

PLANO DIRETOR DE TURISMO – PRAIA GRANDE/SP

**VOLUME 4 - PROGNÓSTICO: PLANO DE AÇÕES
PARA O TURISMO DE PRAIA GRANDE**



2018



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	9
CAPÍTULO 1 – CARACTERIZAÇÃO GERAL DE PRAIA GRANDE	13
1.1. LOCALIZAÇÃO	13
1.2. ACESSOS	16
1.3. ASPECTOS NATURAIS	17
1.3.1. Geologia	17
1.3.2. Geomorfologia	19
1.3.3. Clima	21
1.3.4. Hidrologia	25
1.3.5. Vegetação	26
1.4. ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS	30
1.4.1. Características Demográficas	30
1.4.2. Índice de Desenvolvimento Humano	31
1.4.3. Atividades Econômicas	32
1.4.4. Produto Interno Bruto	33
1.4.5. Educação	34
1.4.6. Saúde	41
9.5. INFRAESTRUTURA BÁSICA URBANA	44
9.5.1. Abastecimento de Água	44
9.5.2. Rede de Esgoto	44
9.5.3. Resíduos Sólidos	45
9.5.4. Energia Elétrica	48
9.5.6. Transporte Urbano e Rural	48
9.5.7. Sistema de Segurança	48
CAPÍTULO 2 – CONTEXTUALIZAÇÃO	50
2.1. DEFINIÇÕES SOBRE O TURISMO	50
2.1.1. Definição de Turista	50
2.1.2. Definição de Destino Turístico	52
2.1.3. Definição de Produto Turístico	53
2.1.4. Processo de Escolha de um Produto Turístico	54
2.2. CONTEXTUALIZAÇÃO DE PRAIA GRANDE	56
2.2.1. Atratividade de Praia Grande	56
2.2.3. Meios de Hospedagem em Praia Grande	64
2.2.4. Serviços de Alimentação em Praia Grande	65
2.2.5. Infraestrutura Turística de Praia Grande	72
2.2.6. Estratégias de Comunicação de Praia Grande	73
CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA	75
3.1. SELEÇÃO DAS VARIÁVEIS	75
3.2. SITUAÇÃO EXTERNA	76
3.3. SITUAÇÃO INTERNA	76
3.4. DIVISÃO DAS VARIÁVEIS POR COMPONENTES	77
3.5. CRUZAMENTO DAS VARIÁVEIS E FORMULAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS	77
CAPÍTULO 4 – ANÁLISE SWOT DE PRAIA GRANDE	79
4.1. EIXO HORIZONTAL: FORÇAS E FRAQUEZAS	82
4.1.1. Forças	82
4.1.2. Fraquezas	83
4.2. EIXO VERTICAL: OPORTUNIDADES E AMEAÇAS	84
4.2.1. Oportunidades	84
4.2.2. Ameaças	84



4.3. ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	85
4.4. MATRIZ SWOT DE PRAIA GRANDE.....	86
4.5. DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS	89
4.5.1. Ações Previstas	89
CAPÍTULO 5 – DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO E DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIAS POR COMPONENTE.....	91
5.1. COMPONENTE 1: ESTRATÉGIA DE PRODUTO TURÍSTICO.....	92
5.2. COMPONENTE 2: ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO	93
5.3. COMPONENTE 3: FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL	94
5.4. COMPONENTE 4: INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS	95
5.5. COMPONENTE 5: GESTÃO AMBIENTAL.....	96
5.5. ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO.....	97
CAPÍTULO 6 – CONSTRUÇÃO DA MATRIZ PONDERADA.....	102
6.1. METODOLOGIA DE VALORAÇÃO PONDERADA.....	102
6.2. MATRIZ PONDERADA – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS.....	103
6.3. MATRIZ PONDERADA – PRODUTO TURÍSTICO	107
6.4. MATRIZ PONDERADA – COMERCIALIZAÇÃO.....	111
6.5. MATRIZ PONDERADA – INSTITUCIONAL	115
6.6. MATRIZ PONDERADA – GESTÃO AMBIENTAL	119
6.7. CONCLUSÕES SOBRE A MATRIZ PONDERADA	123
6.8. ÁREAS CRÍTICAS PARA CONSOLIDAÇÃO DO TURISMO.....	127
6.8.1. Áreas Críticas – Componente Infraestrutura.....	128
6.8.2. Áreas Críticas – Componente Produto Turístico.....	129
6.8.3. Áreas Críticas – Componente Comercialização.....	131
6.8.4. Áreas Críticas – Componente Fortalecimento Institucional	132
6.8.5. Áreas Críticas – Componente Gestão Ambiental.....	134
CAPÍTULO 7 – PLANO DE AÇÕES DE PRAIA GRANDE	136
7.1. PLANO DE AÇÕES EM INFRAESTRUTURA.....	137
7.2. PLANO DE AÇÕES EM PRODUTO TURÍSTICO E INFRAESTRUTURA	138
7.3. PLANO DE AÇÕES EM COMERCIALIZAÇÃO.....	139
7.4. PLANO DE AÇÕES EM FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL.....	140
7.5. PLANO DE AÇÕES EM GESTÃO AMBIENTAL	141
7.6. CRONOGRAMA E INVESTIMENTOS ANO A ANO.....	142
7.6.1. Quadro Comparativo e Representações Anuais.....	147
REFERÊNCIAS.....	148



LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Região Metropolitana da Baixada Santista	13
Figura 2 - Carta Geológica de Praia Grande	18
Figura 3 - Carta Geomorfológica de Praia Grande	21
Figura 4 - Classificação de Koeppen do Estado de São Paulo	23
Figura 5 - Temperatura média do ar e Média de chuvas em 2015	24
Figura 6 - Unidade de Gerenciamento de Recursos Hídricos	26
Figura 7 – Mapa de Vegetação de Praia Grande	27
Figura 8 – Unidades de Conservação de Praia Grande	29
Figura 4 - Definição de Turista Segundo a OMT	52
Figura 5 - Quadro de Análise Swot	80



LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Limites Geográficos de Praia Grande	14
Tabela 2 - Distâncias de Praia Grande para outros municípios	14
Tabela 3 - Municípios da Mesorregião Metropolitana de São Paulo	15
Tabela 4 - Acessos.....	16
Tabela 5 – Unidades de Conservação de Praia Grande	29
Tabela 6 - Indicadores de Demografia	30
Tabela 7 - Distribuição da população por sexo	31
Tabela 8 - Índice de Desenvolvimento Humano de Praia Grande.....	32
Tabela 9 - Atividades Economicas	32
Tabela 10 - Pessoas Ocupadas por Setor	33
Tabela 11 - Evolução do PIB de Praia Grande entre 2009 e 2014.....	33
Tabela 12 – PIB por Setor da Economia	33
Tabela 13 - Lista de Escolas Públicas Municipais.....	34
Tabela 14 - Lista de Escolas Públicas Estaduais	37
Tabela 15 - Lista de Escolas Particulares	38
Tabela 16 - Lista de ETEC	40
Tabela 17 - Lista de Instituições de Ensino Superior	40
Tabela 18 - Indicadores de Educação de Praia Grande.....	40
Tabela 19 - Lista de Unidades Públicas de Saúde.....	41
Tabela 20 - Indicadores de Saúde de Praia Grande	43
Tabela 21 - Componentes dos Resíduos Sólidos de Praia Grande (Em %)	45
Tabela 22 - Calendário de Coleta de Resíduos Domésticos	46
Tabela 23 - Calendário de Coleta Seletiva	47
Tabela 24 - Atrativos de Praia Grande	56
Tabela 25 - Meios de Hospedagem em Praia Grande	64
Tabela 26 - Serviços de Alimentação em Praia Grande.....	65
Tabela 27 - Infraestrutura Turística de Praia Grande	72
Tabela 28 - Estratégias de Comunicação de Praia Grande	73
Tabela 29 - Quadro de Forças e Fraquezas.....	81
Tabela 30 - Quadro de Oportunidades e Ameaças	82
Tabela 31 - Quadro de Forças	82
Tabela 32 - Quadro de Fraquezas	83
Tabela 33 - Quadro de Oportunidades.....	84
Tabela 34 - Quadro de Ameaças	84
Tabela 35 - Matriz SWOT de Praia Grande	86
Tabela 36 - Relação das temáticas componentes e estratégias.	91
Tabela 37 - Componente 01 - Estratégia do Produto Turístico	92
Tabela 38 - Componente 02 - Estratégia de Comercialização	93
Tabela 39 - Componente 03 - Fortalecimento Institucional	94
Tabela 40 - Componente 04 – Infraestrutura e Serviços Básicos	95
Tabela 41 - Componente 05 - Gestão Ambiental	96
Tabela 42 - Estratégia do Produto Turístico.....	97
Tabela 43 - Estratégia de Comercialização.....	98
Tabela 44 - Fortalecimento Institucional.....	99



Tabela 45 - Infraestrutura e Serviços Básicos.....	100
Tabela 46 - Gestão Ambiental.....	101
Tabela 47 - Matriz Ponderada – Infraestrutura.....	104
Tabela 48 - Resultado da Matriz – Infraestrutura	105
Tabela 49 - Matriz Ponderada do Produto Turístico.....	108
Tabela 50 - Resultado da Matriz para Produto Turístico	109
Tabela 51 - Matriz Ponderada da Comercialização.....	112
Tabela 52 - Resultado da Matriz Comercialização	113
Tabela 53 - Matriz Ponderada da Análise Institucional	116
Tabela 54 - Resultado da Matriz Institucional.....	117
Tabela 55 - Matriz Ponderada - Gestão Ambiental	120
Tabela 56 - Resultado da Matriz Gestão Ambiental	121
Tabela 57 - Totalização dos Componentes por Item (parte 1)	123
Tabela 58 - Totalização dos Componentes por Item (parte 2)	124
Tabela 59 - Plano de Ações - Componente Infraestrutura	137
Tabela 60 - Plano de Ações - Componente Produto Turístico	138
Tabela 61 - Plano de Ações - Componente Comercialização	139
Tabela 62 - Plano de Ações - Componente Fortalecimento Institucional	140
Tabela 63 - Plano de Ações - Componente Gestão Ambiental	141
Tabela 64 - Investimentos - Ano 2018.....	142
Tabela 65 - Investimentos - Ano 2019.....	143
Tabela 66 - Investimentos - Ano 2020.....	144
Tabela 67 - Investimentos - Ano 2021.....	145
Tabela 68 - Investimentos - Ano 2022.....	145
Tabela 69 - Investimentos - Ano 2023.....	146



LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Diversidade dos Meios de Hospedagem de Praia Grande	65
Gráfico 2 - Diversidade dos Serviços de Alimentação de Praia Grande	72
Gráfico 3 - Valoração Ponderada da Infraestrutura	105
Gráfico 4 - Analítico da Infraestrutura	106
Gráfico 5 - Valoração Ponderada do Produto Turístico	109
Gráfico 6 - Analítico do Produto Turístico	110
Gráfico 7 - Valoração Ponderada - Comercialização	113
Gráfico 8 - Analítico da Comercialização	114
Gráfico 9 - Valoração Ponderada Institucional	117
Gráfico 10 - Analítico Institucional	118
Gráfico 11 - Valoração Ponderada Gestão Ambiental	121
Gráfico 12 - Analítico Gestão Ambiental	122
Gráfico 13 - Desempenho dos Componentes	125
Gráfico 14 - Representação da Matriz Ponderada Total	126
Gráfico 15 - Áreas Críticas - Infraestrutura	128
Gráfico 16 - Áreas Críticas - Produto Turístico	129
Gráfico 17 - Áreas Críticas - Comercialização	131
Gráfico 18 - Áreas Críticas - Fortalecimento Institucional	132
Gráfico 19 - Áreas Críticas - Gestão Ambiental	134
Gráfico 20 - Comparativo de Investimento Anual	147



INTRODUÇÃO

A partir da Política Nacional do Turismo, estabelecida através da Lei 11.771/08, ações de planejamento e desenvolvimento do turismo como os inventários da oferta turística surgem como um instrumento base para fins de planejamento, gestão e promoção da atividade turística.

O quarto volume do Plano Diretor de Turismo de Praia Grande/SP é dividido em 7 Capítulos: Caracterização Geral, Contextualização, Metodologia, Análise SWOT de Praia Grande, Diagnóstico Estratégico e Definição de Estratégias por Componente, Construção da Matriz Ponderada e Plano de Ações de Praia Grande.

A Caracterização Geral de Praia Grande/SP (Capítulo 1) possibilita maior subsídio aos gestores públicos e instâncias de governança responsáveis pelo planejamento turístico municipal pautado na sustentabilidade, e também serve como base de informações atualizadas aos profissionais que atuam junto ao turismo. Além disso, o documento também poderá atender a estudantes, pesquisadores e docentes, bem como empresários, imprensa e munícipes que necessitem de informações sobre o município.

A partir das informações colhidas nesse documento, que é o resultado da revisão e atualização de documentos anteriores, e que refletem a dinâmica contemporânea da economia do turismo em 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.

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



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

A Lei Complementar nº 1261/2015, exige para a classificação de municípios de interesse turístico o inventário dos atrativos turísticos, com suas respectivas localizações e vias de acesso, e também o inventário dos equipamentos e serviços turísticos, do serviço de atendimento médico emergencial e da infraestrutura básica de abastecimento de água potável e coleta de resíduos sólidos, além de plano diretor de turismo e Conselho Municipal de Turismo (ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO. Lei nº 1261/2015, artigo 4º).

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

O Segundo Capítulo: Contextualização, tem por intuito levantar algumas definições conceituais sobre a atividade turística e realizar uma discussão bibliográfica para contextualizar o desenvolvimento turístico no município de Praia Grande.

O Terceiro Capítulo trata da metodologia de elaboração deste volume, que teve como base o diagnóstico, a análise dos segmentos turísticos potenciais



e atuais e a proposição de eixos potenciais com a elaboração dos Planos; de gestão ambiental, de ação em infraestrutura, e de ações institucionais. As ações foram agrupadas de acordo com cinco componentes do Regulamento Operacional do Programa PRODETUR Nacional.

O Capítulo 4: Análise SWOT de Praia Grande tem por intuito descrever os procedimentos básicos utilizados para a realização do estudo foram as pesquisas de campo, bibliográfica, documental e em meios eletrônicos, com o objetivo de resguardar o caráter científico do trabalho, assim como teorizar os aspectos defendidos durante a pesquisa e discussão de resultados. Deste modo, durante todo o processo de coleta de dados, foram realizadas simultaneamente consultas que procuraram estabelecer o embasamento teórico que nortearam todo o método de construção da pesquisa, visando estabelecer parâmetros científicos para o desenvolvimento do tema proposto.

É importante destacar que as informações coletadas sobre os atrativos selecionados foram base sobre a qual todo o trabalho foi desenvolvido.

E a partir desta base e da realização de Oficina Pública participativa foi possível elaborar a matriz SWOT do município, 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.

O Quinto Capítulo: Diagnóstico Estratégico e Definição de Estratégias por Componente, tomou por base o volume 3 do Plano Diretor de Turismo de Praia Grande – Diagnóstico da Oferta Turística. Conforme o esquema a seguir, a definição de estratégias para cada um dos cinco componentes teve como base diversas informações coletadas e o cruzamento de dados através da matriz de análise SWOT.

O Capítulo 6 deste volume, Construção da Matriz Ponderada, teve o objetivo de construir as Matrizes Ponderadas da atividade turística da cidade de Praia Grande. A Matriz Ponderada consiste numa metodologia que permite



analisar, sob outros prismas, a realidade atual de Praia Grande, complementando, desta forma, a visão obtida a partir da elaboração da Matriz SWOT ou FOFA, em estudos anteriores. A abordagem sistêmica de indicadores de qualidade e de sustentabilidade dos produtos turísticos resulta na construção da matriz de ponderação. Na abordagem da Valoração Ponderada foram consideradas para análise situacional de Praia Grande nas dimensões da qualidade.

Essas dimensões estão classificadas em escala de cinco itens, compreendendo, em ordem crescente de complexidade, desde a ausência do aspecto avaliado até o nível avançado, considerado nível de excelência.

Por fim, o Sétimo Capítulo, Plano de Ações de Praia Grande, foi dividido em 5 componentes, sendo a Infraestrutura, o Produto Turístico, a Comercialização, o Fortalecimento Institucional e a Gestão Ambiental.

Desta forma entende-se que a partir das análises realizadas durante todo o processo de planejamento municipal voltado ao turismo, é possível delimitar ações específicas para cada um destes componentes, corroborando, de fato, com o desenvolvimento municipal e com a difusão da atividade turística no município.

Por fim são sintetizados os investimentos por ano e elaborados comparativos financeiros de acordo com os prazos de aplicação e realização dos projetos propostos, a fim de auxiliar no planejamento orçamentário municipal.

Com base em todos os volumes do Plano Diretor de Turismo de Praia Grande, foi possível a equipe técnica, propor soluções a curto, médio e longo prazo a fim de potencializar a atração de turistas e de diversificar a economia municipal com a inclusão da prática, além de orientar os possíveis empreendedores que desejam investir no local, possibilitarão a Praia Grande permanecer 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.

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 Grande 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



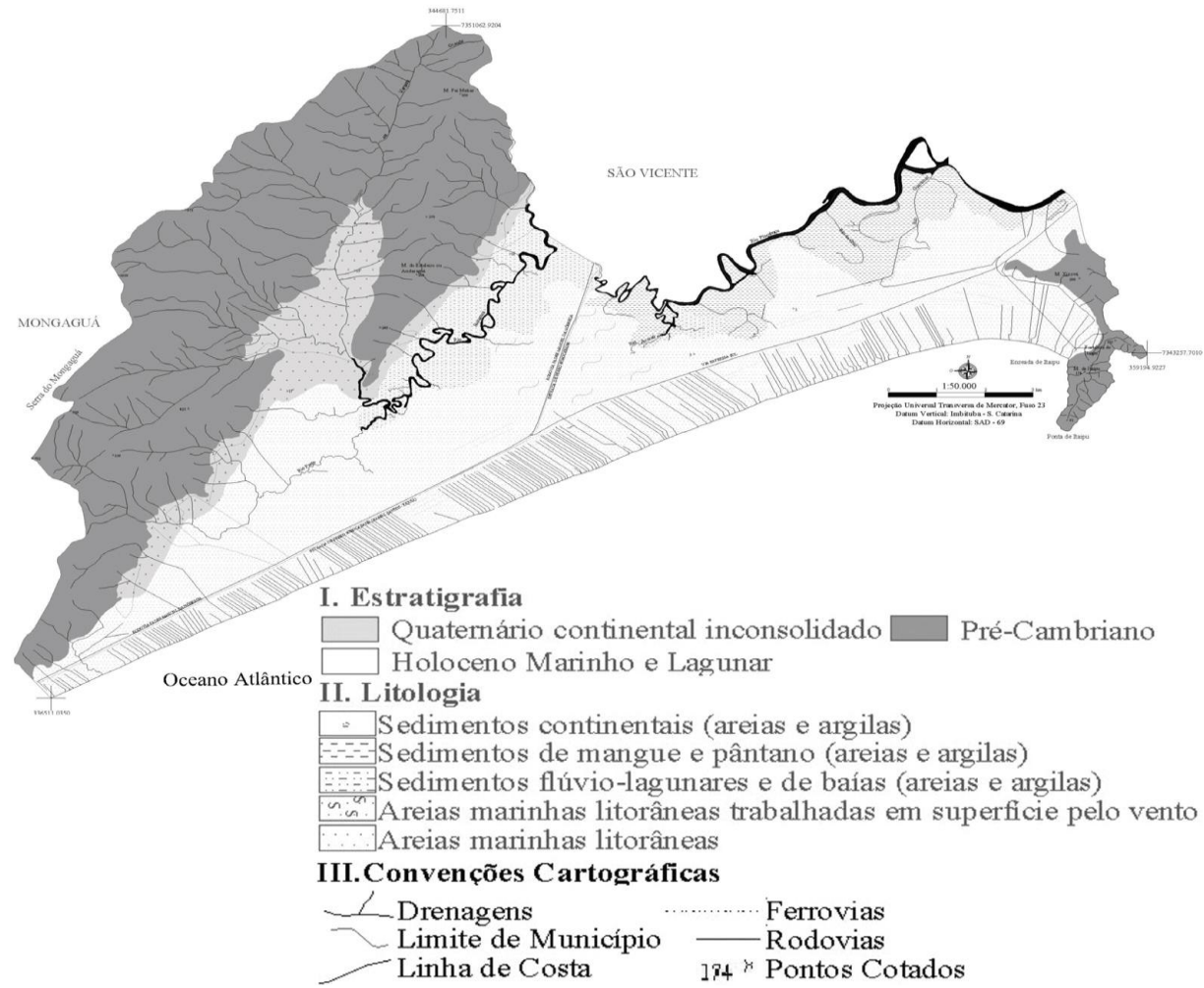
1.3. Aspectos Naturais

Esta sessão corresponde aos aspectos naturais que envolvem os componentes 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 coluviais 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 cenozoica.

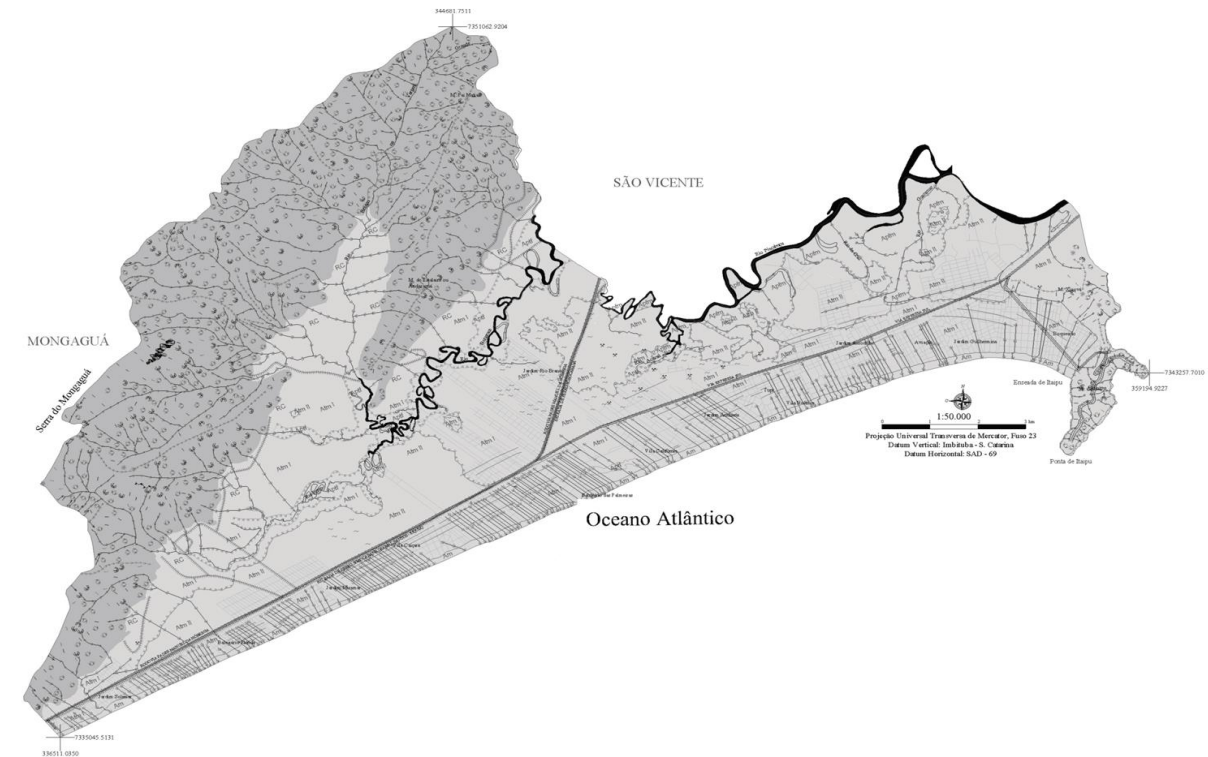
Portanto, para compreender a dinâmica do relevo e as bases geológicas existentes no município, é preciso recorrer à bibliografia relacionada ao contexto regional. O contexto geológico regional é marcado pela presença de rochas cristalinas formadas durante o Pré-Cambriano que compõem a Serra do Mar e 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



I. Formas de Vertentes e Interflúvios

- Linha de cumeeada
- Topos arredondados
- Vertente retilínea
- Vertente irregular
- Vertente convexa
- Vertente côncava
- Queda topográfica
- Ruptura Topográfica

II. Formas Estruturais

- Escarpa de Falha
- Paredão rochoso

III. Ação Fluvial

3.1. Modelado de Entalhe

- Forma de Vales em V
- em fundo plano

3.2. Paleoformas

- Meandros Abandonados

IV. Ação Marinha e Litorânea

- Linhas de restinga
- Campos de dunas
- Am - Acumulação marinha atual
- Atm I - Primeiro nível de acumulação de terraço marinho
- Atm II - Segundo nível de acumulação de terraço marinho
- Apfm - Acumulação de planície flúvio-marinha
- Plataforma de Abrasão

V. Modelado Antrópico

- Mineração
- Estrada com corte na vertente
- Estrada construída sobre aterro

VI. Litologia e Cronologia

- Cristalino Pré-Cambriano
- Sedimentar

VII. Convenções Cartográficas

- Drenagens
- Limite de Município
- Linha de Costa
- Área Urbana
- Rodovias
- Estradas de Ferro

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.

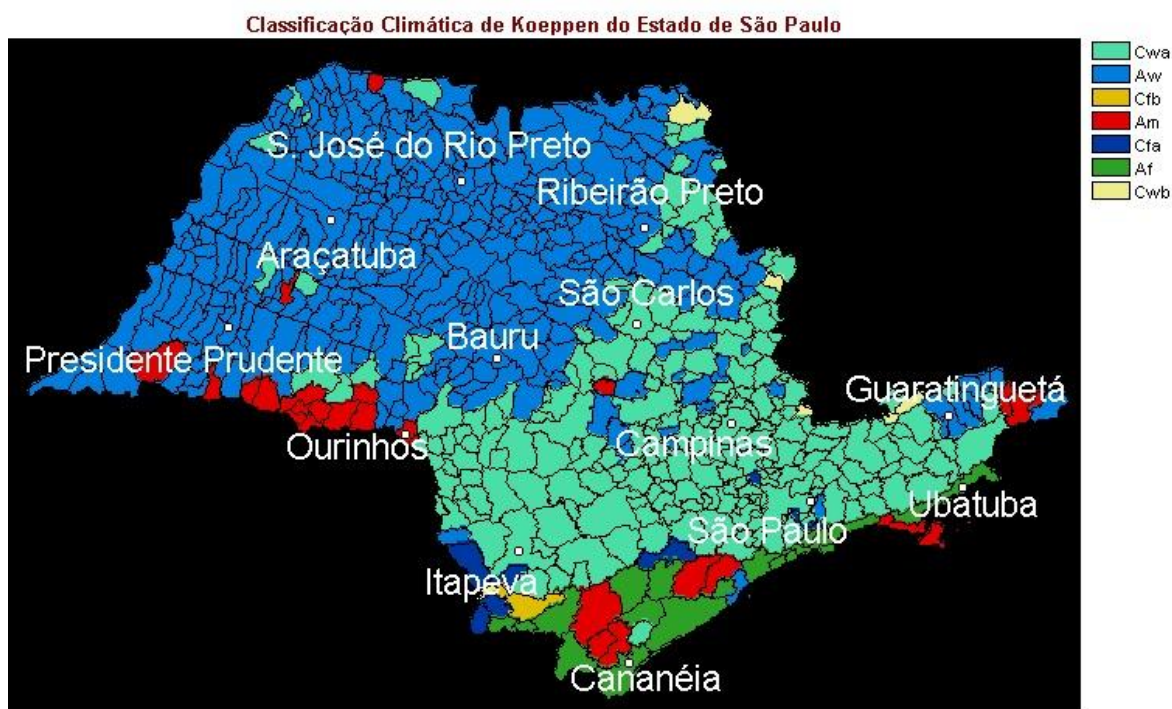
As regiões a Noroeste, mais quentes, pertencem ao tipo **Aw**, tropical chuvoso com inverno seco e mês mais frio com temperatura média superior a 18°C. O mês mais seco tem precipitação inferior a 60mm e com período chuvoso que se atrasa para o outono. Em pontos isolados ocorre o tipo **Am** que

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

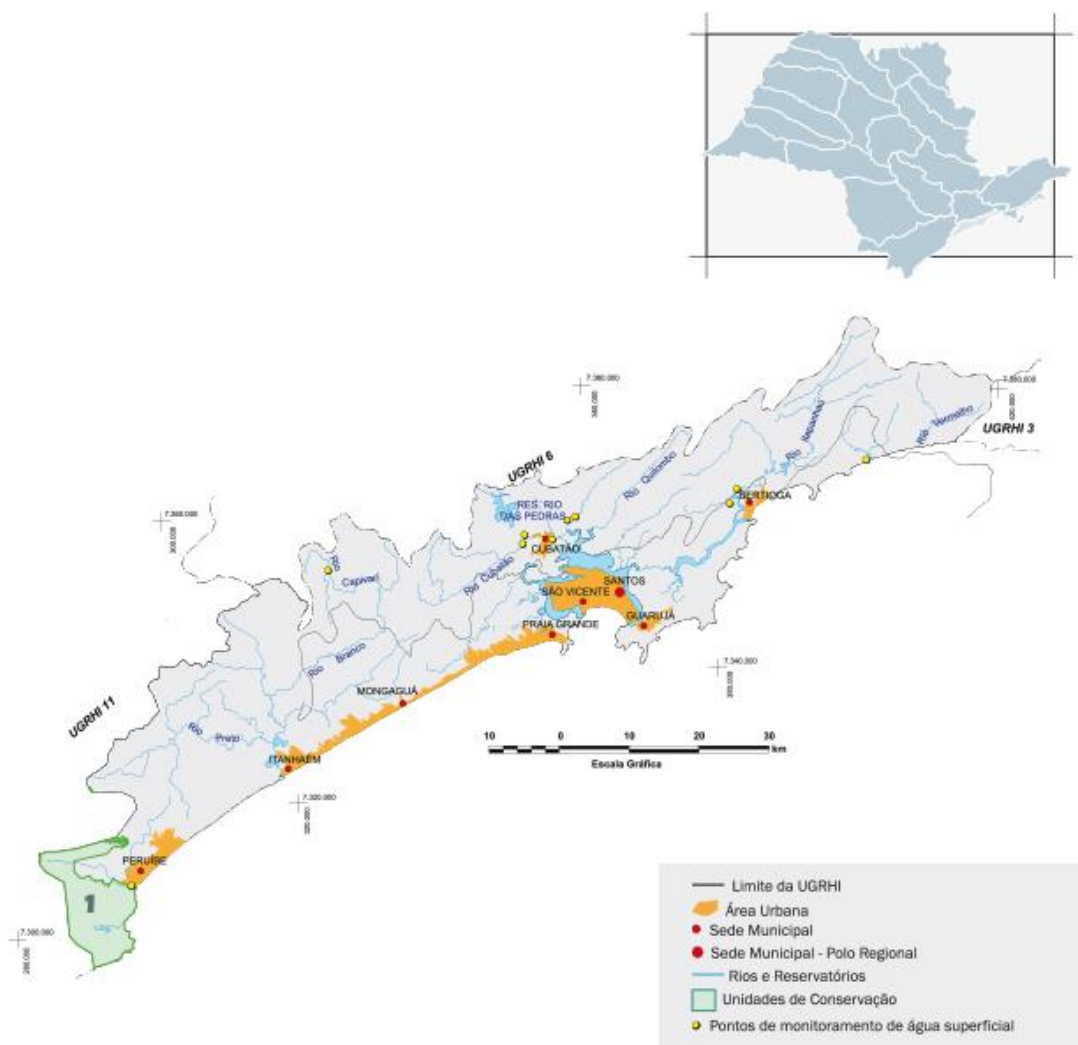
Fonte: CEPAGRI, 2015



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

9.3.4.1. Comitê da Bacia Hidrográfica da Baixada Santista

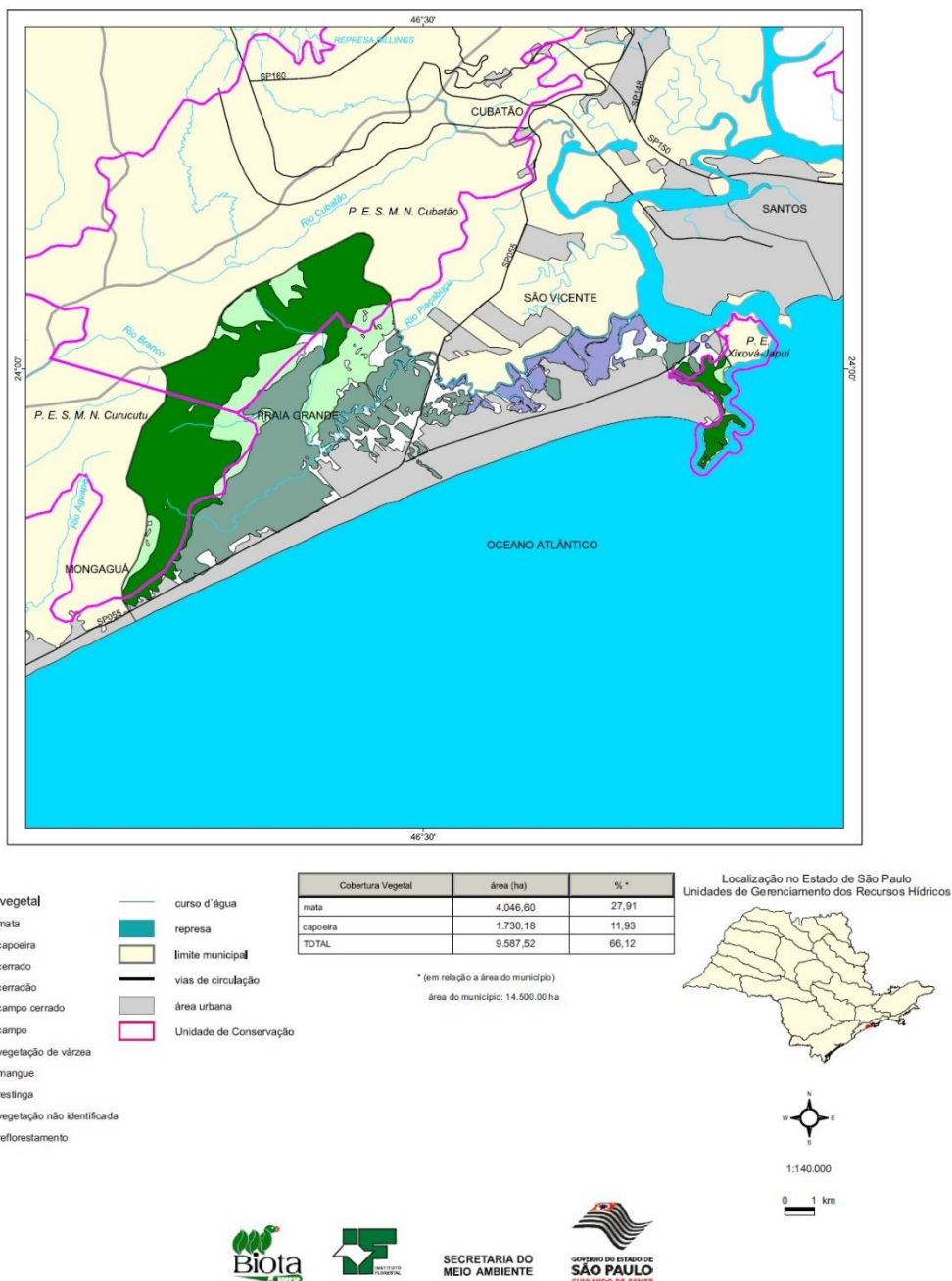
O comitê da Bacia Hidrográfica da Baixada Santista foi criado em 1994. Tem sua área de atuação nos municípios de Bertioga, Guarujá, Cubatão, Santos, São Vicente, Praia Grande, Mongaguá e Itanhaém, sendo esses os municípios da Região Metropolitana. Possuem em conjunto uma área de 2.422 Km² e uma área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

9.3.5.1. 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.

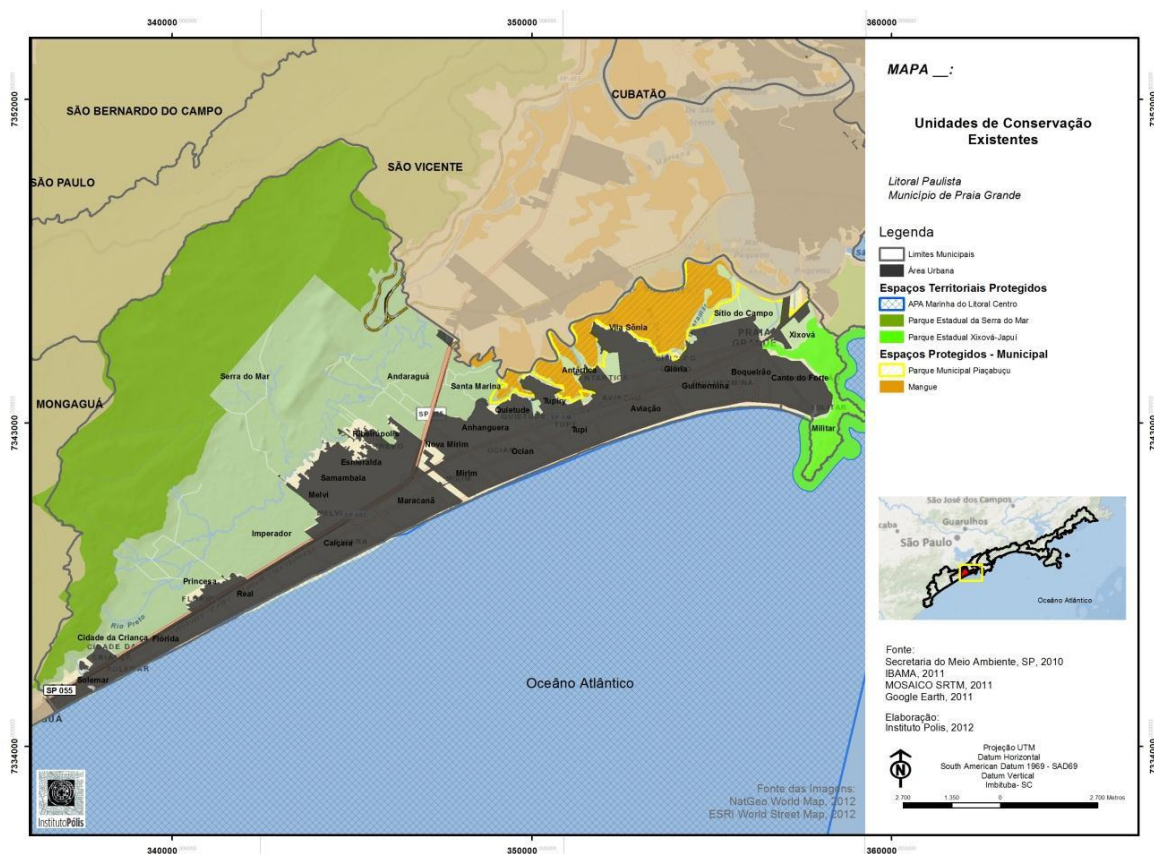
No município existem 4 unidades de conservação, conforme tabela abaixo.

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 FLORESTAL, 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

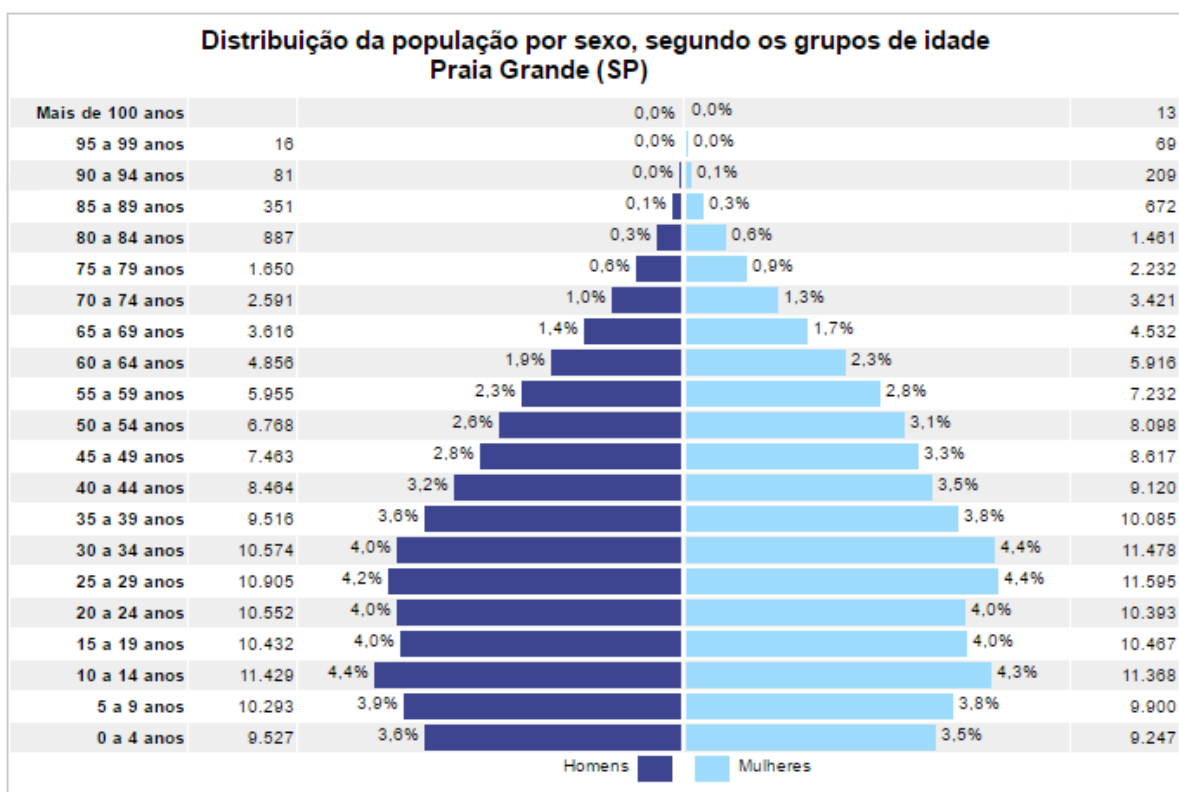
Tabela 6 - Indicadores de Demografia

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 CACETARI 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
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 serviço de 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 Penteado 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 (Tronco-Chave)	(13) 3496-2400	Av.: Presidente Kennedy nº 8850 - 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 Guaramar	(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 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
Vidro	2,1
Metais ferrosos/Alumínio	3,1

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



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
Caçara	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 para 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 – CONTEXTUALIZAÇÃO

Este capítulo tem por intuito levantar algumas definições conceituais sobre a atividade turística e realizar uma discussão bibliográfica para contextualizar o desenvolvimento turístico no município de Praia Grande.

2.1. DEFINIÇÕES SOBRE O TURISMO

2.1.1. Definição de Turista

Diz a Organização Mundial de Turismo – OMT (2000) que se entende por turismo;

As atividades das pessoas durante as suas viagens e estadas fora do seu meio envolvente habitual, num período consecutivo que não ultrapassa um ano, por motivo de lazer, negócios ou outros. Ficam de fora as viagens com o objetivo de exercer uma profissão fora do seu meio envolvente habitual

O turismo do ponto de vista econômico, como refere Licínio Cunha (1997), abrange todas as deslocações de pessoas, quaisquer que sejam as motivações que as obriguem ao pagamento de prestações e serviços durante as suas deslocações, pagamento esse superior ao rendimento que, eventualmente, auferam nos locais visitados e a uma permanência temporária fora da sua residência habitual.

Trata-se assim da transferência espacial de poder de compra originada pela deslocação de pessoas: os rendimentos obtidos nas áreas de residência são transferidos pelas pessoas que se deslocam para outros locais onde procedem à aquisição de bens e serviços. Esta noção, subjacente ao conceito da OMT, mede essencialmente os impactos economicistas do fenómeno, deixando de fora questões imateriais referidas por alguns autores como sociais e culturais.

Licínio Cunha (1997) diz ainda, quanto à definição de turista da OMT, que ela comporta como elementos principais a deslocação, a residência, a duração da permanência e a remuneração – a deslocação de uma pessoa de um país para outro diferente daquele em que tem a sua residência habitual; um motivo ou uma razão de viagem que não implique o exercício de uma profissão remunerada; a adoção do conceito de residência por contraposição ao da nacionalidade (exemplo: um brasileiro morando na França é um turista francês quando sai desse país).



Na verdade, o conceito da OMT é o mais comum, sendo, no entanto, frequente a troca do elemento residência pelo de nacionalidade, para a qual alertamos.

Outro autor, Mário Baptista (1998), dá-nos uma visão mais completa e dinâmica desta atividade, referindo:

[...] trata-se da atuação de um indivíduo em viagem cuja decisão foi tomada com base em percepções, interpretações, motivações, restrições e incentivos e representa manifestações, atitudes e atividades, tudo relacionado com fatores psicológicos, educacionais, culturais, étnicos, econômicos, sociais e políticos, viagem essa que envolve uma multiplicidade de agentes institucionais e empresariais desde que o viajante parte até que volta, situação que, por isso, também se estende ao próprio turismo como setor de atividade que, sendo fundamentalmente econômica, tem igualmente significados, implicações, relações e incidências sociais, culturais e ambientais.

Este autor introduz o turista enquanto ser social, os agentes envolvidos na oferta e uma atividade que, para além de resultados econômicos, produz outros impactos.

Poderíamos dizer que, por meio desta segunda definição, ficamos mais perto do atual conceito de produto multiatributo, isto é, um produto composto em que é necessária a cooperação de vários intervenientes para o preenchimento de todo o percurso de consumo do turista.

Das definições apresentadas fica assim o entendimento de que o lazer, num sentido que ultrapassa o conceito de “tempo livre”, é uma das possíveis motivações para a viagem, e para os negócios (*meeting industry*) e outras. Deste modo, fica esclarecida a confusão comum de que o turismo é sinônimo de lazer. Todas as deslocações para fora da nossa área normal de residência, seja por que motivo for, com pernoite, é turismo.

Figura 9 - Definição de turista segundo a OMT

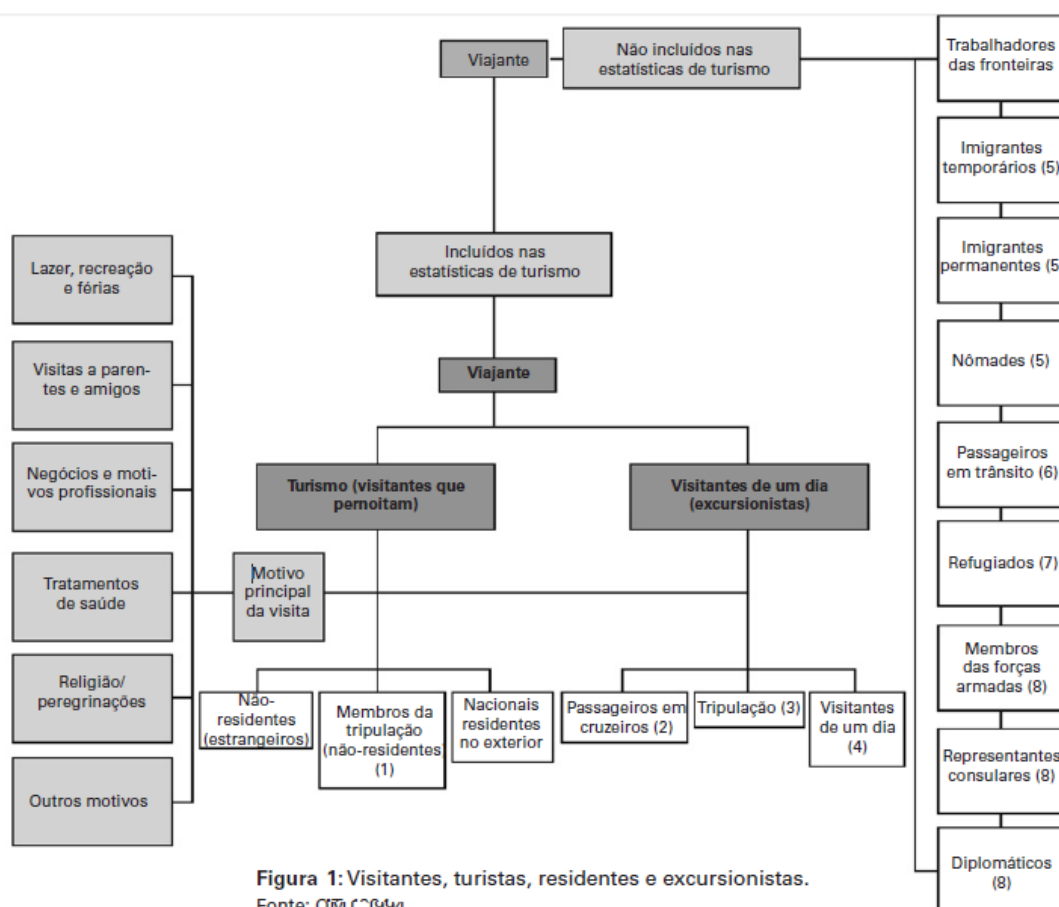


Figura 1: Visitantes, turistas, residentes e excursionistas.
Fonte: OMT, 1994.

Fonte: OMT, 1994.

2.1.2. Definição de Destino Turístico

Segundo Reinaldo Dias e Maurício Cassar (2006), o destino turístico deve ser compreendido como um conjunto que contém várias organizações e indivíduos que colaboram e competem na oferta de uma variedade de produtos e serviços ao turista. É o suporte principal da atividade turística, pois compreende um conjunto de recursos, entre outros os naturais, as infraestruturas, os diversos serviços oferecidos aos turistas e a própria cultura dos habitantes.

Por outro lado, refere a OMT (2000) que o destino turístico é um espaço físico no qual um visitante permanece pelo menos uma noite. Inclui produtos turísticos como serviços de apoio e atrações, bem como recursos turísticos ao alcance de uma viagem com regresso no mesmo dia. Possui fronteiras físicas e administrativas bem definidas para a sua gestão, imagens e percepções que configuram uma competitividade de mercado.



Licínio Cunha (2006), afirma que o destino pode ser visto sob duas ópticas: como forma de identificação do local visitado ou como um espaço territorial onde se desenvolve um complexo de inter-relações que garantem a existência de fatores de atração, bem como o processo de produção e consumo com vista a satisfazer necessidades turísticas.

Refere ainda que o espaço territorial fica sujeito a transformações que dão origem a novas relações, modificam as suas características e fazem nascer novas atividades de que resulta uma nova estruturação espacial; aí se concentra uma constelação de atrações e serviços que garantem a produção turística diversificada, com elementos espaciais, administrativos e produtivos. Com base no referido por Kotler (2002), temos como componentes essenciais do destino turístico as seguintes:

- **Recursos turísticos** – conjunto de elementos naturais, culturais, artísticos, históricos ou tecnológicos que geram uma atração turística;
- **Infraestruturas** – conjunto de construções e equipamentos exigidos pelo desenvolvimento de atividades humanas dos residentes e visitantes no local, bem como pelas que resultam das relações desse local com o exterior;
- **Equipamentos e Atrativos** – conjunto de facilidades necessárias para acomodar, manter e ocupar o tempo livre dos turistas, tais como meios de hospedagem, serviços de gastronomia, animação, centros de congressos, comércio, transportes locais e outros serviços;
- **Acolhimento e cultura** – o espírito, as atitudes e os comportamentos existentes em relação aos visitantes, bem como as manifestações culturais;
- **Acessibilidades** – os meios de transporte externos, incluindo os serviços e respectivas tarifas.

2.1.3. Definição de Produto Turístico

Albino Silva (1998) define, que o produto turístico integra tudo que o cliente utiliza e consome desde que sai de casa até ao momento em que retorna, no caso de uma viagem. Não é apenas entendido como um lugar no avião ou uma cama no hotel ou mesmo uma visita a um museu ou um banho na praia,



mas sim um pacote que inclui recursos naturais (clima, paisagem, relevo, flora, fauna, recursos hidrográficos, etc.), culturais (hábitos, costumes e tradições da população) e recursos construídos pelo homem (históricos, culturais, religiosos, estruturas de acolhimento e alojamento, equipamentos esportivos e de animação, meios de acesso e facilidade de transporte e infraestruturas).

A totalidade daquilo que é usufruído numa viagem é a experiência vivida pelo turista, ou seja, o produto turístico. E deve ser vivido com emoção, pois é essa a forma do turista ficar realmente satisfeito.

Na verdade, o produto turístico recorre aos elementos disponíveis no destino turístico já estruturado, por forma a constituir uma proposta de consumo a apresentar ao consumidor final.

Normalmente, os produtos surgem associados ou classificados, tendo subjacente um fator de atração ou uma motivação principal, associado a uma série de outros elementos ou motivações secundárias, o que se aproxima do já referido conceito de produto composto ou produto turístico.

2.1.4. Processo de Escolha de um Produto Turístico

A classificação do que motiva um turista a visitar um país, um estado ou uma cidade é de importância fundamental para a segmentação do mercado e o posterior desenvolvimento dos produtos.

No entanto, esta classificação não é universal. Assim, segundo a OMT, a motivação pode classificar-se segundo:

- Férias e lazer;
- Visita a familiares e amigos;
- Negócios e motivos profissionais;
- Tratamento médico;
- Religiosa/peregrinação;
- Outros aspectos.

Segundo a European Travel Commission (ETC), esta motivação deve ser classificada em:

- Viagens de lazer – só férias, visita a eventos, férias combinadas com visitas a familiares e amigos;



- Outras de lazer – só visitas a familiares e amigos, motivos de saúde, religiosas/peregrinação, outras;
- Viagens de negócios – negócios tradicionais, conferências, congressos, seminários, exposições, feiras, incentivos e outras.

As duas fontes acima referidas são das mais importantes e não atingiram ainda um conveniente grau de homogeneidade. Contudo, recomendamos a adoção da classificação da OMT, uma vez que nos permitirá estabelecer uma análise comparativa a nível mundial e apresenta uma maior consistência, possibilitando a análise de séries cronológicas.

Nota-se ainda que os canais de distribuição segmentam os seus clientes e o mercado de acordo com a tipologia de motivações ou de produtos que procuram, sendo esta uma classificação diferente das apresentadas. Esta deverá ser analisada com particular interesse, pois permite um alinhamento robusto com os desejos e necessidades do consumidor final e dos parceiros fundamentais, a quem queremos ou através de quem queremos, vender.

O Ministério do Turismo por meio da Portaria 112 de 2013, anexo 01 deste documento, define alguns segmentos turísticos nacionais;

- a) Turismo Social;
- b) Ecoturismo;
- c) Turismo Cultural;
- d) Turismo Religioso;
- e) Turismo de Estudos e de Intercâmbio;
- f) Turismo de Esportes;
- g) Turismo de Pesca;
- h) Turismo Náutico;
- i) Turismo de Aventura;
- j) Turismo de Sol e Praia;
- k) Turismo de Negócios e Eventos;
- l) Turismo Rural;
- m) Turismo de Saúde;



2.2. CONTEXTUALIZAÇÃO DE PRAIA GRANDE

A contextualização de Praia Grande tem por objetivo delimitar e apresentar os itens que influenciam diretamente no desenvolvimento da atividade turística no município, sendo sua Atratividade, as informações sobre o Trade Turístico municipal, a Infraestrutura Básica e Turística do Município e as estratégias de comunicação adotadas.

2.2.1. Atratividade de Praia Grande

Tabela 24 - Atrativos de Praia Grande

Tipo de Atrativo	Atrativo	Breve Descritivo
Natural	Praia do Solemar	Praia que faz divisa com Mongaguá
Natural	Praia do Canto do Forte	A Praia do Forte é uma praia boa para banho, que conta com atrativos esportivos, como redes de voleibol e futevôlei, além de parquinhos infantis. Também é adequada para a prática de esportes aquáticos, como Stand Up Paddle (SUP) e caiaque.
Natural	Praia do Boqueirão	Praia próxima ao principal centro comercial da cidade.
Natural	Praia da Aviação	A Praia da Aviação é caracterizada por suas belezas naturais e, seu bom estado de conservação permite que seja própria para banho. Além disto, conta com grande infraestrutura, como parques infantis, equipamentos de ginástica e equipamentos esportivos.
Natural	Praia da Tupi	A Praia da Tupi é caracterizada por seu bom estado de conservação que permite que seja própria para banho.
Natural	Praia da Ocian	A Praia da Ocian conta com grande infraestrutura como parques infantis.
Natural	Praia Mirim	A Praia da Mirim é caracterizada por seu bom estado de conservação que permite que seja própria para banho.
Natural	Praia do Caiçara	A Praia do Caiçara é caracterizada por seu bom estado de conservação que permite que seja própria para banho, além de contar com estrutura de quiosques.
Natural	Parque Estadual Xixová-Japuí	O Parque Estadual Xixová-Japuí foi criado por meio do Decreto nº 37.536/93 e conta com uma área de 901 hectares entre os municípios de Praia Grande e São Vicente, sendo que destes, 600 hectares distribuídos em áreas terrestres e 301 hectares em áreas marinhas. O local se encontra em ótimo estado de conservação, possui belezas naturais e estruturas para palestras e cursos com capacidade para até 50 pessoas, além de trilhas que podem ser realizadas com ou sem a presença de monitores. Há áreas externas cobertas que



		podem ser utilizadas para atividades recreativas e alimentação.
Ecoturismo	Trilha do Curtume	A Trilha do Curtume se inicia no Parque Estadual Xixová-Japuí e utiliza da estrutura do parque para os visitantes. De fácil acesso, a trilha possui 1.500 metros de caminhada na mata nativa e termina na Praia de Itaquitanduva. Em seu percurso, se encontra uma bica, formada por uma das nascentes existentes no Parque Estadual Xixová-Japuí.
Ecoturismo	Trilha do Surfista	A trilha do Surfista pode ser iniciada por meio de acesso do Parque Estadual Xixová-Japuí ou por acesso pelo bairro do Japuí, possui 600m, com dificuldade média. A manutenção da mesma é realizada pelos próprios surfistas que a utilizam como acesso à praia.
Cultural	Complexo Cultural Palácio das Artes	O complexo cultural de seis mil metros quadrados é um dos mais importantes na região. Visto de fora, o centro cultural apresenta fachada com ares neoclássicos, com apliques e pintura jateada. Por dentro, o projeto segue o estilo contemporâneo, com espaços amplos e mobília moderna. O andar térreo abriga o Salão de Eventos, com capacidade para 600 pessoas e 943 m ² . O acesso é central, com recepção e hall expositivo. O destaque na recepção é o lustre gigante, com 12 mil pedras de cristal e 120 lâmpadas em 3,20 metros de altura e 2,60 metros de largura. Com formas que remetem à figura do arlequim, personagem da antiga comédia italiana, o lustre faz alusão ao clássico filme <i>O Fantasma da Ópera</i> . No andar superior, o terraço, além de um belo local de descanso, reservado a conversas com amigos, abriga exposição permanente de esculturas. O Complexo Cultural abriga os seguintes equipamentos: Galeria Nilton Zanotti, Museu da Cidade e o Teatro Serafim Gonzalez.
Cultural	Feira de Artesanato e Gastronomia Caiçara	A feira de artesanato e gastronomia do Caiçara consiste em um espaço para exposição e venda de artesanatos, pratos típicos e doces. O espaço está sendo revitalizado, por tempo determinado a Feira encontra-se instalada na praça defronte à Igreja São Pedro, até o término das obras, previsto para final de 2018.
Cultural	Feira de Artesanato e Gastronomia Guilhermina	A feira de artesanato e gastronomia Guilhermina consiste em um espaço para exposição e venda de artesanatos, pratos típicos e doces. Atualmente, o local está sendo revitalizado.
Cultural	Feira de Artesanato e Gastronomia Ocian	A feira de artesanato e gastronomia Ocian consiste em um espaço para exposição e venda de artesanatos, pratos típicos e doces. Conta também com estrutura infantil, por meio de um parque na praça. Atualmente, o local tem necessidade de manutenção, reparos e limpeza.
Cultural	Feira de Artesanato e Gastronomia Solemar	A feira de artesanato e gastronomia Solemar consiste em um espaço para exposição e



		venda de artesanatos, pratos típicos e doces. O espaço é aberto e amplo.
Cultural	Monumento Santo Antônio	O Monumento Santo Antônio foi instalado na orla da praia, em frente à Igreja Santo Antônio, em 2007. A estátua é uma homenagem ao Santo Antônio e foi feita pelo artista plástico praia grandense Edson Mônaco.
Cultural	Fortaleza de Itaipu	A Fortaleza de Itaipu é uma instalação militar composta por um sítio histórico onde localizam-se os Fortes: Duque de Caxias, Jurubatuba e General Rêgo Barros. Foi construída em 1902 com o objetivo de defender a entrada do Porto de Santos.
Cultural	Forte Duque de Caxias	Localizado dentro da Fortaleza de Itaipu, com monumentos em ótimo estado de conservação com vista de cima da cidade.
Cultural	Museu Ambiental	O Núcleo de Educação Ambiental conta com museu biológico, sala para oficinas de reciclagem, biblioteca ambiental e laboratório para experiências biológicas e físico-químicas. Do lado de fora, a unidade abriga uma estufa com hortas, plantas ornamentais e mudas de árvores, que possibilitam o contato direto dos alunos com o mundo vegetal. Contando com pedagogos e especialistas, a unidade promove atividades práticas e atrativas, onde os estudantes aprendem a importância da natureza para a vida humana, as consequências da degradação e o valor das pequenas atitudes para a preservação ambiental, além de conhecerem as diferenças entre os ecossistemas da nossa região, como o manguezal, a praia e a Mata Atlântica. Visitas aos ambientes estudados complementam as lições teóricas, despertando o interesse e a curiosidade dos alunos. Em geral, as visitas e a participação dos estudantes em ações e projetos ambientais ocorrem por meio de agendamento das escolas. Além disso, alunos das unidades de Complementação Educacional frequentam a escola ambiental duas vezes por semana para aulas práticas e teóricas. A unidade promove, ainda, várias ações abertas ao público em geral, sobre conscientização ambiental, em datas especiais.
Cultural	Monumento de Netuno	O monumento, um dos marcos do Bairro Ocian, foi inaugurado em 1956. Na antiga mitologia greco-romana, Poseidon ou Netuno era o Deus dos mares. A estátua, que é construída em bronze, impressiona pela grandeza e exatidão de detalhes.
Cultural	Monumento Dr. Roberto Andraus	O Monumento Dr. Roberto Andraus foi realizado para homenagear Dr. Roberto Andraus, pioneiro da construção da Cidade Ocian. Atualmente, o monumento necessita de revitalização e limpeza.
Religioso	Estátua de Iemanjá	A Estátua de Iemanjá é um marco histórico de Praia Grande. Localizada na Praia Mirim, tem aproximadamente 9 metros de altura. A



		<p>imagem fica sobre dois espelhos d'água: um junto à areia e outro suspenso, na altura do calçadão da orla. Em sua base há uma cascata e espelho d'água, dando a sensação de que lemanjá está sobre o mar. Há espaço protegido para a colocação de velas. O sistema de iluminação, com luminárias submersas na lâmina de água, tem foco direcionado à estátua. O espaço é ladeado por 16 coqueiros que representam os orixás (deuses) da Umbanda. É o local onde os adeptos podem realizar suas orações e depositar suas oferendas à Rainha do mar. Em dezembro milhares de fiéis se dirigem à Praia Grande, para a tradicional "Festa de lemanjá". No local onde está a estátua, é montada toda infraestrutura de segurança, atendimento médico e de estacionamento pela Prefeitura.</p>
Religioso	Capela Nossa Senhora da Guia	<p>A capela foi construída pela família portuguesa Soares, em homenagem a Nossa Senhora da Guia, em sinal de agradecimento pela recuperação de uma filha que adoeceu e se recuperou milagrosamente. Em 1893, a imagem da Santa foi trazida da província de Trás os Montes, em Portugal, e 1894 a capela foi inaugurada. Há uma história curiosa a respeito da imagem da Santa: roubada na década de 60, foi vista depois de algum tempo por um comerciante de Praia Grande em uma feira na cidade do Rio de Janeiro. Devoto da Santa, o comerciante deixou um cordão de ouro que portava em troca da imagem, e a trouxe de volta à Capela. Ao lado da Igreja existe uma imagem de Cristo crucificado, em bronze. A Capela fica na Área de Lazer Ézio Dall'Água (Portinho), Bairro Sítio do Campo.</p>
Religioso	Capela Santa Matilde	<p>A Capela foi fundada em 11 de dezembro de 1949.</p>
Religioso	Lar Espírita Paz e Amor	<p>Centro Espírita 'Lar Espírita Paz e Amor', segue doutrina Kardecista, localizado no Bairro Canto do Forte.</p>
Religioso	Paróquia Santo Antônio	<p>A Paróquia Santo Antônio foi uma das primeiras paróquias construídas na cidade, conta com um prédio de arquitetura moderna com a presença de vitrais. Foi revitalizada após um grande incêndio.</p>
Religioso	Igreja Universal	<p>Igreja evangélica localizada no Bairro Aviação.</p>
Religioso	Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias	<p>Igreja tradicional Mórmon, localizada no bairro Guilhermina.</p>
Religioso	Capela São Judas Tadeu	<p>Igreja tradicional católica, fundada em 1991, localizada no Bairro Guilhermina.</p>
Religioso	Paróquia Nossa Senhora das Graças	<p>Desmembrada integralmente da Paróquia Santo Antônio da Praia Grande por Decreto de Dom David Picão de 21 de novembro de 1977. O primeiro vigário foi o Pe. Ezio Gislimberti, da Congregação dos Sagrados Estigmas – CSS, sendo que antes de ser criada a Paróquia, a Capela foi atendida por diversos Sacerdotes. Em celebração realizada em 6 de novembro de</p>



		<p>2013, na comunidade Nossa Senhora Aparecida (Rua Estados Unidos, 850 – Jd. Samambaia) Dom Jacyr Francisco Braido, bispo diocesano de Santos, criou a Paróquia Nossa Senhora Aparecida, desmembrada da Paróquia Nossa Senhora das Graças. Comunidades pertencentes a Paróquia Nossa Senhora Aparecida: a Igreja Matriz de Nossa Senhora Aparecida – Bairro Jardim Samambaia, Imaculado Coração de Maria – Jardim Ribeirópolis, Santa Terezinha do Menino Jesus – Jardim Melvi, Nossa Senhora de Fátima – Jardim Real, Santa Luzia – Cidade da Criança, São Judas Tadeu – Jardim Alice.</p>
Religioso	Capela São Francisco de Assis e de Santo Expedito	A Capela de São Francisco de Assis e Santo Expedito (católica) está localizada na Praça Manoel Botelho de Oliveira, próxima a Avenida Presidente Kennedy no bairro Maracanã.
Religioso	Capela São João Batista	A Capela São João Batista, tradicional igreja católica, fica localizada no bairro Solemar.
Religioso	Capela Santo Antônio	A Capela de Santo Antônio, localizada no bairro Mirim, faz parte da Paróquia Nossa Senhora das Graças.
Religioso	Igreja São Pedro Apóstolo	Igreja localizada no bairro Caiçara em homenagem ao padroeiro de Praia Grande.
Religioso	Igreja Nossa Senhora Auxiliadora	A Igreja Católica foi inaugurada em 2002. Fica localizada no bairro Imperador.
Religioso	Igreja Nossa Senhora de Fátima	Igreja Católica localizada próximo a Via Expressa Sul, no bairro Balneário Pires.
Turismo de Pesca	Área de Lazer Ézio Dall'Acqua	A Área de Lazer Ézio Dall'Acqua, mais conhecida como Portinho é um grande complexo totalmente dedicado ao encontro e diversão em família. Quiosques, churrasqueiras, playground, píer de pesca, aluguel de barcos, quadras poliesportivas, restaurantes, lanchonete, tudo em contato com a natureza, às margens do Mar Pequeno. Além dos equipamentos esportivos e de lazer, a Secretaria de Educação mantém ainda uma Escola Ambiental no local, com um Museu Ambiental, com espécimes típicas do mangue, que habitam o entorno do Portinho. Amantes do verde têm ainda a opção de passear pelo herbário, que mantém diversos exemplares típicos da Mata Atlântica, além de uma horta hidropônica mantida pelos próprios alunos. A entrada é gratuita.
Manifestação Cultural	Aniversário da Cidade	O aniversário de Praia Grande ocorre todo dia 19 de janeiro, todo ano há celebrações com série de shows de artistas de renome nacional e outros eventos celebrando o aniversário de emancipação do Município. No ano de 2018 houve caminhada até a Fortaleza de Itaipu.
Manifestação Cultural	Sexta Musical	Iniciado em agosto de 2007, o projeto "Sexta Musical" era originalmente realizado a cada última sexta-feira do mês, sempre no bairro Boqueirão. As apresentações acontecem na rua, com shows de bandas regionais e são gratuitas. Devido ao reconhecimento do



		<p>público, em 2009, outros bairros passaram a ser atendidos com shows musicais gratuitos. Dentre as apresentações estão shows de bandas regionais de diversos gêneros musicais.</p>
Manifestação Cultural	Estação Verão	<p>Criado com o intuito de oferecer entretenimento e lazer gratuito aos turistas e veranistas no período da temporada de verão em que a população flutuante atinge o ápice (mais de 1,5 milhão de pessoas), o projeto 8ª edição, normalmente no mês de janeiro, englobando um leque de atividades diversificadas para todas as faixas etárias, incluindo aulas de ginástica aeróbica, futebol, voleibol, oficinas culturais e de dança de salão, bailes e sessões de happy hour com grupos e bandas de vários gêneros musicais que se configuraram como uma vitrine para os novos talentos, fomentando a cena cultural e incentivando os artistas da região. Com a instalação de seis tendas ao longo dos 22,5 km de praias, possibilita o acesso de turistas de praticamente todos os bairros do Município, estimulando a integração e sociabilidade entre os visitantes e suas famílias, além de motivar a prática de hábitos saudáveis.</p>
Manifestação Cultural	Encenação da Paixão de Cristo	<p>Trata-se de uma das atrações do Calendário de Eventos do Município, envolvendo a comunidade artística e católica, que se organiza para proporcionar um bellissimo espetáculo de luzes e cores, na encenação dessa emocionante passagem bíblica, culminando com a ressurreição de Jesus Cristo. A cada ano, o desafio se renova e redobram-se os esforços no sentido de recriar o cenário da época e sensibilizar o público, que compõe o cenário e interage durante toda a encenação. No ano de 2018 será realizado no Teatro Serafim Gonzalez, situado no Complexo Cultural Palácio das Artes.</p>
Manifestação Cultural	Caminhada Ecológica	<p>Despertar o interesse dos participantes pela preservação da natureza e, em especial, do remanescente de Mata Atlântica existente em nossa região, através do conhecimento da fauna e flora locais; estimular a prática de caminhada, associando-a a qualidade de vida; promover a integração entre as Forças Armadas (órgão gestor da Fortaleza de Itaipu, em atividade) e turistas. O percurso passa por edificações históricas como o Forte General Rego Barros, último quartel não artilhado construído no Brasil, levando à Praça Duque de Caxias, na ponta do morro do Itaipu, de onde se pode ter uma vista panorâmica privilegiada da Baía de Santos e dos municípios vizinhos, sempre no mês de abril.</p>
Manifestação Cultural	Tapete decorativo Corpus Christi	<p>Iniciada na década de 1970, essa tradicional comemoração da comunidade católica que se constitui na confecção, pelos fiéis, de tapetes</p>



		<p>multicoloridos na via pública à base de serragem e materiais diversos, com quadros retratando passagens bíblicas, por onde passa a procissão liderada pelo pároco, seguida de missa campal. Confeccionados na noite anterior, os tapetes e quadros transformam-se em vistosas obras de arte que ficam ao longo do dia expostos à visita pública, recebendo milhares de visitantes e turistas, que os perpetuam registrando-os em fotografias.</p>
Manifestação Cultural	Vila Junina	<p>Evento alusivo aos festejos juninos, que ocorre desde 2010, durante os fins de semana de junho. Tem entrada franca e envolve a participação de ONGs e entidades beneficentes do Município, que angariam recursos para a manutenção de seus projetos assistenciais. Tem caráter cultural e beneficente, oferecendo, além de opções variadas de gastronomia relacionada ao tema, extensa programação musical ao vivo, com destaque para grupos e bandas locais e regionais de ritmos populares e apresentações de danças típicas, no amplo Espaço de Eventos Jair Rodrigues, que é decorado com motivos juninos e contém ambiente coberto para a praça de alimentação e estacionamento gratuito. O evento atrai turistas da região e de outras localidades.</p>
Manifestação Cultural	Festa da Tainha	<p>Festa da Tainha promove o turismo através da gastronomia caiçara por meio da tradicional tainha assada, acompanhada das guarnições típicas do prato, além do serviço de bebidas em geral. O evento cumpre a missão da responsabilidade social, onde são cedidos espaços para que entidades e ONG's instalem stands para venda de artesanato e doces típicos do litoral, convertendo esta renda para seus projetos sociais, além de parte da renda da venda das tainhas ser doada ao Fundo de Solidariedade do Município. A organização e realização são do Centro de Cultura Dalton Pinheiro Pedroso, com o apoio da Prefeitura da Estância Balneária de Praia Grande, que montam ampla estrutura para o recebimento de turistas, veranistas e moradores do município e região, que desfrutam com a família e amigos momentos agradáveis de conforto, tranquilidade e diversão no mês de julho, coincidindo com as férias escolares, aumentando ainda mais o fluxo de turismo no município, o evento é realizado no Pavilhão de Eventos Jair Rodrigues.</p>
Manifestação Cultural	Praia Games	<p>Evento de jogos virtuais, com campeonatos, jogos gratuitos, concurso de cosplay, exposições e mostras de tecnologia, com atraente premiação e sorteios de brindes, constitui-se em uma interessante vitrine para o lançamento de novos games e produtos associados. Participam do evento turistas de</p>



		todas regiões do Estado e principalmente da baixada santista.
Manifestação Cultural	Festejos de Iemanjá	É um evento do segmento turístico religioso, que é o mais tradicional do Município, realizado desde a década de 70, integrando o Calendário Turístico Oficial do Estado de São Paulo, ele ocorre entre os dois primeiros finais de semana de dezembro num espaço determinado da praia, de cerca de 3 km de extensão, no entorno da Estátua de Iemanjá, localizada na praia do Bairro Mirim. A festa constitui-se em duas noites de vigília onde cerca de 500 tendas de umbanda e candomblé efetuam seus trabalhos na faixa de areia da praia, com rituais ao som dos atabaques e cânticos que evocam seus guias espirituais em seguidas incorporações. Atrai cerca de trezentos mil turistas que passam para acompanhar todos os trabalhos junto às tendas e ainda tomar os famosos “passes” e fazer consultas espirituais, ou apenas acompanhar as danças e manifestações dos adeptos, com suas vestimentas típicas predominantemente brancas e azuis, colares e adereços diversos. Trata-se enfim, de uma rara e rica oportunidade de conhecimento dessas vertentes religiosas de matrizes africanas e suas inúmeras variações, nas centenas de tendas dispostas lado a lado ao ar livre, reverenciando a “Rainha do Mar” e fazendo suas oferendas madrugada adentro até o amanhecer.
Manifestação Cultural	Salão de Artes Plásticas	Iniciado em 1989 (com um recesso em suas atividades entre os anos de 2005 e 2010), o Salão de Artes Plásticas reúne obras contemporâneas, distribuídas entre pinturas, fotografias, desenhos, colagens, gravuras, esculturas e objetos, vindas de todo o País. Ganhou credibilidade pela qualidade das exposições realizadas ao longo de suas edições, premiando os destaques que se constituíram no acervo permanente do Palácio das Artes. Chegando à sua 24ª edição, tornou-se tradicional e conquistou respeito no meio artístico, inserindo Praia Grande no cenário da arte contemporânea brasileira.
Manifestação Cultural	Encontro Anual de Carros Antigos	O Encontro Anual de Carros Antigos acontece todos os anos no Pavilhão de Eventos Jair Rodrigues no mês de fevereiro, além da exposição de mais de 800 carros antigos, o encontro, que ocorre das 8 às 17 horas, possui praça de alimentação, espaço kids, apresentações de bandas de rock e o “mercado de pulgas”, com venda de peças antigas. A entrada é gratuita, mas quem quiser, pode levar alimentos não perecíveis que são doados ao Fundo Social de Solidariedade de Praia Grande, evento promovido pela Prefeitura com o apoio do Clube Antigos do Litoral.



Manifestação Cultural	Natal Encantado	Programação especial celebrando o Natal que tem início com a tradicional chegada do Papai Noel e a inauguração da iluminação especial do Palácio das Artes, em cuja sacada acontece a já tradicional apresentação do coral natalino, ponto alto das comemorações, reunindo 140 vozes dos corais que compõem os projetos sociais do Município. Inclui ainda a instalação de árvores de Natal em pontos estratégicos de grande fluxo de pessoas, que se transformam em atrações para moradores e turistas no período noturno, pelo impacto visual de suas luzes multicoloridas.
Manifestação Cultural	Queima de Fogos (Réveillon)	Abrilantar a tradicional celebração da chegada do ano novo à beira-mar, que na ocasião atinge o ápice de público (mais de um milhão de pessoas), através de um show pirotécnico espalhado por pontos estratégicos da praia que ilumina toda sua orla; estimular a confraternização e a renovação das esperanças em um mundo mais fraterno e solidário, onde as pessoas possam conviver em paz e harmonia, tendo suas diferenças respeitadas e valorizadas.

Fonte: Urbatec, 2018.

2.2.3. Meios de Hospedagem em Praia Grande

Tabela 25 - Meios de Hospedagem em Praia Grande

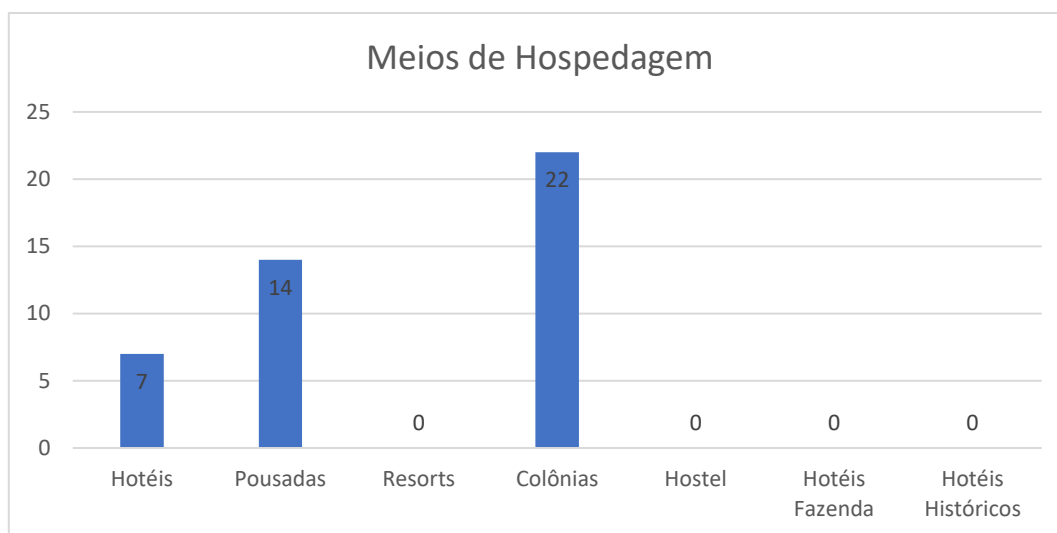
Meios de Hospedagem	
Item	Tipo de Estabelecimento
Colônia de Férias Eletricitários	Colônia de Férias
Hotel San Remo	Hotel
Colônia de Férias AOPM/ Pousada JOFISA	Colônia de Férias
Praia Canto do Forte Guest House e Cia	Pousada
W Praia Hotel	Hotel
Ibérica's Praia Hotel	Hotel
Colônia de Férias Securitários	Colônia de Férias
Colônia de Férias SIMPQFRCR	Colônia de Férias
Colônia de Férias Aprofem	Colônia de Férias
Colônia de Férias Sindicato dos Empregados no Comércio de SP	Colônia de Férias
Hotel Miramar	Hotel
Colônia de Férias Sindicato dos Trabalhadores em Empresas Ferroviárias de SP	Colônia de Férias
Pousada Vitória	Pousada
Colônia de Férias Aipomesp	Colônia de Férias
Colônia de Férias SEEVISSP – Sindicato dos Empregados em Empresas de Vigilância, Segurança e Similares de SP	Colônia de Férias
Pousada Marilú 1	Pousada
Pousada Marilú 2	Pousada
Pousada Marilú 3	Pousada
Hotel e Restaurante Waikiki	Hotel
Pousada Oceânica	Pousada



Hotel Rota do Sol	Hotel
Hotel Araguaia	Hotel
Colônia de Férias Sintetel-SP	Colônia de Férias
Pousada PG One	Pousada
Colônia de Férias do Sindicato da Borracha de Americana e Região	Colônia de Férias
Colônia de Férias APEOESP	Colônia de Férias
Pousada Carajás	Pousada
Colônia dos Papeleiros	Colônia de Férias
Pousada Sal Brasil	Pousada
Pousada Recanto Ocian	Pousada
Pousada Tupy	Pousada
Pousada PV Venucio	Pousada
Pousada Mar e Sol	Pousada
Pousada São Luis	Pousada
Colônia de Férias do Sinergia	Colônia de Férias
Colônia de Férias dos Sindicatos dos Borracheiros de SP e Região	Colônia de Férias
Colônia de Férias Fethesp	Colônia de Férias
Colônia de Férias Construmob	Colônia de Férias
Colônia de Férias da Federação dos Empregados no Comércio	Colônia de Férias
Colônia de Férias dos Práticos de Farmácia de São Paulo	Colônia de Férias
Colônia dos Gráficos – STIG	Colônia de Férias
Colônia de Lazer dos Fecomercários	Colônia de Férias
Colônia de Férias dos Papeleiros	Colônia de Férias

Fonte: Urbatec, 2018

Gráfico 1 - Diversidade dos Meios de Hospedagem de Praia Grande



Fonte: Urbatec, 2018

2.2.4. Serviços de Alimentação em Praia Grande

Tabela 26 - Serviços de Alimentação em Praia Grande

Serviços de Alimentação	
Item	Tipo de Estabelecimento



Quiosque da Arlette	Quiosque
Quiosque do Celso	Quiosque
Quiosque da Julia	Quiosque
Quiosque do Tito	Quiosque
Quiosque do Peba	Quiosque
Quiosque 10	Quiosque
Sorveteria Gisele de France	Sorveteria
Quiosque Bom Gosto	Quiosque
Quiosque Petê	Quiosque
Restaurante Paraíso	Restaurante
Quiosque 5 Estrelas	Quiosque
Quiosque Tomodashi	Quiosque
Quiosque do Foca	Quiosque
Caçara Pier Restaurante	Restaurante
Rufus Gastrobar	Restaurante
Cantinho da Jaú	Lanchonete
Pizzaria e Esfiharia Tropical	Pizzaria
Bruna Pizzaria	Pizzaria
Pizzaria Fogarely	Pizzaria
Richard's Costelaria	Restaurante
Zeus Chopperia	Restaurante
Barzin da Praia	Bar
Espetos, Vinhos e Cia	Bar
Matilde Bar	Bar
Quiosque Chopp Brahma	Bar
Boteco Chic	Restaurante
Oben Burguer Bar	Hamburgueria
Raffanini Pizzaria	Pizzaria
Bar e Restaurante Marechal	Restaurante
Sabores da Carne	Churrascaria
Tex Mex	Restaurante
Forte da Batata	Restaurante
Estação do Forte	Restaurante
Villa Boêmia	Lanchonete
Restaurante Sol de Verão	Restaurante
Esfi Rock Esfiharia	Pizzaria
Dolf's Bar e Lanches	Lanchonete
To na Skina Restaurante e Pastelaria	Restaurante
O Bravíssimo	Restaurante
No Grau Chopperia	Chopperia
Quiosque Lagosta	Quiosque
Candinho's Bar	Bar
Restaurante Rio Branco	Restaurante
Café do Forte Restaurante	Restaurante
Pizzaria Santa Bárbara	Pizzaria
Lara's Grill	Restaurante
Quiosque Sputnik	Quiosque
Restaurante Terraço Paris	Restaurante
Pitoresco	Restaurante
Schmidt's Bar	Restaurante
Lanchonete J e J	Lanchonete
Panificadora Nova Mallet	Padaria
Peg Pão do Forte	Padaria
Bar Videokê Música	Bar
Gaúcho Mallet Grill	Churrascaria
Up Sports Bar	Restaurante
Sorveteria Tanto Gosto	Sorveteria



Quiosque Castelinho	Quiosque
Gil Salgados	Lanchonete
Gaúcho Lanches	Lanchonete
Villa Di Pasta	Restaurante
Padaria Pamer	Padaria
Mangue Seco Restaurante	Restaurante
Grano Dolce Café	Cafeteria
Casa Nostra	Padaria
Mais Puro Açaí	Açaíteria
Planeta Doce	Cafeteria
Sodiê Doces	Doceria
Fujiyama Pastelaria	Pastelaria
Na Barca Sushi	Restaurante
Oriente Bar e Restaurante	Restaurante
Chicken Point	Lanchonete
Point Grill 66	Churrascaria
Lanchonete e Restaurante do Tonhão	Restaurante
Jack Burguer & Beer	Bar
Restaurante Sabor Intenso	Restaurante
Pizzaria Ocian 2	Pizzaria
Boulevard Cafeteria	Cafeteria
Feijão Brasil	Restaurante
Iupy Sushi Bar e Temakeria	Restaurante
Vaca Loka Chopp e Espetinhos	Restaurante
Restaurante Fazendinha 2	Restaurante
Casinha do Café	Cafeteria
Mc Donald's	Fast Food
Kascão Gelateria & Açaí	Sorveteria
Tubarão da Praia	Restaurante
Restaurante 3 Dobras	Restaurante
Don Sushi	Restaurante
Restaurante Luar	Restaurante
Seo Caxias	Restaurante
Restaurante Verde Mar	Restaurante
Neco's Bar e Restaurante	Restaurante
Quiosque 100 Limite	Restaurante
Subway	Fast Food
Point 66 Chopperia & Grill	Churrascaria
Quiosque Mineirinho	Quiosque
Quintal de Casa	Restaurante
Na Barca Sushi	Restaurante
Restaurante Praça da Paz	Restaurante
Frutos de Goiás	Sorveteria
SOS Salgados	Lanchonete
Dr. Bistrô Gastronomia	Restaurante
Mixirica Alimentação Saudável	Restaurante
China in Box	Restaurante
Casa do Norte Mandacarú	Restaurante
Floresta Doces	Doceria
Habib's	Restaurante
Pascoal Beer Restaurante	Restaurante
Bistrô da Praia	Restaurante
Pepitas Pizzaria	Restaurante
Panificadora 5 Estrelas	Padaria
Restaurante Hotel Iberica's	Restaurante
Pizzaria Capricho	Pizzaria
Pizza Planet	Pizzaria



Zulu Restaurante	Restaurante
Mieko Sushi	Restaurante
O Rei da Calabreza	Restaurante
Esquina Brasil	Restaurante
Bar e Lanches 19 de Janeiro	Restaurante
Monalisa Pizza & Food	Restaurante
Mc Donald's	Fast Food
Pizzaria e Esfiharia Itália	Pizzaria
Nosso Bar Lounge	Restaurante
Restaurante Sarafa's	Restaurante
Pães e Doces Ana Paula	Padaria
Restaurante e Lanchonete Point do Bocão	Restaurante
Pizzaria Big Bug	Pizzaria
Grego Mania	Churrascaria
Restaurante e Pizzaria Andriá	Restaurante
Roasted Potato	Fast Food
A Gruta	Fast Food
Sushi Garden	Restaurante
Sabores do Mar	Restaurante
Divino Fogão	Restaurante
Liliana Pasta e Pizza	Pizzaria
Mc Donalds	Fast Food
Ice Creamy Sorveteria	Sorveteria
Cafeteria Plaza	Cafeteria
Brasil Cacau	Doceria
Marleide Monteiro	Cafeteria
Chapa Dog	Lanchonete
Grão Brasil	Cafeteria
Vivenda do Camarão	Restaurante
Café com Leite	Cafeteria
Plaza Express Grill	Restaurante
Subway	Fast Food
Quiosque Chopp Brahma	Chopperia
Spoletto	Restaurante
Griletto	Restaurante
Mixirica	Restaurante
Mc Café	Lanchonete
Rockabilly	Fast Food
Burguer King	Fast Food
Spontanea Pastas e Grill	Restaurante
Taco Bell	Restaurante
All Beef's Grelhados e Massas	Restaurante
Nebuta Temakeria Express	Restaurante
Casa do Pão de Queijo	Lanchonete
Kopenhagen	Doceria
Giraffas	Restaurante
Pizzaria e Restaurante Michelangelo	Pizzaria
Patroni Pizzaria Trattoria	Pizzaria
Raízes da Terra	Restaurante
Pizza Hut	Pizzaria
Suco Bagaço	Lanchonete
Quiosque 23	Quiosque
Quiosque Italianinha	Quiosque
Aconchego's Bar	Lanchonete
Restaurante Castelo Branco	Restaurante
Quiosque 0 Grau	Quiosque
Quiosque Viva a Vida	Quiosque



Quiosque Colibri	Quiosque
Quiosque Alto Astral	Quiosque
Restaurante Miramar	Restaurante
Sugoi Sushi	Restaurante
Convés Restaurante e Bar	Restaurante
Tania Maris Panquecas	Restaurante
São Rafael Restaurante	Restaurante
Gaúcho Grill	Restaurante
Bar e Restaurante do Pernambuco	Restaurante
L'Aquila Lanchonete e Merceria	Lanchonete
Lanchonete Avenida	Lanchonete
Restaurante e Lanchonete Fogão Caiçara	Restaurante
Restaurante Praiano Sul	Restaurante
Douro Pães e Restaurante	Padaria
Petiscos da Guilhermina	Restaurante
Restaurante Fazendinha IV	Restaurante
Padaria Alvorada	Padaria
Gica Doces	Doceria
Meu Cantinho SD Restaurante	Restaurante
Point do Salgado	Lanchonete
Fondigolê Mix Total	Lanchonete
Burguer King	Fast Food
Pizzaria e Restaurante Nova Kennedy	Pizzaria
Subway	Fast Food
Sodiê Doces	Doceria
O Comilão II Restaurante e Pizzaria	Restaurante
Pizzaria e Esfiharia Palazzo	Pizzaria
Quiosque Barramar	Quiosque
Churra's House	Restaurante
Bar e Lanchonete Giovanna	Lanchonete
Quiosque Família Paulista	Quiosque
Restaurante Cuca Legal	Restaurante
Quiosque do Arthur	Quiosque
Padaria Boa Praça	Padaria
Quiosque 3 Irmãos	Quiosque
Marina do Gaúcho	Restaurante
Quiosque Girassol	Quiosque
Quiosque 50	Quiosque
Quiosque Boa Vista	Quiosque
Quiosque Point 47	Quiosque
Quiosque 48	Quiosque
Quiosque Sol Nascente	Quiosque
Sorveteria Valleo	Sorveteria
Sorveteria Ice & Dog Conveniência	Sorveteria
Sete Ondas Sorveteria e Pizzaria	Sorveteria
Sorveteria Tanto Gosto	Sorveteria
Samurai Burguer	Fast Food
Lanchonete e Restaurante Irmãos Rodrigues	Restaurante
Panificadora Rosane	Padaria
La Nonna Restaurante	Restaurante
Padaria e Confeitaria Gualchi	Padaria
Bar e Lanchonete Beira Mar	Lanchonete
Restaurante Farisco	Restaurante
Pizzaria Caprichosa	Pizzaria
Pizzaria Bambina	Pizzaria
Quiosque Sete Ondas	Quiosque
Quiosque Boa Ideia	Quiosque



Primo's Restaurante e Pizzaria	Restaurante
Digousthy Lanchonete e Restaurante	Restaurante
Panificadora Rainha do Mar	Padaria
Restaurante Fazendinha	Restaurante
Manah Restaurante	Restaurante
Padaria Nossa Senhora do Barreiro	Padaria
Panificadora Santa Terezinha	Padaria
Lanches e Bobagens	Lanchonete
Diego's Pizzaria, Esfiharia e Petiscaria	Pizzaria
Açaiteria Gourmet	Açaiteria
Nathy Pizzaria e Esfiharia	Pizzaria
Quiosque da Gisa	Quiosque
Quiosque Tia do Acarajé	Quiosque
Quiosque Sol e Mar	Quiosque
Quiosque Flor de Lis	Quiosque
Quiosque do Paraná	Quiosque
Churrascaria Cabana do Arruda	Churrascaria
Parô Pirô Bar e Chopperia	Chopperia
La Fenice Pizzaria	Pizzaria
Esquina da Gula	Lanchonete
Quiosque Bate Papo	Quiosque
Quiosque da Maria	Quiosque
Sorveteria Havana	Sorveteria
Point da Chuleta	Restaurante
Pizzaria La Mania	Pizzaria
Padaria Nossa Senhora do Amparo	Padaria
Sorveteria Nevada	Sorveteria
Talismã Restaurante	Restaurante
Panificadora Nova Estrela	Padaria
Churrascaria O Leitão	Churrascaria
Central das Delícias	Lanchonete
Bar e Lanchonete Estrela Dalva	Lanchonete
Kinkoe	Restaurante
Quiosque 76	Quiosque
Nishida Sushi Lounge	Restaurante
Os Coxinha's	Lanchonete
Marquim	Padaria
Forno de Ouro Restaurante e Pizzaria	Restaurante
Império do Churrasco	Churrascaria
Bar e Lanches Beira Mar	Lanchonete
Quiosque do Japa	Quiosque
Boi Baum Churrascaria	Churrascaria
Quiosque Bohema	Quiosque
Quiosque do Gerson	Quiosque
Café Cabocla Restaurante e Pizzaria	Restaurante
Restaurante Papo Cheio	Restaurante
Quiosque Isla Bonita	Quiosque
Restaurante, Cafeteria e Lanchonete Meg	Restaurante
Santo Chopp Bar e Grill	Restaurante
Up Burguer	Hamburgueria
Mister Paladar Restaurante e Lanchonete	Restaurante
Preta's Lanchonete	Lanchonete
O Comilão Lanches	Lanchonete
Patrícia Doces	Doceria
Panificadora Renata	Padaria
Padaria e Mercado Souza	Padaria
Quiosque São Bernardo	Quiosque

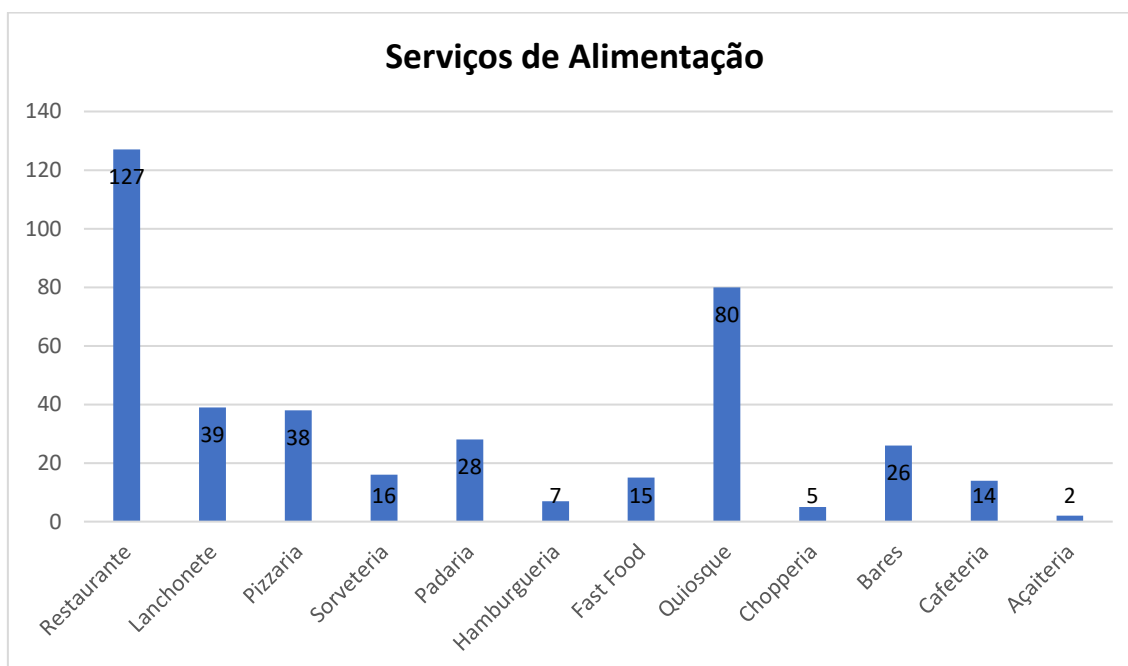


Quiosque Cantinho do Mé	Quiosque
Quiosque Encontros	Quiosque
Restaurante Centro de Lazer	Restaurante
Quiosque Trovão	Quiosque
Quiosque Marlene Mineira	Quiosque
Quiosque 100	Quiosque
Quiosque das Américas	Quiosque
Tonelly Restaurante e Pizzaria	Restaurante
Quiosque Jamaica	Quiosque
Panificadora Vitória	Padaria
Quiosque Vira-Verão	Quiosque
Restaurante São Dimas	Restaurante
Gimba	Lanchonete
Panificadora Santa Clara	Padaria
Compadris Grill	Restaurante
Chopp Burger	Lanchonete
Subway	Fast Food
Porto Caiçara	Restaurante
Quiosque do Maurício	Quiosque
Quiosque Nossa Senhora de Fátima	Quiosque
Quiosque Vip 123	Quiosque
Quiosque do Biro	Quiosque
Quiosque Cruzeiro	Quiosque
Quiosque Beach Point	Quiosque
Quiosque da Suzana	Quiosque
Quiosque da Hora	Quiosque
Quiosque Santomé	Quiosque
Quiosque do Dinho	Quiosque
Quiosque Vira Sol	Quiosque
Quiosque Pedan	Quiosque
Padaria Canaveira	Padaria
Brasileirinho Comida Típica Delivery	Restaurante
Restaurante Crocante	Restaurante
Panificadora Dois Corações	Padaria
Quiosque Toca da Coruja	Quiosque
Churrascaria Ponto dos Motoristas	Churrascaria
Padaria Nossa Senhora de Praia Grande	Padaria
Quiosque Tortuga	Quiosque
Balneária Padaria	Padaria
Restaurante Celimar	Restaurante
Giga Byte Restaurante	Restaurante
Tanja Restaurante	Restaurante
Quiosque Encanto das Tribos	Quiosque
Quiosque Mandacau	Quiosque
Point das Panquecas	Restaurante
Quiosque do Edson	Quiosque
Quiosque Tia Nina	Quiosque
Choperia Zero Hora	Restaurante
Duda Pizzaria e Esfiharia	Pizzaria
Vão Livre Surf Bar	Bar
Restaurante e Pizzaria Sevilla	Restaurante
Sorveteria Kidelícia	Sorveteria
Quiosque da Maria	Quiosque
Quiosque Takeo	Quiosque
Quiosque da Tia Inês	Quiosque
Quiosque do Magrão	Quiosque
Quiosque Mares do Sul	Quiosque

Quiosque Imperador	Quiosque
Quiosque do Pernambuco	Quiosque
Quiosque Tia Cida	Quiosque
Quiosque da Néia	Quiosque
Real Beach Burger e Beer	Hamburgueria
Praieira Mini Padaria e Restaurante	Restaurante
Panificadora Imperio Real	Padaria
Restaurante Selmar	Restaurante
Sorveteria Avante	Sorveteria
Pizzaria e Lanchonete Flórida	Pizzaria
Pizzaria Crismar	Pizzaria
Kiyosu Sushi	Restaurante
Restaurante Pizzaria Mascote	Restaurante
Trentino's Pizzaria	Pizzaria
Bar e Restaurante Rota Sul PG	Restaurante

Fonte: Urbatec, 2018.

Gráfico 2 - Diversidade dos Serviços de Alimentação de Praia Grande



Fonte: Urbatec, 2018

2.2.5. Infraestrutura Turística de Praia Grande

Tabela 27 - Infraestrutura Turística de Praia Grande

Infraestrutura Turística	
Item	Situação
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. Os Equipamentos de Segurança disponíveis no município são: Polícia Militar, Delegacia da Mulher, Corpo de Bombeiros, Salvamento Marítimo, Guarda Civil Municipal e Polícia Rodoviária.
Mobiliário Urbano	Apesar do município de Praia Grande disponibilizar e padronizar os mobiliários urbanos em quantidade regular na malha urbana. O município possui poucos bancos e lixeiras no decorrer das vias, o que mais se encontra, são mobiliários nas praças da cidade semi-padronizados.
Sinalização Turística	É fundamental, para qualquer município que deseja desenvolver o turismo, possuir a infraestrutura básica que possibilite a acessibilidade. Praia Grande, apesar de possuir sinalização turística, necessita de uma readequação da sinalização e um maior planejamento na disposição de placas e totens de informação turística, indicando os atrativos, trade e equipamentos, e nos principais acessos ao município.
Transporte	A cidade conta com dois terminais urbanos de transporte público, o Terminal Rodoviário Vereador “Francisco Gomes da Silva” (Tatico) e o Terminal Rodoviário Tude Bastos. Ambos os terminais necessitam de intervenções com alto grau de prioridade. 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.

Fonte: Urbatec, 2018.

2.2.6. Estratégias de Comunicação de Praia Grande

Tabela 28 - Estratégias de Comunicação de Praia Grande

Comunicação	
Item	Situação
Site Institucional	Observando a Home Page da cidade de Praia Grande, verifica-se que a mesma não tem o intuito de promover ou de divulgar o município de Praia Grande turisticamente, sendo um portal para questões de ordem pública prioritariamente. Apesar de não ser o foco, a Home Page possui informações link para redirecionamento para uma página sobre os atrativos, hotéis e outros serviços participantes do trade turístico.
Material Gráfico	Possui folder informativo dos principais atrativos turísticos e manifestações culturais do município. Porém no momento não possui este material impresso.



Páginas nas Redes Sociais	Observando a Fanpage da Prefeitura Municipal de Praia Grande, nota-se que a mesma tem por objetivo informar a população sobre acontecimentos do município e de ações do poder público municipal, não tendo o caráter de divulgação ou promoção turística.
Blog	Não possui
Painéis Luminosos, Busdoor, Indoor, Placas	Não possui
Vídeo Institucional	Possui pequenos vídeos institucionais segmentados de variados estilos turísticos e eventos que ocorrem no município. Entretanto não possui vídeo que mostre a infraestrutura turística total da cidade, atrativos e trade.

Fonte: Urbatec, 2018.



CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA

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

A elaboração das estratégias para o Plano de Ações adotou como referência a metodologia Strengths Weaknesses Opportunities Threats – SWOT. O termo SWOT é uma sigla oriunda do idioma inglês, e significa Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). As oportunidades e ameaças referem-se ao macroambiente (situação externa) e as forças e fraquezas ao microambiente (situação interna).

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

3.1. SELEÇÃO DAS VARIÁVEIS

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

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



3.2. SITUAÇÃO EXTERNA

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

3.3. SITUAÇÃO INTERNA

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

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

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



3.4. DIVISÃO DAS VARIÁVEIS POR COMPONENTES

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

3.5. CRUZAMENTO DAS VARIÁVEIS E FORMULAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS

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

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

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

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



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

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



CAPÍTULO 4 – ANÁLISE SWOT DE PRAIA GRANDE

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

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

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

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

Figura 10 - Quadro de Análise Swot

Análise Swot



Fonte: Urbatec, 2018.

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.

Tabela 29 - Quadro de Forças e Fraquezas

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;- Ciclovia;- 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;- 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;

Fonte: Urbatec, 2018

Tabela 30 - Quadro de Oportunidades e Ameaças

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, 2018

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

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

4.1. EIXO HORIZONTAL: FORÇAS E FRAQUEZAS

4.1.1. Forças

Tabela 31 - Quadro de Forças

Contexto	S1 Segurança (monitoramento por câmeras); S2 Semana da cultura caiçara; C1 Beleza do Município; C2 Recorte geográfico; C3 Boutiques de pesca; C4 Tendões de verão;
Foco	P1 Eventos/Shows; P2 Turismo de negócios; P3 Feiras de artesanato; P4 Praias; P5 Atrativos histórico-cultural; P6 Atrativos ecológicos; P7 Atrativos religiosos; P8 Atividades esportivas;



	<p>P9 Praça da Paz; P10 Shopping; P11 Palácio das Artes; P12 Teatro Municipal; P13 Museu da cidade; P14 Galeria de artes; P15 Fortaleza de Itaipu;</p>
Mercado	<p>M1 Disponibilidade de leitos rotativos; M2 Colônias de Férias; M3 Construção civil; M4 Gastronomia; M5 Entretenimento; M6 Comércio/supermercados; M7 Feira Livre;</p>
Condições	<p>G1 Parcerias Públicas Privadas. G2 Integração entre os órgãos do poder público municipal; G3 Guarda municipal/trânsito; I1 Facilidade de acesso; I2 Acessibilidade; I3 Terminais rodoviários; I4 Ciclovia; I5 Espaço público para eventos; I6 Calçadão/orla; I7 Equipamentos esportivos; I8 Malha viária; I9 Equipamentos de lazer;</p>

Fonte: Urbatec, 2018

4.1.2. Fraquezas

Tabela 32 - Quadro de Fraquezas

Contexto	S1 Moradores de rua;
Foco	<p>P1 Ausência de chuveiros e banheiros na orla; P2 Ausência de eventos na baixa temporada; P3 Insuficiência de espaços para a exploração do artesanato;</p>
Mercado	<p>M1 Capacitação do trade turístico; M2 Não realização do carnaval;</p>
Condições	<p>I1 Acessibilidade PNE (seguir normas); I2 Insuficiência de equipamentos de saúde (alta temporada); I3 Melhoria dos serviços públicos urbanos em finais de semana e alta temporada; I4 Ampliação de sanitários, sanitários unissex; C1 Comunicação e informação ao turista;</p>



	G1 Necessidade de revisão da legislação e regulamentação de produtos, serviços e equipamentos turísticos; G2 Insuficiência de fiscalização; G3 Pouco recurso humano no conselho tutelar; G4 Regulamentação dos artesãos;
--	---

Fonte: Urbatec, 2018

4.2. EIXO VERTICAL: OPORTUNIDADES E AMEAÇAS

4.2.1. Oportunidades

Tabela 33 - Quadro de Oportunidades

Contexto	P1 Festa do Folclore; P2 Festa Nordestina; P3 Festa das Nações;
Mercado	M1 Centro de Tradições Nordestinas; M2 Integração Turística; M3 Roteiro de Turismo de 1 dia;
Cadeia do Turismo	C1 Criação da Casa do Artesão; C2 Concha acústica para apresentação de artistas municipais e regionais; C3 Atração de Investimentos;
Gestão	G1 Atração de ETEC/SENAC e instituições de ensino (foco em turismo); G2 Parceria Público Privadas; G3 Convênios Estaduais e Federais; G4 Possibilidade de desenvolvimento de Campanhas de Conscientização e Valorização da Cidade;

Fonte: Urbatec, 2018

4.2.2. Ameaças

Tabela 34 - Quadro de Ameaças

Contexto	S1 Segurança Pública (Estado) E1 Sonegação fiscal;
Mercado	M1 Ausência de calendário regional;
Cadeia do Turismo	C1 Ausência de malha hoteleira;



	C2 Ausência de equipamentos turísticos de grande porte;
Gestão	G1 Ausência de integração regional;

Fonte: Urbatec, 2018

4.3. ANÁLISE DOS RESULTADOS

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

Fraquezas x Ameaças: a busca da sobrevivência do destino no cenário turístico, procurando eliminar ou minimizar ao máximo as fragilidades e monitorar as ameaças.

Precisando de interferência com urgência, tem prioridade zero.

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

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



4.4. MATRIZ SWOT DE PRAIA GRANDE

Tabela 35 - Matriz SWOT de Praia Grande

		Oportunidades												Ameaças						
		P1	P2	P3	M1	M2	M3	C1	C2	C3	G1	G2	G3	G4	S1	E1	M1	C1	C2	G1
Forças	S1																			
	S2																			
	C1																			
	C2																			
	C3																			
	C4																			
	P1																			
	P2																			
	P3																			
	P4																			
	P5																			
	P6																			
P7																				
P8																				
P9																				
P10																				
P11																				
P12																				



P13																			
P14																			
P15																			
M1																			
M2																			
M3																			
M4																			
M5																			
M6																			
M7																			
G1																			
G2																			
G3																			
I1																			
I2																			
I3																			
I4																			
I5																			
I6																			
I7																			
I8																			
I9																			



4.5. DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS

Após estruturar a Matriz SWOT através do cruzamento das variáveis, percebe-se claramente, que a atividade turística em Praia Grande se encontra em estado de desenvolvimento e aporte de políticas públicas. Assim, foi necessário estabelecer sugestões de estratégias, que possibilitarão o incremento da atividade turística na localidade, baseando-se sempre em preceitos sustentáveis, bem como seguindo o tipo de prioridade, apontou-se como táticas para o estabelecimento de um pleno desenvolvimento turístico local:

4.5.1. Ações Previstas

Ações com prioridade um, adquiridas a partir da análise do cruzamento das Forças com as Oportunidades:

- ✓ Buscar parcerias com órgãos governamentais estaduais ou federais ou com a iniciativa privada para prover recursos voltados a melhoria da infraestrutura urbana e turística;
- ✓ Estabelecimento de uma legislação específica para o turismo, que verse sobre o ordenamento urbano, de uso e ocupação do solo e estabeleça limites sobre o uso de áreas naturais;
- ✓ Implementação de políticas de investimento para diversificação e incremento do setor hoteleiro e de alimentação;
- ✓ Promover cursos de capacitação profissional em conjunto com instituições de ensino e setor privado;
- ✓ Aprimorar a sinalização turística;
- ✓ Promover um amplo programa de marketing a nível estadual e regional, definindo o público-alvo que se deseja atingir;
- ✓ Promover ações de planejamento municipal, ambiental e turístico a curto, médio e longo prazos;
- ✓ Agenciar um banco de dados de informações sobre o turismo local;
- ✓ Reestruturação dos bens públicos, como praças, parques, clubes e monumentos;
- ✓ Melhorar o mobiliário urbano municipal.



- ✓ Envolver a comunidade no processo de planejamento e tomada de decisão, através da mobilização e participação em fóruns e seminários;
- ✓ Promover apoio às comunidades, através das associações (artesanato, folclore, tradições);
- ✓ Realizar curso para a capacitação de guias turísticos;
- ✓ Buscar parcerias para o investimento no setor hoteleiro, de alimentação, lazer, agências e desenvolvimento e criação de novos atrativos ao município;
- ✓ Maximizar a participação nos programas federais e estaduais de apoio ao turismo;
- ✓ Criação de um manual de marcas municipal de turismo;
- ✓ Realização de Pesquisa de Demanda Interna Periodicamente;
- ✓ Criação de Materiais Promocionais escritos, folders, flyers;
- ✓ Criação do Mapa Turístico de Praia Grande;
- ✓ Criação de Vídeo Institucional da Cidade;
- ✓ Criação do Site Institucional do Turismo;
- ✓ Criação de Páginas nas Redes Sociais Institucional do Turismo;

Assim, o cenário apresentado neste estudo apresenta as ações ideais para a consolidação de uma atividade turística responsável. Na prática, porém, podem ocorrer determinadas supressões de estratégias por parte de algum agente envolvido no processo de tomada de decisão. É necessário, todavia, que se repense o turismo atual no município, pois os impactos estão sendo sentidos e nenhuma ação está sendo implementada, o que pode ocasionar danos irreversíveis ao ambiente urbano, natural e rural.



CAPÍTULO 5 – DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO E DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIAS POR COMPONENTE

Este capítulo tomou por base o volume 3 do Plano Diretor de Turismo de Praia Grande – Diagnóstico da Oferta Turística, já concluído e entregue em documento anterior. Conforme o esquema a seguir, a definição de estratégias para cada um dos cinco componentes teve como base diversas informações coletadas e o cruzamento de dados através da matriz de análise SWOT.

Tabela 36 - Relação das temáticas componentes e estratégias.

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

Fonte: Urbatec, 2018.



5.1. COMPONENTE 1: ESTRATÉGIA DE PRODUTO TURÍSTICO

Segundo o ROP do PRODETUR, as atividades deste componente se concentrarão nos investimentos relacionados ao planejamento, à recuperação e à valorização dos atrativos turísticos públicos necessários para promover, consolidar ou melhorar a competitividade dos destinos em modalidades ou tipos específicos de turismo. O componente também integrará as ações destinadas a alinhar os investimentos privados em segmentos ou nichos estratégicos, bem como aquelas destinadas a melhorar a competitividade dos empresários turísticos, por meio do aprimoramento da organização setorial, da qualidade dos serviços e do acesso a fatores produtivos. O desenvolvimento de produtos turísticos de Praia Grande terá como base as estratégias apresentadas a seguir.

Tabela 37 - Componente 01 - Estratégia do Produto Turístico

Componente 01 - Estratégia do Produto Turístico	
Praia Grande	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">- Proximidade com São Paulo e região da Baixada Santista.- Fluxo turístico já consolidado.- Os atrativos podem ser acessados com facilidade.- Eventos atraem alto fluxo de visitantes e os locais de realização estão reformados e adequados ao uso.- Preços condizentes ao mercado e competitivos a cidades próximas.- Boas opções gastronômicas.- Possui opções de lazer.- Boa oferta complementar de atrativos e segmentos turísticos.	<ul style="list-style-type: none">- Carência de mão de obra qualificada.- Falta de estruturação da gestão, infraestrutura de apoio e desenvolvimento de atividades complementares.- Fragilidade do setor de hospedagem no que diz respeito à atração de novos investimentos.- Necessidade de melhoria da sinalização turística.- Mobiliário urbano precisa de adequações em locais específicos.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">- Proximidade com o Porto de Santos.- Crescente representatividade do turismo na economia brasileira.- Equacionamento de períodos sazonais – segmento de eventos independente de condições climáticas e períodos de férias escolares.- Possibilidade de recursos estaduais e federais para investimento em infraestrutura e desenvolvimento turístico municipal.	<ul style="list-style-type: none">- Baixa qualificação do setor turístico e baixa capacidade de investimento compromete a qualidade dos serviços.- Moradores externos promovem a atividade sem integração com a comunidade local.- Necessidade de melhorar estruturação e organização relacionados à oferta de serviços qualificados.- Ausência de continuidade de ações de planejamento turístico.

Fonte: Urbatec, 2018



5.2. COMPONENTE 2: ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO

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

Tabela 38 - Componente 02 - Estratégia de Comercialização

Componente 02 – Estratégia de Comercialização	
Praia Grande	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">- Possui material gráfico dos principais atrativos do município.- Participação no Mapa do Turismo elaborado pelo Ministério do Turismo.- Presença no site de divulgação turística da APRECESP por ser uma Estância Turística.- Boa presença na internet por fontes externas ao planejamento turístico municipal.	<ul style="list-style-type: none">- Não existe marca ou logo do turismo de Praia Grande.- Não existe política local intensiva de divulgação do turismo interno.- Faltam materiais promocionais de forma padronizada e integrada.- Inexistência de plano de marketing estratégico ou operacional de Praia Grande.- Não possui roteiros ou rotas, definidas.- Não possui páginas oficiais atualizadas nas redes sociais e não possui website voltado para a divulgação turística.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">- Existência de programa de Promoção e Apoio à Comercialização voltado para consolidação da imagem do País e diversificação dos produtos turísticos, tanto para o mercado interno quanto para o mercado externo.- Grande exposição do turismo na mídia online, televisiva e impressa.- Surgimento de novas mídias de alcance nacional e internacional.	<ul style="list-style-type: none">- Falta de parceria com o trade local e regional, com os demais produtos turísticos da região.- Baixo interesse da população em divulgar o destino Praia Grande.- Exposição negativa pela mídia televisiva e digital.

Fonte: Urbatec, 2018



5.3. COMPONENTE 3: FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

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

Tabela 39 - Componente 03 - Fortalecimento Institucional

Componente 03 – Estratégia de Fortalecimento Institucional	
Praia Grande	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">- Instância de governança municipal estabelecida e em funcionamento.- Possui sistema on-line para emissão de Nota Fiscal, e CNDs.- Possui Lei de Criação do COMTUR e FUMTUR.- Possui Conselho Municipal de Turismo Ativo.- É uma Estância Turística do Estado de São Paulo.	<ul style="list-style-type: none">- Ausência de tecnologias avançadas de informação e comunicação visando à comercialização de destinos e negócios turísticos.- Baixa realização de cursos de capacitação ao trade turístico.- Pequena integração público-privado para encaminhamento das demandas turísticas da Cidade.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">- Participação em programas do Governo Federal e Estadual a fim de angariar recursos para o desenvolvimento da atividade turística.- Integração com roteiros e rotas turísticas regionais.- Crescimento da oferta de Planos de Fortalecimento Institucional que valorizam o papel das instâncias de governança.- Existência do Plano Nacional de Turismo – referencial estratégico do turismo nacional.- Presença e atuação de instituições formadoras como SEBRAE e SENAC, universidades e ONGs na região podem favorecer a capacitação profissional.- Elaboração do Plano Diretor de Turismo.	<ul style="list-style-type: none">- Descontinuidade administrativa e mudança de foco das prioridades de ações, na troca de gestão.- Desenvolvimento da atividade turística sem planejamento e estrutura adequada pode acarretar perda ou descaracterização do patrimônio histórico-cultural.- Dificuldades na obtenção de dados organizados de forma sistemática e contínua.

Fonte: Urbatec, 2018



5.4. COMPONENTE 4: INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS

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

Tabela 40 - Componente 04 – Infraestrutura e Serviços Básicos

Componente 04 – Infraestrutura e Serviços Básicos	
Praia Grande	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">- Disponibilidade de cobertura de água e energia elétrica em área urbana do município.- Possui infraestrutura em ótimas condições para a realização de eventos diversos: esportivos, culturais, apresentações, etc.- Possui Centro de Informações Turísticas, Feiras de Artesanato distribuídas pelos bairros da cidade, Ciclovia e boas estruturas de lazer.- Possui Terminais Rodoviários e boas rodovias de acesso.	<ul style="list-style-type: none">- Necessita melhorias no sistema de coleta e conscientização sobre o lixo, além de implantação de coleta seletiva.- Locais de risco de enchentes devem ser sinalizados e deve ser criada uma estratégia para solucionar este problema a médio/longo prazo.- Mobiliário urbano precisa de melhorias.- Melhoria da sinalização turística interligando todos os atrativos de Praia Grande.- Falta um portal de entrada da cidade.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">- Existência de Plano Nacional de Turismo Linhas de financiamentos do Banco Mundial – projetos rodoviários.- Existência de Plano Nacional de Turismo.- Existência de processos modernos e tecnologias para tratamento de esgotos e resíduos sólidos.- Recursos do Orçamento Geral da União – OGU para a infraestrutura turística. Atividades Características do Turismo – ACT representaram 3,6% da economia brasileira.	<ul style="list-style-type: none">- Falta de política regulatória dos serviços de transportes e passeios turísticos locais.- Falta de política regulatória dos serviços de hospedagem.- Falta de política regulatória dos serviços de gastronomia locais.

Fonte: Urbatec, 2018



5.5. COMPONENTE 5: GESTÃO AMBIENTAL

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

Tabela 41 - Componente 05 - Gestão Ambiental

Componente 05 – Gestão Ambiental	
Praia Grande	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">- Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado consolidado.- Título de estância balneária.- Utilização do turismo como prática de conscientização e sensibilização ambiental.- Presença de Museu Ambiental na gama de atrativos complementares.	<ul style="list-style-type: none">- Controle incipiente sobre os impactos socioambientais do turismo.- Falta de manejo das trilhas, geração de lixo e coleta de espécies vegetais em áreas naturais.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">- O turismo como potencializador da educação ambiental e aumento das práticas ambientalmente positivas em equipamentos e serviços turísticos.- Desenvolvimento de estratégias em atrativos naturais com ecoturismo e turismo pedagógico.	<ul style="list-style-type: none">- Degradação do meio ambiente por parte dos munícipes e dos turistas- Falta de controle e fiscalização municipal, estadual e nacional.

Fonte: Urbatec, 2018



5.5. ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO

Tabela 42 - Estratégia do Produto Turístico

COMPONENTE 1 - ESTRATÉGIA DE PRODUTO TURÍSTICO – EPT	
ESTRATÉGIA DO COMPONENTE	Desenvolver produtos turísticos integrados, diversificados, competitivos e concebidos com base na sustentabilidade local, visando à expansão da demanda turística e a maximização do potencial da oferta turística da região.
EMBASAMENTO	
EPT 1: Qualificar a organização e a integração do produto turístico histórico cultural por meio da estruturação da gestão dos atrativos culturais, melhoria e ampliação da infraestrutura turística, promoção da educação patrimonial a fim de desenvolver produtos turísticos diferenciados e competitivos.	
EPT 2: Qualificar o produto turístico natural por meio da promoção da educação ambiental e desenvolvimento de atividades complementares a fim de valorizar os bens socioambientais e diversificar o uso dos atrativos naturais.	
EPT 3: Qualificar a oferta de atividades turísticas complementares vinculadas aos produtos naturais e culturais por meio de incentivos à iniciativa privada e à realização de eventos com a finalidade de compor produtos integrados, diversificados e competitivos.	
EPT 4: Apoiar a modernização, diversificação e redistribuição espacial dos equipamentos e serviços turísticos por meio da promoção da qualificação dos estabelecimentos e fomento a iniciativa privada com o objetivo de melhorar a qualidade da experiência turística.	

Fonte: Urbatec, 2018



Tabela 43 - Estratégia de Comercialização

COMPONENTE 2 - ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO – EC	
ESTRATÉGIA DO COMPONENTE	Fortalecer, no âmbito nacional e internacional, o posicionamento de mercado do turismo de Praia Grande, por meio de ações estratégicas e integradas de marketing, visando o aumento da participação do município no mercado turístico e o aumento de receitas oriundas das atividades turísticas.
EMBASAMENTO	
<ul style="list-style-type: none">· EC 1: Incentivar a ampliação e qualificação de roteiros comercializados por meio da criação da base conceitual e da promoção de espaços de articulação público-privada visando o fortalecimento do produto turístico diferenciado.· EC 2: Qualificar os materiais promocionais por meio da padronização e definição de uma identidade municipal integrada ao posicionamento de mercado regional com vistas à promoção qualificada nos mercados reais e potenciais.· EC 3: Fortalecer o posicionamento de mercado da região por meio da elaboração do Plano de Marketing de Praia Grande, visando o reconhecimento regional, nacional e internacional de Praia Grande.	

Fonte: Urbatec, 2018



Tabela 44 - Fortalecimento Institucional

COMPONENTE 3 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL – FI	
ESTRATÉGIA DO COMPONENTE	Fortalecer a gestão local do turismo por meio do desenvolvimento e implementação de processos de gestão e planejamento integrados e participativos, visando, com isso, a institucionalização de práticas administrativas eficientes e o comprometimento efetivo dos diversos atores responsáveis pelo planejamento e gestão da atividade.
EMBASAMENTO	
<p>FI 1: Dinamizar a atuação das instâncias de governança municipal por meio da reativação e ampliação da participação a fim de qualificar o processo de gestão e monitoramento do turismo.</p> <p>FI 2: Qualificar servidores públicos municipais e membros das instâncias de governança para a gestão da atividade turística, por meio de processos de capacitação planejados com vistas à melhoria dos serviços prestados à população e turistas.</p> <p>FI 3: Consolidar os processos de planejamento municipal por meio da aplicação dos instrumentos de gestão e da efetiva participação da população no monitoramento, avaliação e revisão dos planos existentes, com vistas ao fortalecimento da gestão da atividade turística.</p> <p>FI 4: Fortalecer a estrutura institucional para o turismo por meio da adequação de processos e procedimentos de gestão, da estrutura administrativa e da legislação aplicável, com vistas ao gerenciamento eficiente e eficaz de recursos para o turismo e melhoria da articulação institucional pública e público-privada.</p>	

Fonte: Urbatec, 2018



Tabela 45 - Infraestrutura e Serviços Básicos

COMPONENTE 4 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS – ISB	
ESTRATÉGIA DO COMPONENTE	Ampliar e requalificar a infraestrutura e serviços básicos das áreas urbanas e rurais, para o atendimento da demanda da atividade turística e o bem-estar da população local.
EMBASAMENTO	
ISB 1: Ampliar e requalificar a infraestrutura de circulação, com melhorias em todos os modais, por meio de parcerias entre as esferas governamentais, proporcionando novas e confortáveis oportunidades de acessibilidade.	
ISB 2: Fomentar investimentos no sistema aquaviário por meio da criação de parcerias e oportunidades atraentes para investidores credíveis, proporcionando novas alternativas de acessibilidade aos turistas e moradores.	
ISB 3: Priorizar ações de saneamento por meio de parcerias entre as esferas governamentais, visando minimizar o comprometimento da qualidade ambiental e proporcionar um ambiente mais seguro para a população e turistas.	
ISB 4: Projetos de sinalização turística.	
ISB 5: Ampliar e requalificar a infraestrutura urbana de interesse turístico.	

Fonte: Urbatec, 2018



Tabela 46 - Gestão Ambiental

COMPONENTE 5 - GESTÃO AMBIENTAL – GA	
ESTRATÉGIA DO COMPONENTE	Instrumentalizar o poder público e os agentes sociais para o planejamento e gestão dos bens socioambientais, com previsão e avaliação de possíveis impactos e estratégias de valorização da diversidade natural e cultural.
EMBASAMENTO	
GA 1: Estruturar os espaços territoriais especialmente protegidos por meio do planejamento compartilhado, implantação de sistemas de gestão físico-territorial e estruturação do receptivo turístico, com a finalidade de promover a geração de trabalho e renda, integrar o produto turístico, controlar o uso e valorizar o patrimônio socioambiental.	
GA 2: Estratégia específica: Implantar sistema integrado e participativo de avaliação dos impactos ambientais do turismo regional por meio da consolidação de indicadores ambientais com a finalidade de controlar os impactos das atividades nas áreas naturais.	

Fonte: Urbatec, 2018



CAPÍTULO 6 – CONSTRUÇÃO DA MATRIZ PONDERADA

6.1. METODOLOGIA DE VALORAÇÃO PONDERADA

A Matriz Ponderada consiste numa metodologia que permite analisar, sob outros prismas, a realidade atual de Praia Grande, complementando, desta forma, a visão obtida a partir da elaboração da Matriz SWOT ou FOFA, em estudos anteriores. A abordagem sistêmica de indicadores de qualidade e de sustentabilidade dos produtos turísticos resulta na construção da matriz de ponderação. Na abordagem da Valoração Ponderada foram consideradas para análise situacional de Praia Grande nas dimensões da qualidade.

Essas dimensões estão classificadas em escala de cinco itens, compreendendo, em ordem crescente de complexidade, desde a ausência do aspecto avaliado até o nível avançado, considerado nível de excelência. Assim, a ponderação é feita sob uma valoração de 1 a 5, onde o valor 1 representa baixo grau de desenvolvimento e o valor 5 representa grau elevado de desenvolvimento, que corresponde à situação desejada. A soma desses itens podem chegar, no máximo, a 40 pontos, correspondentes às oito dimensões, de onde se pode depreender o nível de qualificação geral do produto que, mediante comparação proporcional, permite obter pontuação de 0% a 100%.

A matriz ponderada avalia o segmento principal - lazer e entretenimento, bem como os segmentos complementares - turismo hidrotermal, ecoturismo/turismo de aventura e turismo de negócios e eventos - e reafirma percepções extraídas da Matriz FOFA. Após a elaboração da matriz ponderada de todos os segmentos, serão discutidos, de forma geral, os resultados desse processo.

Para a melhor visualização da tabela, os resultados referentes a matriz ponderada da infraestrutura e aos demais foram formatados em gráficos, onde cada pétala se refere a um item. O grau de preenchimento das pétalas indica seu nível de qualificação.

Cada gráfico é gerado a partir da tabela de avaliação com a pontuação referida ao município, com esta pontuação também será possível com o passar do tempo avaliar e mensurar o crescimento do turismo interno em todos os seus eixos.



6.2. MATRIZ PONDERADA – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS

Para a avaliação da Infraestrutura local tem-se a tabela abaixo, que permite avaliar os níveis de cada uma das dimensões. São 5 níveis apresentados e cada nível equivale a 1 ponto, para os itens; acessibilidade, meios de transporte, sinalização turística, atrativos, equipamentos urbanos, equipamentos de serviços turísticos, saúde e segurança e na tabela a seguir:



Tabela 47 - Matriz Ponderada – Infraestrutura

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA E BÁSICA								
Escala	Indicadores de Qualidade							
	Acessibilidade	Meios de Transporte	Sinalização Turística	Atrativos	Equipamentos Urbanos	Equipamentos de Serviços Turísticos	Saúde	Segurança
Nível 1	Acesso precário: município apresenta estradas não pavimentadas.	Servido exclusivamente por aéreo.	Não tem sinalização turística.	Abandonados, precisando urgentemente de reformas.	Abandonados, precisando urgentemente de reformas.	Não apresenta equipamentos de serviços básicos.	Não apresenta equipamentos de saúde.	Não apresenta equipamentos de segurança.
Nível 2	Acesso regular: município apresenta estradas pavimentadas e não pavimentadas nas áreas rurais.	Servido exclusivamente por transporte aéreo ou aquático.	Apresenta sinalização apenas dos atrativos.	Apresenta atrativos até 25% com estrutura satisfatória.	Apresenta equipamentos urbanos até 25% com estrutura satisfatória.	Apresenta equipamentos de serviços turísticos básicos (agências e postos bancários, correios, farmácias, postos de gasolina).	Apresenta apenas farmácias.	Apresenta apenas polícia militar, defesa civil.
Nível 3	Acesso bom: município apresenta estradas pavimentadas e não pavimentadas nas áreas rurais, e apresenta terminal para transporte terrestre.	Servido exclusivamente por transporte terrestre.	Apresenta sinalização turística inferior a 50% da necessidade para trade, atrativos e equipamentos urbanos.	Apresenta atrativos até 50% com estrutura satisfatória.	Apresenta equipamentos urbanos até 50% com estrutura satisfatória.	Apresenta equipamentos de serviços turísticos básicos (agências e postos bancários, correios, farmácias, postos de gasolina, serviço mecânico para motos /automóvel, ônibus/embarcações e equipamentos de gastronomia).	Apresenta farmácias, e posto de saúde.	Apresenta polícia militar, civil e corpo de bombeiros e defesa civil.
Nível 4	Acesso bom, município apresenta estradas pavimentadas e não pavimentadas nas áreas rurais, apresenta terminal para transporte aéreo.	Servido exclusivamente por transporte terrestre e aquático.	Apresenta sinalização turística entre 50% e 99,99% da necessidade para trade, atrativos e equipamentos urbanos.	Apresenta atrativos até 75% com estrutura satisfatória.	Apresenta equipamentos urbanos até 75% com estrutura satisfatória.	Apresenta equipamentos de serviços turísticos básicos (agências e postos bancários, correios, farmácias, postos de gasolina, serviço mecânico para motos /automóvel, ônibus/embarcações, equipamentos de gastronomia, meios de hospedagem).	Apresenta farmácias, posto de saúde, serviço de resgate, pronto socorro 24h.	Apresenta polícia militar, civil e corpo de bombeiros e defesa civil, guarda municipal, polícia rodoviária.
Nível 5	Acesso ótimo, município apresenta estradas pavimentadas e não pavimentadas nas áreas rurais, apresenta terminal para transporte aéreo e aquático.	Servido exclusivamente por transporte terrestre, aéreo e aquático.	Apresenta sinalização turística atendendo 100% da necessidade para trade, atrativos e equipamentos urbanos.	Apresenta atrativos até 100% com estrutura satisfatória.	Apresenta equipamentos urbanos até 100% com estrutura satisfatória.	Apresenta equipamentos de serviços turísticos básicos (agências e postos bancários, correios, farmácias, postos de gasolina, serviço mecânico para motos /automóvel, ônibus/embarcações, equipamentos de gastronomia, meios de hospedagem, agências de viagens, casas de câmbio, locadoras de veículos, locadoras de imóveis para temporada).	Apresenta farmácias, posto de saúde, serviço de resgate, pronto socorro 24 e hospital completo.	Apresenta polícia militar, civil e corpo de bombeiros e defesa civil, guarda municipal, polícia rodoviária, serviço de salvamentos, polícia marítima/aérea/fronteira.

Fonte: Urbatec, 2018

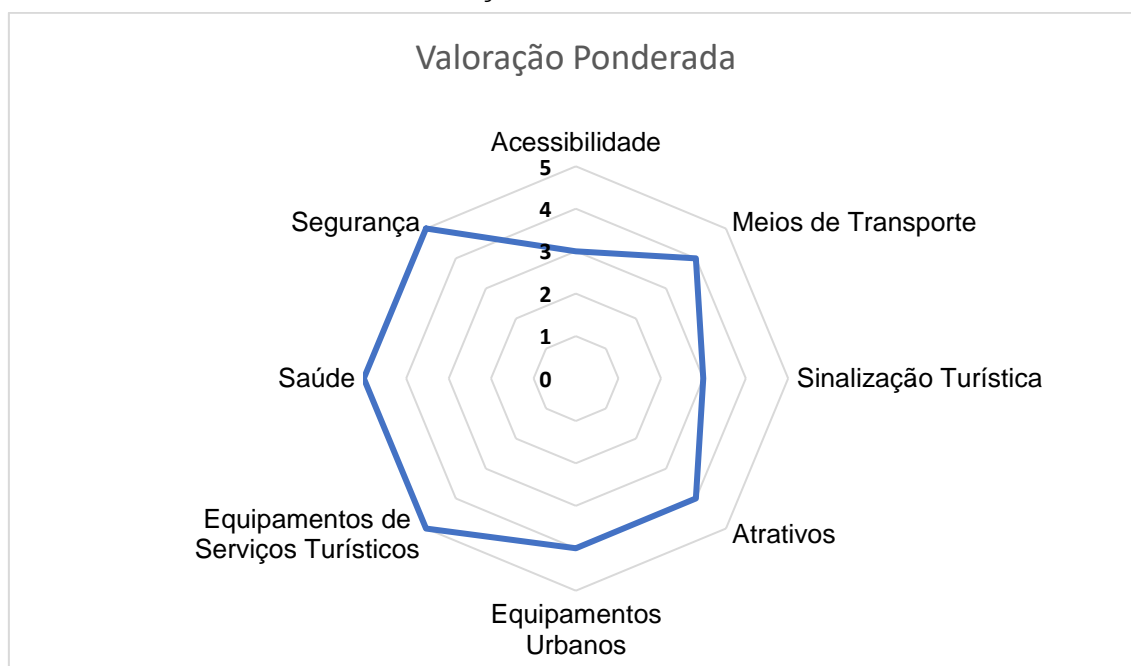
Tabela 48 - Resultado da Matriz – Infraestrutura

Resultado da Matriz - Infraestrutura		
Item	Nível	Pontos
Acessibilidade	3	7,5
Meios de Transporte	4	10
Sinalização Turística	3	7,5
Atrativos	4	10
Equipamentos Urbanos	4	10
Equipamentos de Serviços Turísticos	5	12,5
Saúde	5	12,5
Segurança	5	12,5
Pontuação Total	33	
Valoração (%)		82,5

Fonte: Urbatec, 2018

Na tabela acima, temos o nível atingido em cada item avaliado, e a pontuação final já transformada, pois cada nível vale 1 ponto, porém a soma total é 40 pontos, mediante comparação proporcional, permite obter pontuação de 0% a 100%. Logo cada ponto individual transformado equivale a: **1 ponto inicial = 2,5 % (Valoração)**.

Gráfico 3 - Valoração Ponderada da Infraestrutura

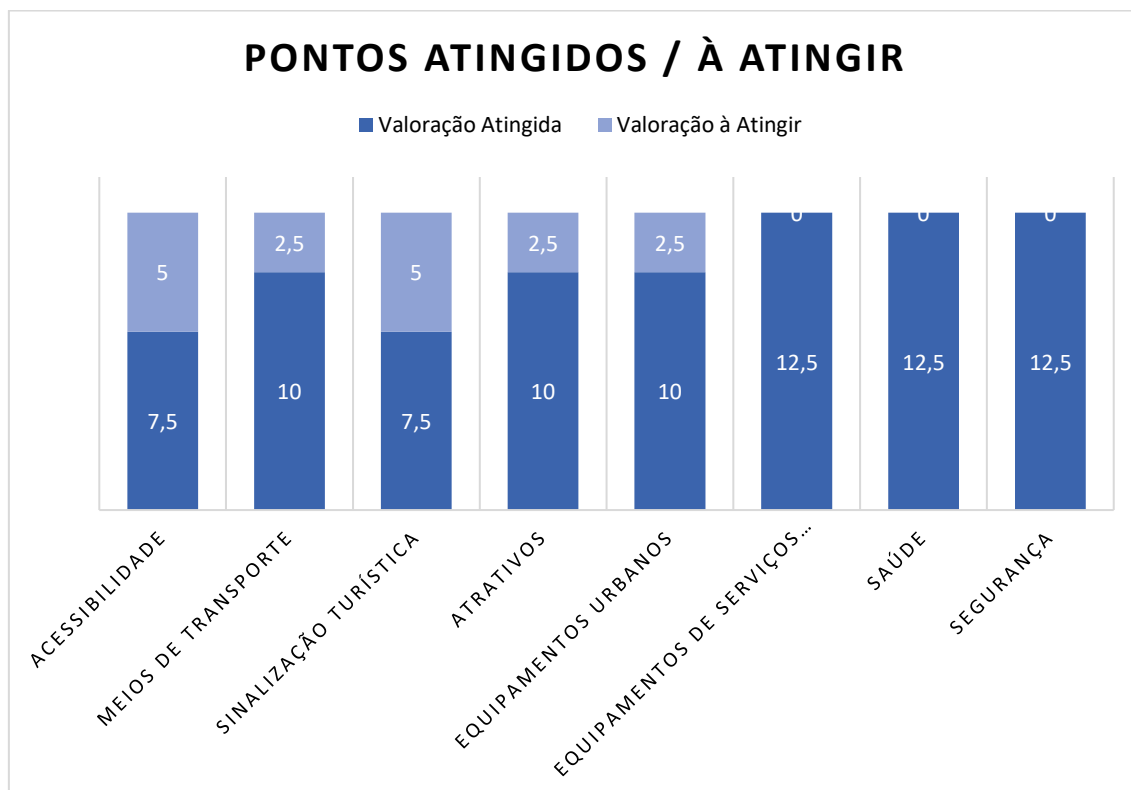


Fonte: Urbatec, 2018

Com base no gráfico acima, é possível visualizar como se comporta a valoração dos itens avaliados que atingiu pontuação média de 82,5% que é considerado um nível acima do satisfatório.

O gráfico abaixo tem por intuito revelar a valoração individual de cada item, e quanto é possível evoluir em cada setor da Infraestrutura e Serviços Básicos de Praia Grande.

Gráfico 4 - Analítico da Infraestrutura



Fonte: Urbatec, 2018

Como é possível observar no gráfico acima, os itens Equipamentos de Serviços Turísticos, Saúde e Segurança atingiram a valoração máxima (12,5 pontos), os itens Meios de Transporte, Atrativos e Equipamentos Urbanos também atingiram boa valoração (10 pontos) enquanto os demais itens apresentaram valoração 7,5, ou seja, acima da satisfatória, entretanto entende-se que todos os itens podem ser melhorados, principalmente em pontos estratégicos que foram identificados nas oficinas públicas, como a Segurança e Saúde, que apesar de serem completas, se tornam insuficientes com o aumento considerável de pessoas no município em épocas de temporada.



6.3. MATRIZ PONDERADA – PRODUTO TURÍSTICO

Para a avaliação do Produto Turístico local tem-se a tabela abaixo, que permite avaliar os níveis de cada uma das dimensões. São 5 níveis apresentados e cada nível equivale a 1 ponto, para os itens: Meios de Hospedagem, Serviços de Gastronomia, Eventos, Ecoturismo, Turismo de Lazer, Turismo Histórico-Cultural.

Vale a pena ressaltar, que na próxima tabela onde tratamos da Matriz Ponderada para Produto Turístico, tratamos da atratividade, segmentação e dos serviços de hospedagem e gastronomia, pois já havíamos tratado anteriormente, na Matriz Ponderada de Infraestrutura, a situação física dos Atrativos e da Sinalização. Porém quando formos organizar os projetos e programas, na ação Produto Turístico, trataremos dos projetos de sinalização e infraestrutura turística. Na Tabela 48 apresenta a matriz para o Produto.



Tabela 49 - Matriz Ponderada do Produto Turístico

PRODUTO TURÍSTICO						
Escala	Indicadores de Qualidade					
	Meios de Hospedagem	Serviços de Gastronomia	Eventos	Turismo de Sol e Praia	Turismo Náutico e de Pesca	Turismo Histórico-Cultural
Nível 1	Ausência de equipamentos de hospedagem.	Ausência de equipamentos de alimentação. Falta mão-de-obra.	Não realiza eventos.	Não apresenta fluxo, embora tenha os atrativos vinculados.	Não apresenta fluxo, embora tenha os atrativos vinculados.	Não apresenta fluxo, embora tenha os atrativos vinculados.
Nível 2	Equipamentos de hospedagem precários em número e qualidade.	Oferta muito pequena, precária e restrita aos empreendimentos hoteleiros. Mão-de-obra muito deficiente.	Realiza apenas eventos de comemoração do calendário nacional (desfiles patrióticos, natal, réveillon, carnaval).	Apresenta fluxo baixo.	Apresenta fluxo baixo.	Apresenta fluxo baixo.
Nível 3	Equipamentos de hospedagem razoáveis, porém, concentrados e devem ser modernizados e ampliados.	Oferta pequena, razoável na qualidade, mas restrita aos centros urbanos e empreendimentos hoteleiros. Necessidade de qualificar mão-de obra.	Realiza apenas eventos de comemoração do calendário nacional (desfiles patrióticos, natal, réveillon, carnaval) e eventos de aniversário da cidade e santos padroeiros.	Apresenta fluxo médio.	Apresenta fluxo médio.	Apresenta fluxo médio.
Nível 4	Equipamentos de hospedagem bons, porém, concentrados. Boa oferta, devendo ser diversificada para evitar concentrações em épocas curtas e específicas	Boa oferta de restaurantes. Mão de- obra razoável	Realiza apenas eventos de comemoração do calendário nacional (desfiles patrióticos, natal, réveillon, carnaval) e eventos de aniversário da cidade e santos padroeiros, feiras agrícolas, rodeios.	Apresenta fluxo alto apenas na temporada, na realização de eventos/atividades específicas.	Apresenta fluxo alto apenas na temporada, na realização de eventos/atividades específicas.	Apresenta fluxo alto apenas na temporada, na realização de eventos/atividades específicas.
Nível 5	Equipamentos de hospedagem excelentes em quantidade e qualidade. Existem empreendimentos diferenciados que combinam diferentes produtos turísticos.	Restaurantes diversificados, redes de lanchonetes, valorização da culinária regional. Mão de obra qualificada apresenta serviços de qualidade.	Realizam apenas eventos de comemoração do calendário nacional (desfiles patrióticos, natal, réveillon, carnaval) e eventos de aniversário da cidade e santos padroeiros, feiras agrícolas, rodeios. Promove PPP e diversifica em diversos eventos para combater a sazonalidade e trazer turista a cidade o ano todo.	Apresenta fluxo alto durante todo o ano.	Apresenta fluxo alto durante todo o ano.	Apresenta fluxo alto durante todo o ano.

Fonte: Urbatec, 2018

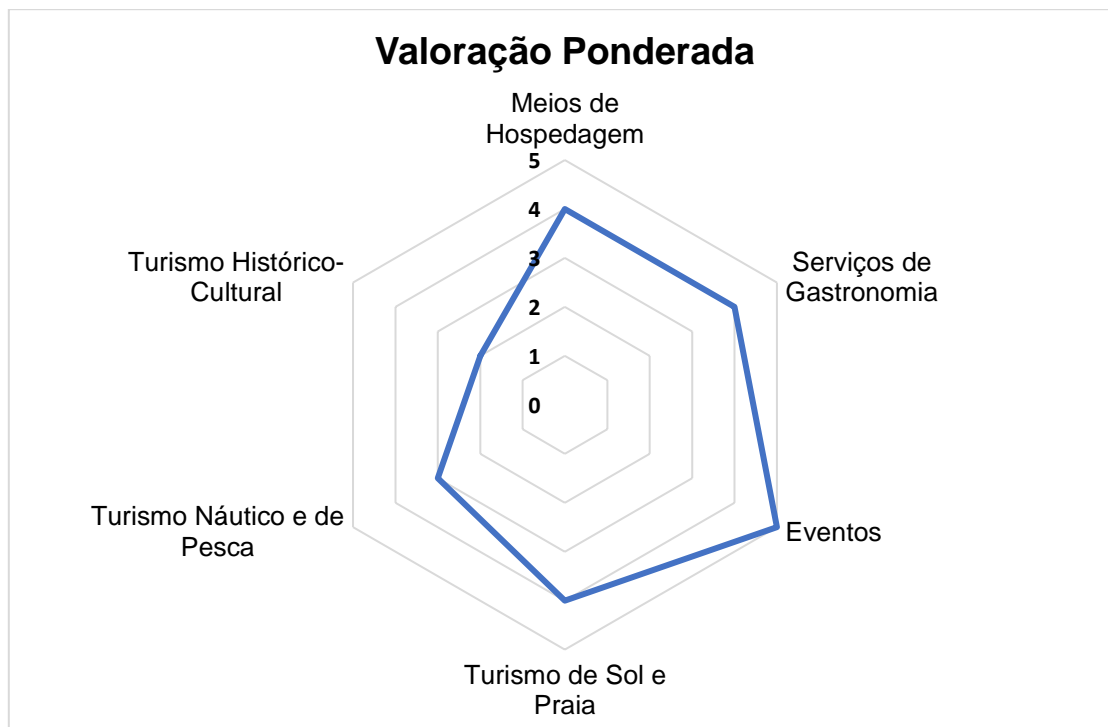
Tabela 50 - Resultado da Matriz para Produto Turístico

Resultado da Matriz – Produto Turístico		
Item	Nível	Pontos
Meios de Hospedagem	4	13,32
Serviços de Gastronomia	4	13,32
Eventos	5	16,65
Turismo de Sol e Praia	4	13,32
Turismo Náutico e de Pesca	3	9,99
Turismo Histórico Cultural	2	6,66
Pontuação Total	22	
Valoração (%)		73,26

Fonte: Urbatec, 2018

Na tabela acima, temos o nível atingido em cada item avaliado, e a pontuação final já transformada, pois cada nível vale 1 ponto, porém a soma total é 30 pontos, mediante comparação proporcional, permite obter pontuação de 0% a 100%. Logo cada ponto individual transformado equivale a: **1 ponto inicial = 3,33 % (Valoração)**.

Gráfico 5 - Valoração Ponderada do Produto Turístico

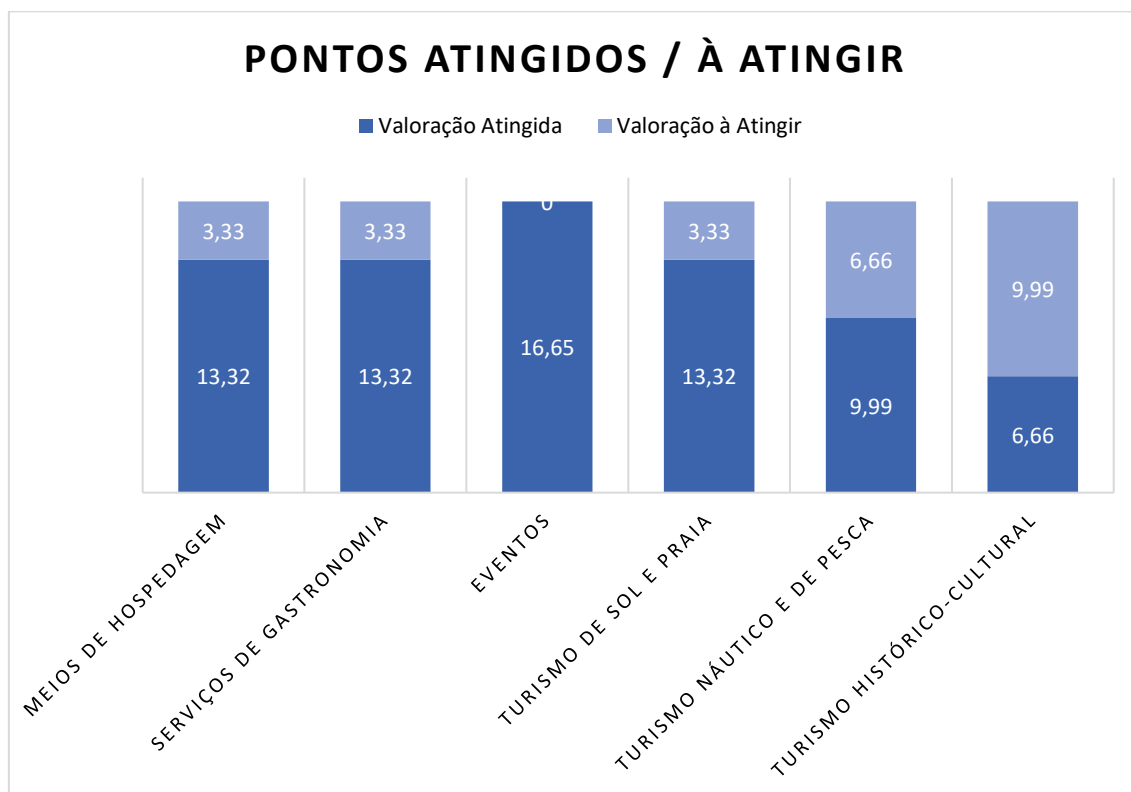


Fonte: Urbatec, 2018

Com base no gráfico acima, é possível visualizar como se comporta a valoração dos itens avaliados que atingiu pontuação média de 73,26% que é considerado um nível satisfatório.

O gráfico abaixo tem por intuito revelar a valoração individual de cada item, e quanto é possível evoluir em cada setor do Produto Turístico.

Gráfico 6 - Analítico do Produto Turístico



Fonte: Urbatec, 2018

Como é possível observar no gráfico acima, o item Eventos atingiu a valoração máxima (16,65 pontos), os itens Gastronomia, Meios de Hospedagem e Turismo de Sol e Praia atingiram valoração acima do satisfatório com 13,32 pontos, indicando que a oferta no município é suficiente e que o ponto fraco deste setor é a capacitação da mão de obra e a realização de PPP's. Turismo Náutico e de Pesca apresentam valoração satisfatória com 9,99 pontos, revelando que apesar de serem existentes e já caminharem, precisam de atenção por parte do poder público para que consiga fomentar de maneira assertiva cada um destes itens. Por fim o Turismo Histórico-Cultural atingiu valoração abaixo do satisfatório, revelando que este segmento, hoje, é utilizado como oferta complementar, tendo poucas estratégias voltadas ao seu desenvolvimento e potencialização.



6.4. MATRIZ PONDERADA – COMERCIALIZAÇÃO

Para a avaliação da Comercialização local tem-se a tabela abaixo, que permite avaliar os níveis de cada uma das dimensões. São 5 níveis apresentados e cada nível equivale a 1 ponto, para os itens: Ação de Comercialização, Materiais Promocionais, Participação em Eventos Turísticos Nacionais e Internacionais com fins de promoção de destino, Site Institucional, Redes Sociais e Roteiros e Rotas Segmentadas.



Tabela 51 - Matriz Ponderada da Comercialização

COMERCIALIZAÇÃO						
Escala	Indicadores de Qualidade					
	Ação de Comercialização	Materiais Promocionais	Participação em Eventos Turísticos Nacionais e Internacionais com fins de promoção de destinos.	Site Institucional	Redes Sociais	Roteiros e Rotas Segmentadas
Nível 1	Não realiza nenhuma ação.	Não tem nenhum tipo de material promocional.	Não participa de nenhum evento turístico.	Não tem site institucional.	Não possui páginas nas redes sociais.	Não tem roteiros e rotas segmentadas organizadas.
Nível 2	Tem uma ação de comercialização local.	Possui material gráfico, elaborado em conjunto com a região turística que está inserida.	Participa de eventos regionais.	Possui uma aba no site institucional da prefeitura.	Não possui páginas nas redes sociais, mas é divulgado por meios das páginas institucionais da prefeitura.	Tem roteiros e rotas, mas não existe organização.
Nível 3	Tem uma ação de comercialização regional, faz parte da estratégia regional.	Possui material gráfico, virtual, vídeos, elaborado em conjunto com a região turística que está inserida.	Participa de eventos regionais e estaduais.	O trade turístico elaborou um site/portal de divulgação do turismo.	Possui páginas no facebook.	Possui rotas organizadas.
Nível 4	Está inserido na ação de comercialização da secretaria de estado do turismo ou órgãos estaduais de promoção.	Possui material gráfico, virtual, vídeos, elaborado em conjunto com a secretaria de estado do turismo ou órgãos estaduais de promoção.	Participa de eventos nacionais.	Possui site institucional do turismo local.	Possui página no facebook, instagram.	Possui roteiros e rotas organizados.
Nível 5	Tem ação própria de comercialização regional/estadual e nacional.	Possui material gráfico, virtual, vídeos, elaborado pela própria secretaria/prefeitura/comtur/trade local.	Participa de eventos internacionais.	Possui site institucional do turismo local e aplicativos de celular na tecnologia mobile para divulgação do turismo local.	Possui página no facebook, instagram, twitter e flirc.	Possui rotas e roteiros organizados e integrados com o trade.

Fonte: Urbatec, 2018

Tabela 52 - Resultado da Matriz Comercialização

Resultado da Matriz – Comercialização		
Item	Nível	Pontos
Ação de Comercialização	4	13,32
Materiais Promocionais	5	16,65
Participação em Eventos	4	13,32
Site Institucional	2	6,66
Redes Sociais	2	6,66
Roteiros e Rotas	2	6,66
Pontuação Total	19	
Valoração (%)		63,27

Fonte: Urbatec, 2018

Na Tabela abaixo, temos o nível atingido em cada item avaliado, e a pontuação final já transformada, pois cada nível vale 1 ponto, porém a soma total é 30 pontos, mediante comparação proporcional, permite obter pontuação de 0% a 100%. Logo cada ponto individual transformado equivale a: **1 ponto inicial = 3,33 % (Valoração)**.

Gráfico 7 - Valoração Ponderada - Comercialização

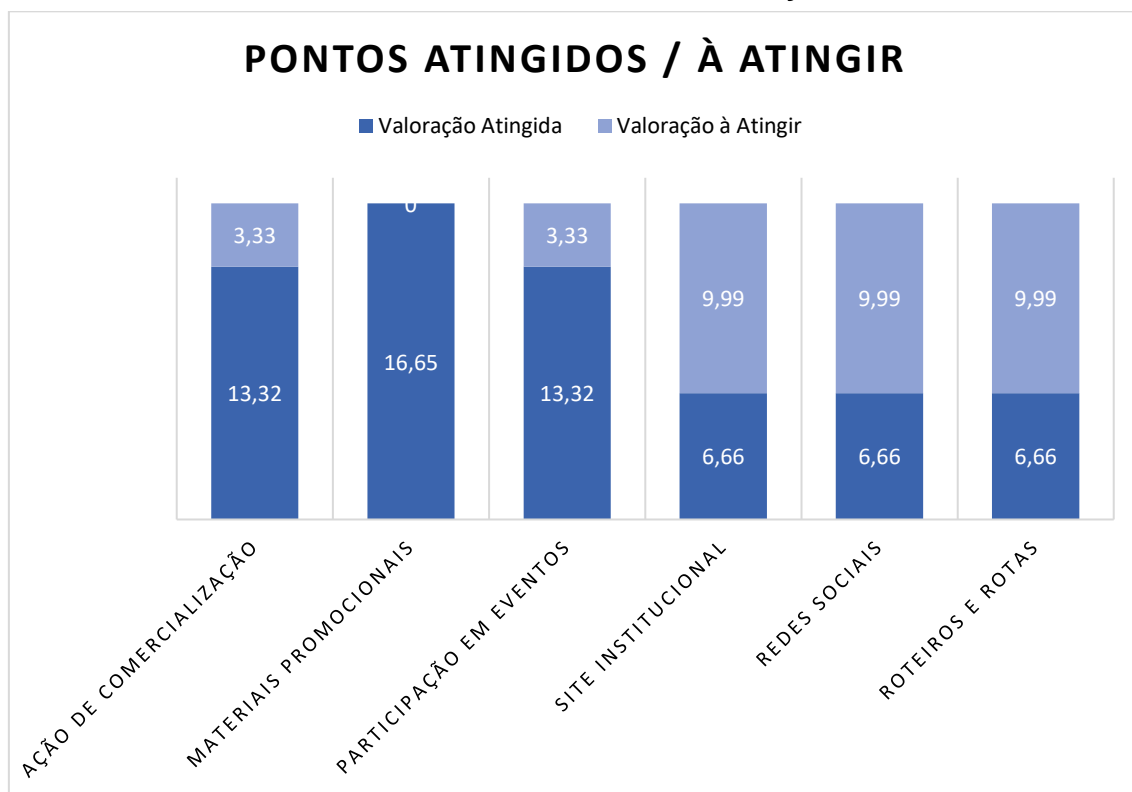


Fonte: Urbatec, 2018

Com base no gráfico acima, é possível visualizar como se comporta a valoração dos itens avaliados que atingiu pontuação média de 63,27% que é considerado um nível satisfatório.

O gráfico abaixo tem por intuito revelar a valoração individual de cada item, e quanto é possível evoluir em cada setor da Comercialização.

Gráfico 8 - Analítico da Comercialização



Fonte: Urbatec, 2018

Como é possível observar no gráfico acima, o item Materiais Promocionais atingiu a valoração máxima (16,65 pontos), apesar desta valoração é compreensível que apesar de o município de Praia Grande possuir grande gama de materiais promocionais, estes encontram-se já ultrapassados sendo necessária uma revisão e a elaboração de novos materiais. Os itens Participação em Eventos e Ação de Comercialização o item atingiram valoração acima da satisfatória (13,32 pontos), os itens Site Institucional, Redes Sociais e Roteiros e Rotas atingiram valoração de 6,66 pontos, sendo consideradas valorações insatisfatórias, complementando o gráfico que nos permite visualizar as deficiências da comercialização do Destino Praia Grande e a necessidade da estruturação de um plano de marketing e divulgação que permita ao Destino um desenvolvimento sustentável da atividade turística municipal.



6.5. MATRIZ PONDERADA – INSTITUCIONAL

Para a avaliação das Políticas Institucionais tem-se a tabela abaixo, que permite avaliar os níveis de cada uma das dimensões. São 5 níveis apresentados e cada nível equivale a 1 ponto, para os itens: Legislação de Interesse Turístico, Instâncias de Governança, Gestão do Turismo, Orçamento e Ações Integradas.



Tabela 53 - Matriz Ponderada da Análise Institucional

INSTITUCIONAL					
Escala	Indicadores de Qualidade				
	Legislação de Interesse Turístico	Instâncias de Governança	Gestão do Turismo	Orçamento	Ações Integradas
Nível 1	Ausência de legislação de interesse turístico.	Ausência de instancias de governança voltada ao turismo.	Não existe secretaria, departamento ou coordenadoria de turismo.	Não tem orçamento vinculado ao turismo.	Não apresenta projetos e nem ações de integração com outras secretarias, associações regionais, ou PPP.
Nível 2	Lei que cria e institui o COMTUR.	O município possui apenas COMTUR, que não se reúne com frequência.	Existe um departamento/coordenadoria de turismo vinculada a outra secretaria heterogênea.	Tem orçamento apenas para cobrir despesas administrativas e RH.	Possui ações integradas com outras secretarias para realização de eventos, política de fortalecimento institucional, e projetos turísticos e setoriais.
Nível 3	Lei que cria e institui o COMTUR, FUMTUR.	O município possui apenas o COMTUR, que se reúne com frequência.	Existe uma secretaria de turismo sem estrutura técnica.	Tem orçamento para cobrir despesas administrativas e RH. Possui orçamento para projetos de divulgação, promoção e comercialização do turismo. Possui orçamento para eventos.	Possui ações integradas com outras secretarias para realização de eventos, política de fortalecimento institucional, e projetos turísticos e setoriais. Possui ações com PPP e trade turístico.
Nível 4	Lei que cria e institui o COMTUR, FUMTUR. Plano Diretor do Município que trata de projetos relacionados as ofertas e demandas turísticas.	O município possui o COMTUR e o FUMTUR que produzem ações de fortalecimento do turismo interno.	Existe uma secretaria de turismo estruturada com departamentos setoriais, mas não oferece serviços de informação turística.	Tem orçamento para cobrir despesas administrativas e RH. Possui orçamento para projetos de divulgação, promoção e comercialização do turismo. Possui orçamento para eventos. Possui orçamento para projetos de fortalecimento institucional.	Possui ações integradas com outras secretarias para realização de eventos, política de fortalecimento institucional, e projetos turísticos e setoriais. Possui ações com PPP e trade turístico. Possui ações integradas com a região turística em que está inserido.
Nível 5	Lei que cria e institui o COMTUR, FUMTUR. Plano Diretor do Município que trata de projetos relacionados as ofertas e demandas turísticas. Legislações específicas que normatizam o funcionamento de atividades ligadas diretamente ao turismo.	O município possui o COMTUR e o FUMTUR que produzem ações de fortalecimento do turismo interno. Participa de outros órgãos e instancias de governança regional e/ou estadual.	Existe uma secretaria de turismo estruturada com departamentos setoriais, oferece serviços de informação turística e/ou visitas monitoradas em atrativos do município.	Tem orçamento para cobrir despesas administrativas e RH. Possui orçamento para projetos de divulgação, promoção e comercialização do turismo. Possui orçamento para eventos. Possui orçamento para projetos de fortalecimento institucional. Possui orçamento para projetos de infraestrutura.	Possui ações integradas com outras secretarias para realização de eventos, política de fortalecimento institucional, e projetos turísticos e setoriais. Possui ações com PPP e trade turístico. Possui ações integradas com a região turística em que está inserido. Possui ação integrada com o Estado e/ou União.

Fonte: Urbatec, 2018

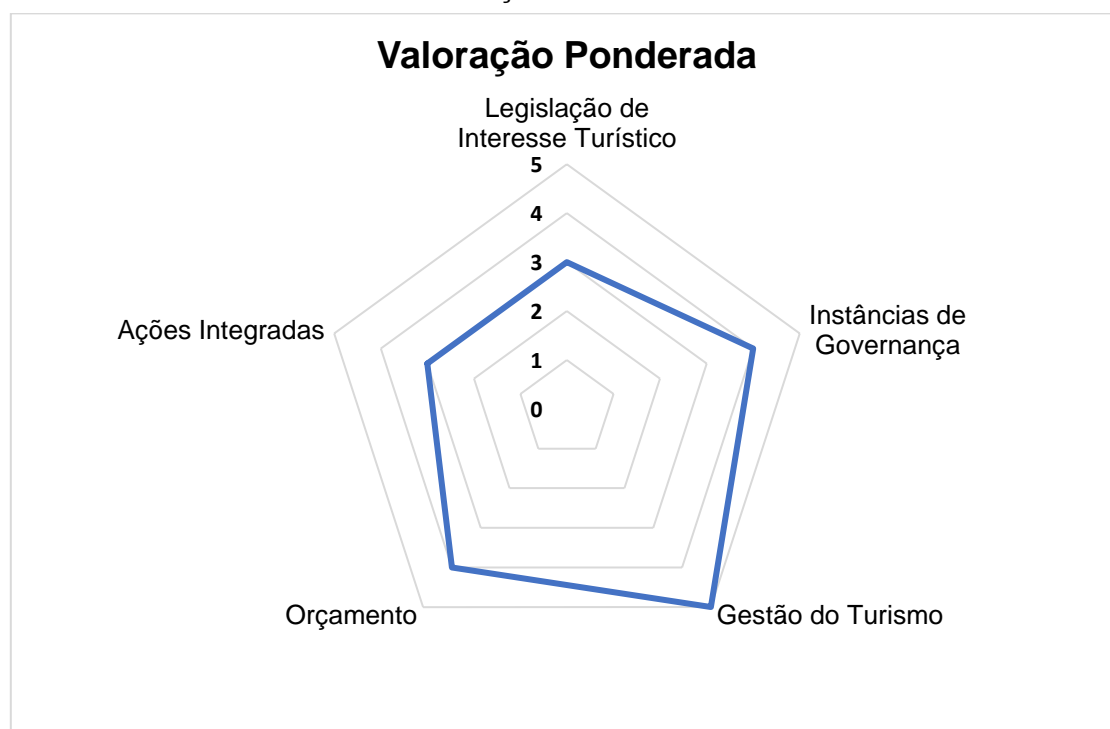
Tabela 54 - Resultado da Matriz Institucional

Resultado da Matriz – Comercialização		
Item	Nível	Pontos
Legislação de Interesse Turístico	3	12
Instâncias de Governança	4	16
Gestão do Turismo	5	20
Orçamento	4	16
Ações Integradas	3	12
Pontuação Total	19	
Valoração (%)		76

Fonte: Urbatec, 2018

Na Tabela acima, temos o nível atingido em cada item avaliado, e a pontuação final já transformada, pois cada nível vale 1 ponto, porém a soma total é 25 pontos, mediante comparação proporcional, permite obter pontuação de 0% a 100%. Logo cada ponto individual transformado equivale a: 1 ponto inicial = 4 % (Valoração).

Gráfico 9 - Valoração Ponderada Institucional

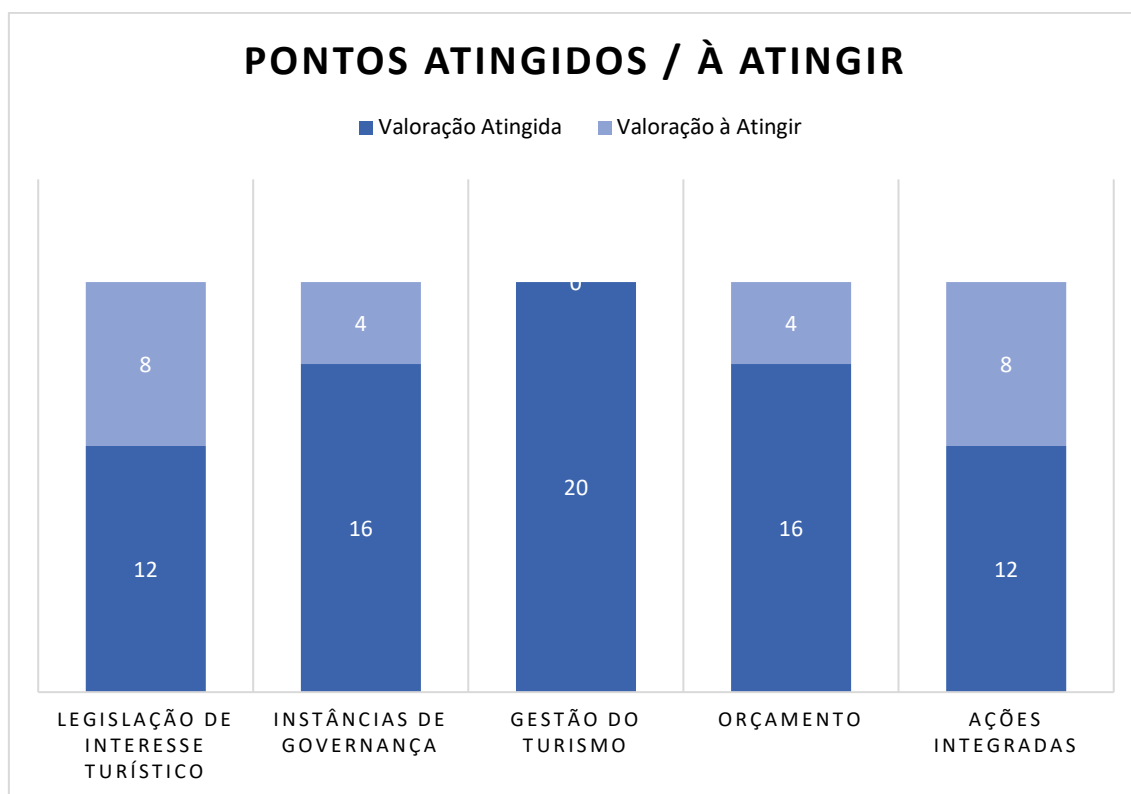


Fonte: Urbatec, 2018

Com base no gráfico acima, é possível visualizar como se comporta a valoração dos itens avaliados que atingiu pontuação média de 76% que é considerado um nível acima do satisfatório.

O gráfico abaixo tem por intuito revelar a valoração individual de cada item, e quanto é possível evoluir em cada setor das Políticas Institucionais de Praia Grande.

Gráfico 10 - Analítico Institucional



Fonte: Urbatec, 2018

Como é possível observar no gráfico acima, o item Gestão do Turismo atingiu a valoração máxima (20 pontos), revelando a boa estrutura organizacional que a Secretaria de Cultura e Turismo do município possui, entretanto é importante que se retome o desenvolvimento do departamento de estratégia e planejamento turístico. Os itens Instâncias de Governança e Orçamento atingiram valoração acima da satisfatória, com 16 pontos. Os itens Ações Integradas e Legislação de Interesse Turístico atingiram valoração satisfatória com 12 pontos. De maneira geral o Fortalecimento Institucional de Praia Grande necessita de algumas ações de planejamento e estruturações nos seus programas, para que desta forma consiga atingir os êxitos estimados, é importante salientar a dificuldade dos órgãos públicos em executarem uma política eficaz quando se diz respeito às PPP's que são fatores fundamentais ao desenvolvimento turístico municipal.



6.6. MATRIZ PONDERADA – GESTÃO AMBIENTAL

Para a avaliação da Gestão Ambiental tem-se a tabela abaixo, que permite avaliar os níveis de cada uma das dimensões. São 5 níveis apresentados e cada nível equivale a 1 ponto, para os itens: Impacto Ambiental, Plano Diretor, Legislação Ambiental, Sustentabilidade Ambiental e Pegadas Ambientais.

Vale ressaltar que o termo “pegada ambiental” foi utilizado para indicação de abordagem do turismo de forma a manter o equilíbrio e evitar conflitos com o meio ambiente.



Tabela 55 - Matriz Ponderada - Gestão Ambiental

INSTITUCIONAL					
Escala	Indicadores de Qualidade				
	Impacto Ambiental Turístico	Plano Diretor	Legislação Ambiental	Sustentabilidade Ambiental	Pegadas Ambientais
Nível 1	Ausência de estudos de impacto ambiental.	Ausência de plano diretor.	Ausência de legislação ambiental.	Ausência de programas para promoção da sustentabilidade ambiental.	Não há distribuição regular de água, energia, coleta de lixo. Degradação ambiental (poluição, desmatamentos, assoreamentos, erosões).
Nível 2	Possui estudos preliminares.	Possui plano diretor de desatualizado.	Possui legislação ambiental em forma de consorcio com a região, mas não apresenta leis específicas locais.	Presença de programas regionais/consórcios intermunicipais.	Distribuição de água, energia e coleta de lixo com precariedade e irregularidade. Presença de degradação ambiental.
Nível 3	Possui estudo de impacto ambiental temático específico de projetos.	Possui plano diretor em fase de adaptação/atualização.	Possui legislação ambiental específica já prevista no plano diretor/lei orgânica do município.	Presença de programas de sustentabilidade ambiental desenvolvido para comunidade local.	Distribuição de água, energia e coleta de lixo, com regularidade. Degradação ambiental controlada.
Nível 4	Possui estudos de impacto ambiental para áreas rurais e urbanas, voltadas a temática do desenvolvimento industrial.	Possui plano diretor atualizado, mas não consta a atividade turística.	Possui legislações ambientais específicas criadas pelo poder público, porém não voltadas ao turismo.	Presença de programas de sustentabilidade ambiental voltada ao turismo.	Bons serviços de distribuição de água, energia e coleta de lixo. Qualidade da água monitorada e livre de coliformes fecais e metais pesados. Presença de áreas de proteção ambiental.
Nível 5	Possui estudos de impacto ambiental para áreas rurais e urbanas, voltadas a temática do turismo.	Possui plano diretor atualizado, consta a atividade turística com orientações específicas.	Possui legislações ambientais específicas criadas pelo poder público, voltadas ao turismo.	Presença de programas de sustentabilidade ambiental voltadas ao turismo, presença de programas de educação ambiental, turismo pedagógico, presença de programas de coleta seletiva nos atrativos turísticos e trade.	Bons serviços de distribuição de água, energia e coleta de lixo. Aterro sanitário, ar limpo, Qualidade de água monitorada e livre de coliformes fecais e metais pesados. Áreas de proteção ambiental.

Fonte: Urbatec, 2018

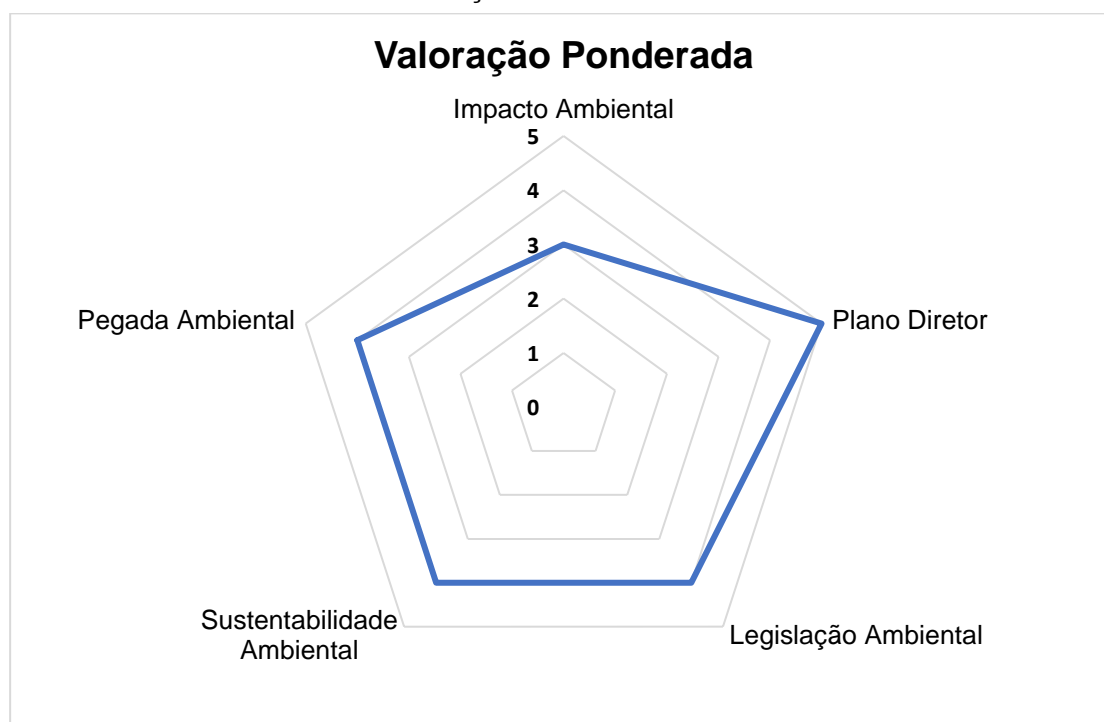
Tabela 56 - Resultado da Matriz Gestão Ambiental

Resultado da Matriz – Comercialização		
Item	Nível	Pontos
Impacto Ambiental	3	12
Plano Diretor	5	20
Legislação Ambiental	4	16
Sustentabilidade Ambiental	4	16
Pegada Ambiental	4	16
Pontuação Total	20	
Valoração (%)		80

Fonte: Urbatec, 2018

Na tabela acima, temos o nível atingido em cada item avaliado, e a pontuação final já transformada, pois cada nível vale 01 ponto, porém a soma total é 25 pontos, mediante comparação proporcional, permite obter pontuação de 0% a 100%. Logo cada ponto individual transformado equivale a: 1 ponto inicial = 4 % (Valoração).

Gráfico 11 - Valoração Ponderada Gestão Ambiental

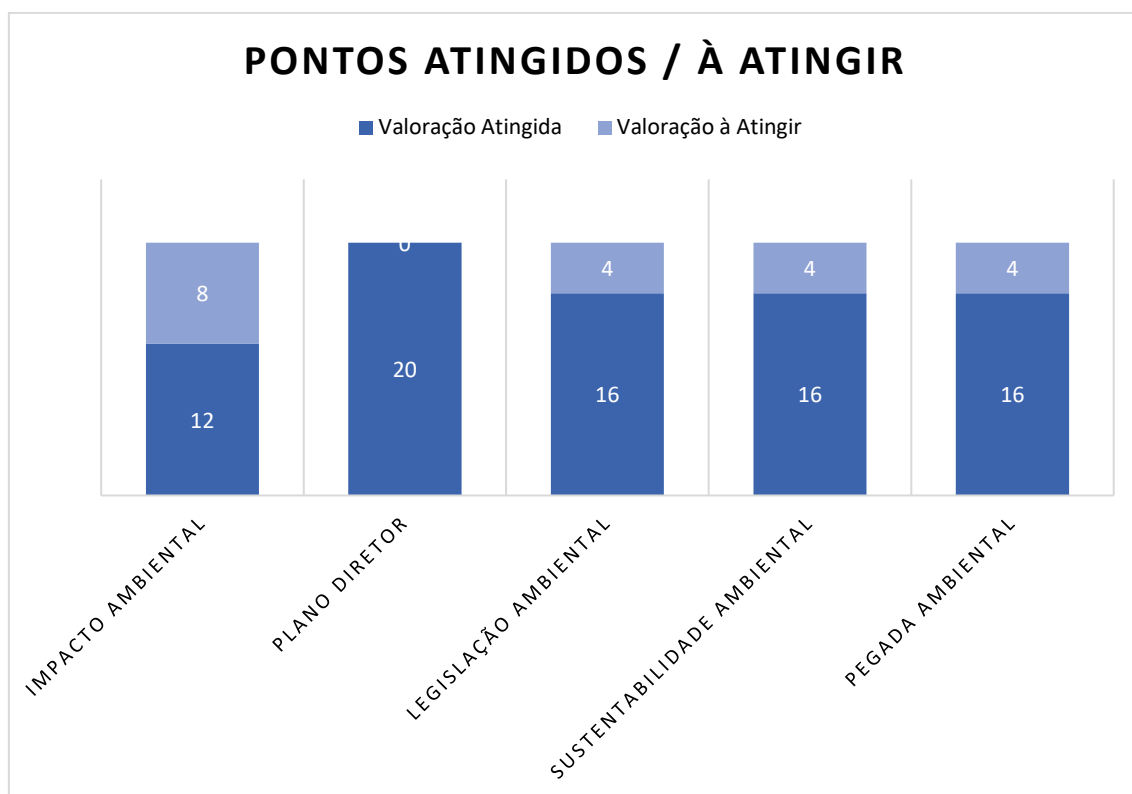


Fonte: Urbatec, 2018.

Com base no gráfico acima, é possível visualizar como se comporta a valoração dos itens avaliados que atingiu pontuação média de 80%, que é considerado um nível acima do satisfatório.

O gráfico abaixo tem por intuito revelar a valoração individual de cada item, e quanto é possível evoluir em cada setor da Gestão Ambiental de Praia Grande.

Gráfico 12 - Analítico Gestão Ambiental



Fonte: Urbatec, 2018.

Como é possível observar no gráfico acima, o item Plano Diretor atingiu valoração máxima (20), e os itens Legislação Ambiental, Pegada Ambiental e Sustentabilidade Ambiental atingiram valoração acima do satisfatório, com 16 pontos, tendo pouco a evoluir. Por fim o item Impacto Ambiental atingiu valoração satisfatória, com 12 pontos. De maneira Geral, o município de Praia Grande possui programas de conscientização ambiental e tem preocupação com a degradação de seu meio ambiental, buscando ferramentas de garantia de minimização do impacto sobre o meio ambiente.



6.7. CONCLUSÕES SOBRE A MATRIZ PONDERADA

Neste item é apresentada a totalização da valoração dos componentes por item analisado nos tópicos da matriz ponderada de análise da Infraestrutura, Produto Turístico, Comercialização, Políticas Institucionais e Gestão Ambiental.

Tabela 57 - Totalização dos Componentes por Item (parte 1)

ITEM	TIPO	NÍVEL	PONTOS
Acessibilidade	Infraestrutura	3	7,5
Meios de Transporte	Infraestrutura	4	10
Sinalização Turística	Infraestrutura	3	7,5
Atrativos	Infraestrutura	4	10
Equipamentos Urbanos	Infraestrutura	4	10
Equipamentos de Serviços Turísticos	Infraestrutura	5	12,5
Saúde	Infraestrutura	5	12,5
Segurança	Infraestrutura	5	12,5
Total		33	82,5
ITEM	TIPO	NÍVEL	PONTOS
Meios de Hospedagem	Produto Turístico	4	13,32
Serviços de Gastronomia	Produto Turístico	4	13,32
Eventos	Produto Turístico	5	16,65
Ecoturismo	Produto Turístico	4	13,32
Turismo de Lazer	Produto Turístico	3	9,99
Turismo Histórico Cultural	Produto Turístico	2	6,66
Total		22	73,26
ITEM	TIPO	NÍVEL	PONTOS
Ação de Comercialização	Comercialização	4	13,32
Materiais Promocionais	Comercialização	5	16,65
Participação em Eventos	Comercialização	4	13,32
Site Institucional	Comercialização	2	6,66
Redes Sociais	Comercialização	2	6,66
Roteiros e Rotas	Comercialização	2	6,66
Total		19	63,27

Fonte: Urbatec, 2018



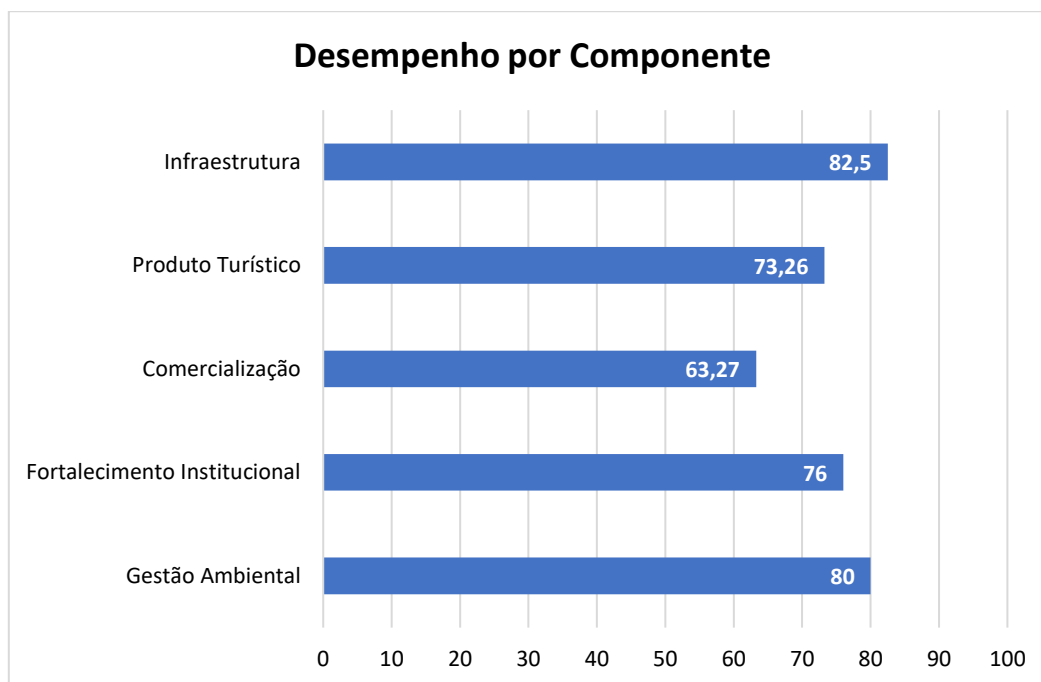
Tabela 58 - Totalização dos Componentes por Item (parte 2)

ITEM	TIPO	NÍVEL	PONTOS
Legislação de Interesse Turístico	Fortalecimento Institucional	3	12
Instâncias de Governança	Fortalecimento Institucional	4	16
Gestão do Turismo	Fortalecimento Institucional	5	20
Orçamento	Fortalecimento Institucional	4	16
Ações Integradas	Fortalecimento Institucional	3	12
Total		19	76
ITEM	TIPO	NÍVEL	PONTOS
Impacto Ambiental Turístico	Gestão Ambiental	3	12
Plano Diretor	Gestão Ambiental	5	20
Legislação Ambiental	Gestão Ambiental	4	16
Sustentabilidade Ambiental	Gestão Ambiental	4	16
Pegada Ambiental	Gestão Ambiental	4	16
Total		20	80

Fonte: Urbatec, 2018

Tomando por base as tabelas acima, abaixo é revelado como se comporta a valoração de cada componente em relação ao desenvolvimento turístico de Praia Grande.

Gráfico 13 - Desempenho dos Componentes

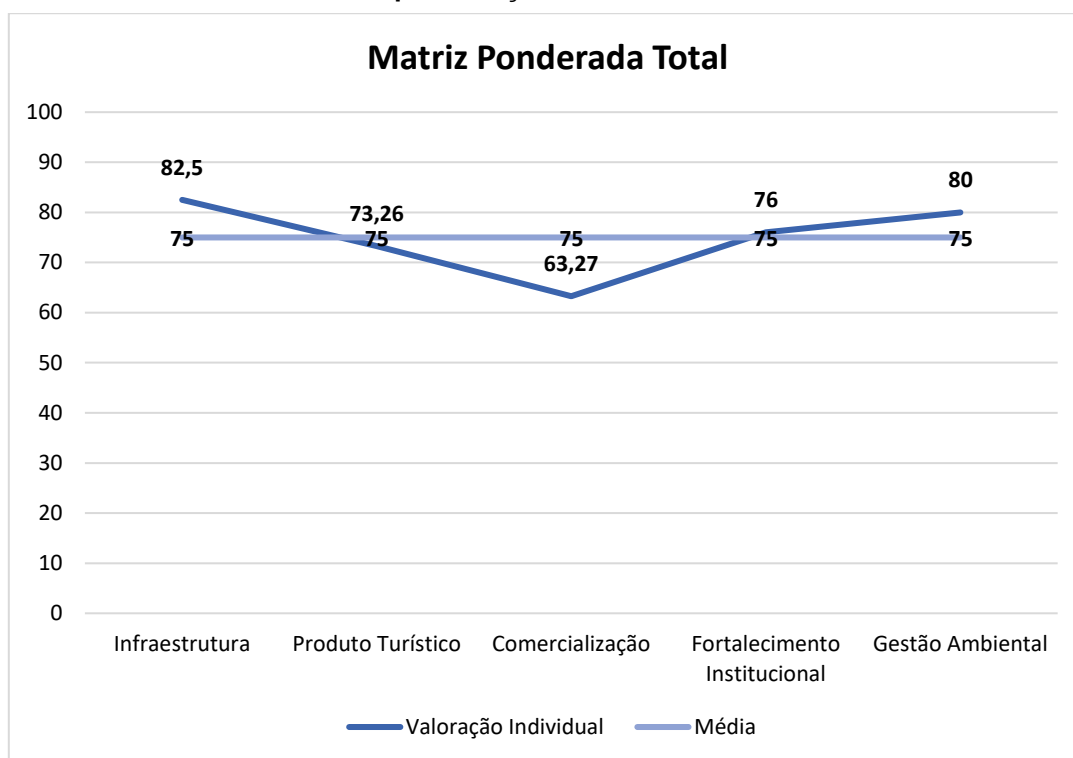


Fonte: Urbatec, 2018

No Gráfico acima verifica-se como se comporta a força e o equilíbrio de cada componente. Observe que como são 5 componentes, a representação em equilíbrio deveria ficar em 20% para cada item, porém como os componentes estão em desequilíbrio a representação gráfica demonstra a realidade. É notável que apenas o item Comercialização não está em consonância com a situação turística atual do município, apresentando um resultado abaixo do satisfatório.

Já no gráfico abaixo é representada a Matriz Ponderada Total. Apesar do componente comercialização atingir baixos índices o mesmo não comprometeu a média dos componentes, que ficou em um nível satisfatório de 75%.

Gráfico 14 - Representação da Matriz Ponderada Total



Fonte: Urbatec, 2018



6.8. ÁREAS CRÍTICAS PARA CONSOLIDAÇÃO DO TURISMO

Neste item são identificadas as áreas críticas de intervenção para cada componente, considerando os itens avaliados em cada um.

Com base no diagnóstico e na abordagem sistêmica dos indicadores de qualidade e de sustentabilidade das atividades turísticas, existentes ou potenciais, no município de Praia Grande foram definidas estratégias de planejamento, com identificação das áreas críticas para intervenção e o cenário ou posição atual em relação ao potencial.

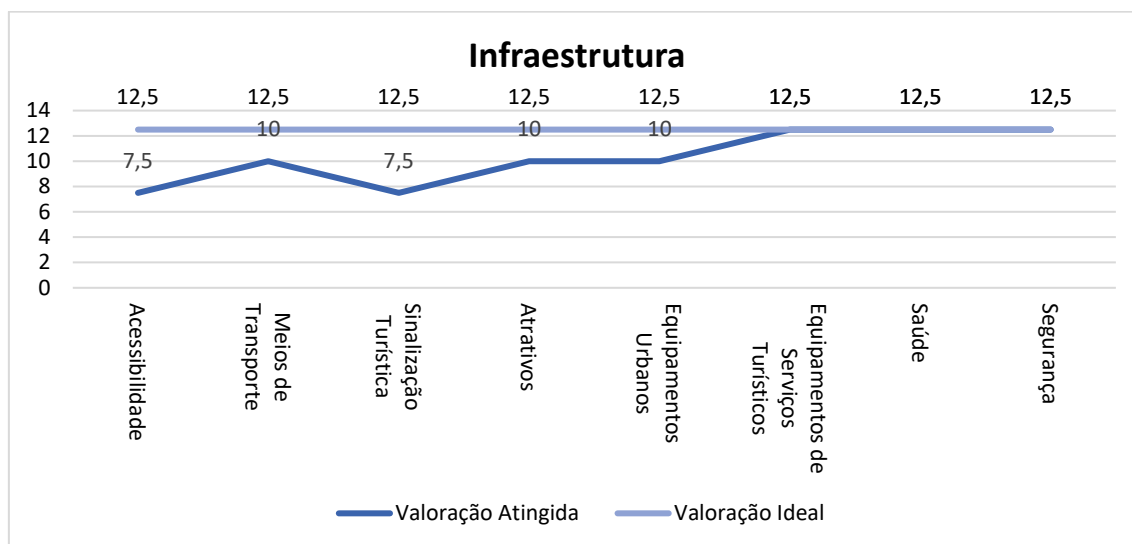
Essa síntese reflete a análise realizada e a base para o desenvolvimento deste Plano, especificamente nos eventos de construção coletiva junto aos atores locais. A avaliação identifica os projetos de intervenção que devem ser feitos e os produtos e atividades potenciais, ainda pouco explorados.

As carências e fragilidades registradas devem ser mitigadas por meio de um conjunto de ações articuladas, permitindo que o turismo, nos moldes desejados, possa se tornar um propulsor de desenvolvimento sustentável.

6.8.1. Áreas Críticas – Componente Infraestrutura

O gráfico abaixo tem por intuito identificar o quão distante do cenário ideal está cada um dos itens do componente Infraestrutura, sendo possível analisar, a partir destes, alguns pontos chave ao desenvolvimento turístico da cidade de Praia Grande

Gráfico 15 - Áreas Críticas - Infraestrutura



Fonte: Urbatec, 2018

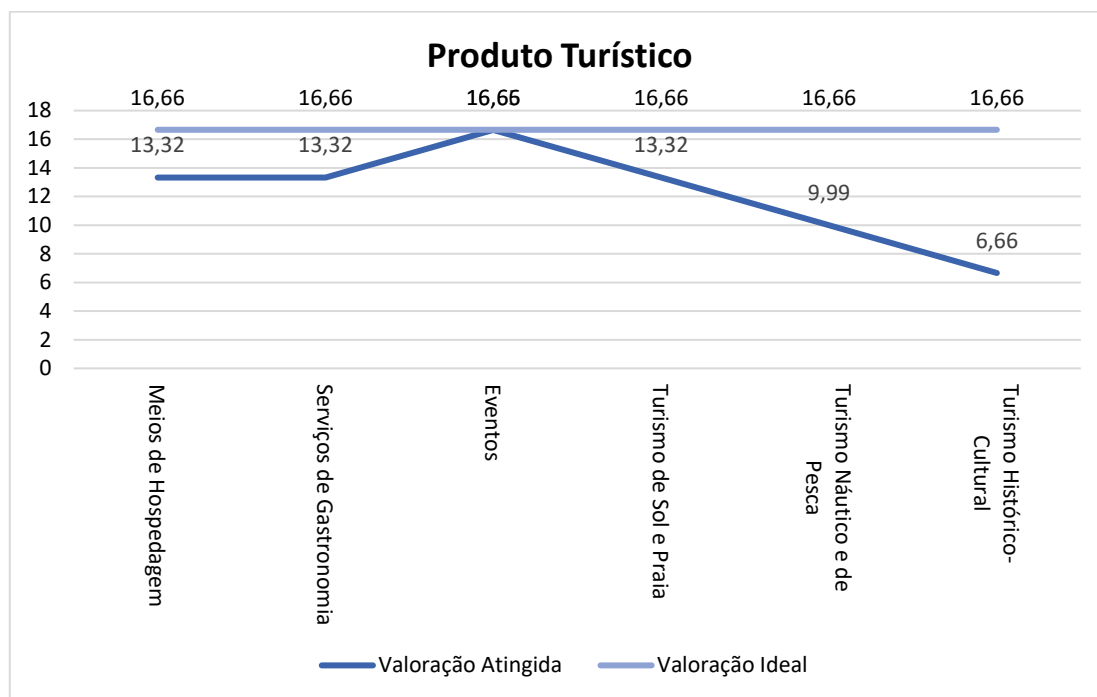
A Infraestrutura é um ponto a ser melhorado em todos os itens quando diz respeito ao desenvolvimento turístico do município, os itens Equipamentos de Serviços Turísticos, Saúde e Segurança são os que apresentam a melhor avaliação, todavia os dados revelam que o município possui os equipamentos necessários para atender a população, porém não atende o fluxo de visitantes que recebe hoje, desta forma estes itens devem receber atenção, para que, o município esteja preparado para atender o aumento de demanda. Já a Sinalização Turística e a Acessibilidade nos permitem visualizar que há uma política de fomento ao turismo no município e que este já passou por intervenções de infraestrutura para melhorar o acesso e a locomoção dos turistas, sendo necessário apenas algumas atualizações, padronizações e ajustes para que esta atinja o nível de excelência.

Os demais itens atingiram nível acima do satisfatório, todavia merecem atenção e revelam a necessidade de melhorias, planejamento e adaptações para que comporte o fluxo atual e o fluxo futuro de pessoas, sejam elas moradoras ou turistas.

6.8.2. Áreas Críticas – Componente Produto Turístico

O gráfico abaixo tem por intuito identificar o quão distante do cenário ideal está cada um dos itens do componente Produto Turístico, sendo possível analisar, a partir destes alguns dos pontos chaves ao desenvolvimento turístico da cidade de Praia Grande.

Gráfico 16 - Áreas Críticas - Produto Turístico



Fonte: Urbatec, 2018

O Produto Turístico de Praia Grande é, hoje, bem estruturado, tendo por principal responsável por atração de visitantes os tradicionais eventos que realiza no município e a própria praia como atrativo âncora, que atrai pessoas de todo o país, principalmente a região metropolitana do estado de São Paulo. Todavia, existem possibilidades de maximizar as benesses que estes segmentos são capazes de gerar ao município.

Os Serviços de Gastronomia e os Meios de Hospedagem atingem alto nível, e mostram uma gama de alta qualidade e diversidade no município, sendo que o único ponto negativo e a ser melhorado neste item é a capacitação dos funcionários e dos gestores destes estabelecimentos, para que possam acompanhar e colaborar com qualidade no desenvolvimento turístico municipal.

Os segmentos turísticos, Turismo de Sol e Praia e Turismo Náutico e de Pesca atingiram níveis satisfatórios por já apresentarem fluxos nos atrativos que



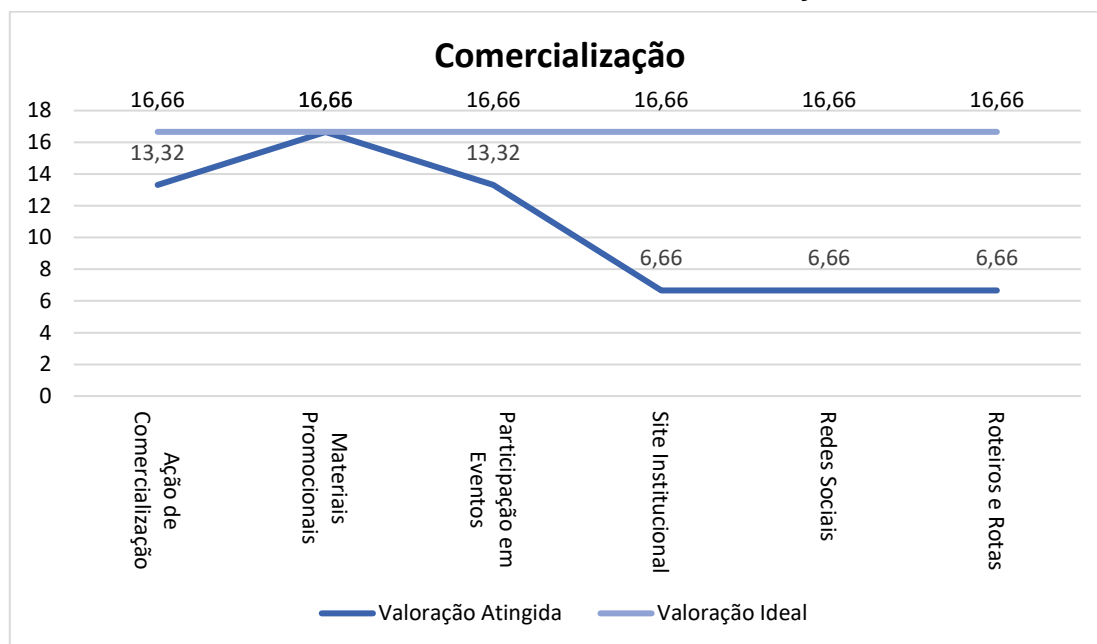
representam estes segmentos, melhorias e estruturação de rotas potencializariam o poder de atração destes pontos corroborando para o desenvolvimento de novos produtos e para a geração de novas oportunidades ao turismo de Praia Grande.

Por fim o Turismo Histórico-Cultural atingiu valoração abaixo do satisfatório, revelando que este segmento, hoje, é utilizado como oferta complementar, tendo poucas estratégias voltadas ao seu desenvolvimento e potencialização.

6.8.3. Áreas Críticas – Componente Comercialização

O gráfico abaixo tem por intuito identificar o quão distante do cenário ideal está cada um dos itens do componente Comercialização, sendo possível analisar, a partir destes alguns dos pontos chaves ao desenvolvimento turístico da cidade de Praia Grande.

Gráfico 17 - Áreas Críticas - Comercialização



Fonte: Urbatec, 2018

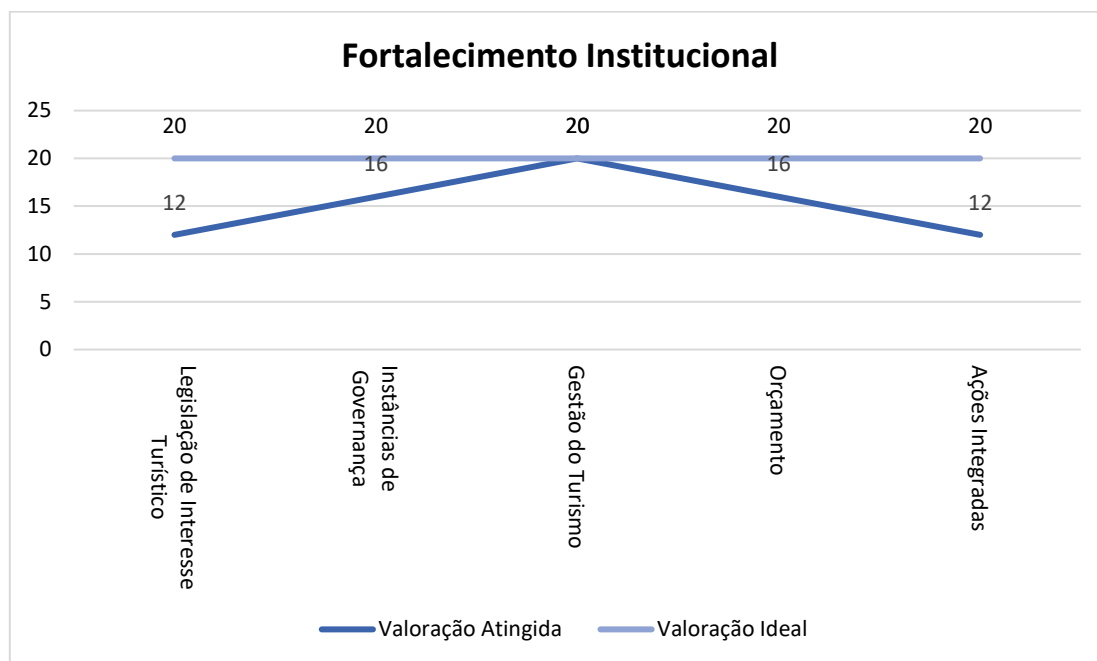
Como é possível analisar neste documento, o componente Comercialização, apesar de ter obtido uma boa valoração na maioria dos itens, apresentou o menor índice. Apesar de o município de Praia Grande possuir grande gama de materiais promocionais, estes encontram-se já ultrapassados sendo necessária uma revisão e a elaboração de novos e modernos materiais de promoção turística do município.

Desta forma a criação de um site institucional do turismo, uma página para divulgação da agenda cultural e atrativos da cidade, participação de maneira protagonista em eventos de turismo no estado e outros, desenvolvimento de rotas e roteiros, vídeo institucional do turismo integrando os atrativos e o trade turístico são algumas das estratégias a serem adotadas por exemplo.

6.8.4. Áreas Críticas – Componente Fortalecimento Institucional

O gráfico abaixo tem por intuito identificar o quão distante do cenário ideal está cada um dos itens do componente Fortalecimento Institucional, sendo possível analisar, a partir destes alguns dos pontos-chaves ao desenvolvimento turístico da cidade de Praia Grande.

Gráfico 18 - Áreas Críticas - Fortalecimento Institucional



Fonte: Urbatec, 2018

O Componente Fortalecimento Institucional, apresenta índices satisfatórios na maioria dos itens, mostrando que o município necessita de apenas alguns ajustes em sua composição, legislações e políticas de fomento à atividade turística.

O item Gestão do Turismo apresenta nível máximo de valoração, os itens Instâncias de Governança e Orçamento apresentam nível acima do satisfatório, apesar de revelarem certa debilidade e falta do fomento necessário ao setor. Sendo que os itens Legislação de Interesse Turístico e Ações Integradas atingiram a valoração mais baixa deste componente, mas ainda sendo consideradas satisfatórias. Vale ressaltar a importância das Ações Integradas, que atingindo uma valoração mediana, acaba demonstrando que ainda há falhas em integração entre poder público, sociedade civil e iniciativa privada para o desenvolvimento de estratégias e relações que auxiliem no desenvolvimento turístico. Na maioria dos casos estas parcerias e envolvimento se dão em

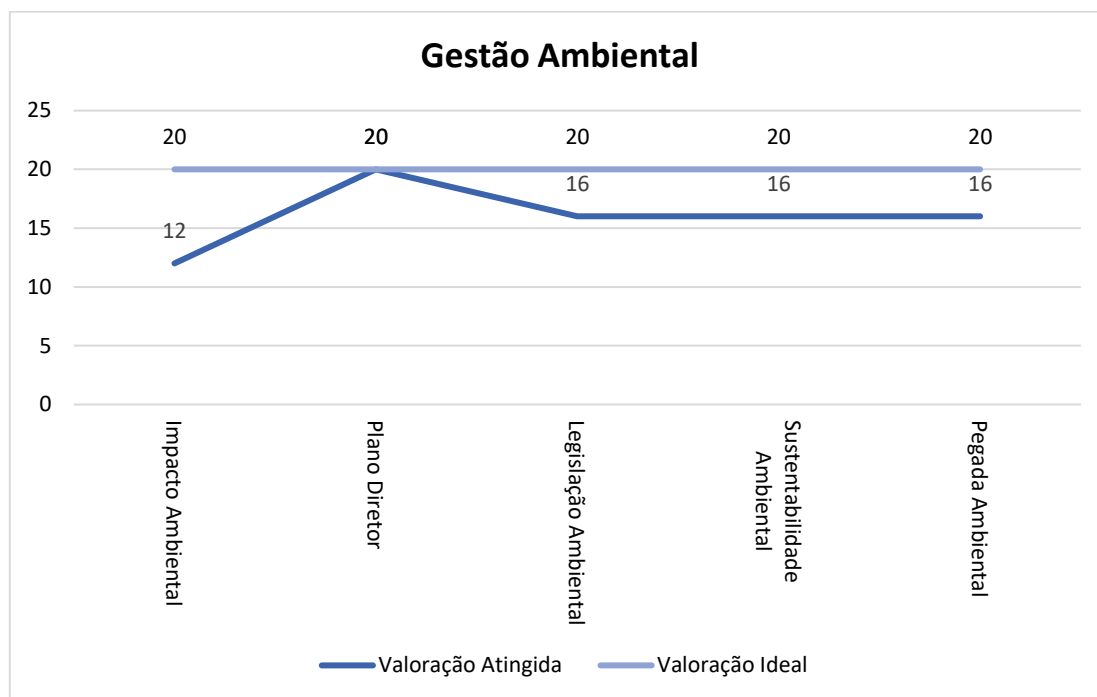


eventos ou em casos específicos de interesse próprio. Desta forma é evidente que é necessário uma aproximação e um diálogo por parte destes elementos para que possam contribuir de maneira positiva com o desenvolvimento turístico municipal.

6.8.5. Áreas Críticas – Componente Gestão Ambiental

O gráfico abaixo tem por intuito identificar o quão distante do cenário ideal está cada um dos itens do componente Gestão Ambiental, sendo possível analisar, a partir destes, alguns pontos chave ao desenvolvimento turístico da cidade de Praia Grande.

Gráfico 19 - Áreas Críticas - Gestão Ambiental



Fonte: Urbatec, 2018.

O Componente Gestão Ambiental atingiu bons índices de satisfação na valoração ponderada, o que demonstra a preocupação do município com o meio ambiente.

O item Plano Diretor atingiu valoração máxima, tendo em vista que os requisitos atingiram nível 5 na matriz ponderada de Gestão Ambiental. Assim, as ações apresentadas no Plano de Ações Ambientais presente abaixo, são importantes para a manutenção deste item nos requisitos.

O item Pegada Ambiental mostra que o município possui ações voltadas à proteção do meio ambiente e dos recursos naturais presentes no município.

Os itens Sustentabilidade e Legislação Ambiental atingiram boa valoração devido às políticas fomentadas no município.

O item Impacto Ambiental apresentou a menor valoração; o fato explica-se devido à presença de estudos de impacto ambiental que incluem o município



porém não são exclusivos do mesmo; ainda, devem ser considerados estudos de impacto ambiental relacionados ao turismo desenvolvido no município.



CAPÍTULO 7 – PLANO DE AÇÕES DE PRAIA GRANDE

A busca pelo desenvolvimento da economia do turismo não pode ocorrer de forma dissociada da melhoria da qualidade de vida dos habitantes do município de Praia Grande e da manutenção do meio ambiente.

Sob essa ótica, o Plano de Ações do Plano Diretor de Turismo de Praia Grande foi dividido em 5 componentes, sendo a Infraestrutura, o Produto Turístico, a Comercialização, o Fortalecimento Institucional e a Gestão Ambiental.

Desta forma entende-se que a partir das análises realizadas durante todo o processo de planejamento municipal voltado ao turismo, é possível delimitar ações específicas para cada um destes componentes, corroborando, de fato, com o desenvolvimento municipal e com a difusão da atividade turística no município.

Por fim são sintetizados os investimentos por ano e elaborados comparativos financeiros de acordo com os prazos de aplicação e realização dos projetos propostos, a fim de auxiliar no planejamento orçamentário municipal.



7.1. PLANO DE AÇÕES EM INFRAESTRUTURA

Tabela 59 - Plano de Ações - Componente Infraestrutura

Componente	Código	Número da Ação	Projeto	Prazos	Período de execução	Valor
Infraestrutura Urbana	IU – 01	Ação 01	Reforma das calçadas da Av. Pres. Castelo branco	1 ano	Ano 2018	R\$ 15.400.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 02	Ação 02	Revitalização da área de Lazer Samambaia	1 ano	Ano 2018	R\$ 2.400.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 03	Ação 03	Remodelação viária do acesso ao Palácio das Artes, com criação de vagas de estacionamento	6 meses	Ano 2019	R\$ 2.980.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 04	Ação 04	Ampliação do Estacionamento do Polo Esportivo e Cultural Leopoldo Vanderlinde	6 a 9 meses	Ano 2019	R\$ 10.600.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 05	Ação 05	Modernização do Polo Esportivo e Cultural Leopoldo Vanderlinde com a construção de palco e infraestrutura de apoio sanitário	6 a 9 meses	Ano 2020	R\$ 5.652.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 06	Ação 06	Pavimentação da Guilhermina	1 ano	Ano 2020	R\$ 6.500.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 07	Ação 07	Pavimentação do Bairro Aviação	5 meses	Ano 2021	R\$ 9.500.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 08	Ação 08	Pavimentação do Bairro Tupy	1 ano	Ano 2021	R\$ 6.500.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 09	Ação 09	Pavimentação do Bairro Ocian	1 ano	Ano 2022	R\$ 6.500.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 10	Ação 10	Reforma da Cobertura da Av. Costa e Silva	1 ano	Ano 2023	R\$ 1.800.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 11	Ação 11	Revitalização do Centro Expandido do Bairro Ocian	2 anos	Anos 2022 e 2023	R\$ 6.500.000,00
TOTAL						R\$ 74.332.000,00

Fonte: Urbatec, 2018



7.2. PLANO DE AÇÕES EM PRODUTO TURÍSTICO E INFRAESTRUTURA

Tabela 60 - Plano de Ações - Componente Produto Turístico

Componente	Código	Número da Ação	Projeto	Prazos	Período de execução	Valor
Produto Turístico	PT – 01	Ação 01	Sinalização turística e viária da Orla da Praia	6 meses	Ano 2019	R\$ 600.000,00
Produto Turístico	PT – 02	Ação 02	Sinalização turística e viária da Av. Pres. Kennedy	6 a 9 meses	Ano 2019	R\$ 600.000,00
Produto Turístico	PT – 03	Ação 03	Construção do Centro de Convenções de Praia Grande	1 ano	Ano 2020	R\$ 1.350.000,00
Produto Turístico	PT – 04	Ação 04	Centro de Atendimento ao Turista	6 meses	Ano 2020	R\$ 600.000,00
Produto Turístico	PT – 05	Ação 05	Reforma da Rodoviária Vila Mirim	1 ano	Ano 2021	R\$ 1.200.000,00
Produto Turístico	PT – 06	Ação 06	Reforma da Rodoviária do Tude Bastos	6 a 9 meses	Ano 2022	R\$ 1.200.000,00
TOTAL						R\$ 4.200.000,00

Fonte: Urbatec, 2018



7.3. PLANO DE AÇÕES EM COMERCIALIZAÇÃO

Tabela 61 - Plano de Ações - Componente Comercialização

Componente	Código	Número da Ação	Projeto	Prazos	Período de execução	Valor
Comercialização	C – 01	Ação 01	Criação da Marca e do Manual de Cores do Turismo de Praia Grande	3 meses	1º semestre de 2018	R\$ 50.000,00
Comercialização	C – 02	Ação 02	Criação de Mapa Turístico de Praia Grande	3 meses	1º semestre de 2018	R\$ 75.000,00
Comercialização	C – 03	Ação 03	Criação do Site Institucional do Turismo	3 meses	2º semestre de 2018	R\$ 23.000,00
Comercialização	C – 04	Ação 04	Criação das Páginas nas Redes Sociais	Constante atualização	2018	R\$ 0,00
Comercialização	C – 05	Ação 05	Criação de Arte Gráfica para Folders e Flyers do turismo de Praia Grande	3 meses	2º semestre de 2018	R\$ 10.000,00
Comercialização	C – 06	Ação 06	Confecção de 100.000 folders do turismo de Praia Grande	1 mês	1º semestre de 2019	R\$ 50.000,00
Comercialização	C – 07	Ação 07	Confecção de 100.000 mapas turísticos de Praia Grande	1 mês	1º semestre de 2019	R\$ 50.000,00
Comercialização	C – 08	Ação 08	Confecção de vídeo institucional apresentando o Município no Segmento Turístico	4 meses	1º semestre de 2020	R\$ 40.000,00
Comercialização	C – 09	Ação 09	Participação em Eventos Integrados Nacional	5 dias	2º semestre de 2018	R\$ 35.000,00
Comercialização	C – 10	Ação 10	Participação em Eventos Integrados Nacional – Salão de Turismo	5 dias	1º semestre de 2019	R\$ 35.000,00
Comercialização	C – 11	Ação 11	Participação em Eventos Integrados Nacional – ABAV	5 dias	1º semestre de 2019	R\$ 35.000,00
Comercialização	C – 12	Ação 12	Participação em Eventos Integrados Nacional – Workshop da CVC	5 dias	1º semestre de 2020	R\$ 35.000,00
TOTAL						R\$ 438.000,00

Fonte: Urbatec, 2018



7.4. PLANO DE AÇÕES EM FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

Tabela 62 - Plano de Ações - Componente Fortalecimento Institucional

Componente	Código	Número da Ação	Projeto	Prazos	Período de execução	Valor
Fortalecimento Institucional	FI – 01	Ação 01	Revisão da Lei que cria o COMTUR e o FUMTUR	3 meses	2018	R\$ 0,00
Fortalecimento Institucional	FI – 02	Ação 02	Criação da Lei Turística de Praia Grande	10 meses	2018	R\$ 0,00
Fortalecimento Institucional	FI – 03	Ação 03	Realização de Pesquisa de demanda pelos próximos anos	5 anos	2018 à 2022	R\$ 0,00
Fortalecimento Institucional	FI – 04	Ação 04	Criação do CADASTUR Municipal	12 meses	2018 à 2022	R\$ 100.000,00
Fortalecimento Institucional	FI – 05	Ação 05	Estudo de viabilização de promoção e atração de equipamentos turísticos para o município por meio de Benefícios fiscais municipais	12 meses	2019	R\$ 10.000,00
Fortalecimento Institucional	FI – 06	Ação 06	Estruturação da Secretaria de Cultura e Turismo de Praia Grande	2 anos	2019	R\$ 0,00
Fortalecimento Institucional	CP – 01	Ação 07	Curso de atendente/ recepcionista de meios de hospedagem e equipamentos de gastronomia.	3 meses	2018	R\$ 150.000,00
Fortalecimento Institucional	CP – 02	Ação 08	Curso de Guia Turístico.	9 meses	2019	R\$ 75.000,00
Fortalecimento Institucional	CP – 03	Ação 09	Curso de gerenciamento de meios de hospedagem e equipamentos de gastronomia.	3 meses	2020	R\$ 150.000,00
Fortalecimento Institucional	CP – 04	Ação 10	Curso de Cozinheiro.	3 meses	2020	R\$ 100.000,00
Fortalecimento Institucional	CP – 05	Ação 11	Curso de Camareira e Serviços Gerais.	3 meses	2020	R\$ 50.000,00
Fortalecimento Institucional	CP – 06	Ação 12	Curso de Segurança.	3 meses	2020	R\$ 50.000,00
TOTAL						R\$ 685.000,00

Fonte: Urbatec, 2018



7.5. PLANO DE AÇÕES EM GESTÃO AMBIENTAL

Tabela 63 - Plano de Ações - Componente Gestão Ambiental

Componente	Código	Número da Ação	Projeto	Prazos	Período de execução	Valor
Gestão Ambiental	GA – 01	Ação 01	Fortalecimento de parceria com órgãos responsáveis pelos atrativos naturais	12 meses	2018	R\$0,00
Gestão Ambiental	GA – 02	Ação 02	Gestão compartilhada da Escola de Educação Ambiental (Seduc/Sector)	12 meses	2018	R\$0,00
Gestão Ambiental	EIA – 01	Ação 03	Elaboração de estudo de impacto ambiental (EIA) dos eventos geradores de grande fluxo turístico	12 meses	2019	R\$50.000,00
Gestão Ambiental	FIS – 01	Ação 04	Programa de Educação Ambiental	12 meses	2019	R\$0,00
Gestão Ambiental	FIS – 02	Ação 05	Reeducação e Conscientização nos atrativos turísticos	12 meses	2020	R\$0,00
Gestão Ambiental	FIS – 03	Ação 06	Criação de Parque Ecológico (em bairros situados acima da Rodovia Padre Manuel da Nóbrega/Acesso 291/55)	12 meses	2021	R\$0,00
Gestão Ambiental	FIS – 04	Ação 07	Fiscalização na praia quanto às normas ambientais	Contínuo		R\$0,00
Gestão Ambiental	FIS – 05	Ação 08	Fiscalização dos empreendimentos quanto à elaboração de estudos de impacto ambiental (EIA)	Contínuo		R\$0,00
Gestão Ambiental	SUS – 01	Ação 09	Programa de Arborização Urbana	Contínuo		R\$0,00
Gestão Ambiental	SUS – 02	Ação 10	Criação de eventos nos atrativos turísticos quanto à sensibilização ambiental	12 meses	2022	R\$0,00 ⁵

Fonte: Urbatec, 2018

⁵ Valor referente aos eventos com obtenção de patrocínio para os materiais relacionados (folhetos, cartazes e materiais diversos)



7.6. CRONOGRAMA E INVESTIMENTOS ANO A ANO

Por fim, neste item são delimitados os valores a serem gastos anualmente com as ações propostas anteriormente. Desta forma, é possível executar de forma melhor planejada as intervenções necessárias ao desenvolvimento turístico municipal sem causar prejuízos à base orçamentária do órgão público. É interessante notar, que Praia Grande já possui recurso proveniente do DADE pela Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, por ser considerada uma das 70 estâncias turísticas do estado. Desta forma, a maior parte dos recursos necessários não terão de ser provenientes dos cofres municipais, outro ponto interessante são as plataformas de convênios com os órgãos federais e estaduais a serem exploradas por este município.

Ano 2018:

Tabela 64 - Investimentos - Ano 2018

Componente	Código	Projeto	Valor
Infraestrutura Urbana	IU – 01	Reforma das calçadas da Av. Pres. Castelo branco	R\$ 15.400.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 02	Revitalização da área de Lazer Samambaia	R\$ 2.400.000,00
Comercialização	C – 01	Criação da Marca e do Manual de Cores do Turismo de Praia Grande	R\$ 50.000,00
Comercialização	C – 02	Criação de Mapa Turístico de Praia Grande	R\$ 75.000,00
Comercialização	C – 03	Criação do Site Institucional do Turismo	R\$ 23.000,00
Comercialização	C – 04	Criação das Páginas nas Redes Sociais	R\$ 0,00
Comercialização	C – 05	Criação de Arte Gráfica para Folders e Flyers do turismo de Praia Grande	R\$ 10.000,00
Comercialização	C – 09	Participação em Eventos Integrados Nacional	R\$ 35.000,00
Fortalecimento Institucional	FI – 01	Revisão da Lei que cria o COMTUR e o FUMTUR	R\$ 0,00
Fortalecimento Institucional	FI – 02	Criação da Lei Turística de Praia Grande	R\$ 0,00
Fortalecimento Institucional	FI – 03	Realização de Pesquisa de demanda pelos próximos anos	R\$ 0,00
Fortalecimento Institucional	FI – 04	Criação do CADASTUR Municipal	R\$ 20.000,00
Fortalecimento Institucional	CP – 03	Curso de gerenciamento de meios de hospedagem e equipamentos de gastronomia.	R\$ 150.000,00



Gestão Ambiental	GA – 01	Fortalecimento de parceria com órgãos responsáveis pelos atrativos naturais	R\$0,00
Gestão Ambiental	GA – 02	Gestão compartilhada da Escola de Educação Ambiental (Seduc/Sectur)	R\$0,00
Gestão Ambiental	FIS – 04	Fiscalização na praia quanto às normas ambientais	R\$0,00
Gestão Ambiental	FIS – 05	Fiscalização dos empreendimentos quanto à elaboração de estudos de impacto ambiental (EIA)	R\$0,00
Gestão Ambiental	SUS – 01	Programa de Arborização Urbana	R\$0,00
TOTAL			R\$ 18.163.000,00

Fonte: Urbatec, 2018

Ano 2019:

Tabela 65 - Investimentos - Ano 2019

Componente	Código	Projeto	Valor
Infraestrutura Urbana	IU – 03	Remodelação viária do acesso ao Palácio das Artes, com criação de vagas de estacionamento	R\$ 2.980.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 04	Ampliação do Estacionamento do Polo Esportivo e Cultural Leopoldo Vanderlinde	R\$ 10.600.000,00
Produto Turístico	PT – 01	Sinalização turística e viária da Orla da Praia	R\$ 600.000,00
Produto Turístico	PT – 02	Sinalização turística e viária da Av. Pres. Kennedy	R\$ 600.000,00
Comercialização	C – 06	Confecção de 100.000 folders do turismo de Praia Grande	R\$ 50.000,00
Comercialização	C – 07	Confecção de 100.000 mapas turísticos de Praia Grande	R\$ 50.000,00
Comercialização	C – 10	Participação em Eventos Integrados Nacional – Salão de Turismo	R\$ 35.000,00
Comercialização	C – 11	Participação em Eventos Integrados Nacional – ABAV	R\$ 35.000,00
Fortalecimento Institucional	FI – 03	Realização de Pesquisa de demanda pelos próximos anos	R\$ 0,00
Fortalecimento Institucional	FI – 04	Criação do CADASTUR Municipal	R\$ 20.000,00
Fortalecimento Institucional	FI – 05	Estudo de viabilização de promoção e atração de equipamentos turísticos para o município por meio de Benefícios fiscais municipais	R\$ 10.000,00
Fortalecimento Institucional	FI – 06	Estruturação da Secretaria de Cultura e Turismo de Praia Grande	R\$ 0,00
Fortalecimento Institucional	CP – 02	Curso de Guia Turístico.	R\$ 75.000,00
Gestão Ambiental	EIA – 01	Elaboração de estudo de impacto ambiental (EIA) dos eventos	R\$50.000,00



		geradores de grande fluxo turístico	
Gestão Ambiental	FIS – 01	Programa de Educação Ambiental	R\$0,00
Gestão Ambiental	FIS – 04	Fiscalização na praia quanto às normas ambientais	R\$0,00
Gestão Ambiental	FIS – 05	Fiscalização dos empreendimentos quanto à elaboração de estudos de impacto ambiental (EIA)	R\$0,00
Gestão Ambiental	SUS – 01	Programa de Arborização Urbana	R\$0,00
TOTAL			R\$ 15.105.000,00

Fonte: Urbatec, 2018.

Ano 2020:

Tabela 66 - Investimentos - Ano 2020

Componente	Código	Projeto	Valor
Infraestrutura Urbana	IU – 05	Modernização do Polo Esportivo e Cultural Leopoldo Vanderlinde com a construção de palco e infraestrutura de apoio sanitário	R\$ 5.652.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 06	Pavimentação da Guilhermina	R\$ 6.500.000,00
Produto Turístico	PT – 03	Construção do Centro de Convenções de Praia Grande	R\$1.350.000,00
Produto Turístico	PT – 04	Centro de Atendimento ao Turista	R\$ 600.000,00
Comercialização	C – 08	Confecção de vídeo institucional apresentando o Município no Segmento Turístico	R\$ 40.000,00
Comercialização	C – 12	Participação em Eventos Integrados Nacional – Workshop da CVC	R\$ 35.000,00
Fortalecimento Institucional	FI – 03	Realização de Pesquisa de demanda pelos próximos anos	R\$ 0,00
Fortalecimento Institucional	FI – 04	Criação do CADASTUR Municipal	R\$ 20.000,00
Fortalecimento Institucional	CP – 03	Curso de gerenciamento de meios de hospedagem e equipamentos de gastronomia.	R\$ 150.000,00
Fortalecimento Institucional	CP – 04	Curso de Cozinheiro.	R\$ 100.000,00
Fortalecimento Institucional	CP – 05	Curso de Camareira e Serviços Gerais.	R\$ 50.000,00
Fortalecimento Institucional	CP – 06	Curso de Segurança.	R\$ 50.000,00
Gestão Ambiental	Ação 05	Reeducação e Conscientização nos atrativos turísticos	R\$0,00
Gestão Ambiental	FIS – 04	Fiscalização na praia quanto às normas ambientais	R\$0,00
Gestão Ambiental	FIS – 05	Fiscalização dos empreendimentos quanto à elaboração de estudos de impacto ambiental (EIA)	R\$0,00
Gestão Ambiental	SUS – 01	Programa de Arborização Urbana	R\$0,00
TOTAL			R\$ 14.547.000,00

Fonte: Urbatec, 2018



Ano 2021:

Tabela 67 - Investimentos - Ano 2021

Componente	Código	Projeto	Valor
Infraestrutura Urbana	IU – 07	Pavimentação do Bairro Aviação	R\$ 9.500.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 08	Pavimentação do Bairro Tupy	R\$ 6.500.000,00
Produto Turístico	PT – 05	Reforma da Rodoviária Vila Mirim	R\$ 1.200.000,00
Fortalecimento Institucional	FI – 03	Realização de Pesquisa de demanda pelos próximos anos	R\$ 0,00
Fortalecimento Institucional	FI – 04	Criação do CADASTUR Municipal	R\$ 20.000,00
Gestão Ambiental	FIS – 03	Criação de Parque Ecológico (em bairros situados acima da Rodovia Padre Manuel da Nóbrega/Acesso 291/55)	R\$0,00
Gestão Ambiental	FIS – 04	Fiscalização na praia quanto às normas ambientais	R\$0,00
Gestão Ambiental	FIS – 05	Fiscalização dos empreendimentos quanto à elaboração de estudos de impacto ambiental (EIA)	R\$0,00
Gestão Ambiental	SUS – 01	Programa de Arborização Urbana	R\$0,00
TOTAL			R\$ 17.220.000,00

Fonte: Urbatec, 2018

Ano 2022:

Tabela 68 - Investimentos - Ano 2022

Componente	Código	Projeto	Valor
Infraestrutura Urbana	IU – 09	Pavimentação do Bairro Ocian	R\$ 6.500.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 11	Revitalização do Centro Expandido do Bairro Ocian	R\$ 3.250.000,00
Produto Turístico	PT – 06	Reforma da Rodoviária do Tude Bastos	R\$ 1.200.000,00
Fortalecimento Institucional	FI – 03	Realização de Pesquisa de demanda pelos próximos anos	R\$ 0,00
Fortalecimento Institucional	FI – 04	Criação do CADASTUR Municipal	R\$ 20.000,00
Gestão Ambiental	SUS – 02	Criação de eventos nos atrativos turísticos quanto à sensibilização ambiental	R\$0,00
Gestão Ambiental	FIS – 04	Fiscalização na praia quanto às normas ambientais	R\$0,00
Gestão Ambiental	FIS – 05	Fiscalização dos empreendimentos quanto à elaboração de estudos de impacto ambiental (EIA)	R\$0,00
Gestão Ambiental	SUS – 01	Programa de Arborização Urbana	R\$0,00
TOTAL			R\$ 10.970.000,00

Fonte: Urbatec, 2018



Ano 2023:



Tabela 69 - Investimentos - Ano 2023

Componente	Código	Projeto	Valor
Infraestrutura Urbana	IU – 10	Reforma da Cobertura da Av. Costa e Silva	R\$ 1.800.000,00
Infraestrutura Urbana	IU – 11	Revitalização do Centro Expandido do Bairro Ocian	R\$ 3.250.000,00
Gestão Ambiental	FIS – 05	Fiscalização na praia quanto às normas ambientais	R\$0,00
Gestão Ambiental	FIS – 06	Fiscalização dos empreendimentos quanto à elaboração de estudos de impacto ambiental (EIA)	R\$0,00
Gestão Ambiental	SUS – 01	Programa de Arborização Urbana	R\$0,00
TOTAL			R\$ 5.050.000,00

Fonte: Urbatec, 2018



7.6.1. Quadro Comparativo e Representações Anuais

Gráfico 20 - Comparativo de Investimento Anual



Fonte: Urbatec, 2018

Como é possível observar no gráfico acima, a divisão de investimentos durante os anos acaba não sendo igualitária devido ao plano de obras e dos valores das principais intervenções urbanas a serem feitas. O Ano de 2018 é o responsável por exigir maiores investimentos orçamentários, todavia, várias das ações propostas não possuem ônus aos cofres públicos, auxiliando no desenvolvimento da atividade turística de maneira sustentável e garantindo a manutenibilidade do fluxo de pessoas, da melhoria da infraestrutura urbana, da garantia de atratividade aos turistas e aos munícipes e do bem estar ambiental e social da cidade de Praia Grande.



REFERÊNCIAS

BARRETO, Margarita. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. 6. ed. 2001.

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

BRASIL, Congresso Nacional. **Lei nº 9.393/1996**. Dispõe sobre o Imposto sobre a Propriedade Territorial Rural - ITR, sobre pagamento da dívida representada por Títulos da Dívida Agrária e dá outras providências.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Economia do turismo cresce no Brasil**. Porta do Ministério do Turismo, 2014. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140417-1.html> Acesso em: 02 jun. 2015.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Ecoturismo**: orientações básicas. 2. ed. – Brasília, DF, 2010. 90p.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo**: marcos conceituais. Brasília, DF, s/d, 56 p.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo Social**: diálogos do Turismo: uma viagem de inclusão. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/dialogos_turismo_.pdf> Acesso em junho de 2017.

BRASIL. **Estatísticas básicas de turismo – Brasil**. Brasília, DF: set. 2008

BRASIL. Lei nº 8078/90. Código de Defesa do Consumidor. **Art. 37 do Código de Defesa do Consumidor - Lei 8078/90**. JusBrasil, 2012. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/anotada/2331061/art-37-do-codigo-dedefesa-do-consumidor-lei-8078-90>>. Acesso em: 11 mai. 2012, 15:43

BRASIL. Ministério do Turismo, Embratur e Fipe. **Caracterização e dimensionamento do turismo internacional do Brasil 2004- 2005**. Metodologia e resultados do receptivo: versão sintética com segmentos. Brasília, DF: mai. 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. Fundação Getúlio Vargas. **Boletim de desempenho econômico do turismo**. Ano 5. Brasília, DF: fev. 2010.

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

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

COBRA, Marcos. **Estratégias de Marketing de Serviços**. São Paulo: Cobra, 2001.



Conceito de ecoturismo - O que é, Definição e Significado. Disponível em: <<http://conceito.de/ecoturismo>> Acesso em: junho de 2017.

COUNCIL, World Travel & Tourism. **Travel & Tourism Economic Impact 2017: Brazil**. 2017. -. Disponível em: <<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/brazil2017.pdf>>. Acesso em: 24 de maio de 2017.

CUNHA, Licínio. **Economia e Política do Turismo**, edição n.º 3170, Editorial Verbo, Lisboa, 2006.

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

CUNHA, Licínio. **Introdução ao Turismo**, 1.ª edição, Editorial Verbo, Lisboa, 2001.

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

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.

GOMES, Adriana Almeida; AQUINO, Maísa Brito; FARIA, Marlene Araujo e BALIEIRO, Terezinha de Jesus. **O Papel da Gestão Ambiental em um Empreendimento Turístico na Cidade de Manaus como Vantagem Competitiva**. IX Congresso Nacional de Excelência em Gestão. ISSN 1984-9354. 20, 21 e 22 de junho de 2013.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO, Secretaria de Turismo. **Circuitos Turísticos**. Disponível em: <<http://www.turismo.sp.gov.br/publico/noticia.php?codigo=57>> Acesso em maio de 2017.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO, Secretaria de Turismo. **Mit**. Disponível em: <<http://www.turismo.sp.gov.br/publico/noticia.php?codigo=61>> Acesso em maio de 2017.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO, Secretaria de Turismo. **Regiões Turísticas**. Disponível em: <<http://www.turismo.sp.gov.br/publico/noticia.php?codigo=56>> Acesso em maio de 2017.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Turismo**. Disponível em: <<http://www.saopaulo.sp.gov.br/acoes-governo/turismo/>> Acesso em maio de 2017.

HILL, Robert Cristie, **The Tourism System**, Prentice Hall, Londres, 1994.



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

JOHNSON, Peter; THOMAS, Barry, **Choice and Demand in Tourism**. Mansell Publishing, Londres, 1993.

KOTLER, Philip; BOWEN, John; MAKENS, James, **Marketing for Hospitality and Tourism**, Prentice Hall, Nova Jérсия, 1996.

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

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

LEITE, Sérgio Araújo. **Entre o rito e o cotidiano**. 2008, 120 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Religião) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

MARCUSSO, Ricardo Antonio. **Estigma social do lugar**: estudo de caso sobre o morar na cidade de Carapicuíba. 2014, 238 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Estudos Pós Graduated em Ciências Sociais. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo: PUC, 2014.

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

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Dados do Turismo Brasileiro**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Cartilha-Dados_Turismo-15x21-web.pdf> Acesso em 10 de abril de 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Dados e Fatos**: Estatísticas e Indicadores. Disponível em: < <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/>> Acesso em 22 de maio de 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estatísticas básicas do turismo**: Brasil – Ano base 2015. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/EstatisticasBasicasdoTurismo-Brasil2016-Anobase2015.pdf>> Acesso em: 20 de maio de 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Gastos de estrangeiros no Brasil crescem 38% na Olimpíada**. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/component/content/article.html?id=2662>> Acesso em 22 de maio de 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **São Paulo tem novo mapa turístico**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/6476-s%C3%A3o-paulo-tem-novo-mapa-tur%C3%ADstico.html>> Acesso em maio de 2017.



MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sondagem do Consumidor** – Intenção de Viagem. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/sondagens-conjunturais/sondagem-do-consumidor-inten%C3%A7%C3%A3o-de-viagem.html>> Acesso em: 23 de maio de 2017.

PORTAL EDUCAÇÃO. **Segmentação Turística – Turismo Social**. Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/turismo-e-hotelaria/segmentacao-turistica-turismo-social/25780>> Acesso em junho de 2017.

ROSE, Alexandre Turatti de. **Turismo, Planejamento e Marketing**. São Paulo: Manole Ltda, 2002.

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

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do Meio Ambiente**. 10 ed. Campinas: Papirus, 1997.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente**. 3 ed. Campinas, SP: Papirus, 1999.

SÃO PAULO, Assembléia Legislativa do Estado. **Lei nº 1261/2015**. Disponível em: <<http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei.complementar/2015/lei.complementar-1261-29.04.2015.html>> Acesso em: 20 de maio de 2017

SÃO PAULO, Governo do Estado de. **Municípios de Interesse Turístico**. Disponível em: <<http://www.turismo.sp.gov.br/publico/include/download.php?file=108>> Acesso em maio de 2017.

SÃO PAULO, Observatório de Turismo da cidade de. **Anuário Estatístico Turismo 2015**. Disponível em: <http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/ANUARIO_2015_BASE_2014.pdf> Acesso em maio de 2017.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo básico**. 4. ed. São Paulo: SENAC, 2000.

TURISMO DE PORTUGAL, IP, **Plano Estratégico Nacional do Turismo (2007)**, Turismo de Portugal IP, Lisboa, 2007.

TURISMO. **Plano Nacional de Turismo**. Turismo gov, 2007. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/plano_nacional/downloads_plano_nacional/PNT_2007_2010.pdf>. Acesso em 20 jun. 2012, 16:56.

UNWTO. **Código de Ética Mundial para o Turismo**. Ethics UNWTO, 2000. Disponível em: <http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/brazil_0.pdf>. Acesso em 20 jun. 2012, 17:20.



URBATEC. **Inventário da Oferta Turística de Praia Grande.** São Paulo, 2018.

WEF, World Economic Forum. **The travel & tourism competitiveness Report 2017:** Paving the way for a more sustainable and inclusive future. Disponível em: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf> Acesso em: 19 de maio de 2017.