



Unidade de Ensino Médio e Técnico

ETEC - ADOLPHO BEREZIN

**ROTEIRIZAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS NA
BAIXADA SANTISTA**

Agência de Turismo Receptivo Mongatour

**ADRIANA ALENCAR
ANDRÉIA APARECIDA BURITI DE SOUZA**

**MONGAGUÁ
2023**



Unidade de Ensino Médio e Técnico

ROTEIRIZAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS NA BAIXADA SANTISTA

Agência de Turismo Receptivo Mongatour

**ADRIANA ALENCAR
ANDRÉIA APARECIDA BURITI DE SOUZA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção da Habilitação Profissional Técnica de TURISMO RECEPTIVO, no Eixo Tecnológico Turismo, Hospitalidade e Lazer, à Escola Técnica Estadual Adolpho Berezin, sob orientação do Professor Marcelo Hipólito de Moura.

**MONGAGUÁ
2023**

AGRADECIMENTOS

Primeiramente queremos agradecer a Deus que esteve ao longo de todo este percurso e tornou possível a realização do nosso sonho. ao término deste presente trabalho, agradecemos a todos aqueles que de alguma forma contribuíram para a finalização dele.

Dedicamos o nosso trabalho a cidade de Mongaguá a qual nós vivemos, trabalhamos e estudamos, sentimos o dever de cuidar e promover a propagação de ser uma cidade turística aos nossos professores e coordenadores do curso técnico de turismo que forneceram todo o suporte necessário para a realização do nosso projeto, além de nossos familiares, amigos e todos aqueles nos deram apoio a conclusão dele.

RESUMO

Após análise da região da costa da mata atlântica e da cidade de Mongaguá é notável a desvalorização turística parte do poder público e parte pelo poder privado, em relação ao seu potencial e demanda.

Portanto o projeto de realizar a Mongatuor, agência receptiva e especializada nas cidades da costa da mata atlântica e em especial Mongaguá tem como finalidade valorizar o potencial turístico da cidade, mostrando para o visitante uma diferenciada experiência em nossa região com produtos e atrativos turísticos poucos conhecidos devido ao turismo de sol e praia.

Fornecendo infraestrutura adequada ao visitante e ao cliente desde o momento de sua chegada, com o maior objetivo de se tornar uma agência referência na região e fazendo com que o turista possa retornar à cidade.

ABSTRACT

After analyzing the region of the coast of the Atlantic forest and the city of Mongaguá, the tourist devaluation, part of the public power and part by the private power, is remarkable, in relation to its potential and demand.

Therefore, the project to set up Mongatuor, a receptive and specialized agency in the cities of the Atlantic Forest coast and in particular Mongaguá, can favor the tourist potential of the city, showing the visitor a differentiated experience in our region with products and tourist tourists little known due to the sun and beach tourism.

Providing adequate infrastructure to visitors and customers from the moment they arrive, with the ultimate goal of becoming a reference agency in the region and allowing tourists to return to the city.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Viajando	26
Figura 2 - Para onde eu vou?	27

LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS

Gráfico 1 - Porcentagem da faixa etária dos participantes	21
Gráfico 2 - Tipologia de roteiros	21
Gráfico 3 - Porcentagem de participantes que conhecem a cidade de Mongaguá ..	22
Gráfico 4 - Porcentagem de participantes que costumam visitar os pontos e atrativos turísticos da cidade	22
Gráfico 5 - Pontos turísticos mais conhecidos pelos participantes.....	23
Gráfico 6 - Dificuldade para encontrar os pontos e atrativos turísticos	23
Gráfico 7 - Interessados ao acesso a uma agência de turismo local	24
Gráfico 8 - Interessados em produtos e serviços fornecidos.....	24
Gráfico 9 - Interessados em contratar um guia de turismo.....	25
Tabela 1 - Análise SWOT.....	20

LISTA DE SIGLAS

MONGATUOR - Mongaguá e turismo

EMBRATUR- Agência brasileira de promoção internacional do turismo

Sumário

AGRADECIMENTOS	3
RESUMO.....	5
ABSTRACT	6
LISTA DE ILUSTRAÇÕES.....	7
LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS	8
LISTA DE SIGLAS	9
INTRODUÇÃO	11
1. PROBLEMA DE PESQUISA	12
2. DELIMITAÇÃO DO TEMA	13
3. OBJETIVO GERAL	14
3.1 OBJETIVO ESPECÍFICO	14
4. USUÁRIO/BENEFICIÁRIO.....	15
5. VIABILIDADES	16
5.1 VIABILIDADE OPERACIONAL	16
5.2 VIABILIDADE ECONÔMICA	16
5.3 VIABILIDADE SOCIAL	16
5.4 VIABILIDADE AMBIENTAL	16
6. JUSTIFICATIVA.....	17
7. HIPÓTESE	18
8. METODOLOGIA.....	19
8.1 MÉTODOS DE ABORDAGEM	19
8.2 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS	19
9. ANÁLISE SWOT.....	20
9.1 ANÁLISE SWOT CRUZADA	20
9.2 PESQUISA DE CAMPO	21
10. REFERENCIAL TEÓRICO	26
10.1 Agências de viagens	26
10. 2 Roteirização no setor turístico	27
CONCLUSÃO.....	28
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	29

INTRODUÇÃO

Com base em observações sobre a região da costa da mata atlântica e principalmente da cidade de Mongaguá, foi perceptível a escassez de agências de Turismo receptivo que possa atender além da população local os visitantes, que demonstram interesse turístico na região, mas ao chegar não encontram infraestrutura adequada para recepcioná-los.

A Mongatour visa se tornar uma agência e operadora de turismo regional, que solucione essa problemática atendendo a demanda turística da cidade de Mongaguá e posteriormente de outras cidades, comercializando pacotes e serviços turísticos.

com a implantação da agência na cidade é previsto melhoria para os municípios, moradores e visitantes, já que as cidades e seus locais poderão ter a possibilidade de maior giro na economia local, com a chegada e o consumo de produtos e serviços turísticos, já os visitantes com opções variadas e facilidade em explorar a região com uma “agência especializada”.

1. PROBLEMA DE PESQUISA

Ao analisar a desvalorização turística da região e a escassez de produtos e serviços como roteiro Turísticos e passeios.

Nota se a importância da formulação de uma agência de turismo Especializada em roteiro regionais, solucionando assim a falta de conhecimento e interesse dos Turistas sobre os atrativos Turísticos das cidades da mata Atlântica em específico a cidade de Mongaguá.

2. DELIMITAÇÃO DO TEMA

O projeto teve início no Mês de outubro de 2022 na cidade de Mongaguá com a previsão de término no mês de dezembro de 2022, tendo assim um tempo de execução de 03 meses.

3. OBJETIVO GERAL

Desenvolver e implementar a Empresa Mongatour, agência de turismo e viagens, na cidade de Mongaguá visando fornecer produtos e serviços regionais para os locais ou população visitantes, posteriormente se tornando referência no seguimento e na localidade.

3.1 OBJETIVO ESPECÍFICO

Proporcionar experiência turística diferenciada para os nossos clientes através de estrutura e mão de obra qualificada e especializada.

4. USUÁRIO/BENEFICIÁRIO

Turistas, moradores e empreendedores.

5. VIABILIDADES

Qualidade do que é viável, daquilo que pode ser concretizado, possível desenvolvido.

5.1 VIABILIDADE OPERACIONAL

Para que o projeto seja realizado precisa se de um espaço adequado como um salão comercial, contendo estrutura adequada para recepcionar e atender os consumidores dos respectivos produtos e serviços da agência Mongatour, além de estrutura operacional básica como computadores e mobiliário de escritório.

5.2 VIABILIDADE ECONÔMICA

O custo para montagem da agência Mongatour é de aproximadamente trinta mil reais contando com toda a estrutura necessária para o início do projeto como por exemplo, toda a documentação, estrutura e infraestrutura, salão comercial, móveis e eletrônicos.

5.3 VIABILIDADE SOCIAL

O projeto da agência Mongatour fomentara para a região o maior fluxo de turistas e visitantes impactando na economia regional, e com a expansão do projeto há a possibilidade de geração de empregos na área de turismo em Mongaguá e nas demais cidades da região, Além de promover o lazer e novas experiências aos visitantes.

5.4 VIABILIDADE AMBIENTAL

Com o aumento de turistas na região em decorrência da agência Mongatour poderá haver um aumento significativo de resíduos e lixo nas cidades e pontos turísticos, além da degradação deles.

Para conter estes impactos a agência Mongatour poderá atuar com a propagação da informação referente ao impacto Ambiental negativo citado acima, conscientizando assim os seus consumidores.

6. JUSTIFICATIVA

Em pesquisas realizadas através de sites constata-se que a região da costa da mata Atlântica abriga a 4º cidade mais procurada do Brasil a "Praia Grande" recebendo quase 2 milhões de turistas todos os Anos Embratur. Portanto a pesquisa se justifica na criação da empresa Mongatour, agência de turismo e viagens especializada em roteiros regionais, assim canalizando esse público presente em nossa região e atendendo essa demanda.

7. HIPÓTESE

- Falta de propagação suficiente de informação dos atrativos turísticos
- Falta de roteirização
- Falta de visão empreendedora por parte do poder público e privado

8. METODOLOGIA

A metodologia, portanto, pode ser definida como uma ciência ou sistematização para chegar a um objetivo ou resultado.

8.1 MÉTODOS DE ABORDAGEM

O método de abordagem é o dedutivo pois segundo pesquisas de campo realizadas foi perceptível o interesse do público em atrativos da região e em ter acesso a uma agência especializada na localidade que forneça produtos e serviços como roteiros, estrutura e mão de obra qualificada como guias de turismo.

8.2 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS

A partir de informações coletadas através sites e pesquisas sobre a implantação de uma agência de turismo na cidade de estudo e a roteirização dos seus atrativos turísticos nota-se a importância do projeto para a região, confirma-se segundo o ministério do turismo (2007) a **roteirização** auxilia o processo de identificação, elaboração e consolidação de novos roteiros turísticos e, além disso, tem como função apontar a necessidade de aumento dos investimentos em projetos já existentes seja na melhoria da estrutura atual, seja na qualificação dos serviços turísticos oferecidos.

9. ANÁLISE SWOT

Tabela 1 - Análise SWOT

FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Atrativos a explorar • Inexistência da concorrência • Localização Geográfica privilegiada 	<ul style="list-style-type: none"> • Baixa procura em períodos chuvosos • Pouca mão de obra especializada
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Parcerias com o poder público e privado • Pioneerismo na cidade 	<ul style="list-style-type: none"> • A sazonalidade • As intempéries do tempo • Falta de apoio do poder público

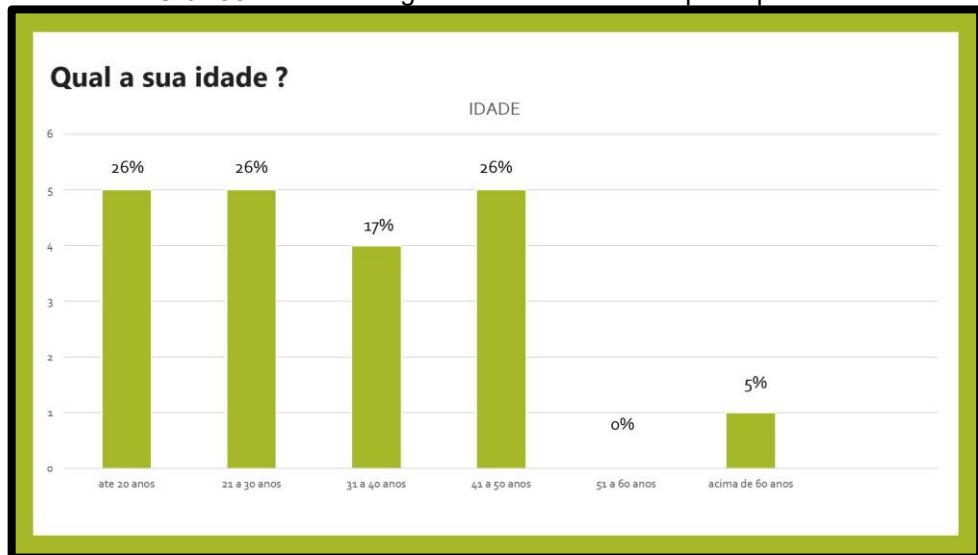
FONTE: Autoria própria

9.1 ANÁLISE SWOT CRUZADA

- **Estratégia ofensiva:** Iniciar o projeto com grande estratégia de marketing para ser referência e conseguir a captação de clientes,
- **Estratégia confortativa:** A sazonalidade pode ser reduzida com outras opções de roteiro adaptados para períodos de chuvas ou inverno.
- Aproveitar os intempéries do tempo para fazer atividades em lugares internos
- **Estratégia reforço:** Consolidar parcerias públicas e privadas
- **Estratégia defensivo:** Promover um ótimo marketing e serviço

9.2 PESQUISA DE CAMPO

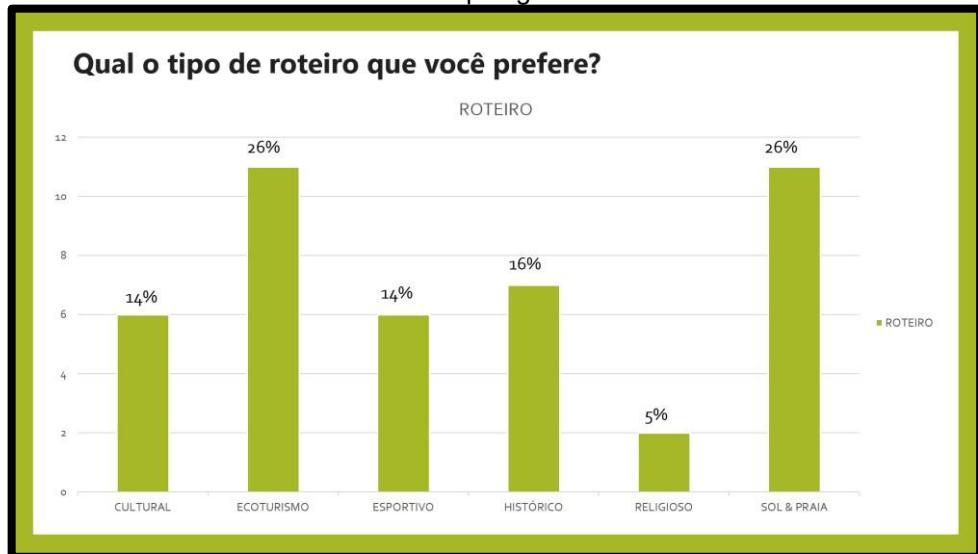
Gráfico 1 - Porcentagem da faixa etária dos participantes



FONTE: Elaboração dos alunos

O gráfico apresenta a faixa etária dos participantes da pesquisa, dado imprescindível para futuros estudos.

Gráfico 2 - Tipologia de roteiros



FONTE: Elaboração dos alunos

O gráfico apresenta a preferência do público participante em relação a tipologia de roteiros.

Gráfico 3 - Porcentagem de participantes que conhecem a cidade de Mongaguá



FONTE: Elaboração dos alunos

O gráfico apresenta a porcentagem de participantes da pesquisa que conhecem a cidade de Mongaguá.

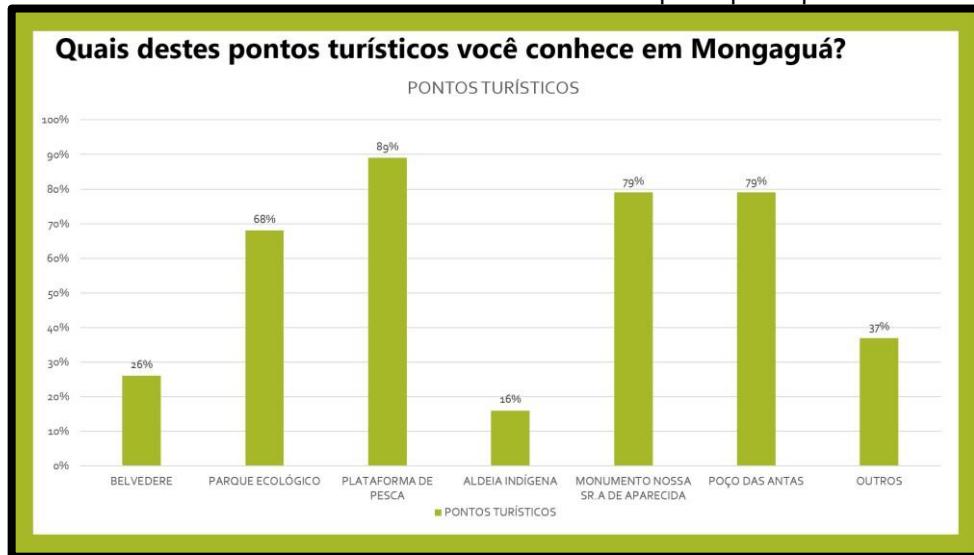
Gráfico 4 - Porcentagem de participantes que costumam visitar os pontos e atrativos turísticos da cidade



FONTE: Elaboração dos alunos

O gráfico apresenta a porcentagem de participantes da pesquisa que demonstram visitar turisticamente a cidade de Mongaguá.

Gráfico 5 - Pontos turísticos mais conhecidos pelos participantes

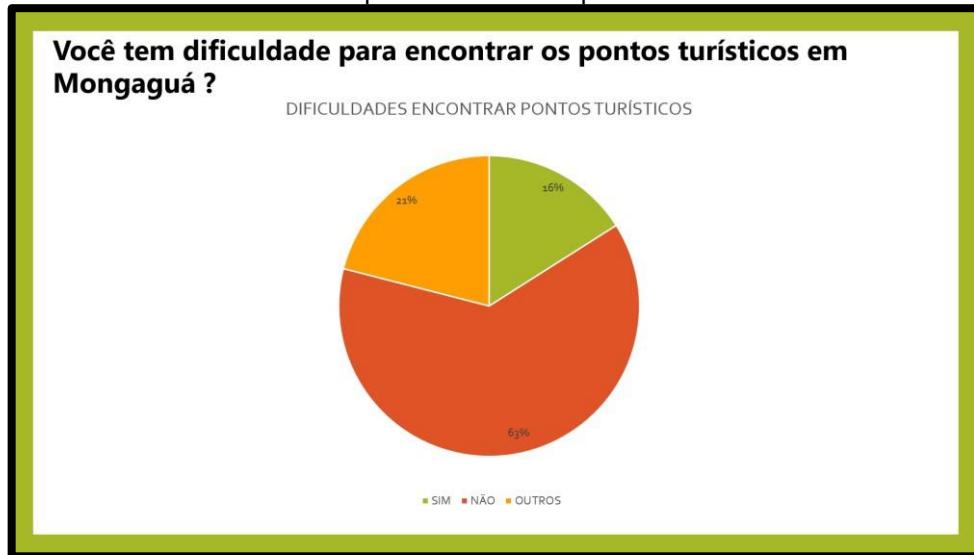


FONTE: Elaboração dos alunos

O gráfico apresenta a porcentagem de pontos turísticos mais visitados em Mongaguá.

Há dificuldade por parte dos participantes em encontrar os pontos e atrativos turísticos?

Gráfico 6 - Dificuldade para encontrar os pontos e atrativos turísticos



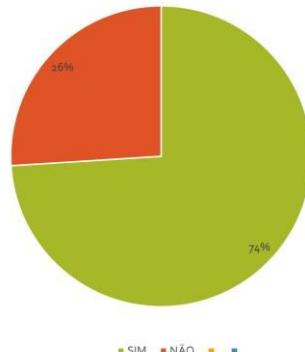
FONTE: Elaboração dos alunos

O gráfico apresenta a porcentagem de participantes que apresentam ou não a dificuldade de encontrar esses pontos.

Gráfico 7 - Interessados ao acesso a uma agência de turismo local

Você gostaria de ter acesso a uma agência de turismo local?

TER ACESSO DE UM AGÊNCIA



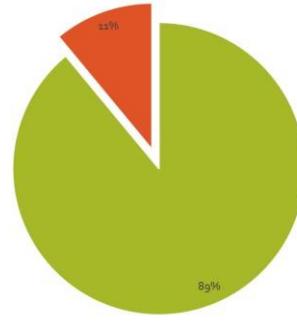
FONTE: Elaboração dos alunos

O gráfico apresenta a porcentagem de participantes que apresentam interesse em ter acesso a uma agência de turismo local.

Gráfico 8 - Interessados em produtos e serviços fornecidos

Você compraria produtos e serviços especializados nos atrativos turísticos de uma agência local em Mongaguá?

COMPRARIAM PRODUTOS E SERVIÇOS



FONTE: Elaboração dos alunos

O gráfico apresenta a porcentagem de participantes que apresentam interesse em comprar produtos e serviços turísticos fornecidos pela agência Mongatour.

Gráfico 9 - Interessados em contratar um guia de turismo



FONTE: Elaboração dos alunos

O gráfico apresenta a porcentagem de participantes que apresentam interesse em contratar os serviços fornecidos por um guia de turismo indicado pela agência.

10. REFERENCIAL TEÓRICO

10.1 AGÊNCIAS DE VIAGENS

Existem mais de 18 mil agências de viagens no Brasil, onde cerca de 80% das agências são micro ou pequenas empresas, que empregam mais de 55 mil trabalhadores.

As agências de viagem são o início, o meio e o fim de uma boa experiência de viagem. Trata-se de “realizadores de sonhos”, preparados para atendê-lo e respeitar suas vontades e necessidades.

Nos dias atuais é muito comum pessoas montarem seus próprios roteiros e conseguir suas próprias informações relacionadas a destinos e viagens, é verdade que muitas dessas informações costumam estar espalhadas pelos sites e blogs de viagens por aí. No entanto, pode ser muito trabalhoso reunir todas essas informações para organizar a sua viagem corretamente.

Além disso, uma agência de viagens tem acessos a diversos fornecedores e serviços que podem ser muito úteis para que sua viagem aconteça com perfeição.

Figura 1 - Viajando



FONTE: Mercado e eventos – Portal brasileiro de turismo

10. 2 ROTEIRIZAÇÃO NO SETOR TURÍSTICO

Segundo dados do Ministério do Turismo e da Secretaria Nacional de Políticas de Turismo (2007). A roteirização auxilia o processo de identificação, elaboração e consolidação de novos roteiros turísticos e, além disso, tem como função apontar a necessidade de aumento dos investimentos em projetos já existentes seja na melhoria da estrutura atual, seja na qualificação dos serviços turísticos oferecidos. Dessa forma, o processo de roteirização pode contribuir para o aumento do número de turistas que visitam uma região.

Figura 2 - Para onde eu vou?



FONTE: Roteiros do Brasil – Programa de regionalização do turismo

CONCLUSÃO

Conclui-se por meio dos dados coletados através de pesquisas de campo e estudos, que a cidade e região apontada como objeto de pesquisa (Mongaguá e a Costa da mata atlântica) fazem parte do interesse turístico dos participantes e o projeto de implementação da agência Mongatuor, teria grande adesão por parte do público.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<https://medium.com/@toptravelvt/a-importancia-da-agencia-de-viagens3c3190c840b7>

http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/roteirizacao_turistica.pdf (2007)

CRONOGRAMA

PERÍODO	2023							2023				
	Janeiro	Fev.	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Set.	Out.	Nov.	Dez.
INTRODUÇÃO												
FORMULAÇÃO DO PROBLEMA												
DELIMITAÇÃO DO TEMA												
OBJETIVO GERAL												
OBJETIVO ESPECÍFICO												
USUÁRIO BENEFICIÁRIO												
Entrega Parcial do PDTCC (Prévia)												
VIABILIDADE												
VIABILIDADE OPERACIONAL												
VIABILIDADE ECONÔMICA												
VIABILIDADE SOCIAL												
VIABILIDADE AMBIENTAL												
JUSTIFICATIVA												
Apresentação do DTCC												
HIPÓTESE												
METODOLOGIA												
MÉTODOS DE ABORDAGEM												
MÉTODOS E PROCEDIMENTOS												
ANÁLISE SWOT												
PESQUISA DE CAMPO												
REFERENCIAL TEÓRICO												
Coleta de dados												

FONTE: Autores (2023/2023)