

**PLANO DIRETOR DE TURISMO –
PRAIA GRANDE/SP**

**VOLUME 3 - DIAGNÓSTICO DA
OFERTA TURÍSTICA**



2017



PREFEITURA MUNICIPAL DE PRAIA GRANDE

ALBERTO PEREIRA MOURÃO – PREFEITO

MAURA LIGIA COSTA RUSSO – VICE PREFEITA

ESMERALDO VICENTE DOS SANTOS – SECRETÁRIO DE CULTURA E
TURISMO

EQUIPE TÉCNICA DA URBATEC

THIAGO FERRAREZI – COORDENAÇÃO DE PROJETO

MURILO V. ZIANI - TURISMÓLOGO

THOMAZ CICCARELLI - TURISMÓLOGO



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
METODOLOGIA	12
CAPÍTULO 1 – CARACTERIZAÇÃO GERAL DE PRAIA GRANDE	14
1.1. LOCALIZAÇÃO	14
1.2. ACESSOS	17
1.3. ASPECTOS NATURAIS	18
1.3.1. <i>Geologia</i>	18
1.3.2. <i>Geomorfologia</i>	20
1.3.3. <i>Clima</i>	22
1.3.4. <i>Hidrologia</i>	26
1.3.4.1. <i>Comitê da Bacia Hidrográfica da Baixada Santista</i>	27
1.3.5. <i>Vegetação</i>	27
1.3.5.1. <i>Unidades de Conservação</i>	29
1.4. ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS	31
1.4.1. <i>Características Demográficas</i>	31
1.4.2. <i>Índice de Desenvolvimento Humano</i>	32
1.4.3. <i>Atividades Econômicas</i>	33
1.4.4. <i>Produto Interno Bruto</i>	34
1.4.5. <i>Educação</i>	35
1.4.6. <i>Saúde</i>	42
9.5. INFRAESTRUTURA BÁSICA URBANA	45
9.5.1. <i>Abastecimento de Água</i>	45
9.5.2. <i>Rede de Esgoto</i>	45
9.5.3. <i>Resíduos Sólidos</i>	46
9.5.4. <i>Energia Elétrica</i>	49
9.5.6. <i>Transporte Urbano e Rural</i>	49
9.5.7. <i>Sistema de Segurança</i>	49
CAPÍTULO 2 – ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA	51
2.1. ATRATIVOS E RECURSOS TURÍSTICOS	52
2.2. TRADE TURÍSTICO	58
CAPÍTULO 3 – OFICINA PÚBLICA DE ANÁLISE SWOT	66
3.1. METODOLOGIA SWOT	66
3.2. OFICINA PÚBLICA DO DIAGNÓSTICO DA OFERTA TURÍSTICA DE PRAIA GRANDE	68
CAPÍTULO 4 – DIAGNÓSTICO DA OFERTA TURÍSTICA	76
4.1. TURISMO	76
4.1.1. <i>Hierarquização dos Atrativos</i>	76
4.1.2. <i>Hierarquização de Praia Grande</i>	78
4.1.3. <i>Análise segmentada da Hierarquização dos Atrativos</i>	83
4.1.3.1. <i>Atrativos Naturais</i>	83



4.1.3.2. Atrativos de Ecoturismo.....	84
4.1.3.3. Atrativos Culturais.....	85
4.1.3.4. Atrativos Religiosos	87
4.1.3.5. Turismo de Pesca.....	88
4.1.3.6. Equipamentos de Eventos.....	89
4.1.3.7. Equipamentos de Lazer.....	90
4.1.4. Considerações sobre a Hierarquização	93
4.1.5. Segmentação da Oferta Turística	94
4.1.5.1. Atrativos Naturais	96
4.1.5.2. Ecoturismo.....	96
4.1.5.3. Atrativos Culturais.....	97
4.1.5.4. Atrativos Religiosos	98
4.1.5.5. Turismo de Pesca.....	99
4.1.6. Análise do Trade Turístico	101
4.1.7. Análise do Turismo Institucional.....	104
4.1.8. Resumo Executivo	107
4.2. MEIO AMBIENTE	110
4.3. COMUNICAÇÃO	115
4.3.1. Análise da Comunicação Institucional de Praia Grande.....	120
4.3.2. Análise da Comunicação dos Atrativos de Praia Grande.....	121
4.3.3. Análise da Comunicação do Trade Turístico de Praia Grande	123
4.3.4. Análise de Presença na Internet	126
4.4. INFRAESTRUTURA URBANA E TURÍSTICA	135
4.4.1. Problemáticas na Infraestrutura dos Atrativos Turísticos	136
4.4.2. Problemáticas na Infraestrutura Turística Geral.....	140
CAPÍTULO 5 – SISTEMATIZAÇÃO DAS PROBLEMÁTICAS.....	142
REFERÊNCIAS.....	145
ANEXO 1.....	150



LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Região Metropolitana da Baixada Santista	14
Figura 2 - Carta Geológica de Praia Grande	19
Figura 3 - Carta Geomorfológica de Praia Grande	22
Figura 4 - Classificação de Koeppen do Estado de São Paulo	24
Figura 5 - Temperatura média do ar e Média de chuvas em 2015	25
Figura 6 - Unidade de Gerenciamento de Recursos Hídricos	27
Figura 7 – Mapa de Vegetação de Praia Grande	28
Figura 8 – Unidades de Conservação de Praia Grande	30
Figura 9 - Oficina Pública de Análise SWOT - 21.11.2017	68
Figura 10 - Análise SWOT - Forças 1	70
Figura 11 - Análise SWOT - Forças 2	70
Figura 12 - Análise SWOT - Fraquezas	71
Figura 13 - Análise SWOT - Oportunidades	72
Figura 14 - Análise SWOT - Ameaças	72
Figura 15 - Segmentações Turísticas	95
Figura 16 - Website da Prefeitura Municipal de Praia Grande	126
Figura 17 - Aba Turista - Website da Prefeitura Municipal de Praia Grande ..	127
Figura 18 - Pesquisa Google Praia Grande SP Turismo	128
Figura 19 - Pesquisa Trip Advisor - Praia Grande SP	129
Figura 20 - Recorte das avaliações no site Trip Advisor	129
Figura 21 - Página do Facebook da Prefeitura Municipal de Praia Grande ...	132
Figura 22 - Site APRECESP - Praia Grande	133



LISTA DE MAPAS

Gráfico 1 - Segmentação dos Atrativos de Praia Grande.....	54
Gráfico 2 - Divisão dos Elementos do Trade Turístico	59
Gráfico 3 - Diversidade dos Meios de Hospedagem de Praia Grande	62
Gráfico 4 - Diversidade dos Serviços de Alimentação de Praia Grande	64
Gráfico 5 - Variedade Gastronômica dos Restaurantes de Praia Grande	65
Gráfico 6 - Promoção e Divulgação - Atrativos Turísticos	122
Gráfico 7 - Promoção e Divulgação - Equipamentos e Serviços Turísticos....	123
Gráfico 8 - Promoção e Divulgação - Meios de Hospedagem.....	124
Gráfico 9 - Promoção e Divulgação - Serviços de Alimentação	125



LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Limites Geográficos de Praia Grande	15
Tabela 2 - Distâncias de Praia Grande para outros municípios	15
Tabela 3 - Municípios da Mesorregião Metropolitana de São Paulo	16
Tabela 4 - Acessos.....	17
Tabela 5 – Unidades de Conservação de Praia Grande	30
Tabela 6 - Indicadores de Demografia	31
Tabela 7 - Distribuição da população por sexo	32
Tabela 8 - Índice de Desenvolvimento Humano de Praia Grande.....	33
Tabela 9 - Atividades Econômicas	33
Tabela 10 - Pessoas Ocupadas por Setor	34
Tabela 11 - Evolução do PIB de Praia Grande entre 2009 e 2014.....	34
Tabela 12 – PIB por Setor da Economia	34
Tabela 13 - Lista de Escolas Públicas Municipais.....	35
Tabela 14 - Lista de Escolas Públicas Estaduais	38
Tabela 15 - Lista de Escolas Particulares	39
Tabela 16 - Lista de ETEC	41
Tabela 17 - Lista de Instituições de Ensino Superior	41
Tabela 18 - Indicadores de Educação de Praia Grande.....	41
Tabela 19 - Lista de Unidades Públicas de Saúde.....	42
Tabela 20 - Indicadores de Saúde de Praia Grande	44
Tabela 21 - Componentes dos Resíduos Sólidos de Praia Grande (Em %)	46
Tabela 22 - Calendário de Coleta de Resíduos Domésticos	47
Tabela 23 - Calendário de Coleta Seletiva	48
Tabela 24 - Atrativos Turísticos de Praia Grande.....	53
Tabela 25 - Trade Turístico de Praia Grande	58
Tabela 26 - Matriz SWOT de Praia Grande	74
Tabela 27 - Hierarquização: Potencial de Atratividade.....	76
Tabela 28 - Critérios para Hierarquização.....	77
Tabela 29 - Ranqueamento dos Atrativos Hierarquizados	79
Tabela 30 - Recorte de Admissões e Desligamentos no setor turístico de Praia Grande– jan/2016 a dez/2016	102
Tabela 31 - Recorte de Admissões e Desligamentos no setor turístico de Praia Grande– jan/2017 a dez/2017	103
Tabela 32 - Recorte de Admissões e Desligamentos no setor turístico de Praia Grande– jan/2018 a fev/2018.....	103
Tabela 33 - Critérios de Avaliação Comunicacional (Parte I)	116
Tabela 34 - Critérios de Avaliação Comunicacional (Parte II)	118
Tabela 35 - Avaliação da Comunicação Institucional de Praia Grande.....	120
Tabela 36 - Sites de Interesse Turístico	133
Tabela 37 - Recorte da Hierarquização - Infraestrutura dos atrativos.....	137
Tabela 38 - Sistematização das problemáticas ao desenvolvimento turístico de Praia Grande.....	142



INTRODUÇÃO

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

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

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

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

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

Neste sentido, este volume é parte integrante do Plano Diretor de Turismo de Praia Grande e compreende a etapa de diagnóstico. Busca analisar o turismo local de forma a avaliar a atividade turística já existente e indicar as possíveis interferências visando à melhoria da qualidade dos serviços turísticos



e da estrutura pública dedicada à atividade, o aumento do fluxo e o aumento da receita do turismo na cidade.

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

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

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

O presente volume apresenta a caracterização do município de Praia Grande, a análise quantitativa do inventário turístico, o relatório de oficina pública de análise SWOT, o diagnóstico de oferta turística, de comunicação integrada, de gestão ambiental e de infraestrutura urbana e turística, além da sistematização das problemáticas do destino.

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

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

O terceiro capítulo apresenta o relatório de realização da Oficina Pública de diagnóstico turístico, que se utilizou do método SWOT para produzir material base sobre a relação e a situação atual da atividade turística em Praia Grande, contando com a presença dos órgãos gestores do turismo municipal,



agentes envolvidos no desenvolvimento da atividade turística e população local.

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

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

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

Considerando que a comunicação envolve troca de informações e que elas precisam ser fornecidas de maneira compreensível, completa e segura, o estudo da comunicação do turismo em Praia Grande buscou identificar como estes fatores impactam o turismo na cidade. Para isso, analisou a comunicação institucional, no trade, nos atrativos e nos eventos, avaliou também como os atores envolvidos com o turismo utilizam a internet como ferramenta de divulgação e comunicação.

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



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

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

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

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



METODOLOGIA

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

Segundo Dias (2003, p. 97):

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

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

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

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

“(...) Consiste na observação dos fatos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados e no registro de variáveis presumivelmente relevantes para ulteriores análises. Esta espécie de pesquisa não permite o isolamento e o controle das variáveis supostamente relevantes, mas permite o estabelecimento de relações



constantes entre determinadas condições e determinados eventos, observados e comprovados” (RUIZ, 1979, p.50).

Para a realização do diagnóstico turístico de Praia Grande foi realizada visita de campo durante o período de inventariação da oferta turística entre 04 de julho de 2017 e 23 de julho de 2017. Além disso, houve análise da infraestrutura básica de apoio ao Turismo e das estruturas administrativas municipais a fim de compreender a dinâmica turística do município.

Este trabalho ainda se utilizou da análise técnica da oficina de diagnóstico turístico realizada no dia 27 de julho de 2017, que utilizou-se da metodologia SWOT para entender a dinâmica da atividade turística sob a percepção da população praia-grandense e dos agentes do turismo local, além dos gestores e lideranças públicas do município.

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

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

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

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

CAPÍTULO 1 – CARACTERIZAÇÃO GERAL DE PRAIA GRANDE

A seguir serão apresentados os dados gerais que caracterizam a cidade de Praia Grande quando aos seus aspectos físico e geográfico.

1.1. Localização

Praia Grande está localizada na latitude de 24° 00' 21" S (South ou Sul) e longitude de 46° 24' 21" W (West ou Oeste), se posicionando a uma altitude de 3 metros acima do nível do mar.

Figura 1 - Região Metropolitana da Baixada Santista



Fonte: URBATEC, 2017

Em termos de divisão política regional, Praia Grande está localizado na Região Metropolitana da Baixada Santista (GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO, 2007), contando com uma posição bem privilegiada em termos de acesso, pois está próximo do maior complexo portuário da América Latina, o Porto de Santos, também está relativamente próximo e com fácil acesso aos Aeroportos de Guarulhos e principalmente Congonhas, que está a menos de 90 km da cidade.

Praia Grande possui os seguintes limites geográficos:

**Tabela 1 - Limites Geográficos de Praia Grande**

Limites Geográficos	
Norte	Município de São Vicente
Sul	Oceano Atlântico
Leste	Município de São Vicente
Oeste	Município de Mongaguá

Fonte: URBATEC, 2017

Considerando seu posicionamento geográfico, Praia Grande apresenta as seguintes distâncias das cidades destacadas abaixo:

Tabela 2 - Distâncias de Praia Grande para outros municípios

Município	Distância¹ (Km)
Bertioga	40
Cubatão	18
Guarujá	30
Itanhaém	43
Mongaguá	24
Peruíbe	74
Santos	12
São Vicente	6
São Paulo	72

Fonte: URBATEC, 2017

Em relação à organização espacial de acordo com fatores socioeconômicos, o município de Praia Grande está localizado na Microrregião de Santos, inserida na Mesorregião Metropolitana de São Paulo (IBGE, 1990, p. 105), conforme mapa abaixo. Segundo o IBGE (1990, p. 8):

[...] uma mesorregião entende-se por uma área individualizada em uma Unidade da Federação que apresenta formas de organização do espaço geográfico definidas pelas seguintes dimensões: o processo social como determinante; o quadro natural como condicionante e a rede de comunicação e de lugares como elemento de articulação espacial.

Estas três dimensões possibilitam que o espaço delimitado como mesorregião tenha uma identidade regional, sendo esta, uma realidade construída ao longo do tempo pela sociedade ali atuante.

¹ Foram consideradas as menores distâncias rodoviárias

As microrregiões foram definidas como “partes das mesorregiões que apresentam especificidades quanto à organização do espaço” (IBGE, 1990, p. 8). Essas especificidades referem-se à estrutura de produção agropecuária, industrial, extrativismo mineral ou pesca.

Tabela 3 - Municípios da Mesorregião Metropolitana de São Paulo



Fonte: URBATEC, 2017



1.2. Acessos

Praia apresenta como acessos diretos apenas o modal rodoviário, porém nos municípios próximos também há presença do modal aéreo e marítimo, como mostrado na tabela a seguir:

Tabela 4 - Acessos

Acessos	
Rodoviário	SP 150 – Rodovia Anchieta
	SP 160 – Rodovia dos Imigrantes
	SP 055 – Rodovia Padre Manoel da Nóbrega
Marítimo	Porto de Santos
Aéreo	Aeroporto de Congonhas
	Aeroporto Internacional de Guarulhos
	Aeroporto de Itanhaém
	Base Aérea de Santos

Fonte: URBATEC, 2017



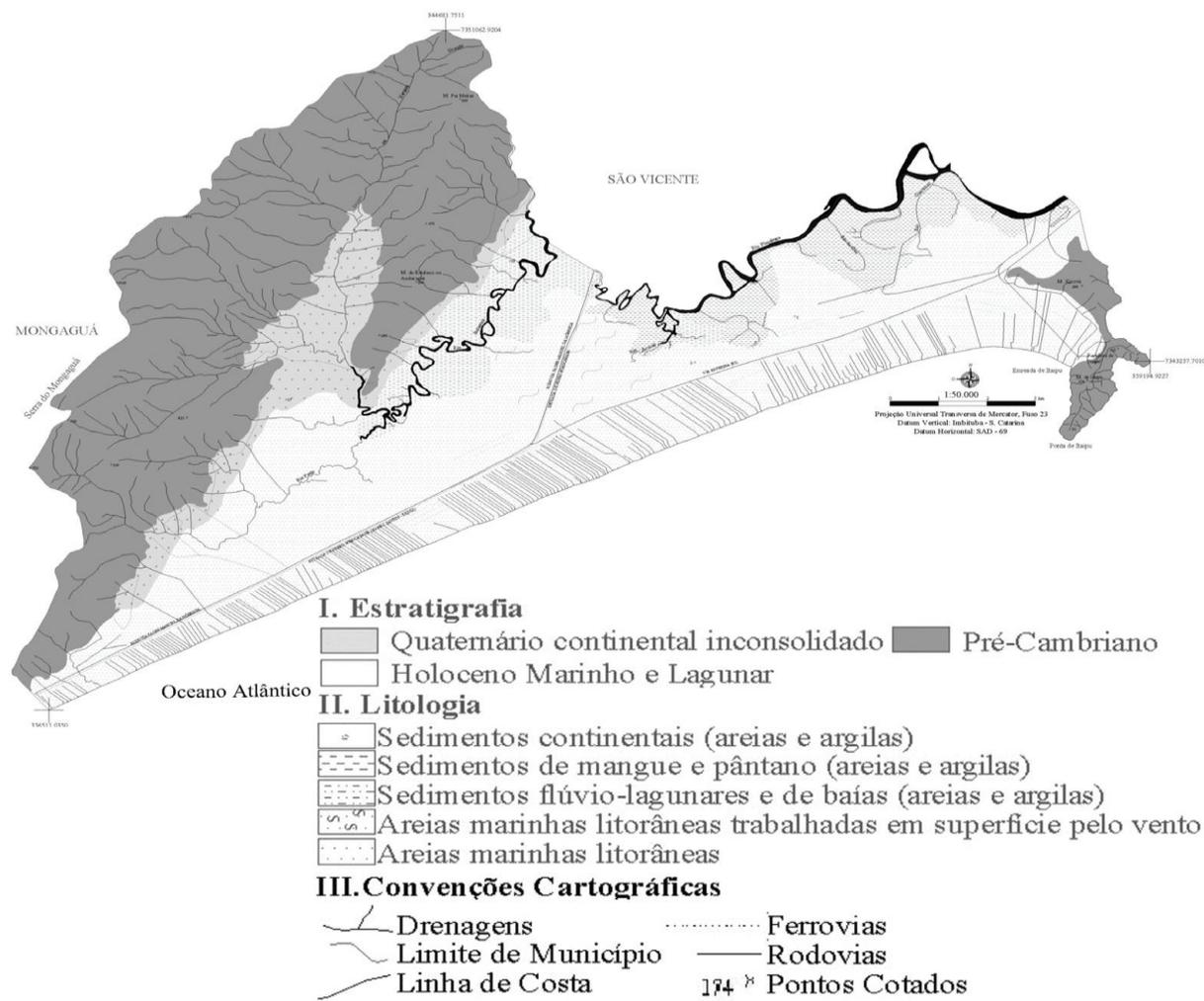
1.3. Aspectos Naturais

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

1.3.1. Geologia

Segundo a Carta Geológica do Município de Praia Grande, uma compilação dos dados das Cartas Geológicas do Litoral Paulista, elaboradas em escala original 1:100.000 por Suguio e Martin (1978), há depósitos de sedimentos de diferentes ambientes. Há o predomínio de areias marinhas litorâneas na Planície Quaternária, com ocorrência de areias marinhas litorâneas trabalhadas em superfície pelo vento e presença de antigas linhas de restinga (Figura 3). No entorno do rio Piaçabuçu ocorrem sedimentos de mangue e de pântano compostos por areias e argilas. Já nas proximidades do rio Boturoca aparecem sedimentos flúvio-lagunares e de baías, formados por areias e argilas. As rampas colúviais constituem-se de sedimentos continentais inconsolidados, constituídos por areias e argilas, com estratigrafia do Quaternário Continental

Figura 2 - Carta Geológica de Praia Grande



Fonte: SOUZA, 2010



1.3.2. Geomorfologia

Afonso (2006 *apud* SOUZA, 2010) afirma que as condições geomorfológicas impedem a formação de rios extensos. A rede fluvial é composta por pequenos rios que nascem na Serra do Mar, passam pela Planície Quaternária e desaguam no Oceano Atlântico. Nas áreas serranas, a forte declividade do terreno provoca características torrenciais nos altos e médios cursos dos rios. Quando chegam à planície, os rios sofrem diminuição da velocidade em razão da declividade suave, o que provoca o processo de deposição de sedimentos. De acordo com Troppmair (2004 *apud* SOUZA, 2010), nas áreas dos altos cursos há uma rede de drenagem densa, com vales encaixados. É possível também encontrar na Serra do Mar canais retilíneos que obedecem às linhas de falhas tectônicas.

Segundo Ross e Moroz (1997 *apud* SOUZA, 2010) o padrão de drenagem da planície costeira é do tipo meandrante e se formam vales de fundo plano. A drenagem meandrante apresenta canais de “[...] curvas sinuosas, largas, harmoniosas e semelhantes entre si [...]” (CHRISTOFOLETTI, 1974 *apud* SOUZA, 2010), contendo também curvas de regularidade geométrica. Os canais meândricos contêm uma margem côncava, onde ocorre escavação e uma margem convexa, na qual há deposição de sedimentos devido à menor velocidade da corrente. As características geomorfológicas e geológicas da região, que influenciam diversos fatores físicos da área de estudo, como a hidrografia, estão ligadas à origem e evolução da Serra do Mar e à formação da planície sedimentar cenozóica.

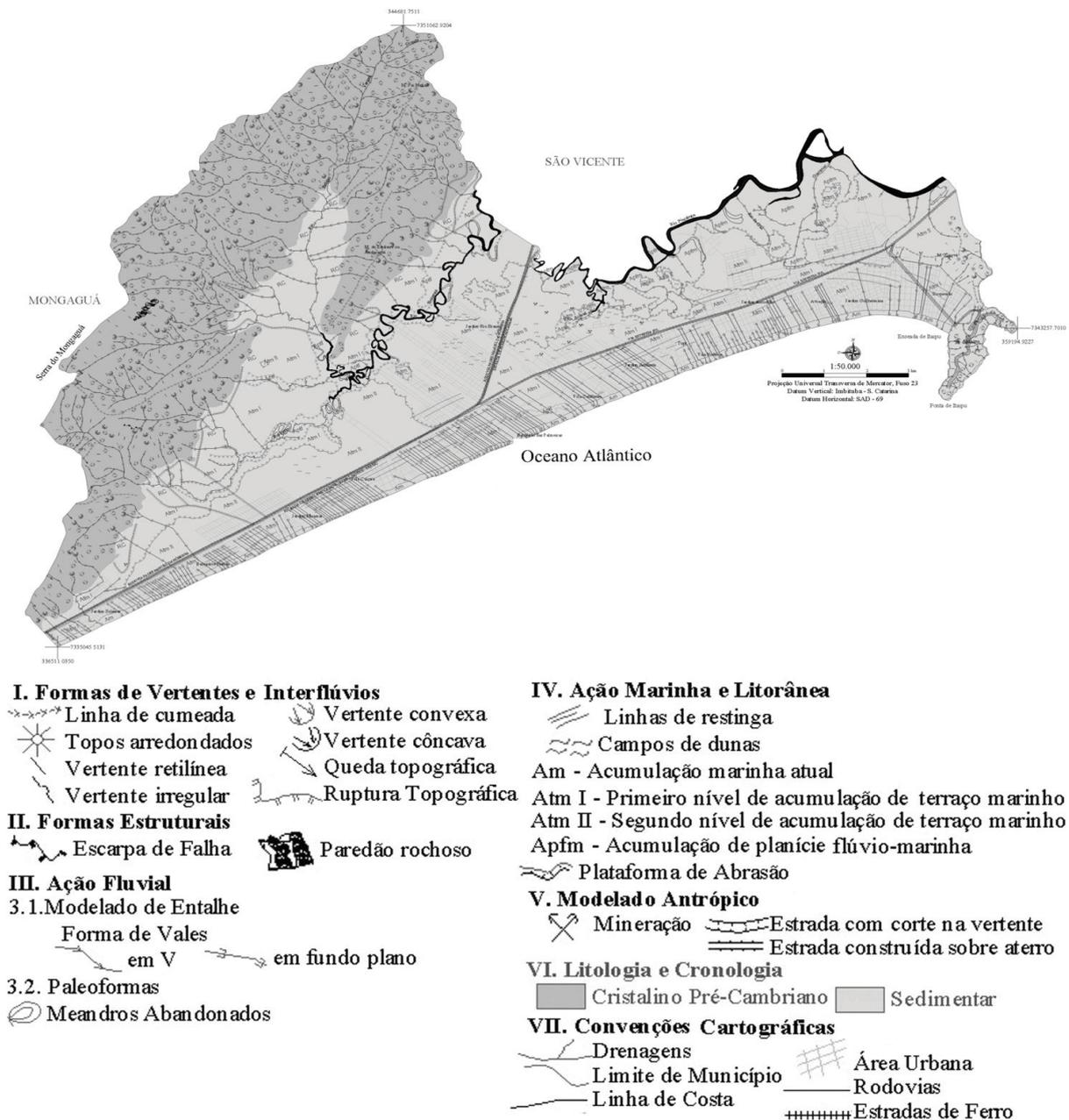
Portanto, para compreender a dinâmica do relevo e as bases geológicas existentes no município, é preciso recorrer à bibliografia relacionada ao contexto regional. O contexto geológico regional é marcado pela presença de rochas cristalinas formadas durante o Pré-Cambriano que compõem a Serra do Mar e por sedimentos recentes datados do Quaternário, que se localizam na Planície Costeira (SUGUIO; MARTIN, 1978 *apud* SOUZA, 2010). O embasamento cristalino é composto por rochas que se formaram durante o Arqueano (INSTITUTO DE PESQUISAS TECNOLÓGICAS – IPT, 1981a *apud* SOUZA, 2010). Estas rochas constituem a unidade Complexo Costeiro (IPT, 1981a *apud* SOUZA, 2010), de grande heterogeneidade, com predomínio de



rochas migmatíticas, que se espalham por todo o complexo. Podem aparecer xistos, gnaisses e rochas metamórficas invadidas por magmas graníticos (RODRIGUES, 1965 *apud* SOUZA, 2010). Ocorrem ainda quartzitos, filitos, rochas carbonáticas e diques de diabásio (SANTOS, 2004 *apud* SOUZA, 2010).

Desta forma, as rochas do Complexo Costeiro sofreram diferentes eventos de “[...] metamorfismo, deformação, migmatização, granitogênese, e blastomilonitização [...]” que “[...] sugere um quadro de rochas arqueanas retrabalhadas em eventos termotectônicos positivos [...]” (IPT, 1981a, p.23 *apud* SOUZA, 2010). Já a Planície Costeira é formada por sedimentos datados do Período Quaternário e, os depósitos sedimentares, segundo o IPT (1981b, p.55 *apud* SOUZA, 2010), “[...] obedecem ao mesmo padrão de distribuição em toda a costa paulista, comportando diferenças de espessura [...]”.

Figura 3 - Carta Geomorfológica de Praia Grande



Fonte: SOUZA, 2010

1.3.3. Clima

A classificação climática objetiva caracterizar em uma grande área ou região, zonas com características climáticas e biogeográficas relativamente homogêneas (Pereira et al., 2002). Para tanto, normalmente utilizam-se séries históricas de no mínimo 30 anos de informações, a fim de se evitar a influência de fenômenos sazonais sobre o conjunto de dados. Diversas são as metodologias propostas para a classificação climática, entretanto, uma das



mais reconhecidas mundialmente é a proposta por Wilhelm Köppen, cujos critérios seguem descritos abaixo da figura.

- 1ª. letra - maiúscula, representa a característica geral do clima de uma região:
 - A - Clima quente e úmido;
 - B - Clima árido ou semiárido;
 - C - Clima mesotérmico (subtropical e temperado);
- 2ª letra - minúscula, representa as particularidades do regime de precipitação:
 - f - sempre úmido (sem estação seca definida);
 - m - monçônico e predominantemente úmido;
 - s - chuvas de inverno;
 - s' - chuvas de outono e inverno;
 - w - chuvas de verão;
 - w' - chuvas de verão e outono;
- 3ª letra - minúscula, representa a temperatura média característica de uma região:
 - h - quente;
 - a - verões quentes (mês mais quente superior a 22°C);
 - b - verões amenos (mês mais quente inferior a 22°C).

Segundo a classificação climática de Koeppen, baseada em dados mensais pluviométricos e termométricos, o estado de São Paulo abrange sete tipos climáticos distintos, a maioria correspondente a clima úmido. O tipo dominante na maior área é o **Cwa**, que abrange toda a parte central do Estado e é caracterizado pelo clima tropical de altitude, com chuvas no verão e seca no inverno, com a temperatura média do mês mais quente superior a 22°C. Algumas áreas serranas, com o verão ameno são classificadas no tipo **Cwb**, onde a temperatura média do mês mais quente é inferior a 22°C e durante pelo menos quatro meses é superior a 10 °C.

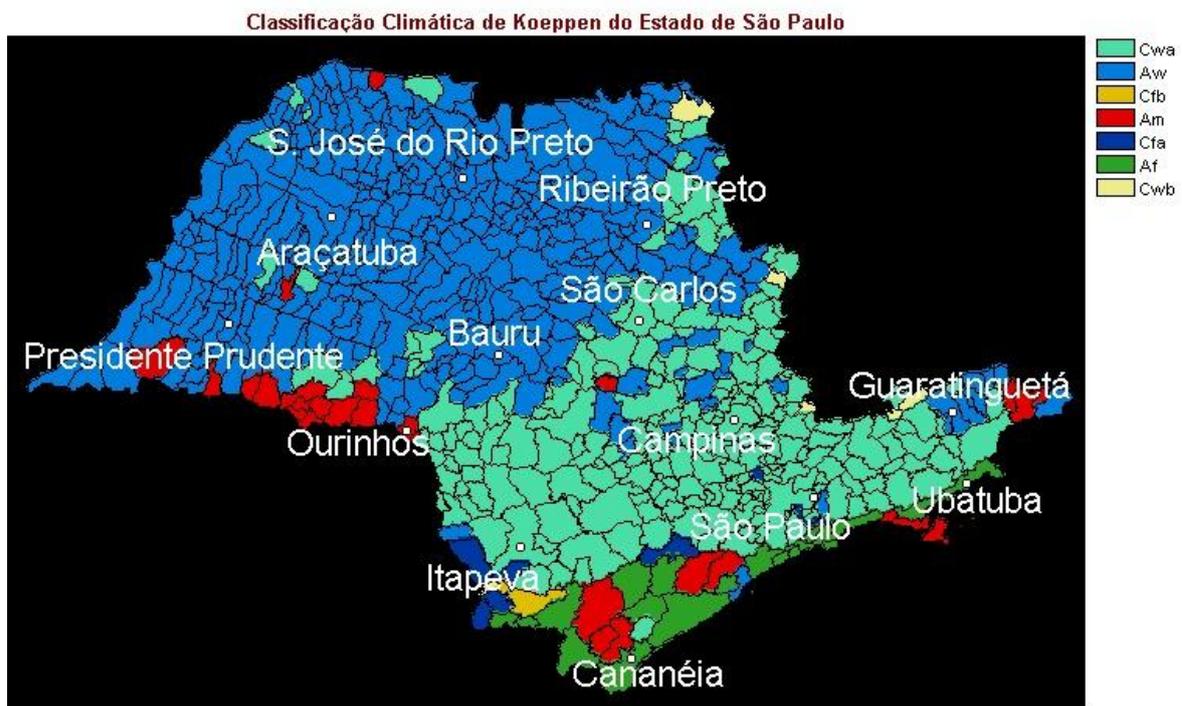
As regiões a Noroeste, mais quentes, pertencem ao tipo **Aw**, tropical chuvoso com inverno seco e mês mais frio com temperatura média superior a 18°C. O mês mais seco tem precipitação inferior a 60mm e com período chuvoso que se atrasa para o outono. Em pontos isolados ocorre o

tipo **Am** que caracteriza o clima tropical chuvoso, com inverno seco onde o mês menos chuvoso tem precipitação inferior a 60mm. O mês mais frio tem temperatura média superior a 18°C.

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

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

Figura 4 - Classificação de Koeppen do Estado de São Paulo



Fonte: CEPAGRI, 2015

Portanto o município de Praia Grande está no domínio climático Af, que se caracteriza 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.

Além disso, se localiza na região do litoral com o maior teor de pluviosidade do Estado, pela disposição do relevo da Mata Atlântica, com a Serra do Mar próxima à costa, com média anual entre 2.000 e 4.000 mm.

O período que se observa maior ocorrência de chuvas se dá entre dezembro e maio, sendo os meses mais chuvosos, em ordem: janeiro, fevereiro, dezembro e março. A região a qual está inserida Praia Grande é monitorada especificamente por dois postos pluviométricos do DAEE-SP, que são o F3-010 – Melvi o F3-002 – Mongaguá. Na tabela a seguir, temos os dados pluviométricos e de temperatura do ar de 2015, de acordo com o CEPAGRI (2015):

Figura 5 - Temperatura média do ar e Média de chuvas em 2015

MÊS	TEMPERATURA DO AR (C)			CHUVA (mm)
	Mínima média	Máxima média	Média	
JAN	21.7	34.1	27.9	344.2
FEV	22.0	34.4	28.2	341.8
MAR	21.2	33.8	27.5	363.0
ABR	18.3	31.5	24.9	225.4
MAI	15.6	29.0	22.3	182.9
JUN	14.1	27.6	20.8	143.3
JUL	13.3	27.8	20.6	115.9
AGO	14.8	30.0	22.4	88.0
SET	16.8	30.2	23.5	218.5
OUT	18.1	31.5	24.8	215.7
NOV	19.4	32.9	26.1	212.3
DEZ	21.0	33.1	27.1	269.0
Ano	18.0	31.3	24.7	2720.0
Min	13.3	27.6	20.6	88.0
Max	22.0	34.4	28.2	363.0

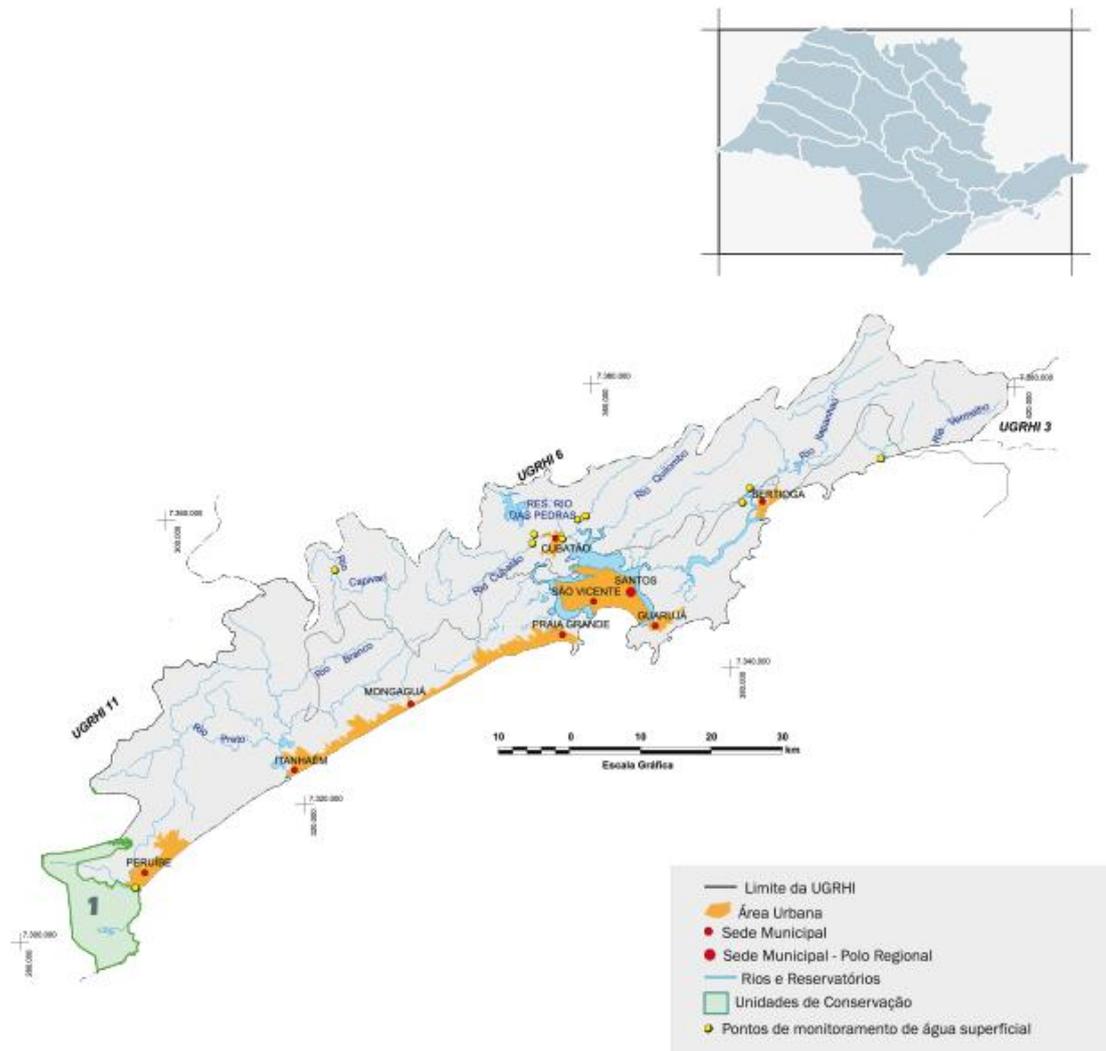
Fonte: CEPAGRI, 2015



1.3.4. Hidrologia

A rede hidrográfica da Região Metropolitana da Baixada Santista 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 polo de Cubatão.

Figura 6 - Unidade de Gerenciamento de Recursos Hídricos



Fonte: Comitê da Bacia Hidrográfica da Baixada Santista, 2014

1.3.4.1. Comitê da Bacia Hidrográfica da Baixada Santista

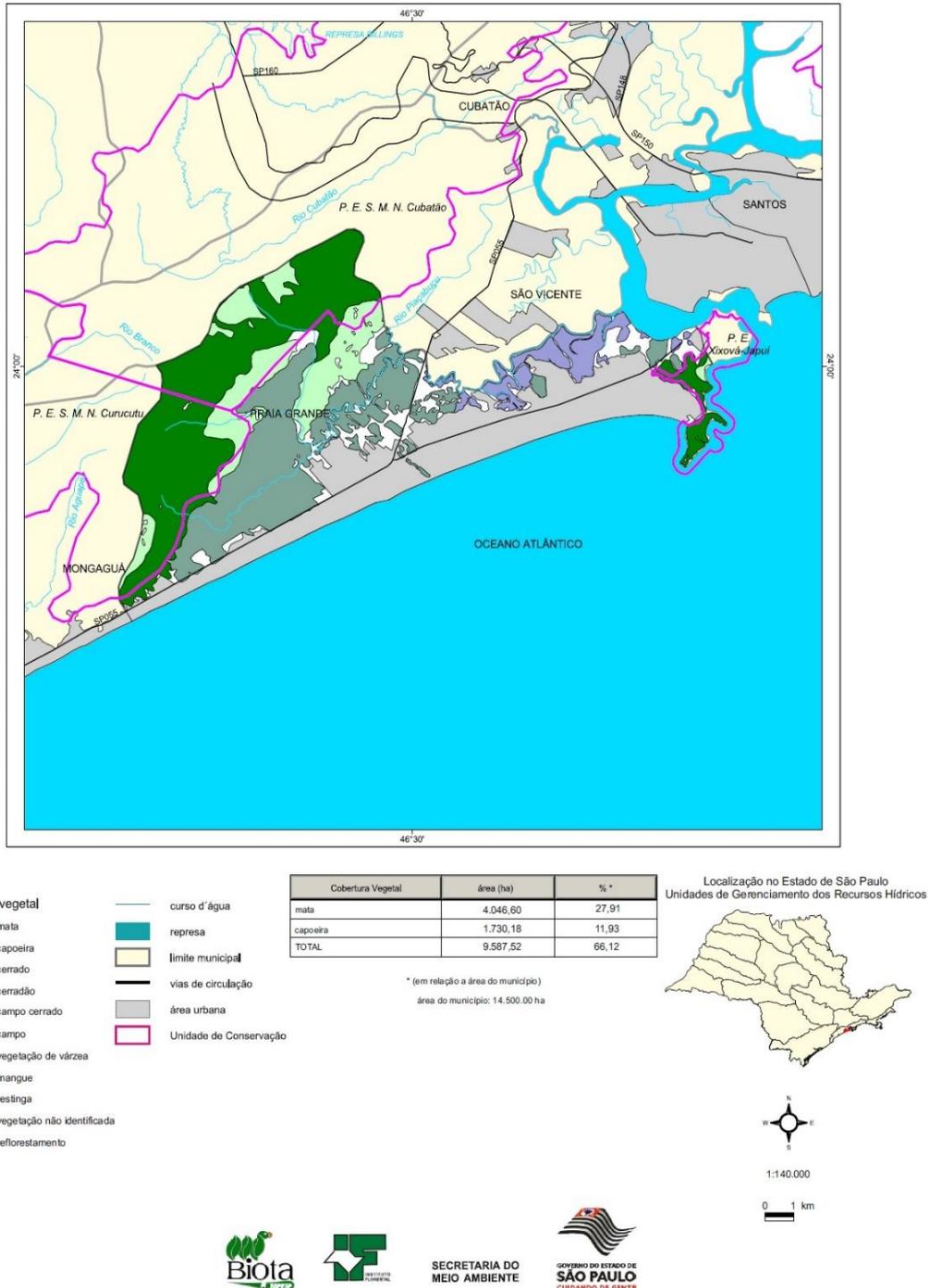
O comitê da Bacia Hidrográfica da Baixada Santista foi criado em 1994. Tem sua área de atuação nos municípios de Bertioga, Guarujá, Cubatão, Santos, São Vicente, Praia Grande, Mongaguá e Itanhaém, sendo esses os municípios da Região Metropolitana. Possuem em conjunto uma área de 2.422 Km² e uma área de drenagem que atinge 2.887 Km².

1.3.5. Vegetação

Segundo o Governo do Estado de São Paulo (1998) as formações vegetais que incidem no município de Praia Grande podem ser enquadradas

em quatro zonas diferentes: Floresta Ombrófila Densa, ou Floresta Atlântica; os Mangues; Vegetação de Dunas e as Restingas.

Figura 7 – Mapa de Vegetação de Praia Grande



Fonte: Adaptado de INSTITUTO FLORESTAL, 2015



- Floresta Ombrófila Densa: É a formação vegetal de caráter tropical, com árvores altas, de aproximadamente 20 metros, copas arredondadas, com presença de plantas perenefoliadas, em área comum de chuvas bem distribuídas ao longo do ano. Os limites definidos para este tipo de vegetação respeitam os limites municipais na meia encosta da vertente atlântica. Outro compartimento recoberto pela Floresta Ombrófila Densa são as encostas do Morro do Xixová.
- Vegetação de Dunas: É encontrada nas áreas mais próximas à praia. Composta por arbustos de caráter pioneiro, já que são as primeiras a surgirem nos processos de sucessão ecológica a partir da areia da praia. Esta vegetação tem papel importante na proteção da vegetação interior, agindo como zona de amortecimento principalmente em relação à alta salinidade.
- Restinga ou jundu: Na restinga, predomina a vegetação arbórea, que tem tamanhos maiores quando em distâncias maiores da praia, ocupando o litoral arenoso e plano. As restingas funcionam como proteção aos mangues. Em Praia Grande, essa formação é observada na região entre a Rodovia Padre Manoel da Nóbrega e o sopé da Serra do Mar.
- Mangue: É uma importante vegetação pois, dentro do mangue, há espécies endêmicas. Caracteriza-se por vegetação arbórea, geralmente com raízes expostas, adaptada à água salobra, resultado da mistura da água salgada do mar e doce dos rios e lagos. Em Praia Grande, os manguezais ocupam uma porção significativa do território, ao longo do Rio Piaçabuçu.

1.3.5.1. Unidades de Conservação

Os aspectos de fauna e flora, principalmente pela Mata Atlântica, juntamente com a existência de importantes ambientes para a reprodução da biota marinha, justificam a presença de Unidades de Conservação em Praia Grande.



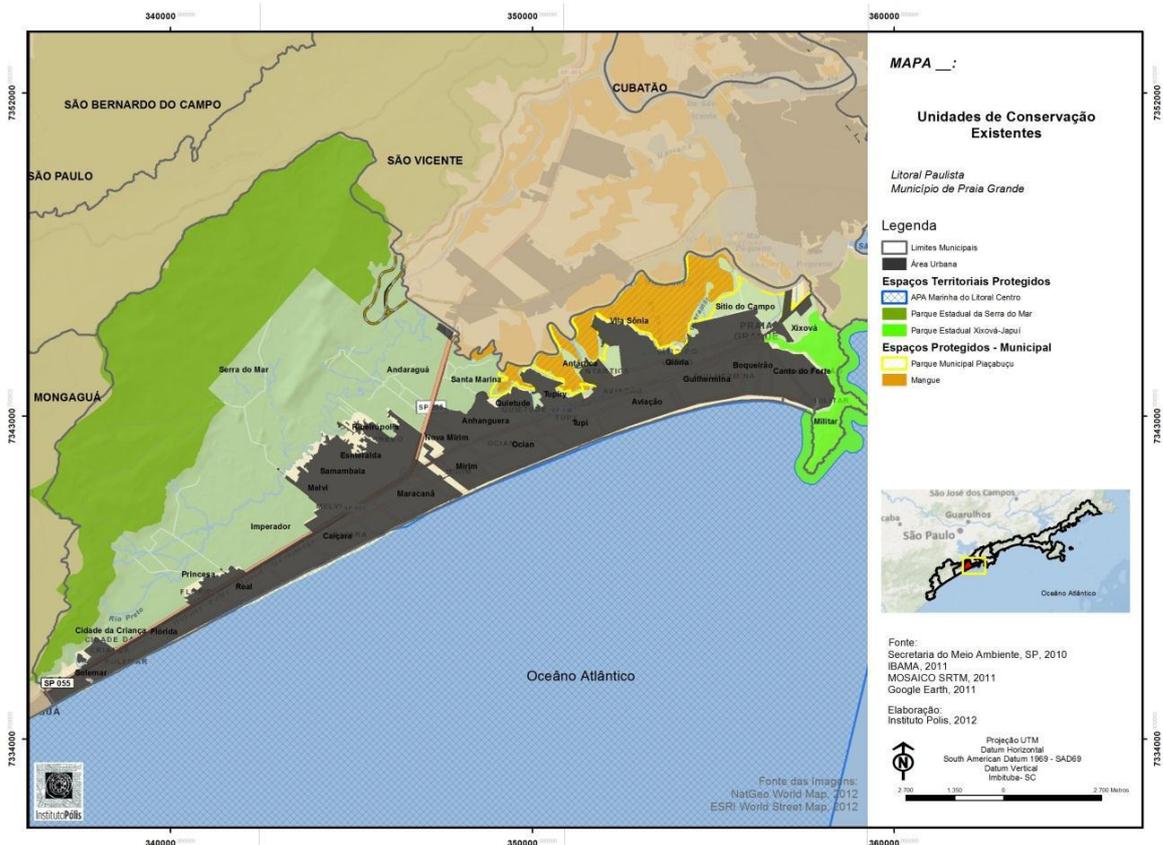
No município existem 4 unidades de conservação, conforme tabela abaixo.

Tabela 5 – Unidades de Conservação de Praia Grande

Unidade de Conservação	Ano de Criação	Responsável
Parque Estadual da Serra do Mar	1977	Fundação Florestal
Parque Estadual Xixová-Japuí	1993	Fundação Floresta
Parque Municipal do Piaçabuçu	1996	Prefeitura Municipal de Praia Grande
APA Marinha Litoral Centro	2008	Fundação Floresta

Fonte: URBATEC, 2017

Figura 8 – Unidades de Conservação de Praia Grande



Fonte: INSTITUTO FLORESTA, 2015



1.4. Aspectos Socioeconômicos

Os tópicos a seguir irão se direcionar aos indicadores da economia local assim como sua organização social.

1.4.1. Características Demográficas

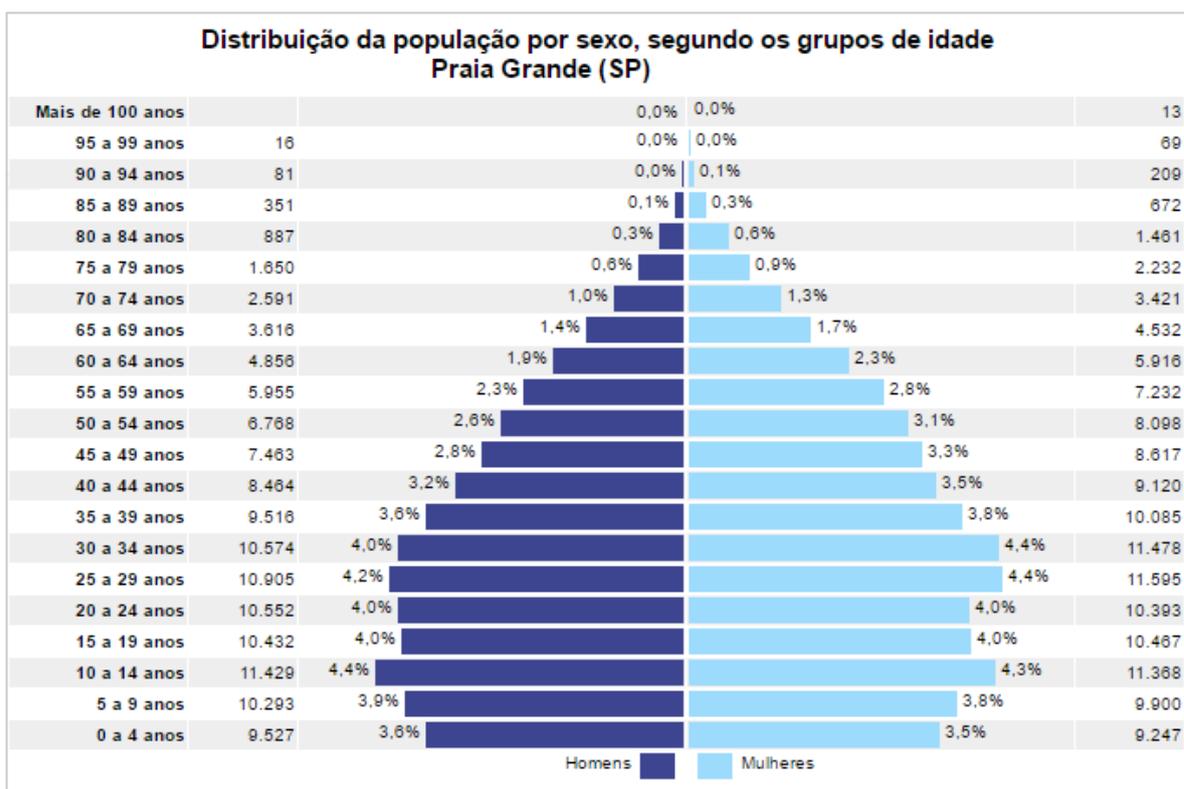
Tabela 6 - Indicadores de Demografia

Indicadores	Ano	Município	Região Metropolitana	Estado
Área (Km ²)	2017	147,07	2.420,50	248.222,36
População	2017	301.024	1.781.727	43.674.533
Densidade Demográfica (Hab/Km ²)	2017	2.048,61	736,10	175,95
Taxa Geométrica de Crescimento Anual da População – 2010/2015	2017	2,04	1,00	0,83
Grau de Urbanização (%)	2017	100,00	99,82	96,37
Índice de Envelhecimento (%)	2017	68,35	76,00	72,47
População com menos de 15 anos	2017	20,72	20,02	19,33
População com 60 anos ou mais (%)	2017	14,16	15,22	14,01
Razão dos Sexos ²	2017	92,33	92,04	94,80

Fonte: URBATEC, 2017 adaptado de SEADE, 2016

² Número de homens para cada 100 mulheres na população residente em determinada área, no ano considerado. (SEADE, 2017)

Tabela 7 - Distribuição da população por sexo



Fonte: URBATEC, 2017 adaptado de SEADE, 2016

1.4.2. 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.

Praia Grande 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 0,834, seguida de **renda**, com índice de 0,744, e de **educação**, com índice de 0,692. A tabela abaixo apresenta a evolução do IDH de Praia Grande, com recortes de 1991, 2000 e 2010.



Tabela 8 - Índice de Desenvolvimento Humano de Praia Grande

Índice de Desenvolvimento Humano Municipal e seus componentes - Município - Praia Grande - SP			
IDHM e componentes	1991	2000	2010
IDHM Educação	0,336	0,551	0,692
% de 18 anos ou mais com fundamental completo	33,73	46,96	63,34
% de 5 a 6 anos na escola	43,01	76,00	92,14
% de 11 a 13 anos nos anos finais do fundamental regular seriado ou com fundamental completo	51,08	73,79	88,38
% de 15 a 17 anos com fundamental completo	26,29	55,70	63,64
% de 18 a 20 anos com médio completo	13,55	32,93	45,15
IDHM Longevidade	0,688	0,801	0,834
Esperança de vida ao nascer	66,25	73,05	75,04
IDHM Renda	0,674	0,732	0,744
Renda per capita	530,16	759,05	820,97
IDH Municipal	0,538	0,686	0,754

Fonte: URBATEC, 2017 adaptado de PNUD, 2010

1.4.3. Atividades Econômicas

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

Tabela 9 - Atividades Econômicas

Setor	Praia Grande	Estado
Serviços	88,35	76,23
Indústria	11,60	22,01
Agropecuária	0,05	1,76

Fonte: URBATEC, 2017 adaptado de SEADE, 2016

Outro dado que evidencia a vocação de Praia Grande para os serviços é o recorte de pessoas ocupadas por setor, conforme tabela abaixo.



Tabela 10 - Pessoas Ocupadas por Setor

Pessoas ocupadas por setor 2007 - 2013							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Agricultura	3	4	3	4	1	0	0
Comércio	8619	9811	10248	11175	12381	12580	13052
Indústria	2707	3216	3386	4499	6054	6100	5884
Serviços	17480	18756	20390	22191	24267	25117	25300

Fonte: URBATEC, 2017 adaptado de SEADE, 2016

1.4.4. Produto Interno Bruto

O Produto Interno Bruto é a soma de tudo que foi produzido no país durante determinado recorte temporal. Estes valores demonstram a capacidade competitiva das economias, sendo municipal, estadual ou nacional, bem como sua composição setorial.

Tabela 11 - Evolução do PIB de Praia Grande entre 2009 e 2014

Evolução do PIB de Praia Grande entre 2009 e 2014					
2009	2010	2011	2012	2013	2014
2.791.998	3.276.663	3.700.064	4.312.527	4.966.418	5.512.844

Fonte: URBATEC, 2017 adaptado de IBGE, 2014

Como podemos observar, o PIB praticamente dobrou entre 2009 e 2014. Isso demonstra a franca expansão econômica que passa Praia Grande, considerando que o PIB é a soma de tudo que foi produzido na cidade.

A tabela a seguir demonstra a divisão do PIB (em reais) do ano de 2014 (último dado disponível) entre os setores de Agropecuária, Indústria e Serviços, para Praia Grande.

Tabela 12 – PIB por Setor da Economia

Setor	Praia Grande
Agropecuária	2.418
Indústria	598.103
Serviços	3.403.806

Fonte: URBATEC, 2017 adaptado de IBGE, 2014



1.4.5. Educação

Segundo a Secretaria de Educação de São Paulo (2016), Praia Grande possui em sua rede 163 instituições de ensino básico, sendo destas 76 unidades escolares municipais, incluindo creches, ensino pré-escolar e fundamental, 9 unidades de complementação educacional, 23 escolas estaduais, com ensino fundamental e médio, e 53 escolas particulares. Além disso, também conta com uma ETEC.

Tabela 13 - Lista de Escolas Públicas Municipais

Escolas Públicas Municipais	ESCOLA MUNICIPAL 19 DE JANEIRO
	ESCOLA MUNICIPAL ALBERT EINSTEIN
	ESCOLA MUNICIPAL ANAHY NAVARRO TROVAO
	ESCOLA MUNICIPAL ANA MARIA BABETTE BAJER FERNANDES
	ESCOLA MUNICIPAL ANTÔNIO PERES FERREIRA
	ESCOLA MUNICIPAL ANTÔNIO RUBENS COSTA DE LARA
	ESCOLA MUNICIPAL ARY CABRAL
	COMPLEXO EDUCACIONAL NÚCLEO DE ATIVIDADES NÁUTICAS E DE PRAIA
	ESCOLA MUNICIPAL CARLOS EDUARDO CONTE DE CASTRO
	ESCOLA MUNICIPAL CARLOS ROBERTO DIAS
	ESCOLA MUNICIPAL CIDADE DA CRIANÇA
	ESCOLA MUNICIPAL DOMINGOS SOARES DE OLIVEIRA
	ESCOLA MUNICIPAL DORIVALDO FRANCISCO LORIA
	ESCOLA MUNICIPAL EDUARDO GONSALVES DO BARREIRO
	ESCOLA MUNICIPAL ELZA OLIVEIRA DE CARVALHO
	ESCOLA MUNICIPAL CIRCE SANCHES TOSCHI
	ESCOLA MUNICIPAL GOVERNADOR ORESTES QUÉRCIA
	ESCOLA MUNICIPAL JOSE PADIN MOUTA
	ESCOLA MUNICIPAL PROFESSORA MARIA DE LOURDES SANTOS
	ESCOLA MUNICIPAL VEREADOR FELIPE AVELINO MORAES
ESCOLA MUNICIPAL ESMERALDA DOS SANTOS NOVAES	



ESCOLA MUNICIPAL ESTADO DO AMAZONAS
ESCOLA MUNICIPAL ESTINA CAMPI BAPTISTA
ESCOLA MUNICIPAL FAUSTO DOS SANTOS AMARAL
ESCOLA MUNICIPAL FLORIVALDO BORGES DE QUEIROZ
ESCOLA MUNICIPAL FRANCO MONTORO GOVERNADOR
NÚCLEO DE COMPLEMENTAÇÃO EDUCACIONAL GINÁSIO DO CAIÇARA
NÚCLEO DE COMPLEMENTAÇÃO EDUCACIONAL DO GINÁSIO DO FORTE
NÚCLEO DE COMPLEMENTAÇÃO EDUCACIONAL DO GINÁSIO DO RODRIGÃO
NÚCLEO DE COMPLEMENTAÇÃO EDUCACIONAL GINÁSIO FALCÃO
NÚCLEO DE COMPLEMENTAÇÃO EDUCACIONAL DO GINÁSIO SAMAMBAIA
NÚCLEO DE COMPLEMENTAÇÃO EDUCACIONAL GINÁSIO SITIO DO CAMPO
ESCOLA MUNICIPAL GREGÓRIO FRANCA DE SIQUEIRA
ESCOLA MUNICIPAL HILDA DE CARVALHO GUEDES
ESCOLA MUNICIPAL IDALINA DA CONCEICAO PEREIRA
ESCOLA MUNICIPAL IDÍLIO PERTICARATTI
ESCOLA MUNICIPAL ISABEL FIGUEROA BREFERE
ESCOLA MUNICIPAL JOAO BATISTA RESINE ALVES
ESCOLA MUNICIPAL JOAQUIM AUGUSTO FERREIRA MOURÃO
ESCOLA MUNICIPAL JOSE CREGO PAINCEIRA
ESCOLA MUNICIPAL JOSE JÚLIO MARTINS BAPTISTA
ESCOLA MUNICIPAL JOSE RIBEIRO DOS SANTOS CUNHA
ESCOLA MUNICIPAL JULIANA ARIAS RODRIGUES DE OLIVEIRA
ESCOLA MUNICIPAL LAYDE RODRIGUES REIS LORIA
ESCOLA MUNICIPAL LEOPOLDO ESTASIO VANDERLINDE
ESCOLA MUNICIPAL LIONS CLUB OCIAN
ESCOLA MUNICIPAL LUIS ARRUDA PAES MAESTRO



ESCOLA MUNICIPAL LUZIA BORBA RANCIARO
NÚCLEO DE COMPLEMENTAÇÃO EDUCACIONAL MAGIC PAULA
ESCOLA MUNICIPAL MAHATMA GANDHI
ESCOLA MUNICIPAL MANOEL NASCIMENTO JUNIOR
ESCOLA MUNICIPAL MARIA CLOTILDE LOPES COMITRE RIGO
ESCOLA MUNICIPAL MARIA DOS REMÉDIOS CARMONA MILAN
ESCOLA MUNICIPAL PROFESSORA MARIA NILZA SILVA ROMÃO
ESCOLA MUNICIPAL GOVERNADOR MARIO COVAS
ESCOLA MUNICIPAL MARIO POSSANI
ESCOLA MUNICIPAL NATALE DE LUCCA
ESCOLA MUNICIPAL NEWTON DE ALMEIDA CASTRO
ESCOLA MUNICIPAL NICOLAU PAAL
ESCOLA MUNICIPAL OPHELIA CACCRETARI DOS REIS
ESCOLA MUNICIPAL ARQUITETO OSCAR NIEMEYER
ESCOLA MUNICIPAL OSWALDO JUSTO
ESCOLA MUNICIPAL PABLO TREVISAN PERUTICH
ESCOLA MUNICIPAL PAULO DE SOUZA SANDOVAL
ESCOLA MUNICIPAL PAULO SHIGUEO YAMAUTI
NÚCLEO DE COMPLEMENTAÇÃO EDUCACIONAL PISCINA MUNICIPAL
NÚCLEO DE COMPLEMENTAÇÃO EDUCACIONAL DA PISTA DE ATLETISMO
ESCOLA MUNICIPAL PORTO DAS ARTES
ESCOLA MUNICIPAL REPUBLICA DE PORTUGAL
ESCOLA MUNICIPAL ROBERTO MARIO SANTINI
R ESCOLA MUNICIPAL ROBERTO SHOJI DOUTO
ESCOLA MUNICIPAL RONALDO SERGIO ALVES LAMEIRA RAMOS
ESCOLA MUNICIPAL RUTH VILACA CORREA LEITE CARDOSO
ESCOLA MUNICIPAL SÃO FRANCISCO DE ASSIS
ESCOLA MUNICIPAL SEBASTIAO TAVARES DE OLIVEIRA



	ESCOLA MUNICIPAL SERGIO DIAS DE FREITAS ENGENHEIRO
	ESCOLA MUNICIPAL SERGIO VIEIRA DE MELLO
	ESCOLA MUNICIPAL SONIA MARISE DOMINGUES
	ESCOLA MUNICIPAL THEREZA MAGRI
	ESCOLA MUNICIPAL VILA MIRIM
	ESCOLA MUNICIPAL VILA TUPIRY
	ESCOLA MUNICIPAL WILSON GUEDES DOUTOR

Fonte: URBATEC, 2018 adaptado de SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO, 2016

Tabela 14 - Lista de Escolas Públicas Estaduais

Escolas Públicas Estaduais	ESCOLA ESTADUAL DOUTOR ABRAHÃO JACOB LAFER
	ESCOLA ESTADUAL ADELAIDE PATROCÍNIO DOS SANTOS
	ESCOLA ESTADUAL ALDEIA TEKOA MIRIM
	ESCOLA ESTADUAL ALEXANDRINA SANTIAGO NETTO
	ESCOLA ESTADUAL PROFESSOR ANTÔNIO NUNES LOPES DA SILVA
	ESCOLA ESTADUAL REVERENDO AUGUSTO PAES D'ÁVILA
	ESCOLA ESTADUAL BALNEÁRIO DAS PALMEIRAS
	CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS MAX DADA GALLIZZI
	CENTRO DE ATENDIMENTO SOCIOEDUCATIVO AO ADOLESCENTE DE PRAIA GRANDE I
	CENTRO DE ATENDIMENTO SOCIOEDUCATIVO AO ADOLESCENTE PRAIA GRANDE II
	ESCOLA ESTADUAL FRANCISCO MARTINS DOS SANTOS
	ESCOLA ESTADUAL JARDIM BOPEVA
	ESCOLA ESTADUAL PROFESSOR JÚLIO PARDO COUTO
	ESCOLA ESTADUAL JÚLIO SECCO DE CARVALHO
	ESCOLA ESTADUAL PROFESSOR LAUDELINO FERNANDES DOS SANTOS
	ESCOLA ESTADUAL LIONS CLUBE CENTRO



	ESCOLA ESTADUAL PROFESSORA MAGALI ALONSO
	ESCOLA ESTADUAL PROFESSORA MARIA PACHECO NOBRE
	ESCOLA ESTADUAL PROFESSORA MARLENE LEITE DA SILVA
	ESCOLA ESTADUAL OSWALDO LUIZ SANCHES TOSCHI
	ESCOLA ESTADUAL PROFESSOR PEDRO PAULO GONCALVES LOPES
	ESCOLA ESTADUAL DR. REYNALDO KUNTZ BUSCH
	ESCOLA ESTADUAL DEPUTADO RUBENS PAIVA
	ESCOLA ESTADUAL PROFESSORA SYLVIA DE MELLO
	ESCOLA ESTADUAL VILA TUPI
	ESCOLA ESTADUAL PROFESSORA VILMA CATHARINA MOSCA LEONE

Fonte: URBATEC, 2018 adaptado de SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO, 2017

Tabela 15 - Lista de Escolas Particulares

Escolas Particulares	COLÉGIO ADVENTISTA DE PRAIA GRANDE
	COLÉGIO ALEXO
	ESCOLA DE EDUCAÇÃO INFANTIL E ENSINO FUNDAMENTAL ARCA DE NOÉ
	ESCOLA DE EDUCAÇÃO INFANTIL E ENSINO FUNDAMENTAL ATENAS
	ESCOLA DE EDUCAÇÃO INFANTIL E ENSINO FUNDAMENTAL BAMBAM E PEDRITA
	ESCOLA BIOTEC
	ESCOLA DE EDUCAÇÃO INFANTIL CANTO VIVO
	COLÉGIO CARLO ARROJADO
	ESCOLA DE EDUCAÇÃO INFANTIL CELESTIN FREINET
	COLÉGIO CENTURION
	ESCOLA DE EDUCAÇÃO INFANTIL COLÉGIO ALPHA
	COLÉGIO CONFIANÇA
	COLÉGIO DE EDUCAÇÃO INFANTIL E FUNDAMENTAL PITECO
	ESCOLA DE ENSINO FUNDAMENTAL CONSTANCE KAMI
	COLÉGIO CULTURA
	ESCOLA EDUCAR



INSTITUTO EDUCAR
COLÉGIO EDUCARTE
ESCOLA DE EDUCAÇÃO INFANTIL E ENSINO FUNDAMENTAL I CANTINHO DO SABER
ESCOLA DE ENFERMAGEM EL SHADAY
ESCOLA DE EDUCAÇÃO INFANTIL BEIJA FLOR
ESCOLA DE EDUCAÇÃO INFANTIL CANTO VIVO UNIDADE II
ESCOLA DE EDUCAÇÃO INFANTIL ESPAÇO CRESCER
FORTEC ESCOLA TÉCNICA UNIDADE II
COLÉGIO FRANCA
ESCOLA DE EDUCAÇÃO INFANTIL FRANCA KIDS
COLÉGIO FUTURA
COLÉGIO GENESIS
COLÉGIO GERAÇÃO 2000
COLÉGIO GUERREIRO
COLÉGIO ILHA BRASIL
ESCOLA JOSE AMÉRICO
ESCOLA DE EDUCAÇÃO INFANTIL MUNDO ENCANTADO
COLÉGIO NOVOMUNDO
CENTRO EDUCACIONAL OBJETIVO DE PRAIA GRANDE
COLÉGIO OLIVEIRAS
ESCOLA PARIS
COLÉGIO PASSIONISTA SANTA MARIA
COLÉGIO PAULO FREIRE
INSTITUTO EDUCACIONAL PHOENIX
PINGO DE GENTE
ESCOLA EDUCAÇÃO INFANTIL PRIMEIRO PASSO
CENTRO EDUCACIONAL PRISMA
COLÉGIO PROJETO CRESCER
COLÉGIO EDUCACIONAL RECANTO
COLÉGIO RODRIGUES DOBINS
COLÉGIO SÃO MIGUEL ARCANJO
COLÉGIO UNIVERSO
CENTRO EDUCACIONAL VILA VERDE
ESCOLA DE EDUCAÇÃO INFANTIL VINICIUS DE MORAES

Fonte: URBATEC, 2018 adaptado de SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO, 2017



Tabela 16 - Lista de ETEC

Instituições de Ensino Técnico	ETEC DE PRAIA GRANDE
---------------------------------------	-----------------------------

Fonte: URBATEC, 2018 adaptado de SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO, 2016

Tabela 17 - Lista de Instituições de Ensino Superior

Instituições de Ensino Superior	FACULDADE ALFA AMÉRICA (PARTICULAR)
	FACULDADE DE TECNOLOGIA – UNIDADE PRAIA GRANDE (PÚBLICA ESTADUAL)
	FACULDADE DE TECNOLOGIA PORTO SUL (PARTICULAR)
	FACULDADE DO LITORAL PAULISTA (PARTICULAR)
	FACULDADE PRAIA GRANDE (PARTICULAR)
	UNIVERSIDADE SANTO AMARO – PÓLO PRAIA GRANDE (PARTICULAR)
	UNIVERSIDADE PAULISTA – PÓLO PRAIA GRANDE (PARTICULAR)
	UNIVERSIDADE SANTA CECÍLIA – PÓLO PRAIA GRANDE (PARTICULAR)
	UNIVERSIDADE METROPOLITANA DE SANTOS – PÓLO PRAIA GRANDE (PARTICULAR)

Fonte: URBATEC, 2018 adaptado de SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO, 2016

A tabela a seguir apresenta os dados sociais, ligados à educação, obtido através do SEADE (2016):

Tabela 18 - Indicadores de Educação de Praia Grande

Indicadores	Ano	Praia Grande	Região Metropolitana	Estado
Taxa de Analfabetismo da População de 15 Anos e Mais – Censo Demográfico (Em %)	2010	4,16	4,09	4,33
População de 18 a 24 Anos com pelo Menos Ensino Médio Completo – Censo Demográfico (Em %)	2010	51,48	---	57,89

Fonte: URBATEC, 2018 adaptado de IBGE, 2016



9.4.6. Saúde

De acordo com a Prefeitura de Praia Grande existem 38 estabelecimentos de saúde que prestam o serviço atendimento, além disso, existem alguns estabelecimentos particulares e específicos como clínicas e laboratórios.

Tabela 19 - Lista de Unidades Públicas de Saúde

Unidade de Saúde	Endereço	Telefone
Ambulatório Aviação	(13) 3496-5202	Av. Dr. Roberto de Almeida Vinhas, s/nº
Ambulatório Boqueirão	(13) 3496-5201	Av. Pres. Kennedy, s/nº
Ambulatório de Saúde Mental (farmácia)	(13) 3496-5231	Rua Cidade de Santos, nº. 89 – Boqueirão
Ambulatório de Saúde Mental (recepção)	(13) 3496-5230	Rua Cidade de Santos, nº. 89 – Boqueirão
Ambulatório Ocian	(13) 3496-5203	Av. dos Sindicatos, nº 635
Ambulatório Tupi	(13) 3499-5205	Rua Meinacós, 94
CAPS II - Centro Atenção Psico-Social	(13) 3496-5229	Rua Cidade de Santos nº 89 - Boqueirão
Cemas - (Recepção)	(13) 3496-5246	Av. Presidente Kennedy, 1491 - Jd. Guilhermina
CRATH - Centro de Referência em Atendimento a Tuberculose e Hanseníase	(13) 3496-5236	Av.: Presidente Kennedy, 1.491 – Jd. Guilhermina (Térreo)
CTAP - Centro de Testagem Aconselhamento e Prevenção	(13) 3496-5238	Av.: Presidente Kennedy, 1.491 – Jd. Guilhermina (3º. Andar)
Hospital Municipal Irmã Dulce	(13) 3476-4400	R.: Dair Borges, 550 - Boqueirão
IML	(13) 3494-4544	Rua Aimorés, 238 - Vila Tupi
Núcleo Reab.Fis.e Mental Henry	(13) 3496-5218	Av.: Guilherme Penteadado de Campos s/nº - Vila Mirim
Ouvidoria Secretaria de Saúde Pública	0800-773-3020	Avenida Presidente Kennedy, 8850 - Vila Mirim
Pronto Socorro Central - Unidade Emergencial	(13) 3473-7676	Av.: São Paulo nº 1014 - Boqueirão
Pronto Socorro Quietude	(13) 3471-4221	Av.: Marcos Freire s/nº - Jd. Quietude
Pronto Socorro Samambaia	(13) 3477-6220	Av.: Estados Unidos s/nº - Jd. Samambaia
Hospital Irmã Dulce	Rua Dair Borges, nº 550	Telefone: 3476-4400
SAE - Serviço de Atendimento Especializado	(13) 3496-5240	Avenida Presidente Kennedy, 1.491 – Jd. Guilhermina (3º. Andar)
SAMU - Serviço de Atendimento Móvel de Urgência	192	Avenida Presidente Kennedy, 1.491 – Jd. Guilhermina
Secretaria da Saúde	(13) 3496-2400	Av.: Presidente Kennedy nº 8850 -



(Tronco-Chave)		Mirim (ao lado do Paço Municipal)
Serviço Funerário	(13) 3481-3511	
USAFA³ Anhanguera	(13) 3496-5216	Rua Josefa Alves de Siqueira, nº 648 - Anhanguera
USAFA ALOHA	13 3496-5158	Rua Zenji Sasaki nº 269 Nova Mirim
USAFA ANTARTICA	(13) 3496-5246	Avenida dos Trabalhadores, 3801 - Vila Antártica
USAFA Caiçara	(13) 3496-5204	Rua São José, nº 700
USAFA ESMERALDA	(13) 3496-5232	Rua Menotti Del Picchio, altura 179
USAFA ESMERALDA II	(13)3496-5278	Av. Hugo de Carvalho Ramos nº 1.521 Esmeralda
USAFA Forte	(13) 3496-5221	Avenida Rio Branco, s/n.
USAFA Guamarar	(13) 3496-5210	Avenida dos Trabalhadores, nº 1717
USAFA MARACANÃ	(13) 3496-5247	Rua César Rodrigues Reis, 850 - Balneário Maracanã
USAFA Melvi	(13) 3496-5264	Rua João Caetano, nº 101
USAFA Mirim	(13) 3496-5203	Av. dos Sindicatos nº 635 Mirim
USAFA MIRIM II	(13) 3496-5212	Rua Nossa senhora da Conceição nº 400 Mirim
USAFA OCIAN	(13) 3496-5245	Rua José Jorge, 521 - Ocian
USAFA Quietude	(13) 3496-5208	Rua Ruy Manoel Sampaio Seabra Pereira s/nº - Jd. Quietude
USAFA Real	(13) 3496-5219	Rua das Begônias, 453 - Jd. Real
USAFA Ribeirópolis	(13) 3496-5265	Rua Esmeralda Tarquínio s/nº
USAFA Samambaia	(13) 3496-5215	Av. das Araucárias s/nº
USAFA SANTA MARINA	(13)3496-5282	Rua Particular nº 598 Jd Anhanguera
USAFA São Jorge	(13) 3496-5211	Av.: dos Trabalhadores nº 4242 - Vila São Jorge
USAFA Solemar	(13) 3496-5220	Av.: Presidente Kennedy s/nº Solemar
USAFA Tude Bastos	(13) 3496-5206	Rua Maria Luiza Lavale, s/nº
USAFA Tupiry	(13) 3496-5209	Rua Idelfonso Galeano nº 368 -
USAFA Vila Alice	(13) 3496-5217	Rua Renata Câmara Agondi,46
USAFA Vila Sônia	(13) 3496-5207	Rua Antônio Candido da Silva s/nº - Vila Sônia
Zoonose - SEMAN - Serviço de Apreensão de Animais	(13) 3596-1882	R.: Antônio Candido da Silva, S/N
Zoonoses - Coord. do Programa Municipal de Combate à Dengue	(13) 3596-1882	Antônio Cândido da Silva, s/n

Fonte: URBATEC, 2018

³ Unidade de Saúde da Família

**Tabela 20 - Indicadores de Saúde de Praia Grande**

Indicadores	Ano	Praia Grande	Região Metropolitana	Estado
Taxa de Natalidade (Por mil habitantes)	2015	15,26	14,42	14,69
Taxa de Fecundidade Geral (Por mil mulheres entre 15 e 49 anos)	2015	54,76	52,72	52,41
Taxa de Mortalidade Infantil (Por mil nascidos vivos)	2015	17,34	14,59	10,66
Taxa de Mortalidade na Infância (Por mil nascidos vivos)	2015	18,92	15,94	12,04
Taxa de Mortalidade da População de 15 a 34 Anos (Por cem mil habitantes nessa faixa etária)	2015	124,88	120,39	109,44
Taxa de Mortalidade da População de 60 Anos e Mais (Por cem mil habitantes nessa faixa etária)	2015	3.759,46	3.670,37	3.482,85
Nascidos Vivos de Mães com Menos de 18 Anos (Em %)	2015	6,74	6,87	6,25
Mães que fizeram Sete e Mais Consultas de Pré-Natal (Em %)	2015	77,71	77,54	77,77
Partos Cesáreos (Em %)	2015	51,62	55,29	59,40
Nascimentos de Baixo Peso (menos de 2,5kg) (Em %)	2015	8,94	9,32	9,15
Gestações Pré-Termo (Em %)	2015	10,61	10,54	10,63
Leitos SUS (Coeficiente por mil habitantes)	2015	0,60	0,96	1,28

Fonte: URBATEC, 2018 adaptado de SEADE, 2016



9.5. Infraestrutura Básica Urbana

9.5.1. Abastecimento de Água

O serviço de abastecimento de água à população é realizado pela SABESP, que assumiu os serviços de água e esgoto em 1975 em Praia Grande. De acordo com a SABESP (2017), a cidade recebe água dos sistemas produtores Cubatão, Pilões, Melvi, e Mambu-Branco, sendo estes pertencentes ao Sistema Integrado da Baixada Santista. O Sistema também abastece Itanhaém, Bertioga, Cubatão, Guarujá, Mongaguá, Santos e São Vicente, com capacidade total de 1600 litros por segundo.

Ainda de acordo com a SABESP (2017), existem 103.943 ligações de água em Praia Grande, numa extensão de 941,15 km, além de 3 reservatórios com capacidade conjunta de 25 milhões de litros.

9.5.2. Rede de Esgoto

O sistema de rede de esgoto de Praia Grande é gerenciado também pela SABESP. O esgoto de Praia Grande é processado em três estações de pré-condicionamento: Forte, Tupi e EPC 3 – com capacidade total de processamento de 3.181,7 litros por segundo. Segundo dados da SABESP (2017), existem 57.231 ligações de esgoto na cidade, se estendendo por 401,96 km.

O programa de Balneabilidade das Praias Paulistas é desenvolvido pela Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (CETESB) desde 1968 inicialmente limitando-se apenas às praias da Baixada Santista, e se estendendo posteriormente pelo litoral do estado. A qualidade das praias, aferidas pelos índices de balneabilidade, é um importante indicador da qualidade do saneamento básico, no caso de municípios litorâneos. De acordo com a CETESB (2017), são monitoradas no município de Praia Grande 12 praias, sendo estas: Canto do Forte, Guilhermina, Vila Tupi, Vila Mirim, Vila Caiçara, Flórida, Boqueirão, Aviação, Ocian, Maracanã, Real e Jardim Solemar.



9.5.3. Resíduos Sólidos

A coleta e aterragem de resíduos sólidos de Praia Grande é realizado por uma empresa terceirizada, com coordenação da Secretaria de Serviços Urbanos.

O município possui, desde 2014 o Plano de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos (PGIRS), em conformidade com a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), instituída pela lei federal 12.305/2010. De acordo com o PGIRS, o município produz diversos tipos de resíduos sólidos, podem ser divididos em:

RSU – Resíduos Sólidos Domésticos e Comerciais;

RCC – Resíduos de Construção Civil e Demolições;

RSS – Resíduos dos Serviços de Saúde;

RLU – Resíduos da Limpeza Urbana (podas, capinagem, varrição e retirada de lodo de galerias e outros);

RES - Resíduos Especiais (eletroeletrônicos e outros);

Pelas características de município balneário, em Praia Grande não são encontrados os seguintes resíduos ou se houver é em quantidade insignificante:

RSP – Resíduos de serviços portuários e de aeroportos;

RIS – Resíduos Industriais;

RAG – Resíduos agropastoris

RSA - Resíduos de Serviços Públicos de Saneamento.

De acordo com o plano, a composição gravimétrica⁴ da RSU de Praia Grande em 2012 pode ser observada abaixo:

Tabela 21 - Componentes dos Resíduos Sólidos de Praia Grande (Em %)

Componentes	Praia Grande (2012)
Matéria orgânica putrescível	53,5
Papel/Papelão	13,3
Plásticos	14,1
Tecidos, couro, borracha	5,8

⁴ Composição Gravimétrica deve ser entendida como o percentual de cada componente em relação ao peso total (PIGRS, 2014)



Vidro	2,1
Metais ferrosos/Alumínio	3,1
Solo/Rochas/Entulho	1,8
Madeira	1,2
Tetra Pack	---
Isopor/Espuma	1,1
Pilhas e baterias	---
Perdas na triagem	---
Diversos/Outros	4,0
Total	100,0

Fonte: URBATEC, 2018 adaptado de PIGRS, 2014

De acordo com o plano, a partir de 2014 houve a totalidade de domicílios atendidos pela coleta de resíduos sólidos, totalizando a quantidade de 94.346,80 toneladas. Essa coleta domiciliar funciona através de um rodízio, onde as equipes passam em determinados bairros em determinado dia da semana como representado na tabela abaixo:

Tabela 22 - Calendário de Coleta de Resíduos Domésticos

Bairros	Frequência
Anhanguera	Terça, Quinta e Sábado – Dia
Antártica	Terça, Quinta e Sábado – Dia
Aviação	Segunda, Quarta e Sexta - Noite
Boqueirão	Segunda, Quarta e Sexta - Noite
Caiçara	Terça, Quinta e Domingo – Noite
Canto do Forte	Segunda, Quarta e Sexta - Noite
Cidade da Criança	Segunda, Quarta e Sexta - Dia
Esmeralda	Segunda, Quarta e Sexta - Dia
Flórida	Segunda, Quarta e Sexta - Dia
Glória	Terça, Quinta e Sábado – Dia
Guilhermina	Segunda, Quarta e Sexta - Noite
Maracanã	Terça, Quinta e Domingo – Noite
Melvi	Segunda, Quarta e Sexta - Dia
Mirim	Terça, Quinta e Domingo – Noite
Nova Mirim	Terça, Quinta e Sábado – Dia
Ocian	Terça, Quinta e Domingo – Noite
Princesa	Segunda, Quarta e Sexta - Dia
Quietude	Terça, Quinta e Sábado – Dia
Real	Terça, Quinta e Domingo – Noite
Ribeirópolis	Segunda, Quarta e Sexta - Dia



Samambaia	Segunda, Quarta e Sexta - Dia
Santa Marina	Terça, Quinta e Sábado – Dia
Sítio do Campo (Lado Guaramar)	Terça, Quinta e Sábado – Dia
Sítio do Campo (Lado Kartódromo)	Segunda, Quarta e Sexta - Noite
Solemar	Segunda, Quarta e Sexta - Dia
Tupi	Segunda, Quarta e Sexta - Noite
Tupiry	Terça, Quinta e Sábado – Dia
Vila Sônia	Terça, Quinta e Sábado – Dia

Fonte: URBATEC, 2018 adaptado de PIGRS, 2014

Tabela 23 - Calendário de Coleta Seletiva

Dia da Semana	Período	Bairro
Segunda	Manhã	Militar Canto do Forte Boqueirão
	Tarde	Guilhermina Aviação
Terça	Manhã	Tupi Ocian Imperador Princesa Cidade da Criança
	Tarde	Caiçara Solemar
Quarta	Manhã	Mirim Maracanã
	Tarde	Real Flórida Glória
Quinta	Manhã	Anhanguera Nova Mirim Santa Marina
	Tarde	Ribeirópolis Esmeralda Samambaia Melvi
Sexta	Manhã	Sítio do Campo Antártica Quietude
	Tarde	Vila Sônia Tupiry

Fonte: URBATEC, 2018 adaptado de PREFEITURA DE PRAIA GRANDE, 2016



9.5.4. Energia Elétrica

O serviço de distribuição de energia elétrica na cidade de Praia Grande é realizado pela empresa Companhia Piratininga de Força e Luz (CPFL Piratininga) e pela empresa ELEKTRO que fornece energia do bairro Caiçara ao bairro Solemar, segundo a Prefeitura de Praia Grande (2018).

De acordo com o SEADE (2016), o consumo de energia elétrica em 2015 foi de 616.790 MWh, sendo 144.645 MWh por Comércio e Serviços; 10.917 MWh por Indústrias; 400.051 MWh por residências, 1 MWh por Produtores Rurais e 61.356 MWh pela Iluminação e Serviços Públicos.

A tensão na cidade de Praia Grande é de 220V.

9.5.6. Transporte Urbano e Rural

As empresas de transporte que rodoviário que atendem o município de Praia Grande são a BR Mobilidade para o transporte metropolitano e a Viação Piracicabana para transporte municipal. A cidade conta com dois terminais urbanos de transporte público, o Terminal Rodoviário Vereador "Francisco Gomes da Silva" (Tático) e o Terminal Rodoviário Tude Bastos.

Em relação ao transporte intermunicipal e interestadual, ambos os terminais possuem linhas intermunicipais, a cidade possui uma rodoviária, localizada na Avenida do Trabalhador, 2242. Diversas empresas realizam o transporte urbano pra diversos locais do país, com destaque para a Viação Cometa que faz o trecho Praia Grande – São Paulo e para empresa Útil que faz o trecho São Paulo – Rio de Janeiro.

9.5.7. Sistema de Segurança

O município de Praia Grande é conveniado com a Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo, objetivada pelo bom funcionamento das ações previstas na prevenção da segurança pública municipal, combatendo com mais eficiência a violência e a criminalidade.

45º Batalhão de Polícia Militar: Rua Guimarães Rosa, 1069 – Vila Assunção. Telefone: (13) 3491-4566/190

Delegacia de Praia Grande: Avenida Dr. Roberto Almeida Vinhas, 11084 – Vila Tupi. Telefone: (13) 3471-1190



1º Distrito Policial – Boqueirão: Rua Pernambuco, 780 – Boqueirão.
Telefone: (13)3491-4625

2º Distrito Policial – Caiçara: Avenida Presidente Kennedy, 13296 – Vila Caiçara. Telefone: (13) 3477-6733

3º Distrito Policial – Solemar: Avenida Presidente Kennedy, 8061 – Solemar. Telefone: (13) 3493-3222

Delegacia da Mulher: Avenida Dr. Roberto de Almeida Vinhas, 11804 (fundos) – Vila Tupi. Telefone: (13) 3471-4044

Corpo de Bombeiros: Avenida Presidente Kennedy, 10900 – Vila Caiçara. Telefone: (13) 3471-5846/ 193 / (13) 3471-4074

2º Sub Grupamento de Busca e Salvamento Bombeiro Marítimo: Rua Gilberto Fouad Beck, 110 – Vila Mirim. Telefone: (13) 3472-4055

Guarda Civil Municipal: Avenida Ministro Marcos Freire, 6660 – Quietude. Telefone: (13) 3472-5900

Polícia Rodoviária: Rodovia Padre Manoel da Nóbrega, Km 291 – Bairro Ribeirópolis. Telefone: (13) 3594-7301

1ª Companhia do 45º Batalhão de Polícia Militar do Interior: Rua Amália Bellotti Pastorello, 94 – Tude Bastos. Telefone: (13) 3473-4980

2ª Companhia do 45º Batalhão de Polícia Militar do Interior: Av. Presidente Kennedy, 17914 – Balneário Flórida. Telefone: (13) 3473-4980



CAPÍTULO 2 – ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA

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

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

A partir das informações colhidas, que é o resultado da revisão e atualização de documentos anteriores, e que refletem a dinâmica contemporânea da economia do turismo em Praia Grande, o atual trabalho apresenta uma gama de informações primordiais para se conhecer e destacar o potencial turístico que o Destino Praia Grande dispõe, além de permitir que o município permaneça com o título de Estância Turística, concedido pelo Governo do Estado de São Paulo, e, com isso, continuar a dispor de recursos direcionados para investimentos no setor.

Desenvolver as potencialidades turísticas de cada região é impossível sem planejamento e planejar exige consistência e confiabilidade de dados como base para análises e decisões acertadas. É sobre esse tipo de informações geradas pelo inventário que se deve debruçar – estudá-las e extrair-lhes os elementos que devem subsidiar diagnósticos e prognósticos mais precisos.



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

2.1. ATRATIVOS E RECURSOS TURÍSTICOS

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

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

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

O atrativo turístico é um dos principais componentes do sistema de turismo, pois é ele o fator motivador do deslocamento. Contudo, é importante diferenciar atrativos de recursos, como aponta Gunn (1993 apud UFMS, 2006) “os recursos naturais, culturais, etc. são o fundamento para o desenvolvimento posterior da atração”, isto é, o atrativo turístico passa a existir a partir do momento que são fornecidas as condições necessárias para que seja conhecido. Essas condições podem ser entendidas como acesso, serviços de alojamento, restaurantes, transportes, dentre outros.



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

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

De acordo com o Inventário da Oferta Turística, Praia Grande possui 52 atrativos turísticos em 5 segmentos distintos, entre eles Naturais, de Ecoturismo, Culturais, Religiosos e de Pesca, sendo que a grande maioria já recebe grande fluxo de visitação e estão aptos para auxiliarem no processo de desenvolvimento turístico municipal.

O fato de classificar a gama de produtos turísticos como Atrativos no município, significa que, na maioria dos casos, os locais que possuem potencial de atratividade também possuem infraestrutura básica necessária para o desenvolvimento da atividade, e, muitas das vezes, já realizam, mesmo que timidamente, ações de visitação, eventos e manifestações de atração regional e estadual, e até federal.

Desta forma, a tabela abaixo apresenta a segmentação dos Atrativos Turísticos de Praia Grande e sua quantificação, perante a análise da Oferta Turística.

Tabela 24 - Atrativos Turísticos de Praia Grande

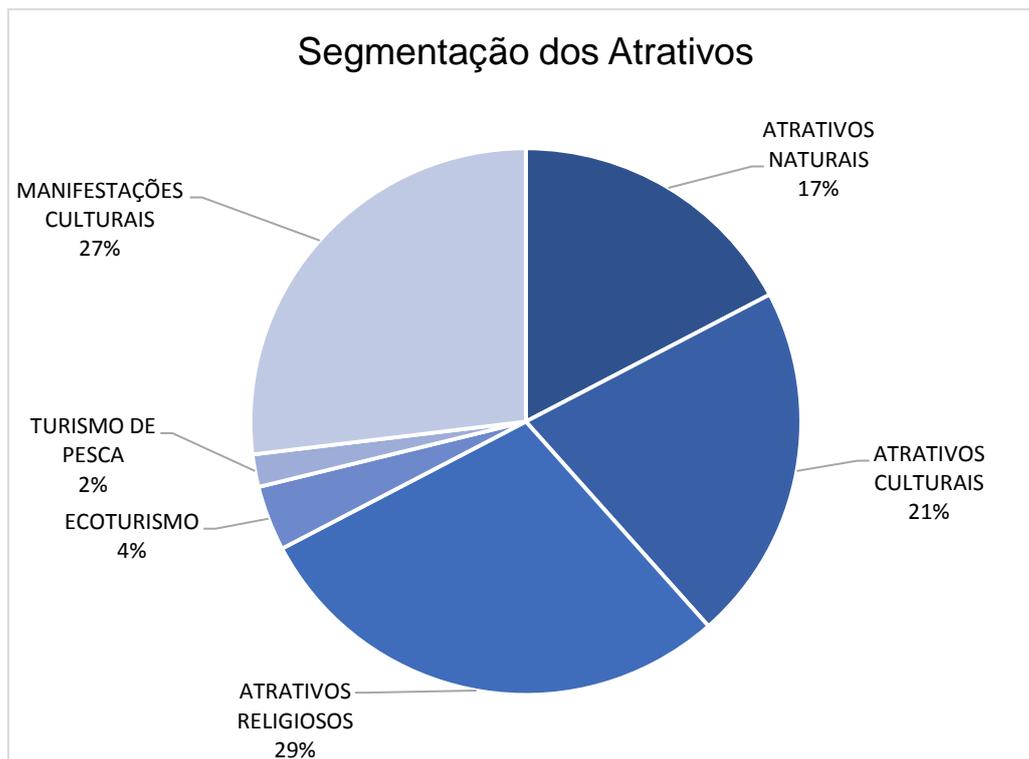
SEGMENTO	QUANTIDADE DE ATRATIVOS
ATRATIVOS NATURAIS	9
ATRATIVOS CULTURAIS	11
ATRATIVOS RELIGIOSOS	15
ATRATIVOS DE ECOTURISMO	2
TURISMO DE PESCA	1
MANIFESTAÇÕES CULTURAIS	14

Fonte: Urbatec, 2018

A partir deste levantamento é possível afirmar que o município de Praia Grande possui 52 atrativos turísticos, sejam eles em estado de exploração ou de potencialidade, divididos em 5 segmentos distintos, revelando a diversidade de oferta turística e complementar que a cidade possui.

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

Gráfico 1 - Segmentação dos Atrativos de Praia Grande



Fonte: Urbatec, 2018

Como podemos observar no gráfico os Atrativos Religiosos (29%) representam a maior concentração de atrativos turísticos de Praia Grande, seguido pelas Manifestações Culturais (27%) e Atrativos Culturais (21%), entretanto os principais segmentos turísticos da cidade, como será permitido analisar na Hierarquização de Praia Grande são os Atrativos Naturais (17%), o Ecoturismo (4%) e o Turismo de Pesca (2%).

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



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

Levando em consideração a devoção e fé de grande parte dos visitantes e turistas que frequentam o município de Praia Grande, os atrativos aqui identificados, por singularidade, ou por sua capacidade de atração de fiéis e devotos, foram: a Estátua de Iemanjá, a Capela Nossa Senhora da Guia, a Capela Santa Matilde, o Lar Espírita Paz e Amor, a Paróquia Santo Antônio, a Igreja Universal, a Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias, a Capela São Judas Tadeu, a Paróquia Nossa Senhora das Graças, a Capela São Francisco de Assis e de Santo Expedito, a Capela São João Batista, a Capela Santo Antônio, a Igreja São Pedro Apóstolo, a Igreja Nossa Senhora Auxiliadora e a Igreja Nossa Senhora de Fátima.

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

Em Praia Grande, os Atrativos Culturais são representados pelo Complexo Cultural Palácio das Artes, a Feira de Artesanato e Gastronomia Caiçara, a Feira de Artesanato e Gastronomia Guilhermina, a Feira de



Artesanato e Gastronomia Ocian, a Feira de Artesanato e Gastronomia Solemar, o Monumento Santo Antônio, a Fortaleza de Itaipu, o Forte Duque de Caxias, o Museu Ambiental, o Monumento de Netuno e o Monumento Dr. Roberto Andraus.

Ainda como complementar ao Turismo Cultural, as Manifestações Culturais do município de Praia Grande identificadas como responsáveis de mover considerável fluxo de visitantes ao município foram: o Aniversário da Cidade de Praia Grande, a Sexta Musical, a Estação Verão, a Encenação da Paixão de Cristo, a Caminhada Ecológica, o Tapete Decorativo Corpus Christi, a Vila Junina, a Festa da Tainha, o Praia Games, os Festejos de Iemanjá, o Salão de Artes Plásticas, o Encontro Anual de Carros Antigos, o Natal Encantado e a Queima de Fogos (Reveillon).

A matéria-prima da oferta turística natural, segundo Andrade (1998) compõe-se de “recursos em cuja criação não houve interferência humana direta ou indireta, nem seu concurso para configuração e capacidade deles.”

Para Castro (2010), o recurso/atrativo natural são fatores primordiais da natureza, assim como a fauna e a flora, em relação à característica física da paisagem de uma localidade devem ser levadas em consideração como: as planícies, montanhas, rochedos, grutas, nascentes de águas, riachos, cachoeiras, rios, lagos, praias e ilhas, entre outros.

A integração entre o turismo e meio ambiente deve ter um sentido profundamente ético e pedagógico: os recursos naturais estão disponíveis para o benefício também do homem, que ao fazer uso deles tem responsabilidade de conservá-los, não apenas porque outros desejarão fazer o mesmo, mas, e principalmente, porque os ecossistemas naturais são frágeis, e sua renovação em alguns casos se dá ao longo de milhares de anos, quando determinados fatores não se perdem definitivamente (CORIOLANO, 2006, p. 38).

Desta forma, os Atrativos Naturais de Praia Grande identificados foram: a Praia do Solemar, a Praia do Canto do Forte, a Praia do Boqueirão, a Praia da Aviação, a Praia da Tupi, a Praia da Ocian, a Praia Mirim, a Praia do Caiçara e o Parque Estadual Xixová-Japuí. Importante citar, que apesar de a extensão de orla da cidade de Praia Grande ser uma só, julga-se interessante,



realizar a divisão da mesma por conta dos bairros, para diferenciar a avaliação da infraestrutura, de sua utilização e outros itens.

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

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

Os princípios do ecoturismo respeitam a cultura do país anfitrião (país de acolhimento), minimizam o impacto negativo que possa causar a atividade turística e apoiam os direitos humanos. Um ecoturista que se preze, por exemplo, não compra um produto para o qual tenha havido mão-de-obra infantil.

Em Praia Grande os Atrativos de Ecoturismo são 02, ambos localizados no Parque Estadual Xixová-Japuí, sendo a Trilha do Curtume e a Trilha do Surfista.

Por fim foi identificado a Área de Lazer Ezio Dall'Acqua (Portinho) como atrativo turístico de pesca, segmento este que passou a ser trabalhado oficialmente a partir de 1998, sendo considerado um segmento com extremo potencial no país.

Segundo o Ministério do Turismo (2006):

Para fins turísticos – de planejamento, promoção e comercialização de Turismo de Pesca, principalmente para o mercado internacional –, utiliza-se o termo Pesca Esportiva. Trata-se da pesca amadora caracterizada pela prática de devolver à água os peixes menores (protegidos por lei) e também os maiores (principais reprodutores e atrativos turísticos). O abate, quando ocorre, limita-se aos de tamanho intermediário, para o consumo no local da pescaria. É também conhecida como Pesca Desportiva.

Ainda, de acordo com o Ministério do Turismo (2006) o Turismo de Pesca compreende as atividades turísticas decorrentes da prática da pesca amadora. Atividade de pesca praticada por brasileiros ou estrangeiros, com a finalidade de lazer, turismo ou desporto, sem finalidade comercial.



2.2. TRADE TURÍSTICO

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

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

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

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

No que diz respeito ao município de Praia Grande podemos afirmar, com base no levantamento de informações e na base de dados gerados pelo Inventário da Oferta Turística, que o município é dotado de uma boa infraestrutura de serviços para complementar sua oferta turística. Todavia a alta sazonalidade da demanda acaba por influenciar negativamente estes estabelecimentos, sendo necessário a criação de estratégias para difundir a atividade turística no local ao decorrer do ano.

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

Tabela 25 - Trade Turístico de Praia Grande

SEGMENTO	QUANTIDADE INVENTARIADA
EQUIPAMENTOS DE EVENTOS	3
EQUIPAMENTOS DE LAZER	37
SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS	9

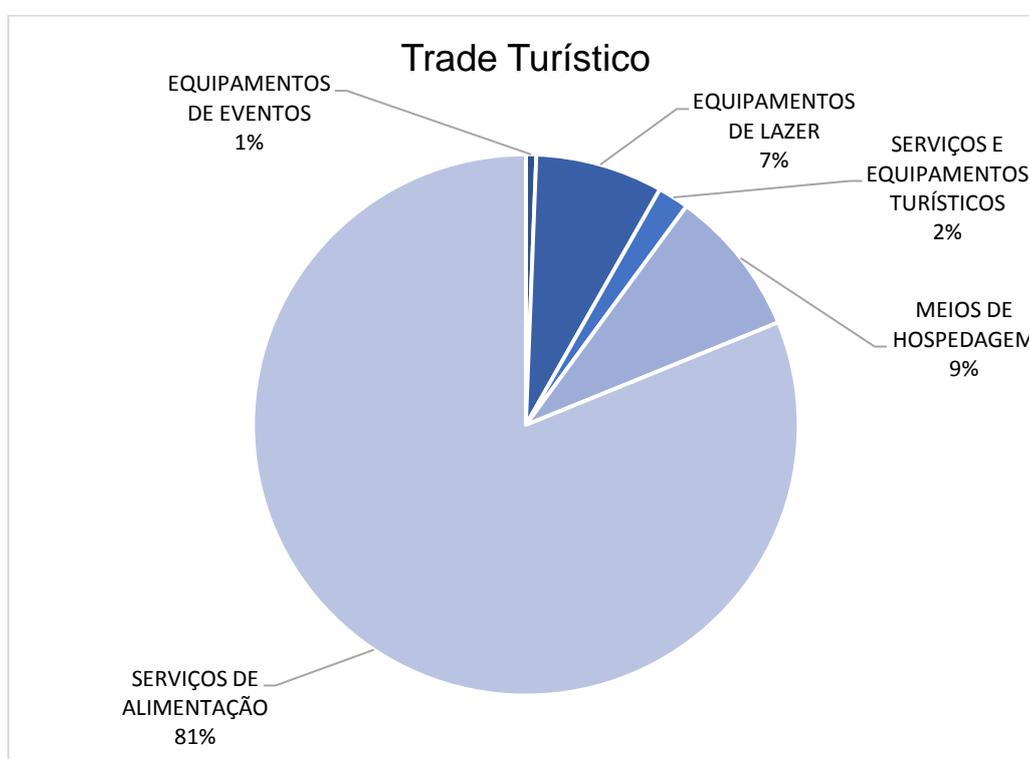
MEIOS DE HOSPEDAGEM	43
SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO	397

Fonte: Urbatec, 2018.

A partir deste levantamento é possível afirmar que o município de Praia Grande possui 489 elementos pertencentes ao Trade Turístico municipal, dividido nas categorias de Equipamentos de Eventos, Equipamentos de Lazer, Serviços e Equipamento Turísticos, Meios de Hospedagem e Serviços de Alimentação.

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

Gráfico 2 - Divisão dos Elementos do Trade Turístico



Fonte: Urbatec, 2018

Como é possível analisar no gráfico acima, do trade turístico inventariado de Praia Grande, 81% diz respeito aos Serviços de Alimentação, 9% aos Meios de Hospedagem, 7% aos Equipamentos de Lazer, 2% aos Serviços e Equipamentos Turísticos e 1% aos Equipamentos de Eventos.

Em relação aos equipamentos de eventos de Praia Grande, foram listados alguns devido a sua localização estratégica, ou a realização de eventos com maior periodicidade, entre eles, foram mapeados o Pavilhão de Eventos Jair Rodrigues, o Espaço Kalah e o Ocian Praia Clube.



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

Em Praia Grande, este segmento é representado pelo Litoral Plaza Shopping, Parks & Games, Boliche Litoral Plaza Shopping, Kidahora Recreação Infantil Monitorada, Clube de Praia São Paulo, Pista de Skate Aviação, Pista de Motocross, Pista de Skate Ocian, Pista de Atletismo, Praça Duque de Caxias, Centro Poliesportivo e Cultural Leopoldo E. Vanderline, Kartódromo, Orquidário, Praça Rotatória Parceria, Rotatória A Tribuna, Praça dos Emancipadores, Pista de Skate – Sandro Dias “Mineirinho”, Praça da Paz, Cinesystem, Praça Doutor Waldyr Cipriani, Praça Tuffi Nami, Praça Lions, Praça Luís de Camões, Praça Portugal, Praça Padre José de Anchieta, Praça do Avião, Praça de Integração dos Bairros Jucelino dos Santos, Praça Eduardo Dias Coelho, Praça Doutor Roberto Andraus, Praça da Bíblia, Praça Nossa Senhora de Fátima, Praça São Pedro, Praça Jornalista Geraldo Ferraz, Praça Carlos Gomes, Praça Aviadora Marcia Aliberti Mamana, Praça Celeste Cardoso Ferreira Morgado e Praça Manoel Galdino da Costa (Praça do Jacaré).

Os Serviços e Equipamentos turísticos são itens de extrema importância ao desenvolvimento turístico, visto que são formas de facilitar a integração entre os atrativos e outros serviços do trade turístico. No município de Praia Grande foram listados 9 destes, sendo a Boutique de Peixes, Mercado de Peixes da Ocian, Rema Forte, Raia Sul Guarderia, Carrocela do Forte, Rochas Carrocelas, Monteiro Turismo, Banco Daycoval e Centro de Informações Turísticas – Boqueirão.

A empresa hoteleira constitui um dos elementos essenciais da infraestrutura turística, sendo um dos suportes básicos para o desenvolvimento do turismo em uma determinada região ou país. É necessária a criação de redes de hotéis e similares capazes de satisfazer as necessidades, tanto da

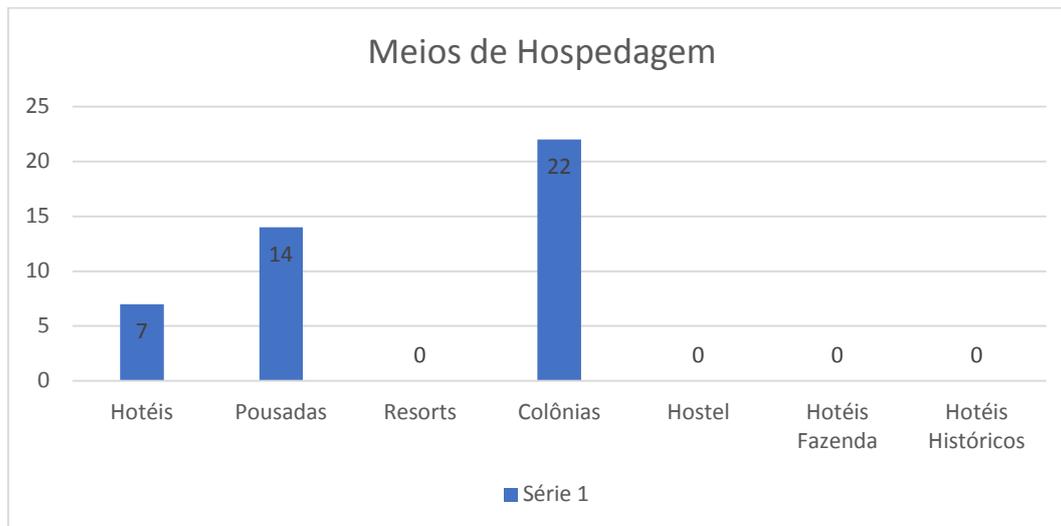


demanda interna quanto da demanda externa, mantendo os padrões de qualidade e conforto que são exigidos pelos diferentes segmentos.

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

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

O município de Praia Grande, dispõe de uma oferta hoteleira regular, todavia, de acordo com o estudo feito, é necessário que se criem estratégias para dissolver a demanda ao decorrer do ano, para que mais hotéis tenham condições de permanecer em atividade durante o ano todo, o município dispõe de várias colônias de férias e apartamentos e casas para a temporada, que acabam sendo as opções mais procuradas da localidade. Sua capacidade de acolhimento é de 1.446 Unidades Habitacionais e cerca de 6.200 leitos. Entretanto, devido ao fato explicado acima, entende-se que esta capacidade é muito maior. O gráfico abaixo explora a diversidade de serviços de hospedagem na cidade.

Gráfico 3 - Diversidade dos Meios de Hospedagem de Praia Grande

Fonte: Urbatec, 2018

Como é possível analisar, a diversidade de tipos de meios de hospedagem de Praia Grande é baixa, sendo que o município conta com 7 Hotéis, 14 Pousadas e 22 Colônias de Férias.

Hotéis: de maneira geral, a palavra hotel é sinônimo de meio de hospedagem, não importando se o empreendimento se refere a um resort, flat, ou pousada. Mais precisamente, hotel é um estabelecimento de hospedagem geralmente localizado em perímetro urbano, com aposentos mobiliados e uma gama de serviços pessoais variados, destinado a atender às necessidades de pessoas em deslocamento em razão de diversos fins, como lazer, negócios, estudos, visita a parentes, entre outros. O tipo de serviço oferecido varia conforme o hotel destine-se prioritariamente aos turistas de lazer ou negócios, e também em função da faixa de renda do público alvo. (BRASIL; UNICAMP, 2006, p.18)

Pousadas: estabelecimento de hospedagem com aspectos construtivos peculiares, dotados geralmente de instalações mais simples. As pousadas geralmente se localizam fora dos grandes centros urbanos, e servem de apoio ao turismo ecológico de lazer e aventura. (BRASIL; UNICAMP, 2006, p.18)

Colônia de Férias: Espaço organizado para a vivência do lazer das pessoas em seus períodos de férias. Existem, atualmente, dois tipos de colônias de férias. O primeiro consiste em espaços, geralmente pertencentes a empresas, sindicatos ou associações, colocados à disposição dos funcionários ou associados para a estada em viagens e outras experiências de lazer. Estes espaços geralmente funcionam durante o ano todo, pois seus frequentadores usufruem suas férias em épocas variadas, que costumam se procurados por pessoas de diversas faixas etárias (BRASIL; UNICAMP, 2006, p.18)

Este dado é extremamente importante para os debates do desenvolvimento turístico municipal, de certa forma, a falta de diversidade de produtos na área de meio de hospedagem, são empecilhos. Hoje a oferta já



não supre a demanda, porém, a demanda em Praia Grande já não busca os meios de hospedagem convencionais, preferindo casas ou apartamentos de aluguéis de temporada, ou sites como airbnb.

Segundo o Inventário da Oferta Turística de Praia Grande o setor de alimentações é o mais bem diversificado do trade turístico municipal e conta com 397 itens mapeados.

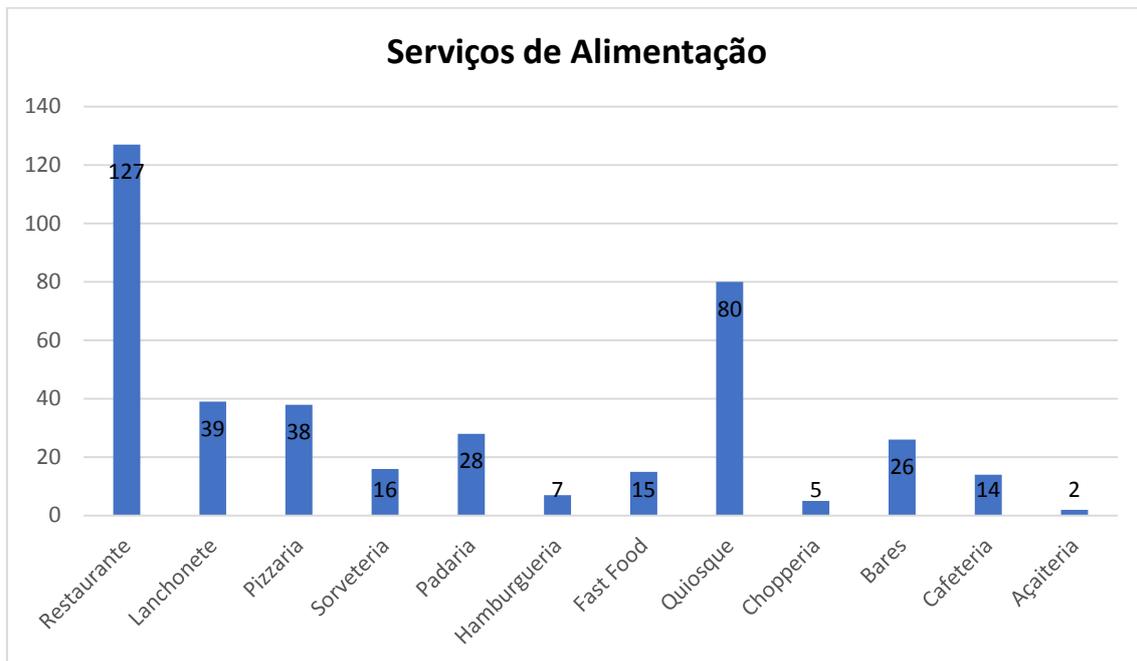
Segundo o Ministério do Turismo (2006), os serviços de alimentação chamam a atenção pelos seguintes aspectos:

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

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

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

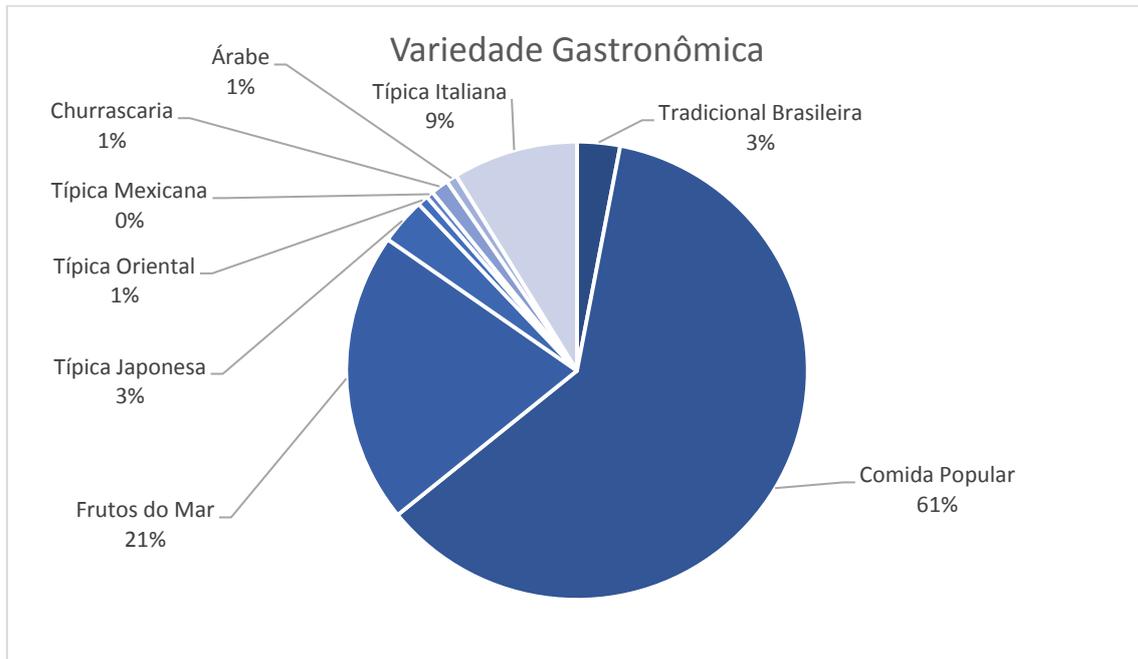
Gráfico 4 - Diversidade dos Serviços de Alimentação de Praia Grande



Fonte: Urbatec, 2018

Desta forma, em relação a locais que tenham vocação, facilidade ou alguma ligação com o desenvolvimento da atividade turística, o município de Praia Grande conta com 127 Restaurantes, 39 Lanchonetes, 38 Pizzarias, 16 Sorveterias, 28 Padarias, 7 Hamburguerias, 15 Fast Food's, 80 Quiosques, 5 Chopperias, 26 Bares, 14 Cafeterias e 2 Açaiteria. Sendo os restaurantes capazes de serem reorganizados e classificados de acordo com as características gastronômicas dos estabelecimentos, conforme gráfico abaixo.

Gráfico 5 - Variedade Gastronômica dos Restaurantes de Praia Grande



Fonte: Urbatec, 2018.

Desta forma é possível visualizar 9 tipos de variações nos serviços gastronômicos dos Restaurantes do Município de Praia Grande, sendo sua grande maioria capacitados e bem estruturados para o atendimento ao turista. Importante salientar que existem restaurantes que possuem mais de uma especialidade gastronômica.



CAPÍTULO 3 – OFICINA PÚBLICA DE ANÁLISE SWOT

3.1. METODOLOGIA SWOT

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

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

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

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

Análise Swot



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

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

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

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

possibilitará a análise da real situação interna e externa do município em relação às fidedignas possibilidades de implementação de um desenvolvimento turístico para o local.

3.2. OFICINA PÚBLICA DO DIAGNÓSTICO DA OFERTA TURÍSTICA DE PRAIA GRANDE

A 1ª Oficina Pública do Plano Municipal de Turismo de Praia Grande ocorreu no dia 21/11/2017 e contou com a presença de 54 participantes incluindo gestores municipais do turismo, representantes do trade turístico e sociedade civil, conforme anexo 1.

Figura 9 - Oficina Pública de Análise SWOT - 21.11.2017



Fonte: Urbatec, 2017

Previamente estas Oficinas Públicas foram divididas em 2 (duas) etapas, onde a primeira teve por objetivo nivelar os conhecimentos acerca da atividade turística, de seu desenvolvimento, das novas legislações que abarcam o planejamento estratégico do turismo e ainda as modificações na legislação estadual de São Paulo, que impacta diretamente as Estâncias e cria os Municípios de Interesse Turístico. Para isto no início da Oficina, os Turismólogos responsáveis pelas mesmas realizaram apresentação em Power Point e diálogo com os participantes, a fim de situar todos acerca do trabalho a



ser desenvolvido e nivelar o conhecimento para que os resultados da oficina fossem potencializados.

E na segunda etapa deu-se início à Oficina de Diagnóstico da Oferta Turística de Praia Grande, tendo o intuito de destacar, por meio de Análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) ou FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças), a situação da atividade turística atual e futura, considerando os fatores internos e externos ao seu desenvolvimento.

Desta forma, com as análises e discussões geradas nestas oficinas, conduzidas pelos Turismólogos da empresa Urbatec, Thomaz Ciccarelli e Murilo Valencise Ziani, e suportadas pela equipe da Secretaria Municipal de Turismo de Praia Grande, é possível integrar o material obtido nestas oficinas com as análises realizadas pela equipe técnica da empresa durante o período de inventariação da oferta turística e levantamento bibliográfico acerca da atividade no município, de modo que, a elaboração do Diagnóstico da Atividade Turística de Praia Grande (Volume 2 deste plano) seja um documento realista, que vem de encontro com as noções, necessidades e opiniões dos que vivenciam os impactos da atividade turística na cidade, com um crivo técnico de especialistas na área e no assunto.

A Matriz SWOT ou FOFA do município de Praia Grande é o resultado da realização da 1ª Oficina Pública de Diagnóstico do Plano Diretor de Turismo, e são apresentadas nos tópicos a seguir.

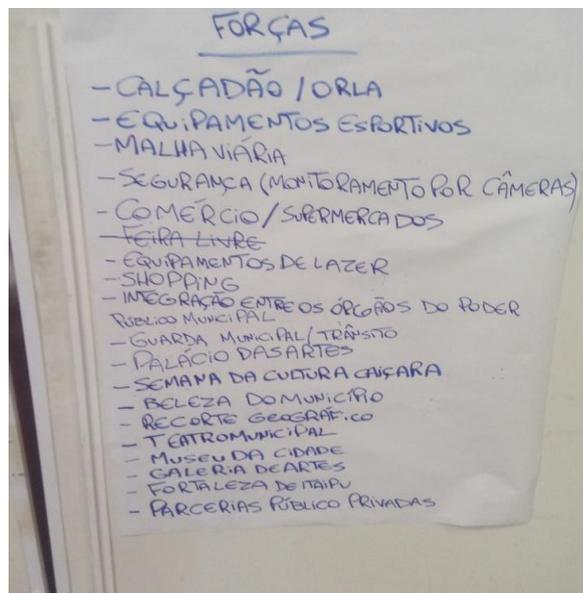
Após a introdução da primeira parte da oficina foi colocado aos participantes à primeira questão: “**PRAIA GRANDE** tem potencial para o **TURISMO?**” a resposta foi unânime: “SIM!”.

Quanto aos principais pontos elencados pelos grupos como os elementos âncoras ao desenvolvimento turístico municipal foram citados os “Atrativos Naturais”, a “Orla da Praia”, os “Atrativos Histórico-Culturais”, o “Palácio das Artes”, a “Beleza do Município”, a “malha viária”, os “Eventos”, a “Ciclovía”, a “Fortaleza de Itaipu” e as “Manifestações Culturais”.

As próximas perguntas diziam respeito ao cenário do turismo local, interno e externo, atual e futuro, chegando assim na elaboração da matriz SWOT do turismo no município de Praia Grande. A 2ª pergunta foi: “Quais são

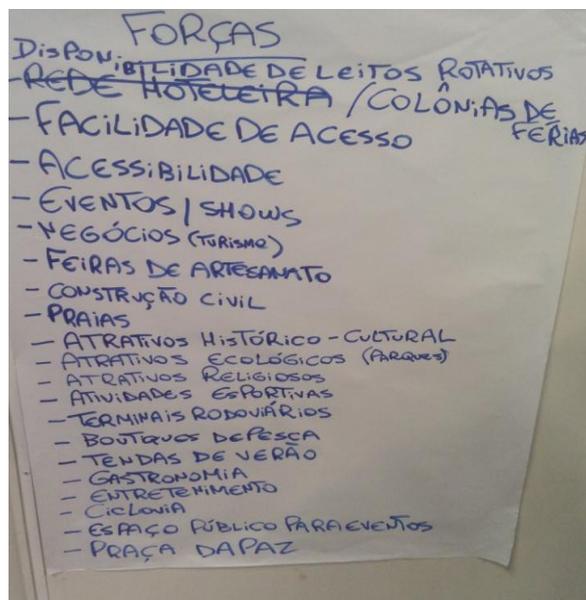
as **Forças** do turismo de Praia Grande?” Desta forma os principais pontos elencados foram:

Figura 10 - Análise SWOT - Forças 1



Fonte: Urbatec, 2017

Figura 11 - Análise SWOT - Forças 2



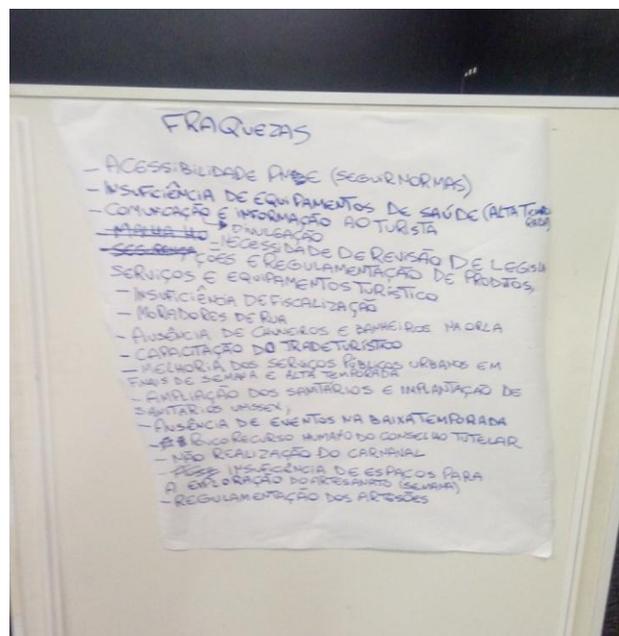
Fonte: Urbatec, 2017

Os itens citados foram: Calçadão/orla, equipamentos esportivos, malha viária, segurança (monitoramento por câmeras), comércio/supermercados, feira livre, equipamentos de lazer, shopping, integração entre os órgãos do poder público municipal, guarda municipal/trânsito, Palácio das Artes, Semana da Cultura Caiçara, beleza do município, recorte geográfico, Teatro Municipal,

Museu da Cidade, Galeria de Artes, Fortaleza de Itaipu, parcerias público-privadas, disponibilidade de leitos rotativos/Colônias de Férias, facilidade de acesso, acessibilidade, eventos/shows, turismo de negócios, feiras de artesanato, construção civil, praias, atrativos histórico-culturais, atrativos ecológicos, atrativos religiosos, atividades esportivas, terminais rodoviários, boutiques de pesca, tendas de verão, gastronomia, entretenimento, ciclovia, espaço público para eventos e Praça da Paz.

A terceira questão pedia aos participantes para exemplificarem alguns problemas ao desenvolvimento turístico: “Quais as **Fraquezas** do Turismo de Praia Grande?” Os pontos elencados nesta questão foram:

Figura 12 - Análise SWOT - Fraquezas

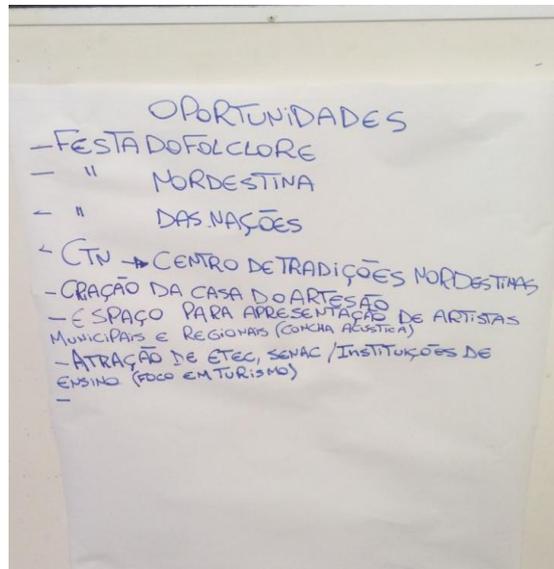


Fonte: Urbatec, 2017

Os itens elencados foram: acessibilidade (seguir normas PNE), insuficiência de equipamentos de saúde (alta temporada), comunicação e informação ao turista, divulgação, necessidade de revisão de legislação dos serviços e equipamentos turístico, insuficiência de fiscalização, moradores de rua, ausência de chuveiros e banheiros na orla, capacitação do trade turístico, melhoria dos serviços públicos urbanos em finais de semana e alta temporada, ampliação dos sanitários e implantação de sanitários unissex, ausência de eventos na baixa temporada, pouco recursos humanos do conselho tutelar, não realização do carnaval, insuficiência de espaços para a exploração do artesanato (semana) e regulamentação dos artesãos.

Ainda, partindo ao ambiente externo do desenvolvimento turístico de Praia Grande, a próxima questão: Quais as **Oportunidades** ao Turismo de Praia Grande? Sendo elencadas pelos participantes as seguintes respostas:

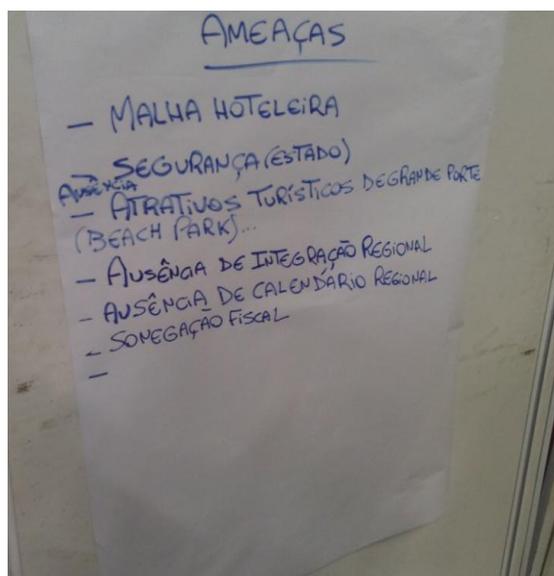
Figura 13 - Análise SWOT - Oportunidades



Fonte: Urbatec, 2017

Por fim, ainda no ambiente externo, a próxima questão buscou saber: Quais as **Ameaças** ao Turismo de Praia Grande? Sendo as respostas elencadas abaixo:

Figura 14 - Análise SWOT - Ameaças



Fonte: Urbatec, 2017

Os itens elencados como ameaças ao desenvolvimento turístico de Praia Grande foram: ausência de malha hoteleira, ausência de segurança, falta



de atrativos turísticos de grande porte, ausência de integração regional, ausência de calendário regional, sonegação fiscal.

Com as respostas das questões apresentadas, foi possível montar a Matriz SWOT ou FOFA do turismo no município de Praia Grande, apresentada na tabela abaixo.



Tabela 26 - Matriz SWOT de Praia Grande

FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidade de leitos rotativos; - Colônias de Férias; - Facilidade de acesso; - Acessibilidade; - Eventos/Shows; - Turismo de negócios; - Feiras de artesanato; - Construção civil; - Praias; - Atrativos histórico-cultural; - Atrativos ecológicos; - Atrativos religiosos; - Atividades esportivas; - Terminais rodoviários; - Boutiques de pesca; - Tendas de verão; - Gastronomia; - Entretenimento; - Ciclovias; - Espaço público para eventos; - Praça da Paz; - Calçadão/orla; - Equipamentos esportivos; - Malha viária; - Segurança (monitoramento por câmeras); - Comércio/supermercados; - Feira Livre; - Equipamentos de lazer; - Shopping; - Integração entre os órgãos do poder público municipal; - Guarda municipal/trânsito; - Palácio das Artes; - Semana da cultura caiçara; - Beleza do Município; - Recorte geográfico; - Teatro Municipal; - Museu da cidade; - Galeria de artes; - Fortaleza de Itaipu; e, -Parcerias Públicas Privadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acessibilidade PNE (seguir normas); - Insuficiência de equipamentos de saúde (alta temporada); - Comunicação e informação ao turista;; - Necessidade de revisão da legislação e regulamentação de produtos, serviços e equipamentos turísticos; - Insuficiência de fiscalização; - Moradores de rua; - Ausência de chuveiros e banheiros na orla; - Capacitação do trade turístico; - Melhoria dos serviços públicos urbanos em finais de semana e alta temporada; - Ampliação de sanitários, sanitários unissex; - Ausência de eventos na baixa temporada; - Pouco recurso humano no conselho tutelar; - Não realização do carnaval; - Insuficiência de espaços para a exploração do artesanato; - Regulamentação dos artesãos;
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> - Festa do Folclore; - Festa Nordestina; - Festa das Nações; - Centro de Tradições Nordestinas; - Criação da Casa do Artesão; - Concha acústica para apresentação de artistas municipais e regionais; - Atração de ETEC/SENAC e instituições de ensino (foco em turismo) ; 	<ul style="list-style-type: none"> - Ausência de malha hoteleira; - Ausência de segurança (Estado) - Ausência de equipamentos turísticos de grande porte; - Ausência de integração regional; - Ausência de calendário regional; - Sonegação fiscal;

Fonte: Urbatec, 2017



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

CAPÍTULO 4 – DIAGNÓSTICO DA OFERTA TURÍSTICA

4.1. TURISMO

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

4.1.1. Hierarquização dos Atrativos

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

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

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

Tabela 27 - Hierarquização: Potencial de Atratividade

Hierarquia	Características
03 (Alto)	É todo atrativo turístico excepcional e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais e potenciais.
02 (Médio)	Atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este.
01 (Baixo)	Atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capazes de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais).



00 (Nenhum)	Atrativos sem méritos suficientes, mas que são parte do patrimônio turístico como elementos que podem complementar outros de maior hierarquia. Podem motivar correntes turísticas locais, em particular a demanda de recreação popular.
------------------------	---

Fonte: Ministério do Turismo, 2007.

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

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

Tabela 28 - Critérios para Hierarquização

Critérios		Valores			
		00	01	02	03
Hierarquia	Potencial de Atratividade (a)	Nenhum	Baixo	Médio	Alto
	Grau de uso atual (b)	Fluxo turístico insignificante	Pequeno fluxo	Média intensidade e fluxo	Grande fluxo
	Representatividade (c)	Nenhuma	Elemento bastante comum	Pequeno grupo de elementos	Elemento singular, raro

		similares			
	Apoio local e Comunitário (d)	Nenhum	Apoiado por uma pequena parte da comunidade	Apoio razoável	Apoiado por grande parte da comunidade
		00	01	02	03
Hierarquia	Estado de conservação da paisagem circundante (e)	Estado de conservação péssimo	Estado de conservação regular	Bom estado de conservação	Ótimo estado de conservação
	Infraestrutura (f)	Inexistente	Existente, porém em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções/melhorias	Existente e em ótimas condições
	Acesso (g)	Inexistente	Em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções/melhorias	Em ótimas condições

Fonte: Ministério do Turismo, 2007.

Seguindo esses procedimentos metodológicos propostos pela OMT e a CICATUR, os critérios de maior significância, a saber, Potencial de Atratividade e Representatividade devem receber a pontuação em dobro, sendo, portanto, valorados com peso dois. Por fim, somam-se os pontos obtidos e define-se o ranking de atrativos.

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

4.1.2. Hierarquização de Praia Grande

O município de Praia Grande apresenta um grande potencial para diferentes segmentações turísticas, entretanto é necessário entender as

potencialidades de cada um destes segmentos. A seguir, o ranqueamento dos atrativos e as análises dos atrativos.

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

Tabela 29 - Ranqueamento dos Atrativos Hierarquizados

Atrativo	Potencial de atratividade	Grau de uso atual	Representatividade	Apoio local e comunitário	Estado de conservação da paisagem circundante	Infraestrutura	Acesso	Total
Paróquia Nossa Senhora das Graças	06	03	06	03	03	03	03	27
Igreja São Pedro Apóstolo	06	03	06	03	03	03	03	27
Monumento de Netuno	06	03	06	02	03	03	03	26
Estátua de Iemanjá	06	03	06	02	03	03	03	26
Espaço de Lazer Ézio Dall'Acqua	06	03	06	02	03	03	03	26
Feira de Artesanato e Gastronomia Guilhermina	06	03	06	02	02	03	03	25
Feira de Artesanato e Gastronomia Solemar	06	03	06	02	02	03	03	25
Feira de Artesanato e Gastronomia Ocian	06	03	06	02	02	03	03	25
Feira de Artesanato e Gastronomia Caiçara	06	03	06	02	02	03	03	25
Fortaleza de Itaipu	06	01	06	03	03	03	03	25
Forte Duque de Caxias	06	01	06	03	03	03	03	25
Complexo Cultural Palácio Das Artes	06	03	06	02	03	03	02	25
Praia do Canto do Forte	06	03	04	02	03	03	03	24
Praia do Boqueirão	06	03	04	02	03	03	03	24
Praia da Ocian	06	03	04	02	03	03	03	24
Praia Mirim	06	03	04	02	03	03	03	24
Praia do Caiçara	06	03	04	02	03	03	03	24
Praia do Solemar	04	02	04	03	03	03	03	22
Praia da Aviação	04	03	04	02	03	03	03	22
Praia da Tupi	04	03	04	02	03	03	03	22



Atrativo	Potencial de atratividade	Grau de uso atual	Representatividade	Apoio local e comunitário	Estado de conservação da paisagem circundante	Infraestrutura	Acesso	Total
Monumento Santo Antônio	04	02	04	02	03	03	03	21
Igreja Universal	04	02	04	02	03	03	03	21
Pavilhão de Eventos Jair Rodrigues	04	03	04	02	03	03	03	21
Capela Santa Matilde	04	02	04	02	03	02	03	20
Capela Santo Antônio	04	02	04	02	02	03	03	20
Praça da Paz	04	03	02	02	03	03	03	20
Litoral Plaza Shopping	04	03	02	03	02	02	03	19
Ocian Praia Clube	04	01	04	01	03	03	03	19
Praça Dr. Roberto Andraus	04	02	02	03	02	02	03	18
Praça Duque de Caxias	02	03	02	02	03	02	03	17
Pista de Atletismo	02	02	02	02	03	03	03	17
Centro Poliesportivo e Cultural Leopoldo E. Vanderlinde	02	02	02	02	03	03	03	17
Cinesystem	02	02	02	02	03	03	03	17
Praça Portugal	02	03	02	03	02	02	03	17
Praça Nossa Senhora de Fátima	02	02	02	02	03	03	03	17
Parque Estadual Xixová-Japuí	04	01	04	01	02	02	02	16
Museu Ambiental	04	01	01	01	03	03	03	16
Monumento Dr. Roberto Andraus	02	01	02	01	03	03	03	15
Paróquia Santo Antônio	04	01	02	01	02	02	03	15
Boliche Litoral Plaza Shopping	02	02	02	02	02	02	03	15
Parks & Games	02	02	02	02	02	02	03	15
Kidahora Recreação Infantil Monitorada	02	02	02	02	02	02	03	15
Praça do Avião	02	02	02	02	02	02	03	15
Praça São Pedro	02	02	02	02	02	02	03	15
Praça Carlos Gomes	02	02	02	02	02	02	03	15
Trilha do Curtume	02	01	02	02	03	02	02	14
Trilha do Surfista	02	01	02	02	03	02	02	14
Lar Espírita Paz e Amor	02	01	02	01	03	02	03	14

Atrativo	Potencial de atratividade	Grau de uso atual	Representatividade	Apoio local e comunitário	Estado de conservação da paisagem circundante	Infraestrutura	Acesso	Total
Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias	02	01	02	01	02	03	03	14
Kartódromo	02	02	02	01	02	02	03	14
Praça dos Emancipadores	02	01	02	01	03	02	03	14
Pista de Skate – Sandro Dias “Mineirinho”	02	01	02	01	03	02	03	14
Praça Lions	02	02	02	02	02	01	03	14
Praça Jornalista Geraldo Ferraz	02	01	02	02	02	02	03	14
Praça Manoel Galdino da Costa (Praça do Jacaré)	02	02	02	02	01	02	03	14
Capela São Judas Tadeu	02	01	02	01	02	02	03	13
Capela São Francisco de Assis e de Santo Expedito	02	01	02	01	02	02	03	13
Capela São João Batista	02	01	02	01	02	02	03	13
Igreja Nossa Senhora Auxiliadora	02	01	02	01	02	02	03	13
Igreja Nossa Senhora de Fátima	02	01	02	01	02	02	03	13
Clube de Praia São Paulo	02	01	02	01	02	02	03	13
Pista de Skate Aviação	02	01	02	01	02	02	03	13
Pista de Motocross	02	01	02	01	02	02	03	13
Pista de Skate Ocian	02	01	02	01	02	02	03	13
Orquidário	02	01	02	01	02	02	03	13
Praça Rotatória Parceria	02	00	02	01	03	02	03	13
Rotatória A Tribuna	02	00	02	01	03	02	03	13
Praça Doutor Waldyr Cipriani	02	01	02	01	02	02	03	13
Praça Tufi Nami	02	01	02	01	02	02	03	13
Praça Luis de Camões	02	01	02	01	02	02	03	13
Praça da Integração dos Bairros Jucelino dos Santos	02	01	02	01	02	02	03	13
Praça Eduardo Dias Coelho	02	01	02	01	02	02	03	13



Atrativo	Potencial de atratividade	Grau de uso atual	Representatividade	Apoio local e comunitário	Estado de conservação da paisagem circundante	Infraestrutura	Acesso	Total
Praça Aviadora Marcia Aliberti Mamana	02	01	02	01	02	02	03	13
Praça Celeste Cardoso Ferreira Morgado	02	01	02	01	02	02	03	13
Capela Nossa Senhora da Guia	04	00	00	01	02	02	03	12
Praça Padre José de Anchieta	02	01	02		02	02	03	12
Espaço Kalah	02	01	02	01	02	02	02	12
Praça da Bíblia	02	00	02	01	01	01	03	10

Fonte: Urbatec, 2017



4.1.3. Análise segmentada da Hierarquização dos Atrativos

Este tópico visa analisar a Hierarquização dos atrativos inventariados e analisados, aglomerados em suas respectivas segmentações turísticas, que serão melhor explicadas no item 4.1.5. Segmentação da Oferta Turística de Praia Grande.

4.1.3.1. Atrativos Naturais

Os Atrativos Naturais são 09, entre eles a Praia do Solemar, a Praia do Canto do Forte, a Praia do Boqueirão, a Praia da Aviação, a Praia da Tupi, a Praia da Ocian, a Praia Mirim, a Praia do Caiçara e o Parque Estadual Xixová-Japuí. Importante citar, que apesar da extensão da orla da cidade de Praia Grande ser uma só, julga-se interessante, realizar a divisão da mesma por conta dos bairros, para diferenciar a avaliação da infraestrutura, de sua utilização e outros itens.

Quanto ao grau de potencialidade de atração, a Praia do Canto do Forte, a Praia do Boqueirão, a Praia da Ocian, a Praia Mirim e a Praia Caiçara se enquadram no nível 3, que se refere a atrativos excepcionais e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais e potenciais. Enquanto a Praia do Solemar, a Praia da Aviação, a Praia da Tupi e o Parque Estadual Xixová-Japuí possuem nível 02, que diz respeito à atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este.

Os Atrativos Naturais de Praia Grande, possuem em sua maioria alto grau de utilização e bom fluxo de turistas, veranistas e moradores. Com exceção ao Parque Estadual Xixová-Japuí, que apresenta nível 01, com baixo fluxo, e da Praia do Solemar, que apresenta nível 02, com médio fluxo devido a sua localização, os demais atrativos possuem nível 03.

A representatividade da maioria dos Atrativos Naturais possui nível 02, que representa um pequeno grupo de elementos similares.

O apoio da comunidade atinge nível 02 na maioria dos atrativos, que representa um apoio razoável, com exceção à Praia do Solemar, que



apresenta nível 03, contando com grande apoio comunitário, visto que os moradores do bairro e de bairros próximos realizam a manutenção das pinturas, da jardinagem e de outros detalhes que embelezam o local, e do Parque Estadual Xixová-Japuí que apresenta nível 01, demonstrando a falta de integração entre a entidade e a população local.

Sobre o Estado de Conservação e Infraestrutura todos, com exceção do Parque Estadual Xixová-Japuí, que possui nível 02, representando que está em bom estado de apresentação, mas precisa de alguns ajustes na infraestrutura, visto que a manutenção é fundamental para a atratividade de um recurso turístico, foram considerados em ótimo estado de apresentação.

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

4.1.3.2. Atrativos de Ecoturismo

Os Atrativos de Ecoturismo são 02, ambos localizados no Parque Estadual Xixová-Japuí, sendo a Trilha do Curtume e a Trilha do Surfista.

Quanto ao grau de potencialidade de atração, ambos possuem nível 01, que diz respeito a atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capazes de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais).

Os Atrativos de Ecoturismo possuem baixo grau de utilização turística, devido às atividades segmentadas que são desenvolvidas nestes dois pontos.

A representatividade dos Atrativos de Ecoturismo possui nível 01, que diz respeito à elementos bem comuns em determinadas localidades.

A representatividade destes atrativos reflete diretamente no apoio local e envolvimento da comunidade na conservação e atividades desenvolvidas por estes atrativos, sendo razoável na maioria dos atrativos. Ficando responsáveis



por realizar benesses aos locais, apenas aqueles que praticam caminhadas ali ou que tenham algum envolvimento com o Parque Estadual.

Sobre o Estado de Conservação e Infraestrutura ambos, foram considerados em bom estado de apresentação, mas precisam de alguns ajustes na infraestrutura, visto que a manutenção é fundamental para a atratividade de um recurso turístico.

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

4.1.3.3. Atrativos Culturais

Os Atrativos Culturais são 11, entre eles o Complexo Cultural Palácio das Artes, a Feira de Artesanato e Gastronomia Caiçara, a Feira de Artesanato e Gastronomia Guilhermina, a Feira de Artesanato e Gastronomia Ocian, a Feira de Artesanato e Gastronomia Solemar, o Monumento Santo Antônio, a Fortaleza de Itaipu, o Forte Duque de Caxias, o Museu Ambiental, o Monumento de Netuno e o Monumento Dr. Roberto Andraus.

Quanto ao grau de potencialidade de atração, com exceção ao Monumento Santo Antônio, o Museu Ambiental e o Monumento Dr. Roberto Andraus, todos possuem nível 03, que se refere a atrativos excepcionais e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais e potenciais. O Monumento Santo Antônio e o Museu Ambiental possuem nível 02, que se refere a atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este. E o Monumento Dr. Roberto Andraus possui nível 01, que diz respeito a atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações



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

Os Atrativos Culturais, possuem em sua maioria alto grau de utilização turística, com exceção aos atrativos Monumento Santo Antônio, que possui baixo grau de utilização, tendo, sua maior parte de fluxo representada por moradores do município, devido às particularidades do local, e da Fortaleza de Itaipu, Forte Duque de Caxias, Museu Ambiental e Monumento Roberto de Andraus, que possuem razoável grau de utilização turística, devido às atividades desenvolvidas e restrições de visitação continua presente nestes espaços.

A representatividade dos Atrativos Culturais é equivalente à Potencialidade de Atração, sendo a maioria com nível 03, devido às suas singularidades, com exceção ao Monumento Santo Antônio, Museu Ambiental e Monumento Dr. Roberto Andraus, que possuem nível 02, que representa um pequeno grupo de elementos similares.

A representatividade destes atrativos reflete diretamente no apoio local e envolvimento da comunidade na conservação e atividades desenvolvidas por estes atrativos, sendo alto na maioria dos atrativos, porém com razoável envolvimento nas Feiras de Artesanato e Gastronomia em geral e no Monumento de Netuno. Ainda o Museu Ambiental e no Monumento Dr. Roberto de Andraus apresenta baixo envolvimento.

Sobre o Estado de Conservação e Infraestrutura todos foram considerados em ótimo estado de conservação. Todavia é importante que sempre se façam a manutenção adequada destes espaços, visto que a manutenção é fundamental para a atratividade de um recurso turístico.

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



4.1.3.4. Atrativos Religiosos

Os Atrativos Religiosos são 15, entre eles a Estátua de Iemanjá, a Capela Nossa Senhora da Guia, a Capela Santa Matilde, o Lar Espírita Paz e Amor, a Paróquia Santo Antônio, a Igreja Universal, a Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias, a Capela São Judas Tadeu, a Paróquia Nossa Senhora das Graças, a Capela São Francisco de Assis e de Santo Expedito, a Capela São João Batista, a Capela Santo Antônio, a Igreja São Pedro Apóstolo, a Igreja Nossa Senhora Auxiliadora e a Igreja Nossa Senhora de Fátima.

Quanto ao grau de potencialidade de atração, a Estátua de Iemanjá, a Igreja São Pedro Apóstolo e a Paróquia Nossa Senhora das Graças possuem nível 03, que se refere a atrativos excepcionais e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais e potenciais. A Capela Nossa Senhora da Guia, a Capela Santo Antônio, a Capela Santa Matilde, a Paróquia Santo Antônio e a Igreja Universal possuem nível 02, que se refere a atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este. Os demais itens atingiram nível 01, que diz respeito a atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capazes de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais).

Os Atrativos Religiosos, possuem em sua maioria baixo grau de utilização turística, tendo, sua maior parte de fluxo representada por moradores do município, devido às atividades desenvolvidas nestes pontos. Com exceção à Estátua de Iemanjá, da Paróquia Nossa Senhora das Graças e da Igreja São Pedro Apóstolo, que possuem alto grau de utilização turística, devido às suas singularidades e importância em relação à cultura e história do município.

A representatividade dos atrativos é equivalente à potencialidade turística, visto que a Estátua de Iemanjá, a Paróquia Nossa Senhora das Graças e Igreja São Pedro Apóstolo possuem nível 03, que diz respeito a um pequeno grupo de elementos singulares. A Capela Santa Matilde, a Igreja



Universal e a Capela Santo Antônio possuem nível 02, que diz respeito a um pequeno grupo de elementos similares. Enquanto os demais atrativos possuem nível 01, que diz respeito à elementos bem comuns em determinadas localidades, com exceção à Capela Nossa Senhora da Guia, que encontra-se fechada, e portanto apresentou nível 00, indicando que não apresenta representatividade nenhuma.

A representatividade destes atrativos reflete diretamente no apoio local e envolvimento da comunidade na conservação e atividades desenvolvidas por estes atrativos, sendo baixo na maioria dos atrativo. Com exceção à Paróquia Nossa Senhora das Graças e Igreja São Pedro Apóstolo que apresentam um bom envolvimento e apoio comunitário.

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

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

4.1.3.5. Turismo de Pesca

A Área de Lazer Ezio Dall'Acqua (Portinho) é o único atrativo voltado ao Turismo de Pesca.

Quanto ao grau de potencialidade de atração, o atrativo foi considerado de nível 03, que se refere a atrativos excepcionais e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais e potenciais.

O grau de utilização turística da Área de Lazer Ezio Dall'Acqua (Portinho) é nível 03, revelando sua alta capacidade de atração de turistas ao espaço.



A representatividade é equivalente ao grau de potencialidade, sendo atribuído o nível 03, devido a complexidade dos projetos e atividades ali desenvolvidos e à singularidade deste atrativo ao município de Praia Grande.

O atrativo apresenta um bom apoio local e envolvimento da comunidade na conservação e atividades desenvolvidas por estes atrativos, sendo considerado de nível 02.

Sobre o Estado de Conservação e Infraestrutura foi considerado em ótimo estado de apresentação, mas é válido ressaltar a necessidade de alguns ajustes na infraestrutura, visto que a manutenção é fundamental para a atratividade de um recurso turístico.

O acesso ao Atrativo Turístico de Pesca é considerado bom, porém é necessário que a Prefeitura realize a manutenção das vias públicas, o acesso é fácil e ele está em bom estado de conservação.

4.1.3.6. Equipamentos de Eventos

Os Equipamentos de Eventos são 03, entre eles o Pavilhão de Eventos Jair Rodrigues, o Espaço Kalah e o Ocian Praia Clube.

Quanto a potencialidade de atração dos Equipamentos de Eventos, o Pavilhão de Eventos Jair Rodrigues e o Ocian Praia Clube possuem nível 02, devido aos eventos que realizam e sua importância ao município, o Espaço Kalah possui nível 01, que diz respeito a atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capazes de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais).

O grau de utilização turística de ambos do Pavilhão de Eventos Jair Rodrigues possui nível 03, devido à alta frequência de eventos e atividades neste espaço. O Espaço Kalah e o Ocian Praia Clube possuem nível 01, ou seja, baixo grau de utilização turística, revelando que são equipamentos majoritariamente utilizados pela população.

A representatividade dos Equipamentos de Eventos é equivalente a potencialidade de atração e grau de utilização, sendo no Pavilhão de Eventos Jair Rodrigues e no Ocian Praia Clube de nível 02, e de nível 01 no Espaço Kalah.



O Pavilhão de Eventos Jair Rodrigues possui apoio razoável da comunidade devido ao seu envolvimento com a mesma. Da mesma forma, pelo mesmo motivo, o Ocian Praia Clube e o Espaço Kalah possuem baixo apoio da comunidade, segregando este apoio aos interessados e frequentadores destes espaços.

Sobre o Estado de Conservação e Infraestrutura, todos foram considerados em ótimo estado de apresentação, mas é válido ressaltar a necessidade de constante manutenção, visto que a manutenção é fundamental para a atratividade de um recurso turístico.

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

4.1.3.7. Equipamentos de Lazer

Os Equipamentos de Lazer são 37, entre eles o Litoral Plaza Shopping, o Parks & Games, o Boliche Litoral Plaza Shopping, o Kidahora Recreação Infantil Monitorada, o Clube de Praia São Paulo, a Pista de Skate Aviação, a Pista de Motocross, a Pista de Skate Ocian, a Pista de Atletismo, a Praça Duque de Caxias, o Centro Poliesportivo e Cultural Leopoldo E. Vanderline, o Kartódromo, o Orquidário, a Praça Rotatória Parceria, a Rotatória A Tribuna, a Praça dos Emancipadores, a Pista de Skate – Sandro Dias “Mineirinho”, a Praça da Paz, o Cinesystem, a Praça Doutor Waldyr Cipriani, a Praça Tuffi Nami, a Praça Lions, a Praça Luís de Camões, a Praça Portugal, a Praça Padre José de Anchieta, a Praça do Avião, a Praça de Integração dos Bairros Jucelino dos Santos, a Praça Eduardo Dias Coelho, a Praça Doutor Roberto Andraus, a Praça da Bíblia, a Praça Nossa Senhora de Fátima, a Praça São Pedro, a Praça Jornalista Geraldo Ferraz, a Praça Carlos Gomes, a Praça Aviadora Marcia Aliberti Mamana, a Praça Celeste Cardoso Ferreira Morgado e a Praça Manoel Galdino da Costa (Praça do Jacaré).

Quanto a potencialidade de atração dos Equipamentos de Lazer, o Litoral Plaza Shopping, a Praça da Paz, a Praça Portugal, a Praça Dr. Roberto Andraus e a Praça Nossa Senhora das Graças possuem nível 02, que se refere a atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma



corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este. Os demais Equipamentos de Lazer listados foram enquadrados no nível 01, que diz respeito a atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capazes de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais).

Quanto ao grau de utilização turística dos Equipamentos de Lazer, o Litoral Plaza Shopping, a Praça Duque de Caxias, a Praça da Paz e a Praça Portugal, possuem nível 03, representando um alto fluxo turístico nestes locais, devido às suas localizações estratégicas ou às suas singularidades. Os demais Equipamentos de Lazer, com exceção à Praça Rotatória Parceria e Rotatória A Tribuna, que não possuem grau de utilização turísticas, os demais foram enquadrados com um razoável fluxo, principalmente em épocas de alta temporada, as quais movimentam toda a cidade de Praia Grande, e permitem que os turistas e veranistas encham os locais antes apenas ocupados pelos moradores.

A representatividade de todos os Equipamentos de Lazer são classificadas como de nível 01, revelando que todos estes são considerados como grupos de elementos comuns, principalmente por, na sua maioria, serem equipamentos voltados ao uso dos munícipes.

Os Equipamentos de Lazer possuem razoável ou baixo envolvimento da comunidade, com exceção às Praças Portugal e Dr. Roberto de Andraus, que por serem estrategicamente localizadas e possuírem alto grau de representatividade para a população de Praia Grande.

Sobre o Estado de Conservação e Infraestrutura, todos, com exceção à Praça da Bíblia, Praça Manoel Galdino da Costa (Praça do Jacaré) e Praça Lions, que foram considerados existentes, mas necessitando urgente de intervenções e melhorias, foram considerados em ótimo ou bom estado de apresentação, mas é válido ressaltar a necessidade de constante manutenção, visto que a manutenção é fundamental para a atratividade de um recurso turístico.



O acesso aos Equipamentos de Lazer é considerado bom, porém é necessário que a Prefeitura realize a manutenção das vias públicas. O acesso é fácil, em sua maioria, estão em bom estado de conservação.



4.1.4. Considerações sobre a Hierarquização

Após este processo de hierarquização foi constatado que dos 52 atrativos, recursos e equipamentos turísticos inventariados e analisados, 17 possuem nível hierárquico 03, sendo os responsáveis pela motivação turística no município, seja a nível nacional, ou a nível regional. Formando a oferta principal de atrativos no município de Praia Grande.

A Praia é o fator determinante que permitiu que o município de Praia Grande fosse elevado a condição de Estância Balneária, dividida de acordo com seus bairros no presente plano, para que se tornassem mais fáceis as análises setoriais, seus pontos principais de maior fluxo e que geralmente são mais buscados pelos turistas são: Praia do Canto do Forte, Praia do Boqueirão, Praia da Ocian, Praia Mirim e Praia do Caiçara.

As Feiras de Artesanato e Gastronomia também se mostram como uma motivação à mais para o desenvolvimento turístico na cidade, divididas nos bairros Guilhermina, Solemar, Ocian e Caiçara são responsáveis pelo entretenimento dos visitantes, principalmente no período noturno.

A motivação religiosa também é uma realidade no município de Praia Grande, tendo por principais responsáveis de atração a Estátua de Iemanjá, a Paróquia Nossa Senhora das Graças e a Igreja São Pedro Apóstolo.

O único atrativo de pesca, também é um potencial que começa a ser explorado no segmento de Turismo Náutico, sendo de extrema relevância para a diversificação da oferta turística de Praia Grande, o Espaço de Lazer Ézio Dall'Acqua é um atrativo complexo que bem estruturado e assistido pode revelar uma força e uma nova vocação às atividades desenvolvidas no município.

Por fim, no viés do Turismo Cultural, o Complexo Cultural Palácio das Artes une todos os aspectos agradáveis para a atração de um forte fluxo de visitantes, com teatros bem capacitados, locais para exposições e diversas atividades culturais, numa localização privilegiada. A Fortaleza de Itaipu e o Forte Duque de Caxias fazem parte de um passeio agradável e possuem nome forte ao desenvolvimento turístico local, sendo responsável pela atração de uma boa parcela de visitantes. Ainda, o Monumento de Netuno é responsável



por chamar a atenção dos que caminham na praia, se tornando ponto de referência ao turismo em Praia Grande.

Além disso a partir da hierarquização é possível identificar que o grau de conservação do entorno dos atrativos é satisfatório na maioria dos casos, o envolvimento da comunidade com a atividade turística é em sua maioria bom e a comunidade se importa com a manutenção e com o embelezamento de sua cidade. Outro ponto, revela a boa infraestrutura e a manutenção bem executada da maior parte dos atrativos, serviços e equipamentos turísticos, que refletem diretamente em seu grau de utilização.

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

4.1.5. Segmentação da Oferta Turística

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

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

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

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

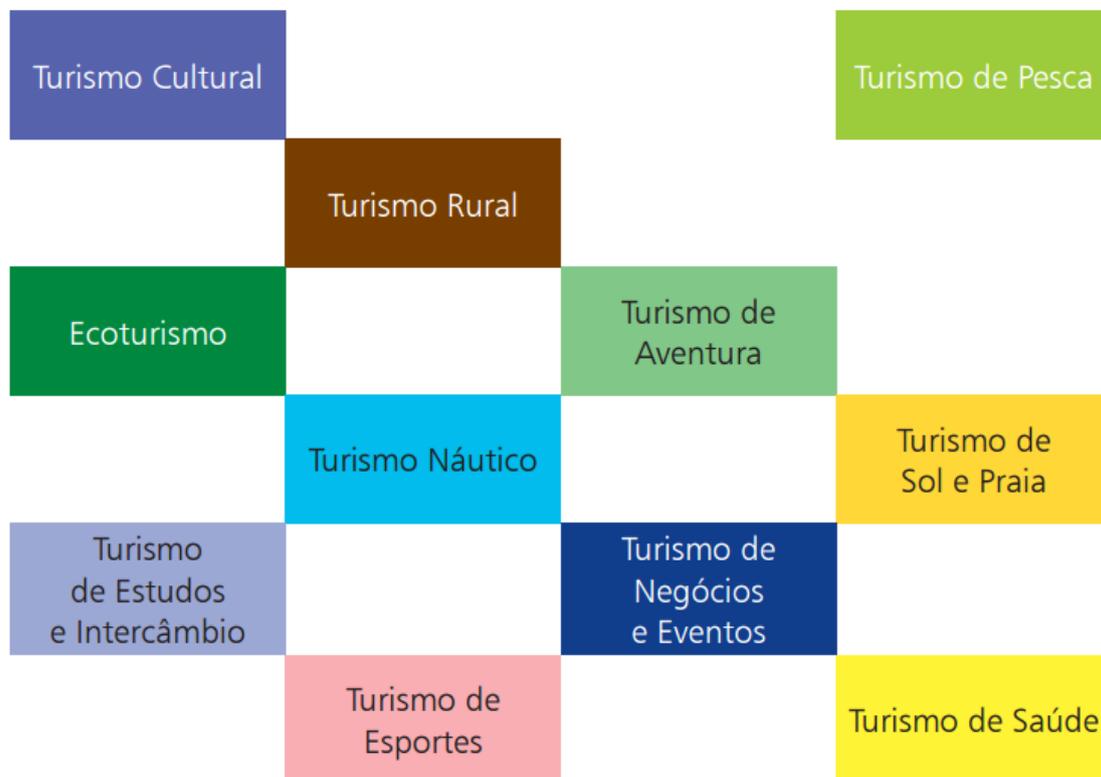
Os produtos turísticos são baseados na oferta, assim caracterizam o tipo ou segmento do turismo de uma cidade, região ou localidade. Dessa maneira,

os segmentos turísticos criam uma identidade que determinam a imagem do roteiro ou da localidade turística e balizam a estruturação de produtos, a fim de atender as necessidades da demanda.

[...] É necessário entender quais os segmentos de oferta podem ser trabalhados em uma localidade, considerando a vocação e potencialidades do destino para determinado tipo de atividade/turismo que pode ser vivenciado. [...] (MTUR, 2010)

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

Figura 15 - Segmentações Turísticas



Fonte: MTUR, 20010.

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

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



4.1.5.1. *Atrativos Naturais*

A matéria-prima da oferta turística natural, segundo Andrade (1998) compõe-se de “recursos em cuja criação não houve interferência humana direta ou indireta, nem seu concurso para configuração e capacidade deles. ”

Para Castro (2010), o recurso/atrativo natural são fatores primordiais da natureza, assim como a fauna e a flora, em relação à característica física da paisagem de uma localidade devem ser levadas em consideração como: as planícies, montanhas, rochedos, grutas, nascentes de águas, riachos, cachoeiras, rios, lagos, praias e ilhas, entre outros.

A integração entre o turismo e meio ambiente deve ter um sentido profundamente ético e pedagógico: os recursos naturais estão disponíveis para o benefício também do homem, que ao fazer uso deles tem responsabilidade de conservá-los, não apenas porque outros desejarão fazer o mesmo, mas, e principalmente, porque os ecossistemas naturais são frágeis, e sua renovação em alguns casos se dá ao longo de milhares de anos, quando determinados fatores não se perdem definitivamente (CORIOLANO, 2006, p. 38).

Em Praia Grande este segmento é representado pela Praia do Solemar, a Praia do Canto do Forte, a Praia do Boqueirão, a Praia da Aviação, a Praia da Tupi, a Praia da Ocian, a Praia Mirim, a Praia do Caiçara e o Parque Estadual Xixová-Japuí. Importante citar, que apesar da extensão da orla da cidade de Praia Grande ser uma só, julga-se interessante, realizar a divisão da mesma por conta dos bairros, para diferenciar a avaliação da infraestrutura, de sua utilização e outros itens.

4.1.5.2. *Ecoturismo*

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

[...] é um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações. (BRASIL, Ministério do Turismo, 2006, p. 9).

O segmento é reconhecido por introduzir as práticas sustentáveis no desenvolvimento turístico, levando em consideração que as práticas



sustentáveis são compreendidas de acordo com o Ministério do Turismo, 2006 (*apud* World Commission on Environment and Development, 1987) como “o desenvolvimento capaz de atender às necessidades da geração atual sem comprometer os recursos para a satisfação das gerações futuras”.

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

Quanto aos atrativos de Ecoturismo em Praia Grande, foram destacados a Trilha do Curtume e a Trilha do Surfista, ambos localizados no Parque Estadual Xixová-Japuí.

4.1.5.3. Atrativos Culturais

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

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

Quanto aos atrativos culturais do município de Praia Grande ressalta-se o potencial de resgatar as histórias de formação do município e a variedade de subsegmentos que este setor apresenta. O turismo cultural de Praia Grande é representado pelos atrativos o Complexo Cultural Palácio das Artes, a Feira de Artesanato e Gastronomia Caiçara, a Feira de Artesanato e Gastronomia Guilhermina, a Feira de Artesanato e Gastronomia Ocian, a Feira de



Artesanato e Gastronomia Solemar, o Monumento Santo Antônio, a Fortaleza de Itaipu, o Forte Duque de Caxias, o Museu Ambiental, o Monumento de Netuno e o Monumento Dr. Roberto Andraus.

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

Também é necessário a estruturação de roteiros, *city tours*, rotas, entre outros, com a temática cultural, para que os demais atrativos culturais, sejam eles de contemplação, valor arquitetônico ou histórico ao município, tenham participação no desenvolvimento turístico

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

4.1.5.4. Atrativos Religiosos

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

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

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

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

- Realização de peregrinações e romarias;
- Participação em retiros espirituais;
- Participação em festas e comemorações religiosas;
- Contemplação de apresentações artísticas de caráter religioso;
- Participação em eventos e celebrações relacionados à evangelização de fiéis;



- Visitação a espaços e edificações religiosas (igrejas, templos, santuários, terreiros);
- Realização de itinerários e percursos de cunho religioso;
- Outros.

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

Em Praia Grande este segmento é representado pela Estátua de Iemanjá, a Capela Nossa Senhora da Guia, a Capela Santa Matilde, o Lar Espírita Paz e Amor, a Paróquia Santo Antônio, a Igreja Universal, a Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias, a Capela São Judas Tadeu, a Paróquia Nossa Senhora das Graças, a Capela São Francisco de Assis e de Santo Expedito, a Capela São João Batista, a Capela Santo Antônio, a Igreja São Pedro Apóstolo, a Igreja Nossa Senhora Auxiliadora e a Igreja Nossa Senhora de Fátima.

4.1.5.5. Turismo de Pesca

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

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

- Pesca de barranco – modalidade mais popular no Brasil, praticada à beira de rios, lagos, lagoas ou represas, que utiliza principalmente linha de mão, caniços simples de bambu, varas com molinete ou carretilha, varas telescópicas, geralmente com iscas naturais.
- Pesca de arremesso – uma das modalidades mais técnicas que existe e que a cada dia vem ganhando novos adeptos. Neste tipo de pesca é necessário conhecer o comportamento dos peixes, bem como as características dos locais de pesca, podendo ser feita com iscas naturais ou artificiais. A isca artificial é movimentada para dar a impressão de um peixe vivo ou qualquer outro tipo de animal. Nessa



modalidade, o arremesso deve ser o mais preciso possível, pois isso fará a diferença no sucesso da pescaria.

- Pesca de corrico ou *trolling* – consiste em arrastar a isca a uma distância entre 20 a 60 metros. Ao ser puxada pelo barco, que permanece em movimento em baixa velocidade, a isca parece estar viva. São utilizadas varas curtas e fortes, iscas naturais ou artificiais e as linhas devem acompanhar a ação do equipamento. Nessa modalidade, carretilhas permitem um melhor desempenho.
- Pesca de rodada – o barco deve descer o rio levado pela correnteza, enquanto a isca vai acompanhando a embarcação. Antigamente, usavam-se varas de bambu com linha grossa ou linha de mão. Atualmente, têm-se optado por varas com molinete e carretilha.
- Pesca com mosca ou *fly fishing* – uma das mais antigas modalidades e de grande apelo para o pescador. Nela, são utilizadas iscas artificiais, confeccionadas artesanalmente com pelos, penas, fios de plástico e linhas de costura, imitando insetos e pequenos animais. A pesca com mosca envolve estudo, treino e persistência, sendo o principal fator aprender a dominar a linha, ou seja, dominar a técnica do lançamento, também conhecida como *casting*.
- Pesca Subaquática – realizada com ou sem o auxílio de embarcações, sendo proibido o uso de aparelhos de respiração artificial. É necessário ter conhecimento de apnéia. O equipamento básico para a prática inclui máscara, *snorkel*, nadadeiras e arma (espingarda de mergulho ou arbalete).

Em Praia Grande, este segmento é representado pelo Espaço de Lazer Ézio Dall’Acqua que é responsável por atrair pescadores e turistas para praticar a atividade da pesca.



4.1.6. Análise do Trade Turístico

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

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

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

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

Em Praia Grande, foram mapeados, durante o processo de Inventariação da Oferta Turística, 489 estabelecimentos que possuem relação direta com a atividade turística, sendo 3 Equipamentos de Eventos, 37 Equipamentos de Lazer, 9 Serviços e Equipamentos Turísticos, 43 Meios de Hospedagem e 397 Serviços de Alimentação.

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

A cadeia produtiva do Turismo engloba diversas ramificações econômicas dentro do progresso de um município, visto que ao aumentar o fluxo corrente de visitantes, existe uma tendência de difusão e ampliação da quantidade de opções na malha hoteleira, serviços de alimentação e outros



equipamentos ligados diretamente a atividade turística, e, conseqüentemente, um aumento da demanda aos seus fornecedores diretos e indiretos.

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

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

As tabelas abaixo representam este recorte nos períodos de janeiro de janeiro de 2016 a dezembro de 2016, de janeiro de 2017 a dezembro de 2017 e nos meses de janeiro e fevereiro de 2018.

Tabela 30 - Recorte de Admissões e Desligamentos no setor turístico de Praia Grande – jan/2016 a dez/2016

Profissão	Salário Médio	Admissões	Desligamentos	Saldo
Atendente de Lanchonete	1.018,14	583	566	17
Cozinheiro Geral	1.296,47	137	176	-39
Auxiliar nos Serviços de Alimentação	1.192,14	79	73	6
Garçom	1.215,34	71	74	-3
Atendente de Agência	1.254,96	24	6	18
Copeiro	1.174,24	21	15	6
Recepcionista de Hotel	1.305,86	21	19	2
Camareiro de Hotel	1.191,76	21	25	-4
Gerente de Restaurante	1.999,36	14	29	-15
Sushiman	1.413,90	10	12	-2
Barman	1.420,56	9	7	2
Pizzaiolo	1.194,89	9	6	3
Confeiteiro	1.221,29	7		7
Gerente de Bar	1.517,00	6	8	-2
Recreador	1.196,50	2	2	
Porteiro (Hotel)	1.155,00	2	2	
Chefe de Portaria de Hotel	1.314,00	1	1	
Maitre	2.000,00	1	2	-1
Gerente de Hotel	n/d		1	-1
Chefe de Bar	n/d		3	-3
Garçom (Serviços de Vinhos)	n/d		1	-1
Total		1018	1028	-10

Fonte: http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_perfil_municipio/index.php



Tabela 31 - Recorte de Admissões e Desligamentos no setor turístico de Praia Grande – jan/2017 a dez/2017

Profissão	Salário Médio	Admissões	Desligamentos	Saldo
Atendente de Lanchonete	1.253,00	19	133	-114
Cozinheiro Geral	1.380,46	13	11	2
Atendente de Agencia	1.289,25	4	2	2
Garçom	1.251,00	4	7	-3
Recepcionista de Hotel	1.335,00	3	1	2
Sushman	1.245,50	2	3	-1
Copeiro	1.251,00	1	5	-4
Gerente de Restaurante	4.000,00	1	4	-3
Porteiro (Hotel)	1.251,00	1	1	
Gerente de Bar	n/d		1	-1
Pizzaíolo	n/d		2	-2
Total		48	170	-122

Fonte: http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_perfil_municipio/index.php

Tabela 32 - Recorte de Admissões e Desligamentos no setor turístico de Praia Grande – jan/2018 a fev/2018

Profissão	Salário Médio	Admissões	Desligamentos	Saldo
Atendente de Lanchonete	1.207,38	40	151	-111
Garçom	1.318,26	27	25	2
Cozinheiro Geral	1.438,65	20	25	-5
Atendente de Agencia	1.334,69	13	9	4
Copeiro	1.201,00	6	4	2
Gerente de Restaurante	1.410,40	5	7	-2
Sushman	1.302,00	5	4	1
Camareiro de Hotel	1.302,00	2	3	-1
Gerente de Bar	2.049,00	1	1	
Recepcionista de Hotel	1.302,00	1		1
Chefe de Bar	1.302,00	1		1
Porteiro (Hotel)	1.163,00	1	1	
Pizzaíolo	1.354,00	1	8	-7
TOTAL		123	238	-115

Fonte: http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_perfil_municipio/index.php

A partir das informações obtidas é possível notar a baixa na oferta de empregos nas áreas relacionadas à atividade turística, em 2016 o ano finalizou com um saldo negativo de 10 empregos, o ano de 2017, com um saldo



negativo de 122 empregos, e os dois primeiros meses de 2018 com um saldo negativo de 115 empregos.

A sazonalidade turística no município e a tímida atividade desenvolvida em meses de baixa temporada reflete diretamente nestes números, com uma maior procura muitas vezes por mão de obra temporária garantida em contratos de trabalho, além de uma certa escassez de oportunidade à mão de obra especializada. Todavia não podemos descartar o período de recessão econômica que o país vem passando, fato que impacta diretamente na geração de emprego e renda para as comunidades locais.

4.1.7. Análise do Turismo Institucional

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

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

Na lei orgânica do município, número 681/90 de 6 de abril de 1990, a única menção ao turismo se dá na sua seção IX, artigo 238, onde diz que “O Município promoverá e incentivará o turismo como atividade prioritária, fator de desenvolvimento econômico e social”. Em seu parágrafo único, o artigo diz que “O Poder Público Municipal estimulará os diversos segmentos ligados, direta e indiretamente, ao turismo e aos projetos que visem ao desenvolvimento do setor, através de incentivos fiscais e concessões, a serem definidas no Plano Diretor de Turismo”

A lei 1298 de 9 de março de 2006 instituiu a criação do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), criado com o objetivo de implementar a Política Municipal de Turismo, juntamente com a Secretaria de Municipal de Cultura e Turismo e a Sociedade Civil Organizada, de caráter deliberativo e permanente, com funções normativas e consultivas e de assessoramento à municipalidade, em questões referentes ao desenvolvimento turístico da cidade de Praia Grande. O COMTUR é composto por 16 membros, numa representação paritária, onde os representantes do poder público não podem



exceder 50% dos representantes. O artigo 3º da mesma lei rege as competências do COMTUR:

1. Estudar, sugerir e encaminhar sobre:
 - A Política Municipal de Turismo;
 - As Diretrizes Básicas observadas na citada Política;
 - Planos anuais ou trianuais que visem o desenvolvimento e a expansão do Turismo no Município;
 - Os instrumentos de estímulo ao desenvolvimento turístico;
 - Os assuntos atinentes ao turismo que lhe forem submetidos;
 - Contribuir junto ao órgão municipal de turismo competente para atualização do cadastro de informações de interesse turístico do Município, auxiliando na divulgação do que estiver adequadamente disponível;
2. Fomentar e sugerir amplos debates sobre os temas de interesse turístico para a cidade e região, ouvindo observações das pessoas envolvidas mesmo que estranhas ao Conselho, bem como de pessoas experientes convidadas;
3. Manter intercâmbio com as diversas Entidades de Turismo do Município ou fora dele, sejam ou não oficiais, para um maior aproveitamento do potencial local;
4. Propor resoluções, instruções regulamentares ou atos necessários ao pleno exercício de suas funções, bem como modificações ou supressões de exigências administrativas ou regulamentares que dificultem as atividades de turismo em seus diversos segmentos;
5. Propor programas e projetos nos segmentos do turismo, visando incrementar o fluxo de turistas e de eventos para a Cidade;
6. Propor diretrizes de implementação do Turismo através de órgãos municipais e os serviços prestados pela iniciativa privada com o objetivo de prover a infraestrutura local adequada à implementação do Turismo em todos os seus segmentos;



7. Sugerir e divulgar as atividades ligadas ao Turismo do Município, podendo participar de Feiras, Exposições e Eventos, bem como apoiar a Prefeitura na realização de Feiras, Congressos, Seminários, Eventos e outros, projetados para a própria cidade;
8. Propor e indicar formas de captação de recursos para o desenvolvimento do turismo no município, emitindo parecer relativo a financiamento de iniciativas, planos, programas e projetos que visem o desenvolvimento da Indústria Turística em geral;
9. Propor e indicar formas de captação de recursos para o desenvolvimento do turismo no município, emitindo parecer relativo a financiamento de iniciativas, planos, programas e projetos que visem o desenvolvimento da Indústria Turística em geral;
10. Colaborar amplamente com a Prefeitura e suas Secretarias nos assuntos pertinentes sempre que solicitado;
11. Formar Grupos de Trabalho para desenvolver os estudos necessários em assuntos específicos, com prazo para conclusão dos trabalhos e apresentação de relatório ao plenário;
12. Sugerir medidas ou atos regulamentares referentes à exploração de serviços Turísticos no Município;
13. Sugerir a celebração de convênios com Entidades, Municípios, Estados ou União e opinar sobre os mesmos quando for solicitado;
14. Indicar, quando solicitado, representante para integrarem delegações do Município a congressos, convenções, reuniões ou novos acontecimentos que oferecem interesse a Política Municipal de Turismo;
15. Contribuir para elaboração do calendário turístico do município;
16. Acompanhar junto ao órgão municipal de turismo, o crescimento do Turismo no Município, propondo medidas que atendam a sua capacidade turística;
17. Analisar reclamações e sugestões encaminhadas por turistas e propor medidas pertinentes a melhoria da prestação dos serviços turísticos locais;
18. Indicar pessoas e instituições com relevantes serviços prestados na área do turismo, para que sejam homenageadas;



19. Organizar e manter o seu regimento interno;
20. Propor ações voltadas para a capacitação de Recursos Humanos;
21. Propor medidas e ações de controle de qualidade dos produtos turísticos locais;
22. Propor a criação do Fundo Municipal de Turismo, FUMTUR, cujo objetivo será o de captar recursos a serem aplicados na implementação dos projetos e ações para as atividades turísticas.

Em Praia Grande, através da lei 856 de 30 de dezembro de 1993, já houve o FUNDATUR, que é o Fundo de Assistência ao Turismo. Porém, essa mesma lei foi totalmente revogada pela lei 1202 de 29 de dezembro de 2003. Em Praia Grande, também não há ainda um Fundo Municipal de Turismo.

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

4.1.8. Resumo Executivo

O Diagnóstico de Oferta Turística de Praia Grande avaliou e hierarquizou 52 atrativos do destino. Esta hierarquização é necessária para o planejamento do turismo na localidade, pois, permite que se tenha uma visão geral sobre o potencial de atratividade, o grau de uso atual, sua representatividade, apoio da população local, estado de conservação, acesso e infraestrutura de cada um dos atrativos individualmente.

Para cada um dos quesitos avaliados durante a hierarquização é atribuída uma pontuação, onde 03 representa um alto potencial, 02 médio, 01 baixo e 0 nenhum. A somatória destes pontos mostra que Praia Grande possui uma boa dispersão de níveis em seus atrativos e equipamentos turísticos, sendo dezessete deles de nível 03 na hierarquia, isso significa que é excepcional e de grande interesse para o mercado turístico. Além disso, a maioria dos demais atrativos possui nível hierárquico com aspectos excepcionais ou capazes de atrair demandas locais e regionais,



complementando atrativos de maior hierarquia no município, indicando que o destino possui alto potencial de atração turística, que atualmente é pouco explorado.

A matriz de hierarquização mostra que a maioria dos atrativos possui apoio da comunidade local, ou seja, o envolvimento da comunidade é satisfatório.

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

Além disso, é preciso realizar ações de divulgação da cidade e de todos seus atrativos turísticos para que a atividade comece a ser fomentada e distribuída ao longo do ano e por toda extensão territorial do município, não obstante, é importante criar estratégias para a visita dos demais pontos turísticos, ou seja, dos atrativos complementares, inserindo-os em roteiros que busquem entreter o visitante durante sua estada no local.

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

Quanto ao Trade Turístico de Praia Grande, a partir do diagnóstico é possível compreender que o mesmo sofre com a sazonalidade turística no município, entretanto, mostra-se bem estruturado e capacitado, tendo seus pontos de referência em relação aos outros municípios e cidades vizinhas. Em relação aos demais serviços turísticos no município existe a falta de elementos que auxiliem na recepção e na organização de programação a serem ofertadas e vendidas aos visitantes que chegam ao município, como Agências de Turismo Receptivo. Os serviços de alimentação foram considerados satisfatórios e encontram-se preparados para a demanda atual e parcialmente preparados para a demanda futura, visto a necessidade de investimento na área de capacitação de funcionários e de atendimento ao público em geral.



Outro problema identificado pelo diagnóstico é o não cadastramento da maioria dos estabelecimentos no CADASTUR, ou seja, não estão aptos a participar de projetos institucionais do Ministério do Turismo.

Deste modo, é notável que a atividade turística no município de Praia Grande é sistêmica e ocorre de maneira natural, desde o *boom* do turismo de massa e do turismo de sol e praia. Entretanto o município tem em seu arsenal de atrativos, variadas opções e uma boa diversidade em segmentos turísticos, sendo necessário a construção das políticas e programas de fomento à atividade sejam feitas em conjunto entre Órgão Público, Trade Turístico e População, para que se minimizem os impactos negativos e potencializem os benefícios que a inserção da atividade possa vir a ocasionar a todo o município de Praia Grande, gerando oportunidades de desenvolvimento.



4.2. MEIO AMBIENTE

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

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

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

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

I - ação governamental na manutenção do equilíbrio ecológico, considerando o meio ambiente como um patrimônio público a ser necessariamente assegurado e protegido, tendo em vista o uso coletivo;



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

Na área privada a gestão ambiental é fator de competição comercial devido à tendência da maioria das pessoas em preferir produtos e serviços ambientalmente corretos. Além disso, contratos de comércio internacional são facilitados para a organização que adota sistemas de gestão baseados em normas reconhecidas internacionalmente como as da ISO⁵ e do FSC⁶.

A gestão ambiental privada, conforme as normas da ISO série 14001⁷, no âmbito exclusivamente empresarial, tem entre seus princípios, mas não se limitando a estes:

- Reconhecer que a gestão ambiental se encontra entre as mais altas prioridades da organização;
- Estabelecer e manter comunicação com as partes interessadas internas e externas;
- Determinar os requisitos legais aplicáveis e os aspectos ambientais associados às atividades, produtos ou serviços da organização;

⁵ ABNT. NBR ISO 14001: Sistemas de Gestão Ambiental - Especificação e Diretrizes para Uso. Rio de Janeiro: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS - ABNT, 1996.

⁶ FSC – Forest Stewardship Council – Organização internacional que certifica empresas florestais.

⁷ ABNT. NBR ISO 14001: Sistemas de Gestão Ambiental - Especificação e Diretrizes para Uso. Rio de Janeiro: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS - ABNT, 1996.



- Desenvolver o comprometimento da administração e dos empregados no sentido da proteção ao meio ambiente, com uma clara definição de responsabilidades e responsáveis;
- Estimular o planejamento ambiental ao longo do ciclo de vida do produto ou do processo;
- Estabelecer um processo que permita atingir os níveis de desempenho visados;
- Prover recursos apropriados e suficientes, incluindo treinamento para atingir os níveis de desempenho visados, de forma contínua;
- Políticas de gestão ambiental: Avaliar o desempenho ambiental com relação à política, objetivos e metas ambientais da organização, buscando aprimoramentos, onde apropriado;
- Estabelecer um processo de gestão para auditar e analisar criticamente o SGA e para identificar oportunidades de melhoria do sistema e do desempenho ambiental resultante;
- Estimular prestadores de serviços e fornecedores a estabelecer um SGA.

Os princípios de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) em organizações, de acordo com as normas ISO da série 14000⁸, são os seguintes:

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

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

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

⁸ ABNT. NBR ISO 14004: Sistemas de gestão ambiental – Diretrizes gerais sobre princípios, sistemas e técnicas de apoio. Rio de Janeiro: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS - ABNT, 1996.



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

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

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

A política de gestão ambiental privada, nos termos das normas ISO, portanto, tem como princípio escutar os setores da sociedade envolvidos, clientes, governo, fornecedores, trabalhadores, acionistas, vizinhos, etc, para criar um sistema de gestão dos aspectos ambientais de seus processos e produtos, melhorando-o continuamente.

A Gestão Ambiental do Turismo consiste em planejar, desenvolver e executar projetos que visam à preservação do meio ambiente natural e cultural, estudando o funcionamento do meio ambiente e suas relações com o ser humano frente ao desenvolvimento do turismo.

Para tanto, se faz necessário avaliar o impacto do turismo sobre o meio ambiente natural e cultural, considerando o potencial turístico existente, encontrando desta forma soluções que visem estimular a preservação ambiental e o turismo sustentável da atividade.

Tarefas a serem desenvolvidas:

- Planejar, desenvolver e executar projetos que visam à preservação do meio ambiente, prevenindo, reduzindo ou eliminando a poluição das águas e a deterioração das matas e do solo;
- Planejar a forma com que o empreendimento ou região se desenvolve, visando conciliar o crescimento do turismo com a preservação ambiental;



- Elaborar estratégias para minimizar o impacto causado pelo turismo;
- Planejamento ambiental, na exploração dos recursos naturais de forma sustentável. Plano de recuperação e manejo de áreas degradadas;
- Educação Ambiental: planejar programas para a conscientização da população sobre a importância de preservar o meio ambiente;
- Elaborar programas de reciclagem de materiais e de educação ambiental;
- Desenvolvimento de projetos de exploração de recursos naturais, empregando métodos e técnicas não poluentes. Desenvolver políticas de tratamento de efluentes e dejetos, com o devido controle e adoção de normas de proteção ambiental e de tecnologias limpas;
- Elaborar programas de recuperação de solo degradados;
- Elaborar programas de compostagem e tratamento de lixo;
- Buscar soluções para drenar águas das chuvas;
- Certificações de acordo com a norma ISO 14001.



4.3. COMUNICAÇÃO

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

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

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

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

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



Tabela 33 - Critérios de Avaliação Comunicacional (Parte I)

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



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

Fonte: Urbatec, 2017.



Tabela 34 - Critérios de Avaliação Comunicacional (Parte II)

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



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

Fonte: Urbatec, 2017.



4.3.1. Análise da Comunicação Institucional de Praia Grande

A partir das tabelas 29 e 30, de diagnóstico da comunicação turística do município, é possível analisar como a cidade de Praia Grande se vende ao potencial visitante. Cada segmento foi analisado a partir das visitas em campo durante o Inventário de Oferta Turística e contou ainda com o fornecimento de informações por parte da Prefeitura Municipal de Praia Grande.

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

Tabela 35 - Avaliação da Comunicação Institucional de Praia Grande

Objeto Avaliado	Avaliação	Descritivo
Sinalização Turística	Bom	Há placas interpretativas ou painéis, placas em dois idiomas. Encontram-se em bom estado de conservação (estão legíveis e com a pintura) e seguem a padronização do Ministério do Turismo.
Marca Padronizada	Bom	O slogan possui identificação direta com o município, a identificação direta da marca com o município e o uso das cores no mobiliário urbano (lixeiras, pontos de ônibus...).
Material Promocional Institucional	Bom	Há material promocional digital e impresso, como: folders informativos, panfletos, mala direta, folhetos, dentre outros materiais.
Material Informativo Turístico	Ruim	Há material informativo turístico impresso, como: folhetos informativos.
Canais de Divulgação e Promoção	Bom	Há website, Fanpage no Facebook, Canal no YouTube, Instagram, dentre outros meios de comunicação online atualizados. Além de divulgação em revistas, jornais, canais de tv, websites e rádio.
Atendimento ao Turista	Regular	Há Centro de Informações Turísticas e Posto de Informações Turísticas (CITM e PIT) em funcionamento - em dias úteis e finais de semana, além de materiais promocionais e informativos



		turísticos.
Vídeo Institucional	Bom	Há vídeos institucionais apresentando os aspectos históricos e culturais do município, bem como seus principais atrativos turísticos, além de informações de apoio ao turista.
Aplicativo Turístico (guia)	Inexistente	Não há aplicativo turístico (guia).
Pesquisa de Fluxo Turístico	Regular	Há pesquisas de fluxo turístico de 18 em 18 meses.
Pesquisa de Demanda Turística	Ótimo	Há pesquisas de demanda turística de 12 em 12 meses e durante eventos ocorridos no município.
Participação em Eventos e Feiras	Regular	Há a participação ao menos 3x ao ano em feiras e eventos ligados ao turismo.

Fonte: Urbatec, 2018

Desta forma é possível identificar que há a exploração comercial do município como um destino turístico, todavia faltam materiais e estratégias de divulgação a fim de atrair o visitante ao município. Sendo que diversas práticas atuais e de grande efetividade de promoção turística e atração de visitantes não são utilizadas pelo turismo em Praia Grande.

Por fim, no capítulo 5 deste volume serão sistematizadas as problemáticas da área referente a comunicação do turismo na cidade de Praia Grande com o intuito de promover de forma consciente a promoção do turismo local.

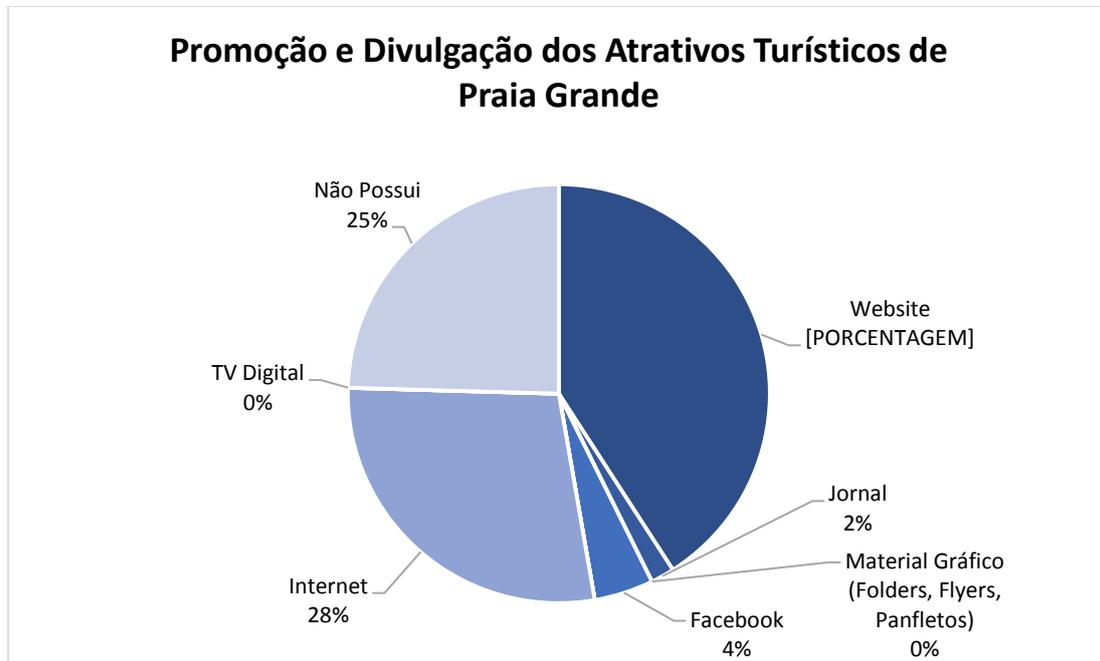
4.3.2. Análise da Comunicação dos Atrativos de Praia Grande

De acordo com o Inventário da Oferta Turística, Praia Grande possui 52 atrativos turísticos em 5 segmentos distintos, entre eles Naturais, de Ecoturismo, Culturais, Religiosos e de Pesca, sendo que a grande maioria já recebe grande fluxo de visitação e estão aptos para auxiliarem no processo de desenvolvimento turístico municipal.

Analisando a promoção e divulgação destes atrativos foi possível identificar que dos 52 Atrativos Turísticos inventariados, 25 possuem um ou mais canais de comunicação com o público-alvo/clientes e os principais meios

de comunicação utilizados por esses atrativos podem ser observados no gráfico abaixo:

Gráfico 6 - Promoção e Divulgação - Atrativos Turísticos



Fonte: Urbatec, 2018

O website se destacou como o meio de comunicação direta com potenciais clientes mais utilizado pelos atrativos turísticos de Praia Grande, representando 41% das estratégias de autopromoção dos atrativos.

A internet é o segundo meio de comunicação mais utilizado pelos atrativos turísticos de Praia Grande, representando 28% das estratégias de autopromoção dos atrativos.

O Facebook representa 4% da promoção turística dos atrativos de Praia Grande, enquanto o Jornal representa 2%.

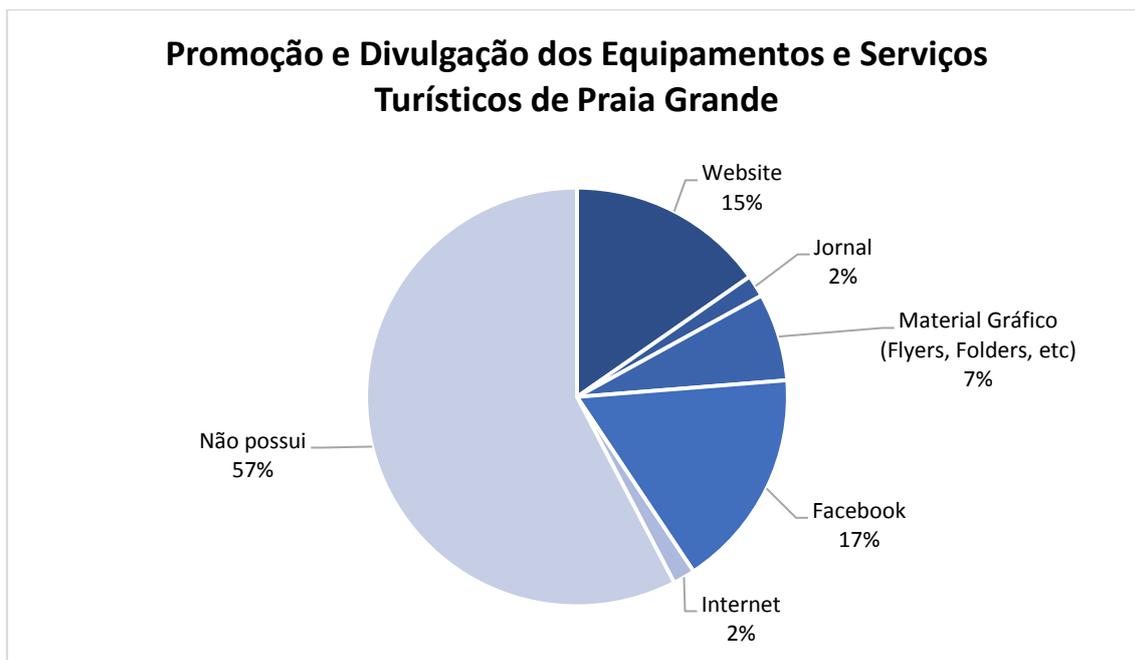
Os itens como Material Gráfico (folders, flyers, panfletos), TV, Revista e Rádio não atingiram níveis suficientes para representar uma parcela das estratégias de promoção e divulgação dos atrativos turísticos de Praia Grande. Enquanto os atrativos que não se utilizam de nenhum meio de promoção representam 25%.

Diante das informações expostas acima, a avaliação da promoção e divulgação dos atrativos de Praia Grande é regular.

4.3.3. Análise da Comunicação do Trade Turístico de Praia Grande

Praia Grande possui 49 equipamentos e serviços turísticos, sendo 3 equipamentos de eventos, 37 equipamentos de lazer e 9 serviços turísticos. Destes 15 possuem um ou mais canais de comunicação com o público-alvo/clientes e os principais meios de comunicação utilizados por este segmento do Trade Turístico podem ser observados no gráfico abaixo:

Gráfico 7 - Promoção e Divulgação - Equipamentos e Serviços Turísticos



Fonte: Urbatec, 2018

O Website e o Facebook foram os canais de comunicação que mais se destacaram, sendo responsáveis, juntos, por 32% das estratégias de divulgação dos Equipamentos e Serviços Turísticos.

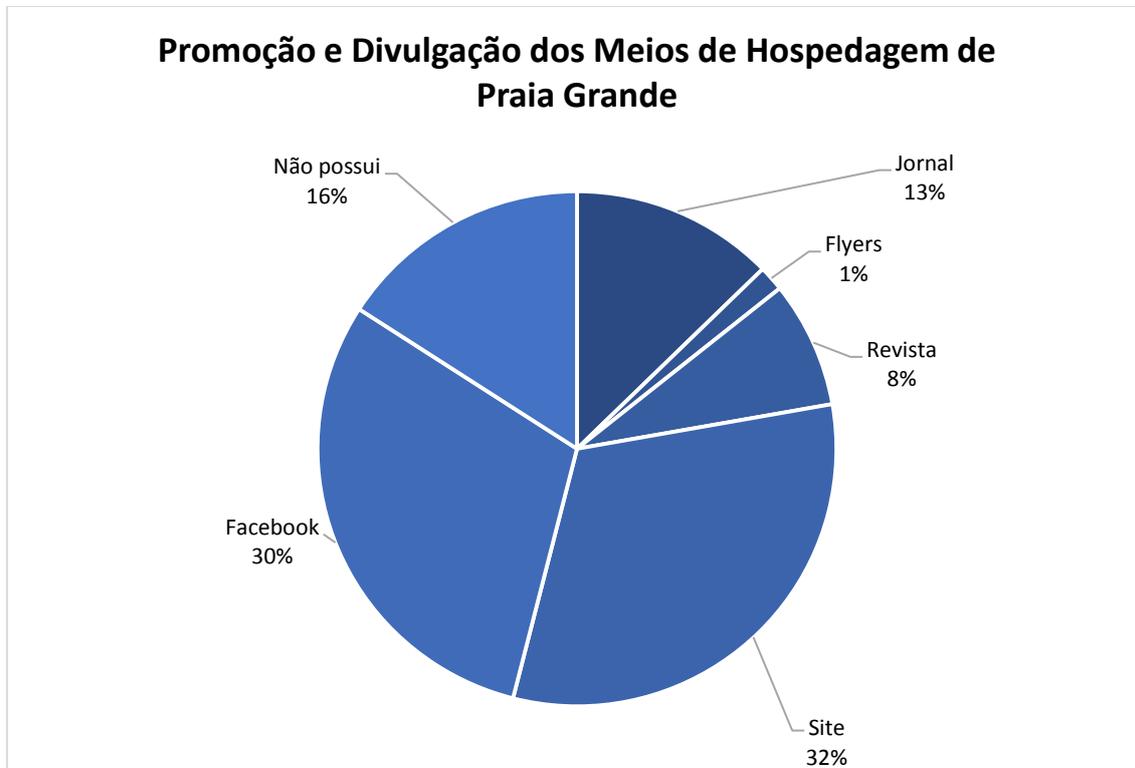
Os Materiais Gráficos como panfletos, flyers, folders, cartazes, cavaletes entre outros, aparecem como responsáveis por 7% das estratégias de divulgação.

Por fim também é possível ver outras estratégias de divulgação dos atrativos como Internet (2%) e Jornal (2%). Sendo que os Equipamentos e Serviços Turísticos que não possuem estratégias de divulgação, possuem a maior porcentagem (57%).

Quanto aos Meios de Hospedagem foram inventariados 43 estabelecimentos, entre eles, pousadas, hotéis e colônias de férias. A maioria dos estabelecimentos inventariados possuem meios de comunicação direta

com o público-alvo/clientes, sendo que apenas 10 estabelecimentos não possuem nenhuma estratégia de divulgação, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 8 - Promoção e Divulgação - Meios de Hospedagem



Fonte: Urbatec, 2018

De acordo com o gráfico, os Meios de Hospedagem, em sua maioria, investem na comunicação e divulgação do seu estabelecimento, sendo que dos 43 estabelecimentos, apenas 16% não possui nenhuma estratégia de divulgação.

O meio de comunicação mais utilizado é o Website (32%), seguido pelo Facebook (30%) e Jornal (13%).

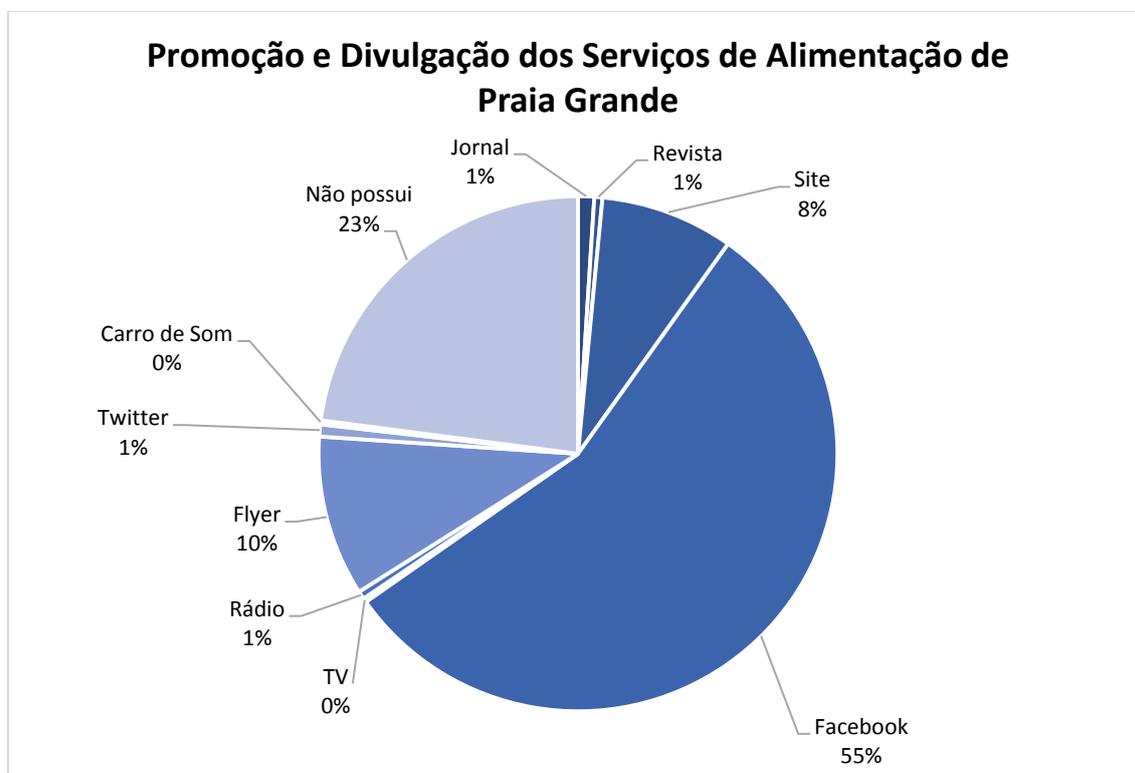
Ainda as Revistas (8%) e os Flyers (1%) são estratégias de divulgação dos Meios de Hospedagem de Praia Grande.

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

Quanto aos serviços de alimentação, foram inventariados 397 estabelecimentos, entre eles, restaurantes, bares, cafés, lanchonetes, casas de chá, confeitarias, sorveterias, padarias, cantinas, quiosques, barracas. A

maioria dos estabelecimentos inventariados possuem meios de comunicação direta com o público-alvo/clientes, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 9 - Promoção e Divulgação - Serviços de Alimentação



Fonte: Urbatec, 2018.

De acordo com o gráfico, os estabelecimentos gastronômicos de Praia Grande, em sua maioria, investem na comunicação e divulgação do seu estabelecimento, sendo que dos 397 estabelecimentos, 23% não possui nenhuma estratégia de divulgação.

O meio de comunicação mais utilizado é o Facebook (55%), sendo 220 o número de estabelecimentos que utilizam deste método para divulgação dos seus serviços.

Em sequência, os Materiais Gráficos tais como folders, panfletos, flyers, entre outros, é o canal de comunicação que 10% dos estabelecimentos mantém de contato com o seu público alvo/clientes. O Website também aparece representando 8% das estratégias de divulgação e comunicação com clientes dos Serviços de Alimentação de Praia Grande.

E outros meios de divulgação também são utilizados como: Jornal (9%), Revista (1%), Twitter (1%), Rádio (1%), Carro de Som (0,3%) e TV (0,3%).



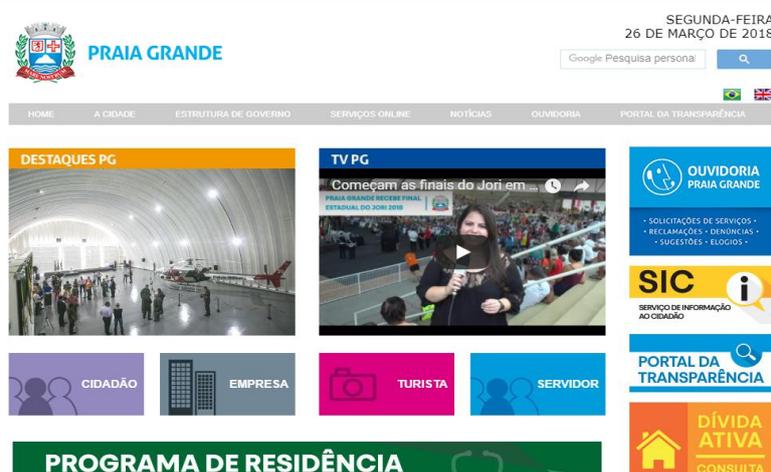
Outro ponto importante a ser destacado é a maioria dos estabelecimentos gastronômicos listados acima não divulgam o município de Praia Grande e seus atrativos turísticos, portanto, os canais de comunicação e divulgação utilizados por eles se referem apenas à divulgação de seus produtos/serviços oferecidos.

Diante das informações expostas acima, a avaliação da promoção e divulgação do trade de Praia Grande é boa.

4.3.4. Análise de Presença na Internet

O site de buscas Google apresenta aproximadamente 1.990.000 resultados para a pesquisa “Praia Grande SP”. O website da Prefeitura Municipal, www.praiagrande.sp.gov.br/, aparece em 1º lugar nessa busca. O mesmo possui um botão de redirecionamento “Turista” o qual encaminha o internauta até uma página com notícias sobre a programação cultural da cidade, galeria de fotos, pontos turísticos, informações úteis, ouvidoria e outras facilidades ao turista que pretende ir ao município.

Figura 16 - Website da Prefeitura Municipal de Praia Grande



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



Figura 17 - Aba Turista - Website da Prefeitura Municipal de Praia Grande



Fonte: <http://www.praia grande.sp.gov.br/>

Ainda na primeira página é possível encontrar o destino nos sites, https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g1172381-Activities-Praia_Grande_State_of_Sao_Paulo.html e <http://www.praias.com.br/estado-sao-paulo/praias-de-praia-grande.html>, além de notícias sobre o destino, com ou sem relação com a atividade turística. Na segunda página já começam a aparecer links de sites de reserva de hotéis, como trivago, booking, inspirock, casaferias, tripadvisor, e também com outras informações relativas ao município, como sites de busca de ônibus, traslado, imóveis à venda, universidades e outras informações. Apenas a partir da 5ª página que começam a aparecer os websites particulares dos estabelecimentos relacionados à atividade turística de Praia Grande, como o Litoral Plaza Shopping, Fatec, etc.

Se na busca do Google acrescentarmos a palavra Turismo, ou seja, “Praia Grande SP Turismo”, o próprio site já nos mostra uma relação das principais atrações, seguido pelo site “Guia do Turismo Brasil”.

Figura 18 - Pesquisa Google Praia Grande SP Turismo

Praia Grande / Principais atrações

Praia do Gonzaga
Praia

Ponte Pênsil de São Vicente

Praia do José Menino
Praia e surfe

Portinho De Praia Grande-SP
Canoagem e pesca

Mais atrações de Praia Grande

Prefeitura de Praia Grande
www.praia grande.sp.gov.br/turismo_n/pontos_turisticos.asp
Situada na orla da praia do bairro Canto do Forte, a Boutique do Peixe é o principal ponto de comércio de pescado fresco de Praia Grande. Os peixes vendidos no local são pescados pela manhã e levados direto para os 16 boxes. É totalmente proibido outro tipo de comercialização a não ser a da pescaria artesanal.

Prefeitura de Praia Grande

Praia Grande
Município em São Paulo

Praia Grande é um município na Região Metropolitana da Baixada Santista, estado de São Paulo, Brasil. A estimativa da população, de acordo com a revisão censitária do IBGE para 2016 era de 304 705 habitantes. [Wikipédia](#)

Área: 147,1 km²
Elevação: 3 m
Tempo: 29 °C, vento O a 13 km/h, umidade de 69%
Hora local: segunda-feira, 12:32
Universidade: Faculdade do Litoral Sul Paulista

Itens também pesquisados [Ver mais 10](#)

Fonte: Urbatec, 2018

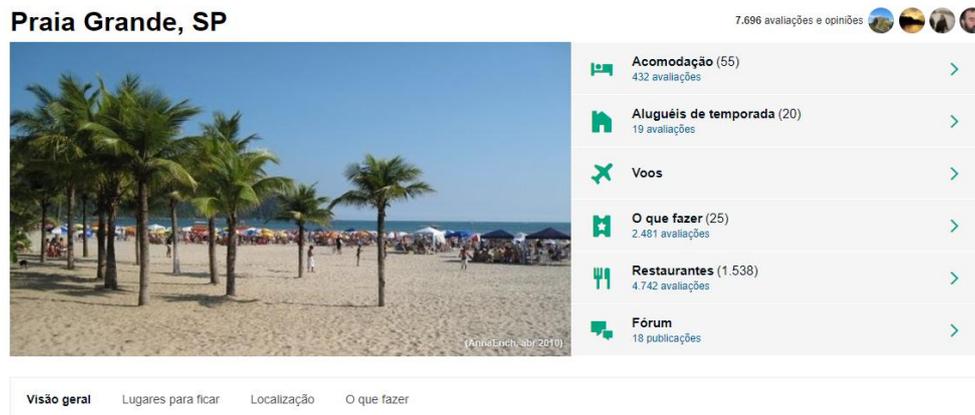
Ainda na 1ª página de busca, aparecem sites com os seguintes títulos: “2018: O que fazer em Praia Grande – Os 10 melhores pontos turísticos”, “.:PONTOS TURÍSTICOS DE PRAIA GRANDE – Litoral de São Paulo”, “5 coisas para fazer em Praia Grande (SP) >> Sernaiotto”, “Os principais pontos turísticos de Praia Grande SP”, “Praia Grande – Guia de viagem, dicas e onde ficar | Férias Brasil”, “O que fazer em Praia Grande – SP – Viagens e Caminhos”, “10 passeios que você não pode deixar de fazer na Baixada Santista”, “Turismo em Praia Grande | AlugueTemporada”.

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

Dada a relevância e alcance do site, o Trip Advisor se configura em uma importante fonte de informação a ser monitorada por gestores de destinos e de equipamentos turísticos. Algumas informações importantes sobre o destino no Trip Advisor⁹.

⁹ Pesquisa realizada em agosto de 2017.

Figura 19 - Pesquisa Trip Advisor - Praia Grande SP



Fonte: https://www.tripadvisor.com.br/Tourism-g1172381-Praia_Grande_State_of_Sao_Paulo-Vacations.html

É possível visualizar que 7.692 visitantes fizeram uma avaliação sobre Praia Grande, SP. O Item acomodações conta com 55 estabelecimentos e 432 avaliações, o Item Aluguéis de Temporada conta com 20 itens e 19 avaliações, o Item Voos não conta com itens e nem avaliações, o Item o que fazer conta com 25 itens e 2.481 avaliações e o Item Restaurantes conta com 1.538 itens e 4.742 avaliações.

Figura 20 - Recorte das avaliações no site Trip Advisor



Fonte: https://www.tripadvisor.com.br/Tourism-g1172381-Praia_Grande_State_of_Sao_Paulo-Vacations.html



Em relação a acomodações no site Trip Advisor, o município de Praia Grande conta com 55 estabelecimentos e foram feitas 432 avaliações de usuários. Há opções de Hotéis, Pousadas e Hotéis Especializados.

Dos 55 estabelecimentos cadastrados, apenas 31 possuem avaliações de usuários, sendo a média da pontuação dos Meios de Hospedagem de Praia Grande de 3,5. Para esse cálculo, é feita uma média aritmética simples, composta pela soma das notas atribuídas aos hotéis avaliados, dividindo pelo número de hotéis.

O item Aluguéis de Temporada conta com 20 estabelecimentos, tendo 19 avaliações de usuários. Há opções das mais variadas, casas e apartamentos, vista mar ou em bairros afastados, preços altos ou econômicos, para casais e famílias.

Dos 20 estabelecimentos, apenas 6 possuem avaliações de usuários, sendo a média da pontuação dos Aluguéis de Temporada de Praia Grande de 4,58. Da mesma maneira que o cálculo da média de pontuação dos meios de hospedagem, foi feita uma média aritmética simples, considerando apenas aqueles estabelecimentos que receberam alguma avaliação.

O item "O que fazer" conta com 25 atividades, tendo 2.481 avaliações de usuários. Sendo divididas nas seguintes categorias: 14 "Atividades ao ar livre", 13 "Natureza e parques", 3 "Pontos turísticos e de interesse", 1 "Compras", 3 "Diversão e Jogos", 1 "Museu", 1 "Diversão Noturna", 1 "Excursões" e 1 "Passeios de barco e esportes aquáticos".

Das 25 atividades, 16 delas possuem avaliações de usuários, sendo a média da pontuação do item "O que fazer" de Praia Grande de 4,2. Da mesma maneira que o cálculo da média de pontuação dos meios de hospedagem, foi feita uma média aritmética simples, considerando apenas aquelas atividades que receberam alguma avaliação.

Já o item restaurantes conta com 1.538 estabelecimentos cadastrados e foram feitas 4.742 avaliações de usuários. Há opções de restaurantes de culinárias especializadas, como a italiana, japonesa, pizzarias, além de restaurantes variados, lanchonetes, casas de suco, hamburguerias, choperias, esfiharias, sorveterias, pastelarias e bares.



Dos 1.538 estabelecimentos cadastrados, apenas 434 possuem avaliações de usuários, sendo a média da pontuação dos serviços de alimentação de Praia Grande de 4,0. Da mesma maneira que o cálculo da média de pontuação dos meios de hospedagem, foi feita uma média aritmética simples, considerando apenas aqueles restaurantes que receberam alguma avaliação.

Booking.com é o líder mundial em reservas online de acomodações. Diariamente, de acordo com o próprio site, mais de 900.000 diárias são reservadas pelo local. O site e os aplicativos da Booking.com atraem visitantes, sejam eles com motivação de lazer ou negócios, no mundo todo. A Booking.com está disponível em mais de 40 idiomas e possui 802.167 propriedades ativas em 221 países e territórios. Além de oferecer a reserva, o site também é colaborativo: os usuários avaliam os estabelecimentos e atribuem notas, podendo também deixar comentários e recomendações aos internautas.

A cidade de Praia Grande possui 44 estabelecimentos cadastrados no booking.com, e conta com 1.865 avaliações de usuários. Foram identificados Apartamentos para Aluguel, Hotéis, Pousadas, Casas de Temporada, Albergues, Motéis, Bed&Breakfast, Resorts, Hostel, entre outros.

Dos 44 estabelecimentos, 33 destes possuem avaliações de usuários, sendo a média da pontuação dos meios de hospedagens de Praia Grande de 8,6.

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

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

A Prefeitura de Praia Grande alimenta com conteúdo uma página no Facebook, com 217.948 seguidores, onde são divulgadas informações gerais sobre ações da Prefeitura ou assuntos de interesse do município:



Figura 21 - Página do Facebook da Prefeitura Municipal de Praia Grande



Fonte: <https://www.facebook.com/prefeiturapg/>

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

Por ser uma Estância, o município de Praia Grande possui espaço para divulgação de seus atrativos, eventos e trade turístico no site da APRECESP (Associação das Prefeituras das Cidades Estâncias do Estado de São Paulo), todavia é necessária a constante atualização do mesmo e o envio de materiais para quem alimenta este canal com conteúdo.

Figura 22 - Site APRECESP - Praia Grande



Fonte: <http://aprecesp.com.br/praiagrande>

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

Tabela 36 - Sites de Interesse Turístico

Tipo	Endereço	Descrição
Reservas Online	www.decolar.com	Site de reservas online, onde é possível comprar passagens aéreas, hotéis, pacotes de viagem, cruzeiros e aluguel de carro
	www.hotelurbano.com	Site de reservas de hotéis, pacotes fechados e cruzeiros
Informações sobre destinos turísticos	www.turismoemsaopaulo.com	Site da Secretaria de Estado de Turismo de São Paulo, com informações sobre os destinos do estado
	viajaequi.abril.com.br/guia4rodas	Guia turístico de referência nacional
Redes Sociais	www.instagram.com	Rede social exclusiva para postagem de fotos
	www.twitter.com	Rede social e servidor para microblogging, que permite aos usuários enviar e receber



		atualizações pessoais de outros contatos, em textos de até 140 caracteres, conhecidos como tweets
--	--	---

Fonte: Urbatec, 2018.

Ao verificar o posicionamento de Praia Grande na internet, a partir dos principais sites ligados ao turismo e redes sociais, percebeu-se que a cidade ainda tem uma participação bastante tímida quando se trata de ações de promoções próprias, mas que possui uma alta relevância para a atividade turística, e tem presença garantida nos principais sites de viagens disponíveis nas redes.

Nota-se que o destino possui uma boa presença promocional turística na internet: além do site da Prefeitura, foram identificadas páginas de terceiros, e sites de promoção e avaliação de viagens que contém informações sobre atrativos turísticos, bem como atividades que podem ser desenvolvidas no destino; há ferramentas de divulgação e/ou promoção de eventos e/ou atividades culturais no destino; entretanto não há perfis em redes sociais voltadas para estimular ou despertar o interesse do viajante;

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

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



4.4. INFRAESTRUTURA URBANA E TURÍSTICA

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

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

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

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

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

Nesta etapa do trabalho são realizadas as análises da infraestrutura dos atrativos mapeados e do acesso aos mesmos. Além de sintetizar as facilidades



urbanas em relação a infraestrutura turística como sinalização turística e centros de informações destinados ao atendimento para o visitante.

4.4.1. Problemáticas na Infraestrutura dos Atrativos Turísticos

Segundo o SEBRAE (2016, p.7),

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

A partir da hierarquização dos atrativos da cidade de Praia Grande é possível destacar, a partir da potencialidade de atração e representatividade ao município, a Paróquia Nossa Senhora das Graças, a Igreja São Pedro Apóstolo, o Monumento de Netuno, a Estátua de Iemanjá, o Espaço de Lazer Ézio Dall'Acqua, a Feira de Artesanato e Gastronomia Guilhermina, a Feira de Artesanato e Gastronomia Solemar, a Feira de Artesanato e Gastronomia Ocian, a Feira de Artesanato e Gastronomia Caiçara, a Fortaleza de Itaipu, o Forte Duque de Caxias, o Complexo Cultural Palácio das Artes, a Praia do Canto do Forte, a Praia do Boqueirão, a Praia da Ocian, a Praia Mirim e a Praia do Caiçara como os principais atrativos turísticos do município.

Todavia, é necessário analisar a infraestrutura de todos os atrativos turísticos mapeados no processo de Inventariação da Oferta Turística para que, de fato, sejam traçadas estratégias de desenvolvimento turístico municipal. Desta forma o planejamento turístico colabora não só para que a localidade tenha potencial de atração, mas que também complemente a oferta turística com uma variedade de opções de atividades e facilidades, aumentando o período de permanência do turista.

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



A análise dos atrativos representa a condição atual de sua própria infraestrutura e do espaço circundante onde está inserido, para esta avaliação são atribuídos níveis de 00 a 03. Desta forma, na avaliação de estado de conservação da paisagem o nível 00 representa estado de conservação péssimo, 01 estado de conservação regular, 02 bom estado de conservação e 03 ótimo estado de conservação. Em relação à Infraestrutura o nível 00 representa infraestrutura inexistente, 01 existente porém em estado precário, 02 existente, mas necessitando de intervenções/melhorias e 03 existente e em ótimas condições.

Tabela 37 - Recorte da Hierarquização - Infraestrutura dos atrativos

Atrativo	Estado de conservação da paisagem circundante	Infraestrutura
Paróquia Nossa Senhora das Graças	03	03
Igreja São Pedro Apóstolo	03	03
Monumento de Netuno	03	03
Estátua de Iemanjá	03	03
Espaço de Lazer Ézio Dall'Acqua	03	03
Feira de Artesanato e Gastronomia Guilhermina	02	03
Feira de Artesanato e Gastronomia Solemar	02	03
Feira de Artesanato e Gastronomia Ocian	02	03
Feira de Artesanato e Gastronomia Caiçara	02	03
Fortaleza de Itaipu	03	03
Forte Duque de Caxias	03	03
Complexo Cultural Palácio Das Artes	03	03
Praia do Canto do Forte	03	03
Praia do Boqueirão	03	03
Praia da Ocian	03	03
Praia Mirim	03	03
Praia do Caiçara	03	03
Praia do Solemar	03	03
Praia da Aviação	03	03
Praia da Tupi	03	03
Monumento Santo Antônio	03	03
Igreja Universal	03	03
Pavilhão de Eventos Jair Rodrigues	03	03



Capela Santa Matilde	03	02
Capela Santo Antônio	02	03
Praça da Paz	03	03
Litoral Plaza Shopping	02	02
Ocian Praia Clube	03	03
Praça Dr. Roberto Andraus	02	02
Praça Duque de Caxias	03	02
Pista de Atletismo	03	03
Centro Poliesportivo e Cultural Leopoldo E. Vanderlinde	03	03
Cinesystem	03	03
Praça Portugal	02	02
Praça Nossa Senhora de Fátima	03	03
Parque Estadual Xixová-Japuí	02	02
Museu Ambiental	03	03
Monumento Dr. Roberto Andraus	03	03
Paróquia Santo Antônio	02	02
Bolicho Litoral Plaza Shopping	02	02
Parks & Games	02	02
Kidahora Recreação Infantil Monitorada	02	02
Praça do Avião	02	02
Praça São Pedro	02	02
Praça Carlos Gomes	02	02
Trilha do Curtume	03	02
Trilha do Surfista	03	02
Lar Espírita Paz e Amor	03	02
Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias	02	03
Kartódromo	02	02
Praça dos Emancipadores	03	02
Pista de Skate – Sandro Dias “Mineirinho”	03	02
Praça Lions	02	01
Praça Jornalista Geraldo Ferraz	02	02
Praça Manoel Galdino da Costa (Praça do Jacaré)	01	02
Capela São Judas Tadeu	02	02
Capela São Francisco de Assis e de Santo Expedito	02	02
Capela São João Batista	02	02
Igreja Nossa Senhora Auxiliadora	02	02
Igreja Nossa Senhora de Fátima	02	02



Clube de Praia São Paulo	02	02
Pista de Skate Aviação	02	02
Pista de Motocross	02	02
Pista de Skate Ocian	02	02
Orquidário	02	02
Praça Rotatória Parceria	03	02
Rotatória A Tribuna	03	02
Praça Doutor Waldyr Cipriani	02	02
Praça Tufi Nami	02	02
Praça Luis de Camões	02	02
Praça da Integração dos Bairros Jucelino dos Santos	02	02
Praça Eduardo Dias Coelho	02	02
Praça Aviadora Marcia Aliberti Mamana	02	02
Praça Celeste Cardoso Ferreira Morgado	02	02
Capela Nossa Senhora da Guia	02	02
Praça Padre José de Anchieta	02	02
Espaço Kalah	02	02
Praça da Bíblia	01	01

Fonte: Urbatec, 2018

De maneira geral é possível afirmar que a gama de atrativos de Praia Grande é bem estruturada, o estado de conservação da paisagem circundante é bom ou ótimo na maioria dos casos e existem poucos atrativos sem infraestrutura básica ao desenvolvimento de atividades, sendo que a grande maioria dos itens inventariados apresentaram boa ou ótima infraestrutura. Entretanto são necessárias algumas adaptações com vistas a favorecer ainda mais o desenvolvimento da atividade turística, principalmente no que condiz aos turistas PNE (Portadores de Necessidades Especiais). Ainda é notável que a manutenção é obrigatória em todos os itens aqui listados, visto que a manutenção é fundamental para a atratividade de um recurso turístico.

A Praça Lions, a Praça Manoel Galdino da Costa (Praça do Jacaré) e a Praça da Bíblia foram os únicos itens que apresentaram um péssimo estado de conservação ou infraestrutura inexistente, ou precária. Desta forma, apesar destes pontos não serem de prioridade 1 de atuação e intervenção com o intuito de se desenvolver a atividade turística, devem ser levados em consideração a reforma, revitalização e manutenção destes espaços.



4.4.2. Problemáticas na Infraestrutura Turística Geral

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

De acordo com Beni (1998, p.123) a medida que aumenta o fluxo de pessoas em uma cidade ou região, são necessárias ampliações dos investimentos nos serviços de infraestrutura, luz, calçamento, aeroportos e rodovias. A infraestrutura pode ser dividida em infraestrutura geral e específica, sendo que a infraestrutura geral é a que “consiste na rede viária e de transporte, no sistema de telecomunicações, de distribuição de energia, de água de captação de esgotos e outros.”, ela reúne condições para que haja habitabilidade e apoio aos equipamentos e serviços turísticos, deste modo atinge tanto a comunidade quanto aos visitantes. A infraestrutura específica é a que destina-se exclusivamente a exploração da atividade turística.

Quanto à Infraestrutura geral de Praia Grande, de acordo com as visitas técnicas realizadas durante o processo de Inventariação da Oferta Turística, é possível afirmar que é necessário desenvolver estratégias e rotas alternativas das vias públicas para evitar o trânsito em horários de pico nas avenidas principais da cidade. Para isto, a manutenção destas vias, além das vias principais faz-se necessária, em conjunto aos programas de embelezamento urbano, limpeza pública, poda de árvores e melhoria da iluminação pública. Ainda problemas quanto à canalização das águas pluviais resultam em enchentes que podem vir a ser problemas ao desenvolvimento turístico e à impressão do visitante.

Os espaços de interesse turístico e as principais vias de tráfego no município necessitam de adaptações para pessoas PNE (Portadoras de Necessidades Especiais), em todos os aspectos, Socorro por exemplo, atrai turistas de vários locais do mundo, devido à sua capacidade de atender este



tipo específico de turista e integrá-los ao ambiente e ao município com diversas adaptações para pessoas com mobilidade reduzida, problemas de cognição, audição e visão.

Quanto à infraestrutura turística foi detectado que necessita de uma política de ampliação, sendo voltada a sinalização urbana e turística que ainda não tem capacidade de direcionar o visitante pelo município, ou até, em alguns dos casos, identificar os locais quando próximo a eles. A ausência de totens informativos sobre os atrativos turísticos também impactam negativamente a compreensão do visitante, sendo que em alguns pontos pode passar despercebido por estes. Ainda a falta de pórtico nas entradas do município podem ser um ponto importante na atração do visitante. De acordo com as oficinas públicas de diagnóstico, ficou evidenciado a necessidade de PIT's (Pontos de Informação Turística) nestes pórticos, afim de se distribuir materiais de divulgação e prestar informações sobre a cidade, sua infraestrutura e atrativos. Por fim, a revitalização e reestruturação dos terminais rodoviários se fazem necessárias.

Desta forma, é visível que por conta do alto desenvolvimento turístico municipal, as interferências urbanas e adequações necessárias ao município devem ser tratadas como prioridade. Todavia destaca-se aqui os benefícios gerados com essas intervenções e melhorias, tendo em vista o impacto que gera não só no desenvolvimento turístico municipal, mas também na qualidade de vida populacional e na capacidade de atrair investimentos para Praia Grande.



CAPÍTULO 5 – SISTEMATIZAÇÃO DAS PROBLEMÁTICAS

A partir do Diagnóstico da Oferta Turística do Município de Praia Grande realizado neste volume do Plano Diretor de Turismo, é possível sistematizar neste capítulo as problemáticas ao desenvolvimento turístico municipal identificadas.

A Sistematização das problemáticas tem o intuito de organizar e setorizar as debilidades que o turismo de Praia Grande apresenta atualmente, de forma a auxiliar no desenvolvimento das próximas etapas do planejamento turístico município. Sendo possível delimitar ações específicas de desenvolvimento turístico e priorizá-las de acordo com a participação da comunidade em oficina pública.

Desta forma temos a seguinte sistematização:

Tabela 38 - Sistematização das problemáticas ao desenvolvimento turístico de Praia Grande

Sistematização das problemáticas ao desenvolvimento turístico de Praia Grande- SP	
Eixo	Problemáticas
Oferta Turística	1 – Falta de Roteiros e Rotas Turísticas segmentadas ou inclusivas: Rota Turística Histórico-Cultural, Gastronômica, Pedagógico, Eco turística, Religiosa, etc; 2 – Falta de integração entre os Atrativos Turísticos e o Trade Turístico Municipal; 3 – Ausência de Receptivo Turístico e City Tour; 4 – Oferta regular de Guias Turísticos Municipais; 5 – Melhoria da capacitação para o atendimento ao turista; 6 – Ausência de programa de cadastramento junto ao Ministério do Turismo (CADASTUR); 7 – Alguns dos principais Eventos e Manifestações Culturais da cidade não fazem parte do calendário oficial de turismo do Estado de São Paulo;
Infraestrutura dos Atrativos	12 – Adaptações para pessoas com mobilidade reduzida na maioria dos atrativos turísticos do município. 13 – Revitalização e manutenção na Praça Lions; 14 – Revitalização e manutenção na Praça Manoel Galdino da Costa (Praça



	<p>do Jacaré); 15 – Revitalização e manutenção na Praça da Bíblia. 16 – Programa de manutenção urbana nos atrativos turísticos municipais;</p>
Infraestrutura Turística	<p>17 – Melhoria da sinalização turística; 18 – Ausência de totens informativos sobre os atrativos, com detalhamento das atividades desenvolvidas, histórico dos locais e informações sobre o espaço; 19 – Ausência de pórtico nas entradas da cidade; 20 – Manutenção das vias públicas, jardinagem, embelezamento e mobiliário urbano; 21 – Trânsito intenso nas principais vias do município, Criação de rotas alternativas; 22 – Melhoria do sistema de canalização de águas pluviais, sistema de prevenção à enchentes;</p>
Comunicação	<p>23 – Utilização da marca padronizada do turismo municipal; 24 – Insuficiência de material gráfico de promoção turística; 25 – Ausência de mapa turístico; 26 – Baixa presença nos canais de divulgação e promoção turística; 27 – Ausência de redes sociais de divulgação e promoção turística municipal; 28 – Ausência de vídeo institucional do turismo em geral de Praia Grande; 29 – Ausência de aplicativo (guia) turístico; 30 – Baixa participação em feiras e eventos de promoção turística; 31 – Baixa integração de divulgação entre o turismo institucional e o trade turístico;</p>
Meio Ambiente	<p>32 – Ausência de estudo de impacto ambiental da atividade turística em áreas naturais; 33 – Insuficiência de estudos para utilização das áreas de preservação em programas de turismo sustentável; 34 - Criação de mecanismos de monitoramento contínuo, especialmente para os aspectos hidrogeológicos e de uso e ocupação; 35 – Política de incentivo às atividades de lazer e turismo nas macrozonas de proteção ambiental;</p>



	36 – Insuficiência de programas de conscientização ambiental voltado à população e visitantes; 37 – Programa de obtenção de bandeira azul de balneabilidade da praia.
--	--

Fonte: Urbatec, 2018

A sistematização das problemáticas é uma importante ferramenta do planejamento turístico, visto sua capacidade de expor e organizar as dificuldades identificadas que a atividade turística terá para se desenvolver de maneira consciente e sustentável em determinada localidade.

Em Praia Grande a organização e sistematização das problemáticas que implicam diretamente ao desenvolvimento turístico municipal revelaram 37 situações que são adversas ao sucesso da atividade turística.

Todavia, como parte fundamental do processo de planejamento turístico estas problemáticas serão discutidas em conjunto aos órgãos gestores municipais do turismo, responsáveis pelo trade turístico municipal e população, a fim de desenvolver planos de ações estratégicos com a finalidade de sanar as problemáticas e priorizá-los de acordo com as necessidades.

Desta forma o próximo volume do Plano Diretor de Turismo de Praia Grande tem o intuito de apresentar o prognóstico e os programas, planos e ações, elaborados de maneira participativa, que devem ser seguidos para que a atividade turística venha a se tornar uma alternativa ao desenvolvimento econômico, social, cultural e ambiental de Praia Grande, afinando a relação entre população e município, conscientizando sobre a importância da atividade à geração de emprego e renda na localidade e por fim, visando a preservação do patrimônio histórico, cultural e natural, seja ele material ou imaterial.



REFERÊNCIAS

_____. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional: destinos indutores do desenvolvimento turístico regional – Relatório Brasil 2014.** Brasília – DF: Ministério do Turismo, 2014.

ALMEIDA, J. R. **Gestão Ambiental para o desenvolvimento sustentável.** Rio de Janeiro: Thex, 2012, 566 p.

ANDRADE, José Vicente. **Turismo: fundamentos e dimensões.** São Paulo: São Paulo: Editora Ática, 1998, 8ª ed.

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo.** 13ª ed. Campinas, SP: Papirus, 2003.

BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo.** 2.ed. São Paulo: Editora Senac, 1998.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo.** 9. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

BOULLÓN, Roberto C.. **Planejamento do espaço turístico.** Editora da Universidade do Sagrado Coração, 2002. Tradução: Josely Vianna.

BRASIL, Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo - **Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7 Roteirização Turística/** Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2007.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2003-2007.** Brasília: 2003.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo: Diretrizes.** Brasília, 2013.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado.** / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais.** Brasília: Ministério do Turismo, 2006

BRASIL, Ministério do Turismo; FGV, Fundação Getúlio Vargas. **Estudo de competitividade de produtos turísticos.** Brasília, DF: SEBRAE, 2011. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downl



oads_publicacoes/Estudo_de_Competitividade_de_Produtos_Turxsticos.pdf>
Acesso em junho de 2017.

BRASIL, Ministério do Turismo; UNICAMP. **Estudos da Competitividade do Turismo Brasileiro – Serviços de Hospedagem**. 2006. Disponível em: <https://www3.eco.unicamp.br/neit/images/stories/arquivos/SERVICOS_DE_HOSPEDAGEM.pdf> Acesso em agosto de 2017.

BRASIL, Ministério do Turismo; UNICAMP. **Estudos da Competitividade do Turismo Brasileiro – Serviços de Alimentação**. 2006. Disponível em: <https://www3.eco.unicamp.br/neit/images/stories/arquivos/SERVICOS_DE_ALIMENTACAO.pdf> Acesso em agosto de 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo: Programa de Regionalização do Turismo Diretrizes**. Brasília, 2013. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/images/programas_acoes_home/PROGRAMA_DE_REGIONALIZACAO_DO_TURISMO_-_DIRETRIZES.pdf> Acesso em agosto de 2017.

CASTRO, Regiane Campos; MENDONÇA, Arminda. **A importância dos recursos/atrativos naturais e artificiais**. Revista eletrônica Aboré. ed. 5 p. 04, 2010.

CHRISTIFOLETTI, A. **Geomorfologia**. São Paulo: Edgard Blücher, 1974.

CHRISTOFOLETTI, A. **Análise de Sistemas em Geografia: Introdução**. São Paulo: Hucitec, 1979.

CHRISTOFOLETTI, A. **Aplicabilidade do conhecimento geomorfológico nos projetos de planejamento**. In: GUERRA, A. J. T.; CUNHA, S. B. Geomorfologia: uma atualização de bases e conceitos. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. Cap. 11, p. 415-442.

CHRISTOFOLETTI, A. **Modelagem de Sistemas Ambientais**. São Paulo: Edgard Blücher, 1999.

CONCEIÇÃO, A. da. et all. **A importância do Sistema de Gestão Ambiental (SGA)**. Estudo de caso na empresa Grande Rio Honda em Palmas – Tocantins. Palmas – TO, 2011.

CORIOLOANO, L.N.M.T. Bases Conceituais do Desenvolvimento e do Ecoturismo. In **Turismo e Ambiente: Temas Emergentes**. Queiroz, O.T.M.M. São Paulo, 2006.

COSME, Carla Barbosa Batista. **Turismo Sustentável x Meio Ambiente – Uma Gestão Integrada**. Universidade Cândido Mendes. Rio de Janeiro, 2011.

CUNHA, S. B. (orgs.). **Geomorfologia e Meio Ambiente**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996. Cap. 6, p.291-336.



DALONSO, Yoná da Silva. **O Turismo Industrial como novo segmento turístico:** a experiência da cidade de Joinville. Disponível em: <<https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/103-turismo-industrial.pdf>> Acesso em agosto de 2017.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo:** Política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.

DORTA, Lurdes Oliveira. **Fundamentos em Técnicas de eventos [recurso eletrônico].** Porto Alegre: Bookman, 2015.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular.** Tradução de Maria de Lourdes Santos Machado. São Paulo: Perspectiva, 1973.

EMBRATUR. **Definição de Trade Turístico.** Disponível em: <<http://www.dadosfatos.turismo.gov.br/gloss%C3%A1rio-do-turismo/67-outros/gloss%C3%A1rio-do-turismo/901-t.html>> Acesso em agosto de 2017.

FARIAS, Mayara Ferreira de. **Turismo Religioso na Cidade da Santa:** a percepção da comunidade sobre a construção do Complexo Turístico e Religioso Alto de Santa Rita, Santa Cruz/RN. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2013.

FERREIRA, L. F.; COUTINHO, M. C. B. **Ecoturismo:** visitar para conservar e desenvolver a Amazônia. Brasília: MMA/SCA/Proecotur, 2002.

GOETTEMS, Arno Aloísio. **Problemas ambientais urbanos:** desafios e possibilidades para a escola pública. 2006. 221 f. Dissertação (Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo), São Paulo: FFLCH/USP, 2006.

HASUI, Y.; CARNEIRO, C.D.R.; COIMBRA, A.M. The Ribeira folded belt. **Revista Brasileira de Geociências**, v. 5, n. 4, p. 257-266, 1975.

IBAMA – INSTITUTO BRASILEIRO DO MEIO AMBIENTE E DOS RECURSOS NATURAIS RENOVÁVEIS. **Atlas de conservação da Natureza Brasileira:** Unidades Federais. São Paulo: Metalivros, 2004.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estado de São Paulo.** Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php?sigla=sp>> Acesso em maio de 2017.

IBGE. Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas Históricas do Brasil:** Séries Econômicas, Geográficas e Sociais de 1550 a 1988. Rio de Janeiro: IBGE, 1990.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo.** 2.ed. São Paulo: Editora Thompson, 2003.



Instituto Agronômico - IAC. Disponível em:
<http://www.iac.sp.gov.br/jndmirim/negowat/pdf/cab_geo.pdf>. Acessado em 09 de jul. 2017.

Mielke, E. J. C. & Nascimento, D. (2009, setembro). **Desarrollo Turístico Regional:** el diagnóstico estratégico participativo ponderado – DEPP, aplicaciones y retos a la planificación turística. Anais do VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, São Paulo, SP, 10-11

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Manual de Planejamento e Gestão Socioambiental.** Brasília. 2009, 86 p.

MMA/MTUR - Ministério do Meio Ambiente e Ministério do Turismo. Portaria Interministerial Nº 281 de 16 de setembro de 2008. **Institui o Grupo de Trabalho de Fomento ao Turismo com Sustentabilidade Ambiental.** Publicação no Diário Oficial da União edição Nº 180, 17 de setembro de 2008.

MMA/MTUR - Ministério do Meio Ambiente e Ministério do Turismo. Portaria Interministerial Nº 171 de 21 de maio de 2009. Institui Grupo de Trabalho Interministerial-GTI. Publicação no Diário Oficial da União edição Nº 96, 17 de maio de 2009.

NASCIMENTO, H.H & SILVA, V.P. **Turismo pós-moderno:** Dilemas e perspectivas para uma gestão sustentável. Holos, Ano 25, Vol. 3. 2009.

NÚCLEO DE PESQUISA EM QUALIDADE DE VIDA (NPQV). **Infraestrutura Urbana.** Departamento de Economia da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Disponível em:
http://www.mackenzie.br/fileadmin/Graduacao/CCSA/nucleos/NPQV/Relatorio_I EQV/infraestrutura.pdf. Acesso em: agosto/2017.

PEREIRA, A.R. SENTELHAS, P.R.; ANGELOCI, F.V. **Agrometeorologia: fundamentos e aplicações práticas.** Piracicaba: Agropecuária, 2002.

ROSS, J. L. S. **Ecogeografia do Brasil:** subsídios para planejamento ambiental. São Paulo: Oficina de Textos, 2006.

ROSS, J. L. S. **Geomorfologia:** ambiente e planejamento. São Paulo: Contexto, 1990.

ROSS, J. L. S.; MOROZ, I. C. **Mapa Geomorfológico do Estado de São Paulo.** São Paulo: FFLCH-USP/IPT/FAPESP, 1997.

RUIZ, J. A. **Metodologia científica:** guia prático para eficiência nos estudos. São Paulo: Atlas, 1979, p. 50-57.

SEADE, 2015. Disponível em: <http://www.imp.seade.gov.br/> Acesso em: junho de 2017.

SEADE. **Informações dos Municípios Paulistas.** Acesso em: junho de 2017.



SEADE. **Portal de Estatísticas do Estado de São Paulo**. Acesso em: junho de 2017.

SEBRAE. **Cadernos de Atrativos Turísticos: Entendendo o Atrativo Turístico**. São Paulo. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e6ab735ac11e71802d2e44cbce6d63f4/\\$File/SP_cadernodeatrativosturisticscompleto.16.pdf.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e6ab735ac11e71802d2e44cbce6d63f4/$File/SP_cadernodeatrativosturisticscompleto.16.pdf.pdf)> Acesso em agosto de 2017.

VALLS, Josep-Francesc. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Tradução: Cristiano Vasques e Liana Wang. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.



ANEXO 1

1ª OFICINA PARTICIPATIVA PLANO DIRETOR		
ENTIDADE	NOME	ASSINATURA
Associação Artesãos de Praia Grande	MARCO ANTONIO OLIVEIRA	
ASSOCIAÇÃO ARTESÃO DE PRAIA GRANDE	MARIA APARECIDA FERREIRA DOS SANTOS	
ASSOCIAÇÃO ARTESÃO DE PRAIA GRANDE	ROSANA VAULILI	
PREFEITURA DO MUNICÍPIO BALNEÁRIO DE P. GRANDE	Alm. Douglas de O. Maranhão	
SECTUR	Esmeraldo Vicente dos Santos	
SEPLAN	OSIE L. KOLLANDA	
SEPLAN	ANA CAROLINA MENIN	
Sodettra	Vanusa Christina A. de Almeida	
SETRANSP	CLAUDENIR BARROS CAPELLETO	
Setran	Leonardo Pinheiro Francisco	
FEIRARTE	RAED F. GRONER	
FEIRARTE	Carmen Amador	
FEIRARTE	Esmeraldo Vicente dos Santos	
FEIRARTE - PG	Yaila Garayza	
FEIRARTE Dir. Artesanato	Victor Garcia	
Vendiciana Julia Ramos Duarte	CIL	
SECTUR PG	VIRNA GOMES MEIRA	
SECTUR	Ana Beatriz Zanellato Versanellen	
Sociedade Amigo Jardim Luperon	Eladine Barreira	
AS MELHORAMENTOS VILARIA	MARCO AURELIO CASTRO	
SEB	DANIEL CRISTIAN PAGLIA	
Costa Sul Atlântica Convention Village	Alencar Nunes Afonso	
Sindicato met. São Paulo	Valinei Luiz G. Silva	
Secretaria de Esportes	Carolina Campos Alves	
AMAM - Assoc. Moradores	Deborah Lippi	
Monica Solange Rodrigues e Silva	SECTUR PG	
AMAM	OTAVIO MATOSO	
Sociedade melhoramentos Vila Solange	Magdalena	
Clube Imaculado do Sagrado	Magdalena	
Eleonora FERREIRA DA SILVA	Associação Apoio	



1ª OFICINA PARTICIPATIVA PLANO DIRETOR

ENTIDADE	NOME	ASSINATURA
Prefeitura P.G	José Augusto G. Lima	[Assinatura]
Município de Praia Grande	Anton Santos Mendes	[Assinatura]
" " " - SEURB	Alexander Veroi	[Assinatura]
Micropresidência	Paula Alexandra Pinto Nunes	[Assinatura]
Prefeitura P.G. Seduc	DANIEL DA SILVA ARAÚJO	[Assinatura]
Moisés Gomes SECTUR	Moisés Gomes	[Assinatura]
SECTUR, PEBPG	WELING SABATINI	[Assinatura]
Liviana Silva (Doc São João Food bike)	[Assinatura]	[Assinatura]
Jobival Figueiredo - FIGHT - MG E	Jobival Figueiredo	[Assinatura]
MARCONDE O. COELHO	ASSOC. SÍTIO COMB	[Assinatura]
Reciclado F das Santos	REGINALDO A. M. M. S. E	[Assinatura]
ASSOCIAÇÃO AMIGOS DO ANHANGUERA	GENIVALDO DOS REIS LIMA	[Assinatura]
Jeana Archyba das Santos	Victoria Gomes Meira	[Assinatura]
João da Silva	[Assinatura]	[Assinatura]
INSTITUTO DA CIDADANIA DE Praia Grande	Rubens Jr	[Assinatura]
INSTITUTO AEL	[Assinatura]	[Assinatura]
Rumbo Paul	Securano Day, Cultura Turismo	[Assinatura]
Securano de Turismo	Tatiana Sanchez	[Assinatura]
Maria Suzelma Senge (Interão)	Maria P. Senge	[Assinatura]
Maria Regina N. Exposito - fene	Define N. Exposito	[Assinatura]
Guilhermina - Sobezze	[Assinatura]	[Assinatura]
Jose Paul Fares - re.	M.P.S.PG	[Assinatura]
Setur	Acim Koller Lombardi	[Assinatura]
Setur	Christiane J.M. Kobaja	Christiane