



TURISMO SUSTENTÁVEL NO NORTE DE UBATUBA / SP

ASSOCIAÇÃO CUNHAMBEBE DA ILHA ANCHIETA - ACIA

Plano de Negócios - CAMBURY



REALIZAÇÃO



PATROCÍNIO



GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

O projeto **“Plano de Negócios em Turismo Sustentável na porção norte de Ubatuba / SP”** desenvolveu Planos de Negócios nas comunidades contempladas pelo projeto – Cambury, Vila Picinguaba, Fazenda, Almada, Ubatumirim, Puruba e Aldeia Boa Vista.

Os Planos de Negócios foram elaborados individualmente seguindo uma estrutura padrão, que permitiu uma análise detalhada de cada negócio, como também uma análise coletiva e integrada dos sete planos. Sendo possível elencar os atores identificados nos ambientes internos e externos, bem como a sua interação com as comunidades. Apresentaram como proposta dois grandes recortes ou aspectos:

- **Setorial:** ao longo de toda cadeia produtiva em turismo sustentável receptivo e regional, integrando aspectos comuns às sete comunidades selecionadas; e
- **Específico:** considerando as particularidades de cada uma das sete comunidades.

A integração desses aspectos permite vislumbrar a utilização dos Planos de Negócios pelas comunidades, visando o desenvolvimento do turismo sustentável, considerando o momento de organização e de capacidade de investimentos de cada localidade.

A partir da avaliação dos negócios, da proposta de planejamento e das expectativas para o desenvolvimento dos Planos foi elaborado o “Mapa Estratégico” buscando indicar os inter-relacionamentos entre os elementos constituintes das perspectivas ambiental, social e do negócio.

Assim, os sete planos objetivam estruturar o atual estágio de desenvolvimento do turismo comunitário e sustentável das comunidades envolvidas, considerando os ganhos financeiros associados aos ganhos ambientais, sociais e/ou culturais.

Vale destacar que o estágio atingido no desenvolvimento dos Planos pode ser considerado introdutório, pois há necessidade de acompanhamento durante o primeiro ano do trabalho em todas as comunidades.

Coordenação: Dra. Patricia Ortiz, com apoio de Flávia Navarro

Equipe de Apoio em Campo: Samantha Rasan Galvão, Edirlaine Reis, Leonardo Estevan e Jaine dos Santos

Realização: Dra. Luciana Paolucci, com apoio de Fabiana Vicente

julho de 2015



TURISMO SUSTENTÁVEL NO NORTE DE UBATUBA / SP

ASSOCIAÇÃO CUNHAMBEBE DA ILHA ANCHIETA - ACIA

Plano de Negócios - CAMBURY

Organização do Receptivo

Sumário

Este plano de negócios tem como objetivo implantar modelo sustentável de turismo com base comunitária no Bairro do Cambury, Ubatuba, de maneira experimental, em 2015, consolidando o aprendizado coletivo em 2016, focado na estruturação do receptivo turístico, priorizando dois espaços para centro de informações turísticas, um na praia, na sede da AMAC – Associação de Moradores, e o outro localizado na entrada da comunidade, próximo à BR-101, no espaço da Casa de Artesanato. A condução do plano será feita pela AMAC - Associação de Moradores e Amigos do Cambury.

Nesta Fase experimental, objetiva-se também implementar o plano focado na distribuição do produto por meio da comunicação digital, com ênfase nas mídias sociais, organização de “site” e uso de outras ferramentas de marketing digital.

A atividade turística representa uma das principais fontes de recursos dos moradores locais na alta temporada (dezembro a março), mas durante os outros meses a demanda cai consideravelmente, gerando grande ociosidade nos empreendimentos locais, principalmente os geridos pelos moradores locais. O projeto estima, com a implementação de suas ações, o pagamento do investimento coletivo, no máximo, em um ano e meio de operação – considerando a taxa conservadora de 10% voltada ao coletivo, a partir de ganhos individuais. Também se considera a atual existência de um fundo de reserva, em mercadorias, estimado em R\$ 10.000,00 – a ser transformado em fundo financeiro, sem perda do atual valor.

O projeto apresenta investimento necessário no valor de R\$ 24.000,00, que, com a padronização esperada do retorno coletivo (mínimo de 10%), terá o retorno do investimento em 1,5 anos. Trata-se de estimativa bastante conservadora.

Módulo A: A comunidade e suas atividades econômicas

A comunidade objeto deste planejamento é constituída de aproximadamente 295 moradores (CENSO, 2010) que vivem espalhados pela praia e pelo sertão. Estes residentes formam uma comunidade tradicional caiçara e quilombola com alguns hábitos rurais que ainda preserva traços e costu-

mes ligados ao modo de vida tradicional da região.

As atividades econômicas predominantes no bairro são a pesca artesanal, já bastante escassa, a roça de subsistência, o extrativismo (produtos florestais madeireiros e não madeireiros para artesanato e produção de utensílios) e serviços pres-

tados aos turistas, como caseiros, construção civil, área de acampamento e bares (SIMÕES, 2010).

Cambury: características e população do entorno

O bairro do Cambury localiza-se ao norte do município de Ubatuba, cerca de 48 km do centro



e faz fronteira com a cidade de Paraty (24 km), no RJ. Encontra-se integralmente nos limites do Parque Estadual da Serra do Mar, cuja área, pelo zoneamento estabelecido pelo Plano de Manejo da Unidade, é representada pela Zona Histórica Cultural Antropológica (ZHCA) e parcialmente nos limites do Parque Nacional da Serra da Bocaina (PNSB). O território configura-se como uma pequena extensão ao longo da linha do litoral, entre a Ponta da Trindade, a Leste, até a Ponta da Cabeçada, a Oeste, contendo 467 ha efetivamente ocupados pelas edificações. Apresenta costeira rochosa, chamada Saco do Cambury, onde estão encravadas as praias do Cambury e Brava do Cambury (SIMÕES, 2010).

O acesso ao bairro é realizado através do km 01 da Rodovia BR – 101, feito por via secundária que sai da rodovia ao lado direito de quem vem sentido Ubatuba - Paraty. Esta estrada de acesso possui cerca de 3 km de extensão é parcialmente asfaltada, íngreme e com curvas sinuosas. O trajeto pode ser percorrido por carro de passeio, van, micro-ônibus.

As áreas mais propícias para ocupação humana, localizadas nas planícies aluvionares e terraços, pertencem atualmente a supostos proprietários que residem fora do bairro, em outros municípios, cujos títulos foram considerados precários, segundo o levantamento fundiário efetuado pela FITEP em 1998, e eram ocupadas originalmente pelos ascendentes dos moradores atualmente considerados tradicionais. Hoje, a maior parte dos descendentes dessas antigas famílias ocupa as áreas das encostas, nos trechos de sobreposição ao PNSB, enquanto o restante continua nas glebas já vendidas ou invadidas, na condição de caseiros (SIMÕES, 2010).

Assim, a maior concentração da ocupação exercida pelos grupos residentes tradicionais, traduzida

em suas moradias e roças, presente no bairro de Cambury, encontra-se nas áreas instáveis de maior declividade.

Com a construção da BR 101 na década de 70, ocorreram no bairro – como em outras localidades da costa norte de Ubatuba e sul de Paraty – alterações ambientais e culturais diversas decorrentes, principalmente da venda, de seus espaços de moradia e produção (SIMÕES, 2010).

Cadastros socioeconômicos elaborados entre 1992 e 2002 pelo Instituto Florestal, órgão que administrava a UC naquela época, demonstram a evolução da ocupação de moradores e veranistas: em 1992 havia 18 edificações utilizadas por veranistas e em 2002 foram identificadas 42, sendo que o número de famílias utilizando edificações como residentes manteve-se entre 61 e 65 (SMA, 1992; NÚCLEO PICINGUABA, 2002).

Segundo dados do CENSO de 2010, a população residente era de 295 habitantes, sendo que a população masculina, representa 155 habitantes, e a população feminina, 140 habitantes.

As principais atividades econômicas praticadas são a pesca artesanal agricultura, artesanato e turismo.

Em relação a agricultura, a principal cultura praticada é a mandioca, existindo duas casas de farinha em funcionamento. Parte da produção da farinha de mandioca é vendida, colaborando no orçamento familiar. Desde 2007, alguns agricultores vêm aderindo à prática da agrofloresta, sob o incentivo de ONG local, o Instituto de Permacultura da Mata Atlântica (IPEMA), que também estimula a prática de produção de polpa de juçara, com apoio da administração do NP-PESM (Núcleo Picinguaba do Parque Estadual da Serra do Mar) e da Fundação Florestal.

Quanto à pesca, é predominantemente artesanal com dois cercos funcionando e a produção é vendida para Ubatuba e Paraty.

A produção de artesanato é também uma das atividades produtivas, voltadas principalmente para utensílios domésticos, petrechos de pesca, ferramentas agrícolas e estrutura das edificações, embora haja também a manufatura de peças ornamentais que são vendidas principalmente para o público visitante. Foram identificados 15 artesãos em projeto desenvolvido no primeiro semestre de 2008, que gerou a construção de um acordo de manejo para extrativismo de produtos madeireiros e não madeireiros, o qual se encontra em tramitação na FF e no PNSB/ICMBio (SIMÕES, 2010).

O Projeto Tamar tem um trabalho feito com mulheres de pescadores, apoiando a produção de “tartareias” (tartarugas de tecido recheadas com areia) produzidas pelas artesãs e vendidas na loja da sede do Tamar.

Em relação à infraestrutura, o bairro, como grande parte dos bairros do município de Ubatuba, sofre com a falta de saneamento básico. O Núcleo Picinguaba junto as ONGs locais desenvolveu um estudo por meio do projeto “Saneamento, Educação e Saúde no bairro do Cambury” e a partir desse, foram elaborados mais dois outros, visando à implantação de sistemas alternativos de tratamento de esgotamento sanitário. O bairro possui um posto de saúde e uma escola que oferece apenas o ensino fundamental. O acesso ao bairro através do transporte público é feito pelo ônibus municipal, em três horários, de segunda a sexta feira.

A comunidade possui duas associações: A Associação de Moradores e Amigos do Cambury – AMAC), associação civil de caráter filantrópico, assistencial, promocional, recreativo e educacional, criada em 27 de fevereiro de 2011 e a Associação Remanescentes Quilombo – ARQC formada por componentes do Quilombo do Cambury, cujo principal foco de atuação é a titulação da Terra do Quilombo.

A atividade turística no Cambury

A atividade turística no bairro do Cambury existe desde a construção da BR 101 em meados de 1970. Em 2002 através do projeto “Ecoturismo para Desenvolvimento Sustentável: o passaporte para o futuro da comunidade do Cambury”, financiado pelo Instituto Souza Cruz e realizado por meio da parceria da Comissão Pró Índio e do Instituto Gondwana, capacitou monitores locais, organizou e habilitou as atividades terrestres e marítimas.

O turismo acontece na comunidade durante todo o ano. A maioria desses turistas são estudantes que utilizam a infraestrutura do PESH – NP. No entanto, durante o verão e férias de julho, o número de visitantes é bem maior.

Em 2004/2005 a equipe técnica através dos agentes comunitários do projeto “Saneamento, Educação e Saúde - FEHIDRO” realizou o “Plano Verão 2004/2005” que entre diversas atividades aplicou 145 questionários em visitantes da “alta temporada – 27/12 a 09/01 e 04/02 a 13/02” e obteve os seguintes dados referentes ao Perfil dos Visitantes: 103 entrevistados eram de São Paulo/Interior de SP/Grande SP e 24 do Vale do Paraíba, os demais 22 entrevistados eram do Litoral Norte de SP/Rio de Janeiro/Outras regiões. Um dado interessante é que 102 entrevistados já tinham visitado o Cambury e apenas 29 pessoas visitavam o local pela primeira vez. Outra informação importante é o período de estadia em que 136 entrevistados fizeram pernoite no local de 2 a mais de 7 dias e apenas 8 pessoas ficaram apenas 1 dia (excursionismo). Desse 136 entrevistados apenas 21 pessoas ficaram em casa de morador e os demais ficaram acampados. A pesquisa ainda resultou em algumas sugestões dos entrevistados e 26 pessoas indicaram importante a melhoria, limpeza e organização dos

bares e campings e em média 15 pessoas também sugeriram pequenas lixeiras, sanitários e luz elétrica (até 2008 não tinha luz no local).

No bairro são oferecidos diversos serviços turísticos para grupos de 1 a 60 pessoas, que podem ser agendados diretamente com as Associações fazendo uso de celular e de e-mail (caso Quilombo), ou então, por meio do Parque Estadual da Serra do Mar – Núcleo Picinguaba (PESH-NP). Para as trilhas, é possível contar atualmente, com sete (7) moradores locais capacitados como monitores ambientais para condução de grupos.

Os principais atrativos e atividades encontram-se listados a seguir:

- ⇒ Toca da Josefa: segundo consta, Josefa foi uma escrava fugida que se alojou numa gruta no alto da montanha, com espaço para 30 pessoas. Possui um mirante natural com vista para o bairro. Possui 2500m de extensão, alcançando 850m de altitude, onde se situa a Toca da Josefa. A trilha percorre trechos de Mata bem conservada, é bastante íngreme, durando cerca de 3h00, somente para subir, portanto é considerada de nível difícil.
- ⇒ Cachoeira Escada: localizada as margens da BR-101, é de fácil acesso. A queda principal apresenta aproximadamente de 7m de altura. Muito frequentada por turistas de demanda espontânea. Pode ser incluída a visita à Cachoeira nas outras atividades oferecidas no bairro
- ⇒ Praia Brava da Cambury: Praia com 1.200 a 1.500 m de extensão, com fortes ondulações, muito conservada, sem nenhum morador. A questão do lixo trazida pelo mar é um grande incômodo. Possui 1.420m de extensão, duração aproximada de 2h00, ida e volta, e nível médio de dificuldade. Percorre trecho

de Mata Atlântica de encosta, campo antrópico. Passa pela Praia da Grosa (rochas que sofreram grande erosão, aparentando superfície que foi “grosada”). A Praia Brava, como o nome já diz, recebe fortes ondulações, porque está voltada para o sul, tornando-a uma praia muito procurada por surfistas. Existe também a possibilidade de fazer o percurso por mar, através de barqueiros da comunidade (R\$30,00 por pessoa - ida/volta).

- ⇒ Trilha Cambury-Trindade: trilha pouco utilizada, e encontra-se bem conservada. Possui cerca de 6.000m de extensão, cuja travessia dura cerca de 4h30, interligando as duas vilas e, portanto, os Estados de São Paulo e Rio de Janeiro, atravessando trecho do Parque Nacional da Serra da Bocaina. Apresenta alto nível de dificuldade, com pontos mais altos atingindo os 400m de altitude, com mirantes naturais. Percorre trechos de floresta em estágio inicial e médio de regeneração. 7
- ⇒ Trilha dos Poços: são 7 poços próprios para banho. A trilha passa pela comunidade quilombola. No entorno dos Poços a Mata é bem conservada. O tempo de permanência depende muito dos objetivos do grupo, quando se trata de grupos organizados o tempo é menor variando de 10 a 30 minutos, já os grupos de turistas permanecem no local por mais tempo, podendo chegar até 2 horas.
- ⇒ Roteiro Quilombo (Quilombo cultural): possui cerca de 3.000m de extensão, duração aproximada de 4h00, percorre trechos de mata bem preservada, às margens do Rio do Cedro que é encachoeirado, contendo 3 quedas d’água mais significativas que formam poços propícios para banho, passando pela comunidade quilombola, tendo como opção atravessar a barra no final da atividade (encontro do rio com o mar). A trilha passa pela comunidade qui-

lombola, local onde se tem casa de farinha tradicional e diversos artesãos. O Roteiro do Quilombo oferece, também, uma roda de conversa com os mestres orais, exposição de artesanato, além da trilha dos Poços.

- ⇒ Visita às áreas de Agrofloresta: atualmente essa atividade é realizada em uma (1) área dentro do Quilombo e em uma (1) área fora do Quilombo e ambas, são realizadas mediante o acompanhamento de monitor ambiental. Na área dentro do Quilombo o trajeto compreende a passagem por rio/cachoeira com uma subida íngreme. Já a área fora do Quilombo o acesso é próximo à rua principal do bairro. Nas visitas é realizada a apresentação das espécies cultivadas. Seguem alguns exemplos de algumas espécies: Cambuci, Laranja, Grumixama, Jatobá, Juçara, Pupunha, Goiaba e Ingá. É possível também, a realização de plantio pelo visitante desde que agendado antecipadamente com no mínimo 30 dias, sem custo extra.
- ⇒ Roda de conversa: o palestrante conta sobre o modo de vida passado - sem luz, sem estrada... Sobre o Parque, e principalmente sobre o Quilombo.

Em relação aos serviços de alimentação são servidos os almoços para grupos agendados, voltado a atender até 60 pessoas em cada grupo, em restaurantes e ou quiosques de moradores locais em frente à praia do Cambury: do Simão, da Vanusa e da Catarina. Ao todo, o bairro conta com 18 estabelecimentos que oferecem refeições e bebidas, sendo que muitos só funcionam durante a alta temporada. No que se refere aos meios de hospedagem, é possível encontrar quartos para alugar em casa de moradores, ainda com pouca divulgação. A oferta maior de hospedagem está nos sete campings abertos no Cambury.

O bairro conta também com o Centro Comunitário do Cambury, uma construção em uma área cedida pela Prefeitura Municipal de Ubatuba ao lado da escola do bairro, com 216 metros quadrados, onde utilizou-se aproximadamente 500 toras de bambu, 1.300 garrafas PET, taipa e adobe e foi toda erguida com mão-de-obra composta por trabalhadores da comunidade, orientados pela ONG belga Bamboostic e alunos da PUC-RJ. Atualmente é utilizada como sala de aula para crianças da pré-escola, sede da Associação de Moradores do Bairro do Cambury e Centro de Informações Turísticas (que ainda não funciona, alvo deste Plano). Hoje está em construção a estrutura para o Café de Cana e

Caiçara em frente ao Centro de Informações.

Outro espaço destinado a informações turísticas está em fase de conclusão de obras, e encontra-se no início da estrada de acesso ao bairro. Abrigará a Casa de Artesanato, onde cerca de 15 artesãos do bairro irão se organizar para o funcionamento do espaço em sistema de rodízio. As peças serão recebidas, relacionadas, com cálculo de percentual de comissão para a AMAC, etiquetadas com preço final, e com baixa na sua venda e repasse de valores para o artesão e a comunidade. É possível encontrar a venda de artesanato, também, nas casas de alguns moradores e na praia em períodos de maior movimentação de visitantes.



O ambiente de negócio

Este plano de negócios tem como objetivo implantar modelo sustentável de turismo com base comunitária, na baixa temporada. De maneira experimental, em 2015, consolidando o aprendizado coletivo em 2016, focado na estruturação do receptivo turístico, priorizando dois espaços para centro de informações turísticas, um na praia, na sede da AMAC e o outro localizado na entrada da comunidade, próximo a BR 101. Para a implantação deste receptivo é necessário o envolvimento de diversos atores. Os atores do sistema são diversos, com importância e complexidade particulares, cabendo aos empreendedores compreender de que forma e em que medida cada um poderá contribuir para o desenvolvimento do negócio sustentável. Nesta primeira fase foram identificados os seguintes atores:

Externalidades ao Receptivo Turístico no Cambury

A organização do receptivo turístico em Cambury é focado em receber grupos, com destaque para os aspectos culturais e ambientais da comunidade. O negócio tem como premissa implementar os 3Rs: Reduzir + Reciclar + Reutilizar – no Receptivo, na comunidade e junto a fornecedores. Outra ação geral no plano operacional é o respeito integral as demandas e às necessidades da comunidade, usando como ferramentas o controle participativo e detalhado de despesas e receitas, além do monitoramento amplo, imediato e transparente tanto por parte dos gestores, como da comunidade e visitantes. Para facilitar o processo, a análise das externalidades positivas e negativas iniciada neste projeto deve ter continuidade durante a sua implementação. No caso deste projeto, substituiu-se externalidades negativas por externalidades em estudo, que devem ser estudadas e referenciadas pela comunidade durante a execução do Plano.

Externalidades positivas que contribuem para o desenvolvimento do negócio:

1. Comunidade tradicional caiçara e quilombola com alguns hábitos rurais que ainda preserva traços e costumes ligados ao modo de vida tradicional de Ubatuba e região. Exs: fabricação manual de farinha de mandioca, produção artesanal, pesca de cerco e de canoa, agricultura em pequena escala, criação de aves, uso de fogão a lenha na maioria das casas, presença de casas de pau a pique, modo de falar com vocabulário próprio, além de outros aspectos;
2. Território situado em área de preservação ambiental (100%

Tabela 1- Atores Identificados

| Ator | Contribuição no negócio |
|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AMAC | Coordenação do PN (monitorar + elaborar relatório e prestação de contas + pós-roteiros de baixa temporada), INFRA, e Captação, componentes do produto turístico e apoio na gestão financeira, relatórios e prestação de contas |
| ARQC | Componentes do produto turístico, com destaque para questões culturais, e distribuição do produto turístico |
| Coordenação dos CITs | Comunicação e Distribuição |
| Prefeitura Municipal de Ubatuba / PMU | Cultural, infraestrutura (inclui: suporte à saúde), serviços, comunicação, transporte, demanda (para grupos escolares) e captação (alternativa: Captação) |
| FUNDART | Cultural, Serviços (artesanal), captação |
| Câmara Municipal de Ubatuba | Cultural, infraestrutura, comunicação, Serviços e captação (alternativa: Captação) |
| Fundação Florestal / PESH Núcleo Picinguaba / SMA & CMBio | Serviços, comunicação e infraestrutura |
| Parque Nacional da Serra da Bocaina | Serviços, comunicação e infraestrutura |
| Secretaria de Turismo do Estado de SP | Comunicação, captação e serviços (alternativa: PMU) |
| Ministério do Turismo | Comunicação, Captação e Serviços |
| Secretaria da Educação do Estado de SP | Demanda (para grupos escolares) (alternativa: PMU) |
| Fundação Palmares | Comunicação, captação e diversificação do Produto |
| Polícia Rodoviária Federal | Infraestrutura, segurança e comunicação |
| Empresas Privadas / Empreendedores – atuantes na Praia e sertão e/ou doadores potenciais | Captação, cultural, atuação em “cadeia produtiva” e serviços (alternativa: PMU) |
| Polícia Militar | Segurança |
| SEBRAE-SP | Cultural, comunicação, serviços, capacitação em empreendedorismo e captação (alternativa: PMU) |
| Associação Cunhambebe | Capacitação e monitoramento |
| Parceiros já atuantes: IPEMA, ITESP, TAMAR, ARCOR e INSTITUTO BACURI | captação e capacitação |

PESM –NP e 40% PNSB) com inestimável patrimônio natural preservado com rica biodiversidade de fauna e flora. Possuidor de diversos rios que formam poços propícios para mergulho. Duas (2) praias destacam ainda mais o cenário: Cambury e Brava do Cambury;

3. Situada cerca de 48 KM de Ubatuba e 24 KM de Paraty/RJ. A estrada de acesso à praia, embora raramente permaneça em bom estado, é apenas cerca de 3km da BR 101 KM 01. -É o último bairro/praias de Ubatuba que faz a divisa no litoral entre os estados de São Paulo e Rio de Janeiro;
4. Comunidade relativamente organizada, sendo que os agendamentos das atividades de ecoturismo oriundas do PESM são realizadas através de reunião no bairro com todos os participantes do grupo (quilombolas e caiçaras) no centro comunitário do Camburi propiciando o bom relacionamento dos grupos.
5. Comunidade quase exclusiva de moradores tradicionais;
6. Comunidade possui cerca de 15 artesãos em atividade;
7. Uma das quatro comunidades remanescentes de Quilombo de Ubatuba;
8. Alguns dos pratos servidos aos grupos agendados são os pratos típicos da comunidade e região, como o azul marinho (peixe cozido com banana verde), o suco de juçara e o café de cana caieira (cafezinho com garapa);
9. Centro Comunitário do Cambury;
10. Atividades e atrativos diversificados, envolvendo mar e sertão: atividades sol e praia, ecoturísticas, culturais e históricas;
11. Melhoria da sinalização na comunidade, através da colocação de três banners que estão sendo produzidos através da parceria

da comunidade com o Instituto Arcor.

Externalidades em estudo que podem vir a dificultar o desenvolvimento do negócio, e que necessitam de atenção:

1. Transporte coletivo – poucos horários durante a semana e falta nos finais de semana;
2. Estrada e placas de informações – falta de manutenção adequada;
3. Inexistência de telefonia fixa e necessidade de melhoria de sinal de telefonia móvel;
4. Acesso a internet precário;
5. Pouca mobilização comunitária relativa (atualmente 10 pessoas da AMAC que cuidam das atividades da associação de maneira mais efetiva);
6. Comunicação falha com fornecedores do produto turístico;
7. Falta de recursos para a AMAC.

Adequação Legal

Outra questão importante no Plano Operacional é a adequação legal do receptivo a Legislação pertinente. O Grupo Gestor deve realizar consultas formais e manter sistema atualizado e adequado em relação a:

* Legislação / Normativa Federal. Exemplos, em lista não completa: Código de Trânsito, Código Civil (contratos, responsabilidade etc.), SNUC, Cultura, ANVISA, Tributária, Saúde, Quilombos, Lei Geral de Turismo, ECAD, ECA, Cooperativas, ABNT, Mata Atlântica, Consumidor e Acessibilidade;

* Legislação / Normativa Estadual. Exemplos, em lista não completa: Bombeiros / Salva-Vidas, Transportes, Segurança, Alimentos e Sanitária, Tributária, Mata Atlântica, Monitoria e SIGAP (UC – SP);

* Legislação / Normativa Municipal. Exemplos, em lista não completa: Alimentos e Sanitária, Estacionamento, Eventos, Transportes, Poluição Sonora e Tributária;

Ações para desenvolvimento do Produto

Segue abaixo as ações que devem ser executadas para adequação do produto e definição dos objetivos dos CITs e Boas Práticas para implantação de dois centros de Informações turísticas no bairro; um localizado no Centro Comunitário (praia), com funcionamento durante o ano todo, responsável pela captação ativa e passiva de turistas, gerenciamento dos roteiros e atendimento ao público e outro, localizado na Casa do Artesanato (BR101), com funcionamento na alta temporada e feriados, ambos com seguintes objetivos:

- ⇒ Marketing e acesso – promove uma área e seus produtos. Fornece informação, envolve vendas, sugestões de onde ficar e do que fazer, como chegar;
- ⇒ Aprimorar e informar – aumentar a qualidade da estadia do visitante, fornecendo informações mais profundas;
- ⇒ Controle e filtragem - ajuda a informar o que ele não quer ver. Por exemplo, se o turista deseja permanecer mais tempo em determinado atrativo turístico, o CIT deve informar as opções de hospedagem e alimentação nas imediações;
- ⇒ Substituição – sugere locais que não sejam indicados para que o turista visite – aconselhando a troca de atrativos em casos específicos.

Ações para Implantação Centro de Informações Turísticas do Cambury

Para a implementação dos Centros de Informações Turísticas (CITs), os

componentes do produto devem estar organizados, então as principais ações devem estar focadas nesta organização:

⇒ Checar e avaliar os produtos:

- * Trilha dos Poços (roteiro pronto);
- * Trilha para Brava do Cambury (roteiro pronto);
- * Trilha Cambury - Trindade (roteiro pronto);
- * Trilha para Toca da Josefa (roteiro pronto);
- * Roteiro de Visita a Comunidade Quilombola do Cambury (roteiro pronto);
- * Roda de conversa sobre modo de vida da comunidade tradicional (inserir nos roteiros prontos);
- * Visita à Casa de Farinha e à Agrofloresta (roteiro pronto);

⇒ Checar serviços:

- * Alimentos e Bebidas: Refeições em quiosques e pequenos restaurantes;
- * Hospedagem: Área para Camping;
- * Compra de artesanato;
- * Planejamento de *surfcamps* na baixa temporada;

⇒ Cronograma das atividades a serem desenvolvidas nos CITs;

⇒ Roteiros e Produtos a serem distribuídos nos CITs;

⇒ Para cada um dos produtos:

- * Preços e política de preços;
- * Informações “físicas” e virtuais sobre roteiros, atrativos, produtos;
- * Folhetos; Mapas; Guias; Imagens; Produtos locais;
- * Mídias próprias: DVDs ; Filmes;

⇒ Cálculo final de custos;

⇒ Desenho do funcionamento de cada CIT: Equipe; Período de funcionamento; Comunicação.

Estrutura organizacional

Estratégias de integração e cooperação: por um lado permitem o crescimento, desenvolvimento e aumento dos lucros do negócio, por outro lado, exige uma diferenciação das atividades, criando cargos com especificidades distintas. Neste sentido as atividades de coordenação, roteiros e serviços, hospedagem, alimentação, atividades culturais, comunicação e captação de recursos exigirão gerenciamentos de cada um e uma integração e harmonia no conjunto de suas atividades para que o sistema todo funcione.

É sugerida uma estrutura organizacional que, de forma simples, dê suporte a este desafio que se coloca, sendo identificados habilidades e perfis adequados a cada função, dentro dos fornecedores, associados e comunidade. É recomendada também a contratação de um técnico que seja responsável pela operacionalização do CIT (praia), comunicação com distribuidores e visitantes e também a captação de recursos e parcerias. Na alta temporada e feriados o CIT na rodovia deverá contar com um atendente, que será supervisionado pelo técnico responsável pelo CIT, localizado na praia. Seis funções foram identificadas, caracterizadas pelo organograma e tabela abaixo.

Tabela 2: Cargos / funções: atribuições e habilidades necessárias

| Cargo / Função | Quantidade | Atribuições / Habilidades |
|----------------------------------------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Coordenação Geral | 1 | - Responsável geral pelo negócio – com reforço em planejamento, monitoramento e captação - Capacidade de liderança - Maturidade pessoal e profissional - Experiência no negócio - Habilidade em solução de conflitos - Boa comunicação com a comunidade - Experiência financeira |
| Técnico Receptivo CIT praia - contratado (Captação, Receptivo) | 1 | - Responsável operacional com treinamento específico. - Responsável pelo atendimento ao cliente por telefone, email e pessoalmente - Contato com fornecedores - Organização das informações - Agendamento - Responsável pelo escalonamento de fornecedores - Boa comunicação (comunidade e atores externos) - Habilidade em vendas - Habilidade em informática , em especial redes sociais - Conhecimento dos atrativos e serviços - Organização |
| Técnico CIT estrada - temporário | 1 | - Responsável operacional com treinamento específico. - Responsável pelo atendimento ao cliente pessoalmente - Organização das informações - Agendamento - Boa comunicação (comunidade e atores externos) - Habilidade em vendas - Habilidade em informática, em especial redes sociais - Conhecimento dos atrativos e serviços - Organização |
| Roteiros, Serviços Monitoria Equipamentos | 1 | - Contato com fornecedores - Formação em monitoria - Conhecimento sobre equipamentos - Conhecimento dos atrativos e serviços - Contato com técnicos - Boa comunicação (comunidade e atores externos) |
| Hospedagem e Alimentação | 1 | - Contato com fornecedores - Conhecimento sobre hospedagem e alimentação - Contato com técnico - Boa comunicação (comunidade e atores externos) |
| Cultural | 1 | - Contato com fornecedores - Contato com comunidades da região - Conhecimento das tradições culturais do bairro e região - Boa comunicação (comunidade e atores externos) |

Plano de marketing

Produto

Em relação ao produto, o posicionamento deve levar em consideração os seguintes aspectos que devem acompanhar toda ação de comunicação:

- Ambiental: Áreas de Preservação; Ambiente Marinho; Sol; Chuvas & Água; Animais; Cobertura Vegetal; Ambiente Rural: culturas variadas.

- Cultural: Comunidades únicas e especiais; Experiências diferenciadas;

- Social: Oportunidades da baixa temporada com preços especiais; Saúde & Esporte ao Ar Livre; Momentos Distintos do Cotidiano X “Lastro” do Cotidiano nas Férias.

O Produto envolve basicamente fornecedores locais (quilombolas e caçaras), com vasto conhecimento das tradições locais, com ênfase no estudo do meio de ambientes costeiros e marinhos, para grupos variados. É possível adaptar a demandas específicas, como destaque para prática de esportes (surf, stand-up e mergulho) ou maior presença de atividades culturais (“contação” de histórias, técnicas tradicionais de agricultura, artesanato e gastronomia), entre outros.

A equipe sugere a formatação de um roteiro destinado ao aprendizado do surf, com a implantação de surfscamps: acampamentos com duração variada com objetivo de surfar, para várias idades.

Preço

A Política de preços praticada é a seguinte:

- ⇒ Alimentação (almoço): Prato Feito de R\$ 15,00 a R\$25,00 por pessoa e Refeição Comercial de R\$25,00 a R\$60,00;
- ⇒ Visita a Casa de farinha domiciliar: incluso em todas as visitas ao

Roteiro Quilombo R\$60,00 (grupo de até 15 pessoas);

⇒ Roda de Conversa: R\$ 60,00 (até 20 pessoas);

⇒ Visita ao Território Quilombola e Área Caiçara - roteiro simples e completo – 1 monitor para cada 20 pessoas – R\$360,00 por monitor (Completo) e R\$ 280,00 por monitor (Simples);

⇒ Visita ao local de Agrofloresta - R\$60,00 (grupo de até 20 pessoas);

⇒ Trilha Toca do Josefa – 1 monitor para cada 10 pessoas (R\$120,00 por monitor);

⇒ Trilha Brava do Cambury – 1 monitor para cada 10 pessoas (R\$120,00 por monitor);

⇒ Trilha Cambury-Trindade — 1 monitor para cada 8 pessoas (R\$ 150,00 por monitor);

Os itens abaixo são sugestões e devem ser implementados para o sucesso do fluxo financeiro:

⇒ Preços promocionais para grupos 20/30;

⇒ Preços por atividades extras

⇒ O grupo, para ter sua reserva garantida, deve depositar previamente o valor de 50% do custo total do pacote;

⇒ Taxa para operação do receptivo inicial: 10% do faturamento (para fornecedor)

⇒ Taxa de visitação (para turistas): sugestão de 9,0% do valor do roteiro, negociável com operadores, agências e intermediários. Pode estar vinculada a palestra sensibilizadora.

Comunicação e Promoção

As ações estarão voltadas principalmente para uso de internet e redes sociais e posteriormente para o desenvolvimento de estratégias voltadas para visitas de escolas e impressão de folheteria para distribuição no CTI próximo a

rodovia BR 101:

- Criação e divulgação de “site”;
- Criação e manutenção de página no *Facebook*;
- Criação de Perfil no *Instagram*;
- Elaboração de pautas para postagem nas mídias sociais;
- Elaboração de mailing de escolas e faculdades (em anexo);
- *Email marketing* (Anexo);
- Assessoria de imprensa – contato com mídia regional + elaboração de releases: Associação e Técnico;
- Sinalização dos CITs;
- Elaboração de material impresso e folheteria, com ênfase na distribuição no CTI da BR 101;
- Elaboração de palestra sensibilizadora;
- Visita as escolas de Ubatuba e Vale do Paraíba (São José dos Campos e Taubaté);
- Contato telefônico com escolas e faculdades - *follow up*;
- Participação em roteiros oficiais – Sec. Turismo / ESP ;
- Fidelização do público com monitoramento pós-visita (e-mail de agradecimento, pesquisa de satisfação)

Estratégia de marca

A utilização de uma marca é de grande importância para o negócio para o desenvolvimento de uma identidade a ser vista pelos consumidores. Neste sentido, a marca corresponde ao Receptivo Turístico de Base Comunitária, com apelo social e ambiental, voltado ao público GERAL que tenha enfoque em natureza, cultura e atividades ao ar livre (ambiente rural, marinho e costeiro).

Complementarmente à marca da comunidade/cooperativa é bastante interessante a utilização, nos materiais de comunicação visual, das marcas das entidades apoiadoras e

Resumo de plano financeiro

Faturamento

A elaboração do resumo de plano financeiro valorizou cada dado existente sobre as comunidades trabalhadas. A partir da tabela abaixo apresentada foi possível estimar valores possíveis de arrecadação mínima, considerando séria histórica real, mesmo que limitada ao NP-PESM. A apropriação da prática de sistematizar seus próprios dados foi questão central nas oficinas deste projeto, visando facilitar o trabalho futuro de planejamento dos negócios.

Tabela 4: Faturamento 2013 - Resultados estimados a partir das tabulações do agendamento de grupos pelo NP-PESM - Tabulação 2013

| Atividade Mês | R. Qui- lombo | Brava Cambury | Poços | Roda Conversa | Casa de Farinha | Cambury Trindade | Almoço Cambury |
|--------------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|--------------------|---------------------|-------------------|
| Janeiro | 15 | 34 | 26 | 112 | 61 | | 55 |
| Fevereiro | | | | | | | |
| Março | | | 26 | 26 | 26 | | 26 |
| Abril | | | 64 | 31 | 31 | | 64 |
| Maio | 15 | 34 | 26 | 112 | 61 | | 50 |
| Junho | | | | | | | |
| Julho | | | | | | | |
| Agosto | | | | | | | |
| Setembro | 20 | | | | | | |
| Outubro | | | 67 | 34 | 34 | | 34 |
| Novembro | | | | | | | |
| Dezembro | | | | | | | |
| Total | 50 | 68 | 209 | 315 | 213 | 0 | 229 |
| QUANT PAX/ATIV | 20 | 10 | 20 | 20 | 20 | | 1 |
| TRI- LHAS/ATIV | 3 | 7 | 10 | 16 | 11 | | 229 |
| VALOR UNIT/ATIV | R\$120,00 | R\$120,00 | R\$ 120,00 | R\$60,00 | R\$ 60,00 | | R\$ 25,00 |
| TOTAL BRUTO | R\$300,00 | R\$816,00 | R\$ 1.254,00 | R\$ 945,00 | R\$ 639,00 | | R\$ 5.725,00 |

A partir dos dados mostrados acima, estima-se que foi arrecadado com grupos agendados pelo PESM – Núcleo Picinguaba em 2013, o valor bruto de R\$ 9.679,00.

Investimentos

Cada CIT, num total de dois, necessita de máquinas e equipamentos para sua operação, com conectividade garantida, via telefone e via Internet. Es-

ta necessidade se traduz em dois computadores, duas impressoras e demais periféricos. Com acesso rural para Internet e telefonia, durante o prazo de um ano experimental.

Some-se, no caso dos CITs, a necessidade de mobiliário básico, com equipe – dois técnicos, um para cada espaço.

Neste sentido, foca-se na necessidade de investimento de R\$ 24.000,00 para o período (Temporada 2015/ 2016), quando se desenha uma operação fu-

tura, envolvendo também a equipe contratada. Este valor engloba (Fonte: patrocinador, parceiros ou recursos próprios):

* Comunicação: - digital, incluindo “site”, “facebook”, “instagram” e outras redes sociais, lista de e-mails de escolas / imprensa / parceiros / prefeituras / faculdades / agências / “e-mail Marketing”: R\$ 2.500,00

* Comunicação – impressa, focando na concepção, na elaboração e na distribuição “in loco” de 4.500 “flyers” (preferencialmente com patrocínio) ou “folders” (estes, apenas se com patrocínio) / ano, com informação e apoio à formação: R\$ 4.500,00 ;

* Capacitação em gestão participativa de CITs (operação por voluntários, código de ética etc.): R\$ 2.000,00, conseguindo redução para Cambury e incluindo deslocamento ;

* Manutenção da operação de dois CITs (reforma, aquisição de moveis), incluindo Internet (via operadora de celular; outras soluções, como Internet por satélite e rádio, apresentam custo superior), suprimentos de informática, licenças de informática etc., e respectiva depreciação: R\$ 15.000,00;

* Outros investimentos. A exemplo de emergências, sinalização, treinamento em mídias digitais, equipe e novos investimentos – neste período inicial (2015/ 2016): deve-se focar em parcerias que viabilizem cada atividade, antes de incluir mais ações neste planejamento.

Tabela 5 - Investimentos

| Item | Valor em reais |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Manutenção da comunicação digital e comunicação (site, redes sociais, hospedagem) | R\$ 2.500,00 |
| Comunicação impressa | R\$ 4.500,00 |
| Cursos de capacitação | R\$ 2.000,00 |
| Reforma, aquisição de mobiliário e depreciação | R\$ 8.400,00 |
| Equipamentos de informática e comunicação e depreciação | R\$ 6.600,00 |
| Licenças | Software livre |
| Total | 24.000,00 |

Como custo fixo, calcula-se o pagamento de duas bolsas auxílio para dois técnicos responsáveis pelo operacional e pelo atendimento no centro de informação próximo a BR 101 e no centro de informação próximo a praia, com valor de R\$ 1650,00 por mês, mais impostos, além das contas de consumo e manutenção do espaço, totalizando um valor de R\$ 2900,00 mês/ 34.800,00 ano. Como fonte, utilizar a taxa de visitação sugerida (9% do valor pago pelo visitante), doações e parceiros.

Tabela 6 - Custos/mês.

| Item | Valor em reais |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Pessoal – Bolsa 2 técnicos receptivos | 825,00/mês cada 9.900,00 ano cada – 19800,00 |
| Impostos, Encargos trabalhistas | 850,00/mês – 10.200,00 ano |
| Contas telefone, luz, despesas | 250,00/mês – 3.000,00 ano |
| Manutenção dos espaços e material de consumo | 150,00/mês – 1.800,00 ano |
| Total | 2.900,00 mês/ 34.800,00 ano |

Fontes

Mesmo considerando as fontes tradicionais para consulta (Prefeitura Municipal de Ubatuba, Câmara Municipal de Ubatuba, doadores e patrocinadores), o foco deste plano foi voltado à operação de receptivo. Com base nos dados relacionados acima, sobre a operação 2013 no NP-PESM / Cambury, percebe-se um ganho real próximo de R\$ 10.000,00, apenas naquela fonte. Considerando que este controle possa representar de 10% a 20% da operação total anual no bairro, diante da grande oferta, pode-se planejar de forma conservadora, em valores de 2015/2016, uma arrecadação anual total estimada em mais de R\$ 72.000,00, se considerarmos um valor médio de R\$ 60,00 por pessoa e considerarmos um total de 1.200 visitantes/ano. Como taxa de apoio individual ao coletivo, sugerida entre 10%, os números indicam um mínimo de arrecadação coletiva, no período, de R\$ 7.200,00 / ano. A segurança nesta previsão consiste em usar, caso necessário, a fonte de reserva representada pelos postais – estimada no mesmo valor.

Para cobrir os custos fixos, sugere-se, além de doações e contribuições da Prefeitura, ongs e projetos, criar uma taxa de visitação de 9,0% sobre o valor total do pacote, a ser negociado com operadores e agencias, e que pode ser menor a medida que novas fontes passam a ser utilizadas e/ou o número de visitantes aumente.

Avaliação

Em quatro anos de operação mínima, recupera-se investimento de R\$ 24.000,00, sem perder a reserva já existente na forma de mercadoria – postais, e sem perder uso de outras fontes. Dessa forma, su-

gere-se a passagem da reserva para valores financeiros, com pronta liquidez, com o prazo de quatro anos para venda da mercadoria atualmente considerada para esta finalidade.

Bibliografia

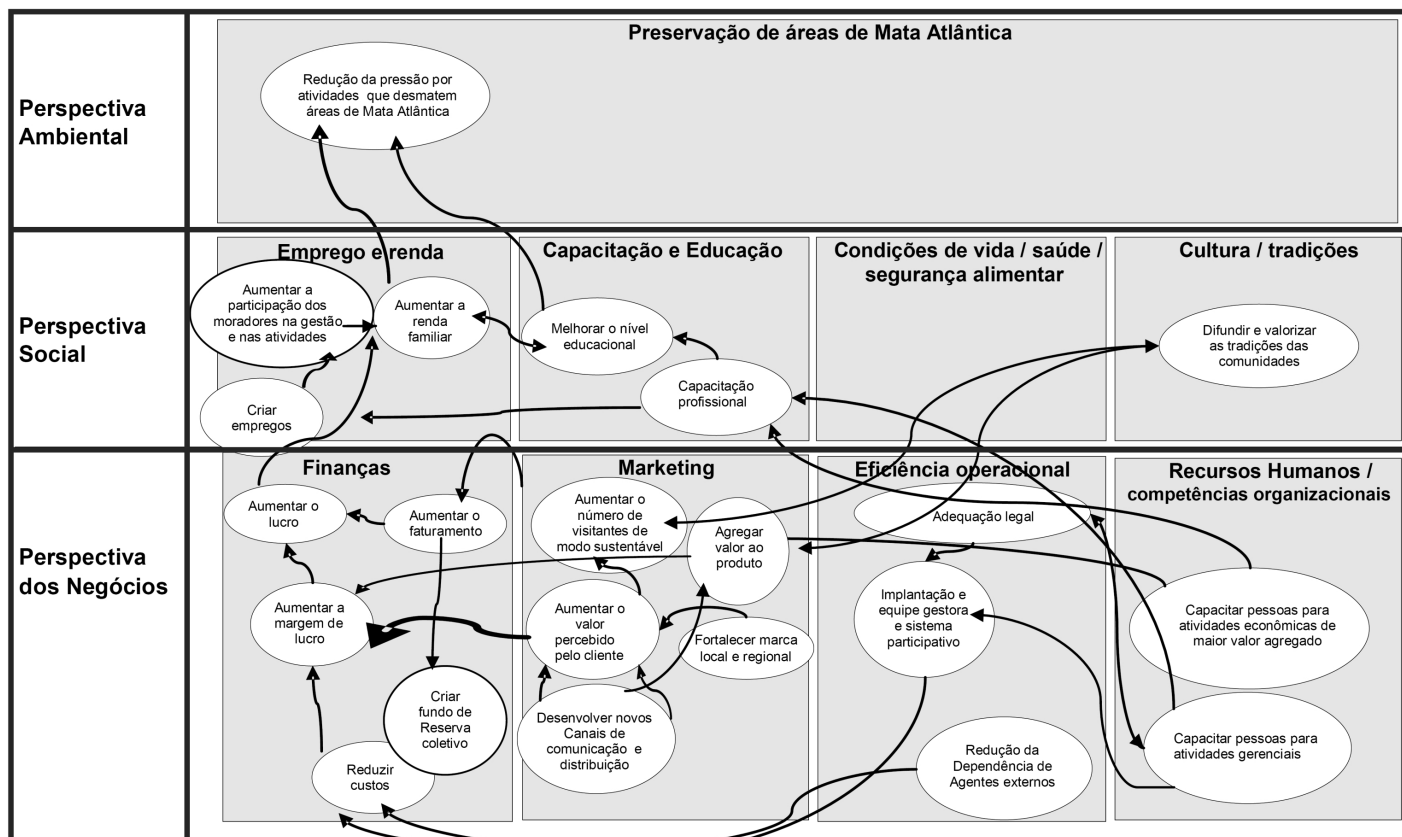
FUNDAÇÃO INSTITUTO DE TERRAS DO ESTADO DE SÃO PAULO “JOSÉ GOMES DA SILVA” . Relatório técnico-científico sobre os remanescentes da comunidade de quilombo de Camburi Ubatuba- SP. 2002. Disponível em: http://www.itesp.sp.gov.br/br/info/acoes/rtc/RTC_Cambury.pdf

SIMÕES, ELIANE. O dilema das decisões sobre populações humanas em Parques : jogo compartilhado entre técnicos e residentes no Núcleo Picinguaba. Universidade Estadual de Campinas . Instituto de Filosofia e Ciências Humanas . Campinas, 2010. Tese (doutorado).



Mapa Estratégico e Tabela de Sistema de Indicadores de Desempenho

O mapa estratégico elaborado apresenta objetivos a serem alcançados e as relações de dependência entre eles. É composto por três perspectivas: a ambiental, a social e a do negócio, estando elas separadas para efeito de planejamento, mas totalmente integradas quanto aos efeitos interdependentes de seus elementos.



Objetivos de um Mapa Estratégico:

- demonstrar uma visão integrada dos diversos elementos que compõem a estratégia, identificando suas inter-relações;
- oferecer uma visão dos impactos do negócio nas dimensões social e ambiental (incorporação de 'externalidades');
- elaborar um sistema de indicadores para o monitoramento e o gerenciamento da evolução no alcance dos objetivos estratégicos.

A partir do mapa estratégico foi elaborada a tabela de indicadores de desempenho, considerando as mesmas perspectivas (ambiental, social e do negócio), para facilitar o monitoramento e a gestão da evolução do empreendimento.

| | | Descrição | Método de cálculo | Observação |
|-----------------------|------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| Perspectiva Ambiental | | Redução da pressão por atividades que desmatem a Mata Atlântica | Área preservada, ha, nos anos seguintes / área preservada, ha, 2015 | |
| Perspectiva Social | Emprego e renda | Renda média familiar da comunidade | Renda total da comunidade / total de famílias | |
| | | Quantidade de "empregos/atividades" criados | Quantidade de pessoas com atividades/empregos nos anos seguintes / qtde. em 2015 | |
| | | Quantidade de moradores participantes na gestão da atividades | Quantidade de pessoas moradores com participação na gestão das atividades nos anos seguintes / qtde. em 2015) | |
| | | Criação / diversificação das atividades na comunidade | Quantidade de tipos de atividades nos anos seguintes / Qtde. de tipos de atividades em 2015 | Identifica e avalia a evolução da quantidade e tipos de atividades existentes na comunidade |
| | Cultura/tradições | Difundir e valorizar as tradições das comunidades | Quantidade de atividades culturais realizadas nos anos seguintes e quantidade de visitantes nas festas nos anos seguintes / qtde de atividades culturais realizadas nos anos seguintes e quantidade de visitantes nas festas nos anos seguintes em 2015 | |
| | Capacitação e educação | Quantidade de oficinas de capacitação | Quantidade de oficinas de capacitação realizadas | |
| | | Quantidade de horas de oficinas de capacitação | Quantidade de horas de oficinas de capacitação realizadas | |
| | | Quantidade de pessoas capacitadas nas oficinas | Quantidade de pessoas capacitadas nas oficinas realizadas | |
| | | Capacitação de pessoas para atividades econômicas de maior valor agregado | Quantidade de pessoas capacitadas | |
| | | Capacitação para atividades gerenciais | Quantidade de pessoas capacitadas | |

| | | Descrição | Método de cálculo | Observação |
|------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Perspectiva do Negócio | Eficiência operacional | Redução da dependência de agentes externos | Quantidade de competências desenvolvidas pela comunidade para gerir sozinhos as atividades / qtde. de competências identificadas em 2015) | Ex: atividades de vendas, informática, negociação, etc. |
| | | Adequação legal | Quantidade de normas legais cumpridas (anos seguintes) / normas legais cumpridas em 2015 | |
| | | Implantação a equipe gestora | Quantidade de equipes implantadas e cargos/ equipes em 2015 | |
| | Marketing | Aumento do numero de visitantes de modo sustentável | Volume de visitantes por produto por ano/ mês / volume em 2015 | |
| | | Aumento do valor agregado do produto | Preço médio dos produtos por ano / preço médio em 2015 | |
| | | Desenvolver novos canais de comunicação e distribuição | Quantidade de canais de comunicação e distribuição/ quantidade em 2015 Número de seguidores nas redes sociais Número de compartilhamentos Número de retornos a emails, emails marketings enviados | |
| | | Fortalecer marca local e regional | Criação do selo regional | |
| | Finanças | Aumento do faturamento das associações | Faturamento agregado nos anos seguintes / faturamento em 2015 | |
| | | Redução do custo dos produtos | Gasto total agregado com produtos nos anos seguintes / gasto agregado em 2015 | |
| | | Criar fundo de reserva | Total fundo de reserva nos anos seguintes/ fundo de reserva 2015 | |
| | | Evolução do lucro dos produtos e festas | lucro agregado nos anos seguintes / lucro em 2015 | |

Resumo

Este Plano de Negócio tem como objetivo implantar modelo sustentável de turismo de base comunitária no Bairro do Cambury com experimentação inicial de doze meses, focado na estruturação do receptivo turístico, priorizando dois espaços para Centro de Informação Turística (CIT): um na praia, na sede da AMAC – Associação de Moradores e Amigos do Cambury, e o outro localizado na entrada da comunidade, próximo à BR-101 (Rod. Rio Santos), no espaço da Casa de Artesanato. Os caiçaras e quilombolas do Cambury formam o bairro com cerca de 300 moradores. Preservam diversas manifestações tradicionais como a pesca artesanal, a agricultura de subsistência, casas de farinha, casas de pau a pique, uma rica produção artesanal, enfim, uma infinidade de saberes e práticas de um povo que possui uma forte ligação tanto com o mar quanto com o sertão. O território configura-se como uma pequena extensão ao longo da linha do litoral, entre a Ponta da Trindade, a Leste, até a Ponta da Cabeçada, a Oeste, contendo 467 ha efetivamente ocupados pelas edificações. Apresenta costeira rochosa, chamada Saco do Camburi, onde estão encravadas as pequenas praias de Cambury e Brava do Cambury (ou das Couves). Além disso, desde a construção da BR 101 e com as melhorias na via de acesso à comunidade, o turismo foi se intensificando e se tornando uma das mais importantes fontes de renda para os moradores.

Atualmente, a atividade turística ocorre principalmente durante a alta temporada (dezembro a março), nos outros meses a demanda cai consideravelmente, gerando ociosidade nos pequenos empreendimentos, principalmente os geridos pelos moradores locais. A comunidade instalou diversos restaurantes, bares e quiosques além de meios de hospedagem, e segundo o diagnóstico realizado, a maior parte dos turistas que visitam o Cambury, se hospedam e se alimentam na própria comunidade. Ao longo dos anos, diversos moradores foram se capacitando e atualmente a comunidade conta com um grupo de monitores locais, que conduzem e orientam grupos que visitam o Cambury. Há também um Centro Comunitário, uma bela construção feita de bambu, taipa e adobe, localizado na praia, onde acontecem diferentes atividades para os moradores, desde uma pré-escola até cursos e oficinas diversos, reuniões e outras atividades. Em decorrência desse fluxo turístico, a comunidade construiu roteiros diversificados e que vêm sendo oferecidos aos grupos de visitantes. Esses roteiros contêm trilhas, visita a cachoeiras e agroflorestas, rodas de conversa com mestres orais e venda de produtos artesanais.

No bairro são oferecidos diversos serviços turísticos para grupos de 1 a 60 pessoas, que podem ser agendados diretamente com as duas Associações existentes na comunidade, ou então, por meio do Parque Estadual da Serra do Mar – Núcleo Picinguaba (PESM-NP). Embora a demanda seja considerável, oriundos em sua maioria de escolas e universidades, os moradores gostariam de viabilizar uma intensificação do fluxo turístico.

Por isso, o Plano tem como objetivo principal a organização do receptivo turístico, a criação de dois CITs para promover os roteiros da comunidade e todos os serviços oferecidos, e o fortalecimento na divulgação dos atrativos da comunidade para escolas, universidades, instituições e empresas que possam se interessar em vivenciar a comunidade.

Para organização do receptivo, identificou-se a necessidade de contratar dois moradores (as) que deverão se responsabilizar pelo agendamento, contato, operacionalização dos CITs e divulgação do roteiro turístico para instituições afins. Foi planejada toda a infraestrutura necessária para a constituição dos Centros de Informação Turística e os equipamentos necessários para organização do receptivo além de um Plano de Divulgação para o roteiro turístico da comunidade.

O turismo aparece na comunidade como uma importante ferramenta de geração de renda e preservação de práticas tradicionais. Sendo uma comunidade que vive em relativo isolamento, as garantias de permanência na terra são cada dia menores dada a dificuldade de oportunidades de emprego na própria comunidade. A organização do turismo e o aumento do fluxo são duas ações fundamentais para incremento das oportunidades de geração de renda e permanência dos moradores tradicionais em suas terras.