO, Amauri. Iniciação ao Direito do Trabalho. São Paulo: LTR Editora, 2001.

MEC. Estudos de Mercado: São Paulo. Disponível em:
<http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=12615:estudos-de-mercado-sao-paulo&catid=190:setec>. Acesso em: 02 out. 2015

ORGANIZAÇÃO Mundial do Turismo. UNWTO. Madrid: OMT. Disponível em:
<<http://www.unwto.org/facts/menu.html>>. Acesso em: 19 de janeiro de 2015.

Plano de Desenvolvimento Turismo Rural. Disponível em:
http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Diretrizes_Developolvimento_Turismo_Rural.pdf
Acesso em: 13 out. 2015.

PNUD. PNUD Brasil: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. 2010. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/atlas/ranking/Ranking-IDHM-Municipios-2010.aspx>>. Acesso em: 02 out. 2015.

PORTAL 2014. SPTuris divulga resultado final da pesquisa sobre a Copa em São Paulo. Disponível em:
<<http://www.portal2014.org.br/noticias/13520/SPTURIS+DIVULGA+RESULTADO+FINAL+DA+PESQUISA+SOBRE+A+COPA+EM+SAO+PAULO.html>>. Acesso em: 16 de janeiro de 2015.

ROSE, A.T. Turismo, Planejamento e Marketing. São Paulo: Manole Ltda, 2002.

RUSCHMANN, D. van de M. Turismo e desenvolvimento sustentável: a proteção do meio ambiente. 3. ed. Campinas: Papirus, 1999.



SANTOS, H. G. et al. Cultivo do Arroz de Terras Altas no Estado de Mato Grosso: Solos. 2006. Disponível em: <<http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Arroz/ArrozTerrasAltasMatoGrosso/solos.htm>>. Acesso em: 06 set. 2015.

SEADE, 2015. Disponível em: <http://www.imp.seade.gov.br/> Acesso em: 22 set. 2015

SEADE. Informações dos Municípios Paulistas. Disponível em: <<http://www.imp.seade.gov.br/frontend/>>. Acesso em: 04 set. 2015.

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DE SÃO PAULO. Central de Atendimento: Localize Escola. Disponível em: <<http://www.educacao.sp.gov.br/central-de-atendimento/consulta.asp>>. Acesso em: 02 out.. 2015.

SECRETARIA DE TURISMO DE SÃO PAULO. Regiões Turística. Disponível em: <<http://www.turismo.sp.gov.br/regioes/regioes-turisticas.html>>. Acesso em: 02 out.. 2015.

SNIS. Série Histórica. 2013. Disponível em: <<http://app.cidades.gov.br/serieHistorica/>>. Acesso em: 02 set. 2015.

SOARES, M. D. O; BERGAMASCO, S. M. P. P; FAGNANI, M. A. Políticas Públicas, Desenvolvimento Local e Agroturismo: um estudo no Bairro da Abadia em Louveira. Grupo de trabajo 20 - Turismo y desarrollo local. São Paulo, 2006.

SOUZA, T.A.; CUNHA, C. M. L.. ANÁLISE DOS ATRIBUTOS FÍSICO-AMBIENTAIS DO MUNICÍPIO DE PRAIA GRANDE-SP. Soc. & Nat., Uberlândia, ano 24 n. 2, 303-318, mai/ago. 2012.



TRIGO, L. G. G. Turismo básico. 3. ed. São Paulo: SENAC, 1999. TURISMO

em São Paulo. Turismo no Estado. Disponível em:

<<http://www.turismoemsaopaulo.com/visitantes/sobre-o-estado/turismo-no-estado.html>>. Acesso em: 16 de janeiro de 2015.

Turismo Cultural: Orientações. Disponível em:

http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Livro_Cultural.pdf Acesso em: 13 out. 2015

Turismo de Aventura: Orientações. Disponível em:

http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Aventura_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf

Acesso em: 13 out. 2015.

UNICIDADES. Sobre. Disponível em: <<http://www.unicidades.org.br/sobre/>>

Acesso em: 15 de maio de 2015.