

### Portinho

O portinho ocupa uma extensa área verde com diversos equipamentos: quiosques com churrasqueiras, mesas e bancos, lanchonetes, campo de futebol, píer para pesca, brinquedos para crianças e barcos para aluguel. Entrada Franca.

Área de Lazer



Foto: 79. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Portinho



Foto: 80. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO DE LAZER

#### CIDADE: PRAIA GRANDE

##### ATRATIVO: PORTINHO

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa		X		
Sinalização Interna		X		
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)			X	
Limpeza e Manutenção			X	
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual			X	

COMENTÁRIOS: Importante ponto turístico. É muito procurado pelos amantes da pesca, e também por pessoas que buscam espaços de lazer.

### Feira de Artesanato

Três feiras de artesanato (Guilhermina, Ocian, Caiçara), estão padronizadas em praças, com setores de alimentação e bijouterias em áreas distintas, onde são comercializados diversos produtos, do vestuário hippie aos doces e salgados caseiros.

Feira de Artesanato



Foto: 81. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Vista Interna da Feira



Foto: 82. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO DE LAZER

#### CIDADE: PRAIA GRANDE

##### ATRATIVO: FEIRAS DE ARTESANATO

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna				X
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

COMENTÁRIOS: Três feiras estão urbanizadas, apenas uma não recebeu melhorias. Como as demais da região caracteriza-se como feira de conveniências.

### Monumento do Netuno

O monumento marco do calçadão da orla é indiscutivelmente a Estátua do Netuno, foi inaugurada em 1956, juntamente com a “Cidade Ocian”. Esta bela e imponente escultura em bronze, dedicada ao “rei do mar”, foi restaurada em 1996.

Monumento Netuno



Foto: 83. AGEM/UNIMONTE – Março 2002



Foto: 84. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO DE LAZER

**CIDADE: PRAIA GRANDE**

**ATRATIVO: MONUMENTO DE NETUNO**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa				X
Sinalização Interna				X
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)			X	
Limpeza e Manutenção			X	
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual			X	

**COMENTÁRIOS:** O monumento encontra-se abandonado, pichado e sujo. Localizado na praia da

Cidade Ocian.

### Capela Nossa Senhora da Guia

Construída em agradecimento, por um cidadão português, que obteve graça desejada. Está localizada próximo ao Portal de entrada da Cidade.

Capela Nossa Senhora da Guia



Foto: 85. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO RELIGIOSO

**CIDADE: PRAIA GRANDE**

**ATRATIVO: CAPELA NOSSA SENHORA DA GUIA**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa		X		
Sinalização Interna				X
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Precisa de melhor divulgação em relação ao local de sua construção, como também

de monitoramento. Está localizada no caminho para o Portinho.

### Estátua de Iemanjá

Na praia da Vila Mirim, a Estátua de Iemanjá, é o símbolo maior dos umbandistas do Estado de São Paulo. Em sua base existe um local para oferendas. Em dezembro, durante as Noites de Vigília o local é ponto de peregrinação.

Estátua de Iemanjá



Foto: 86. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO RELIGIOSO

**CIDADE: PRAIA GRANDE**

**ATRATIVO: ESTÁTUA DE IEMANJÁ**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa				X
Sinalização Interna				X
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)			X	
Limpeza e Manutenção			X	
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual			X	

**COMENTÁRIOS:** Monumento abandonado, encontra-se na praia da Vila Mirim.

### Portal da Cidade

O portal de entrada da Praia Grande é o maior símbolo da transformação urbanística da cidade. É o primeiro do litoral brasileiro, possuindo em volta equipamentos urbanos como ciclovia. Com mais de 10 metros de altura, o Portal com seus vitrais simbolizando o sol, é procurado para fotografias, principalmente por possuir um monumento (réplica do capacete do inesquecível piloto de Fórmula 1, Ayrton Senna). Batiza também a Avenida (antiga Tupiniquins).

Portal da Cidade



Foto: 87. AGEM/UNIMONTE – Março 2002



Foto: 88. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO DE REFERÊNCIA

**CIDADE: PRAIA GRANDE**

**ATRATIVO: PORTAL DA CIDADE**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna				X
Segurança				X
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Localizado na entrada da cidade.

**Santos**

**Passeio de Escuna**

Passar pela baía de Santos e conhecer o encanto de suas ilhas e praias, passar bem próximo dos navios de várias partes do mundo atracados no Porto de Santos, o maior da América Latina, e dar um mergulho e se refrescar em águas cristalinas. Tudo isso é possível em Santos. É só embarcar nas escunas, barcos que partem da Ponta da Praia, da Ponte Edgard Perdigão, e levam para uma rota de aproximadamente duas horas pela baía santista. Saídas aos sábados, domingos e feriados, às 10, 12, 14, 16 e 18 horas. Dezembro, janeiro, fevereiro e julho saídas diárias.

**TURISMO NÁUTICO**

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: PASSEIO DE ESCUNA**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna				X
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento		X		
Monitoramento		X		
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Melhorar a indicação de acesso e incrementar o monitoramento a bordo.

**Prédio da Associação Comercial**

Fundada em 1870, é a mais antiga entidade de classe do Estado e uma das primeiras do País. O prédio atual, de 1924, tem telas de Benedito Calixto, farta documentação e publicações sobre a evolução do ciclo cafeeiro em Santos e no Brasil. Rua XV de Novembro, 137, Centro. Aberta de segunda à sexta, das 8 às 12 horas e das 14 às 18 horas. Entrada franca.

Fachada do Prédio da Associação Comercial



Foto: 89. AGEM/UNIMONTE – Março 2002



Foto: 90. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

**TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL**

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: PRÉDIO DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa				X
Sinalização Interna				X
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Embora possua importância histórica não existe nenhum tipo de atendimento ou

monitoramento para visitantes. Também requer atenção especial o item segurança.

### Igreja Santo Antonio do Valongo

A pedra fundamental da Igreja, construída simultaneamente com o convento, foi lançada em 01 de julho de 1640, data da celebração da 1ª Missa. Junto a essas construções, teve início a Ordem Terceira de São Francisco da Penitência, que construiu Capela perpendicular à Igreja em 1690. O Conjunto é em estilo barroco e a fachada, considerada como um dos mais expressivos trabalhos do século XVIII. Possui valiosas obras de arte, como o Cristo Místico de seis asas. A Igreja foi tombada pelo Condephasa em junho de 1993. Pode ser visitada de segunda a sábado das 8h30 às 11h00 e das 14h00 às 19h00 e domingo das 8h00 às 18h00.

Igreja Santo Antônio do Valongo



Foto: 91. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

#### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: IGREJA DO VALONGO**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa		X		
Sinalização Interna			X	
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento			X	
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** O equipamento necessita de restauração e reparos constantes. O item segurança também

precisa de atenção especial.

### Pantheon dos Andradas

Construído ao lado do Conjunto do Carmo, é o jazigo de José Bonifácio de Andrada e Silva, o Patriarca da Independência, e de seus irmãos Antonio Carlos, Martim Francisco e padre Fabrício Manuel. O prédio, inaugurado em 7 de setembro de 1923, conta com monumento projetado pelo escultor Rodolfo Bernadelli e executado na Itália. Além das urnas, o templo cívico apresenta quadros em bronze com cenas da História do Brasil e inscrições de frases dos irmãos Andradas. Horário de Funcionamento: de terça a sexta, das 9h00 às 17h00. Sábado, domingo e feriado, das 10h00 às 18h00. Entrada franca.

Pantheon dos Andradas



Foto: 92. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

#### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: PANTHEON DOS ANDRADAS**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa				X
Sinalização Interna	X			
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento		X		
Monitoramento		X		
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Necessita de mais segurança e melhor sinalização.

### Palácio José Bonifácio

É a 3ª Sede do Poder Executivo Municipal. De linhas clássicas, o Palácio José Bonifácio abriga a Prefeitura e a Câmara Municipal. Levou 2 anos para ser construído, sendo inaugurado em 1939 pelo então presidente Getúlio Vargas. O prédio tem acabamento em mármore italiano e jacarandá, e lustres em cristal da Bohêmia. O Gabinete do Prefeito e o Salão Nobre são em estilo Luiz XVI.

Palácio José Bonifácio – Paço Municipal



Foto: 93. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Vista do Palácio José Bonifácio



Foto: 94. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: PREFEITURA MUNICIPAL**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa		X		
Sinalização Interna			X	
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento			X	
Monitoramento			X	
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Os itens avaliados como não satisfatórios fazem referência ao aproveitamento turístico do local.

### Outeiro de Santa Catarina

O local é o marco inicial da povoação da cidade. Após um processo de decadência, o local foi tombado em 1985 e reconstruído pela Prefeitura em 1992. Hoje abriga a sede da Fundação Arquivo e Memória de Santos, instituição responsável pela gestão dos arquivos públicos e da memória não edificada da cidade.

Horário de funcionamento: de segunda à sexta das 9h00 às 17h00.

Outeiro – Vista Total



Foto: 95. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Outeiro – Escadaria



Foto: 96. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: OUTEIRO DE SANTA CATARINA**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna			X	
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento			X	
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** De grande importância histórica necessita de melhor atendimento e monitoramento.

### Casa do Trem Bélico

Construída entre 1734 e 1738, por ordem de D. João VI, é uma das mais antigas edificações militares da cidade. Em estilo colonial, foi construída no local do primeiro pelourinho da Vila de Santos. Suas paredes, feitas com uma mistura de pedra, cal de sambaqui e óleo de baleia, têm cerca de 90 cm de espessura. Em seu interior era feita a guarda de material bélico e peças de artilharia como lanças, arcabuzes, mosquetes e munição. Em 1940 o prédio foi tombado pelo IBPC, em 1981 pelo Condephaat e em 1990 pelo Condepasa. Abriga hoje uma unidade da Secretaria de Ação Comunitária e Cidadania.

Horário de funcionamento: segunda à sexta das 8h00 às 18h00.

Casa do Trem – Escadaria



Foto: 97 AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Casa do Trem – Interior



Foto: 98. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: CASA DO TREM BÉLICO**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna				X
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção			X	
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual			X	

**COMENTÁRIOS:** Deve ser esclarecido se mesmo com atividade social pode ser local de visitação turística.

### Instituto Histórico Geográfico

O Instituto Histórico e Geográfico de Santos, destina-se ao estudo técnico-científico de documentos importantes para a História. Localiza-se na Av. Conselheiro Nébias.

Instituto Histórico e Geográfico



Foto: 99. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: INSTITUTO HISTÓRICO-GEOGRÁFICO**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna		X		
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento		X		
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Este equipamento destina-se mais ao segmento cultural-científico sendo pouco procurado turisticamente.

### Rua XV de Novembro

Localizada no Centro da Cidade, foi e ainda é uma das mais tradicionais de Santos. Uma placa colocada em sua esquina com a Rua do Comércio marca bem esta fase: "Esta quadra da Rua XV é o termômetro da economia do café. Aqui se ajuda a construir a grandeza do País". Hoje, com os movimentos e projetos de revitalização do Centro, a Rua XV voltou a ser mais valorizada e freqüentada, tanto durante o dia, por motivos de trabalho, quanto à noite, para lazer nos bares e restaurantes.

Rua XV de Novembro



Foto: 100. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

#### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: RUA XV DE NOVEMBRO**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa				X
Sinalização Interna				X
Segurança				X
Estado de Conservação (externo)				X
Limpeza e Manutenção				X
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual				X

**COMENTÁRIOS:** Esta rua está sendo totalmente revitalizada devendo transformar-se em importante referencial histórico e turístico.

### Casa de José Bonifácio

Uma placa de bronze instalada na fachada do prédio marca o local em que nasceu e morou o Patriarca da Independência. A rua era conhecida como Wall Street e já foi considerada a principal da Vila, devido à fortuna de seus moradores. Hoje o prédio abriga a Câmara Municipal de Santos. Situado na Rua XV de Novembro, com funcionamento de segunda à sexta, das 8h00 às 12h00 e das 14h00 às 18h00.

Casa de José Bonifácio – Entrada



Foto: 101. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Casa de José Bonifácio – Fachada



Foto: 102. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

#### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: CASA JOSÉ BONIFÁCIO**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa				X
Sinalização Interna				X
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)			X	
Limpeza e Manutenção			X	
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual			X	

**COMENTÁRIOS:** Consta que neste local existia a casa onde nasceu José Bonifácio. Atualmente é um prédio comercial que necessita de reparos e maior divulgação do fato histórico para trabalho turístico.

### Teatro Coliseu

Sua história inicia-se em 1896 como Companhia Coliseu Santista, com a construção que funcionava como velódromo. Fechado em 1903, o velódromo deu lugar ao segundo Coliseu, inaugurado em 23 de junho de 1909. O Coliseu atual foi reconstruído pelo Comendador Manuel Fins Freixo, e inaugurado em 21 de junho de 1924. Símbolo de uma época de sucesso econômico, recebeu as mais importantes companhias artísticas de então. No início da década de 80 atingiu o máximo de sua decadência, sendo que em 1994, foi desapropriado e encontra-se hoje em processo de restauração para retornar suas características originais.

Teatro Coliseu

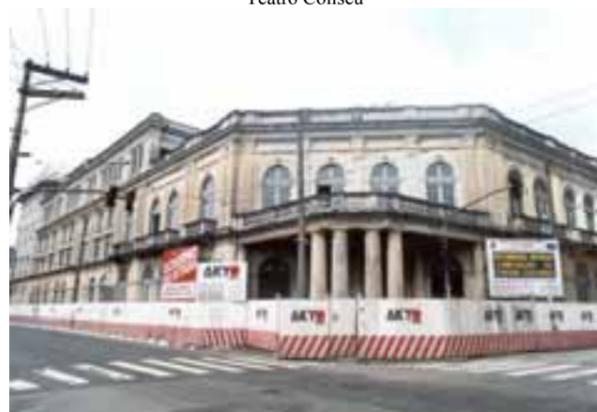


Foto: 103. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: TEATRO COLISEU**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa				X
Sinalização Interna				X
Segurança				X
Estado de Conservação (externo)				X
Limpeza e Manutenção				X
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual				X

**COMENTÁRIOS:** Encontra-se em obras de restauração e reforma.

### Engenho dos Erasmos

Foi o terceiro engenho de cana-de-açúcar do Brasil e a primeira sociedade anônima brasileira, iniciativa de Martim Afonso de Souza, fundador da Vila de São Vicente. Construído em 1533, suas ruínas são as únicas do mundo em estilo açoriano, com um moinho movido a água dotado de plataforma para vencer o desnivelamento do terreno. No século XVII, o engenho foi quase totalmente destruído por um incêndio.

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: ENGENHO DOS ERASMOS**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso		X		
Sinalização Externa				X
Sinalização Interna				X
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)			X	
Limpeza e Manutenção			X	
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual			X	

**COMENTÁRIOS:** Encontra-se em ruínas e sob a responsabilidade da USP.

### Monumento a Brás Cubas

Apresenta a estátua de Brás Cubas, fundador de Santos e idealizador da primeira Santa Casa de Misericórdia do País e cujos restos mortais se encontram sob o monumento. Do outro lado da praça, em frente à sede da Secretaria da Fazenda do Estado, acha-se um pequeno poste de ferro que servia para deixar os animais amarrados, último remanescente do transporte de tração animal da cidade. Praça da República, Centro.

Monumento à Brás Cubas



Foto: 104. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Estátua de Brás Cubas



Foto: 105. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: MONUMENTO À BRAS CUBAS**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa				X
Sinalização Interna			X	
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Este monumento necessita de melhoria na sinalização e divulgação.

### Prédio da Alfândega

O prédio atual foi inaugurado em 1934, no mesmo local da antiga Alfândega datado de 1880. Em virtude do extraordinário desenvolvimento do Porto, viu-se a necessidade de ampliar suas instalações.

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: PRÉDIO DA ALFÂNDEGA**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa		X		
Sinalização Interna				X
Segurança	X			
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** De importância histórica, ainda que, turisticamente só se aproveite a parte externa.

### Conjunto de Monumentos das Praias

Com 7 Km de extensão, as praias de Santos oferecem bela paisagem, magníficos jardins - o maior jardim contínuo do mundo, praças e monumentos que estão distribuídos ao longo da orla homenageando personalidades importantes.

Monumento à José de Anchieta



Foto: 106. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Monumento em Homenagem ao Descobrimento



Foto: 107. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: CONJUNTO DE MONUMENTOS DAS PRAIAS**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa		X		
Sinalização Interna		X		
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Em bom estado de conservação, homenageiam personalidades importantes.

### Museu de Pesca

A edificação, cujo terreno fora anteriormente área do Forte Augusto, foi erguida em 1908, para instalação da Escola de Aprendizes de Marinheiro, inaugurada em 1909. Mais tarde cedeu lugar à Escola de Pesca e só começou a tomar forma e denominação de museu em 1942, quando foi incorporado à coleção o esqueleto de uma baleia medindo 23 metros de comprimento. O Instituto de Pesca “M. Nascimento Jr.”, mais conhecido como Museu de Pesca, foi reaberto em 1998, após longo período de reformas. Exibe exemplares da fauna marinha. Horário de funcionamento: 9h00 às 17h00. Ingresso: R\$ 2,00. (referência: Janeiro 2002)

Fachada do Museu de Pesca



Foto: 108. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: MUSEU DE PESCA**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna	X			
Segurança	X			
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento	X			
Monitoramento	X			
Situação Atual	X			

**COMENTÁRIOS:** Perfeita atração turística.

### Teatro Guarany

Construído por uma associação teatral particular, na praça dos Andradas, foi o primeiro edifício destinado à atividade teatral em Santos. As fachadas documentam o progresso material e social de Santos, no final do século passado. Pertence à Santa Casa de Misericórdia de Santos, desde 1910. Nas paredes exteriores, lêem-se as letras “S.C.M.” e os nomes “Gomes”, “Verdi” e “Azevedo”. Em ruínas.



Foto: 109. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

CIDADE: SANTOS

ATRATIVO: TEATRO GUARANY

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa				X
Sinalização Interna				X
Segurança				X
Estado de Conservação (externo)				X
Limpeza e Manutenção				X
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual			X	

COMENTÁRIOS: Adquirido recentemente pela Prefeitura Municipal, encontra-se em péssimo estado de conservação, necessitando de restauração total.

### Casarão do Valongo

O primeiro bloco foi concluído em 1867 e o segundo em 1872. O conjunto em estilo neoclássico, foi utilizado como residência até 1895 e abrigou a Câmara, a Intendência (segunda sede do Poder Executivo Municipal) até 1939. De 1940 até 1976, os prédios foram ocupados por escritórios de cafês, bares e hotéis, sendo tombados pelo CONDEPHAAT em 1983. Dois anos depois, um incêndio deixou um dos blocos em ruínas, e em 1986 uma das paredes desabou com uma ventania. Em maio de 1990, o local foi tombado pelo CONDEPASA. O edifício remanescente sofreu novo incêndio em 1992, ficando também em ruínas. A Prefeitura Municipal realizou obras de consolidação das paredes e reurbanizou a área, embora o prédio não seja municipalizado.



Foto: 110. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Foto: 111. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

CIDADE: SANTOS

ATRATIVO: CASARÃO DO VALONGO

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna			X	
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)				X
Limpeza e Manutenção				X
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual			X	

COMENTÁRIOS: Este conjunto arquitetônico encontra-se em ruínas. Apenas visitaçao externa.

### Casa de Câmara e Cadeia

Monumento arquitetônico em estilo colonial, com mais de 2.000m<sup>2</sup> de área construída, foi projetado em 1836, mas concluído cerca de 30 anos depois. Abrigou a Casa de Câmara, o Fórum, a 1ª Sede da Intendência (Prefeitura), a Cadeia e Delegacias de Polícia. Construída em alvenaria, pedra e cal, foi palco da proclamação, em 15 de novembro de 1894, da primeira e única Constituição Municipal do País. O imóvel e a área arborizada da Praça dos Andradas foram tombados pelo IBPC – Instituto Brasileiro do Patrimônio Cultural – em 1959 e pelo Condephaat em 1973, que restaurou o prédio em 1981. Atualmente, abriga a Delegacia de Cultura do Estado e Oficina Regional Pagú. Aberto de terça a sábado das 09h00 às 18h00.

Cadeia Velha – Vista Frontal



Foto: 112. AGEM/UNIMONTE – Março 2002



Foto: 113. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: CADEIA VELHA**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa		X		
Sinalização Interna		X		
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento			X	
Monitoramento			X	
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Neste atrativo se encontra instalada uma oficina cultural.

### Bolsa Oficial do Café

Inaugurado em 1922, como parte das comemorações do centenário da independência, o Palácio da Bolsa do Café de Santos, é um dos mais significativos monumentos arquitetônicos do Estado de São Paulo. Também tem importância histórica fundamental, por sintetizar o percurso épico do café na construção do país, do estado e da cidade de Santos, em particular. Em setembro de 1998 a edificação foi reaberta, após um grande trabalho de restauro, dando início ao Museu do Café Brasileiro. Horário de funcionamento: terça a sábado das 9h00 às 17h00 e domingo das 10h00 às 17h00.

Bolsa Oficial do Café



Foto: 114. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: BOLSA DE CAFÉ**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna	X			
Segurança	X			
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento	X			
Monitoramento	X			
Situação Atual	X			

**COMENTÁRIOS:** Atualmente a área ao seu redor encontra-se em fase de revitalização.

### Casa da Frontaria Azulejada

O imóvel foi construído em 1865 pelo Comendador Joaquim Manoel Ferreira Neto, comerciante português. Erguida com uma mistura de pedras, saibro, cal e óleo de baleia, a casa tem dois pavimentos em forma de “U” com os fundos voltados para o Porto, de onde vinham as mercadorias adquiridas pelo comerciante e que eram levadas em canoas por um canal, até os cômodos térreos. O assoalho e o forro eram feitos em pinho-de-riça e as vigas de carvalho. A porta principal permitia o acesso de carruagens ao pátio interno e a fachada da casa era decorada com azulejos coloridos. Em maio de 1973, o prédio em estilo neoclássico, foi tombado pelo IBPC, mas continuou servindo como depósito de adubo, até ser desapropriado pela Prefeitura em 1986. Foi tombado em 1987 pelo Condephaat e em 1990 pelo Condepasa. A fachada do prédio foi restaurada pela prefeitura e entregue em janeiro de 1994.

Casa da Frontaria Azulejada



Foto: 115 AGEM/UNIMONTE – Março 2002

TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

CIDADE: SANTOS

ATRATIVO: CASA DA FRONTARIA AZULEJADA

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa				X
Sinalização Interna				X
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção				X
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual			X	

COMENTÁRIOS: Ao final das obras de recuperação, este equipamento servirá para abrigar a Fundação Arquivo

e Memória de Santos.

### Estação Santos-Jundiaí

De arquitetura eclética, com influência vitoriana, o prédio foi construído no local onde funcionou o Convento Santo Antonio do Valongo, vendido em 1859 à Estrada de Ferro São Paulo Railway Co. A Estação foi construída graças ao empenho do Barão de Mauá, junto a empresários e banqueiros ingleses. A Estação foi inaugurada em 16 de fevereiro de 1867, com a chegada a Santos do primeiro trem com locomotiva a vapor, da linha que ligou o Planalto à Cidade. O prédio foi tombado pelo CONDEPASA em junho de 1993.

Estação Santos – Jundiaí – Vista Frontal



Foto: 116 AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Estação Santos – Jundiaí – Vista Lateral



Foto: 117 AGEM/UNIMONTE – Março 2002

TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

CIDADE: SANTOS

ATRATIVO: ESTAÇÃO SANTOS - JUNDIAÍ

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna			X	
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)			X	
Limpeza e Manutenção			X	
Atendimento			X	
Monitoramento			X	
Situação Atual			X	

COMENTÁRIOS: Necessita de completa remodelação para seu uso.

### Monte Serrat

A denominação Monte Serrat aconteceu em 1604, após a construção da Capela de Nossa Senhora do Monte Serrat, padroeira da cidade, em 1603. No princípio deste século foi erguido, no alto do morro, um grande edifício com terraços, mirante e cassino. Seu topo pode ser atingido pelo bondinho, que funciona sobre trilhos em sistema funicular, ou pela escadaria, com 415 degraus. Do alto pode-se avistar toda a cidade de Santos, desde a praia até o porto, e também os municípios de Guarujá, Cubatão, São Vicente e Praia Grande. Horário de funcionamento: todos os dias, das 8h00 às 20h00 com preço de R\$ 8,00. (referência: Janeiro 2002)

Monte Serrat – Vista do Cassino



Foto: 118 AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Igreja Nossa Senhora do Monte Serrat



Foto: 119. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: MONTE SERRAT**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa		X		
Sinalização Interna		X		
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento		X		
Monitoramento		X		
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Trata-se de um equipamento que no seu conjunto atende às necessidades turísticas.

### Mosteiro de São Bento – Museu de Arte Sacra

Construído em 1650 pela Ordem de São Bento, o prédio constitui importante exemplar do barroco adotado pelos beneditinos. No térreo acha-se a Capela de Nossa Senhora do Desterro. As paredes de alvenaria possuem cerca de 90 cm de largura, apresentando como argamassa cal de sambaqui. Abriga o Museu de Arte Sacra, inaugurado em 1981, com valioso acervo de aproximadamente 400 peças, entre elas imagens que dizem respeito à história de Santos, como a de Santa Catarina de Alexandria. Horário de funcionamento: de terça a domingo das 14h00 às 17h00. Ingresso: R\$ 3,00. (referência: Janeiro 2002)

Museu de Arte Sacra – Mosteiro de São Bento



Foto: 120. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: MUSEU DE ARTE SACRA**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna		X		
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento		X		
Monitoramento		X		
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Necessita de melhor atenção nos itens segurança e sinalização externa.

### Bonde Turístico

Simboliza mais um marco no resgate do patrimônio edificado do Centro Histórico de Santos. Faz parte de um projeto global que objetiva a revitalização desse trecho da cidade como um todo, fazendo realçar sua beleza arquitetônica, seus contornos sinuosos e a vida que um dia prevaleceu em seu cotidiano. O percurso dura aproximadamente 15 minutos em 1700 metros de via permanente de trilhos e rede aérea eletrificada. No dia 26/01/2002 a cidade ganhou o Bonde Camarão, um bonde fechado, mas com o mesmo percurso. Durante o percurso, os passageiros contam com informações de um guia. Funcionamento: de terça a domingo das 11h00 às 19h00.

Bonde Elétrico – Roteiro Centro Histórico



Foto: 121. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

#### CIDADE: SANTOS

##### ATRATIVO: BONDE ELÉTRICO

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa		X		
Sinalização Interna				X
Segurança	X			
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento	X			
Monitoramento	X			
Situação Atual	X			

COMENTÁRIOS: Precisa de melhor sinalização turística.

### Catedral de Santos

Em estilo neogótico, lembrando templos europeus, a Catedral começou a ser construída em 1909, mas só em 1951 é que o projeto do engenheiro prussiano Maximiliano Hell (o mesmo que projetou a Catedral da Sé em São Paulo), foi concluído. Na Capela do Santíssimo encontra-se bela imagem do Sagrado Coração e afrescos de Benedito Calixto. Aberta de segunda à sexta das 07h00 às 19h00.

Vista Panorâmica da Catedral



Foto: 122. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

#### CIDADE: SANTOS

##### ATRATIVO: CATEDRAL

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna		X		
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

COMENTÁRIOS: Apenas para contemplação.

### Igreja Nossa Senhora do Rosário

Construída em 1822 pela irmandade de Nossa Senhora dos Homens Pretos (era a única a que os escravos tinham acesso). É uma das mais belas e antigas de Santos, com nave em mármore colorido e uma coleção de imagens sacras que merece destaque. Funcionou como Igreja Matriz provisória de 1906 até 1924.

Igreja Nossa Senhora do Rosário



Foto: 123. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

#### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: IGREJA DO ROSÁRIO**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna		X		
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Igreja de valor histórico que se encontra em bom estado de conservação e em condição de receber turistas.

### Igreja da Ordem Primeira e Capela da Ordem Terceira do Carmo

Por volta de 1599, os padres iniciaram igreja e convento. A Igreja atual, do século XVIII, é de estilo barroco, possui cadeirado em jacarandá e obras de Benedito Calixto. No pátio há lápides funerárias do século XIX e o Marco dos Evangelistas.

Foi tombada pelo Condepasa em janeiro de 1992. A Capela do Carmo foi edificada pela Venerável Ordem Terceira de Nossa Senhora do Carmo – associação religiosa leiga – a partir de 1752. Tem imagens seculares, altar de madeira trabalhada e pia de água benta em pedra, de 1710. Foi tombada pelo IBPC em 1940, pelo Condephaat em 1981 e pelo Condepasa em maio de 1990. Missa em canto gregoriano todo segundo domingo do mês, às 11h00.

Complexo do Carmo



Foto: 124. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

#### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: CONJUNTO IGREJAS DO CARMO**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa				X
Sinalização Interna				X
Segurança			X	
Estado de Conservação (externo)			X	
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual			X	

**COMENTÁRIOS:** Necessita de restauração total e melhor orientação para visitação turística.

### Museu do Porto

O Museu foi criado para contar a história do Porto de Santos. Em seu acervo encontram-se documentos, peças, equipamentos e fotos, muitas ainda em negativos de vidro, registrando em imagens os acontecimentos desde o início da construção dos primeiros metros de cais, em 1892, até os dias atuais. Um patrimônio de valor incalculável para a história do Brasil. Horário de Funcionamento: 8h00 às 12h00 e das 14h00 às 18h00, com entrada gratuita.

Museu do Porto



Foto: 125. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Museu do Porto em Reforma



Foto: 126. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: MUSEU DO PORTO**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna				X
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** O atrativo está passando por ampla reforma.

### Pinacoteca Benedito Calixto

Importante ponto de referência cultural da cidade, por manter em exposição permanente as obras do pintor Benedito Calixto, além de mostras temporárias de obras de artistas nacionais e internacionais. Funciona num belo e imponente casarão branco em estilo neoclássico, único remanescente das residências dos barões do café, que tomaram conta da avenida da praia, a partir do princípio do século passado. Oferece biblioteca específica de arte, com títulos em português, alemão e francês. Oferece monitores para grupos. Horário de funcionamento: de terça a domingo das 14h00 às 19h00.

Pinacoteca Benedito Calixto



Foto: 127. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: PINACOTECA BENEDITO CALIXTO**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna		X		
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento	X			
Monitoramento	X			
Situação Atual	X			

**COMENTÁRIOS:** Melhorar a indicação de acesso.

### Jardim Botânico

Um verdadeiro santuário ecológico, assim pode ser definido o Jardim Botânico Chico Mendes, que além de uma ótima opção de lazer, tem a finalidade de preservar diferentes espécies de plantas. Oferece atividades como a Trilha no Jardim, além de diversas espécies de plantas nativas da Amazônia, palmeiras e lagos. Este imenso espaço verde de 90 mil m<sup>2</sup> pode ser visitado diariamente das 7 às 18 horas. O endereço é Rua João Fracarolli, s/nº, no Bairro do Bom Retiro. Aberto de segunda à sexta das 9h às 11h30 e das 13h30 às 18h. Entrada franca.

Jardim Botânico – Entrada



Foto: 128. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO DE LAZER

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: JARDIM BOTÂNICO**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna			X	
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** O atrativo necessita de melhor orientação aos visitantes.

### Museu do Mar

Criado em 1969, funciona desde 1984 em sua atual sede. Exibe curiosidades do mundo subaquático, desde uma concha com 148 quilos e animais preservados em formol, até equipamentos de mergulho e ainda um tubarão-baleia taxidermizado, que mede aproximadamente 6 metros de comprimento e pesa uma tonelada. Seu acervo contém 12.000 exemplares de conchas, além de corais e aquáticos. Funciona todos os dias das 9h00 às 18h00, com ingressos no valor de R\$ 5,00. (referência: Janeiro 2002)

Museu do Mar



Foto: 129. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO DE LAZER

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: MUSEU DO MAR**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna	X			
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento		X		
Monitoramento		X		
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Possui espaço físico restrito e já existe um projeto para sua ampliação. Grande apelo também para o turismo educacional-científico.

### Lagoa da Saudade

Está situada no alto do Morro da Nova Cintra, têm guardado em suas águas escuras, muitas histórias de pescadores e mergulhadores. Dispõe de equipamentos de lazer para crianças e adultos, e o acesso para chegar é fácil.

Entrada da Lagoa da Saudade



Foto: 130. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO DE LAZER

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: LAGOA DA SAUDADE**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna				X
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Atrativo em condições para o lazer e para a pesca.

### Orquidário Municipal

Inaugurado em 1945, é um parque zoobotânico com 22.240m<sup>2</sup> que mistura características de belos jardins e aspectos de matas naturais. Dispõe de uma floresta urbana exuberante, cuidadosamente plantada e cultivada, em particular com espécies da Mata Atlântica, além de estufa com uma coleção de centenas de orquídeas. Toda essa vegetação atrai inúmeros pássaros que vivem em liberdade em meio às aves ali existentes: tucanos, gaviões, araras e pavões. Horário de Funcionamento: de segunda à sexta: das 8h00 às 18h00, sábados, domingos e feriados das 9h00 às 19h00. Ingressos: R\$ 1,00. (referência: Janeiro 2002)

Orquidário



Foto: 131. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO DE LAZER

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: ORQUIDÁRIO MUNICIPAL**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna	X			
Segurança	X			
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento	X			
Monitoramento	X			
Situação Atual	X			

**COMENTÁRIOS:** O atrativo encontra-se em perfeitas condições de uso.

**Aquário Municipal**

Inaugurado em 1945, pelo então Presidente da República Getúlio Dorneles Vargas, é uma das maiores atrações turísticas da Santos, ocupando uma área de 1000m<sup>2</sup> na orla da praia. Em seus 42 tanques de água doce e salgada estão expostas mais de 90 espécies da fauna aquática. As tartarugas de água doce, por exemplo, têm uma pequena praia com cachoeira, enquanto um tanque externo circular conta com mamíferos marinhos. Horário de funcionamento das 8h00 às 18h00. Ingressos: R\$ 1,00. (referência: Janeiro 2002)



Foto: 132. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

**TURISMO DE LAZER**

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: AQUÁRIO MUNICIPAL**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa		X		
Sinalização Interna		X		
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento		X		
Monitoramento			X	
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Existe projeto para sua ampliação, necessita melhor atenção para o monitoramento dos seus visitantes. É o segundo ponto turístico mais visitado do estado de São Paulo.

**Praias**

Santos possui 7 km de praias, e ainda o maior jardim contínuo do mundo, que proporciona um agradável convite para a prática de esportes ou passeio a beira-mar.

Vista Panorâmica da Praia de Santos



Foto: 133. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

**TURISMO DE LAZER**

**CIDADE: SANTOS**

**ATRATIVO: PRAIAS**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna				X
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** As praias estão em bom estado.

### Memorial

Segundo no Brasil do gênero, chama a atenção por suas linhas arrojadas. É o mais alto do mundo, com 10 andares e 37 metros de altura constando no Guinness Book, o livro dos recordes.

Memorial Necrópole Ecumênica



Foto: 134. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO DE LAZER

CIDADE: SANTOS

**ATRATIVO: MEMORIAL**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso		X		
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna			X	
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento		X		
Monitoramento				X
Situação Atual	X			

**COMENTÁRIOS:** Deve ser trabalhado como atrativo turístico. Cemitério vertical.

### Estádio Urbano Caldeira

Fundado em 14 de abril de 1912, fez a história do Clube que projetou o nome da cidade em todo o mundo, por meio de seus craques. Representa programa obrigatório para os amantes de futebol, que podem ver o acervo de todas as conquistas do “Peixe”. A sala de troféus, com vários marcos de Pelé pela cidade, está aberta à visitação.

Horário de funcionamento: Diariamente, e visita à Sala de Troféus de segunda à sexta das 8h00 às 18h00.

Entrada do Estádio Urbano Caldeira



Foto: 135. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Estádio Urbano Caldeira – Sala de Troféus



Foto: 136. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO ESPORTIVO

CIDADE: SANTOS

**ATRATIVO: ESTÁDIO URBANO CALDEIRA**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna				X
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento		X		
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Estádio do Santos Futebol Clube. Possui uma das mais expressivas salas de troféus do mundo. Necessita de monitoração.

**São Vicente**

**Biquinha de Anchieta**

Construída em 1553, chamada assim por abrigar a fonte de água natural onde nas imediações o jesuíta José de Anchieta encenava seus autos de fê e realizava a catequese dos índios. No local também se encontra a Praça dos Doces.

Biquinha de Anchieta



Foto: 137. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Vista da Praça da Biquinha



Foto: 138. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

**TURISMO HISTORIA - CULTURA**

**CIDADE: SÃO VICENTE**

**ATRATIVO: BIQUINHA DE ANCHIETA**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna	X			
Segurança	X			
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** É o atrativo mais conhecido do município, e em seu painel está retratado o Padre Anchieta na catequização dos índios. No local, atualmente encontra-se uma estátua em homenagem ao Padre Anchieta, feita em fibra de vidro, em tamanho natural.

**Marco Padrão**

Fica numa ilha conhecida como Pedra do Mato, inaugurado em 1933, foi oferecido pela Colônia Portuguesa para comemorar o IV Centenário de fundação da cidade.

Marco Padrão



Foto: 139. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

**TURISMO HISTORIA - CULTURA**

**CIDADE: SÃO VICENTE**

**ATRATIVO: MARCO PADRÃO**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa			X	
Sinalização Interna				X
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento			X	
Monitoramento				X
Situação Atual			X	

**COMENTÁRIOS:** O atrativo deveria ser mais sinalizado precisando de melhor divulgação histórica e turística.

### Casa do Barão

Desde 1968 abriga o Instituto Histórico e Geográfico de São Vicente, onde funciona o Museu Geral da Cidade, com um acervo de cerca de 2.000 peças, com árvores centenárias, tombadas pelo CONDEPHAAT.

Casa do Barão – Instituto Histórico e Geográfico de São Vicente



Foto: 140. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

#### TURISMO HISTORIA - CULTURA

#### CIDADE: SÃO VICENTE

#### ATRATIVO: CASA DO BARÃO

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna		X		
Segurança	X			
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento		X		
Monitoramento	X			
Situação Atual		X		

COMENTÁRIOS: A Casa do Barão abriga o Instituto Histórico e Geográfico de São Vicente e a

Biblioteca Municipal. Faz parte das principais atrações turísticas do município.

### Casa de Martim Afonso

Abriga um dos mais importantes sítios arqueológicos, “restos da primeira construção de alvenaria do Brasil”, onde o fundador da cidade, Martim Afonso de Souza, residiu durante um ano. Atualmente, no local encontra-se o mundo de ciências naturais “Jobas”.

Casa Martim Afonso – JOBAS



Foto: 141. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

#### TURISMO HISTORIA - CULTURA

#### CIDADE: SÃO VICENTE

#### ATRATIVO: CASA DE MARTIM AFONSO

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna	X			
Segurança	X			
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento	X			
Monitoramento	X			
Situação Atual	X			

COMENTÁRIOS: O atrativo pertence à iniciativa privada, sendo bem aproveitado para pesquisas e para

a atividade turística.

### Porto das Naus

Localizado próximo à Ponte Pênsil, foi o primeiro ponto de comércio entre os navios que chegavam à região. Foi tombado pelo CONDEPHAAT, e atualmente podem ser visitadas no local as ruínas das estruturas do engenho e uma bela vista do Mar Pequeno.

Porto das Naus



Foto: 142. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Vista do Porto das Naus



Foto: 143. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO HISTORIA - CULTURA

**CIDADE: SÃO VICENTE**

**ATRATIVO: PORTO DAS NAUS**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso		X		
Sinalização Externa				X
Sinalização Interna				X
Segurança				X
Estado de Conservação (externo)				X
Limpeza e Manutenção				X
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual				X

**COMENTÁRIOS:** O atrativo histórico está fechado ao público. Está passando por obras de restauração.

### Plataforma de Pesca

Situada no trecho da orla de entre a Ponte Pênsil e a Praça Tom Jobim, oferece uma bela vista da Baía de São Vicente. O local conta com acesso para deficientes físicos, além de um jardim ao longo da mureta.

Vista da Plataforma de Pesca



Foto: 144. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO DE PESCA

**CIDADE: SÃO VICENTE**

**ATRATIVO: PLATAFORMA DE PESCA DA AV. GETÚLIO VARGAS**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna	X			
Segurança	X			
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** Destinada à pesca e ao lazer. Foi inaugurada na semana de aniversário do município (2002).

### Parque Cultural Vila de São Vicente

Inaugurado em julho de 2001, o parque reproduz a arquitetura, os usos e costumes da Primeira Cidade do Brasil, incluindo importantes detalhes históricos. O parque abriga diversos espaços culturais que homenageiam importantes personagens da história vicentina, como Martim Afonso de Souza.

Funcionamento de terça a domingo.

Entrada do Parque Cultural Vila de São Vicente



Foto: 145. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

#### TURISMO DE LAZER

CIDADE: SÃO VICENTE

ATRATIVO: PARQUE CULTURAL VILA DE SÃO VICENTE

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna	X			
Segurança	X			
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento	X			
Monitoramento	X			
Situação Atual	X			

COMENTÁRIOS: Inaugurado recentemente, o parque revive a história e mostra os usos e costumes da época do início da colonização.

### Ilha Porchat

Cartão postal de São Vicente, com lazer para todo os gostos, possui uma vida noturna intensa. Do alto tem-se uma vista panorâmica de toda a baixada. Sua mais nova atração é o Memorial dos 500 anos do Descobrimento, projetado pelo arquiteto Oscar Niemeyer.

Ilha Porchat – Memorial 500 Anos



Foto: 146. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

#### TURISMO DE LAZER

CIDADE: SÃO VICENTE

ATRATIVO: ILHA PORCHAT

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna	X			
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual	X			

COMENTÁRIOS: Cartão-postal da cidade e da região , encontra-se em boas condições de receber turistas.

Foi reestruturada recentemente.

### Ponte Pênsil

Inaugurada em 1914, a Ponte Pênsil é um dos mais bonitos cartões postais de São Vicente. É a única Ponte desse tipo aberta a veículos e pedestres do Brasil. Graças a um sistema de iluminação, a ponte pode ser vista de diversos pontos, como da Praia do Gonzaguinha, Praia de Paranapuã, Ilha Porchat entre outros.

Ponte Pênsil

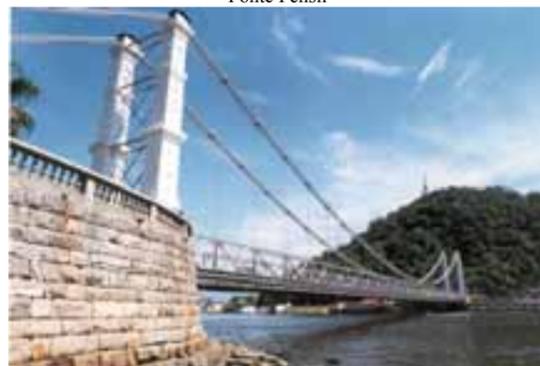


Foto: 147. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

#### TURISMO DE LAZER

**CIDADE: SÃO VICENTE**

**ATRATIVO: PONTE PÊNSIL**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna	X			
Segurança	X			
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual	X			

**COMENTÁRIOS:** Construída em 1914 por Saturnino de Brito, servia para levar os despejos da Ilha de

São Vicente até o Pontão do Itaipú. Liga a ilha ao continente, facilitando a ligação entre os municípios

Tornou-se ao longo dos anos, importante atração turística.

### Parque Ipuiara

O Parque Ipuiara, um amplo complexo verde, abriga vários equipamentos turísticos como o Relógio do Sol, a Fonte do Ipuiara, um parque infantil, o Parque das Emas e o Cine 3D.

Parque Ipuiara – Cine 3D



Foto: 148. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Monstro do Ipuiara



Foto: 149. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

#### TURISMO DE LAZER

**CIDADE: SÃO VICENTE**

**ATRATIVO: PARQUE IPUIARA**

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna		X		
Segurança	X			
Estado de Conservação (externo)	X			
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento			X	
Monitoramento			X	
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** É um parque que retrata a cultura popular do município. Abriga o cinema 3-D e o

Recanto das Emas.

### Rua Japão

Localizada à beira-mar, recebeu este nome em 1958, sendo conhecida como bairro dos pescadores. Reafirma os laços de amizade entre Naha e São Vicente, cidades-irmãs. Tem uma praça que recebeu o nome de Kotoku Iha – Parque Bitaru.



Foto: 150. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO DE LAZER

#### CIDADE: SÃO VICENTE

##### ATRATIVO: RUA JAPÃO

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso		X		
Sinalização Externa		X		
Sinalização Interna		X		
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção		X		
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** É referencial da cultura japonesa, celebrando o convênio entre São Vicente e a cidade de

Naha .

### Praias

Belíssimas praias que proporcionam aos visitantes bons momentos de lazer e descontração.

Vista Panorâmica da Praia de São Vicente



Foto: 151. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO DE LAZER

#### CIDADE: SÃO VICENTE

##### ATRATIVO: PRAIAS

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna		X		
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)		X		
Limpeza e Manutenção			X	
Atendimento				X
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

**COMENTÁRIOS:** De todas as praias, apenas a do Gonzaguinha é urbanizada. Atualmente vem sendo implantado tratamento de esgoto pela SABESP, procurando melhorar a balneabilidade das praias.

### Igreja Matriz de São Vicente Mártir

O primeiro prédio a abrigar a Igreja Matriz foi construído por Martin Afonso de Souza, em 1532, próximo à praia onde aconteceu a fundação oficial da Vila de São Vicente. A construção foi destruída por um maremoto, que varreu a cidade em 1542. A segunda sede foi erguida pelo povo em local mais distante do mar, mas foi destruída por piratas que atacaram São Vicente para saquear o comércio e as casas. Em 1757, a atual Igreja foi construída sobre as ruínas da anterior, onde permanece até hoje. Seu nome é uma homenagem a São Vicente Mártir, santo espanhol que deu nome à cidade e hoje é seu padroeiro.

Igreja Matriz



Foto: 152. AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### TURISMO RELIGIOSO

#### CIDADE: SÃO VICENTE

#### ATRATIVO: IGREJA MATRIZ DE SÃO VICENTE

ITEM	ÓTIMO	BOM	NÃO SATISFAT.	INEXISTENTE
Acesso	X			
Sinalização Externa	X			
Sinalização Interna		X		
Segurança		X		
Estado de Conservação (externo)				X
Limpeza e Manutenção	X			
Atendimento		X		
Monitoramento				X
Situação Atual		X		

COMENTÁRIOS: A igreja encontra-se em fase de restauro, sendo um importante referencial no contexto histórico do município.

Tabela 24: Atrativos da Região Metropolitana da Baixada Santista

ATRATIVOS	Bertioga	Cubatão	Guarujá	Itanhaém	Mongaguá	Peruíbe	Praia Grande	Santos	São Vicente
Naturais	Trilha de Itatinga	Trilha do Rio Passariúva	Trilha Ermida do Guaibê	Trilha Evangelista de Souza - Rio Branco	Praia Centro	Trilha da Ponte de Pau	Praia Solemar	Estância Diana	Trilha de Itaquitanduva
	Trilha da Res. Indíg. Rio Silveira	Trilha do Rio Pilões	Trilha da Ponta Grossa	Trilha do Quati	Praia Vera Cruz	Trilha da Praia Desertinha	Praia Caiçara	Trilha da Fazenda Cabuçu	Trilha do Túnel
	Trilha D'Água	Trilha da Usina	Trilha Armação das Baleias	Trilha do Jundu	Praia Itaóca	Trilha do Imperador	PraiaTupi	Trilha do Rio Jurubatuba	Trilha do Pq. Ecol. Voturuá
	Trilha do Caiubura	Trilha do Caminho do Mar	Trilha do Góes	Trilha do Morro do Sapucaitava	Praia Agenor de Campos	Trilha Serra dos Itatins	Praia Mirim	Trilha do Mirante do Caeté	Praia do Itararé
	Trilha do Rio Jaguaregava	Trilha do Rio Branquinho	Trilha da Praia Branca	Rio Itanhaém	Praia Flórida Mirim	Trilha da Fazenda São João	Praia Guilhermina	Trilha de Caruara	Praia de Gonzaguinha
	Passeio de Barco Rio Jaguaregava	Cachoeira dos Pilões	Trilha da Praia Preta	Fazenda Bargieri	Praia São Paulo	Trilha do Urubu	Praia Boqueirão	Lage de Santos	Praia dos Milionários
	Trilha Fazenda do Cacau	Ninhais dos Guarás	Trilha Forte de São Felipe	Fazenda Caepupu	Rio Mongaguá	Trilha Cachoeira do Paraíso	Praia do Forte	Praia José Menino	Praia de Itaquitanduva
	Trilha Morro S. Lourenço	Parque Ecol. Perequê	Trilha do Saco do Major	Morro Piraguyra		Trilha da Cachoeira do Vilão	Praia Ocian	Praia Gonzaga	Praia de Paranapuã
	Trilha da CODESP	Parque Est. Serra do Mar	Trilha da Praia do Congava	Ilha Queimada Grande		Trilha da Praia do Índio	Praia Aviação	Praia Boqueirão	Ilha Porchat
	Est. Trat. Riviera S. Lourenço	Parque Ecol. Cotia Pará	Trilha de Camburi	Ilha Queimada Pequena		Trilha do Costão	Praia Jardim Real	Praia Embaré	
	Praia de São Lourenço	Estrada Velha	Praia da Enseada	Ilha das Cabras		Trilha da Praia do Caramborê	Praia Comandante	Praia Ponta da Praia	
	Praia de Itaguaré	Parque Municipal Anilinas	Praia das Pitangueiras	Praia da Saudade		Cachoeira do Paraíso		Praia Aparecida	
	Praia do Guaratuba		Praia do Perequê	Praia Cibratel		Cachoeira do Perequê		Praia Pompéia	
	Praia de Boracéia		Praia do Guaiúba	Praia das Conchas		Praia do Costão		Ilha Diana	
	Praia Enseada		Praia do Monduba	Praia do Sonho		Praia do Guaraú			
	Praia Itaguá		Praia do Éden	Praia do Tombo		Prainha			
	Canal de Bertioga		Praia do Tombo	Praia dos Pescadores		Praia do Una			
			Praia Branca	Praia da Enseada		Praia do Juquiá			
			Praia Preta	Praia de Itanhaém		Praia do Arpoador			
			Praia do Iporanga	Praia da Gruta		Praia do Centro			
			Praia do Pernambuco			Praia da Baleia			
			Praia do Camburi			Praia Parnapuã			
			Praia do Camburizinho			Praia Preta			
			Praia Tortugas			Lama Negra			
			Praia Pinheiros			Estação Ecol. Juréia Itatins			
			Praia do Bueno						
			Praia Sangava ou Congava						
			Praia do Monduba						
			Praia do Góes						
			Praia de Sta. Cruz Navegantes						
			Prainha de Fora						
			Praia Astúrias						
		Praia do Mar Casado							

(Continuação)

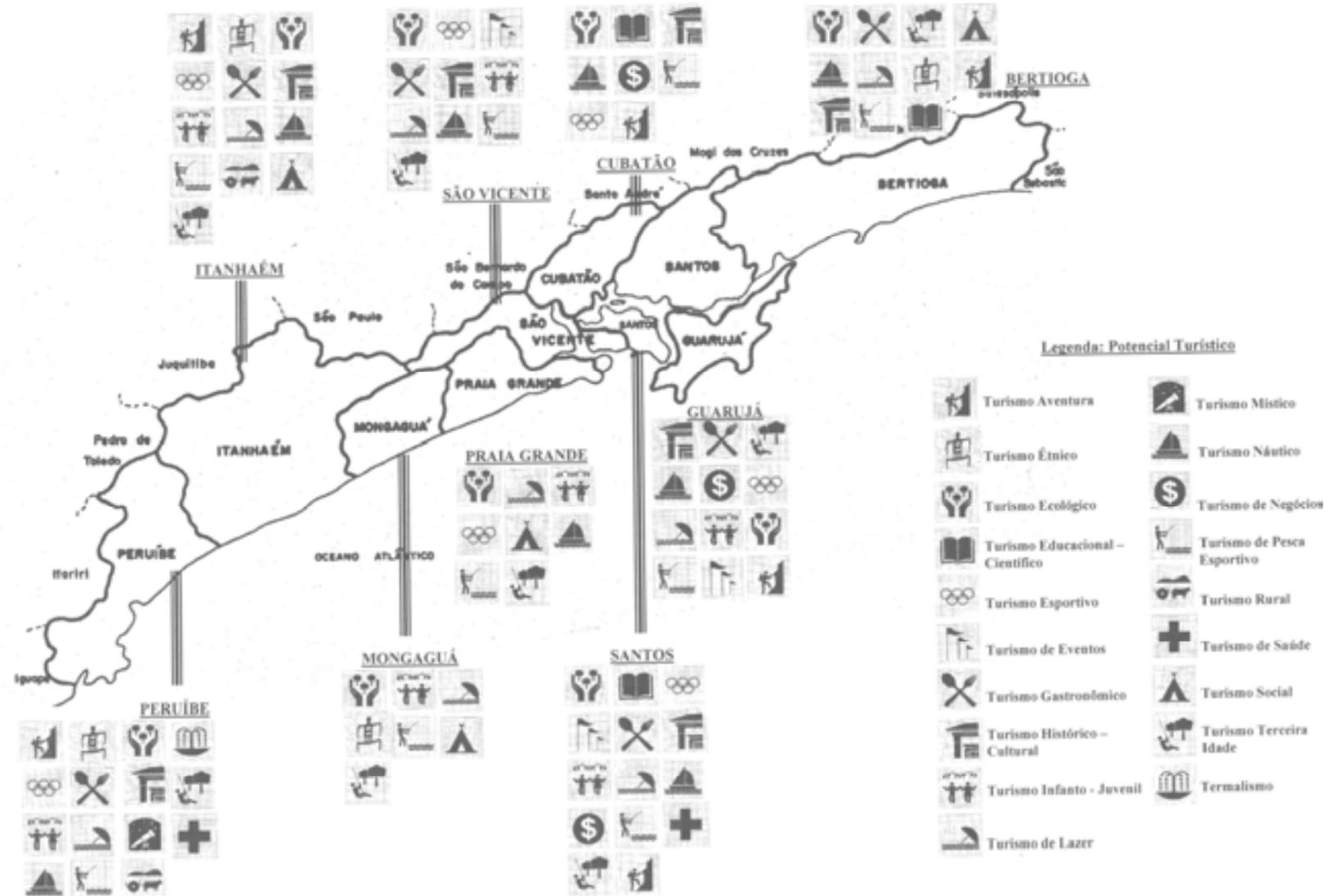
ATRATIVOS	Bertioga	Cubatão	Guarujá	Itanhaém	Mongaguá	Peruibe	Praia Grande	Santos	São Vicente
Lazer e Entretenimento	Cinema do SESC		Avelino's Perequê	Pocinho de Anchieta	Parque Ecol. A Tribuna	Mirante da Torre	Boulevard	Beer Shark	Cine Teatro Jangada
	Shopping - Cinema		Mistral Beach Club	Cama de Anchita	Plataforma de Pesca	Feira de Artesanato	SP 140	Chopp Santista	Auditório Túnel do Tempo
	Los Gringos		Phoenix	Pedra da Esfinge	Poço das Antas	Chão de Pedras	Passarinho's	Pier do Chopp	Isla Bonita
	Shopping Center Bertioga		Lucky Scope	Estação Ferroviária	Belvedere		Caipirão	Ponto 5	Rádio City Café
	Shopping Riviera S. Lourenço		Santa Mix Club	Country Club	Feira de Artesanato		Monumento Netuno	Gonzabar	Juá
	Galeria Comercial		Kiloa Lounge Dance	Gruta Nossa Senhora de Lourdes			Estátua de Iemanjá	Aquarium Beer	Catavento
	Passeio de Escuna		Quest Guarujá	Monumento Mulheres de Areia			Portal da Cidade	Torto	Pirata
	Riviera de São Lourenço		Cine Center	Feira de Artesanato			Feira de Artesanato	Último Gole	Ilha Pompeba
			Cine Mar (Vicente de Carvalho)				Portinho	Cachaça Brasil	Parque Ipujiara
			Boulevard Center				Litoral Plaza Shopping	Bar do 3	Ilha Porchat
			Shopping Enseada				Shopping Boqueirão	Barão do Café	Horto Municipal
			Rilocenter					Pier 1	Plataforma de Pesca
			Shopping La Plage					Point 44	Monumento Niemeyer
			Guarujá Center Shopping					Betrunkn Bar e Choperia	Rua Japão
			Chris Shopping					Estação do Chopp	Morro da Asa Delta
			Acqua Mundo					Playmar Boliche Center	Passeio de Escuna
			Heureka Exploratorium					Maré Dance	Praça dos Doces
			Feiras de Artesanato					Breezy	Shopping São Vicenter
			Passeios Náuticos					The Consulado	Shopping Deslumbrante
								Pellikano's Café	Carrefour Praia Shopping
								Internet Brar	
								Mythos	
								Wall Street	
								Moby Dick	
								Cinemark 10/ Arte Cine Posto 4	
								Cine Roxy/Indaiá	
							Feiras de Artesanato		
							Jardim Botânico		
							Orquidário		
							Passeio de Escuna		
							Bonde Elétrico		
							Lagoa da Saudade		
							Estádio do Santos Futebol Clube		
							Shopping Balneário/Miramar/		
							Praia Mar/super Centro Boqueirão		
							Aquário		

(Continuação)

ATRATIVOS	Bertioga	Cubatão	Guarujá	Itanhaém	Mongaguá	Peruíbe	Praia Grande	Santos	São Vicente
Históricos	Forte São João	Cruzeiro Quinhentista Calçada do Lorena Vale do Quilombo Vila Fabril Pouso da Maioridade Largo do Porto Cubatão	Farol do Itapema Forte dos Andradas Ermida do Guaiibê Fortaleza da Barra Grande Pavilhão da Maria Fumaça Carro Fúnebre Santos Dumont Forte São Felipe	Igreja Matriz Convento Casa de Câmara e Cadeia		Ruínas do Abarebebê	Capela N. S. da Guia Fortaleza do Itaipú	Conjunto Igreja do Carmo Edifício Assoc. Comercial Igreja do Valongo Pinacoteca Benedito Calixto Outeiro de Santa Catarina Pantheon dos Andradas Prefeitura Municipal Estação Santos / Jundiá Monte Serrat Casa do Trem Bélico Bolsa do Café Casa da Frontaria Azulejada Casarão do Valongo Cadeia Velha Catedral Inst. Histórico Geográfico Bonde Elétrico Rua XV de Novembro Casa de José Bonifácio Bolsa de Valores Teatro Coliseu Palácio Saturnino de Brito Cemitério Paquetá Teatro Guarany Igreja do Rosário Monumentos da Orla Praia Engenho dos Erasmos Alfândega Rua do Comércio	Igreja Matriz de São Vicente Casa de Martim Afonso Porto das Naus Biquinha de Anchieta Ponte Pênsil Marco Padrão
Culturais	Teatro Colônia do SESC Aldeia Indígena Silveiras		Teatro Procópio Ferreira	Aldeia Indígena Rio Branco	Centro Cult. Raul Cortês Aldeia Indígena Vera Cruz Aldeia Indígena Itaoca	Aldeia Indígena Bananal	Casa da Cultura	Museu do Mar Museu do Porto Museu de Pesca Museu da Imagem e do Som Museu do Bonde Museu do Café Museu de Arte Sacra Teatro Municipal Teatro do SESC Casa da Cult. da Mulher Negra Teatro Rosinha Mastrângelo	Museu dos Escravos Museu da Casa do Barão Museu Jobas Pq. Cult. Vila de São Vicente

Fonte: AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Figura 09: Mapa de Potencialidades Turísticas da Região Metropolitana da Baixada Santista



Fonte: AGEM/UNIMONTE - Junho 2002

O município de Bertioga, em função de suas características, possui potencialidade para a exploração dos seguintes segmentos do turismo:

- ✦ **Turismo Ecológico** – através da exploração da Serra do Mar, com a exuberância da Mata Atlântica, através de caminhadas e da observação da fauna, da flora e dos manguezais;
- ✦ **Turismo Náutico** – através da utilização de seus rios e do próprio oceano, que banha o município em mais de 30 km;
- ✦ **Turismo Histórico-Cultural** – cujo principal atrativo é o Forte São João, além das inúmeras histórias que fazem parte da vila de Bertioga;
- ✦ **Turismo de Pesca Esportiva** – alicerçado na exuberante bacia hidrográfica e no oceano;
- ✦ **Turismo de Lazer** – aproveitamento das praias, rios e cachoeiras;
- ✦ **Turismo Gastronômico** – através dos pratos típicos como a tainha e o camarão na moranga, que já são tradicionais no município;
- ✦ **Turismo da Terceira Idade** – graças a sua geografia, composição de atrativos e infra-estrutura, Bertioga oferece condições ideais para receber este público;
- ✦ **Turismo Étnico** – Bertioga abriga a Aldeia do Rio Silveira, uma das últimas aldeias indígenas de todo o Litoral Brasileiro, que recebendo investimentos em sua estrutura receptiva, permitirá um contato mais harmônico entre o “homem branco” e os índios;
- ✦ **Turismo Social** – o município possui áreas e condições para receber um público diferenciado, através da implantação de estrutura para receptivo, como a construção de balneários, tão presentes em todo o litoral até meados da década de 70;
- ✦ **Turismo de Aventura** – pela utilização dos recursos naturais como rios, serras e praia, dentre outras opções;
- ✦ **Turismo Educacional – Científico** – pelo aproveitamento de toda a história e demais recursos disponíveis no município, que podem auxiliar a complementação das aulas recebidas na escola.

O município de Cubatão, em função de suas características, possui potencialidade para a exploração dos seguintes segmentos do turismo:

- ✦ **Turismo de Negócios** – graças ao seu potencial industrial, muitos gerentes, técnicos, consultores, compradores e vendedores viajam com frequência ao município;
- ✦ **Turismo Ecológico** – dada a sua localização geográfica, aos pés da Serra do Mar, a exploração turística através da realização de trilhas e caminhadas;
- ✦ **Turismo Educacional / Científico** – em virtude do pólo Industrial, a realização de visitas técnicas e troca de tecnologias podem ser aproveitadas;
- ✦ **Turismo Histórico / Cultural** – através da exploração dos Caminhos da Serra do Mar, ou Caminho do Imperador, que durante muito tempo foi a única ligação entre o litoral e o planalto;
- ✦ **Turismo Náutico** – pela utilização do potencial náutico representado pelos rios existentes no município;

- ✦ **Turismo de Pesca Esportiva** – em virtude do potencial dos Rios e da área estuarina que compõe o município;
- ✦ **Turismo de Aventura** – em virtude das inúmeras possibilidades encontradas no município, ligadas, principalmente, aos recursos naturais;
- ✦ **Turismo Esportivo** – em virtude da estrutura desportiva encontrada no município, em destaque a raia olímpica de remo e esportes náuticos.

O município de Guarujá, em função de suas características, possui potencialidade para a exploração dos seguintes segmentos do turismo:

- ✦ **Turismo de Lazer** – em virtude de suas praias, associadas a sua infra-estrutura de entretenimento e diversão, configuram o Guarujá como um dos mais belos balneários, de todo o litoral brasileiro;
- ✦ **Turismo de Negócios** – o Guarujá é dotado de inúmeras empresas, principalmente, no seu Distrito de Vicente de Carvalho, promovendo uma constante movimentação de pessoas para a realização de contatos e negócios;
- ✦ **Turismo de Eventos** – o município é dotado de espaços para a realização de feiras, congressos, exposições, notadamente naqueles disponibilizados pela rede hoteleira instalada no município;
- ✦ **Turismo Náutico** – Guarujá reúne todas as condições para a realização deste segmento do turismo, em função da sua própria condição insular, associada à excelente infra-estrutura de apoio a este segmento, graças às suas marinas e toda a indústria náutica instalada no município;
- ✦ **Turismo Histórico-Cultural** – as Terras de Guaibê são tão antigas quanto a história do Brasil. Guarujá abriga importantes elementos da história, como: Fortaleza da Barra Grande, Forte São Felipe (em ruínas), a Ermida do Santo Antonio do Guaibê, bem como o Forte do Itapema, dentre outros;
- ✦ **Turismo Ecológico** – em virtude de possuir todas as características da mata atlântica, o Guarujá possui diversas trilhas, que se configuram como um convite a um encontro com a natureza;
- ✦ **Turismo Esportivo** – o município apresenta uma boa infra-estrutura para a realização de competições esportivas;
- ✦ **Turismo Gastronômico** – graças à diversidade dos restaurantes e da diversidade dos pratos oferecidos;
- ✦ **Turismo Infante-Juvenil** – a posição geográfica e a composição de seus atrativos facilitam a vinda deste perfil de turistas, que encontram no Guarujá diversas oportunidades;
- ✦ **Turismo de Pesca Esportiva** – graças aos recursos existentes;
- ✦ **Turismo da Terceira Idade** – devido a sua condição geográfica e a estrutura que possui, reúne boas condições para o atendimento a este segmento;
- ✦ **Turismo de Aventura** – o aproveitamento dos recursos naturais existentes, como mata atlântica e o canal de Bertioga que margeia a Ilha de Santo Amaro, são importantes opções para exploração deste segmento do Turismo.

O município de Santos, em função de suas características, possui potencialidade para a exploração dos seguintes segmentos do turismo:

- ✦ **Turismo de Lazer** – as praias de Santos, sem dúvida o principal atrativo, associado aos equipamentos de entretenimento e diversão, garantem o descanso e o lazer dos que as visitam;
- ✦ **Turismo de Negócios** – por abrigar o maior porto da América Latina, o município recebe um contingente muito grande de profissionais que se dirige ao porto para realizar os seus negócios;
- ✦ **Turismo de Eventos** – o município é dotado de um dos mais modernos centros de convenções do país, o Mendes Convention Center, cuja estrutura é formada por um pavilhão de exposição com 10.000 m<sup>2</sup>, um auditório (na montagem principal) pode abrigar 4.200 pessoas sentadas, seis salas de apoio e reuniões e/ou eventos menores, com capacidade para até 350 pessoas, praça de alimentação, estacionamento e heliponto.  
Completam a infra-estrutura para eventos do município o SESC – Santos, com seu centro de convenções e teatro; os hotéis que possuem salas para reuniões e eventos;
- ✦ **Turismo Náutico** – graças à sua localização geográfica, o município pode dispor do mar e dos rios para a prática de esportes náuticos;
- ✦ **Turismo de Pesca Esportiva** – principalmente no Bairro da Ponta da Praia, a pesca é parte integrante da natureza e do cenário local;
- ✦ **Turismo Histórico / Cultural** – graças à sua história, Santos possui diversas atrações voltadas para este segmento, localizadas principalmente no Centro Histórico, bem como através dos museus que o município possui;
- ✦ **Turismo Ecológico** – sobretudo na área continental do município, que apresenta condições excepcionais para a realização de trilhas e outras ações que necessitem o contato direto com a natureza;
- ✦ **Turismo Educacional / Científico** – graças a sua atividade portuária, o município pode receber um contingente expressivo de estudantes e/ou técnicos para realização de atividades de observação e pesquisa;
- ✦ **Turismo Esportivo** – o município já foi considerado o mais esportista do Brasil. Santos possui todas as condições (infra-estrutura esportiva e de suporte) para sediar competições nacionais ou internacionais, como o Troféu Brasil de Triathlon – para citar um exemplo real de suas potencialidades;
- ✦ **Turismo Infante-Juvenil** – o município reúne importantes atrações para o entretenimento e lazer deste público, dentre as opções destacam-se as danceterias e os shoppings do município;
- ✦ **Turismo da Terceira Idade** – o município de Santos graças a sua infra-estrutura e as atrações turísticas que possui, reúne boas condições para o atendimento a este segmento de mercado;
- ✦ **Turismo de Aventura** – a área continental do município, com seus rios e cachoeiras, associados à exuberância da Serra do Mar, compõem um cenário muito favorável para o desenvolvimento deste segmento do Turismo;
- ✦ **Turismo de Saúde** – o município é dotado de importantes Centros Hospitalares, que associados à infra-estrutura existente e as condições geográficas (praias e topografia plana), apresentam condições para o atendimento a este segmento do Turismo;

- ✦ **Turismo Gastronômico** – o município é dotado de uma diversidade de restaurantes e bares que possibilitam ao turista uma diversidade na escolha de suas refeições, configurando-se como importante elemento para a exploração deste segmento do Turismo.

O município de São Vicente, em função de suas características, possui potencialidade para a exploração dos seguintes segmentos do turismo:

- ✦ **Turismo de Lazer** – as praias e os demais locais de entretenimento e diversão, garantem ao município esta condição;
- ✦ **Turismo Náutico** – o município, segundo suas características: cercado pelo oceano e por rios (ilha), além da infra-estrutura de marinas e garagens náuticas que possui, figura como uma excelente opção para este segmento;
- ✦ **Turismo Histórico / Cultural** – São Vicente é considerada a primeira vila do país e, graças à recuperação de sua história, o município conta, atualmente, com sua vila cenográfica e demais monumentos que encantam os turistas;
- ✦ **Turismo Ecológico** – graças à mata atlântica presente em sua área – Parque Estadual Xixová / Japuí e na área continental, se apresenta com uma boa opção;
- ✦ **Turismo Esportivo** – o município possui uma boa infra-estrutura esportiva (ginásio e academias), mas o grande destaque para este segmento é sem sombra de dúvidas a rampa de salto para asa deltas, no Morro do José Menino;
- ✦ **Turismo de Eventos** – em virtude da construção de um Centro de Convenções, o município poderá atrair este segmento para o desenvolvimento do turismo;
- ✦ **Turismo Infante-Juvenil** – as várias opções de entretenimento e lazer (Ilha Porchat, Horto Municipal, as praias) que o município possui, configura-se como importante elemento para o aproveitamento desse segmento do mercado turístico;
- ✦ **Turismo de Pesca Esportiva** – o município possui importantes pontos para a prática deste segmento de mercado, pois as suas praias e rios, associados a infra-estrutura que possui, como garagens náuticas e a passarela de pesca, reúnem condições necessárias para o desenvolvimento deste segmento;
- ✦ **Turismo da Terceira Idade** – São Vicente graças a sua história, as condições geográficas, com topografia plana, somada ao conjunto de atrativos que possui, reúne condições favoráveis para o aproveitamento deste segmento do mercado;
- ✦ **Turismo Gastronômico** – o município possui uma grande diversidade de restaurantes, que oferecem os mais variados cardápios, oferecendo boas condições para a atração deste segmento de mercado.

O município de Praia Grande, em função de suas características, possui potencialidade para a exploração dos seguintes segmentos do turismo:

- ✦ **Turismo de Lazer** – devido a sua extensão de praia, associada aos equipamentos de entretenimento e diversão;
- ✦ **Turismo Religioso** – o município abriga uma das mais importantes festas religiosas – a Festa de Iemanjá, que se configura como importante elemento para o aproveitamento deste segmento de mercado;

- ✦ **Turismo Esportivo** – o município possui condições importantes para o aproveitamento deste segmento do Turismo, com o aproveitamento de suas praias e demais equipamentos existentes no município, como quadras esportivas (Colônias de Férias) e clubes sociais;
- ✦ **Turismo Náutico** – o município além das praias, possui toda uma área estuarina (portinho), que pode ser perfeitamente aproveitada para o desenvolvimento deste segmento;
- ✦ **Turismo Ecológico** – o município possui uma boa parte de seu território junto a encosta da Serra do Mar, que somada a área do Parque Estadual Xixová Japuí e à própria Fortaleza de Itaipú, se apresentam como importantes elementos para o aproveitamento deste segmento de mercado;
- ✦ **Turismo de Pesca Esportiva** – o município de Praia Grande possui além das praias, a área localizada junto ao Portinho, que se configura como uma das boas opções para o aproveitamento deste segmento do mercado turístico;
- ✦ **Turismo Infanto-Juvenil** – o município possui boas condições para a atração deste segmento de mercado, graças as suas praias e aos novos projetos anunciados pela administração municipal para a construção de parque aquático e outros equipamentos que atendem a este segmento do turismo;
- ✦ **Turismo Social** – o aproveitamento das Colônias de Férias existentes no município, por si só, se configura num importante instrumento para o atendimento a este segmento de mercado;
- ✦ **Turismo da Terceira Idade** – em virtude de sua localização geográfica e topografia plana, somada as suas atrações e infra-estrutura turística, apresentam boas condições para o atendimento a este segmento de mercado.

O município de Mongaguá, em função de suas características, possui potencialidade para a exploração dos seguintes segmentos do turismo:

- ✦ **Turismo de Lazer** – devido às praias e demais atrações que possui, Mongaguá apresenta-se de maneira acentuada para este segmento;
- ✦ **Turismo de Pesca Esportiva** – a Plataforma de Pesca é um importante equipamento para o desenvolvimento deste segmento do turismo, além dos rios que banham o município;
- ✦ **Turismo Ecológico** – o município possui uma vasta área de Mata Atlântica, além dos próprios rios que favorecem o contato com a natureza e o desenvolvimento desta atividade;
- ✦ **Turismo da Terceira Idade** – o município de Mongaguá em função de sua localização e atrações turísticas reúne condições favoráveis ao aproveitamento deste segmento de mercado, como forma de diminuir a sazonalidade;
- ✦ **Turismo Étnico** – o aproveitamento das Aldeias Indígenas de Vera Cruz e Itaóca, possibilitando o contato com a cultura indígena, é um importante argumento para a atração de novos turistas;
- ✦ **Turismo Infanto-Juvenil** – graças aos atrativos que o município possui, possibilitando o estudo do meio e o aproveitamento para este segmento de mercado;
- ✦ **Turismo Social** – o aproveitamento das colônias de férias existentes no município, associado à possibilidade de investimento na construção de balneários (cabines para banho e troca de roupas), podem se configurar em importantes instrumentos para o desenvolvimento deste segmento do turismo.

O município de Itanhaém, em função de suas características, possui potencialidade para a exploração dos seguintes segmentos do turismo:

- ✦ **Turismo de Lazer** – em função das praias e de outros equipamentos de entretenimento e diversão;
- ✦ **Turismo Náutico** – com enorme potencial para exploração do oceano, bem como do rio Itanhaém e seus afluentes;
- ✦ **Turismo de Pesca Esportiva** – com o aproveitamento do mar e dos rios do município;
- ✦ **Turismo Rural** – como o aproveitamento das fazendas de banana e de criação de animais. Na primeira, o destaque é a demonstração de todo o processo produtivo; na segunda, a demonstração da criação e a lida com os animais;
- ✦ **Turismo Ecológico** – com o aproveitamento da mata atlântica presente no município, além do aproveitamento das trilhas urbanas como a Sapucaetava e a do Piraguyra;
- ✦ **Turismo Histórico / Cultural**: com o aproveitamento do Centro Histórico (Convento, Igreja Matriz, Casa de Câmara e Cadeia, Padre José de Anchieta) e da Aldeia Indígena do Rio Branco;
- ✦ **Turismo Social** – o aproveitamento das colônias de férias existentes no município, associado à possibilidade de investimento na construção de balneários (cabines para banho e troca de roupas), podem se configurar em importantes instrumentos para o desenvolvimento deste segmento do turismo;
- ✦ **Turismo da Terceira Idade** – Itanhaém reúne importantes condições para o desenvolvimento deste segmento do Turismo, graças a sua localização geográfica – litoral e ao conjunto de seus atrativos turísticos;
- ✦ **Turismo Infanto-Juvenil** – o município reúne condições adequadas para o aproveitamento deste segmento de mercado;
- ✦ **Turismo Esportivo** – o município é dotado de boa infra-estrutura para a prática de esportes, como clubes sociais e colônias de férias, que somados a praia, se configuram em importantes elementos para o aproveitamento deste segmento de mercado;
- ✦ **Turismo Gastronômico** – Itanhaém é dotada de uma variedade muito grande de restaurantes, oferecendo aos turistas uma diversidade muito acentuada para saborear a culinária de diversas culturas, além dos tradicionais pratos a base de peixe;
- ✦ **Turismo Étnico** – o município abriga a Aldeia Indígena do Rio Branco, sendo um importante recurso para a realização deste segmento do Turismo, possibilitando a integração entre a cultura indígena e o “homem branco”;
- ✦ **Turismo de Aventura** – o município possui uma diversidade de atrativos que podem ser aproveitados para o desenvolvimento deste segmento, com destaque para as trilhas, rios e a mata atlântica que compõem o cenário turístico do município.

O município de Peruíbe, em função de suas características possui potencialidade para a exploração dos seguintes segmentos do turismo:

- ✦ **Turismo de Lazer** – em função de suas praias e demais equipamentos de entretenimento e diversão que o município possui;
- ✦ **Turismo Ecológico** – graças a localização privilegiada do município, localizado entre o Parque Estadual da Serra do Mar e a Reserva Ecológica Juréia-Itatins;
- ✦ **Turismo de Pesca Esportiva** – em virtude dos rios e do próprio oceano que banha o município;
- ✦ **Turismo de Aventura** – a realização de “rafting”, “trekking”, caminhadas, favorecidas pelo relevo e hidrografia locais;
- ✦ **Turismo de Saúde** – a utilização da lama negra para fim medicinal, associada ao clima aprazível do município;
- ✦ **Termalismo** – com a autorização da lavra da lama negra, o município de Peruíbe poderá aproveitar os benefícios deste segmento de mercado, através do incentivo a construção de locais apropriados para a utilização da lama negra;
- ✦ **Turismo Místico** – o município de Peruíbe, segundo esotéricos é uma das principais localidades onde o misticismo, as forças da natureza e ufólogos encontram condições para suas observações e estudos. Segundo moradores do próprio município, as condições para que ocorram o equilíbrio entre a mente e o corpo também são ideais no município. Trata-se de um segmento importante, que atrai um contingente muito grande de turistas para outras regiões do Brasil e do Mundo, e que pode ser perfeitamente explorado pelo município;
- ✦ **Turismo Náutico** – graças ao aproveitamento das praias e dos rios do município, este segmento do Turismo poderá ser aproveitado pelo município;
- ✦ **Turismo Rural** – o aproveitamento das fazendas existentes no município, poderá se configurar numa importante fonte de atração de turistas, graças a possibilidade de encontrar num mesmo lugar o litoral e ambiente rural;
- ✦ **Turismo Infante-Juvenil** – os atrativos naturais e a infra-estrutura turística que o município possui, conferem a Peruíbe condições para o aproveitamento desse segmento de Turismo;
- ✦ **Turismo Esportivo** – o município possui boas condições para o desenvolvimento deste segmento, pois o aproveitamento das praias, dos rios, do aeroporto de ultraleves, podem ser utilizados para o incentivo à campeonatos de diversas modalidades, e com isso atrair mais turistas;
- ✦ **Turismo Gastronômico** – Peruíbe é dotada de uma diversidade muito grande de restaurantes, que possibilitam aos turistas as mais variadas opções que vão desde a cozinha tradicional, até os pratos característicos da região;
- ✦ **Turismo Étnico** – o aproveitamento da Aldeia indígena do Bananal, de modo a aproximar a cultura dos índios, com a cultura do “homem branco”;
- ✦ **Turismo da Terceira Idade** – Peruíbe, em virtude sua condição geográfica e da estrutura turística que possui, apresenta amplas condições para o desenvolvimento deste segmento do Turismo;
- ✦ **Turismo Histórico / Cultural** – o município abriga as ruínas de uma das primeiras igrejas construídas no país, as Ruínas do Abarebebê, bem como diversas histórias que remontam a história do país.

### **Estação Ecológica Juréia-Itatins**

A Estação Ecológica Juréia-Itatins se destaca pela exuberância da Mata Atlântica. Os trechos mais preservados do Brasil e do mundo deste tipo de vegetação estão concentrados no local.

Considerada santuário ecológico pela ONU, a estação fica a apenas três horas da cidade de São Paulo, grande pólo emissor de turismo.

Originalmente criada como área de segurança federal destinada para um antigo projeto de construção de usinas nucleares, a estação nasceu a partir de seu centro geográfico, em Juréia. A partir de 1986 a estação cresceu e passou a se chamar Juréia-Itatins, em função da incorporação à sua área da Serra dos Itatins, situada mais ao norte. Com uma extensão que hoje alcança 80 mil hectares, o local reúne vários ecossistemas diferentes onde predomina a mata Atlântica.

### **Parque Estadual da Serra do Mar – Núcleo de Cubatão**

A Serra do Mar – com extensão de mais de 1000 km, estende-se do norte do estado do Rio de Janeiro ao norte do Estado de Santa Catarina, também é considerada importante referencial ecoturístico. Tem aspecto de uma “barreira” ou de uma “muralla” que segue paralela à linha costeira, com altitude sempre acima de 800 m, chegando a mais de 2000 m nos picos mais elevados. Seus picos mais conhecidos são, Corcovado, o Pão de Açúcar, o Dedo de Deus e a Pedra da Gávea.

De grande importância para o turismo, recebe nomes locais por onde passa para melhor se localizar, como podemos citar resumidamente: Serras da Bocaina, dos Órgãos, Macaé, da Estrela, de Petrópolis e na nossa região, Serra de Cubatão, onde está instalado o Núcleo do Parque Estadual da Serra do Mar.

O Estado de São Paulo abriga a maior porção contínua preservada de Mata Atlântica do Brasil. Com uma área de 315,390 hectares, o Parque Estadual da Serra do Mar, foi criado pelo Decreto Lei nº 10.251 de 1977, vai da divisa de São Paulo com o Estado do Rio de Janeiro até o município de Itariri, no sul do Estado, abrangendo toda faixa litorânea.

Dividido em 6 núcleos, o Parque é administrado pelo Instituto Florestal, órgão da Secretaria do Meio Ambiente de SP.

Por contar com a maior área de floresta preservada, de Mata Atlântica, detém, também, a maior parte das nascentes dos rios que revertem para o Atlântico, responsáveis pelo abastecimento de água das populações urbanas do litoral. Os vários ecossistemas existentes, contribuem para manutenção da diversidade biológica do Estado de São Paulo.

O Núcleo Cubatão é responsável pela proteção de 139.000 hectares, envolvendo quinze municípios da região metropolitana de São Paulo e da Baixada Santista.

Cubatão é um dos núcleos administrativos do Parque Estadual Serra do Mar, localizado no bairro de Itutinga, antiga vila que deu origem ao município de Cubatão. Cercado por pólos industriais e petroquímicos, o Núcleo Cubatão protege a diversidade das espécies de plantas e animais que compõem a Mata Atlântica.

O Núcleo do Parque Estadual da Serra do Mar, também é testemunha da história do Brasil, quando da conquista da Serra pelos jesuítas e desbravadores que saíram do litoral para alcançar o Planalto Paulista. Caminhos como a “Caçada do

Lorena” (1792) e o Caminho do Mar (1841) e mais recentemente as rodovias Anchieta e Imigrantes, completam o cenário do binômio História e natureza que a Serra nos oferece.

### **Importância da Mata Atlântica para o Turismo**

Na chegada do colonizador, a Mata Atlântica estendia-se do Rio Grande do Norte ao Rio Grande do Sul, ao longo das serras e em alguns pontos avançados até 300 km para o interior do Brasil. No processo de ocupação e colonização, anos de agressão dos mais variados tipos, destruíram mais de noventa por cento da vegetação original deste patrimônio natural.

Atualmente, a maior parte da Mata Atlântica que resta, está entre a Serra do Mar e Serra da Mantiqueira, na região Sudeste do Brasil. Na região Nordeste, encontramos alguns pontos isolados de vegetação original, principalmente no sul da Bahia.

Na cidade de São Paulo, nas proximidades do extinto presídio do Carandiru, foi constatada a presença de Mata Atlântica nativa, surpreendendo os biólogos e os pesquisadores. Na nossa região, além da Serra do Mar, temos a Mata Atlântica primária na região da Juréia-Itatins, no centro da cidade do Guarujá e, nos morros do Maciço de São Vicente.

Apesar da ação destruidora aprovada pelo homem, a Mata Atlântica sobrevive das massas de ar carregadas de umidade que separam do mar para a terra e que ao chocarem contra as elevações do terreno, transformam-se em neblina ou chuva desenvolvendo rica e ampla vegetação, bem como a maior diversidade de animais que atuam como polinizadores e disseminadores de semente, garantindo assim, que a mata continue existindo.

Dentro dos domínios da Mata Atlântica, o turismo também pode ser contemplado, desde que seja utilizado de maneira racional, observar vários tipos de vegetação, como as florestas estacionais (perdem parte das folhas no inverno), e as florestas mistas ou pinhais (em Campos do Jordão com o Pinheiro-do-Paraná).

Na área Metropolitana, o desenvolvimento do ecoturismo na região costeira conta com dois tipos de vegetação importantíssimas, associadas à Mata Atlântica: a vegetação de restinga e os manguezais.

A vegetação de restinga recobre toda a planície costeira e os manguezais aparecem nas áreas onde há mistura da água doce com a salgada, fornecendo abrigo e muita matéria orgânica para a fauna aquática. Apresenta vegetação, destacando-se as árvores, com raízes aéreas, que encantam os turistas.

### 2.2.2 – **Recursos Técnicos**

#### **Meios de Hospedagem**

Objetivando facilitar a interpretação dos dados referentes aos meios de hospedagem, ressaltamos que foi utilizada a Deliberação Normativa da EMBRATUR, de Nº 387/98, que trata das definições desse tipo de atividade, a seguir:

Art. 6º - Considera-se meio de hospedagem o estabelecimento que satisfaça, cumulativamente, às seguintes condições:

- I- seja licenciado pelas autoridades competentes para prestar serviços de hospedagem;
- II- seja administrado ou explorado comercialmente por empresa hoteleira e que adote, no relacionamento com os hóspedes, contrato de hospedagem, com as características definidas neste Regulamento e nas demais legislações aplicáveis;

§ 1º - Observadas as disposições do presente Regulamento, os meios de hospedagem oferecerão aos hóspedes, no mínimo:

- I- alojamento, para uso temporário do hóspede, em Unidades Habitacionais (UH) específicas a essa finalidade;
- II- serviços mínimos necessários ao hóspede, consistentes em:
  - a) portaria/recepção para atendimento e controle permanentes de entrada e saída;
  - b) guarda de bagagens e objetos de uso pessoal dos hóspedes, em local apropriado;
  - c) conservação, manutenção, arrumação e limpeza das áreas, instalações e equipamentos.
- III- padrões comuns estabelecidos no Art. 18 deste Regulamento.

§ 2º - Considerar-se-á meio de hospedagem de turismo o estabelecimento que além das disposições deste artigo, atenda:

- a) aos padrões classificatórios previstos neste regulamento;
- b) as condições para manutenção permanente desses padrões.

Art. 7º - **Unidade Habitacional – UH** é o espaço, atingível a partir das áreas principais de circulação comuns do estabelecimento, destinado à utilização pelo hóspede, para seu bem-estar, higiene e repouso.

**Leito** – Capacidade de ocupação de uma unidade habitacional (UH).

#### **Tipos de Meios de Hospedagem de Turismo e as Características Predominantes**

Art. 11 - Os tipos básicos de meios de hospedagem de turismo, com as características distintivas constantes no Anexo I, deste Regulamento, são os seguintes:

I – **Hotel** – meio de hospedagem do tipo convencional e mais comum, normalmente localizado em perímetro urbano e destinado a atender turistas, tanto em viagens de lazer, quanto em viagens de negócios;

II – **Hotel Histórico** – meio de hospedagem instalado, total ou parcialmente, em edificação de valor histórico ou de significado regional ou local reconhecido pelo Poder Público e que, em razão disto, está normalmente sujeito a restrições de natureza arquitetônica e construtiva;

III – **Hotel de Lazer** – meio de hospedagem normalmente localizado fora dos centros urbanos com áreas não edificadas amplas e com aspectos arquitetônicos e construtivos, instalações, equipamentos e serviços especificamente destinados à recreação e ao entretenimento, que o tornam prioritariamente destinado ao turista em viagem de lazer;

IV – **Pousada** – meio de hospedagem de aspectos arquitetônicos e construtivos, instalações, equipamentos e serviços mais simplificados, normalmente limitados, apenas, ao necessário à hospedagem do turista para aproveitamento do atrativo turístico junto ao qual o estabelecimento se situa.

Convém ressaltar que, além dos tipos de hospedagem citados anteriormente, encontramos na região outros tipos de meios de hospedagem que não são classificados na supracitada deliberação normativa da EMBRATUR.

São eles: as colônias de férias, os equipamentos do tipo flat (apart-hotel), as pensões e os motéis.

**Colônia de Férias:** meio de hospedagem em grande número na região. Sua utilização está restrita aos associados dos sindicatos ou a outros tipos de associações de classe.

**Pensão:** meio de hospedagem que em relação aos demais, apresenta as mais simples instalações e serviços.

**Flat:** edifício residencial com serviços de hotel (lavanderia, restaurante etc.), que pode ser locado para terceiros.

**Motéis:** meio de hospedagem também encontrado em grande quantidade na nossa região, caracterizado principalmente pela sua alta rotatividade.

A denominação dada aos meios de hospedagem pesquisados foi atribuída de acordo com as informações que nos foram fornecidas pelos proprietários dos estabelecimentos. Após cuidadosa revisão pudemos constatar que conseguimos atingir o universo total dos meios de hospedagem da região e as diferenças que possivelmente possam existir estão diretamente relacionadas à nomenclatura adotada pelos estabelecimentos. Estes muitas vezes acabam utilizando em seu nome fantasia definição que não faz parte do seu registro oficial. Isso fica bem claro quando tomamos como exemplo os motéis, que na realidade são registrados como hotéis.

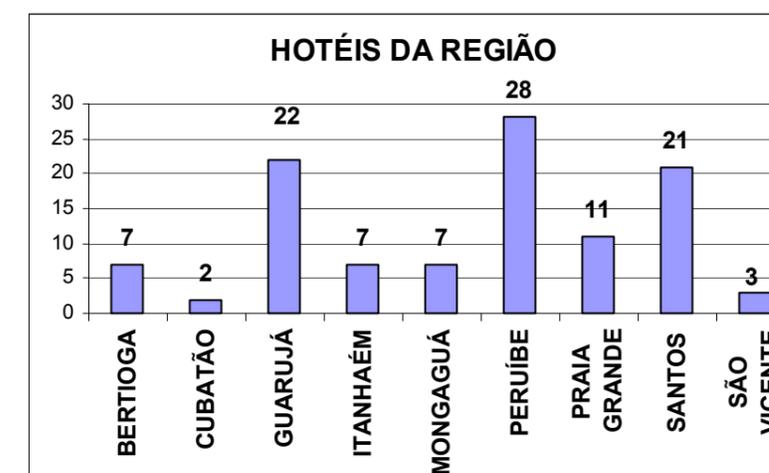
Tabela 25: Hotéis da Região

CIDADE	HOTÉIS	N.º DE LEITOS
BERTIOGA	7	760
CUBATÃO	2	155
GUARUJÁ	22	2078
ITANHAÉM	7	864
MONGAGUÁ	7	589
PERUÍBE	28	1992
PRAIA GRANDE	11	936
SANTOS	21	2368
SÃO VICENTE	3	289
<b>TOTAL</b>	<b>108</b>	<b>10031</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

A região da Baixada Santista é dotada de 108 hotéis, distribuídos conforme a apresentação do gráfico. Peruíbe possui a maior quantidade de estabelecimentos nessa classificação.

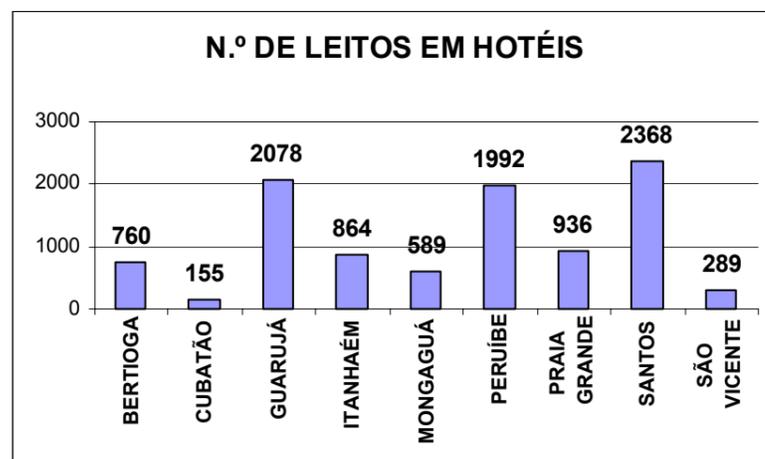
Gráfico 08: Hotéis da Região



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Nos estabelecimentos podemos encontrar 10031 leitos, número suficiente para suportar a demanda atual. Com o tempo esta oferta deve ser ampliada.

Gráfico 09: N° de Leitos em Hotéis



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

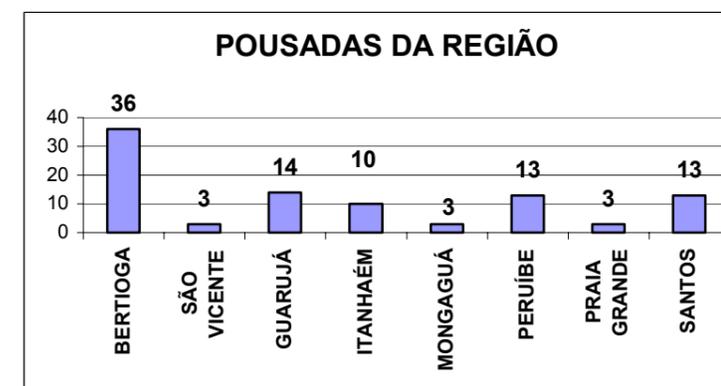
Tabela 26: Pousadas da Região

CIDADE	POUSADA	N.º DE LEITOS
BERTIOGA	36	2213
CUBATÃO	-	-
GUARUJÁ	23	943
ITANHAÉM	10	799
MONGAGUÁ	3	190
PERUÍBE	13	746
PRAIA GRANDE	5	161
SANTOS	13	873
SÃO VICENTE	3	171
<b>TOTAL</b>	<b>106</b>	<b>6096</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

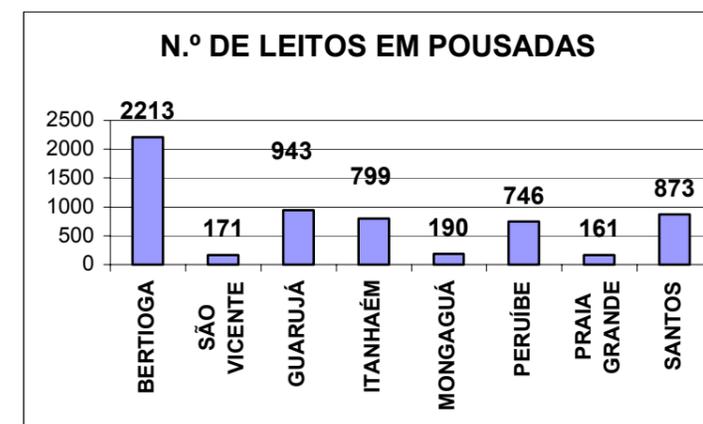
A rede hoteleira de Bertioga está composta em sua maioria por pousadas, fato que lhe atribui o maior número de leitos nesse tipo de hospedagem.

Gráfico 10: Pousadas da Região



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Gráfico 11: N° de Leitos em Pousadas



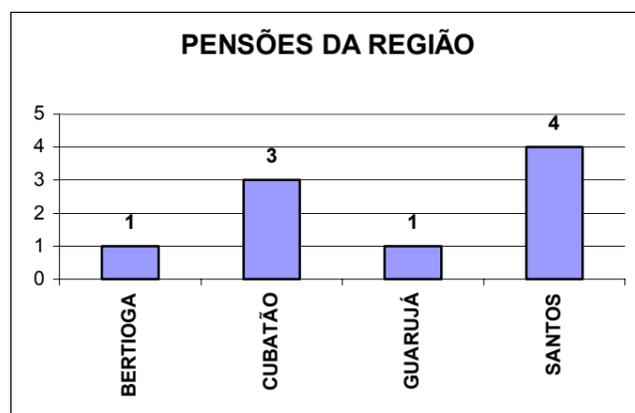
Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Tabela 27: Pensões da Região

CIDADE	PENSÕES	N.º DE LEITOS
BERTIOGA	1	40
CUBATÃO	3	403
GUARUJÁ	1	15
ITANHAÉM	-	-
MONGAGUÁ	-	-
PERUÍBE	-	-
PRAIA GRANDE	-	-
SANTOS	4	157
SÃO VICENTE	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>615</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

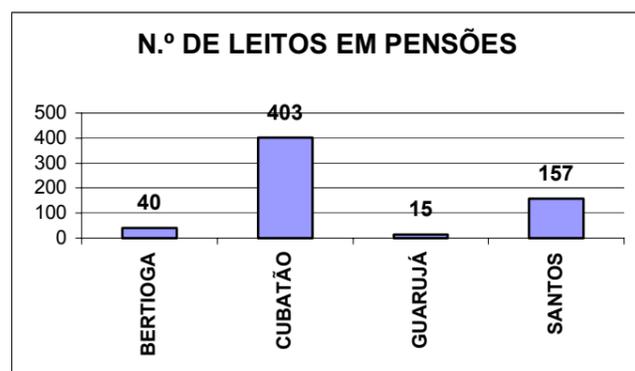
Gráfico 12: Pensões da Região



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Podemos observar pelo gráfico que a quantidade total de um tipo de estabelecimento nem sempre é proporcional ao seu número de leitos, exemplo disso é Cubatão que com apenas três pensões possui o maior número de leitos.

Gráfico 13: N° de Leitos em Pensões



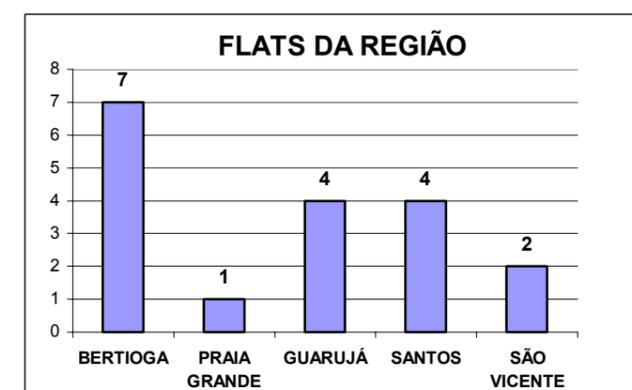
Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Tabela 28: Flats da Região

CIDADE	FLATS	N.º DE LEITOS
BERTIOGA	7	611
CUBATÃO	-	-
GUARUJÁ	4	576
ITANHAÉM	-	-
MONGAGUÁ	-	-
PERUÍBE	-	-
PRAIA GRANDE	1	336
SANTOS	4	651
SÃO VICENTE	2	438
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>2612</b>

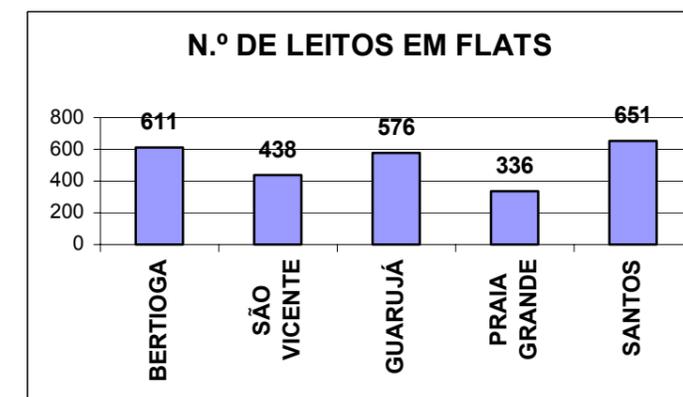
Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Gráfico 14: Flats da Região



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Gráfico 15: N° de Leitos em Flats



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Tabela 29: Total de Leitos nos Meios de Hospedagem

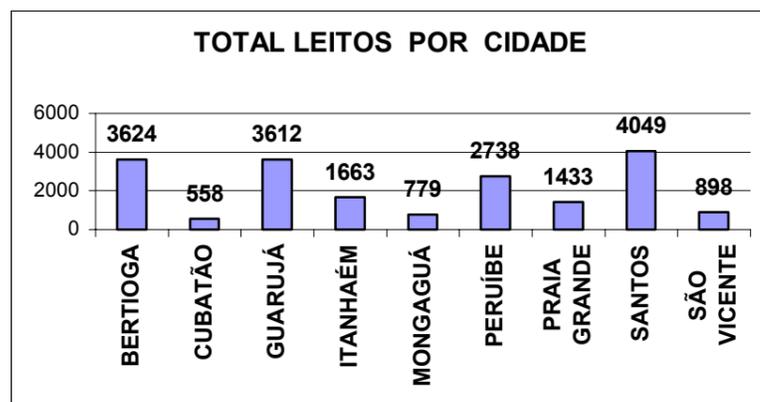
CIDADE	TOTAL LEITOS P/ CIDADE
BERTIOGA	3624
CUBATÃO	558
GUARUJÁ	3612
ITANHAÉM	1663
MONGAGUÁ	779
PERUÍBE	2738
PRAIA GRANDE	1433
SANTOS	4049
SÃO VICENTE	898
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>19354</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Num total de 100%, o município de Santos apresenta 20% dos leitos da região.

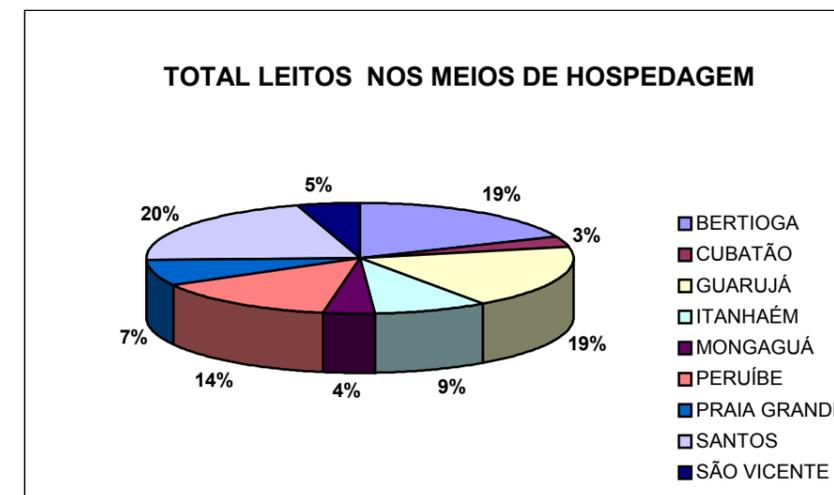
Não foram incluídos no levantamento do número total de leitos nos meios de hospedagem, as Colônias de Férias e os Motéis, que foram apenas quantificados, pois possuem características funcionais que restringem de alguma forma sua utilização.

Gráfico 16: Total de Leitos por Cidade



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Gráfico 17: Total de Leitos Percentual



Fonte: AGEM/UNIMONTE – Março 2002

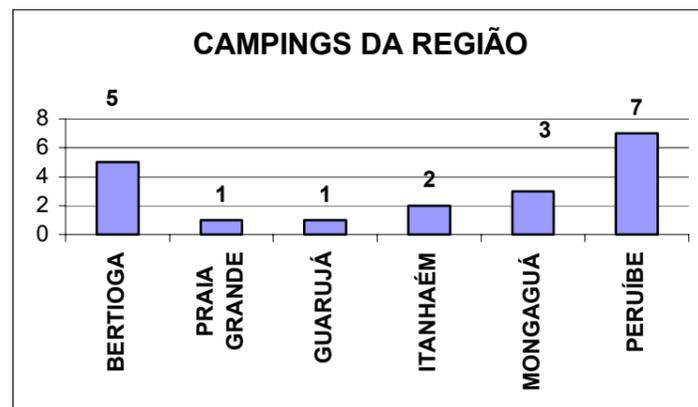
Tabela 30: Quantidade de Campings e Número de Barracas

CIDADE	CAMPINGS	N.º BARRACAS
BERTIOGA	5	460
CUBATÃO	-	-
GUARUJÁ	1	30
ITANHAÉM	2	450
MONGAGUÁ	3	5635
PERUÍBE	7	280
PRAIA GRANDE	1	40
SANTOS	-	-
SÃO VICENTE	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>6895</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

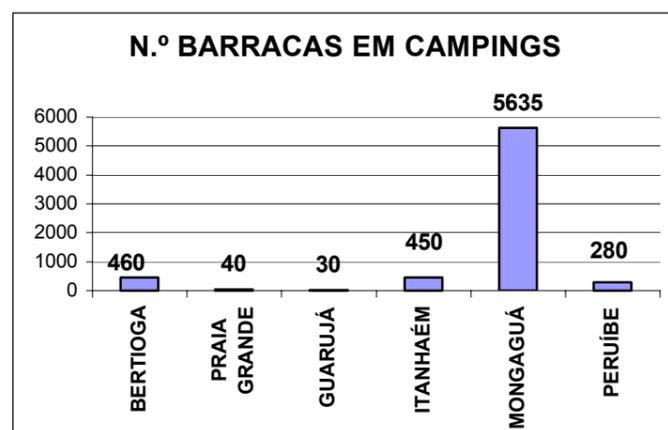
Peruíbe apresenta o maior número de campings, Mongaguá apresenta a maior capacidade de barracas, esses fatos demonstram a grande oferta existente na região para esse segmento de hospedagem.

Gráfico 18: Campings da Região



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Gráfico 19: N.º de Barracas em Campings



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

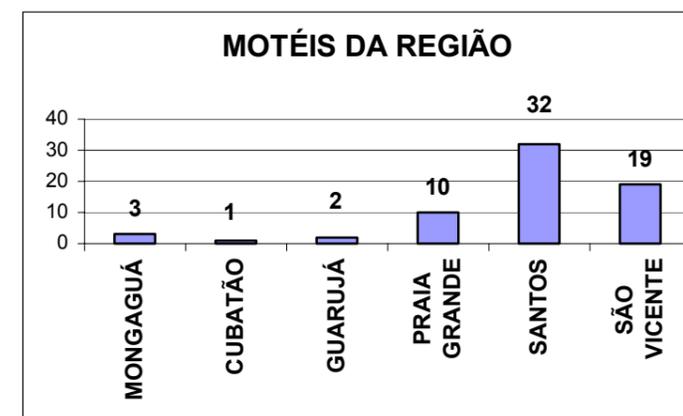
Tabela 31: Quantidade de Motéis da Região

CIDADE	MOTÉIS
BERTIOGA	-
CUBATÃO	1
GUARUJÁ	2
ITANHAÉM	-
MONGAGUÁ	3
PERUÍBE	-
PRAIA GRANDE	10
SANTOS	32
SÃO VICENTE	19
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Nos itens específicos, motéis e colônias de férias, como já foi acima descrito foram realizadas apenas pesquisas de ordem quantitativa.

Gráfico 20: Motéis da Região



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

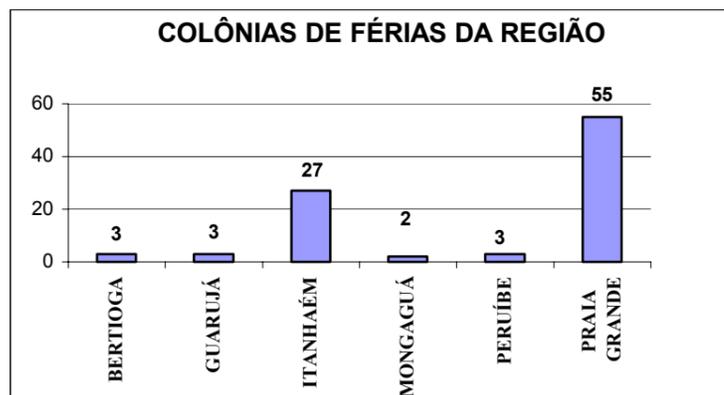
Tabela 32: Colônias de Férias da Região

CIDADE	COLÔNIAS DE FÉRIAS
BERTIOGA	3
GUARUJÁ	3
ITANHAÉM	27
MONGAGUÁ	2
PERUÍBE	3
PRAIA GRANDE	55
SANTOS	-
SÃO VICENTE	-
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Maio/2002

Relacionadas a título ilustrativo, por atenderem apenas aos seus associados, as Colônias de Férias futuramente podem ser trabalhadas para o turismo social. Praia Grande é a cidade da região que possui maior oferta no segmento conforme especificado no gráfico abaixo.

Gráfico 21: Colônias de Férias da Região



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

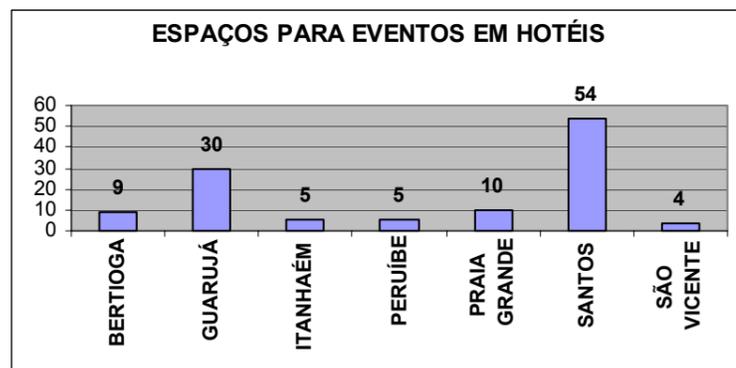
Tabela 33: Espaço para Eventos nos Meios de Hospedagem da Região

CIDADE	Nº DE SALAS	CAPAC TOT.
BERTIOGA	9	475
CUBATÃO	-	-
GUARUJÁ	30	3690
ITANHAÉM	5	790
MONGAGUÁ	-	-
PERUÍBE	5	224
PRAIA GRANDE	10	775
SANTOS	54	2705
SÃO VICENTE	4	400
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>9059</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

O gráfico abaixo demonstra que os espaços para eventos e suas respectivas capacidades de salas disponíveis nos hotéis, encontram-se concentrados nas cidades de Santos e Guarujá.

Gráfico 22: Espaço para Eventos nos Hotéis da Região



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Tabela 34: Espaços para Eventos na Região

CIDADE	ESPAÇOS P/ EVENTOS
BERTIOGA	-
CUBATÃO	-
GUARUJÁ	3
ITANHAÉM	1
MONGAGUÁ	-
PERUÍBE	1
PRAIA GRANDE	-
SANTOS	2
SÃO VICENTE	2
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Gráfico 23: Espaços para Eventos na Região



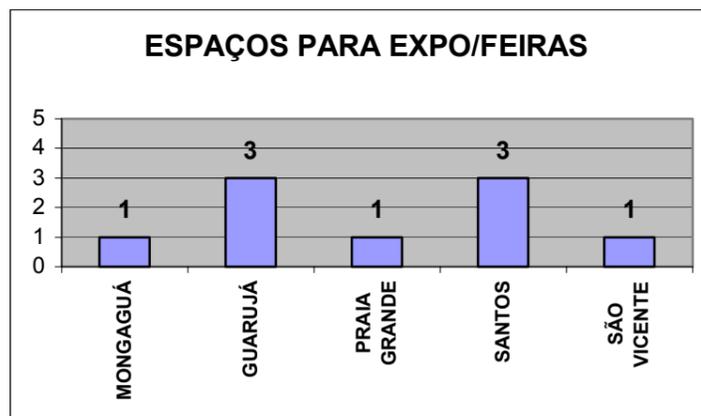
Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Tabela 35: Espaços para Exposições e Feiras da Região

CIDADE	ESPAÇOS EXPO/FEIRAS
BERTIOGA	-
CUBATÃO	-
GUARUJÁ	3
ITANHAÉM	-
MONGAGUÁ	1
PERUÍBE	-
PRAIA GRANDE	1
SANTOS	3
SÃO VICENTE	1
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Gráfico 24: Espaços para Exposições e Feiras da Região



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Embora sejam apenas três espaços construídos especificamente para sediar Exposições e Feiras, a região utiliza também outros tipos de equipamentos adequando-os para a realização de eventos. Exemplo disso podemos observar no Guarujá quando a cidade pode utilizar o ginásio do Guaibê. Em Santos a Plataforma do Emissário Submarino é comumente aproveitada para diversos tipos de eventos e a própria praia é utilizada para sediar eventos esportivos e musicais nos municípios da região. Outra possibilidade é a utilização de clubes sociais e estacionamentos que possuam área de grande metragem e proporcionem a possibilidade da construção de estrutura que atenda as necessidades do evento específico.

### Alimentação

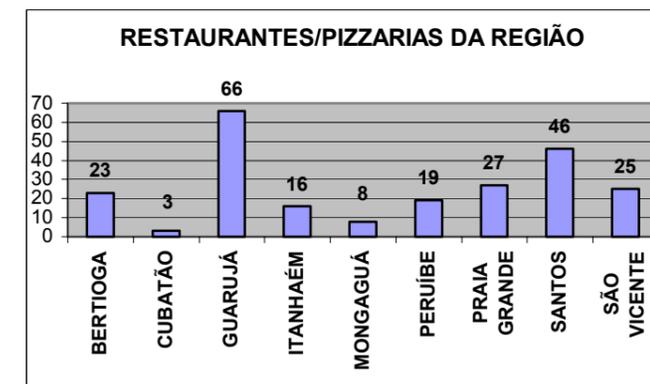
O resultado final dos equipamentos listados não representa o total real existente na região, mas sim aqueles que possuem características para prestar um serviço satisfatório ao visitante ou turista. Os números abaixo relacionados representam todos os estabelecimentos que efetivamente foram pesquisados pela nossa equipe.

Tabela 36: Restaurantes e Pizzarias da Região

CIDADE	REST/PIZZARIAS
BERTIOGA	23
CUBATÃO	3
GUARUJÁ	66
ITANHAÉM	16
MONGAGUÁ	8
PERUÍBE	19
PRAIA GRANDE	27
SANTOS	46
SÃO VICENTE	25
<b>TOTAL</b>	<b>233</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Gráfico 25: Restaurantes e Pizzarias da Região



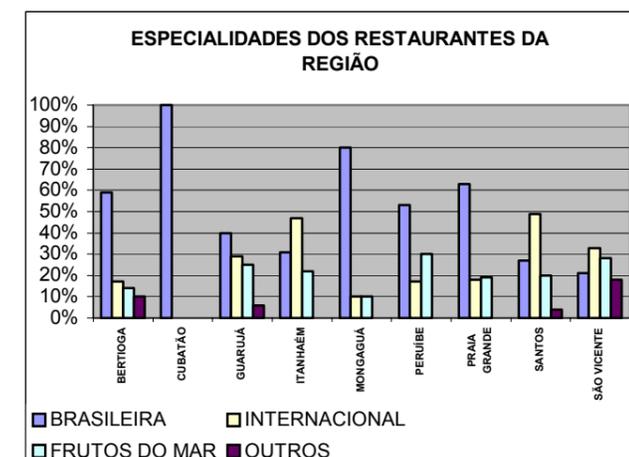
Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Tabela 37: Especialidades dos Restaurantes da Região

CIDADE	BRASILEIRA	INTERNACIONAL	FRUTOS DO MAR	OUTROS
BERTIOGA	17	5	4	3
CUBATÃO	3	-	-	-
GUARUJÁ	39	13	25	6
ITANHAÉM	7	11	5	-
MONGAGUÁ	8	1	1	-
PERUÍBE	12	4	7	-
PRAIA GRANDE	20	6	6	-
SANTOS	13	24	10	2
SÃO VICENTE	7	5	9	6
<b>TOTAL</b>	<b>126</b>	<b>69</b>	<b>67</b>	<b>17</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Gráfico 26: Especialidades dos Restaurantes da Região



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Tabela 38: Escolas da Região

CIDADE	PÚBLICAS	PARTICULARES
BERTIOGA	21	3
CUBATÃO	22	4
GUARUJÁ	64	N.I.
ITANHAÉM	40	9
MONGAGUÁ	31	7
PERUÍBE	37	14
PRAIA GRANDE	54	29
SANTOS	81	123
SÃO VICENTE	105	19
<b>TOTAL</b>	<b>455</b>	<b>208</b>

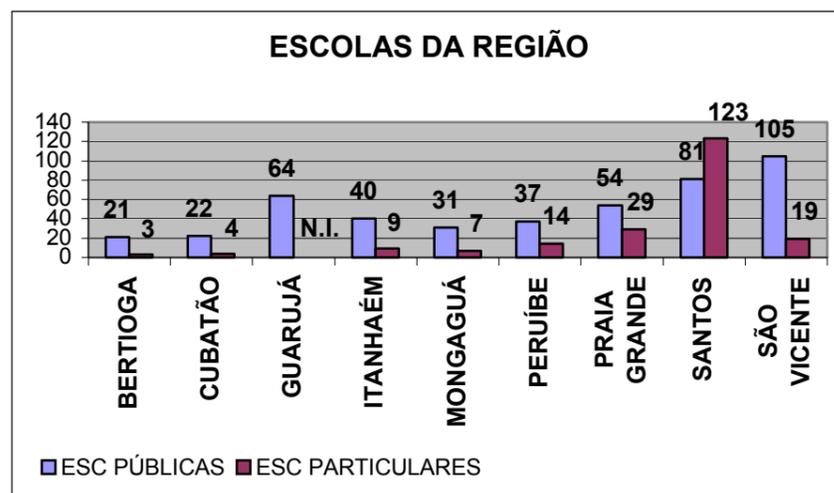
Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Tabela 39: Faculdades e Curso Superior em Turismo da Região

CIDADE	UNIV OU FACULDADE	SUP. EM TURISMO
BERTIOGA	-	-
CUBATÃO	-	-
GUARUJÁ	3	2
ITANHAÉM	1	1
MONGAGUÁ	-	-
PERUÍBE	-	-
PRAIA GRANDE	1	1
SANTOS	7	2
SÃO VICENTE	4	1
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>7</b>

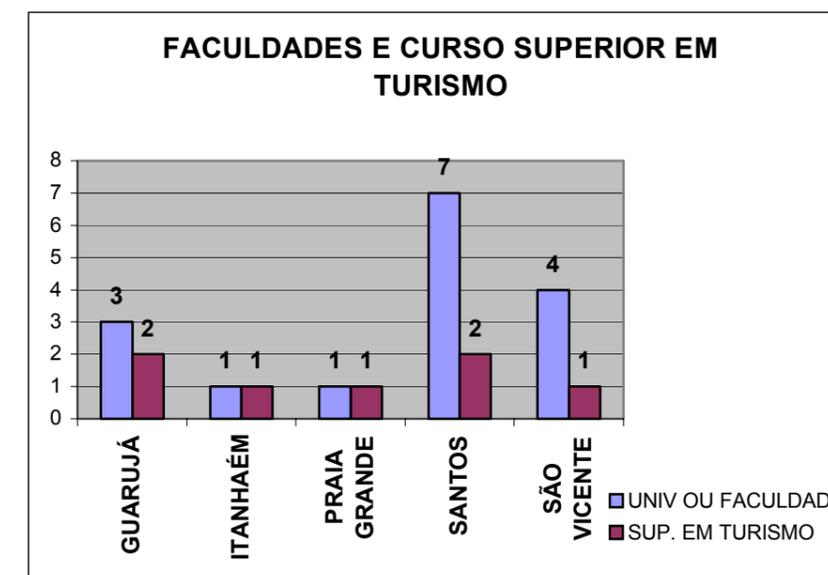
Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Gráfico 27: Escolas da Região



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Gráfico 28: Faculdades e Curso Superior em Turismo da Região



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

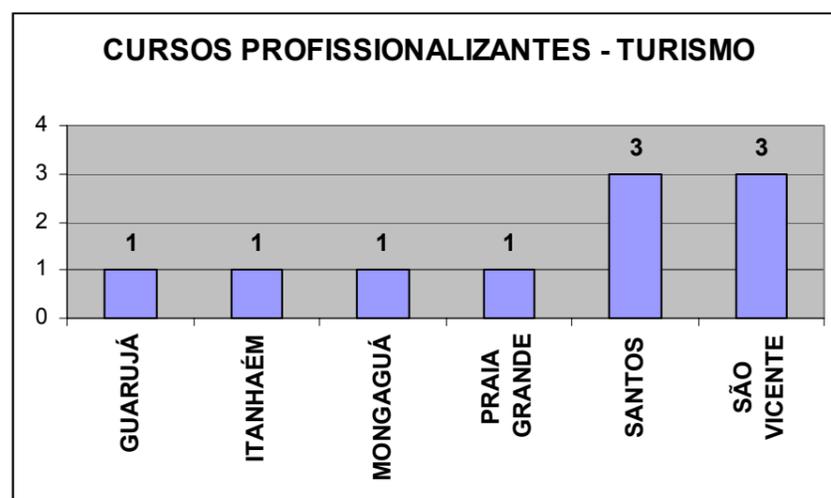
As tabelas e gráficos abaixo, mostram a quantidade de estabelecimentos de ensino, que trabalham o turismo.

Tabela 40: Cursos Profissionalizantes – Turismo

CIDADE	TURISMO
BERTIOGA	-
CUBATÃO	-
GUARUJÁ	1
ITANHAÉM	1
MONGAGUÁ	1
PERUÍBE	-
PRAIA GRANDE	1
SANTOS	3
SÃO VICENTE	3
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Gráfico 29: Cursos Profissionalizantes – Turismo



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Tabela 41: Infra-Estrutura de Saúde

CIDADE	HOSP PÚBLICOS	HOSP PARTICULAR	C. DE SAÚDE	POLICLINICAS	P.SOCORRO	AMBULÂNCIAS
BERTIOGA	1	-	1	2	1	6
CUBATÃO	1	1	1	16	3	11
GUARUJÁ	-	2	4	13	3	9
ITANHAÉM	1	-	6	-	1	8
MONGAGUÁ	1	-	6	-	2	5
PERUÍBE	1	-	6	-	2	9
PRAIA GRANDE	1	1	4	13	3	14
SANTOS	3	7	2	23	3	17
SÃO VICENTE	-	2	1	18	3	12
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>13</b>	<b>31</b>	<b>85</b>	<b>21</b>	<b>91</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Tabela 42: Nº de Leitos nos Hospitais da Região

CIDADE	N.º DE LEITOS
BERTIOGA	36
CUBATÃO	141
GUARUJÁ	N.I. **
ITANHAÉM	80
MONGAGUÁ	44
PERUÍBE	60
PRAIA GRANDE	128
SANTOS	1628
SÃO VICENTE	197
<b>TOTAL</b>	<b>2314</b>

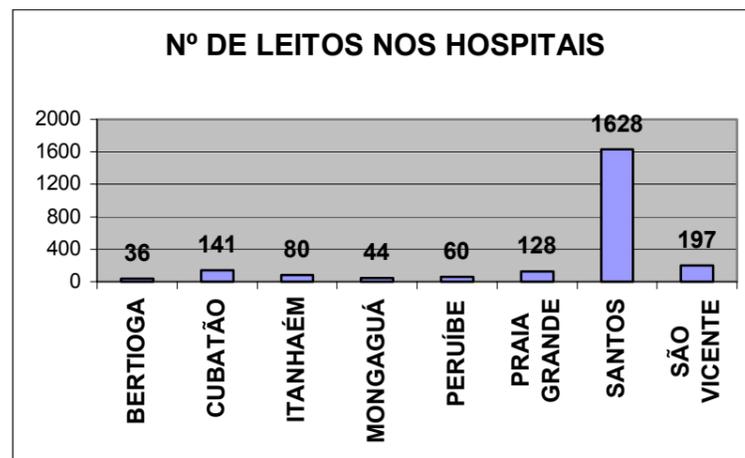
Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

\*\* A cidade de Guarujá não forneceu o nº de leitos em sua rede de saúde.

### Infra-Estrutura de Saúde

A infra-estrutura existente na região para atender a eventual demanda flutuante é boa e passa segurança às pessoas que pensam em visitar a região, sendo inclusive uma das melhores do estado e até do país em se tratando de uma região turística.

Gráfico 30: Nº de Leitos nos Hospitais da Região



Fonte: AGEM/UNIMONTE – Março 2002

## Esportes

Toda a infra-estrutura esportiva levantada objetiva conhecer o potencial regional para sediar competições esportivas.

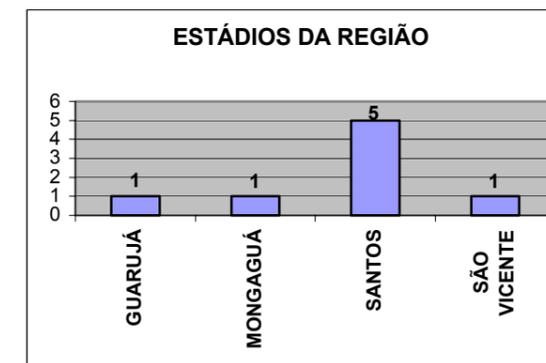
Tabela 43: Estádios da Região

CIDADE	ESTÁDIOS	CAPACIDADE
BERTIOGA	-	-
CUBATÃO	-	-
GUARUJÁ	1	6.000
ITANHAÉM	-	-
MONGAGUÁ	1	3.000
PERUÍBE	-	-
PRAIA GRANDE	-	-
SANTOS	5	45.000
SÃO VICENTE	1	5.000
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>59000</b>

Fonte: AGEM/UNIMONTE – Março 2002

\*\* Foi considerado também em nossa avaliação o campo da Associação Atlética dos Portuários de Santos, pois, apesar de não possuir arquibancada, suas medidas estão dentro dos padrões exigidos pela Federação Paulista de Futebol e já serviu anteriormente como sede para jogos da Taça São Paulo de Futebol Júnior.

Gráfico 31: Estádios da Região



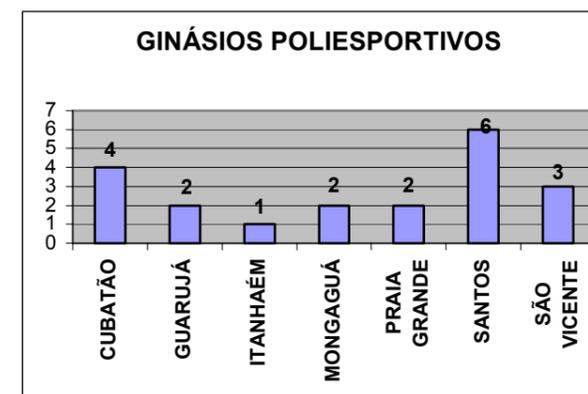
Fonte: AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Tabela 44: Ginásios Poliesportivos da Região

CIDADE	GINAS/POLIESPORTIVOS	CAPACIDADE
BERTIOGA	-	-
CUBATÃO	4	7.300
GUARUJÁ	2	5.800
ITANHAÉM	1	2.000
MONGAGUÁ	2	3.100
PERUÍBE	-	-
PRAIA GRANDE	2	1650
SANTOS	6	12.400
SÃO VICENTE	3	4.500
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>36750</b>

Fonte: AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Gráfico 32: Ginásios Poliesportivos da Região



Fonte: AGEM/UNIMONTE – Março 2002

## Eventos

Tabela 45: Organizadoras de Eventos da Região

CIDADE	ORG. EVENTOS
BERTIOGA	-
CUBATÃO	-
GUARUJÁ	-
ITANHAÉM	-
MONGAGUÁ	-
PERUÍBE	-
PRAIA GRANDE	-
SANTOS	8
SÃO VICENTE	1
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Gráfico 33: Organizadoras de Eventos da Região



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

## 2.2.3 – Oferta Promocional

### Promocão Municipal

A seguir pode ser observada a estrutura promocional existente, desenvolvida pelo Poder Público Municipal, para a divulgação do município como destino turístico em outras localidades e eventos, além de orientar e informar os turistas que os visitam:

Tabela 46: Folheteria

CIDADE	FOLHETERIA
BERTIOGA	SIM
CUBATÃO	SIM
GUARUJÁ	SIM
ITANHAÉM	SIM
MONGAGUÁ	SIM
PERUÍBE	SIM
PRAIA GRANDE	SIM
SANTOS	SIM
SÃO VICENTE	SIM

Fonte: AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Tabela 47: Vídeo Institucional

CIDADE	VÍDEO INSTITUCIONAL
BERTIOGA	NÃO
CUBATÃO	NÃO
GUARUJÁ	NÃO
ITANHAÉM	SIM
MONGAGUÁ	SIM
PERUÍBE	SIM
PRAIA GRANDE	SIM
SANTOS	SIM
SÃO VICENTE	SIM

Fonte: AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Tabela 48: Site Oficial

CIDADE	SITE OFICIAL
BERTIOGA	SIM
CUBATÃO	SIM
GUARUJÁ	SIM
ITANHAÉM	SIM
MONGAGUÁ	SIM
PERUÍBE	SIM
PRAIA GRANDE	SIM
SANTOS	SIM
SÃO VICENTE	SIM

Fonte: AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Tabela 49: Revista Institucional

CIDADE	REVISTA INSTITUCIONAL
BERTIOGA	NÃO
CUBATÃO	NÃO
GUARUJÁ	NÃO
ITANHAÉM	NÃO
MONGAGUÁ	NÃO
PERUÍBE	SIM
PRAIA GRANDE	SIM
SANTOS	NÃO
SÃO VICENTE	NÃO

Fonte: AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Tabela 50: Participação em Feiras

CIDADE	PARTICIPAÇÃO/FEIRAS
BERTIOGA	SIM
CUBATÃO	NÃO
GUARUJÁ	SIM
ITANHAÉM	SIM
MONGAGUÁ	SIM
PERUÍBE	SIM
PRAIA GRANDE	SIM
SANTOS	SIM
SÃO VICENTE	SIM

Fonte: AGEM/UNIMONTE – Março 2002

Tabela 51: Cd-Rom

CIDADE	CD-ROM
BERTIOGA	SIM
CUBATÃO	NÃO
GUARUJÁ	NÃO
ITANHAÉM	NÃO
MONGAGUÁ	NÃO
PERUÍBE	NÃO
PRAIA GRANDE	NÃO
SANTOS	SIM
SÃO VICENTE	NÃO

Fonte: AGEM/UNIMONTE – Março 2002

### 2.3 – Demanda Turística: Ocupação em Meios de Hospedagem

A apuração do movimento de turistas na RMBS, como em grande parte das localidades litorâneas, envolve a pesquisa de ocupação dos meios de hospedagem tradicionais mais a ocupação de habitações residenciais para uso próprio ou mediante cessão/locação.

No presente estudo, entretanto, estamos considerando apenas a ocupação nos meios de hospedagem (hotéis, pousadas, flats, pensões e campings), e os cálculos de demanda assim desenvolvidos foram estimados a partir de informações fornecidas pelos estabelecimentos e autoridades, relativamente à Quantidade de Leitos, Taxa de Ocupação e Tempo de Permanência.

Partindo dessas referências iniciais, calculamos, para cada município da Região Metropolitana da Baixada Santista, a quantidade de turistas na Alta Estação (meses de dezembro, janeiro e fevereiro), Baixa Estação (os demais meses do ano) e o total anual, como pode ser constatado nas tabelas incorporadas no Anexo deste estudo, que trazem esclarecimentos sobre a metodologia de cálculo utilizada.<sup>12</sup>

A somatória dos resultados brutos de demanda obtidos nos 9 municípios proporciona uma quantificação dos turistas que se hospedaram nos tipos de estabelecimentos referidos, na Região Metropolitana da Baixada Santista. Os valores metropolitanos estão expostos na Tabela 52. Os números brutos são ali apresentados com arredondamentos. Os valores originais dos 9 municípios usados para os cálculos podem ser consultados no Anexo.

Os números totais acusam uma visitação anual de 1.610.206 turistas na Região Metropolitana da Baixada Santista, sendo 770.753 na Alta Estação e 839.453 na Baixa Estação. Ressaltamos que os números apresentados devem ser interpretados como ordens de grandeza, em virtude da falta de informações mais precisas e de uma base de dados mais segura. À medida em que tenhamos esses dados em condições adequadas, a aplicação da metodologia de cálculos utilizada fornecerá números reais.

<sup>12</sup> Os cálculos devem ser entendidos como um esforço inicial de estimativa da demanda, a ser aprimorado futuramente, uma vez que se apóia em índices e valores ditados, na maioria, pela experiência de empresários e especialistas, mas sem documentação comprobatória de pesquisa. Alguns critérios foram estabelecidos pela equipe do estudo, para poder superar problemas técnicos de cálculo. É o caso, por exemplo, dos campings: à falta de informações oficiais, foi considerada uma Taxa máxima de Ocupação na Alta Estação, isto é, todos os dias a capacidade lotada. Para a Baixa Estação, estimamos uma ocupação média de 30%, considerando ocupação total nos fins de semana (8 dias sobre 30, o que representa quase os 30%, mais alguma ocupação nos dias úteis ou em feriados prolongados). O Tempo de Permanência considerado foi de 3 dias.

A respeito deste último índice, ressaltamos ainda que, nos hotéis, pousadas, flats e pensões, os valores relativos à Alta Estação foram aplicados também à Baixa. A respeito desses estabelecimentos, é importante observar, a propósito, que a Taxa de Ocupação é um índice relacionado à quantidade de Unidades Habitacionais, independente da quantidade de hóspedes por unidade. Entretanto, como o interesse na quantificação recai sobre o número de hóspedes, torna-se necessário conhecer a capacidade média de ocupação dessas unidades. Assim, dentro de um procedimento ortodoxo, deveria ser calculada primeiramente a quantidade de Unidades Habitacionais ocupadas, multiplicando-se esse valor, em seguida, pela média de Leitos por Unidade Habitacional. O resultado não se altera se multiplicarmos a Taxa de Ocupação diretamente pela quantidade de Leitos, razão pela qual optamos por esse procedimento.

turistas que se hospedam nos demais estabelecimentos (hotéis, pousadas, flats e pensões). A proporção total é de 47,82% (campings) para 52,18% (demais meios de hospedagem).

Tabela 52: Quantificação da Demanda – Total Geral

ALTA ESTAÇÃO	#	A - Leitos	B - T. Ocup.	C - Ocup./ dia	D - Ocup. Est.	E - Perm.	F - Vis./ Est.
Hotel	108	10.031	77,45%	7.769	699.243	3,9	178.374
Pousada	106	6.096	80,56%	4.911	441.983	2,9	151.358
Flat	18	2.612	84,19%	2.199	197.918	6,8	29.157
Pensão	9	615	28,88%	178	15.984	2,4	6.564
<b>Subtotal</b>	<b>241</b>	<b>19.354</b>					
Camping	19	13.510	100,00%	13.510	1.215.900	3,0	405.300
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>32.864</b>	<b>86,92%</b>	<b>28.567</b>	<b>2.571.028</b>	<b>3,3</b>	<b>770.753</b>
BAIXA ESTAÇÃO	#	A - Leitos	B - T. Ocup.	C - Ocup./ dia	D - Ocup. Est.	E - Perm.	F - Vis./ Est.
Hotel	108	10.031	35,93%	3.604	973.129	4,0	240.540
Pousada	106	6.096	35,10%	2.140	577.740	3,1	185.971
Flat	18	2.612	44,21%	1.155	311.777	7,2	43.326
Pensão	9	615	15,68%	96	26.042	5,4	4.847
<b>Subtotal</b>	<b>241</b>	<b>19.354</b>					
Camping	19	13.510	30,00%	4.053	1.094.310	3,0	364.770
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>32.864</b>	<b>33,62%</b>	<b>11.048</b>	<b>2.982.997</b>	<b>3,6</b>	<b>839.453</b>
ANO	#	A - Leitos	B - T. Ocup.	C - Ocup./ dia	D - Ocup. Ano	E - Perm.	F - Vis./ Ano
Hotel	108	10.031	46,31%	4.645	1.672.372	4,0	418.913
Pousada	106	6.096	46,47%	2.833	1.019.723	3,0	337.329
Flat	18	2.612	54,20%	1.416	509.695	7,0	72.483
Pensão	9	615	18,98%	117	42.026	3,7	11.411
<b>Subtotal</b>	<b>241</b>	<b>19.354</b>					
Camping	19	13.510	47,50%	6.417	2.310.210	3,0	770.070
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>32.864</b>	<b>46,94%</b>	<b>15.428</b>	<b>5.554.025</b>	<b>3,4</b>	<b>1.610.206</b>

# - número de estabelecimentos do item respectivo (hotel, pousada, flat, pensão, camping);

Coluna B = C/A x 100; Coluna E = D/F;

Obs: A divisão dos números da coluna D pelos números respectivos da coluna C indica o número de dias de cada estação (90 dias na Alta; 270 dias na Baixa) e do ano (360 dias).

Nota: os números da tabela sofreram arredondamentos. Os valores originais usados para os cálculos podem ser consultados no Anexo.

Fonte: AGEM/UNIMONTE - Abril 2002

Tabela 53: Demanda Média Mensal e Participação por Tipo de Hospedagem

ALTA ESTAÇÃO	A - Vis./ Est.	B - Média Mensal	C - Part.
Hotel	178.374	59.458	23,14%
Pousada	151.358	50.453	19,64%
Flat	29.157	9.719	3,78%
Pensão	6.564	2.188	0,85%
<b>Subtotal</b>	<b>365.453</b>		
Camping	405.300	135.100	52,58%
<b>Total</b>	<b>770.753</b>	<b>256.918</b>	<b>100,00%</b>
BAIXA ESTAÇÃO	A - Vis./ Est.	B - Média Mensal	C - Part.
Hotel	240.540	26.727	28,65%
Pousada	185.971	20.663	22,15%
Flat	43.326	4.814	5,16%
Pensão	4.847	539	0,58%
<b>Subtotal</b>	<b>474.683</b>		
Camping	364.770	40.530	43,45%
<b>Total</b>	<b>839.453</b>	<b>93.273</b>	<b>100,00%</b>
ANO	A - Vis./ Ano	B - Média Mensal	C - Part.
Hotel	418.913	34.909	26,02%
Pousada	337.329	28.111	20,95%
Flat	72.483	6.040	4,50%
Pensão	11.411	951	0,71%
<b>Subtotal</b>	<b>840.136</b>		
Camping	770.070	64.173	47,82%
<b>Total</b>	<b>1.610.206</b>	<b>134.184</b>	<b>100,00%</b>

Coluna B: divisão de A por 3 (Alta Estação), por 9 (Baixa Estação) e por 12 (Ano);

Coluna C = B/A x 100.

Fonte: AGEM/UNIMONTE - Abril 2002

Convém salientar que não estão incluídos nesses números os turistas que utilizaram outros meios de hospedagem, tais como colônias de férias, motéis, imóveis de aluguel, segunda residência, familiar.

A pesquisa dessa ocupação adicional comporta uma investigação mais estruturada, para a qual estamos propondo diretrizes no capítulo referente à Gestão Turística.

Destacamos, na Tabela 53, as médias mensais da demanda na Alta Estação e na Baixa Estação, bem como no ano inteiro, por tipo de estabelecimento e no total. Podemos inferir, com base nesses dados, que o fluxo mensal na Baixa Estação é cerca de um terço do movimento na Alta Estação (36%, na relação entre 93.273 e 256.918 turistas, respectivamente na Baixa e na Alta Estação). A participação dos campings apresenta-se muito significativa, respondendo por quase igual quantidade de

## 2.4 – Segmentos de Mercado

A oferta turística voltada para a disponibilidade de atrativos na RMBS é composta por um conjunto de segmentos que abordaremos a seguir:

### 2.4.1 – Segmento de Mercado: TURISMO ECOLÓGICO

O conceito de Turismo Ecológico está ligado à utilização do patrimônio natural e cultural dentro de um princípio de preservação ambiental e de respeito ao ecossistema, sem comprometer a sua potencialidade e sustentabilidade econômica. Seus principais consumidores são praticantes de esportes radicais, como canoagem, montanhismo, ciclismo, caminhadas, mergulho, vôo livre; aprendizes de educação ambiental (alunos de escolas de ensino fundamental e médio, principalmente) misturada com atividades artísticas e culturais; e pessoas interessadas na contemplação da natureza, da vida selvagem.

Na indústria de turismo e viagens, o ecoturismo é o segmento que apresenta o maior crescimento, que resultou numa busca contínua por ofertas e demandas a destinos ecoturísticos.

O ecoturismo no Brasil é discutido desde 1985, sendo que, no âmbito governamental, a primeira iniciativa de ordenar a atividade ocorreu em 1987. Foi criada a Comissão Técnica Nacional, que foi constituída por técnicos do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais – IBAMA e do Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR, com a incumbência de monitorar o Projeto de Turismo Ecológico.

Mesmo com todos os esforços, ainda é difícil conciliar a verdadeira teoria sobre o ecoturismo e o que acontece na prática, mesmo após o surgimento de muitas agências e do reconhecimento do potencial ecoturístico do país.<sup>13</sup>

A EMBRATUR em suas diretrizes, conceitua o ecoturismo como “um segmento da atividade turística, que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas”.

Percebe-se que esse conceito procura contemplar a dimensão do conhecimento da natureza, a experiência educacional interpretativa, a valorização das culturas tradicionais locais e a promoção do desenvolvimento sustentável.

Nas Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo, foram trabalhadas ações e estratégias próprias de execução que, integradas, constituem um elenco de realizações prioritárias, cuja responsabilidade de implementação alcança diversos setores governamentais e o segmento do setor privado voltado ao ecoturismo, sem prejuízo da colaboração das organizações não governamentais e da comunidade diretamente envolvida.

É indispensável, para o sucesso do ecoturismo, que se pense regionalmente, pois assim, a economia local pode desenvolver-se, proporcionando qualidade de vida à comunidade, utilizando seus recursos humanos.

Ecoturismo é um segmento do mercado turístico e precisa ser visto como atividade econômica e juridicamente disciplinada, isenta de posturas ideológicas radicais.

A prática comercial de ecoturismo exige uma postura profissional, sendo imprescindíveis uma ética ambientalmente correta, o respeito às regras de mercado, à livre concorrência e aos direitos do consumidor.<sup>14</sup>

Para o sucesso da atividade do ecoturismo, é imprescindível que o Poder Público, a Iniciativa Privada e a sociedade civil organizada trabalhem juntos, para que a atividade obtenha sucesso e atraia cada vez mais ecoturistas, que são aqueles que viajam para apreciar ambientes ricos em paisagens e bens culturais e estão dispostos a pagar por isto. Gostam de aventuras, buscam emoções, mas também utilizam a atividade para contemplação. Procuram acompanhamento de guias preparados, folheteria e mapas do local visitado.

As visitas ecoturísticas podem ser realizadas em várias áreas que possuem os mais variados atrativos. É preciso que se conheça os aspectos legais e os conceitos que norteiam o desenvolvimento dessas áreas, identificando as zonas com potencial para o desenvolvimento do ecoturismo, distinguindo daquelas em que a atividade é proibida ou há restrições para o seu uso.

O artigo 225 da Constituição Federal de 1988, determina que o Poder Público “*para assegurar a todos o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado deve definir, em todas as Unidades da Federação, espaços territoriais e seus componentes, a serem especialmente protegidos, sendo a alteração e supressão permitidas somente através de lei, vedada qualquer utilização que comprometa a integridade dos atributos que justifiquem essa proteção*”.

Segue quadro que resume as características, o uso, a categoria e exemplos de áreas naturais protegidas. Conservação e preservação dos recursos naturais e da herança cultural são preocupações globais e locais.

<sup>13</sup> Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo. EMBRATUR – IBMA Brasília-DF. 1994.

<sup>14</sup> Pólos de Ecoturismo – Planejamento e Gestão – EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo/Ministério do Esporte e Turismo – Brasília, 2001.

Tabela 54: Áreas Naturais Protegidas

	TIPO	CARACTERÍSTICAS	USO	CATEGORIA	EXEMPLOS
<b>SEM DEFINIÇÕES DE DIMENSÕES E LIMITES</b>	Área de Preservação Permanente APP	De interesse comum á todos os habitantes do País para suas características territoriais, biológicas, geológicas, geográficas, etc.  Sem definição de dimensões limites e confrontações  Definida pela União, Estado e Município, podendo ser domínio público ou particular	Regulamentados por leis e decretos específicos  O proprietário particular passa a ter restrições ao uso da terra sem perder sua titularidade	Todas as florestas, nascentes, margem de curso d'água, encostas manguezais, dunas, estuários, restingas, cavernas, paisagens notáveis, áreas que abrigam exemplares raros de fauna e flora, locais de pouso ou reprodução de espécies migratórias ou que assegurem a qualidade de vida das populações e os terrenos acima de 1800m de altura	APP Serra da Capivara Baixão das Andorinhas/PI; Área de Proteção Especial Rola Moça/MG; APA da Pedra do Baú/SP
	Patrimônio Nacional	Criado pela Constituição Federal para assegurar a preservação do meio ambiente	Usos e restrições específicas ditadas pela legislação ambiental complementar	Floresta Amazônica, Mata Atlântica, Cerrado, Pantanal, Zona Costeira	Serra do Mar, Manguezais
	Reserva Legal	Porcentagem mínima 20% da propriedade que deve ser protegida para garantir a existência da vegetação original	Usos e restrições específicas ditadas pela legislação ambiental complementar	Florestas remanescentes, matas ciliares e testemunho	
	Áreas Tombadas	Regime de Proteção especial para impedir a destruição de bens naturais, históricos e patrimoniais  Domínio público ou propriedade particular	Usos e restrições específicos. Criadas sobretudo em nível estadual e subordinadas às normas do IPHAN. Não altera o direito de propriedade mas impõe restrições	Cidades Históricas, Patrimônio Arquitetônico, Florestas, Nascentes, etc. Reservas da Biosfera REBIO	Paraty/RJ; Parque Ecológico Nascentes Tietê/SP; Casarões Históricos Av. Paulista/SP
	Reservas da Biosfera	Instituídas pela UNESCO se destinam a proteger a biodiversidade e conservar os recursos genéticos. 3 zonas distintas: Núcleo, Tampão e de Transição	Usos e restrições específicas, visando conservação exploração sustentável dos recursos naturais e pesquisa, monitoramento e rede de informação internacional	Podem englobar outras unidades de conservação como parques, reservas biológicas, etc  Ocupam em geral grandes espaços  Nem sempre são áreas contínuas	Mata Atlântica, Reserva da Biosfera do Cerrado, Serra da Mantiqueira
<b>COM DIMENSÕES E LIMITES DEFINIDOS</b>	Unidades de Conservação e Proteção Integral	Espaço com características naturais relevantes com objetivo de conservação e limites definidos, legalmente instituídos pelo Poder Público sob regime especial de administração Podem ser criados pela União, Estados ou Municípios	Preservação da natureza com uso indireto dos recursos naturais	Estação Ecológica - EE, Reserva Biológica - REBIO, Parque Nacional - PARNA, Monumento Natural Refúgio de Vida Silvestre	TAIM/SP; Marinha do Arvoredo/SC; Marinha dos Abrolhos/BA; Vale dos Dinossauros/PB
	Unidades de Conservação de Uso Sustentável	Espaço com características naturais relevantes com objetivo de conservação e limites definidos, legalmente instituídos pelo Poder Público sob regime especial de administração	Conservação da Natureza com uso sustentável dos recursos naturais	Área de Proteção Ambiental - APA, Área de Relevante Interesse Ecológico - ARIE, Floresta Nacional - FLONA, Reserva Extrativista - RE, Reserva de Fauna, Reserva de Desenvolvimento Sustentável, Reserva Particular do Patrimônio Natural - RPPN	APA Bacia do Rio São Bartolomeu/DF; ARIE Ilhas Queimada Gde.e Peq./SP; FLONA Tapajós/PA; RE Chico Mendes/AC; RPPN Caraça/MG.

Fonte: Pólos de Ecoturismo – Planejamento e Gestão – EMBRATUR - Ministério do Esporte e Turismo – Brasília – 2001

O ecoturismo na Baixada Santista é realizado na maioria das vezes empiricamente, sendo alguns roteiros administrados por agências, que em sua maioria, não se atém a um trabalho de conscientização ambiental, comportamento em áreas naturais, etc.

Em grande parte dos nove municípios, o Poder Público não administra nem controla o acesso aos locais naturais. A cidade de Santos cadastra as agências operadoras de roteiros ecoturísticos. O Parque Estadual da Serra do Mar – Núcleo Cubatão, também faz o controle de acesso quando do agendamento de trilhas.

É importante assinalar que é preciso que haja um planejamento sustentável do ecoturismo na região. É preciso administrar a atividade turística, mantendo-a dentro dos limites necessários à proteção do ecossistema.

Outro importante ponto na Região Metropolitana da Baixada Santista é o Parque Estadual Xixová-Japuí, que abrange parte dos municípios de São Vicente e Praia Grande, sendo constituído por terras da União, da Fazenda do Estado de São Paulo, do município e de particulares.

Recebeu esse nome em virtude da junção dos morros Xixová e Japuí, os quais constituem pontos culminantes de um maciço rochoso datado do período pré-cambriano, cercado por planície litorânea formada por sedimentos quaternários.

A vegetação predominante no Parque é a floresta Ombrófila Densa, a qual encontra-se relativamente preservada.

No Parque existem as praias de Paranapuã e Itaquitanduva, que ficam no município de São Vicente; e as praias do Comandante e Praia do Forte em Praia Grande.

A praia de Paranapuã possui uma faixa de área maior do que as demais. Seu acesso é restrito por pertencer à Marinha do Brasil. Existem cursos d'água que deságuam na praia. Ainda guardam as características originais, pois se encontram confinados numa pequena bacia de drenagem inteiramente protegida no interior do Parque.

Aves migratórias, borboletas, répteis e várias outras espécies de pequenos animais fazem parte da fauna do local.

Funcionou na área do Parque, o Cortume de São Vicente, pertencente à família Cardamone, da firma Cardamone & Cia.

Está instalada na área do Parque, a Fortaleza do Itaipu, que atualmente também trabalha atividades ligadas ao ecoturismo.

A região apresenta um grande potencial ecoturístico, sendo importante que a atividade seja implantada e administrada através de um planejamento que leve em conta o item sustentabilidade.

#### 2.4.2 – Segmento de Mercado: TURISMO NÁUTICO

A costa brasileira prolonga-se por 7.408 quilômetros, muitos dos quais compostos por praias desertas e distantes dos grandes centros urbanos. Ao longo desse vasto litoral, estende-se uma faixa marítima de doze milhas de largura, denominado mar territorial e sujeita à soberania do Brasil. Da mesma forma, envolvendo todo o litoral e medindo 200 milhas a partir da linha da costa, estende-se a chamada Zona Econômica Exclusiva, sobre a qual o país não exerce soberania, mas tem direito exclusivo sobre os recursos econômicos existentes na massa líquida, no solo e no subsolo marinhos. Em termos práticos, isso significa acrescentar à riqueza nacional um território de cerca de 4.400.000 quilômetros quadrados. Tudo o que foi dito

acima está estabelecido na Convenção das Nações Unidas para o Direito do Mar entretanto, as fronteiras marítimas, são mais permeáveis do que as demarcadas em terra.

A história nos conta que a cultura e a sociedade local começou por via marítima. Nossos colonizadores, ao tempo de Martim Afonso de Souza, relatam pela capitania de São Vicente a história da primeira vila e do trapiche alfandegado do porto das naus, no atual bairro do Japuí em São Vicente e no Guaibê, atual Ponta da Praia em Santos.

Desde então, a economia litorânea deveria ter estado estreitamente vinculada ao mar, à navegação e à pesca.

Passados 470 anos, em nossos dias pontuam: o desenvolvimento das águas estuarinas abrigadas e das águas situadas na foz de rios; o maior porto da América Latina; algumas iniciativas privadas na instalação de marinas; isoladas porém, importantes, iniciativas públicas na construção de amarrações e terminais para atividades de transporte local e, também, outras destinadas ao desembarque do produto pesqueiro.

Pela história e localização, o proposto neste trabalho recomenda que entre a região e o mar devem ser estabelecidas especialidades em torno do turismo náutico. A costa litorânea paulista desde Boracéia, em Bertioga, à Barra do Una, em Peruíbe é sem sombra de dúvidas a principal atração natural que se oferece ao mundo e aos milhões de turistas, veranistas e excursionistas que nos visitam anualmente.

Trata-se de uma paisagem extraordinária que cativa por seu movimento e sua diversidade.

Em pouco mais de 160 quilômetros vemos elevações que se constituem nas extensões da Serra do Mar bem próximas das ondas do mar que hipnotizam o mais atento olhar. Suas praias apresentam-se largas e com pouca inclinação e são encontradas baías e abrigos estuarinos. Há também trechos estreitos e fortemente inclinados nos espaços confrontados com o mar aberto. Suas águas balneáveis e sem poluição na maior parte do ano apresentam temperaturas que oscilam de 16 a 24 graus centígrados, permitido esportes de todas as modalidades e, cada um com seu território.

Tudo isto convida ao descobrimento de mil lugares e sensações que se escondem no espaço náutico do litoral paulista.

Tabela 55: Marinas e Garagens Náuticas da Região

CIDADE	MARINAS	GARAGENS NÁUTICAS
BERTIOGA	4	-
CUBATÃO	5	2
GUARUJÁ	23	-
ITANHAÉM	9	-
MONGAGUÁ	-	-
PERUÍBE	-	-
PRAIA GRANDE	1	-
SANTOS	1	-
SÃO VICENTE	9	-
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>2</b>

Fonte: AGEM/UNIMONTE – Março/2002

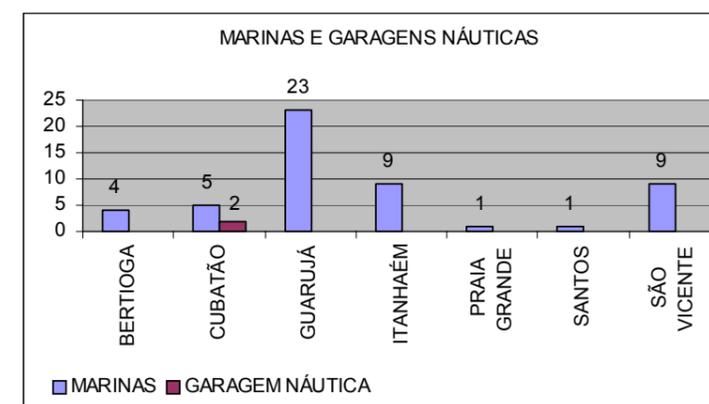
Todavia o incremento da atividade parece fundamental para uma região que pretende se desenvolver turisticamente com a identidade da água. E, o retrato da situação atual é demonstrado no quadro a seguir que foi objeto de pesquisa de campo

realizado pela equipe de profissionais. Do levantamento efetuado pode-se diferenciar dois tipos de equipamentos: marinas e garagens náuticas. Identifica-se a marina como o lugar dotado de vagas “molhadas” em piers de atracação e vagas “secas” acessadas através de rampas e equipamentos de elevação vertical, geralmente administrada por iniciativa privada individual ou por associativismo e oferecendo outros equipamentos como alojamentos, restaurante, banheiros e piscinas de água doce, aparelhos de ginástica, solário e etc. Prestam ainda serviços de segurança e toda a espécie de manutenção náutica.

As garagens náuticas devem ser entendidas como empreendimentos privados que oferecem somente a guarda e aluguel de pequenas embarcações para pesca dentro de águas abrigadas do sistema estuarino da região.

O gráfico demonstra a estrutura comparativa de marinas e garagens náuticas da região metropolitana. Lembre-se que esse número é constante, mesmo em cada município, uma vez que a pressão econômica pela ocupação das áreas próximas da praia concorre para a venda e compra dos direitos de uso e ocupação das áreas que, conforme a legislação, se situam sobre os chamados terrenos de marinha.

Gráfico 34: Marinas e Garagens Náuticas da Região



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Outro segmento que merece destaque dentro do turismo náutico regional é a oportunidade de passeios com embarcações do tipo de escunas, construídas em outros estados do território nacional mas, que por sua capacidade e operação se apresentam com bom aproveitamento para o navegar em águas fechadas ou costeiras abertas.

Neste caso cabe às municipalidades verificarem a oportunidade da construção de pontes de atracação, ou piers, e a localização de espaços náuticos para apoiar que são importantes complementos ao desenvolvimento da atividade. Como a água é uma das identidades regionais, a decisão de investimento será de caráter municipal, recomendando-se a parceria regional para operação de serviços comuns. Nossa pesquisa constatou a existência de serviços que vêm se consolidando desde o final da década de 1960 e, coincidindo exatamente onde se teve a oportunidade de atracação. Isto demonstra que o crescimento da atividade é dependente deste tipo de estrutura de apoio.

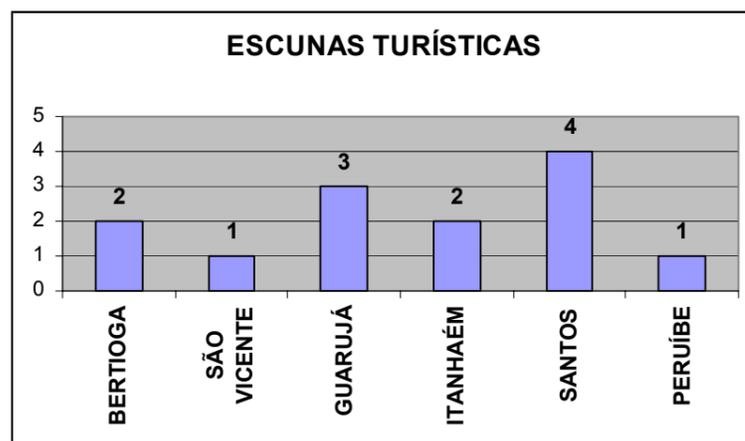
Tabela 56: Escunas Turísticas da Região

CIDADE	ESCUNAS TURÍSTICAS
BERTIOGA	2
CUBATÃO	-
GUARUJÁ	3
ITANHAÉM	2
MONGAGUÁ	-
PERUÍBE	1
PRAIA GRANDE	-
SANTOS	4
SÃO VICENTE	1
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>

Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Pode-se sustentar que a localização, construção e gerenciamento público desses equipamentos favorecem, pelo seu uso múltiplo, o surgimento de outras modalidades de esportes náuticos, além de simples locais de embarque e desembarque para escunas de turismo. O mergulho, o remo e a vela são alguns dos exemplos.

Gráfico 35: Escunas Turísticas da Região



Fonte: AGEM / UNIMONTE – Março/2002

Uma outra indicação é o fomento do “charter” turístico marítimo no uso das catraias individualmente, ou em cooperativas, para pequenos grupos que queiram percorrer as águas estuarinas, mangues e porto.

### Estudo Comparativo do Turismo Náutico

Relacionando a Região Metropolitana com outros países e, mesmo correndo o risco de críticas contundentes, vale ressaltar que o comprimento da costa do litoral paulista com aproximadamente 160 quilômetros é equivalente à costa mediterrânea, de vários países europeus e africanos. Além disso, todos sabemos que a atividade é “potenciadora” do turismo e tem boas perspectivas de crescimento.

O mercado nacional é elitista quer na modalidade de recreio ou na modalidade desportiva e, apesar de sermos uma região privilegiada, percebe-se que é pequena a fonte de receitas adicionais da atividade, tanto ao município como ao municípe.

Com atrativos capazes de atrair turistas, a região parece não sentir nenhum interesse pela atividade de recreio náutico.

Comparativamente pode-se citar a tradição de vários países limitantes do elemento água para percebermos quão pequena é nossa atividade.

Tabela 57: Relação Barco/Habitante

PAÍS	Nº DE BARCOS	Nº DE HABITANTES
GRÉCIA	1	100
PORTUGAL	1	396
HOLANDA	1	10
INGLATERRA	1	39
FRANÇA	1	48
ESTADOS UNIDOS	1	20
BRASIL	1	20.000
RMBS	1	3.000

Fonte: Diário de Notícias. Portugal. 14.12.1998

Porto Marina Astúrias, Guarujá (entrevista ao programa Ação e Reação da TV Santa Cecília – Santos em 29.03.02)

Segundo dirigentes e diretores de marinas e portos de recreio, em nossa região cada embarcação gera 1,5 empregos diretos e, igual número de empregos indiretos, convindo considerar que 9.000 pessoas ou 0,61% é muito pouco para uma região com 1.474.665 habitantes de um território limítrofe ao mar. Os números vistos são reflexos da falta de iniciativa e incentivo da atividade, cujas razões e motivos devem ser avaliados.

Mas se as diferenças são significativas em relação ao número de embarcações registradas, são ainda mais distantes no que se refere às infra-estruturas, aos cais desportivos, piers e amarrações.

Tabela 58: Portos de Recreio, Piers e Amarrações

PAÍS	PORTOS DE RECREIO	PIERS E AMARRAÇÕES
PORTUGAL	19	4.600
ESPAÑA	268	80.000
ITÁLIA	282	-
FRANÇA	276	-
RMBS	52	10

Fonte: Diário de Notícias. Portugal. 14.12.1998

AGEM/UNIMONTE – pesquisa de campo, janeiro 2002

A expansão das atividades de turismo náutico, e a livre concorrência, são condições essenciais pois o mercado restrito da atividade inibe-se pelo preço da atracação e da guarda, além das “fiscalidades” incidentes sobre as embarcações. Ao compararmos os custos para uma embarcação de 30 a 45 pés, ou seja aproximadamente de 10 a 15 metros, vemos a inacessibilidade de uma maior parcela da população ao consumo e ao trabalho, marginalizando-nos a todos.

Percorrer os caminhos econômicos parece fundamental para se decidir regionalmente pela oportunidade de se agregar valores para que, conscientizada a razão maior da sustentabilidade turística, encontremos a durabilidade necessária do permanente consumo e do permanente trabalho que o turismo náutico pode oferecer.

Tabela 59: Comparativo de Custos

PAÍS	CUSTO
PORTUGAL	US\$ 16,45
ITÁLIA	US\$ 34,23
FRANÇA	US\$ 26,32
BRASIL	US\$ 129*
RMBS	US\$ 154**

Fonte: Diário de Notícias. Portugal. 14.12.1998

AGEM/UNIMONTE – pesquisa de campo, janeiro 2002

\*Custo médio de R\$ 8,00 por pé adotado para barco de 32 pés

\*\* Custo médio de R\$12,00 por pé adotado para barco de 32 pés

Do setor público se deve esperar a atenta observação ao quadro que se nos apresenta e equacionamento dos investimentos que permitam à livre iniciativa operar dentro do chamado “charter marítimo”.

A região conta também com o mais baixo número de clubes de desportos náuticos e isto demonstra, como espelho, a tímida atividade que é contraditória à nossa costa litorânea.

Tabela 60: Clubes de Desportos Náuticos

PAÍS	CLUBES
PORTUGAL	318
ESPANHA	1742
FRANÇA	4600
GRÉCIA	376
RMBS	52

Fonte:Diário de Notícias. Portugal. 14.12.1998

AGEM/UNIMONTE – pesquisa de campo, janeiro 2002

Em termos de tributos e “fiscalidades” anuais, o peso percentual sobre o valor das embarcações, quando comparado com outros países demonstra que após a aquisição o valor dos impostos é bem menor que nos demais países, porém a tributação inicial, exatamente na data da aquisição, dá uma carga excessiva, inibindo a aquisição de novos modelos e, baixando artificialmente a demanda pois a carga de impostos aumenta o valor do produto final.

Perversamente, esta situação ainda faz com que o mercado das embarcações usadas – de valor já depreciado, permaneça artificialmente aquecido, não porém o suficiente para alavancar um turismo para a região.

Incentivar-se uma “fiscalidade”, distribuída em função do tempo, gravando sua cobrança sobre a embarcação parece ser oportuna para os produtos novos, pois, dessa forma se espera que haja um aumento do consumo de modelos novos e dessa forma se possa baixar o segmento de mercado das embarcações usadas.

Na RMBS a aquisição de uma embarcação nova tem incidente sobre o valor da nota fiscal de compra as alíquotas de 18% de IPI – imposto sobre produtos industrializados, 18% de ICMS – imposto sobre a circulação de mercadorias e serviços, além de que é cobrado no ato da compra o IPVA – imposto sobre a propriedade de veículos automotores, com a taxa média de 4% sobre o valor de mercado estabelecido pelas autoridades estaduais.

Considerados que esses valores são pagos à vista no ato de compra, reafirmamos a necessidade de ser discutido com maior profundidade pela região metropolitana, como incentivo ao turismo náutico, se uma forma de cobrança dos impostos diluídos sobre o tempo da vida útil do equipamento, no caso as embarcações, não trará maiores benefícios diretos e indiretos.

Tabela 61: Valor das Fiscalidades

PAÍS	VALOR DAS FISCALIDADES %
PORTUGAL	17%
SUÉCIA	20%
FRANÇA	20%
FINLÂNDIA	20%
DINAMARCA	20%
BÉLGICA	20%
ESPANHA	16% + 12% no primeiro registro
BRASIL	18 IPI + 18 ICMS*
RMBS	18 IPI + 18 ICMS** + 4% IPVA

Fonte: Diário de Notícias. Portugal. 14.12.1998

AGEM/UNIMONTE – pesquisa de campo, janeiro 2002

\* Valor para o estado de São Paulo.

De acordo com as tabelas anteriores pode-se concluir que as atividades náuticas podem crescer fortemente em toda a região durante os próximos anos, empurrado pela situação econômica e pelo crescimento dos fluxos turísticos, mas estas perspectivas só se concretizarão se forem criados novos portos de recreio, outras marinas e novos piers de atracação, além de ser estudada uma melhor forma de cobrança dos impostos sobre as embarcações.

### Cruzeiros Marítimos

Esta modalidade de turismo tem em Santos a porta de entrada para a RMBS.

Independentemente de legislações internacionais, a própria regulamentação brasileira sopra bons ventos para o turismo de cruzeiros marítimos. Por decisão do Ministério do Trabalho e Emprego, as embarcações internacionais que fizerem

navegação de cabotagem ligando portos brasileiros, terão em 2003 que ter 15% de brasileiros em sua tripulação. Esse percentual crescerá progressivamente até 2005, quando 30% dos empregos gerados pela cabotagem estarão reservados a brasileiros.

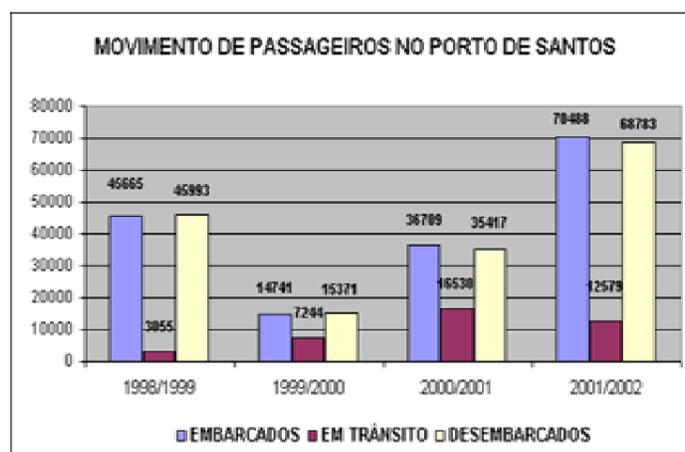
Tabela 62: Cruzeiros Marítimos em Números

PASSAGEIROS	1998/1999	1999/2000	2000/2001	2001/2002
EMBARCADOS	45665	14741	36709	70488
EM TRÂNSITO	3055	7244	16530	12579
DESEMBARCADOS	45993	15371	35417	68783
<b>TOTAL</b>	<b>94713</b>	<b>37356</b>	<b>88656</b>	<b>151850</b>

Fonte: Polícia Federal e Concais, publicado em A Tribuna 09/04/02, p. A12

Na temporada de verão de 2001/2002 Santos registrou a marca nacional de 151.000 turistas movimentados pelos cruzeiros marítimos que aqui chegaram ou partiram. Nosso país embarcou nessa onda em 1995, quando da liberação da cabotagem para navios estrangeiros operarem cruzeiros marítimos em nossa costa.

Gráfico 36: Movimento de Passageiros no Porto de Santos



Fonte: AGEM/UNIMONTE – Abril/2002.

Cruzeiros marítimos? No mundo, essa modalidade de turismo movimentou, em 2001, o total de 241 transatlânticos e têm em construção outros 59 nos estaleiros americanos, europeus e asiáticos. Até 2005 a frota de navios terá que contratar cerca de 70000 tripulantes em portos de escala. Em nosso país, anualmente, tem operado 7 navios e no porto de Santos 4.

Notícias da imprensa relatam que em Salvador, na Bahia, foi encerrada na primeira quinzena de abril de 2002 a melhor temporada de cruzeiros marítimos. A estação registrou 69 escalas de navios no Porto de Salvador, nove a mais que no ano passado. Mais de 70.000 turistas brasileiros e estrangeiros passaram pela cidade, utilizando-se do modal marítimo. Foram 20.000 a mais que o registrado na temporada anterior, representando um novo recorde.

Os visitantes ficaram de oito a vinte e quatro horas em Salvador. Os gastos estimados representam cerca de US\$ 50,00 por passageiro, aplicados diretamente em serviços e produtos, contribuindo para dinamizar a economia.

O porto dispõe de duas estações de passageiros, com alternativa de escolha para as agências operadoras dos navios, um balcão de informações turísticas em convênio com a Faculdade de Turismo da Bahia e mais flexibilidade de programação quando acontecer a passagem de mais de um navio pelo porto.

Muito se discute sobre o número de passageiros que circulam junto ao terminal de passageiros do porto de Santos. Observa-se que pouco ou quase nada se tem falado do passageiro em trânsito, que é o turista que vem, visita, gasta e gera movimento econômico.

Não discutimos uma maior permanência dos navios junto do porto. Em Búzios, uma cidade do Estado do Rio de Janeiro, sem porto, os navios permanecem por 24 horas, ou mais, deliciando os comerciantes e prestadores de serviços locais. O que se pergunta é: temos menos atratividade que Búzios? Somos menos receptivos que os baianos?

Neste caso, os roteiros turísticos regionais devem ser oferecidos aos passageiros dentro dos navios, pelos órgãos regionais, municipais e pelas agências operadoras, mediante ofertas e incentivos a uma maior permanência, exatamente do passageiro em trânsito. Estes números confirmam que somos um excelente mercado emissor.

#### Fomentos ao Turismo Náutico Regional

A natural hidrovia deve ser considerada, ao lado do estabelecimento de infra-estrutura de transporte náutico e de turismo, um meio que possibilite a geração de empregos e, a par da dinâmica intra-regional dos demais meios de transporte coletivo de passageiros e do transporte de mercadorias produzidas e distribuídas, o transporte hidroviário deve ser entendido como um modal que desafogue o sistema viário terrestre, sabidamente problemático em épocas de grande demanda.

Os roteiros turísticos marítimos deverão ser privilegiados pelas administrações públicas, mas um deles pode ser exemplificado como roteiro piloto. O roteiro náutico das fortalezas de São João em Bertioga, de São Felipe, Santo Antonio da Barra Grande, do Farol de Itapema e dos Andradas no Guarujá e, do Itaipu em Praia Grande. Intercalados com praias para banhos e mergulhos, como Canto do Forte em Praia Grande, Itaquitanduva em São Vicente, Enseada no Guarujá, e Canal de Bertioga, pode-se completar vários dias de visitas pois ainda ficam faltando os atrativos naturais e gastronômicos da Ilha Diana, em Santos. Variantes desse roteiro básico podem incluir, como citado anteriormente, com a utilização de catraias, os contrafortes da Serra do Mar, os aspectos do porto e das indústrias, além da vegetação de mangue típica da região estuarina de Santos e Cubatão. Para o litoral sul, com a navegação em mar aberto pode-se chegar a Peruíbe, mergulho nos parciais de Itanhaém e a trivial gastronomia caiçara.

#### 2.4.3 – Segmento de Mercado: TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

O Turismo Histórico-Cultural envolve programações para os seguintes públicos: estudantes universitários de História Geral, História do Brasil e de História direcionada para campos específicos de interesse: arte, cultura, costumes, povos, economia; política etc; estudantes universitários das disciplinas correspondentes aos campos de interesse acima referidos e

outros, para os quais o conhecimento histórico pode ser relevante; estudantes do ensino fundamental e do ensino médio, como estudo in loco de cenários da História do Brasil; e pessoas interessadas em aspectos históricos de uma localidade.

#### 2.4.4 – Segmento de Mercado: TURISMO CULTURAL

Este segmento recobre um espectro muito amplo de interesses, tanto pela diversidade de modalidades artísticas como pelos níveis ou origens de expressão: popular, de massa, erudita, urbana, rural, nativa etc. O que parece caracterizá-lo mais fortemente é a intenção de apreciar manifestações e obras de arte, pelo aspecto estético ou histórico. O Turismo Cultural apresenta níveis diversos de programação, tanto em modalidades artísticas como na amplitude do interesse. Os roteiros mais genéricos incluem visitas a museus e construções de relevante valor arquitetônico. Atraem pessoas que pretendem experimentar a sensação de observar de perto obras culturais importantes. Mas existem interesses bastante específicos, como conhecer os locais em que viveu determinado artista, procurar entender, a partir desse contato, o ambiente e as circunstâncias que motivaram a criação das obras. À medida que o interesse estético ou histórico mistura-se com o interesse recreativo e de lazer, cedendo espaço para a participação lúdica ou o divertimento puro e simples, as fronteiras entre o Turismo Cultural e Turismo de Lazer tornam-se muito tênues. A área cultural onde mais se manifesta esse cruzamento é o folclore, pois se, por um lado, as festas folclóricas tendem a se transformar em espetáculos, com requintes de produção em muitos casos, conservam sempre uma reserva para a participação popular ativa. Seus consumidores são estudantes universitários das diversas modalidades de arte, como música, pintura, literatura, arquitetura, dança, teatro etc; artistas; e o público em geral apreciador de eventos culturais.

#### 2.4.5 – Segmento de Mercado: TURISMO DE PESCA ESPORTIVA

Este segmento, que começou a ser desenvolvido nos Estados Unidos, na década de 70, com a implantação dos primeiros parques "catch and release" (pegue e solte), é uma modalidade de significativo crescimento no Brasil. A pesca esportiva une a recreativa prática atual dessa atividade econômica milenar ao moderno conceito de ecologia e preservação do meio-ambiente. Nos últimos anos, os aficionados da pesca esportiva já ultrapassaram 30 milhões de pessoas, no Brasil. Só no Estado de São Paulo existem mais de mil e quinhentos espaços "pesque-pague". Inclui ainda a pesca amadora, em espaços públicos como plataformas, paredões, pedras, encostas, pontes etc.

Segundo a CBPDS - Confederação Brasileira de Pesca e Desportos Sub-aquáticos as atividades de pesca e mergulho sofrem da ineficiência estrutural da falta de popularização e dos altos custos da atividade e estes, acreditam seus dirigentes, poderiam ser reduzidos com a maior oportunidade de consumo.

Em nossa região os especialistas recomendam que a pesca e maricultura devem ser compreendidas como sendo ambas complementares pois, individualmente, são insuficientes enquanto geradoras exclusivas de renda para todas as famílias que as demandariam e neste aspecto o incentivo da atividade desenvolve-se em duas linhas mestras:

a) recifes artificiais - colocação de recifes contra a pesca de arrasto junto da costa, protegendo os recursos marinhos. O retorno financeiro virá do aumento da produtividade e pela organização, através das colônias de pesca e associações/cooperativas para coleta, tratamento e comercialização (atentando-se para a distribuição da produção). Nesse sentido, o Instituto de Pesca da Secretaria da Agricultura vem desenvolvendo "fazendas marinhas", podendo ser integradas às atividades de vendas de matrizes, criando mercado e envolvendo comunidades tradicionais no restante do processo produtivo.

b) formação profissional - desenvolver as profissões voltadas para o mar, complementando a anteriormente intensa atividade pesqueira da região. O turismo náutico é um exemplo dessas possibilidades, cabendo investigar outras mais, com as populações autóctones e suas respectivas colônias.

Nestes dois aspectos pode-se prever que o turismo náutico, incluindo o ambiente de águas externas, terá a capacidade de desenvolver parte da atividade turística da região especialmente se explorado pelos próprios habitantes. Estes deverão ser incentivados e treinados para organizar a promoção desta modalidade.

É natural que - caiçaras - moradores das praias, ilhas e demais comunidades, sejam aqueles capazes de uma primeira prestação de serviços turísticos com suas embarcações. Assim a ajuda social deve ser completada por um sistema de suporte na segurança e salvatagem. É o serviço que, em várias partes do mundo, as guardas costeiras proporcionam a toda comunidade interessada nas atividades de pesca e desportos náuticos.

Também o desenvolvimento e suporte ao SINAU - Sistema de Informações de Naufrágio, que é um banco de dados sobre os naufrágios do Brasil, deve ser incentivado pelos órgãos públicos e organizações não governamentais, e aberto a todos os mergulhadores e interessados. Nele, permanentemente atualizados, deverão estar presente dados históricos e técnicos, entre outros, sobre os naufrágios ocorridos em nossa costa.

Atualmente, com a facilidade das redes de informação, um grupo de mergulhadores de naufrágios, desejosos de eliminar este problema criou um sistema aberto, onde todos podem contribuir com informações, resgatando rapidamente e para sempre parte importante da história naval do Brasil. O SINAU não é um produto, mais uma espécie de cooperativa onde os vários participantes alimentam o banco de dados auxiliando na criação de novas versões mais completas e seguras.

Assim, entende-se que será necessário incentivar a adoção do SINAU da Região Metropolitana, como uma das formas de fomento ao turismo náutico que se pretende.

Também da rede de informações pode-se coletar no endereço da CBPDS - Confederação Brasileira de Pesca e Desportos Sub-aquáticos que o número de escolas de mergulho e clubes de pesca no Estado de São Paulo é pequeno quando se compara a região litorânea com o interior. Paradoxalmente incoerente e descabido. Clubes e instituições de ensino com equipamentos para aulas teóricas e práticas podem e devem incentivar esta atividade, inclusive atraindo turistas que após o curso já teriam a oportunidade do batismo no mar quando o mesmo puder oferecer condições de confiança.

Tabela 63: Comparativo de Clubes de Pesca e Escolas de Mergulho

ESTADO DE SÃO PAULO	CLUBE DE PESCA	ESCOLA DE MERGULHO
CAPITAL E RMSP	7	11
INTERIOR E LITORAL	8	27
RMBS	3	7

Fonte: <www.atares.com.br>

#### 2.4.6 – Segmento de Mercado: TURISMO DE LAZER

Caracterizamos este segmento como o público-alvo formado em torno de dois interesses centrais: Recreação – compreende os turistas que buscam momentos de descontração ativa, participando de atividades que se caracterizam principalmente como passatempo: passear ao ar livre, praticar esportes enquanto meio de convivência social, freqüentar locais de diversão e entretenimento públicos, como parques e praças, ou de organizações privadas, como locais de jogos e brincadeiras (boliche, videogames etc); e Contemplação – compreende os turistas que buscam momentos de descontração passiva, como atividade de repouso, descanso e relaxamento: apreciar uma paisagem, observar o movimento das ruas, a arquitetura e a urbanização da localidade, olhar vitrines etc.

#### 2.4.7 – Segmento de Mercado: TURISMO GASTRONÔMICO

A importância da gastronomia para o Turismo pode ser ilustrada pela reputação mundial do Michelin, guia para motociclistas e ciclistas lançado em 1900 que, desde 1926, avalia a qualidade dos restaurantes de diversos países, atribuindo-lhes uma classificação cujos critérios nunca foram revelados. Certas localidades são famosas, entre outros motivos, pela riqueza da sua culinária. Embora seja quase sempre um fator complementar de atratividade turística, a gastronomia possui um apelo muito forte ao prazer e, conseqüentemente, à alegria. Blumenau (SC) impulsionou o seu turismo unindo esses dois aspectos quando, em 1984, transplantou para a cidade o clima de um evento tradicional de Munique, na Alemanha: a *Oktoberfest*. Com o sucesso da *Oktoberfest*, várias cidades do Estado de Santa Catarina resolveram apostar no mesmo segmento, realizando festivais gastronômicos alternativos na mesma época, de tal modo que o mercado passou a se referir às "festas de outubro" catarinenses: Joinville com a Fenachopp - Festa Nacional e Internacional do Chope; Itajaí com a Marejada (cozinha portuguesa); Brusque, com a Fenarreco - Festival Nacional do Marreco.

#### 2.4.8 – Segmento de Mercado: TURISMO DE NEGÓCIOS

A expressão Turismo de Negócios é mais apropriada para denominar o segmento formado por executivos e empresários que viajam para reuniões privadas, com o objetivo de discutir bases de transações, estabelecer alianças e parcerias, realizar fusões de empresas, bem como para fechar negócios, adquirindo produtos, insumos e artigos. É o que se pode constatar, por

exemplo, através de uma publicação como o “Estudo da Demanda Internacional 2000”, da Embratur, na qual o “motivo de viagem” estabelece uma distinção entre “negócios” e “congressos e convenções”.

#### 2.4.9 – Segmento de Mercado: TURISMO EDUCACIONAL-CIENTÍFICO

A denominação deste segmento envolve duas modalidades de um segmento mais abrangente ao qual podemos nos referir como Turismo de Estudos. O Turismo Educacional está mais vinculado ao interesse acadêmico ou de enriquecimento curricular, e seus nichos de maior atratividade atualmente estão nas viagens ao exterior para estudo e prática de idiomas, muitas vezes conjugadamente com programação cultural e de lazer. O Turismo Técnico-Científico diz respeito a propósitos de aperfeiçoamento profissional, e envolve o conhecimento *in loco* de processos industriais e laboratoriais que podem acrescentar a experiência de uma importante convivência com situações reais da área técnica.

#### 2.4.10 – Segmento de Mercado: TURISMO DE EVENTOS

Desmembramos este segmento em três grandes grupos: Eventos Técnico-Científicos – grupo formado por participantes de eventos do tipo congresso, convenção, conferência, seminário, simpósio e outros. Sua característica marcante é o encontro de profissionais e especialistas de uma área do conhecimento, na troca de informações sobre novas descobertas e propostas que representem aperfeiçoamentos ao setor. Seus participantes geralmente estão ligados a uma mesma instituição ou a instituições congêneres; Eventos Artístico-Culturais – grupo formado por participantes de espetáculos, shows, concertos e outros tipos de exposições de caráter estético. O público é constituído por artistas e pessoal técnico (diretamente ligados à produção do evento) e o público, que em geral não possui ligações institucionais com os promotores do evento, como acontece no grupo anterior; e Eventos Comerciais – grupo formado por feiras e mostras comerciais, cujo público pode ser de empresários e executivos (feiras profissionais) em busca de compras especiais ou negociação de contratos, como ou de visitantes comuns, com o objetivo de conhecer os produtos e eventualmente comprar (feiras promocionais).

#### 2.4.11 – Segmento de Mercado: TURISMO ESPORTIVO

Para a exploração deste segmento, é importante considerar dois grupos principais de consumidores: os simpatizantes da atividade esportiva e os praticantes de modalidades esportivas. O primeiro grupo inclui as pessoas que acompanham programações esportivas, indo aos estádios e ginásios, assistindo competições pela televisão, acompanhando as notícias e debates pelos jornais, revistas e programas especializados. São os torcedores de clubes, os fãs de atletas, os admiradores de uma modalidade esportiva. O segundo grupo de turistas deste segmento é formado pelos praticantes de esportes, que podem ser desmembrados em dois subgrupos: profissionais do esporte, compreendendo aqueles que atuam em competições oficiais,

estando de alguma forma ligados a atividades programadas por associações e entidades representativas; e esportistas amadores e diletantes, que praticam espontaneamente o esporte, sem qualquer compromisso com agendas ou competições.

#### 2.4.12 – Segmento de Mercado: TURISMO RURAL

Turismo Rural diz respeito ao conjunto de atividades que compõem a vida no campo, envolvendo a experiência do dia-a-dia das fazendas, o convívio com camponeses, a montaria de cavalos, as plantações, pastagens, o sabor de alimentos comidos diretamente da fonte.

#### 2.4.13 – Segmento de Mercado: TURISMO AVENTURA

Caminhadas (trekking), canoagem, ciclismo e mergulho são algumas das modalidades que compõem o Turismo de Aventura. Quase sempre este segmento apresenta íntima ligação com o Turismo Esportivo e, em alguns casos, aproxima-se do Turismo Ecológico. O que diferencia o Turismo de Aventura destes últimos, entretanto, é a condição de risco implícita na atividade, ainda que muitos pacotes enfatizem a segurança da programação e o grau de conforto, que pode ir do nível de luxo a categorias bastante simples, contando apenas com o essencial. Mas descer um rio em um bote especial (rafting), levado por uma correnteza agitada, ainda que seja entendido apenas como prática esportiva, sempre implica um risco. Igualmente uma caminhada por lugares selvagens e íngremes pode proporcionar um contato bastante estreito e ser uma forma instigante de conviver com a natureza, mas ao mesmo tempo pode se transformar em perigosa experiência. É justamente essa característica que faz com que tais pacotes sejam enquadrados como "turismo radical", pois testam a capacidade máxima de resistência das pessoas, levando-as ao limite de sua competência.

#### 2.4.14 – Segmento de Mercado: TURISMO SAÚDE

A busca de melhor condição física, através de tratamentos preventivos ou de recuperação, sempre foi um estímulo forte na história da humanidade, como o comprovam os banhos em tanques de águas preparadas, existentes há séculos. Foi essa aspiração humana que deu origem a um segmento turístico bastante dinâmico, como o é o Turismo Estética e Saúde. A alternativa mais comum é constituída pelas estâncias hidrominerais ou de águas termais, cidades ou regiões que possuem fontes de águas especiais, de características terapêuticas e medicinais. Os segmentos que buscam benefícios estéticos, melhorando a forma e o condicionamento físicos, constituem o público-alvo dos "spa's", hotéis em que o cliente é submetido a regime alimentar e rotina de atividades com o objetivo de emagrecimento ou modelagem corporal. O segmento tem encontrado cada vez maior impulso, com a descoberta de novas fontes e, conseqüentemente, com a chegada ao mercado de outras opções de estâncias hidrominerais e águas termais.

#### 2.4.15 – Segmento de Mercado: TURISMO MÍSTICO

O Turismo Místico tem como diferencial o fato de implicar uma crença religiosa, uma crença na vida espiritual, na existência de forças sobrenaturais e da divindade como origem do universo e de suas leis. Não há necessariamente uma afiliação a agremiações religiosas formalmente constituídas. Por outro lado, em culturas sincréticas, os místicos podem participar até de várias instituições, e compreendem várias tendências que se consolidaram nas últimas décadas do Século XX, que vão da auto-ajuda até a crença em anjos e duendes, passando pela comunhão com a natureza como meio de contato com o universo.

Normalmente, o público deste segmento é predisposto a visitar regiões que fascinam por algum tipo de mistério envolvendo fatos, pessoas ou locais. São pessoas sensíveis a apelos sobre situações estranhas, fatos inexplicáveis, criaturas fantasmagóricas, poderes mágicos, mitologia, ocorrências miraculosas, aparições fantásticas, objetos não identificados. Em geral, há uma relação entre esses itens e a convivência, contemplativa e propícia à meditação, com o ambiente natural.

A atratividade deste segmento tem crescido ultimamente, pelo interesse cada vez maior que vem sendo constatado principalmente através da literatura (realismo fantástico) e do cinema (histórias sobrenaturais), e pela valorização dos atrativos dessa natureza, mesmo em localidades que, possuindo outros tipos de atrativos, procuram explorar turisticamente eventuais aspectos misteriosos de sua história.

Na região da Baixada Santista, temos várias histórias e lendas de caráter místico, que fazem parte do saber folclórico do povo, mas que não são devidamente exploradas como elementos fomentadores de interesse para este segmento. Em alguns casos, como a crença em extraterrestres e objetos voadores não identificados, já existe uma certa tendência nesse sentido, como tem acontecido em Peruibe.

#### 2.4.16 – Segmento de Mercado: TURISMO DE RAÍZES

Este segmento caracteriza-se por oferecer aos habitantes de um país, com tradição histórica colonizadora, os locais nas terras colonizadas que guardam as marcas de sua cultura e de seus antepassados.

#### 2.4.17 – Segmento de Mercado: TURISMO DA TERCEIRA IDADE

Este é um segmento cada vez mais expressivo no mercado turístico. Começou com iniciativas de cunho social, em entidades como o SESC - Serviço Social do Comércio, buscando envolver os idosos em atividades de lazer e recreação, ocupando o tempo disponível e estimulando a convivência. Aos poucos, as viagens foram ganhando relevância, e os setores oficiais passaram a prestar apoio com a criação de clubes da Terceira Idade, Maior Idade, Melhor Idade e outras denominações. Uma comparação entre o diagrama que representa a configuração das faixas etárias do Brasil na década de 60 (uma pirâmide) e o desenho da situação atual (uma espécie de cilindro destorcido, um pouco dilatado no meio e estreitado em cima) vai mostrar que a população brasileira está ficando mais velha, como decorrência da elevação do período médio de vida e de uma conscientização crescente sobre a necessidade do controle da natalidade. Considerando-se que o idoso vive uma condição ideal

para usufruir o tempo livre, é um público de grande interesse para a indústria turística, uma vez que pode preencher os espaços normalmente ociosos da baixa estação, desde que sejam oferecidas propostas atrativas. O turismo para a Terceira Idade não se esgota em programas de recreação ou de saúde. Um bom trabalho de avaliação mercadológica sempre pode descobrir novas oportunidades em segmentos existentes. A título de ilustração, citamos a criação de pacotes de estudos no exterior para a Terceira Idade. Usando o mesmo sistema de intercâmbio cultural usufruído pelos jovens, já existem pacotes em que os idosos podem aperfeiçoar idiomas no exterior, hospedando-se em casa de família e freqüentando salas de aula com pessoas de outras idades. A diferença de tratamento ocorre apenas na programação extra-estudos, com atividades mais adequadas à condição física do idoso.

#### 2.4.18 – Segmento de Mercado: TURISMO INFANTO-JUVENIL

Este segmento de mercado vem crescendo progressivamente nos últimos anos, desde a criação das viagens desacompanhadas (acampamentos, parques temáticos), programações de estudo de meio e até a reformulação de produtos para absorver essa clientela, como a transformação conceitual de navios, de hotéis em trânsito para centros de entretenimento flutuantes. Tem uma característica estratégica especial, no que tange à conquista do consumidor. A questão central para o sucesso de uma proposta de turismo para o público infanto-juvenil diz respeito à observância de três fatores:

- a) obter a convicção dos pais ou responsáveis quanto à importância, para a criança, da experiência e do conhecimento proporcionados pela viagem. No caso, a Baixada Santista pode contar pelo menos com um grande diferencial, no aspecto do conhecimento histórico;
- b) oferecer tranquilidade aos pais, quanto às condições de segurança, de proteção contra riscos à integridade física dos menores;
- c) articular a programação com atividades específicas de instituições do centro emissor, como escolas e associações representativas (comerciárias, industriárias etc). Englobamos em um só segmento as faixas etárias, infantil e juvenil, porque a avaliação dos fatores acima depende muitas vezes das circunstâncias familiares, sociais e culturais dos consumidores, de modo que algumas propostas de turismo podem ser dirigidas tanto às crianças no limite superior da faixa etária infantil como aos adolescentes no limite inferior de sua faixa, caracterizando um espaço misto, infanto-juvenil. Mas existem possibilidades de se estimular faixas mais específicas de idade, exclusivamente infantil e exclusivamente juvenil.

#### 2.4.19 – Segmento de Mercado: TURISMO SOCIAL

Este segmento está estreitamente ligado à própria história do desenvolvimento do turismo moderno. Afinal, antigamente o *grand tour* era privilégio apenas das classes abastadas, que mandavam os filhos para importantes centros de estudos visando à sua formação, e de aventureiros que descortinavam novos horizontes em busca de produtos para

comercialização. Foi somente em meados da década de 30, com a instituição das férias remuneradas como direito dos trabalhadores em vários países, que esse tempo de lazer - um período de folga do trabalho - deu margem à possibilidade de viagens de maior duração. Entretanto, como os recursos financeiros da classe operária não permitiam fazer frente aos preços das viagens tradicionais, programas voltados para esse público começaram a ser desenvolvidos pelas associações dos trabalhadores, numa faixa acessível de valores e sem fins lucrativos. Uma das soluções encontradas para baratear os custos foi a construção de colônias de férias, que ofereciam acomodações e alimentação compatíveis com o seu rendimento. Outras soluções, como ocupação de albergues da juventude e locação de residências por determinado período, eram também utilizadas. O princípio básico do Turismo Social é a facilitação ou subsídio de viagens em condições básicas satisfatórias de transporte, acomodação, alimentação e entretenimento, com programação variada e de interesse comum, envolvendo a participação dos próprios beneficiários. Organizações como SESC e associações representativas de funcionárias de grandes empresas desenvolvem programações de Turismo Social. A atratividade deste segmento não é muito expressiva, sob o ponto de vista da lucratividade, mas pode significar um ingresso regular de receita, principalmente na alta estação, estendendo à baixa estação pela exploração do segmento em fins de semana.

### 3 – Avaliação das Oportunidades

#### 3.1 – Tendências e Perspectivas do Turismo

Entre as principais exigências para o desenvolvimento do turismo receptivo na região metropolitana da Baixada Santista está o preenchimento da baixa estação ou, pelo menos, de se obter um razoável aumento dos índices de demanda e ocupação de serviços, diminuindo o desequilíbrio entre a baixa e a alta estação.

A questão encaminha-se assim para identificar o tipo de turista que pode demandar a região em épocas fora das temporadas de férias. Entre os segmentos com disponibilidade para esse período estão o Turismo de Eventos e Negócios, e a Terceira Idade, setor de crescente representatividade no mercado.

A escolha dessas diretrizes impõe a definição de um perfil de turismo a ser estabelecido para a Baixada Santista, e o estabelecimento de estratégias para captar essa nova demanda, um público de turistas com pouco relacionamento com a região e originados de áreas geograficamente mais distantes.

#### 3.2 – Matriz de Atratividade do Mercado x Competitividade da Região Metropolitana da Baixada Santista

Para confirmar a visão futura que as tendências parecem impor ao turismo no mundo, no Brasil e, por consequência, na Região Metropolitana da Baixada Santista, procuramos analisar os vários segmentos de mercado em relação a dois fatores primordiais:

- a atratividade de mercado de cada um deles, segundo as referências atuais, vale dizer, a identificação das condições do Ambiente de Marketing para a exploração de oportunidades, pesando as circunstâncias favoráveis e desfavoráveis;
- a competitividade apresentada pela Baixada Santista para disputar uma fatia representativa de cada segmento, vale dizer, a identificação das condições de ação mercadológica da Baixada Santista, pesando os pontos fortes e fracos.

Com isso, adotamos a matriz de atratividade/competitividade desenvolvida pela agência de consultoria McKinsey (também conhecida como Matriz GE), adaptada ao setor de turismo, a partir de indicadores especificados em anexo deste trabalho.

Para identificar e avaliar as oportunidades mercadológicas que se apresentam para o desenvolvimento do turismo na RMBS, é utilizada a Matriz GE, também conhecida como Matriz McKinsey, ou “matriz de atratividade/competitividade”. Esse recurso analítico busca mapear as Unidades Estratégicas de Negócios, posicionando-as em áreas que representam políticas gerais de investimento. Uma Unidade Estratégica de Negócios (UEN) é um setor de uma organização que pode ser planejado e desenvolvido com autonomia em relação a outros setores da organização. No Turismo Receptivo, os segmentos de mercado são usualmente considerados Unidades Estratégicas de Negócios.

As UENs são mapeadas a partir de duas referências, dispostas cartesianamente em uma representação bidimensional. Um eixo mede a atratividade mercadológica da UEN, isto é, a representatividade atual da Unidade no mercado, sua lucratividade e perspectivas de crescimento. Normalmente, a posição é dividida em três níveis de intensidade: baixa, média e alta atratividade mercadológica. O outro eixo mede a competitividade da organização no mercado daquela UEN, isto é, se existem vantagens competitivas ou potencialidade de exploração de recursos que coloquem a organização em um patamar razoável de disputa mercadológica. Também se costuma estabelecer três níveis de intensidade: baixa, média e alta competitividade mercadológica.

Com isso, o diagrama resultante do cruzamento desses dois eixos produz nove áreas que representam políticas gerais de investimento, que, por sua vez, podem ser condensadas em três áreas, conforme distinção feita na figura.

Assim, com a avaliação dos itens caracterizadores da Atratividade de cada um dos segmentos abordados, bem como da Competitividade respectiva da RMBS (conforme parâmetros e procedimentos detalhados no Adendo), podemos identificar prioridades e estabelecer estratégias direcionadas ao melhor aproveitamento das condições mercadológicas.

A aplicação dessa técnica ao plano de desenvolvimento turístico da Baixada Santista sofreu uma adaptação no processo de avaliação dos dois eixos citados (atratividade mercadológica dos diversos segmentos e competitividade da Baixada Santista em cada um deles), nos seguintes termos:

a) à falta de dados estatísticos consolidados sobre a situação e tendências do turismo na região, bem como a indisponibilidade de informações mais precisas sobre alguns fatores relativos aos segmentos em si (como lucratividade, por exemplo), foi utilizado o recurso da consulta a especialistas, um expediente bastante usado em pesquisas de mercado, muitas vezes em caráter de aferição do senso técnico, com o objetivo de reunir um conjunto de percepções que levasse a um resultado de razoável credibilidade. É evidente que, em etapa posterior do plano, novas aferições deverão ser conduzidas à luz de dados mais objetivos, o que só será possível com a implantação de um sistema institucionalizado de coleta e análise de informações, que é objeto de sugestão deste estudo, mais adiante;

b) a avaliação dos segmentos de mercado foi solicitada a 6 (seis) grupos de especialistas, originados da própria equipe de elaboração do plano, que trabalharam em dupla na tarefa de identificar as posições caracterizadoras de cada segmento;

c) a avaliação tomava por base 3 (três) fatores qualificadores da Atratividade Mercadológica de cada segmento de mercado, e 4 (quatro) fatores qualificadores da Competitividade Mercadológica da RMBS em cada segmento de mercado, a saber:

##### **Atratividade do Segmento de Mercado**

- Participação do Segmento de Mercado na Demanda Turística Total
- Lucratividade do Segmento de Mercado
- Crescimento do Segmento de Mercado

##### **Competitividade Mercadológica da RMBS em cada Segmento de Mercado**

- Condição competitiva da RMBS em termos de custo e acesso no Segmento de Mercado
- Condição competitiva da RMBS em termos de infraestrutura e atendimento, no Segmento de Mercado
- Esforços de divulgação da RMBS, no Segmento de Mercado
- Participação da RMBS no Segmento de Mercado

d) para cada um desses fatores foram enunciadas 9 (nove) possíveis posições caracterizadoras, com atribuições respectivas de peso de 1 a 9, mas sem a identificação da ponderação de cada fator. Todos esses elementos constam em Anexo deste relatório;

e) não foi estabelecido qualquer peso diferencial para cada fator qualificador, vale dizer, todos os fatores qualificadores têm igual importância.

O resultado geral das análises efetuadas pela equipe apontou os números do quadro abaixo, que deram origem à Matriz de Atratividade e Competitividade:

Segmento de Mercado	Atratividade		Competitividade	
	Peso total	Peso médio (a)	Peso total	Peso médio (b)
1	89	4,94	109	4,54
2	90	5,00	87	4,01(c)
3	105	5,83	108	4,50
4	99	5,50	102	4,25
5	90	5,00	101	4,21
6	131	7,27	135	5,62
7	113	6,27	102	4,25
8	142	7,89	116	4,83
9	76	4,22	100	4,17
10	117	7,80(d)	98	4,90(e)
11	99	5,50	137	5,71
12	93	5,17	61	2,54
13	88	4,89	101	4,21
14	88	4,89	90	3,75
15	77	4,28	98	4,08
16	83	4,61	79	3,29
17	117	6,50	131	5,46
18	92	5,11	115	4,79
19	100	5,55	161	6,70

Obs.

(a) Peso total dividido por 18 (3 fatores x 6 avaliações).

(b) Peso total dividido por 24 (4 fatores x 6 avaliações).

(c) Uma das equipes não avaliou dois fatores. Para evitar distorções, foi feita uma necessária compensação, o que resultou na divisão por 22 (aprox.).

(d) Uma das equipes não avaliou, de modo que o peso total foi dividido por 15 (3 fatores x 5 avaliações)

(e) Uma das equipes não avaliou, de modo que o peso total foi dividido por 20 (4 fatores x 5 avaliações).

A Matriz de Atratividade/Competitividade resultante situa, assim, os segmentos em três áreas estratégicas para investimentos.

**Segmentos de alta oportunidade para investimentos: desenvolvimento intensificado e aprimoramento prioritário dos produtos e recursos, novos e atuais**

Nesta área temos os seguintes segmentos:

Turismo de Negócios (8)

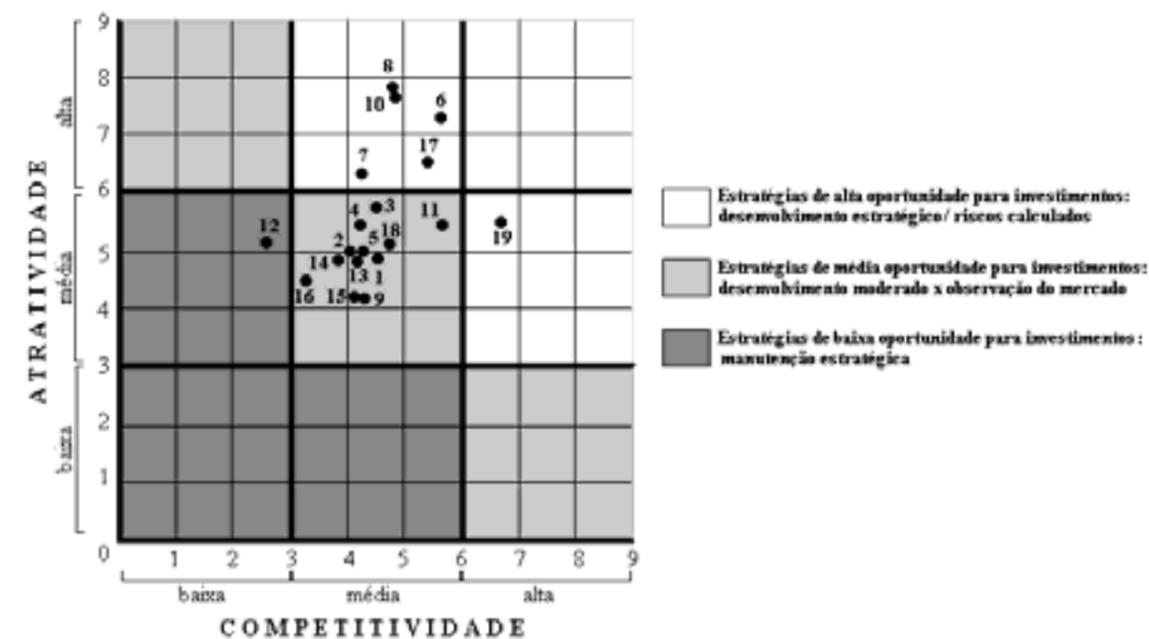
Turismo de Eventos (10)

Turismo de Lazer (6)

Turismo da Terceira Idade (17)

Turismo Gastronômico (7)

Turismo Social (19)



**Legenda**

Segmentos	Atrat	Comp	Segmentos	Atrat	Comp
1. Turismo Ecológico	4,94	4,54	10. Turismo de Eventos	7,80	4,90
2. Turismo Náutico	5,00	4,01	11. Turismo Esportivo	5,50	5,71
3. Turismo Histórico-Cultural	5,83	4,50	12. Turismo Rural	5,17	2,54
4. Turismo Cultural	5,50	4,25	13. Turismo de Aventura	4,89	4,21
5. Turismo de Pesca Esportiva	5,00	4,21	14. Turismo Saúde	4,89	3,75
6. Turismo de Lazer	7,27	5,62	15. Turismo Místico	4,28	4,08
7. Turismo Gastronômico	6,27	4,25	16. Turismo de Raízes	4,61	3,29
8. Turismo de Negócios	7,89	4,83	17. Turismo da Terceira Idade	6,50	5,46
9. Turismo Educ.-Científico	4,22	4,17	18. Turismo Infante-Juvenil	5,11	4,79
			19. Turismo Social	5,55	6,70

A Baixada Santista apresenta alta condição de competitividade apenas no Turismo Social. Nos segmentos de Lazer e Terceira Idade, a condição é de média competitividade, numa posição que, supondo-se um esforço mais concentrado, poderia passar para uma situação de alta competitividade. Nos segmentos de Negócios e Eventos, haveria um esforço maior a ser canalizado para obtermos uma posição mais competitiva. O mesmo ocorre, de certa forma, com a situação do segmento de Turismo Gastronômico. No geral, a competitividade da RMBS nos segmentos de maior atratividade mercadológica não se encontra exageradamente defasada.

**Segmentos de média oportunidade para investimentos: desenvolvimento moderado e aprimoramento gradativo dos produtos atuais, em paralelo à observação (reação) do mercado**

Nesta área temos os seguintes segmentos:

Turismo Histórico-Cultural (3)

Turismo Cultural (4)

Turismo Esportivo (11)

Todos os demais segmentos apresentam, em geral, média atratividade mercadológica. Destacamos aqui os três principais segmentos, listados acima.

**Segmentos de baixa oportunidade para investimentos: manutenção estratégica dos produtos existentes**

Nesta área temos basicamente o segmento de Turismo Rural (12).



AGÊNCIA METROPOLITANA DA  
BAIXADA SANTISTA - **AGEM**