

UM ESTUDO SOBRE AS POTENCIALIDADES DE PRAIA GRANDE – SP: SUAS INFRAESTRUTURAS BÁSICA E TURÍSTICA PARA ATRAIR O TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS

Ivanir Rizzo Gloeden

*Coordenadora do Curso de Turismo da FALS
Faculdade do Litoral Sul Paulista*

RESUMO: Este artigo tem a finalidade de demonstrar que as infraestruturas básica e turística do município de Praia Grande, situado em São Paulo, apresentam potencial para realização de Turismo de Eventos Esportivos. Foram analisadas tendo como base pesquisa bibliográfica e documental mediante uso de questionário cujas informações foram coletadas na cidade, tendo como publico alvo os esportistas que participaram de eventos esportivos, no período de outubro de 2007, quando a cidade sediou os Jogos Abertos do Interior.

Palavras chave: Turismo de Eventos, infraestruturas básicas e turísticas.

ABSTRACT: *This article aims to demonstrate that the basic infrastructure and tourism in the city of Praia Grande, located in Sao Paulo, have a potential for realization of Tourism Sports Events. We've analyzed based on exploratory research through use of bibliographical and documentation data were gathered in the city, with the target audience for athletes participating in sporting events, from October 2007 when the city hosted the "Jogos Abertos do Interior".*

KeyWords: *Event Tourism, basic infrastructure and tourism*

INTRODUÇÃO

Este artigo tem a finalidade de demonstrar que o município de Praia Grande – SP, tem potencialidade para fomentar o desenvolvimento turístico da cidade investindo no segmento de Eventos, mais precisamente o de Esportes.

O município de Praia Grande vem atuando desde 2005 neste segmento. Nos últimos anos notou-se que a cidade já começava a investir em pequenos eventos esportivos, os quais incentivaram a demanda turística, assim como a formatação de novos empreendimentos públicos e privados, ocorrendo a entrada de divisas para a localidade.

Dessa forma surgiu o interesse em verificar de que maneira a cidade vem se preparando na questão das infraestruturas básica e turística, para sediar os Eventos Esportivos.

O objetivo geral deste artigo é o de informar as transformações ocorridas, quanto ao desenvolvimento das infraestruturas citadas acima, constatando as físicas (ginásios, equipamentos, alojamentos, etc.) adequadas para atrair o Turismo de Eventos Esportivos.

Para esclarecer este objetivo, adotou-se a metodologia de pesquisas bibliográficas, artigos de jornais, análise documental.

A seguir serão apresentadas fundamentações teóricas sobre o segmento de eventos esportivos, apresentação da história da cidade de Praia Grande, como era e como se apresenta atualmente, e finalmente o planejamento turístico com ênfase nas infraestruturas básica e turística.

1 SEGMENTAÇÃO DO TURISMO

Sabe-se que para a implantação do turismo numa localidade o primeiro item que deve ser analisado é o mercado e para transformá-la em potencial, são necessários estudos, abrangentes no sentido de saber para que tipo de segmento possa direcioná-la, tendo em vista o turismo como fator formado por vários segmentos para os mais variados mercados, visando dar sustentabilidade econômica à localidade.

O turismo é uma atividade econômica, que precisa sair do sentido do gênero e deve ser segmentado para que assim possa ocorrer o desenvolvimento de suas atividades turísticas. Para Poon (1989), o “novo turismo” é algo do futuro, caracterizado pela flexibilidade das atividades, pela segmentação dos mercados e por experiências turísticas

mais autênticas. Segmentar pode ser entendido como a forma de direcionar para um determinado público.

Conforme menciona Kotler (1996), “...segmentar o mercado é o ato de identificar e agrupar grupos distintos de compradores que podem exigir produtos e serviços”. O mercado é formado por consumidores diversificados que procuram por bens ou serviços, que são viabilizados, levando em consideração aspectos como: desejos, poder de compra, localização geográfica, atitudes e práticas de compras.

Segundo Beni (2004) o motivo da viagem, entretanto é o principal meio disponível para segmentar o mercado. Ainda o mesmo autor, relata que os maiores segmentos desse mercado, por afluência de turistas são: turismo de descanso ou férias; de negócios ou compras; desportivo; ecológico, rural, de aventura; religioso; cultural; científico; gastronômico; estudantil; de congressos, convenções encontros e similares; familiar e de amigos; de saúde ou médico-terapêutico. Segmentar o mercado é produzir bens e serviços direcionados a um público específico.

1.1 EVENTOS

Segundo Goidanich (1998) “ evento é todo fato ou amadurecimento, espontâneo ou organizado, que ocorre na sociedade em um lugar determinado e com espaço de tempo predefinido”. Pode ser também gerador de divisas, à medida que aumenta a demanda turística da localidade, incrementando as atividades econômicas, aumentando a inserção da mão de obra no mercado de trabalho, gerando empregos para os moradores diminuindo os impactos negativos da sazonalidade dentro da atividade turística.

Para alcançar tais benefícios é necessário uma ação profissional que irá atingir o público alvo dentro do segmento desejado, por meio de medidas concretas e planejadas, garantindo assim uma permanência maior do turista na cidade.

1.2 Turismo de Eventos Esportivos

Por ser o Turismo de Eventos Esportivos um acontecimento social e econômico, vem revelando-se dentro do segmento de eventos turísticos, com a fundação de produtos característicos para um público determinado. Sendo assim, é grande a procura por um destino turístico que esteja incorporado ao esporte. Ao deslocar-se, o turista está tendo uma ação voluntária à procura de lazer, distração e descanso.

Para Neto(1999) o turismo pode ser visto como um fomentador, pois com a captação de um evento para um determinado lugar, que não seja muito divulgado, mas que tenha potencial turístico, o evento por si só poderá contribuir para o aumento de investimentos em estabelecimentos comerciais. O autor ainda afirma que o Turismo de Eventos Esportivos consolida-se em áreas que tenham o contato com a natureza, no caso de Praia Grande, que apresenta os recursos naturais como praias, cachoeiras, a fortaleza Itaipu, motivando a prática do esporte até como meio de captar recursos financeiros para o proprietário, fazendo com que não haja o êxodo rural.

De acordo com Lazarini (2004) os homens, em sua maioria, procuram atividades que os levem a certo desafio, pois estas despertam maiores interesses, tornando por si só atividades que concentram mais participantes deixando-os motivados.

Costa (1989) salienta que o interesse na atividade esportiva não deve acabar com o término do período escolar, como acontece, ainda hoje, pelo contrário, o esporte deve abranger os interesses extrínsecos e intrínsecos do homem, pois o mesmo para se tornar prazeroso deve ser voluntário, deixando de lado a prática como obrigação.

Segundo Lazarini (2004) o método esportivo quando bem planejado conciliado a vida faz com que o indivíduo atinja certo grau de motivação, despertando e levando-o a adquirir confiança, ajuste emocional, de maneira que o sujeito cheio dessas qualidades típicas onde favorece uma qualidade de relação entre os grupos, como também ocorre a melhora dos problemas de personalidade e preparo físico sejam superados. O autor ainda relata que a motivação nos esportes é caracterizada por dois meios: possibilidade específica gerada por ele mesmo, ou, pelos aspectos específicos da personalidade. Sendo assim pode-se entender que o turismo esportivo, é completo em relação a: saúde física, mental, ao desenvolvimento sócio-cultural, trazendo certo grau de qualidade de vida aos apreciadores e praticantes da mesma fração. Conforme ainda o mesmo autor, o benefício alcançado pelo

amadurecimento do turismo esportivo tem conscientizado a sociedade a procurar e ou buscar nessa atividade uma junção levando ao entrosamento de diversas etnias e diferentes classes sociais, e faixas etárias, bem como a inclusão de portadores de necessidades especiais.

1.3 Eventos Esportivos

Os eventos esportivos podem obter finalidades específicas em suas apresentações, com objetivo de conquistar ou recuperar determinado público alvo.

Segundo Oliveira (2005) o turismo de eventos tem um público determinado, aquele que participa ou que vem assistir, impactando positivamente no desenvolvimento econômico da localidade, não apenas nas competições, mas em suas estruturas físicas, que exige equipamentos de qualidade. É o tipo de turismo que movimenta a economia local, não só com a presença dos atletas e da assistência, mas também com as obras dos estádios. Este segmento exige equipamentos de qualidade: ginásios, alojamentos para os atletas, segurança, hospedagens, restaurantes, profissionais qualificados, comunicação dentre outros, sendo assim um gerador de rendas, fazendo uso dos equipamentos estruturados.

O acompanhamento destes eventos: campeonatos, torneios, olimpíadas, recordes, títulos, medalhas, torcidas e comemorações são realizados por pessoas do mundo inteiro que participam ansiosos, mesmo que seus esportistas não tenham qualquer chance de vitória.

1.4 Evolução dos jogos brasileiros

As origens de vários jogos foram reveladas através do rastreamento da história da humanidade com base nos registros preservados ao longo do tempo e outras evidências. Quando isto não é possível, restam-se apenas suposições ou histórias que não passam de lendas.(GOIDANICH e MOLLETTA, 1998)

Com relação ao futebol de mesa pouco se tem de concreto. O que se pode afirmar com segurança é que é uma atividade bastante antiga. C. Décourt, considerado o papa do botonismo, recorda que aprendeu o jogo de 1922. Há citações que o futebol de mesa nasceu em nosso país no início do século com origem no Pará e chamava-se *Celotex*. É necessário esclarecer que a denominação *Celotex* foi dada por Décourt no ano de 1930, devido ao material com esse nome usado na época para a confecção das mesas de botões. Nesta ocasião Décourt publicou no Rio de Janeiro o primeiro livro sobre as regras do jogo. Já houve quem dissesse que o futebol de mesa foi inspirado no jogo da pulga, de onde se aproveitou a técnica para a movimentação das peças.

Vejam os uma breve descrição deste jogo da Pulga. Este jogo de destreza é muito popular em vários países da Europa e nos Estados Unidos, tanto entre as crianças como entre os adultos. Na Inglaterra, por exemplo, existem vários clubes e associações que se destinam exclusivamente à sua prática. Um dos maiores jogadores do país é o Príncipe Charles. O princípio deste jogo é fazer saltar as fichas para que atinjam um determinado alvo, em geral um recipiente de plástico, vidro, papelão ou madeira. Consegue-se com isso pressionando as fichas com outra ficha, um pouco maior, que é o disparador, sobre uma superfície recoberta de feltro, ou tecido similar.

No jogo da pulga nota-se uma semelhança com o futebol de mesa na forma das peças serem impulsionadas, com diferença que os botões, ao invés de saltarem, deslizam sobre a mesa. Mas parece não ser possível ir além desta simples comparação.

1.5 Jogos Abertos do Interior

Os Jogos Abertos do Interior tiveram início em 1936 com o “futurista” Horácio “Baby” Barioni, idealizador do 1º Campeonato Aberto do Interior, ocorrido em Monte Claro, sua cidade Natal. Ele pode contar com a ajuda do Presidente da Associação Montreatense, Manuel Carvalho Lima, que promoveu a competição obtendo apenas a modalidade de basquete.(SECRETARIA DA JUVENTUDE, ESPORTE E LAZER DO ESTADO DE SÃO PAULO)

Por ser um campeonato inédito só tiveram nove participantes entre os quais as equipes: local, Franca, Mirassol, Olímpia, Piracicaba, Araçatuba, Caçapava, Casa Branca e Uberlândia (MG) que disputaram nos dias 12 e 19 de setembro. No ano seguinte, pela primeira vez fora do estado de São Paulo, em Uberlândia, o Campeonato agregou a modalidade natação.

Em 1938, Sorocaba foi a cidade-sede, e deixou sua marca nos Jogos Abertos do Interior incluindo a modalidade atletismo, porém neste ano, Uberlândia foi tricampeã e teve sua última apresentação.

Mesmo já sendo um sucesso a competição teve a oficialização do evento junto ao governo do Estado só em 1939, na cidade de Campinas, pela intervenção do diretor do Departamento Estadual de Educação Física, que na época era Edmundo de Carvalho.

Durante as competições os atletas se alojavam nas escolas da rede Estadual de Ensino, porém, em 1989, não foi mais possível a realização dos jogos devido à greve dos professores, e, no mesmo período, haveria reposição de aulas para as crianças não tendo, portanto alojamento para os atletas.

Já em 2004 o campeonato contou com 181 cidades participativas que disputavam medalhas em Barretos, o mesmo número se repetiria em 2005, na cidade de Botucatu, que obteve o direito de sediar os jogos com um gostinho todo especial, afinal completava 150 anos. Esta festa contou com um público ilustre de mais de 13 mil atletas, técnicos e dirigentes entre as principais equipes esportivas do país, que defenderam o Brasil nas últimas Olimpíadas, e, que mais tarde, defenderiam o nosso país nos Jogos Pan-americanos nas mais diversas modalidades e que estavam representando seus municípios naquela que é considerada a maior competição esportiva da América Latina, nestes moldes.

A Secretaria da Juventude, Esportes e Lazer do Estado de São Paulo é a responsável pela organização do Jogos Abertos do Interior em parceria com a cidade sede, escolhida através de eleição direta entre os 123 municípios, classificados através do Jogos Regionais participantes da competição, com direito a voto, com dois anos de antecedência. Tendo como objetivo, o desenvolvimento da prática desportiva nos municípios e a troca de experiência entre os técnicos dos Estados.

A escolha da cidade sede dos jogos é realizada através de uma eleição onde o voto é aberto e limitado ao prefeito ou ao chefe da delegação, tendo o direito a 20 minutos para expor os motivos que levam o município a pleitear a realização dos Jogos diante dos 123 municípios participativos.

2 O TURISMO EM PRAIA GRANDE

Após tanta luta para ganhar status de cidade, pois é uma cidade jovem com apenas 43 anos de emancipação, Praia Grande vem buscando novos desafios, despontando para o desenvolvimento do turismo local, que dá sinais expressivos de existência.

Segundo Vernizzi (2006) o turismo da cidade vem sofrendo transformações significativas. Nas décadas de 60 e 70, a cidade recebia o “turista de um dia” (popularmente chamado de farofeiro) que vinha à praia para se divertir no mar. Para atender este turista, existiam espécies de cabines de banho e até roupas de banho que podiam ser alugados. O comércio local procurava atender o gosto deste turista.

A palavra farofeiro, segundo o dicionário Aurélio significa: fanfarrão, jactancioso. No senso comum, é designação àquele que vai à praia de ônibus de excursão, juntamente com outros turistas, e ficam por lá o dia inteiro, alimentando-se na praia com comida trazida de casa, e só retornando para seu destino de origem à noite.

Durante muito tempo, apesar de muitas pessoas chegarem à cidade, não havia infraestrutura suficiente para atendê-las. Vários ônibus chegavam e ficavam ao longo das praias. As famílias traziam o que comer e não se importavam com o lixo que produziam. A reiaia, o mar, as ruas e as praças ficavam muito sujas.

Segundo Ghiraldeli (2001), no início de 1993, a Praia Grande ainda era um *point* de turistas de um dia, que invadiam as casas para tomarem banho e se alimentarem, o que causava grande transtorno para a população local e afastava os turistas de classe média e alta, em razão da desordem que eles causavam na cidade. Por conta desta situação, iniciou-se uma série de estratégias e planos para alavancar o crescimento econômico e turístico da cidade. A principal intenção do poder público era de recuperar a confiança da população,

atraindo de volta o movimento turístico das classes média e alta, principais geradoras de divisas da cidade.

Dentro destas estratégias utilizadas para reestruturar a cidade está a Lei Municipal 793, que entrou em vigor em 8 de janeiro de 1993, para frear o turismo massivo (de um dia), sendo implantados nos acessos da cidade bloqueios que impediam a entrada de ônibus que pagavam taxas de estacionamento, e se clandestinos, pagavam multas pesadas.

Segundo Vernizzi (2006), hoje o turismo em Praia Grande tem outras características, focadas para outro tipo de turismo, o não predatório, que visa gerar divisas para a cidade, agregando certo valor à mesma. As cabines deixaram de existir dando lugar a outras atividades comerciais e serviços, com infraestrutura adequada para atender as necessidades dos turistas e até mesmo dos moradores locais.

Ainda, de acordo com o autor, as praias receberam urbanização, quiosques e equipamentos de lazer. As praias limpas na administração do prefeito Alberto Pereira Mourão, de 1993 a 1996, foi elaborado um projeto para urbanizar a orla, incentivar o turismo, o comércio e, principalmente, os investimentos na construção de prédios e casas. A idéia era fazer a Praia Grande ficar bonita e agradável para o turista e o seu morador. Como consequência, a cidade deveria crescer e enriquecer.

Atualmente, a velha fama da cidade de farofeiros dá espaço a um novo título, o de destino turístico mais procurado do Estado de São Paulo. Sem dúvida alguma, o maior atrativo de Praia Grande são seus 22,5 km de orla marítima totalmente urbanizada e com ciclovia por toda sua extensão, sem esquecer é claro, do seu belo paisagismo, com coqueiros e jardins que embelezam ainda mais as praias.

A cidade ganhou uma nova estrutura, com revitalização dos bairros, reurbanização de praças e áreas de lazer públicas, reestruturação do sistema viário com a construção de viadutos e rotatórias que melhoram o trânsito local.

Praia Grande é pioneira no Brasil em relação a *infovia*, um sistema de fibra ótica instalado em vários pontos da cidade, tais como, repartições públicas e em vários outros pontos onde há grande movimentação, como viadutos, avenidas, praças e orla marítima, resultando em mais de 300 km de cabos e mais de 1200 câmeras, sendo toda rede

monitorada por uma central diretamente ligada com a guarda municipal e polícia militar, garantindo assim um pouco mais de segurança à cidade.

2.1 Infraestruturas básica e turística de Praia Grande – SP

Segundo o jornalista Marques(2007), em entrevista ao prefeito da cidade, Alberto Mourão, que anunciou 2007 como sendo o ano do esporte de Praia Grande, e que a “cidade entra numa nova era”, onde as perspectivas são de mais desenvolvimento com geração de empregos, e após o cumprimento de metas nas áreas de infraestruturas, Praia Grande inicia agora uma nova era, em direção a um projeto de desenvolvimento que marcará uma nova etapa em sua história. A cidade se prepara para receber investimentos de peso, que elevarão sua posição no ranking da economia nacional. A cidade passou por uma grande transformação ganhando em infraestruturas.

Na semana do 40º aniversário de Praia Grande, o prefeito Alberto Mourão avalia positivamente a Administração Municipal em 2006. Para ele, tanto do ponto de vista financeiro como estrutural, todas as metas foram cumpridas.

O prefeito cita destaques de 2006, as seguintes obras:

- Educação – Mourão ressaltou avanços das áreas de ensino infantil e fundamental e também no superior, com acordo com a Universidade Estadual Paulista (Unesp), cujos cursos com previsão de abertura para 2008/2009.
- Saúde – foi finalizado acordo com a Universidade federal do Estado de São Paulo (Unifesp) para administrar o hospital da cidade. Tendo como visão a transformação do hospital municipal em regional, que passará de 150 leitos para 300 leitos.
- Segurança – O prefeito considera que o monitoramento afasta um pouco o crime organizado da cidade. Mencionou também o convênio para o armamento da Guarda Municipal como outro avanço na área da segurança, não só para a cidade, mas para toda Região Metropolitana da Baixada Santista. Mourão citou a vinda do Grupamento de Radiopatrulhamento Aéreo da Polícia Militar, inaugurado em dezembro de 2005 no Bairro Mirim, que assegurou um helicóptero Águia, fixo para

toda região; o quartel do 2º Subgrupamento de Bombeiros marítimos e dois novos postos de salvamento nos bairros Aviação e Ocian.

- Esportes – para o prefeito, 2006 representou um marco para os esportes, embora o ano dedicado ao setor seja 2007. Tiveram início grandes obras, equipamentos que foram utilizados nos Jogos Abertos e ficaram como um legado á população e permitiram o desenvolvimento de todas as modalidades, seja na área educacional, na descoberta de novos valores ou no treino para excelência de atletas. Além dos dois ginásios construídos em 2006, Rodrigão e Magic Paula, cinco novos pólos esportivos foram entregues, há ainda o *kartódromo*, a piscina semi-olímpica, três pistas de skate, de atletismo e uma escolinha de surf no bairro Caiçara.
- Cultura – O principal avanço na cultura foi a implantação do Palácio das Artes (teatro municipal) inaugurado em 11 de setembro de 2008. É um local para apresentações musicais, teatro, salão para eventos transitórios com quase 2 mil metros quadrados, escola de arte, enfim, uma estrutura adequada para incentivar a cultura.

Segundo Disconsi (2007), descreve que para sediar um evento do esporte dos Jogos Abertos Brasileiros, Praia Grande ganhou novos equipamentos esportivos como: cinco ginásios com capacidade variando entre 500 a 5000 espectadores, uma piscina semi-olímpica de 25 metros de extensão, possuindo uma área multiuso, sendo local destinado às arquibancadas removíveis, com capacidade de 600 pessoas e uma pista de atletismo de padrão oficial classe 1 (400 m.).

Após a realização dos Jogos Abertos, a imagem de Praia Grande como anfitriã esportiva esta cada vez mais sólida.

A realização desses eventos é um privilégio para poucos, uma vez que desta competição esportiva já despontaram grandes estrelas para o cenário esportivo nacional e internacional, como Hortência e Paula, do basquete feminino; Aurélio Miguel, do judô; e Cláudio Kano, no tênis de mesa, entre tantos outros que proporcionaram um espetáculo à parte para os apaixonados do esporte amador, que têm nestes certames a oportunidade de aplaudir de perto as grandes estrelas do esporte.

3 PLANEJAMENTO TURÍSTICO E INFRAESTRUTURA BÁSICA E TURÍSTICA

O turismo é um fator que tem por finalidade alavancar a economia de uma localidade, sendo necessário que haja um planejamento adequado para que a implantação seja viável. Segundo Carvalho (1998), “o planejamento turístico corresponde a uma sistematização de ações racionalmente previstas, a partir de uma análise cuidadosa da realidade onde se quer atuar, com o objetivo de desenvolver o potencial turístico de uma determinada localidade”. Entende-se que para formatar um produto turístico dentro de uma localidade é necessário que haja um planejamento com estudos preliminares, diagnósticos, e prognósticos, indispensáveis para saber se é viável a implantação do turismo e segmentá-lo.

Oliveira (2005) relata que o planejamento turístico de uma localidade tem como principais coordenadores e executores às organizações públicas. Entende-se que o planejamento deve ocorrer de forma sincronizada com poder público independente de partidos políticos, iniciativa privada e outros. O autor ainda afirma que o planejamento turístico deve abranger não apenas um recurso ou uma localidade, mas também seu entorno. Apesar das possíveis dificuldades relacionadas à tomada de decisões, é importante considerar as regiões geograficamente homogêneas ao em vez de tomar como base os estudos e as propostas geograficamente em limites políticos ou administrativos.

3.1 – Oferta Turística

São bens e serviços que devem interagir para que possa ser oferecidos por uma localidade aos seus consumidores e satisfaçam suas necessidades. Para BENI (2006), pode-se definir oferta turística como o “conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter turístico, cultural, social ou de outros tipos. Tudo isso sendo capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período determinado de tempo, um público visitante.” Isto é, são elementos que

isoladamente possuem pouco valor turístico, ou nenhum, ou que possuem utilidade para outras atividades que não o turismo. Em contrapartida, quando agrupados, podem compor o que se denomina produto turístico.

“O produto turístico é um conjunto de benefícios que o consumidor busca em uma determinada localidade e que são usufruídos tendo como suporte estrutural um complexo de serviços por diversas organizações” VAZ (1999). Complementando a idéia, Lemos(1999) ressalta que o produto turístico é o conjunto de bens e serviços que envolvem a informação do turista acerca do local a ser visitado, seu deslocamento e sua estada naquela localidade. Além disso, refere-se ainda às mercadorias por ele adquiridas, os locais de visitação, os fatores socioculturais, climáticos, geográficos e os elementos das infraestruturas geral e específica a ele ofertados e por ele consumidos na localidade-destino.

As infraestruturas básica e turística são compreendidas como bens e serviços ofertados e trabalhados em conjunto, para suprir de forma complexa, as expectativas dos consumidores.

Segundo Lage (2000) teórica e genericamente a oferta pode ser definida como a quantidade de bens e serviços que os produtores desejam vender por um dado preço e um dado período de tempo. Ou seja, a oferta turística consiste em bens e serviços produzidos para venda com tempo determinado.

De acordo com Barreto (1999), outro elemento importante oferta turística é conjunto de serviços públicos que são necessários ao ato do consumo turístico. Não adianta uma localidade possuir bons serviços se não coloca à disposição do turista alguns serviços básicos. Os serviços públicos podem ser caracterizados como: transporte em geral, serviços bancários, serviços de saúde, serviços de segurança, serviços de informação, serviços de comunicação, serviços de apoio a automobilistas e comércio turístico. Esta listagem, por sua vez, também não esgota todos os tipos de serviços públicos necessários ao apoio ao turista.

Segundo Beni(1998), “os serviços públicos são todos aqueles serviços que competem às atividades-fins do setor público, ou seja, de competência da administração municipal, indispensável à qualidade de vida e a todo empreendimento habitacional ou empresarial que venha ser implantado”. Todas, por sua vez, indispensáveis ao turismo. Percebe-se que

os serviços públicos são muito importantes para viabilizar fluxos turísticos em uma destinação turística e diferem dos serviços turísticos por não ter nos turistas os seus únicos usuários. Ou seja, são serviços de suma importância tanto para a população local como para os turistas.

3.2 Infraestruturas básica e turísticas

As infraestruturas básica e turísticas consistem em bens e serviços oferecidos pela localidade e tem por finalidade formatar o produto que será oferecido a um determinado público. De acordo com Ignarra(1998), a oferta turística é composta basicamente por um conjunto de elementos que podem ser divididos em alguns grupos: atrativos turísticos; serviços turísticos; serviços públicos e infraestrutura básica.

Segundo Andrade (2002), os bens e serviços de infraestruturas incluem-se ao geral e turística, por causa de seu interrelacionamento e porque, geralmente quando uma falta, tornam-se maiores as dificuldades para a existência ou implantação de outra. É preciso que haja interação da infraestrutura básica para com a turística sendo que uma não funcionará sem a outra.

A infraestrutura turística é importante para que a localidade possa atuar de forma eficiente no segmento turístico. O autor relata ainda que, além das categorias a infraestrutura turística abrange as instalações de hospedagens, as instalações de recepção e a organização para recreação e esportes.

Segundo Ignarra (2003), a infraestrutura básica de uma destinação turística também é elemento fundamental para viabilização da atividade. Os itens de infraestrutura básica que uma cidade deve possuir são: o saneamento básico que consiste na captação, tratamento e distribuição de água; na coleta e no tratamento de despejo do esgoto; na coleta do lixo; as vias de acesso como as rodovias, as ferrovias, as vias fluviais, os terminais de passageiros aéreos, rodoviários, ferroviários, marítimos e fluviais; energia na produção e distribuição da iluminação pública, residenciais, comerciais etc.; os meios de comunicação de rede de telefonia comum e celular e demais.

Sabe-se que Praia Grande é uma cidade próxima á capital de São Paulo, e, por causa disso, tem sua população quadruplicada no período de férias e a efetiva implantação e manutenção das infraestruturas acima citadas são de fundamental importância para a permanência dos turistas na cidade.

Considerações Finais

Entende-se que a cidade de Praia Grande, vem se preparando no decorrer dos anos na questão de seu desenvolvimento infraestrutural, comparando-se assim com as definições dos autores citados, as ações devem ser seguidas, os recursos financeiros e técnicos que devem ser aplicados a fim de tornar a localidade potencializada para o turismo, que deverá ser segmentado para os mais diversificados mercados.

Mercados estes que serão escolhidos pelo trade turístico em parceria com o poder público, tendo uma visão de sustentabilidade econômica ao local, investindo de forma complexa na infraestrutura básica fazendo recuperação e conservação da mesma, dando suporte para a formatação de novos produtos turísticos, investindo na qualidade dos serviços turísticos prestados.

A infraestrutura básica de uma destinação é um elemento fundamental para viabilização da atividade escolhida, e para a implantação de uma infraestrutura turística em uma determinada localidade, é necessária a disponibilidade de alguns insumos básicos. Respondendo á problemática levantada com estudo , a cidade de Praia Grande passa a ocupar lugar de destaque entre as grandes referências nacionais na recepção de eventos ligados ao esporte, na potencialidade infraestrutural básica , turística, atraindo assim o turismo de eventos esportivos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 2002.

- BALDERRAMAS, Helerson de A. **Aspectos determinantes da oferta para o desenvolvimento rural**. Turismo: visão e ação.v.1, n.2. Itajaí: Univale, 1999.
- BARRETO, Margarita. **Manual de Iniciação do turismo**. 13ª ed.. Campinas: São Paulo, Papirus, 2003.
- BENI, Mario. **Análise estrutural do turismo**. 10ª ed. São Paulo: Senac, 2004.
- CARNEIRO, Reginaldo Ap. **Identificação do comportamento do turista de eventos esportivos a partir de uma análise de critérios para avaliação dos serviços turísticos na cidade de Maringá**. Pós-graduação. UFSC, 2000.
- CARVALHO, Caio L. de. **Estudo do Turismo Brasileiro**. EMBRATUR, 1999.
- GIL, Daniel de C. **Marketing: turismo de eventos**. São Paulo: Hotéis do Brasil, 1999.
- GOIDANICH, K.L.; MOLLETA, V. F. **Turismo Esportivo**. Porto Alegre: Sebrae/RS, 1998.
- IGNARRAM Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- LAGE, Beatriz G e MILONE, Paulo César (orgs). **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 1997.
- NETO, Francisco P.M. **Marketing de eventos**. Rio de Janeiro: Sprint, 1999.
- VAZ, Gil N. **Marketing turístico: receptivo e emissor**. São Paulo: Pioneira, 1999.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

- LANZARINI, Elias Junior. **Turismo Esportivo: renda , educação e lazer**. Disponível em www.revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/esportivos.html Acessado em 11/10/2008.
- PLANO DIRETOR DO MUNICÍPIO DE PRAIA GRANDE, 2006 disponível em www.praia grande.sp.gov.br/arquivos/audiencia/35.pdf. Acessado em 08/11/2008.