

REGIÃO

Lagamar

Mapeamento das Cadeias
Produtivas da Região de Lagamar



fevereiro de 2026



SUMÁRIO

- 03.** Introdução e Metodologia
- 09.** Contextualização Territorial: Lagamar
- 23.** ESG e Território: limites e oportunidades no Lagamar
- 30.** Funcionamento das Cadeias Produtivas
- 43.** Sazonalidade, Demanda e Dinâmica de Mercado
- 57.** Barreiras ao Crescimento, Inovação e Formalização
- 77.** Convergências e Tensões entre Turismo e Agro
- 83.** Articulação Intermunicipal e Governança
- 95.** Relação com o Sebrae-SP e Demandas Latentes
- 104.** Recomendações Estratégicas
- 113.** Benchmarking
- 119.** Conclusão
- 130.** Referências Bibliográficas





CONTEXTO

O território (Cananéia, Ilha Comprida, Iguape e Pariquera-Açu) forma um ecossistema socioprodutivo baseado em turismo de natureza, pesca artesanal, agricultura tradicional, artesanato e gastronomia local.

Apesar de seus ativos culturais e ambientais, a região enfrenta desafios como sazonalidade turística, informalidade, baixa integração entre municípios, pouca visibilidade e falta de coordenação institucional. O desenvolvimento territorial requer dados consistentes, governança intermunicipal e estratégias integradas. Falta inteligência nas cadeias produtivas e nas relações dos empreendedores com o Sebrae-SP. A pesquisa visa diagnosticar as cadeias de turismo e agro, identificando sinergias produtivas para construir uma estratégia regional sustentável baseada em dados.



OBJETIVO

- Mapear cadeias produtivas em turismo (hospedagem, alimentação, guias, artesanato) e agro (pesca, banana, palmito) em Cananéia.
- Compreender sazonalidade, demanda e competitividade da Região Lagamar nos mercados turísticos e agropecuários.
- Identificar barreiras ao crescimento e inovação em turismo e agroprodutivos que afetam a economia regional.
- Avaliar a cooperação entre Cananéia, Ilha Comprida, Iguape e Pariquera-Açu, observando a conexão entre turismo e agricultura.
- Mapear sinergias entre turismo e agro para integração de cadeias e fortalecimento da identidade territorial.
- Analisar o relacionamento de empreendedores com o Sebrae-SP, identificando demandas e lacunas.
- Recomendar ações para desenvolvimento econômico integrado e fortalecimento da governança regional nas frentes de turismo e agro.



METODOLOGIA

1. Desk Research

A desk analisa duas frentes principais: o turismo, mapeando a estrutura e o funcionamento da cadeia regional (hospedagem, alimentação, guias, transporte, artesanato e gastronomia), além de avaliar sazonalidade, tendências e posicionamento competitivo; e o agro, investigando o ecossistema produtivo local, suas conexões com o turismo e desafios de mercado, formalização e comercialização.

2. Entrevistas em Profundidade

As entrevistas em profundidade investigarão o funcionamento real das atividades turísticas e agroprodutivas do Lagamar, abordando sazonalidade, acesso a mercados, limitações estruturais, inovação, informalidade, integração regional e a relação com o Sebrae-SP. Serão ouvidos empreendedores dos setores de turismo (hospedagem, alimentação, guias, artesanato e gastronomia) e agro (pesca, banana, palmito e plantas ornamentais)

3. Workshop de Cocriação

O workshop de cocriação reuniu empreendedores do turismo e do agro para validar percepções das entrevistas, identificar desafios e oportunidades locais, mapear convergências entre municípios e cocriar soluções e prioridades estratégicas. Também aprofundou a integração entre os setores de turismo e agro como base para o desenvolvimento regional.



AMOSTRA

65

ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE COM CONSUMIDORES

- Empreendedores do Turismo: hospedagem, bares, cafés e restaurantes, guias e agências, gastronomia local, artesanato
- Empreendedores do Agro: pesca artesanal, produção de banana, extrativismo de palmito e plantas ornamentais

12

ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE COM EXPERTS

- Secretarias municipais (turismo, agricultura, cultura, desenvolvimento econômico)
- Associações de pescadores, artesãos, agricultores
- Lideranças culturais e comunitárias
- Órgãos ambientais (ICMBio, Fundação Florestal)
- Operadores turísticos regionais
- Agentes de governança local e regional (não são os agentes do Sebrae, mas sim do Poder Público).

04

WORKSHOP DE COCRIAÇÃO

- Estratificado por grupos de empreendedores dos setores de Turismo e Agro das regiões de Cananéia, Iguape, Ilha Comprida e Pariquera-Açu e que participaram das entrevistas em profundidade.

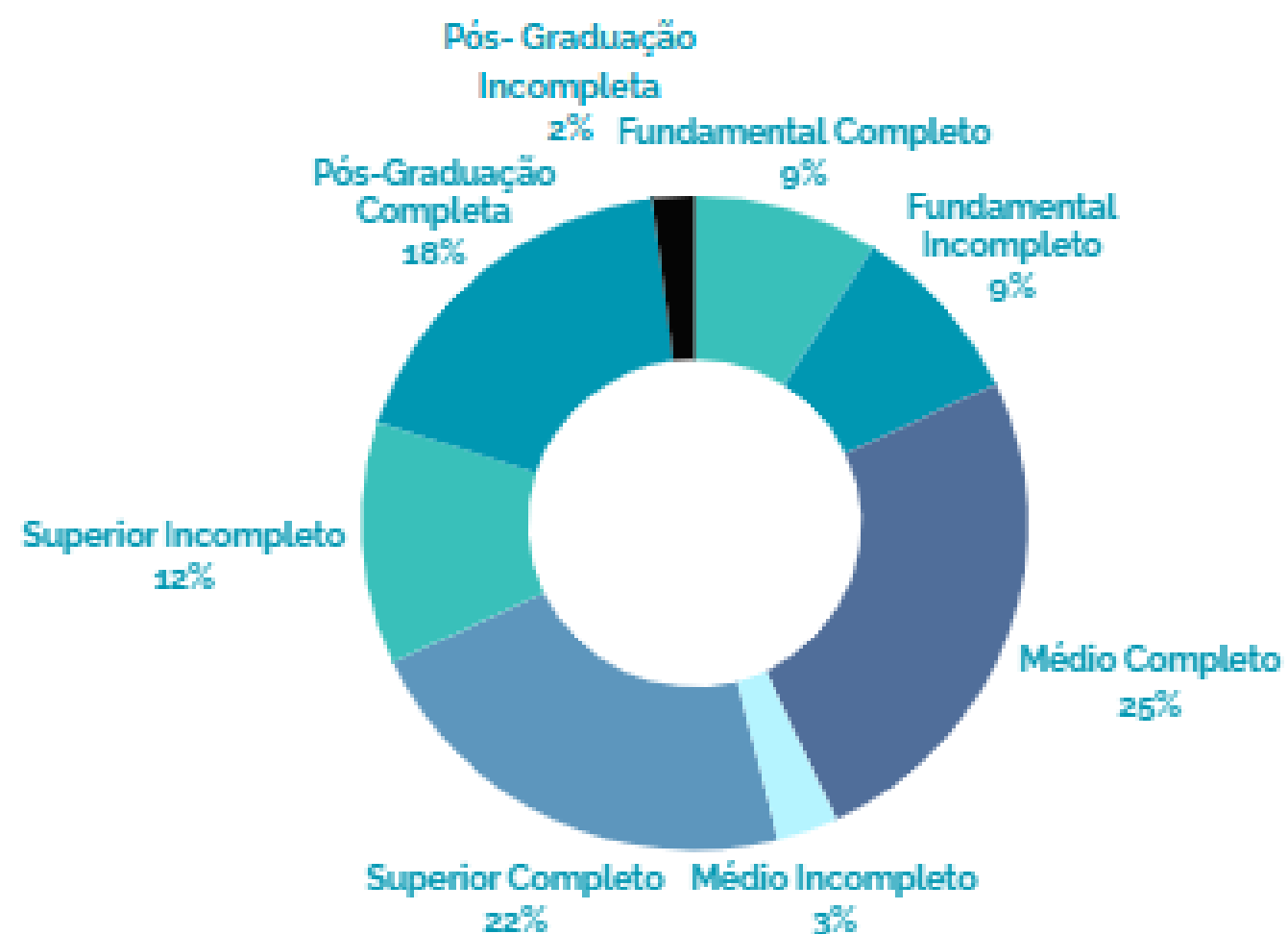


AMOSTRA

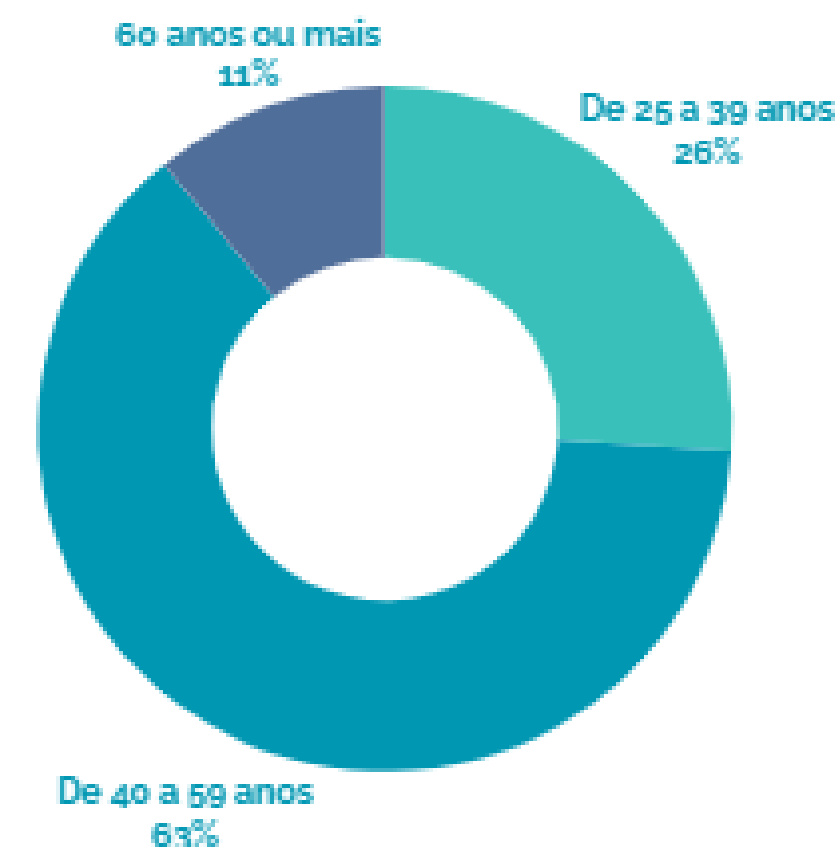
GÊNERO



ESCOLARIDADE



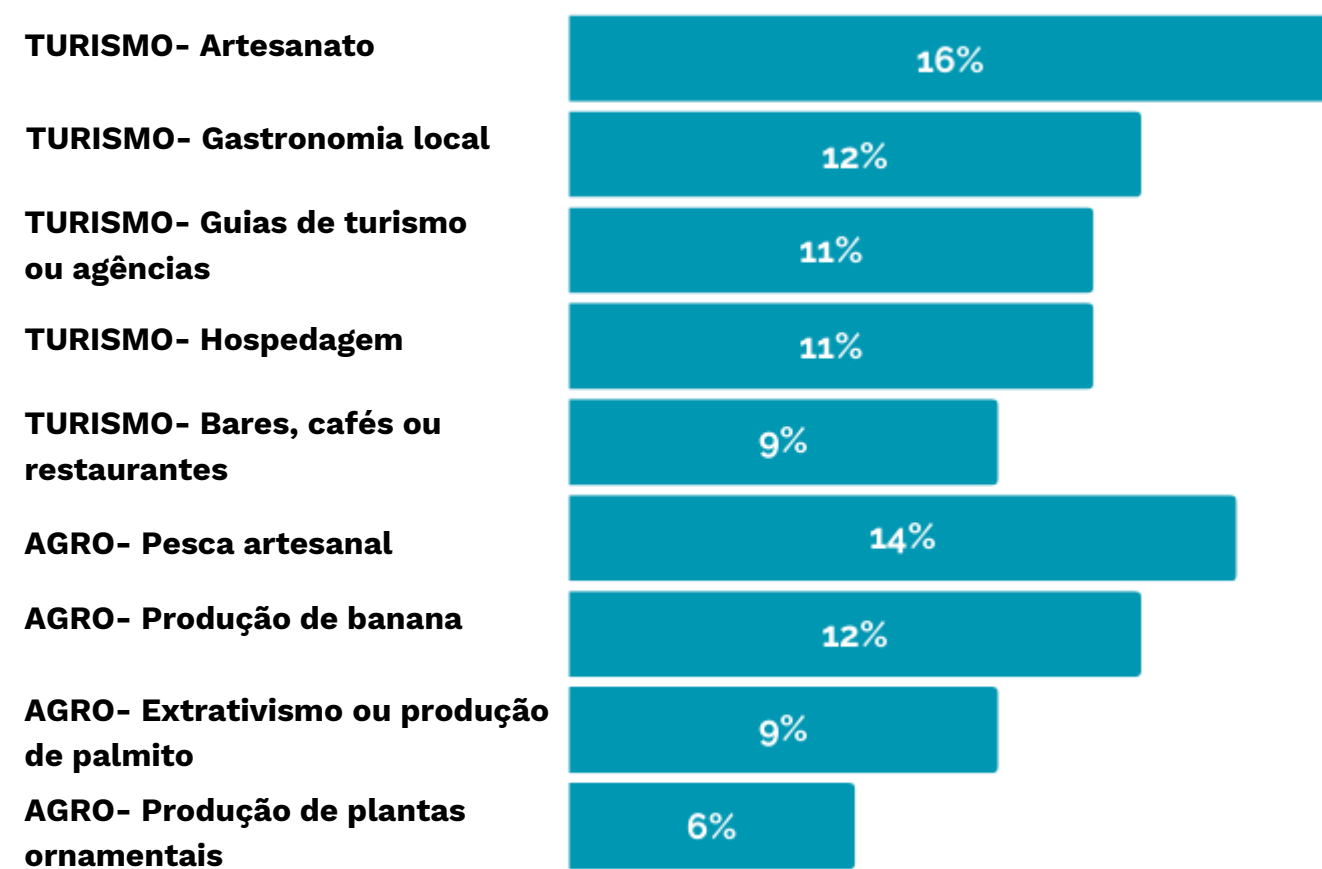
FAIXA ETÁRIA





AMOSTRA

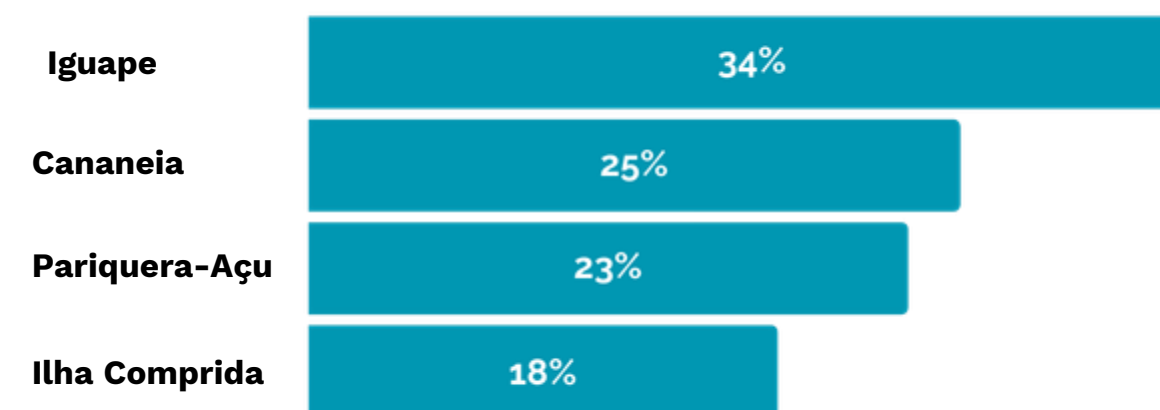
PRINCIPAL ATIVIDADE DO NEGÓCIO HOJE



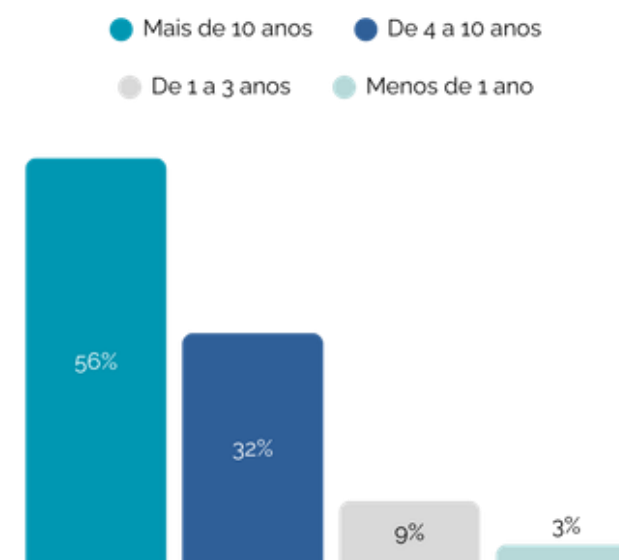
CONTATO OU ATENDIMENTO DO SEBRAE-SP



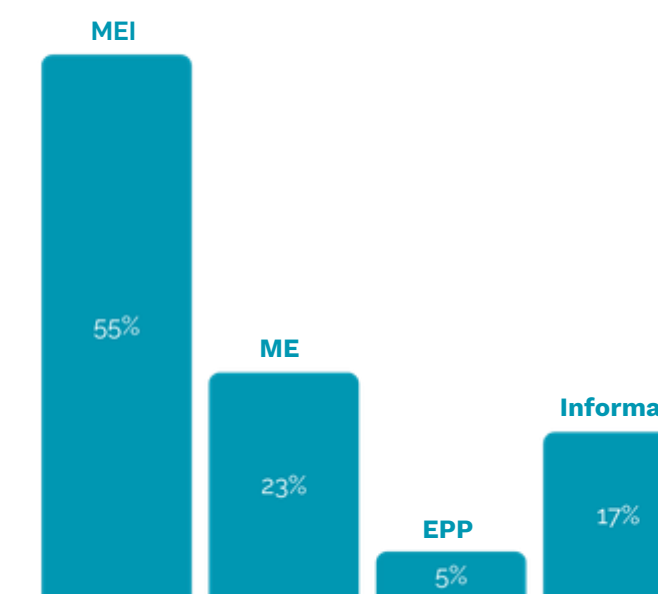
CIDADE/LOCALIZAÇÃO



TEMPO DO NEGÓCIO



PORTE





CONTEXTUALIZAÇÃO TERRITORIAL:

Lagamar



A Região Lagamar, localizada no litoral sul do estado de São Paulo, compreende os municípios de Cananéia, Iguape, Ilha Comprida e Pariquera-Açu. Trata-se de um dos mais relevantes contínuos de ecossistemas costeiros do país, combinando estuários, manguezais, restingas, Mata Atlântica e áreas marinhas protegidas.

O território está inserido em um complexo sistema estuarino lagunar, que dá origem à denominação “Lagamar”, caracterizado por elevada biodiversidade e presença significativa de unidades de conservação. Esse atributo ambiental confere à região dupla condição estratégica:

- **Patrimônio ambiental de escala nacional e internacional;**
- **Base econômica estruturante para atividades dependentes de recursos naturais, especialmente turismo de natureza e cadeias agroextrativistas.**



CARACTERIZAÇÃO TERRITORIAL DA REGIÃO LAGAMAR



População aproximada do Lagamar: 75 mil habitantes

Baixa densidade demográfica e concentração urbana nos municípios polos

Estrutura produtiva: de pequenos produtores rurais e microempreendedores

IDH médio inferior a 0,7 e PIB per capita abaixo da média paulista

Fontes: PNUD / IBGE / CAGED



No que tange à configuração territorial, observa-se uma alta dispersão rural e a presença de comunidades tradicionais, tais como caiçaras, quilombolas e pescadores artesanais. A região enfrenta limitações logísticas, evidenciadas pelos acessos rodoviários precários e pela deficiente integração intermunicipal. Além disso, a sensibilidade ambiental do território impõe restrições regulatórias que limitam a expansão produtiva convencional.

Este conjunto de características resulta em um território de elevado valor ambiental, que apresenta fragilidade socioeconômica relativa. No entanto, tal cenário também oferece um **grande potencial para o desenvolvimento de estratégias baseadas na diferenciação territorial.**



RELEVÂNCIA ESTRATÉGICA DA CADEIA DO TURISMO

Conforme foi evidenciado na pesquisa, o turismo representa uma das principais cadeias econômicas da região, estruturando-se predominantemente em torno dos seguintes segmentos:

- 1. Turismo de Natureza:** Inclui ecoturismo, observação de fauna e trilhas ecológicas.
- 2. Turismo Náutico e de Base Comunitária:** Promove a interação com as comunidades locais e atividades náuticas.
- 3. Turismo Histórico-Cultural:** Destaca-se especialmente nas localidades de Iguape e Cananéia.
- 4. Turismo de Segunda Residência:** É notável em áreas como Ilha Comprida e Pariquera-Açu.

A região possui ativos estratégicos distintos, que incluem:

- **Remanescentes de Mata Atlântica:** Extensas áreas preservadas dessa importante floresta tropical.
- **Unidades de Conservação Consolidadas:** Áreas protegidas que garantem a preservação ambiental.
- **Biodiversidade Marinha:** Envolve a observação de golfinhos e outras espécies marinhas.
- **Centros Históricos Preservados:** Locais que mantêm sua arquitetura e história intactas.
- **Identidade Cultural Tradicional:** Riqueza cultural que reflete as tradições locais.

Do ponto de vista competitivo, a região do Lagamar não busca competir no segmento de turismo massivo de alta densidade. Pelo contrário, posiciona-se como um destino de nicho, focando em autenticidade, sustentabilidade e preservação da natureza.



PERFIL TURÍSTICO POR MUNICÍPIO DO LAGAMAR

Ilha Comprida

Ilha Comprida é o principal destino de turismo de sol e praia do Lagamar, com mais de 70 km de praias e infraestrutura hoteleira consolidada, atraindo famílias e jovens. O Circuito Lagamar de Cicloturismo promove turismo ativo. O desafio é a sazonalidade, com alta demanda no verão, mas há potencial para diversificar a oferta com ecoturismo e eventos durante o ano.



Cananéia

Cananéia é o centro do ecoturismo no Lagamar, com acesso ao Parque Estadual do Lagamar e à Ilha do Cardoso. Oferece passeios de barco, praias desertas e rica fauna marinha. O centro histórico destaca-se pelas construções coloniais e gastronomia de frutos do mar. O turismo comunitário torna Cananéia um destino ideal para quem busca natureza preservada e autenticidade cultural.

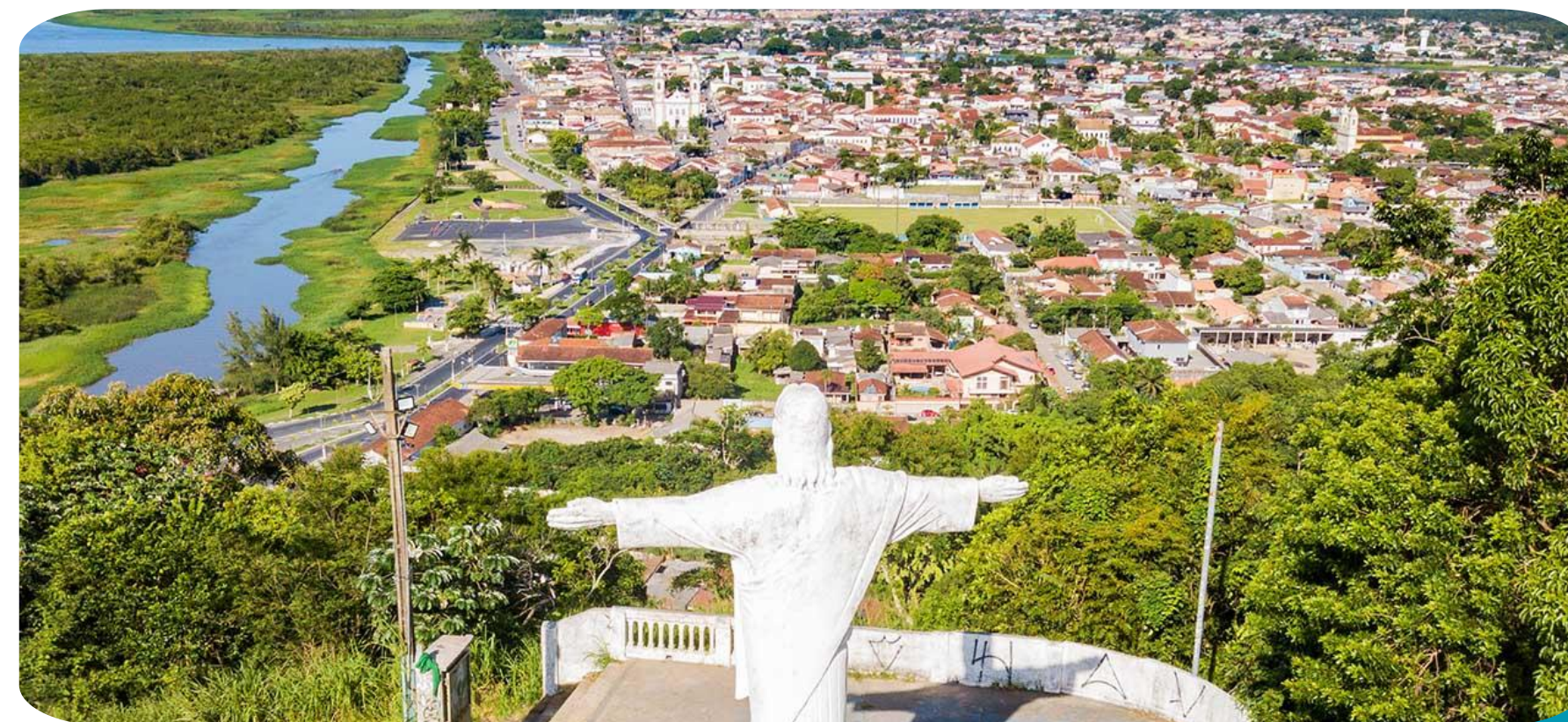




PERFIL TURÍSTICO POR MUNICÍPIO DO LAGAMAR

Iguape

Iguape combina patrimônio histórico e religioso com a cultura caiçara. Destaque para a Basílica do Senhor Bom Jesus e o artesanato, especialmente no Mercado de Artesanato e Cultura. A gastronomia de peixes e frutos do mar, juntamente com festas religiosas e eventos culturais, tornam Iguape um destino turístico autêntico.



Pariquera-Açu

Pariquera-Açu é estratégica como apoio logístico e porta de entrada pela BR-116, oferecendo hospedagem e alimentação. Próxima ao litoral, tem potencial no turismo rural com produção de chá, banana e mandioca, conectando visitantes à cultura agrícola local.





COMPARATIVO MUNICIPAL

Município	Categoria Mapa do Turismo	Papel na Cadeia Turística	Principais Atrativos / Segmentos	Infraestrutura Turística	Gargalos Específicos	Oportunidades / Potencial
Ilha Comprida	Categoria B (município turístico)	Polo receptor – maior fluxo turístico, serviços consolidados	Praias, turismo de sol e praia, esportes náuticos, observação de aves, cicloturismo (Circuito Lagamar)	Hospedagem diversificada (pousadas, hotéis, casas de temporada), bares e restaurantes na orla, boa infraestrutura de veraneio	Forte sazonalidade (alta temporada x baixa procura), pressão sobre ecossistemas frágeis (restingas, dunas), dependência de turismo de massa	Turismo sustentável, ecoturismo, qualificação de serviços para atender nichos de natureza e aventura, ampliação da temporada com eventos e roteiros integrados
Iguape	Categoria C (oferta complementar)	Polo histórico-cultural e de suporte	Centro histórico (arquitetura colonial), Basílica do Senhor Bom Jesus, festas religiosas, gastronomia calçara, artesanato (Mercado de Artesanato e Cultura), passeios culturais, trilhas	Restaurantes típicos, pousadas de pequeno porte, comércio local, atuação de guias culturais	Baixa integração com roteiros regionais, necessidade de requalificação de atrativos, sinalização turística limitada, pouca promoção	Turismo religioso e cultural, integração com rotas de ecoturismo e cicloturismo, fortalecimento da identidade calçara, desenvolvimento de experiências gastronômicas
Cananéia	Categoria B (Fluxo turístico relevante, embora menor que os da Categoria A)	Polo de ecoturismo e base para passeios	Parque Estadual do Lagamar, manguezais, passeios de barco às ilhas (Ilha do Cardoso, Superagui), observação de fauna (golfinhos, aves), sítios arqueológicos, centro histórico, gastronomia de frutos do mar, festivais locais	Pousadas e hotéis de pequeno porte, restaurantes, agências de receptivo, guias especializados em ecoturismo, estrutura portuária para passeios	Acesso dependente de barcos (logística complexa), baixa divulgação internacional, necessidade de qualificação de guias e condutores, fragilidade na conservação ambiental	Ecoturismo de base comunitária, observação de fauna, turismo científico, ampliação de parcerias com operadoras de turismo de natureza, certificações sustentáveis
Pariquera-Açu	Não categorizado (município de apoio)	Apoio logístico e de serviços	Não possui atrativos turísticos expressivos; funciona como entroncamento rodoviário e base de serviços (hospedagem simples, alimentação) para quem acessa a região	Hotéis simples, restaurantes de estrada, comércio local, proximidade com a BR-116	Baixa atratividade turística própria, dependência de fluxos de passagem, ausência de produtos turísticos estruturados	Polo de apoio para turistas que visitam os municípios litorâneos; pode desenvolver turismo rural ou de experiência ligado à agricultura local (chá, banana) e integrar roteiros intermunicipais



RELEVÂNCIA ESTRATÉGICA DA CADEIA DO AGRO

O perfil produtivo da região é caracterizado pela predominância da **agricultura familiar, com a produção de banana como a principal cultura estruturante**. Além disso, destaca-se o cultivo de pupunha, a produção hortifrutícola, bem como atividades relacionadas à pesca artesanal e à aquicultura.

A região está situada na macrorregião do Vale do Ribeira, que é tradicionalmente conhecida por seu baixo dinamismo industrial e pela forte presença de pequenas propriedades. Há também um potencial significativo para a implementação de sistemas agroecológicos e orgânicos, com uma inserção parcial em mercados institucionais, como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA).



PERFIL AGRÁRIO POR MUNICÍPIO DO LAGAMAR

Ilha Comprida

A agricultura não é um forte econômico local comparado à pesca e turismo, e qualquer produção tende a ser de pequena escala e muito vinculada a hortaliças e cultivo doméstico. Atua como mercado consumidor, impulsionado pelo turismo e população flutuante.



Cananéia

Produção de pequena escala, com forte restrição ambiental. Destaque para banana, mandioca e extrativismo. Potencial para nichos e turismo de base comunitária.



PERFIL AGRÁRIO POR MUNICÍPIO DO LAGAMAR

Iguape

Produção intermediária e complementar. Cultivo de banana, mandioca e hortaliças. Papel estratégico na diversificação da cadeia.



Pariquera-Açu

Principal polo agrícola. Destaque para banana (~2.000 ha), chá (~1.500 ha), mandioca e plantio de plantas ornamentais. Agricultura familiar mais estruturada e comercial.



COMPARATIVO MUNICIPAL

Município	Perfil Produtivo	Principais Culturas	Produção Anual (t)	Pecuária (cabeças)	Papel na Cadeia	Desafios	Oportunidades
Pariquera-Açu	Polo produtor agrícola - agricultura familiar comercial mais estruturada	Banana, Chá, Mandioca	Banana: ~50.000 Chá: ~6.000 Mandioca: ~8.000	~6.000 (mais estruturado)	Produtor principal: lidera em volume e diversidade; pode centralizar beneficiamento e logística	Necessidade de planejamento de oferta e coordenação intermunicipal	Agroindustrialização, mercados institucionais, integração com turismo
Iguape	Produtor complementar - agricultura familiar dispersa, médio porte	Banana, Mandioca, Hortaliças, Maracujá	Banana: ~25.000 Mandioca: ~6.000 Hortaliças: não divulgado	~4.000 (pequena escala)	Produtor complementar: produção relevante, mas menos diversificada; pode fortalecer nichos	Fragmentação, baixa escala individual, acesso limitado a mercados formais	Fortalecimento de nichos produtivos, circuitos curtos, compras públicas
Cananéia	Produtor de nicho - pequena escala, forte restrição ambiental	Banana, Mandioca, Hortaliças, Palmito, extrativismo	Banana: ~8.000 Mandioca: ~4.000 Hortaliças: não divulgado	~2.000 (complementar)	Produtor de nicho: produção de baixo volume, mas com potencial para integração ao turismo e gastronomia local	Restrições ambientais e fundiárias, baixa mecanização, dificuldade de regularização	Turismo de base comunitária, gastronomia típica, valorização de produtos tradicionais
Ilha Comprida	Majoritariamente consumidor - produção agropecuária insignificante	Hortaliças e cultivo doméstico (escala ínfima)	Sem dados específicos	Sem dados específicos	Consumidor: forte demanda turística; depende de produção externa	Restrições ambientais severas (APA), ausência de área agrícola significativa	Mercado consumidor para produtos regionais, parcerias com municípios produtores para abastecimento do turismo



Do ponto de vista econômico, o agro:

- É relevante na ocupação territorial e geração de renda rural;
- Apresenta baixa agregação de valor na origem;
- Depende de canais de comercialização muitas vezes externos à região;
- Possui potencial para diferenciação via certificações (orgânico, sustentável, indicação geográfica).

A restrição ambiental, embora limite expansão extensiva, pode ser convertida em vantagem competitiva por meio de:

- Produção de base sustentável;
- Valorização de produtos associados à conservação;
- Integração com turismo gastronômico e de experiência.

RELEVÂNCIA ESTRATÉGICA DA CADEIA DO AGRO



ABORDAGEM INTEGRADA TURISMO + AGRO

Complementaridade Econômica

O turismo gera demanda por produtos locais, como:

- Produtos agrícolas frescos
- Gastronomia regional
- Produtos artesanais

O setor agro contribui para:

- Autenticidade da experiência turística
- Fortalecimento da identidade territorial
- Aumento da permanência dos visitantes com experiências rurais e gastronômicas

Diferenciação Territorial

A competitividade do Lagamar se baseia em:

- Natureza preservada
- Cultura tradicional
- Produção familiar
- Sustentabilidade

Essa combinação cria uma narrativa coerente de conservação, produção sustentável e turismo experiencial.

Sustentabilidade como Eixo Estruturante

A presença de unidades de conservação exige um desenvolvimento que priorize:

- Baixa densidade
- Alta qualidade
- Agregação de valor
- Encadeamentos curtos e regionais

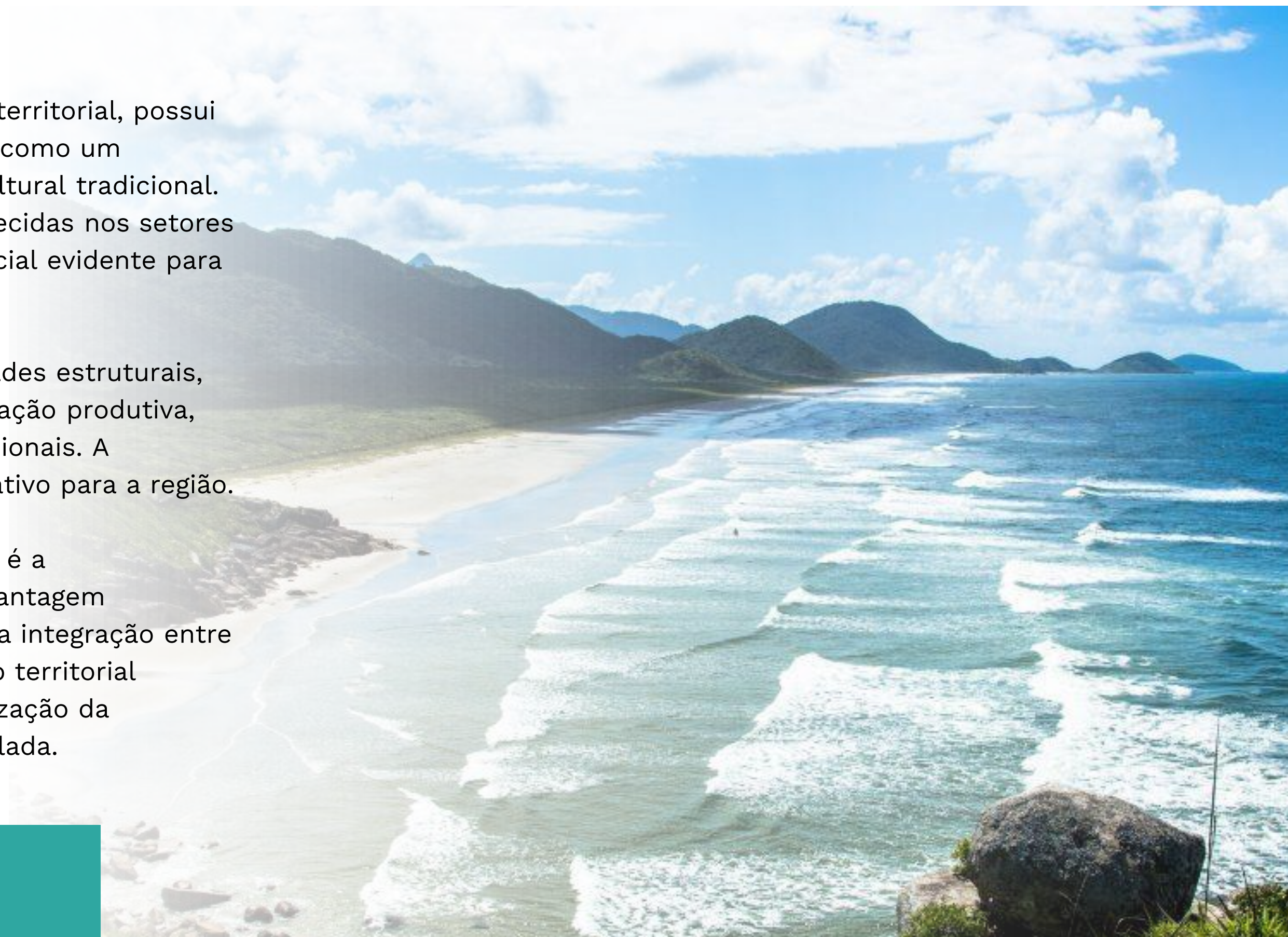
Trata-se de uma lógica distinta da industrialização convencional, o crescimento depende mais de qualificação, governança e posicionamento do que de escala volumétrica.



A Região Lagamar, ao ser analisada no contexto territorial, possui algumas fortalezas estruturais importantes, tais como um patrimônio ambiental único e uma identidade cultural tradicional. Além disso, já possui cadeias produtivas estabelecidas nos setores de turismo e agropecuária, bem como um potencial evidente para diferenciação sustentável.

No entanto, também apresenta algumas fragilidades estruturais, como o baixo dinamismo econômico, a fragmentação produtiva, além de enfrentar limitações logísticas e institucionais. A sazonalidade do turismo é outro desafio significativo para a região.

A principal oportunidade estratégica identificada é a transformação da restrição ambiental em uma vantagem competitiva. Isso pode ser alcançado por meio da integração entre turismo e agropecuária, estruturando um modelo territorial baseado em sustentabilidade, experiência, valorização da produção local e uma governança regional articulada.





ESG E TERRITÓRIO: LIMITES E OPORTUNIDADES NO LAGAMAR



A região do Lagamar abrange áreas costeiras do sul do estado de São Paulo, integrados a um mosaico de unidades de conservação da Mata Atlântica (como o Parque Estadual Lagamar de Cananéia e a APA Cananéia-Iguape-Peruíbe) que compõem um dos maiores remanescentes contínuos do bioma no Brasil.

Essas áreas são reconhecidas como de importância global por sua biodiversidade, serviços ecossistêmicos e patrimônio cultural, incluindo manguezais, restingas e florestas atlânticas, e são parte da Reserva da Biosfera da Mata Atlântica da UNESCO.

Dentro desse contexto, as unidades de conservação e mosaicos como o Lagamar Mosaic funcionam como plataformas de articulação entre órgãos públicos, organizações da sociedade civil e comunidades tradicionais para promover práticas sustentáveis de uso da terra e conservação ambiental.





DIMENSÃO AMBIENTAL E SOCIAL

PRESERVAÇÃO COMO ATIVO NÃO MONETIZADO

O território enfrenta restrições ambientais significativas devido a unidades de conservação e à sensibilidade do sistema estuarino-lagunar.

Os efeitos incluem:

- Limitação da expansão produtiva
- Aumento das exigências regulatórias
- Diferenciação simbólica pela preservação da natureza



Embora a região incorpore os custos da conservação, não capitaliza totalmente os benefícios da diferenciação sustentável. A natureza impulsiona o turismo, mas não se traduz em um posicionamento econômico premium estruturado.

VULNERABILIDADE PRODUTIVA E ESTAGNAÇÃO ADAPTATIVA

A base produtiva é composta principalmente por empreendimentos familiares, multifuncionais e com pouco capital, como pesca artesanal e agricultura de pequena escala.

- Sazonalidade extrema do turismo gera renda instável.
- Dependência de intermediários reduz margens no agro e na pesca.
- Incertezas regulatórias e logísticas contêm investimentos.



Permanecer pequeno é uma estratégia racional para reduzir riscos. A informalidade e a baixa expansão indicam adaptação, não falta de ambição. Essa vulnerabilidade social limita a transformação do ativo ambiental em valor agregado e inovação.



GOVERNANÇA

FRAGMENTAÇÃO INSTITUCIONAL COMO RISCO SISTÊMICO

A fragilidade central é institucional, não ambiental:

- Baixa articulação intermunicipal;
- Descontinuidade de projetos estruturantes;
- Pouca coordenação entre turismo e agro;
- Cooperação relacional, não institucionalizada.



Sem governança regional estável, as cadeias produtivas operam em paralelo; sinergias permanecem frágeis. A ausência de coordenação reduz a capacidade de posicionamento competitivo integrado do Lagamar (marca regional, estratégia única de sustentabilidade).

CENÁRIOS ESTRUTURAIS: RISCO E POTENCIAL

Cenário inercial

- Preservação forte + base produtiva frágil + governança fragmentada
- → Desenvolvimento sazonal, baixa agregação de valor e dependência de ciclos curtos de demanda.

Cenário de alinhamento

- Preservação convertida em estratégia de diferenciação +
- Base produtiva qualificada e integrada ao turismo +
- Governança regional estável e coordenada
- → Modelo territorial sustentável, maior estabilidade econômica e identidade regional fortalecida.



INICIATIVAS INSTITUCIONAIS RELEVANTES PARA ESG E CONSERVAÇÃO

SOCIEDADE DE PESQUISA EM VIDA SELVAGEM E EDUCAÇÃO AMBIENTAL (SPVS)

A SPVS é uma organização civil que atua há décadas na conservação da Mata Atlântica e educação ambiental, incluindo porções do Lagamar Paranaense e paulista como parte da Grande Reserva da Mata Atlântica.

Principais contribuições:

- Conservação de biodiversidade e monitoramento ecológico na região costeira e áreas remanescentes de Mata Atlântica.
- Educação ambiental e transformação social: projetos de educação para conservação com escolas, comunidades e lideranças locais, fortalecendo a dimensão social da sustentabilidade.
- Planejamento e restauração ecológica: implementação de práticas de restauração e manejo da natureza em unidades protegidas e áreas prioritárias.
- Lançamento e disseminação de materiais técnicos e educativos, como a cartilha sobre a região Lagamar Paranaense, abordando temas como sistemas agroflorestais, agroecologia, comercialização e associativismo — que atuam como ferramentas para apoiar práticas agroambientais sustentáveis.

A atuação da SPVS é um caso clássico de ESG no terceiro setor: promove conservação ambiental com geração de valor social e governança de conhecimento.



SISTEMAS AGROFLORESTAIS (SAFS) NO LAGAMAR E SUA RELAÇÃO COM ESG

Os Sistemas Agroflorestais (SAFs), práticas que combinam árvores nativas, culturas agrícolas e, em alguns casos, criação de animais, são promovidos como alternativa sustentável para atividades agrícolas e uso do solo na região.

Motivos pelos quais os SAFs são estratégicos no contexto ESG:

- **Ambiental:** promovem maior biodiversidade, melhoria da saúde do solo, sequestro de carbono e conservação da água comparado ao uso agrícola convencional.
- **Social:** possibilitam diversificação de renda para agricultores familiares, conectando produção de alimentos à conservação.
- **Governança:** requerem articulação entre produtor, instituições públicas e financiadores para fomento técnico e acesso a mercados/financiamentos sustentáveis.

CARTILHA SPVS SOBRE O LAGAMAR PARANAENSE

A publicação da SPVS destaca os Sistemas Agroflorestais (SAFs) como uma solução que equilibra conservação e geração de renda. Esses sistemas:

- Combinam árvores nativas com cultivos agrícolas e/ou animais, promovendo serviços ecossistêmicos.
- Oferecem alternativas sustentáveis à agricultura convencional, diversificando a renda e recuperando áreas degradadas.
- São compatíveis com políticas de produção sustentável, necessitando de apoio de entidades públicas e privadas.



MODELOS DE NEGÓCIOS APLICÁVEIS NA REGIÃO DO LAGAMAR

1. ARTESANATO COM INSUMOS LOCAIS – LITORAL DO PARANÁ

Programas de fomento ao artesanato local valorizam fibras naturais e insumos nativos provenientes de áreas de conservação no litoral paranaense (também parte do contexto Lagamar).

Modelo de negócio:

- Artesãs e artesãos criam produtos com fibras naturais, madeira caída, elementos costeiros e tradições culturais.
- A comercialização usa plataformas digitais e redes de mercado sustentável, agregando valor ao artesanato tradicional.

Por que é relevante?

Transforma insumos naturais em produtos de menor impacto ambiental com potencial de alcance nacional ou internacional, gerando renda sem comprometer a conservação.

2. AGROECOLOGIA E FORTALECIMENTO DE CADEIAS TERRITORIAIS - LAGAMAR PARANAENSE

Programas de fomento ao artesanato local valorizam fibras naturais e insumos nativos provenientes de áreas de conservação no litoral paranaense (também parte do contexto Lagamar).

Modelo de negócio:

- Artesãs e artesãos criam produtos com fibras naturais, madeira caída, elementos costeiros e tradições culturais.
- A comercialização usa plataformas digitais e redes de mercado sustentável, agregando valor ao artesanato tradicional.

Por que é relevante?

Transforma insumos naturais em produtos de menor impacto ambiental com potencial de alcance nacional ou internacional, gerando renda sem comprometer a conservação.

3. MODELOS CORRELATOS DE NEGÓCIO SOCIOAMBIENTAL NO BRASIL

Embora estejam fora do Lagamar, eles servem como provas de conceito úteis para inspiração territorial:

a) Turismo comunitário e ecoturismo em áreas de conservação

Em várias regiões costeiras (ex.: APA de Guapi-Mirim no RJ), negócios locais combinam turismo de base comunitária com conservação, criando roteiros que valorizam manguezais e biodiversidade local.

b) Agregação de valor a produtos florestais não madeireiros

No contexto amazônico e em outras UCs do Brasil, cooperativas e parcerias com empresas de cosméticos ou alimentos transformam insumos naturais (sementes, óleos, frutas nativas) em produtos com valor agregado, que remuneram comunidades tradicionais.



FUNCIONAMENTO DAS CADEIAS PRODUTIVAS



Após traçarmos o retrato sociodemográfico e econômico do Lagamar com base em dados secundários, avançamos para a compreensão do território a partir do olhar de quem o vive e constrói diariamente: empreendedores e especialistas estratégicos dos setores mapeados.

O que buscamos compreender:

- A operação prática das cadeias de turismo e agro
- Atores, fluxos e interdependências que afetam as atividades econômicas locais
- Dinâmicas reais de produção, comercialização e consumo
- Arranjos formais e informais e mecanismos de coordenação
- Gargalos operacionais e estratégias de superação
- Padrões comuns e especificidades territoriais



FUNIONAMENTO DA CADEIA DE TURISMO



COMO A ATIVIDADE TURÍSTICA SE ORGANIZA NA PRÁTICA?

Os relatos dos empreendedores indicam que o funcionamento cotidiano da atividade turística é altamente operacional e concentrado na resolução de demandas imediatas:

- atendimento ao cliente
- gestão de reservas
- compra de insumos
- organização de serviços
- articulação informal com parceiros locais.

A rotina é descrita como multifuncional, com acúmulo de funções pelo empreendedor (gestão, atendimento, compras, logística). Observa-se baixa especialização e forte dependência da presença física do responsável pelo negócio.

A cadeia funciona de forma reativa, ajustando-se à demanda do dia, sem planejamento integrado regional. A articulação ocorre caso a caso, principalmente em períodos de maior movimento. O que foi observado:

- Centralização das tarefas no empreendedor.
- Baixo uso de sistemas digitais integrados.
- Operação baseada em contatos pessoais.
- Gestão orientada pela demanda imediata, não por planejamento de cadeia.



A cadeia produtiva do turismo opera de forma fragmentada e artesanal, com baixa coordenação entre os elos. O funcionamento depende mais de relações interpessoais do que de estruturas institucionais ou plataformas comuns.



O QUE OFERECE COMO PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS?

Os empreendimentos oferecem majoritariamente serviços básicos de turismo:

- hospedagem;
- alimentação;
- passeios guiados;
- transporte local;
- experiências pontuais (trilhas, barcos, observação da natureza, gastronomia local).

Há valorização do território (natureza, cultura, produtos locais), mas essa identidade aparece mais no discurso do que na estruturação dos produtos.

Os serviços são pouco padronizados e dependem da capacidade individual de cada negócio. A oferta é descrita como complementar, mas não integrada: **o turista consome diferentes serviços, porém sem uma curadoria regional organizada.** O que pode ser observado através de:

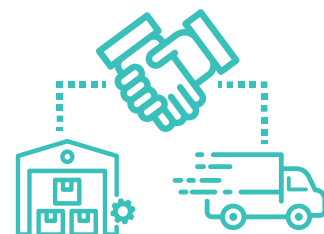
- Predominância de serviços isolados (pousada, restaurante, passeio).
- Experiências dependem da iniciativa individual do empreendedor.
- Uso pontual de produtos locais (palmito, peixe, banana), sem estratégia conjunta.
- Ausência de pacotes estruturados intermunicipais.

A cadeia oferece um conjunto de produtos turísticos dispersos, sem integração sistêmica. A experiência do turista é construída de forma informal, por indicação ou tentativa e erro, e não por desenho coletivo da cadeia.

ATORES-CHAVE DA CADEIA DE TURISMO



1. Empreendedores locais (pousadas, restaurantes, guias)



2. Fornecedores de alimentos e insumos.



3. Artesãos.



4. Poder público (prefeituras, turismo, meio ambiente).



5. Apoios institucionais como Sebrae.

QUEM SUSTENTA A CADEIA?

Os principais atores-chave identificados nas regiões do Lagamar são principalmente os empreendedores locais, como pousadas, restaurantes e guias locais, seguidos de fornecedores de alimentos e insumos como os produtores rurais, os funcionários dos estabelecimentos, os artesãos, o poder público (incluindo prefeituras, turismo e meio ambiente), além de apoios institucionais como o Sebrae.

Todavia, esses atores atuam de forma paralela, sem formar uma rede coordenada. O poder público é considerado essencial, mas mantém-se distante das operações diárias. Os fornecedores locais são relevantes, mas enfrentam limitações de escala e regularidade. A relação entre os municípios é vista como frágil.

Observam-se os seguintes padrões:

A cadeia é formada por pequenos negócios independentes.
Há pouca governança regional.
Existe interdependência, porém sem organização.
As relações são majoritariamente informais.

A cadeia produtiva do turismo no Lagamar é composta por diversos atores, porém carece de um arranjo produtivo estruturado.



FUNCIONAMENTO DA CADEIA AGRO



COMO A ESTRUTURA AGROPRODUTIVA SE ORGANIZA NA PRÁTICA?

A estrutura produtiva no Lagamar é caracteriza-se pela mão de obra familiar sem vínculos formais, acúmulo de funções pelo empreendedor (plantio, colheita, vendas e administração) e contratação informal de terceiros quando necessário.

O dia a dia da produção é influenciado por ciclos naturais e demandas de mercado, levando a rotinas específicas.

Pesca artesanal:

- Planejamento segundo marés e safra
- Saídas noturnas ou matinais com vendas no mesmo dia
- Trabalho solitário ou em pequenas parcerias familiares

Agricultura:

- Calendários sazonais para atividades como roçada, plantio e colheita
- Colheita escalonada conforme a demanda
- Processamento caseiro para agregar valor.

Os processos produtivos variam conforme a atividade, mas três modelos de comercialização se destacam como padrões:

- Venda para intermediários: Usada em pesca e pupunha, onde terceiros fazem o beneficiamento e venda.
- Venda direta ao consumidor: Comum para produtos processados e em feiras; é mais trabalhoso, mas rentável.
- Modelo misto: Inclui venda para governo e cooperativas.



A cadeia produtiva agro no Lagamar é artesanal e familiar, com pouca formalização e dependência de intermediários. A produção é pequena, fragmentada, e o escoamento ocorre por atravessadores ou vendas diretas.



QUAIS OS PRINCIPAIS INSUMOS, ATORES E CUSTOS OPERACIONAIS ENVOLVIDOS?

- **Insumos básicos:** Combustível, adubo, mudas e equipamentos de pesca são os principais insumos utilizados.
- **Parcerias institucionais:** Predomina a ausência ou fragilidade de parcerias formais, com muitos atuando de forma isolada ou em parcerias informais de "camaradagem".
- **Associações e cooperativas:** Quando existem, são mencionadas como importantes canais de comercialização, especialmente para merenda escolar, e para compras conjuntas em menor escala.

A produção é geralmente individual ou familiar, embora a comercialização esteja se articulando. Produtores usam associações e grupos de WhatsApp para negociar preços, mas a atuação individual predomina, com críticas à falta de união no setor.

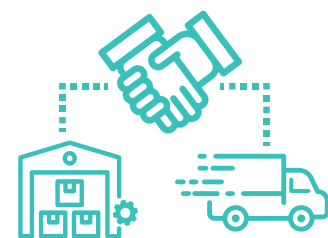
Os custos operacionais, como combustível, adubação e manutenção, são relevantes, mas os principais riscos estão ligados a fatores externos:

- **Clima:** Geadas, chuvas excessivas, tempestades e secas causam perdas significativas.
- **Mercado:** A volatilidade de preços e a falta de mercado em certas épocas geram desperdícios.
- **Perecibilidade:** Produtos como pescado e banana exigem logística eficiente; a incapacidade de escoar rapidamente resulta em perdas totais.

ATORES-CHAVE DA CADEIA DE AGRO



1. Trabalhadores rurais



2. Atravessadores



3. Associações e Cooperativas



4. Consumidor final

QUEM SUSTENTA A CADEIA?

A cadeia produtiva agro é sustentada por uma rede de atores com funções distintas e complementares. No coração da produção estão os produtores familiares e trabalhadores rurais, que, de forma individual ou com apoio da mão de obra familiar, executam as atividades diárias no campo e na pesca, enfrentando os desafios do clima e do mercado.

Para escoar essa produção, figuras como os atravessadores e peixarias atuam como o primeiro elo comercial, garantindo a venda imediata, embora muitas vezes com baixa rentabilidade para o produtor.

Em contraponto, as associações e cooperativas emergem como atores fundamentais para a articulação, permitindo o acesso a mercados institucionais (como a merenda escolar), compras conjuntas e maior poder de barganha.

Por fim, o consumidor final (seja ele o visitante do sítio, o frequentador de feiras ou a indústria) é o destino que valida toda a cadeia, podendo incentivar práticas mais sustentáveis e a agregação de valor quando opta pela compra direta.



FUNCIONAMENTO DAS CADEIAS DE TURISMO E AGRO

Experts apontam que o território do Lagamar possui dois motores econômicos: um turismo em profissionalização, mas sazonal e concentrado, e um setor agropecuário com potencial, mas limitado por problemas logísticos e de comercialização.

A tônica predominante é a ausência de diálogo e integração entre os setores produtivos. Experts observam que "as cadeias funcionam de forma muito fragmentada" e que "o agro não conversa com o turismo como poderia".

Este cenário é descrito como um ambiente onde "as cadeias não conversam entre si, cada um trabalha de forma isolada", com "cada player isoladamente atuando".

Características da fragmentação:

- Setorial: agro e turismo operam em paralelo, sem aproveitar sinergias
- Geográfica: o litoral concentra a oferta turística (praias, camping, pousadas) enquanto o continente abriga a produção agrícola, criando uma dicotomia física que reflete a desconexão econômica
- Institucional: falta articulação entre órgãos públicos, associações e iniciativas privadas.





PRINCIPAIS GARGALOS ESTRUTURAIS

O desenvolvimento da região do Lagamar é travado por um conjunto de entraves crônicos e interligados, que podem ser organizados em quatro dimensões estruturantes:



Infraestrutura física e logística

Este emerge como o gargalo mais citado e transversal. A precariedade de estradas, a falta de pontes adequadas e as deficiências nos sistemas de comunicação afetam todas as cadeias produtivas, elevando custos, aprofundando o isolamento e inviabilizando o escoamento eficiente da produção, além de comprometer a acessibilidade turística.



O dilema ambiental

Envolve o conflito entre a preservação em Unidades de Conservação e as necessidades de desenvolvimento local. Os principais problemas incluem:

- Desequilíbrio entre conservação e geração de renda
- Falta de diálogo com comunidades tradicionais
- Ignorância da ocupação histórica do território.



Sazonalidade econômica extrema

A economia sofre com "três meses de abundância seguidos de nove meses de penúria", onde recursos de verão sustentam o ano todo. A falta de planejamento e diversificação para a baixa temporada agrava essa situação.

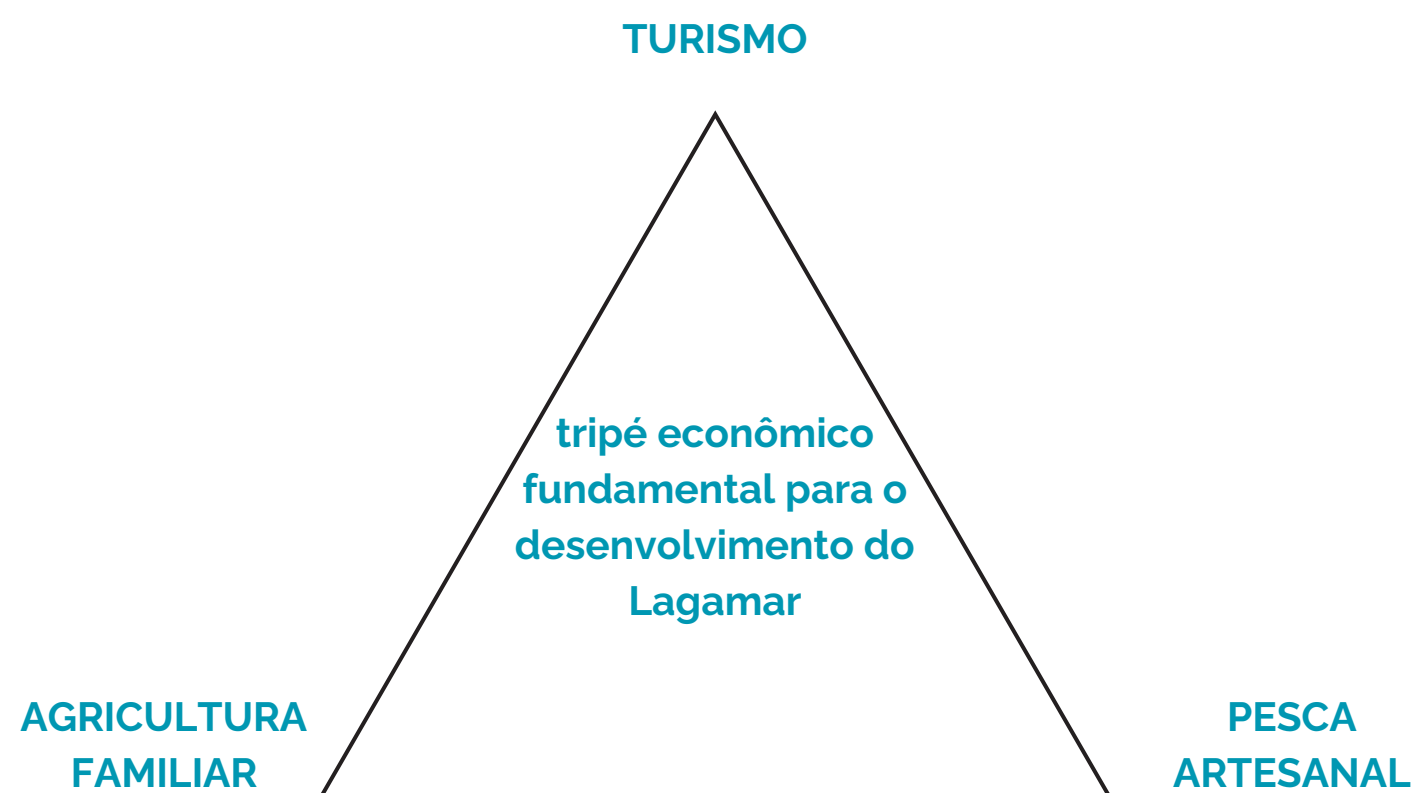


Gargalos de capital humano e governança

Atores locais muitas vezes não compreendem seu papel nas cadeias produtivas, dificultando a cooperação. A descontinuidade das políticas públicas compromete iniciativas promissoras. A falta de governança regional estável impede a criação de roteiros estruturados e não há uma identidade econômica unificada para orientar o desenvolvimento.



CADEIAS MAIS ESTRATÉGICAS PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL



O fortalecimento é essencial para atender plenamente o mercado local, as feiras e, sobretudo, a crescente demanda do turismo, abrangendo restaurantes, pousadas e experiências gastronômicas.

Há um consenso sobre um tripé econômico essencial para o desenvolvimento do Lagamar: turismo, agricultura familiar e pesca artesanal. O foco está em como trabalhar essas áreas para alcançar um desenvolvimento efetivo.

Turismo como motor da economia regional

Deve atuar como vetor de dinamização, com roteiros integrados que valorizem ativos naturais e culturais. Vertentes promissoras incluem:

- Turismo de base comunitária
- Ecoturismo
- Turismo cultural e de experiência
- Cicloturismo e rotas integradas

Agricultura familiar e pesca artesanal como bases produtivas

Necessitam de fortalecimento, especialmente na agregação de valor:

- Processamento e beneficiamento
- Certificação e selos de qualidade
- Formalização e regularização
- Adequação para atender mercados institucionais e turísticos



SAZONALIDADE, DEMANDA E DINÂMICA DE MERCADO



Após compreendermos o funcionamento das cadeias produtivas do agro e do turismo sob a ótica dos atores locais, mergulhamos agora em um dos fenômenos mais críticos e estruturantes para a economia da região: a sazonalidade.

O que buscamos compreender:

- A sazonalidade do turismo no Lagamar, a partir das entrevistas com empreendedores e especialistas
- Os padrões de demanda e a dinâmica do fluxo turístico ao longo do ano
- As características da procura e o perfil dos visitantes em diferentes períodos
- O posicionamento do destino no contexto regional, com comparações a outros polos turísticos



SAZONALIDADE NO TURISMO



QUAIS SÃO OS PERÍODOS DE SAZONALIDADE DA REGIÃO?



De acordo com os empreendedores do setor de turismo, eles identificam como **épocas cheias os períodos de férias escolares (julho, dezembro e janeiro), feriados prolongados e datas comemorativas regionais**. Nessas fases, a ocupação de pousadas e a demanda por serviços turísticos se intensificam de forma concentrada.



Já as **épocas vazias são associadas aos meses sem feriados relevantes e fora das férias**, caracterizadas por redução acentuada do fluxo de turistas. O padrão observado é de forte dependência de turismo ocasional e de curta duração, com pouca estabilidade ao longo do ano.

A sazonalidade é percebida como estrutural, e não circunstancial. Isso revela uma fragilidade do destino em manter atratividade contínua, indicando baixa diversificação de produtos turísticos ao longo do ano.

“Alta temporada são três meses, dezembro, janeiro e fevereiro... a gente tem uma demanda pouquinho mais alta ali em julho... na baixa temporada, que são os meses que vai aí de março a novembro.”
Ilha Comprida - Alimentação.

“A gente tem essa sazonalidade de acordo com o segmento que a gente está trabalhando.”
Iguape - Guias e Agências



QUAIS SÃO OS IMPACTOS FINANCEIROS E NO PLANEJAMENTO?

- Sazonalidade afeta a economia local, impactando negócios e finanças.
- Ganhos concentrados em períodos curtos geram vulnerabilidade financeira.
- A sazonalidade resulta em planejamento reativo, priorizando adaptações ao calendário turístico.
- Foco em contratações temporárias, redução de estrutura e adiamento de investimentos para conter perdas.

*“ela impacta em tudo... a partir do momento que a gente não tem a rotação da venda, automaticamente eu não consigo investir”
Iguape - Artesanato*

*“Zero planejamento, sufoco total... eu tenho que manter na baixa para poder ter na alta.”
Iguape - Hospedagem*

Os discursos associam meses de alta a “compensação” e meses de baixa a “resistência”, levando a um foco em manter a atividade em vez de buscar crescimento. A sazonalidade no turismo local é vista como inevitável, limitando a gestão do problema e impedindo ações coletivas, como eventos fora de temporada e desenvolvimento de novos segmentos turísticos.



QUAL O PERFIL DO TURISTA NA REGIÃO DO LAGAMAR?

A demanda turística em Lagamar é composta por visitantes que praticam um turismo funcional e de curta duração, caracterizado por:

- Viagens curtas e sensibilidade a preços.
- Baixo gasto médio, focando em serviços básicos.
- Falta de identificação com o destino, visto como intercambiável.
- Fraca construção de identidade turística local.

O "olhar turístico" é genérico, enfatizando apenas natureza e tranquilidade.

É relevante destacar que o perfil do turista não deve ser interpretado apenas como resultado espontâneo da demanda, mas como produto da forma como o território se apresenta. A ausência de produtos turísticos estruturados, de narrativas identitárias claras e de estratégias de comunicação contribui para atrair um público genérico e circunstancial. Nesse sentido, o perfil observado é tanto causa quanto consequência da atual dinâmica turística.

O turista de Lagamar pode ser compreendido como:

- ✓ **visitante regional, de deslocamento curto;**
- ✓ **motivado por descanso e simplicidade;**
- ✓ **com permanência reduzida;**
- ✓ **baixo gasto médio;**
- ✓ **fraca vinculação simbólica ao destino.**



COMO OS EMPREENDEDORES PERCEBEM A IDENTIDADE TURÍSTICA DE LAGAMAR?

O território é percebido com uma identidade fraca, difusa e pouco institucionalizada, construída mais por atributos genéricos do que por significados simbólicos próprios.

A identidade de Lagamar está ligada a elementos como tranquilidade e natureza, mas não forma um imaginário coletivo forte. Não há ícones territoriais ou traços culturais distintivos, fazendo com que Lagamar seja visto mais como um "lugar para ir" do que um destino, refletindo uma identidade funcional em vez de significativa.

A identidade turística de Lagamar pode ser caracterizada como:

- ✓ Genérica (baseada em atributos amplos, não exclusivos);
- ✓ Funcional (voltada ao descanso, não à experiência simbólica);
- ✓ Pouco narrativizada (sem história turística estruturada);
- ✓ Baixa diferenciação (facilmente comparável a outros destinos);
- ✓ Pouca institucionalização (não há discurso territorial consolidado).



A identidade turística em Lagamar está em desenvolvimento, com traços dispersos sem uma narrativa organizada. O desafio é sistematizar os elementos existentes em uma proposta clara que integre natureza, cultura local e hospitalidade de forma colaborativa.



SAZONALIDADE NO AGRO



QUAIS SÃO OS PERÍODOS DE SAZONALIDADE DA REGIÃO?

A sazonalidade é um fator determinante na vida de todos os empreendedores, mas manifesta-se de formas distintas:

- **Sazonalidade da natureza:** Na pesca, com as safras da tainha (inverno) e do robalo (verão); na agricultura, com a maior produção de banana no verão.
- **Sazonalidade do consumo:** O turismo de verão (dezembro a março) aquece as vendas locais, enquanto o inverno, para muitos, é um período de vacas magras.
- **Sazonalidade do mercado institucional:** A venda para a merenda escolar segue o calendário letivo, parando em dezembro e janeiro, criando um período de crise para quem depende desse canal.

A demanda menor na baixa temporada afeta a renda, causando estresse e dificultando o planejamento financeiro. Entretanto, quem tem contratos garantidos ou renda diversificada sofre menos impacto. Muitos produtores adotam estratégias como diversificação de culturas e busca de mercados alternativos.

*"De agosto, em diante, assim, é quando aumenta as procuras... Mas o início, assim, já é até carnaval passar... é mais devagar." -
Pariquera-Açu, Plantas ornamentais*

*"Muda, muda, cai bastante... 80% às vezes 100%... a gente tenta fazer faz agregado entre construção civil, mecânica, ou os bicos, né?" -
Cananéia, Pesca*



TIPOS DE MERCADO E CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

O mercado para os produtos do agro no Lagamar é pulverizado, mas apresenta uma clara hierarquia de canais, com predominância dos intermediários.

O mercado local e o turismo são importantes para a venda direta, principalmente de produtos processados e pescado.

A venda para o poder público via PNAE (merenda escolar) é um canal estratégico e muito valorizado, mas de acesso limitado e sujeito à sazonalidade.

A exportação aparece como um nicho de alto valor para um dos entrevistados, demonstrando um potencial de mercado ainda pouco explorado.

Canal	Características	Importância
Atravessadores e indústria	Compram commodities in natura; definem preços; capturam maior valor	Dominante, especialmente para quem não agrega valor
Mercado local e feiras	Venda direta ao consumidor; margens melhores; exige mais	Estratégico para produtos processados e diferenciados
Turismo	Venda para turistas, restaurantes e pousadas; valoriza produtos locais	Importante na alta temporada; potencial subexplorado
Mercado institucional (PNAE)	Compras públicas para merenda escolar; acesso via cooperativas	Canal valorizado, mas limitado e sazonal
Exportação	Nicho de alto valor; acesso restrito	Potencial pouco explorado; exemplo isolado de sucesso



AVALIAÇÃO DO POSICIONAMENTO DO PRODUTO NO MERCADO

A percepção predominante entre os empreendedores é de que seus produtos são pouco valorizados, especialmente quando comparados ao preço final praticado ao consumidor.

Principais queixas:

- O preço recebido não reflete o trabalho árduo, os custos envolvidos e a qualidade do produto;
- Os intermediários (atravessadores, indústria) capturam a maior parte do valor da cadeia;
- Há um sentimento de injustiça e impotência diante da assimetria de poder na negociação;
- A diferença entre o preço de venda do produtor e o preço final ao consumidor é vista como abusiva.

“Quem precifica o produto no mercado é a indústria, não é o produtor rural.” - Iguape, Palmito

“Eu acho que é pouco.” “Eles só querem pegar fornecedor grande.” - Iguape, Banana

“O nosso produto aqui é pouco valorizado.” / “Se todo mundo se unisse e estipulasse preço...” - Pariquera-Açu, Plantas ornamentais



A DINÂMICA DA "ECONOMIA DO VERÃO"

Período	Duração	Características
Alta temporada	Dezembro a março (3-4 meses)	Concentração de fluxo turístico; vendas aquecidas; geração da renda anual
Baixa temporada	Abril a novembro (8-9 meses)	Estagnação econômica; negócios intermitentes; busca por "bicos" e alternativas

Experts observam que este padrão já se encontra "internalizado pelos moradores, que ajustam renda e trabalho ao longo do ano" – uma adaptação forçada à precariedade que revela a naturalização da instabilidade econômica. A sazonalidade não afeta apenas o turismo; seus efeitos se propagam por toda a estrutura econômica e social do território, em diferentes dimensões, criando um ciclo vicioso de difícil ruptura:

Dimensão	Revelação
Econômica	Dependência excessiva do turismo de sol e praia; incapacidade de transformar outros ativos em produtos perenes
Social	Naturalização da precariedade; migração forçada de jovens; ciclo perpétuo de recomeço

Dimensão	Revelação
Produtiva	Incapacidade de gerar renda contínua; inviabilização da acumulação de capital e da formalização dos negócios
Territorial	Falta de articulação entre municípios para criar oferta integrada durante todo o ano



POLÍTICAS E INICIATIVAS PARA MITIGAR A SAZONALIDADE

O diagnóstico dos experts sobre as políticas existentes é contundente: não existem políticas públicas estruturadas e contínuas para enfrentar o problema. O que há são ações pontuais, desarticuladas e fortemente dependentes de vontades políticas momentâneas ou do esforço individual de associações e empreendedores.

Predomínio de ações pontuais:

- A maioria das iniciativas se resume a eventos isolados
- Projetos de curta duração, incapazes de gerar impacto econômico significativo
- Ausência de continuidade e de planejamento de longo prazo

Ausência de políticas de Estado:

- As ações estão vinculadas a gestões municipais específicas
- Descontinuidade a cada mudança de governo
- A "politicagem" é apontada como o principal obstáculo à construção de políticas consistentes

Falta de coordenação regional:

- Iniciativas são municipais ou localizadas
- Sem articulação para criar oferta integrada no território Lagamar
- Incapacidade de atrair visitantes de forma coordenada durante todo o ano



O CAMINHO PARA A MITIGAÇÃO EFETIVA

Para que a sazonalidade seja efetivamente mitigada, experts apontam para a necessidade de superar o modelo atual e construir uma política pública regional, contínua e estruturada.

Eixo	Ações Necessárias
Diversificação da oferta turística	Criar atratividade nos meses de frio: eventos culturais, turismo de aventura, observação de aves, roteiros históricos, estudo do meio
Fortalecimento das cadeias não turísticas	Agro processado, pesca estruturada, artesanato como fontes de renda complementar e estável
Processamento da produção local	Agroindústrias familiares, cozinhas comunitárias, certificação
Articulação regional	Calendário integrado de eventos; roteiros que conectem litoral e continente
Continuidade das políticas	Políticas de Estado, não de governo; instância permanente de governança

Enquanto a região não resolver "o que oferecer nos nove meses?", o ciclo da "economia do verão" continuará a afetar o Lagamar, prejudicando negócios duradouros e levando jovens a migrar.

Para mudar essa situação, é necessária uma transformação de paradigma, passando de ações temporárias para políticas públicas regionais permanentes que promovam diversificação turística, fortalecimento das cadeias produtivas e integração entre os municípios do Lagamar.



BARREIRAS AO CRESCIMENTO, INOVAÇÃO E FORMALIZAÇÃO



FOTOS: ACERVO PREFEITURA DE C.A.V

Aprofundamos nesse capítulo a investigação sobre os fatores que impedem a expansão e o fortalecimento dos empreendimentos da região.

O que buscamos compreender:

- As barreiras estruturais, institucionais e organizacionais que limitam o crescimento dos negócios
- As dificuldades para adoção de práticas inovadoras e modernização da gestão
- Os obstáculos à formalização e à inserção em circuitos formais de mercado
- Os gargalos que restringem a competitividade e a sustentabilidade econômica dos empreendimentos turísticos



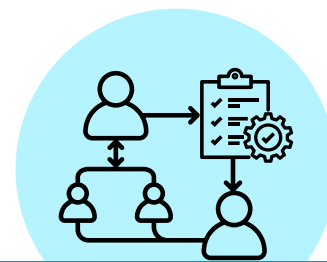
BARREIRAS NO TURISMO



O QUE ATRAPALHA O CRESCIMENTO DOS NEGÓCIOS?



- Do ponto de vista econômico, a principal restrição é a instabilidade da demanda.
- A forte sazonalidade transforma a ampliação da capacidade produtiva (mais quartos, mais funcionários, mais serviços) em uma aposta incerta.
- Expandir significa assumir custos fixos em um contexto em que o fluxo de clientes é intermitente.



- No plano organizacional, observa-se a ausência de escala mínima sustentável.
- Muitos empreendimentos operam em patamares muito reduzidos, com estrutura familiar e baixa capitalização.
- Isso limita tanto a capacidade de absorver choques (meses fracos) quanto de planejar expansões graduais.



- No plano institucional, o crescimento aparece condicionado ao aumento da exposição à regulação, aos impostos e às exigências formais.
- À medida que o negócio cresce, ele se torna mais visível para o Estado e para os órgãos fiscalizadores.
- Isso gera um efeito paradoxal: permanecer pequeno é percebido como estratégia de proteção.



Esses fatores produzem um padrão de estagnação adaptativa: os negócios se mantêm pequenos não por falta de ambição, mas porque o ambiente torna racional não crescer. O crescimento, nesse contexto, não é impedido por uma única barreira, mas por um sistema de restrições que se reforçam mutuamente.



PRINCIPAIS PERCEPÇÕES SOBRE NORMAS E EXIGÊNCIAS LEGAIS



PERCEPÇÃO DE EXCESSO DE BUROCRACIA

As regras são percebidas como numerosas, complexas e difíceis de compreender, especialmente para pequenos empreendimentos. A linguagem técnica e a multiplicidade de exigências geram insegurança jurídica e sensação de desorientação.



DESCOMPASSO ENTRE EXIGÊNCIAS LEGAIS E REALIDADE LOCAL

As normas são vistas como pensadas para empresas maiores ou para destinos mais estruturados, não dialogando com a escala dos negócios locais. Isso cria a percepção de que cumprir integralmente a legislação é inviável para quem opera em pequena escala.



FORMALIZAÇÃO ASSOCIADA A AUMENTO DE CUSTOS

Regras e licenças são compreendidas principalmente como obrigações financeiras (taxas, impostos, adequações físicas). A formalização deixa de ser vista como proteção ou oportunidade e passa a ser interpretada como risco econômico.



AUSÊNCIA DE MEDIAÇÃO TÉCNICA

Falta apoio especializado (contábil, jurídico, técnico) para traduzir as regras para a realidade dos negócios locais, aumentando a dependência de soluções improvisadas.



PRINCIPAIS PERCEPÇÕES SOBRE NORMAS E EXIGÊNCIAS LEGAIS



INSEGURANÇA SOBRE QUAIS LICENÇAS SÃO NECESSÁRIAS

Há confusão sobre quais documentos são obrigatórios, em que ordem devem ser obtidos e junto a quais órgãos. Isso dificulta o início e a regularização dos negócios.



DISTANCIAMENTO INSTITUCIONAL

O poder público aparece como pouco acessível ou pouco orientador. As regras são percebidas como imposições externas, não como instrumentos de apoio ou organização do setor.



INFORMALIDADE COMO ESTRATÉGIA ADAPTATIVA

A informalidade não surge como escolha ideológica, mas como resposta prática à dificuldade de cumprir as exigências legais. Trata-se de uma forma de sobreviver no mercado, não de rejeitar a legalidade.



REGULAÇÃO VISTA COMO CONTROLE, NÃO COMO POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO

As normas são interpretadas como mecanismo de fiscalização, e não como parte de uma estratégia de fortalecimento da atividade turística.

As regras e licenças em Lagamar funcionam menos como instrumentos de ordenamento do turismo e mais como barreiras simbólicas e operacionais à formalização e à expansão dos negócios. O entrave não é apenas legal, mas relacional: há uma ruptura entre o sistema regulatório e a capacidade prática dos empreendedores de cumpri-lo.



TENTATIVAS DE INOVAÇÃO: ESFORÇOS GRADUAIS E BARREIRAS PERSISTENTES

Os empreendedores de turismo do Lagamar já vêm tentando inovar em produtos, experiências e canais, mas a inovação ocorre de forma pontual, muito ancorada no esforço individual, e é fortemente limitada por infraestrutura precária, sazonalidade, falta de capital e barreiras regulatórias e culturais.

Tipo de Inovação	Exemplos
Experiências diferenciadas de hospedagem	Cestas e formatos novos de café da manhã, com foco em produtos regionais, apresentação mais atrativa e Hospedagens que integram práticas de permacultura, sustentabilidade e atmosfera mais intimista.
Gastronomia e cardápio	Criação de pratos autorais com produtos locais (brownie com insumos regionais, uso de jussara, peixes e frutos do mar de pesca artesanal, palmito, banana, cataia).
Turismo de experiência e eventos	Luau de lua cheia com foco em eventos na baixa temporada, como forró no inverno. Inclui roteiros de trilhas, observação da natureza, educação ambiental e integração de música, arte e cultura caiçara.
Digital e plataformas	Uso intensivo de WhatsApp, Instagram, Facebook e Google para divulgação e captação de reservas e motor de reservas próprio e plataformas como Airbnb e Booking.

As tentativas de inovação enfrentam desafios estruturais, como:

- Energia e logística: Quedas de energia, má infraestrutura e longas filas.
- Sazonalidade: Alta concentração de movimento no verão e baixa no restante do ano.
- Conhecimento digital: Dificuldades com tecnologia e marketing digital, incluindo medo de usar ferramentas.
- Regulamentação: Exigências sanitárias e planos de manejo complicam novos investimentos.



DIFICULDADE COM ACESSO A DINHEIRO, TECNOLOGIA E DIVULGAÇÃO



No acesso ao dinheiro, há dificuldades em obter crédito formal e recursos para investimento. O sistema financeiro é visto como distante e inadequado para pequenos negócios turísticos, e a falta de capital impede a inovação e a modernização da infraestrutura.



Observa-se uma defasagem material e cognitiva no acesso à tecnologia. Ferramentas digitais de gestão e pagamento são subutilizadas, não apenas pela falta de equipamentos, mas também por lacunas de capacitação e integração com plataformas digitais.



A comunicação do destino é informal e relacional, predominando o “boca a boca” e redes pessoais. A falta de uma estratégia de marketing territorial e o uso limitado de canais digitais resultam em visibilidade externa reduzida, reforçando a dependência de turistas regionais e ocasionais.

Há uma exclusão relacional dos empreendimentos dos circuitos formais de apoio. A dificuldade não é apenas financeira, mas de inserção institucional e tecnológica. Forma-se um ciclo de restrição: sem crédito não há tecnologia; sem tecnologia não há visibilidade; sem visibilidade não há aumento de demanda.

“A gente tem problema muito sério aqui que é fazer o pescador entender que a atividade turística é rentável.”

Iguape - Guias e Agências

“Para mim, é achar o time do marketing direcionado para o meu público.”

Pariquera-Açu - Guias e Agências



BARREIRAS NO AGRO



PRINCIPAIS ACHADOS DAS CADEIAS PRODUTIVAS LOCAIS

CADEIA DO PALMITO

A cadeia funciona com foco na pupunha (substituindo a Juçara), a maioria dos produtores vende o produto **in natura** para as agroindústrias da região. O processamento local é reconhecido pelos produtores como incipiente e fragmentado.

PRINCIPAIS GARGALOS

- Exigência sanitária (SIF/SISP) dificulta processamento local.
- Capital intensivo para agroindústria.
- Dependência de compradores externos.

DIFERENÇAS ENTRE VENDER IN NATURA E PROCESSAR LOCALMENTE

Vender in natura	Processar localmente
Produto bruto	Produto final
Preço baixo	Preço mais alto
Pouco emprego	Gera empregos locais
Valor capturado fora	Valor fica no território
Pouca identidade territorial	Pode virar marca regional

Apesar da falta de indústria local que facilitaria transformar o palmito **in natura** em um produto pronto para o consumo, a cadeia tem potencial de valor agregado alto, mas é impedido por barreiras como a regulação e falta de investimento. Os empreendedores apontaram que há oportunidade para que existam arranjos coletivos (cooperativas de processamento), mas que falta mobilização dos próprios produtores.



PRINCIPAIS ACHADOS DAS CADEIAS PRODUTIVAS LOCAIS

CADEIA DA BANANA

De acordo com o relato das entrevistas, há um predomínio de pequenos e médios produtores de banana que fazem o manejo tradicional da fruta.

A venda acontece majoritariamente por atravessadores, poucos produtores conseguem acessar diretamente centrais de abastecimento., o que torna-se um grande problema, pois o valor agregado a fruta **in natura** é muito baixo. Além da perda do produtos pós-colheita que é alta, pois a logística é frágil e pelo problema com a sazonalidade.

PRINCIPAIS GARGALOS

- Dependência de intermediários → preço pressionado na origem.
- Doenças (ex.: Sigatoka) e eventos climáticos.
- Pouca certificação e fraca organização coletiva.

A região é reconhecida como um tradicional polo bananicultor em SP, de acordo com o IBGE e o Programa de Imagem e Acesso a Mercados do Agronegócio Brasileiro, porém é vista como extrativista, pois só consegue capturar valor fora do território. Apesar disso, existe potencial para os derivados da fruta como: biomassa, chips e doces, e algumas ações podem ajudar a divulgar esses produtos como feiras, PNAE e o próprio turismo rural que ainda é escasso nessa região.



PRINCIPAIS ACHADOS DAS CADEIAS PRODUTIVAS LOCAIS

CADEIA DE PLANTAS ORNAMENTAIS

A cadeia funciona com uma estrutura mais empresarial do que as outras cadeias vistas até aqui,. A produção é especializada em viveiros e a comercialização costuma ser realizada para mercados regionais e estaduais.

PRINCIPAIS GARGALOS

- Dependência de insumos externos (substrato, mudas, embalagens).
- Vulnerabilidade a oscilações de demanda.
- Pouca integração com turismo (visitação técnica ainda pontual).

O município de Pariquea-Açu é reconhecido como polo das plantas ornamentais e segue sendo visto como o setor mais formalizado que a banana e o palmito.

É reconhecida como uma cadeia mais estruturada e competitiva, pois tem maior domínio técnico, maior formalização dos produtores, tem menor dependência de atravessadores conseguindo fazer venda direta em floriculturas e eventos, o preço é menos pressionado por existir diferenciação por variedade e estética.

Os empreendedores enxergam que há potencial para turismo técnico (visitas a viveiros, estufas e produtores especializados), Feiras regionais e eventos temáticos (paisagismo, jardinagem, flores) e transformar a produção em identidade regional (branding territorial).



PRINCIPAIS ACHADOS DAS CADEIAS PRODUTIVAS LOCAIS

CADEIA DA PESCA

A base do funcionamento da cadeia são os pescadores artesanais e as comunidades tradicionais que residem na região. A comercialização do produto acontece tanto de forma direta como por atravessadores como observado em outras cadeias. Porém o beneficiamento é baixo, o consumidor consegue garantir ou um pescado fresco ou minimamente limpo.

PRINCIPAIS GARGALOS

- Restrição ambiental e sazonalidade (defeso).
- Infraestrutura precária (câmaras frias, entrepostos).
- Baixa capacidade de negociação.

Estudos sobre pesca artesanal nos municípios de Cananéia e Iguape reforçam que existe uma forte dependência de intermediários que afetam a venda do produto, assim como a fragilidade logística que atinge a região.

Apesar da cadeia de pesca ser vista como socioambientalmente estratégica, ela é considerada frágil economicamente, porém os produtores rurais enxergam um alto valor agregado se combinados com turismo gastronômico, a venda direta ao consumidor e processamento artesanal.



TIPOS DE REGULARIZAÇÃO DAS CADEIAS PRODUTIVAS

REGULARIZAÇÃO SANITÁRIA

SIM, SISP ou SIF para:

- palmito processado,
- pescado beneficiado,
- doces e derivados de banana.

A percepção comum é que a exigência é para indústrias grandes e não para o pequeno produtor. Existe receio por parte dos produtores rurais sobre a fiscalização, o que leva a produção a permanecer informal e ser vendida por atravessadores.

REGULARIZAÇÃO AMBIENTAL

- CAR, licenciamento, áreas de preservação.
- Muitos produtores:
- têm CAR,
- mas não entendem plenamente:
- o que podem ou não plantar,
- onde podem ampliar produção.

o licenciamento é mais percebido como barreira de produção do que como garantia de sustentabilidade.

REGULARIZAÇÃO FISCAL/COMERCIAL

- Emissão de nota fiscal,
- CNPJ ou MEI rural,
- Inscrição estadual.

Parte dos produtores evita a formalização por medo de imposto e desconhecimento dos regimes simplificados.

DIFERENÇAS ENTRE CADEIAS PRODUTIVAS

Cadeia	Situação de regularização (percebida)
Banana	Menos exigência sanitária (in natura), mas dificuldade para derivados
Palmito	Cadeia mais travada: sem selo sanitário, não pode processar
Ornamentais	Mais formalizada (viveiros, CNPJ), menos barreira sanitária
Pesca	Dificuldade para beneficiamento; dependência de compradores com estrutura



QUAIS SÃO PRINCIPAIS OBSTÁCULOS PARA A ATIVIDADE CRESCER OU MELHORAR?

- **Mão de obra:** A falta de trabalhadores qualificados e dispostos ao trabalho rural é, de longe, o gargalo mais citado.
- **Burocracia e Legislação:** As dificuldades com licenciamento ambiental, regularização fundiária e as constantes mudanças nas regras (especialmente na pesca) criam um ambiente de insegurança jurídica e desestimulam investimentos.
- **Mercado e Logística:** A dependência de atravessadores, a dificuldade de acesso a mercados mais justos e a precariedade das estradas encarecem e limitam o escoamento da produção.
- **Acesso a Crédito:** A burocracia, a exigência de documentação da terra e a inadequação das linhas de crédito à realidade do pequeno produtor são barreiras significativas.

“Tem muita burocracia.” / “O frete pra trazer até aqui é que sai caro.” / “Não tem aquele negócio também assim, vamos se unir.” -

Pariquera-Açu, Plantas ornamentais

“Hoje o que a gente precisa melhorar é a mão de obra.” / “A fiscalização do meio ambiente... não deixa a gente trabalhar.”

Ilha Comprida - Banana

A informalidade é uma realidade para uma parcela significativa dos entrevistados.



TENTATIVAS DE INOVAÇÃO: ESFORÇOS GRADUAIS E BARREIRAS PERSISTENTES

A inovação ocorre de forma gradual e focada na agregação de valor, mas esbarra nos mesmos gargalos estruturais que limitam o crescimento.

Tipo de Inovação	Exemplos
Produtos	Geleias com frutas nativas, banana passa, "shot" de mel com açafraão, plantas envasadas
Processos	Irrigação por microaspersor, estufas para enraizamento, conservação do pescado com água do mar
Beneficiamento	Filés e postas de peixe, ostras lavadas a vapor e vendidas em bandejas
Comercialização	Tentativas de venda direta a restaurantes, uso de redes sociais, participação em feiras

As tentativas de inovar frequentemente esbarram nos gargalos estruturais:

- Falta de tempo: a rotina exaustiva de trabalho impede dedicação a novos projetos
- Falta de mão de obra: não há quem toque as inovações paralelamente à produção
- Falta de capital: investimentos necessários para novas estruturas ou certificações
- Exigências legais: tentativas de venda direta a restaurantes esbarram em exigências de selos



INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS (IGS): CONHECIMENTO RESTRITO E POTENCIAL SUBUTILIZADO

O conhecimento sobre as Indicações Geográficas (como a IG do Palmito Pupunha e da Banana) é bastante restrito.

A maioria dos entrevistados desconhece o tema ou já ouviu falar, mas não sabe como se aplica ao seu produto.

Os poucos que participaram do processo de criação das IGs reconhecem seu potencial para valorizar o produto, mas ainda não percebem resultados práticos. Isso indica uma falha na comunicação e na disseminação dos benefícios das IGs junto à base de produtores.

Implicações deste desconhecimento

- Falha na comunicação e disseminação dos benefícios das IGs junto à base de produtores
- Potencial de valorização não aproveitado
- Selos e certificações que poderiam diferenciar os produtos no mercado permanecem subutilizados
- Concentração do conhecimento em poucas lideranças, sem capilaridade



DESAFIOS NO ACESSO A CRÉDITO, TECNOLOGIA E CAPACITAÇÃO

Os empreendedores enfrentam dificuldades distintas, mas interligadas, no acesso aos três pilares do desenvolvimento produtivo.



Crédito: É o desafio mais citado e considerado o mais difícil, devido à burocracia, exigência de garantias (documento da terra) e inadequação das linhas de crédito.



Capacitação: O acesso é mediano. Existem ofertas do SENAR, SEBRAE e Sindicato Rural, mas a dificuldade está em conciliar a participação nos cursos com a rotina exaustiva de trabalho no campo ("o mato cresce"). O isolamento geográfico de algumas comunidades (como a Ilha) também é uma barreira.



Tecnologia: O acesso a tecnologias básicas, como internet de qualidade na zona rural, é precário. Tecnologias mais específicas para produção são buscadas individualmente, muitas vezes com recursos próprios.

"É difícil... É difícil a gente fazer curso porque cobre pouco do tempo da gente e a gente já praticamente já sabe de tudo por aqui."

Ilha Comprida

"Esse ano que passou teve curso até aqui na cidade... sempre tem algum curso... a gente não consegue comprar com valor menor... eles fazem a venda só pra CNPJ."

Cananéia

"É difícil. Por ser uma ilha aqui... Pra vir curso pra cá é meio complicado, tem que ter uma demanda muito grande. A não ser que saia daqui pra outro lugar de fazer, né?"

Ilha Comprida



PARTICIPAÇÃO EM CADEIAS PRODUTIVAS LOCAIS (CPLS): BAIXA ADESÃO

Nível de Participação	Características
Não participam	Maioria absoluta; desconhecem ou não se envolvem
Conhecem, mas não participam	Parcela que já ouviu falar, mas não vê benefícios claros
Participam ativamente	Minoria ligada a cooperativas e associações estruturadas
Colônia de Pescadores	Citada, mas vista como burocrática (INSS, defeso), não como agente de desenvolvimento.

Alguns empreendedores participam de organizações mais estruturadas:

- Associação dos Produtores de Pupunha do Vale do Ribeira
- Cooperativas para acesso à merenda escolar (COPAFASPE, AGRIFAPA)
- Grupos de WhatsApp para troca de informações e indicações



BARREIRAS INSTITUCIONAIS E REGULATÓRIAS NO LAGAMAR: LIÇÕES DO PASSADO E DESAFIOS PRESENTES

Segundo os experts, a região acumula um histórico de projetos promissores (como o Corredor Azul) que fracassaram por fragilidade da governança, descontinuidade política e ausência de diálogo com as comunidades.

Dimensão	Problema Central
Governança	Ausência de instância regional estável; fragmentação setorial e municipal
Continuidade	Políticas vinculadas a gestões; cada eleição recomeça do zero
Diálogo comunitário	Comunidades não consultadas; modelo "de cima para baixo"
Arcabouço regulatório	Burocracia excessiva; regras inadequadas; conflitos ambientais

Lições Não Aprendidas

- "Sem governança, o projeto não se sustenta."
- Projetos precisam virar política de Estado, não depender de gestões
- Diálogo comunitário não é opcional
- Memória institucional frágil → região condenada a repetir os mesmos erros

DESAFIOS: Resgatar as lições do passado + Construir condições institucionais que garantam continuidade, participação e regras adequadas à realidade local.



CONVERGÊNCIAS E TENSÕES ENTRE TURISMO E AGRO



Superadas as análises sobre os entraves estruturais que limitam o crescimento dos negócios turísticos, voltamos nosso olhar para as interfaces entre o turismo e a produção agropecuária — duas atividades que, no Lagamar, compartilham território, identidade e potencial de desenvolvimento integrado.

O que buscamos compreender:

- As convergências e tensões entre as cadeias do turismo e do agro
- Como o turismo se conecta à oferta de produtos locais (abastecimento, valorização da produção regional)
- Os fluxos de circulação de renda entre as atividades
- As percepções dos empreendedores sobre o uso de insumos locais e os desafios para integração
- As sinergias existentes e potenciais que podem fortalecer ambas as cadeias



CONVERGÊNCIAS E TENSÕES ENTRE AS CADEIAS

A relação entre turismo e agro na região do Lagamar é marcada por convergências espontâneas, mas frágeis, e tensões estruturais que limitam seu pleno potencial.

PANORAMA ATUAL

Convergências identificadas:

- Ambas as cadeias compartilham território, identidade cultural e ativos naturais.
- Há uso espontâneo de produtos locais por restaurantes, pousadas e turistas.
- O produto local funciona como marcador de autenticidade da experiência turística.
- Empreendedores reconhecem o potencial simbólico e econômico da integração.

Tensões e fragilidades:

- Ausência de coordenação formal entre os setores.
- Lógicas produtivas distintas: agro opera com escala e regularidade; turismo, com sazonalidade e imprevisibilidade.
- Baixa comunicação e planejamento conjunto.
- Produtores e turismo operam em "mundos paralelos", sem instâncias de diálogo.



CONEXÃO DO TURISMO COM A OFERTA DE PRODUTOS LOCAIS

ABASTECIMENTO

Ocorre de forma relacional e espontânea, baseada em laços de confiança e proximidade.

Produtos mais utilizados: banana, mandioca, mel, peixe, camarão, palmito, pupunha.

Fornecimento é esporádico e irregular, sem contratos ou parcerias estáveis.

FLUXOS DE CIRCULAÇÃO DE RENDA ENTRE AS ATIVIDADES

Compra direta de produtores por restaurantes, pousadas e turistas.

Geração de renda complementar para agricultores e pescadores em feiras e vendas diretas.

Circulação de recursos dentro do próprio território, fortalecendo a economia local.

O produto local é valorizado, mas raramente é destacado na experiência turística devido à falta de comunicação sobre sua origem. Apesar do interesse dos turistas, a exploração comercial é desestruturada, resultando em um fluxo pequeno e instável, concentrado na alta temporada. Isso limita a renda dos produtores, que enfrentam baixo volume de compras e intermediários que retêm parte significativa do valor, diminuindo a rentabilidade.



PERCEPÇÕES DOS EMPREENDEDORES SOBRE O USO DE INSUMOS LOCAIS E DESAFIOS

*"Uso os de produtos agroecológicos locais, principalmente banana, mandioca e mel." -
Cananéia, Guias e agências*

*"Uso muito de aquisição local mesmo dos próprios produtores"
Ilha Comprida, Guias e agências*

*"Ainda não consigo ligar o meu trabalho com turismo."
Pariquera - Açú, Plantas ornamentais*

*"Vem crescendo muito o nosso trabalho de turismo... eles acabam fazendo os roteiros... a gente estava dando palestra, explicando a situação, como funciona..."
Cananéia, Pesca*

*"Tem sim. Eu acho que tem, porque os turistas procuram bastante gente aqui... passeios e pescarias... eles compram isca da gente."
Ilha Comprida, Pesca*

Desafios apontados:

- Informalidade dos produtores: dificulta emissão de notas e participação em contratos.
- Fornecimento irregular: produtores não conseguem garantir volume e constância.
- Logística: dificuldade de acesso e transporte entre as propriedades e os negócios turísticos.
- Falta de padronização: produtos variam em qualidade, tamanho e apresentação.
- Preço: produtos locais às vezes são mais caros que os de fora, o que desestimula a compra.
- Desconhecimento: empreendedores nem sempre sabem quem produz o quê na região.



TURISMO E AGRO NO LAGAMAR

As sinergias entre turismo e agro no Lagamar se manifestam no uso de produtos locais por restaurantes e pousadas, valorizando a identidade territorial e promovendo experiências de turismo comunitário. No entanto, essas conexões são ainda espontâneas e pouco estruturadas.

O potencial inclui turismo em propriedades rurais, gastronomia regional, rotas integradas entre litoral e continente, e venda direta em pontos turísticos.

Com planejamento, essas sinergias podem transformar produtos locais em protagonistas da experiência turística, aumentando a renda e fortalecendo a agricultura familiar e o turismo sustentável.

COMO OPERA HOJE	DIAGNÓSTICO	COMO PODE OPERAR
<p>Convergências espontâneas: produtos locais (banana, peixe, mel) abastecem restaurantes e pousadas de forma informal</p> <p>Fornecimento esporádico: venda para turistas e negócios turísticos é pontual, sem parcerias estáveis</p> <p>Baixa formalização: produtores informais dificultam contratos e regularidade</p> <p>Subutilização simbólica: produto local é insumo, raramente protagonista da experiência</p> <p>Experiências isoladas: turismo de base comunitária e visitas técnicas são exceções, não regra</p>	<p>Potencial latente: território rico em biodiversidade, cultura e produção diversificada</p> <p>Conexão frágil: integração existe, mas é relacional e não estruturada</p> <p>Ausência de coordenação: não há instâncias de articulação entre setores</p> <p>Desconexão setorial: agro e turismo operam em lógicas separadas</p> <p>Oportunidade reconhecida: empreendedores veem valor, mas falta estrutura</p>	<p>Turismo de experiência: visitas a sítios, pesca artesanal, roteiros "pague e colhe"</p> <p>Gastronomia regional: cardápios fixos com identidade local e parcerias com produtores</p> <p>Rotas integradas: circuitos que conectam litoral, história, gastronomia e vivências rurais</p> <p>Venda direta e feiras: pontos fixos em áreas turísticas (portos, praças, propriedades)</p> <p>Articulação institucional: fóruns, conselhos e câmaras técnicas integradas</p>



ARTICULAÇÃO INTERMUNICIPAL E GOVERNANÇA



Ampliamos agora o olhar para um desafio estratégico: a articulação entre os municípios e a governança regional do turismo.

O que buscamos compreender:

- A relação entre os municípios do Lagamar no contexto do turismo
- Os níveis de cooperação e integração entre os entes locais
- O papel das iniciativas regionais na organização do setor
- Como a coordenação institucional e produtiva pode fortalecer o destino
- As oportunidades para estratégias conjuntas de promoção e gestão



COOPERAÇÃO, CONFLITOS E GOVERNANÇA NO LAGAMAR

A cooperação entre Cananéia, Iguape, Ilha Comprida e Pariqueira-Açu é, na visão dos experts, frágil, pontual e fortemente dependente de vontades políticas momentâneas.

Embora existam instâncias formais, como a Região Turística Lagamar, que promove reuniões bimestrais e ações conjuntas como a reelaboração do guia de cicloturismo, a tônica predominante é a ausência de uma articulação estruturada e contínua entre as cidades.

A cooperação institucional é baixa, ocorrendo mais entre iniciativas produtivas locais do que entre as prefeituras, e quando acontece, muitas vezes é reativa a exigências do Estado, sem que se consolide como política pública.

Não há conflitos abertos, mas sim descoordenação crônica:

"Conflito não tem... falta de mão de obra... para pensar só isso... não tem uma pessoa que está só dedicada ao Lagamar."

*"Cada um puxa para o seu lado. Falta coordenação."
"Essa falta de integração tem muito a ver com esses interesses [políticos] mesmo."*

"Se você chegar numa zona rural hoje e falar de Lagamar, ninguém sabe o que você está falando."

A sobrecarga de agendas dos gestores dificulta uma visão integrada das questões regionais, resultando em ações fragmentadas e concorrentes. Conflitos ambientais são frequentes, especialmente na fiscalização, e há desarticulação entre prefeituras. A falta de técnicos no turismo e a influência política aumentam as dificuldades de coordenação.



AValiação DA INTEGRAÇÃO ENTRE OS MUNICÍPIOS: FRAGMENTAÇÃO E ASSIMETRIAS

A percepção geral dos entrevistados é que a integração entre Cananéia, Ilha Comprida, Iguape e Parquera-Açu é fraca e desarticulada. Cada município atua de forma isolada, e as conexões existentes são mais geográficas do que econômicas ou institucionais.

Município	Percepção
Cananéia e Ilha Comprida	São vistas como mais integradas devido à proximidade geográfica e ao foco compartilhado no turismo de praia.
Iguape	Percebida como mais distante e com potencial turístico subaproveitado, apesar de seus ativos históricos e naturais.
Parquera-Açu	É vista como "cidade de passagem" e polo de serviços, com forte produção agrícola, mas sem conexão turística com o litoral.

"Cananéia e Ilha Comprida, a relação é maior devido à proximidade... Iguape fica pouco mais de canto, a proximidade de Cananéia e Ilha Comprida é maior."
Cananéia - Pesca

"Eu nunca vi essa relação aí, não observei nada... tem uma restrição muito grande que pessoas de fora não podem montar lá... uma burocracia muito grande."
Cananéia - Pesca

"Eu acho que é uma rota perfeita... Cada uma tem o seu charme... eu acho que essas cidades todas podem se completar."
Parquera-Açu - Palmito



RECONHECIMENTO DOS ATRIBUTOS DA REGIÃO LAGAMAR

Empreendedores reconhecem que municípios têm atributos territoriais complementares, como natureza e patrimônio histórico. O turista não se limita a fronteiras administrativas, circulando pela região em busca de lazer e consumo.

Cananéia

Cananéia é o polo turístico mais consolidado da região.

Maior reconhecimento externo e infraestrutura turística estruturada.

Identidade ligada à natureza e à história local.

Vista como “porta de entrada” do turismo regional.

Atrai turistas que visitam municípios vizinhos, mas sem integração formal.

A relação com Lagamar é indireta, com Cananéia concentrando o fluxo e outros territórios absorvendo apenas excedentes ocasionais.

Cananéia exerce papel centralizador, mas não atua como articuladora regional. O destino se beneficia do sistema, mas não o organiza. Isso gera dependência simbólica e econômica dos demais municípios em relação a seu prestígio turístico.

Ilha Comprida

Ilha Comprida é um destino turístico sazonal.

É focado em turismo de praia e veraneio.

Atração forte no verão e feriados.

Pouca conexão com roteiros do continente.

Lazer balneário, com escassa ligação a experiências culturais e produtivas locais.

A Ilha opera como destino autocentrado: recebe turistas que consomem a própria ilha, sem circular por outros municípios. Isso reduz o potencial de complementaridade regional e fragmenta a experiência turística.



RECONHECIMENTO DOS ATRIBUTOS DA REGIÃO LAGAMAR

Iguape

Iguape é percebida como território com forte patrimônio histórico e religioso, mas com turismo pouco estruturado.

Reconhecida por festas religiosas e arquitetura histórica.

Fluxo turístico pontual, associado a eventos específicos.

Baixa integração com destinos de natureza e praia.

Iguape tem alto valor simbólico, mas baixa capacidade de conversão desse valor em fluxo contínuo. A integração regional é limitada porque seus atrativos não estão organizados em produtos turísticos articulados aos demais municípios.

Pariquera-Açu

Pariquera-Açu aparece como território de apoio logístico e agrícola, mais associado à produção do que ao turismo.

Reconhecido como polo de serviços, passagem e abastecimento.

Pouco percebido como destino turístico.

Presença indireta na cadeia do turismo (fornecimento, acesso, circulação).

Pariquera-Açu integra a cadeia produtiva de forma funcional, mas não simbólica. Ele participa como base estrutural (alimentos, serviços, transporte), mas não como lugar de experiência turística.

O sistema regional apresenta-se de forma desarticulada, com cada localidade desempenhando um papel específico sem se interligar em uma narrativa territorial coesa. Cananéia destaca-se pelo prestígio que concentra, enquanto Ilha Comprida é marcada pelo aumento sazonal de visitantes. Iguape, por sua vez, preserva um valioso patrimônio simbólico, e Pariquera-Açu oferece suporte produtivo. Apesar dessas características distintas, falta uma conexão que unifique essas funções em um desenvolvimento regional integrado.



PRINCIPAIS DORES DAS REGIÕES DO LAGAMAR

CANANÉIA

FRAGMENTAÇÃO E BAIXA COOPERAÇÃO ENTRE EMPREENDEDORES



O padrão atual é de cooperação frágil e situacional, onde parcerias informais e pouco estruturadas dependem da vontade individual. A falta de governança coletiva e uma visão integrada das cadeias de turismo, agro e cultura leva à perda de escala, baixa capacidade de comercialização conjunta e dificuldades na criação de roteiros integrados.

SAZONALIDADE EXTREMA E INSTABILIDADE FINANCEIRA



Foi consenso que “Nem todos os meses são lucrativos.” Os desafios incluem alta dependência da temporada, necessidade de diversas atividades para sobreviver, planejamento financeiro complexo e insegurança de renda. O empreendedor típico é multifuncional, atuando em turismo, agro, pesca e artesanato ao mesmo tempo.

BAIXA INTEGRAÇÃO ENTRE TURISMO E AGRO



A percepção geral é que "acontece, mas depende". O turismo gera receita, mas não integra bem os produtos locais. Falta uma conexão estruturada entre restaurantes e produtores, guias e agricultores, pescadores e a experiência turística. O problema é que a cadeia funciona como atividades paralelas, não como um ecossistema.



PRINCIPAIS DORES DAS REGIÕES DO LAGAMAR

ILHA COMPRIDA

INFRAESTRUTURA BÁSICA INSUFICIENTE

Problemas como água potável, internet instável e limitações logísticas dificultam o crescimento e a competitividade. Esses fatores impactam a recepção de grupos, a experiência do turista, e a operação de restaurantes e pousadas, reduzindo a permanência dos visitantes e dificultando o reinvestimento.

SAZONALIDADE EXTREMA

Os relatos indicam forte dependência da alta temporada, com frases como “depende muito do verão”. Esse padrão revela um modelo econômico com picos de demanda curtos, causando fluxo de caixa irregular, dificuldades em manter equipes permanentes e operação precária. A baixa previsibilidade impacta o planejamento estratégico e gera um comportamento conservador.

BAIXA DIVULGAÇÃO E POSICIONAMENTO FRÁGIL

O território não é promovido adequadamente. Problemas: presença digital fraca, falta de narrativa territorial e dependência do boca a boca. Ilha Comprida possui um grande ativo natural, mas não o converte em reputação de mercado devido à falta de posicionamento estratégico.

DESAFIO DE MUDANÇA DE MENTALIDADE

Percebe-se resistência ao trabalho coletivo estruturado, dificuldade de padronização e dependência de iniciativas individuais, o que resulta em um ecossistema fragmentado.



PRINCIPAIS DORES DAS REGIÕES DO LAGAMAR

IGUAPE

INSEGURANÇA JURÍDICA

A dor intensa e emocionalmente carregada é descrita como um "pesadelo" devido à falta de segurança jurídica. Em questões ambientais, regularização fundiária e licenciamento, o conflito entre conservação e produção gera medo de investir, paralisação da expansão e insegurança no agronegócio e turismo.

LOGÍSTICA TERRITORIAL CRÍTICA

Os atrativos estão muito afastados, com estradas ruins e transporte complicado, elevando os custos logísticos. Isso reduz a competitividade turística e aumenta o custo operacional.

FALTA DE INTEGRAÇÃO ENTRE AGRO E TURISMO

Apesar do grande potencial da pupunha com Indicação Geográfica, da pesca artesanal e do turismo histórico, falta um encadeamento sistemático. A pupunha ainda é pouco explorada como ativo turístico, e a pesca artesanal não está bem integrada como experiência.

MEDO DE EXPANSÃO

Empreendedores de pousadas e hostels relatam medo de investir devido à instabilidade, dúvidas sobre a capacidade de atração contínua e enfrentam limitações legais e ambientais.



PRINCIPAIS DORES DAS REGIÕES DO LAGAMAR

PARIQUERA-AÇU

MUNICÍPIO DE PASSAGEM

“As pessoas passam, mas não param.” Isso resulta em baixa retenção de consumo, turismo desestruturado e falta de identidade turística consolidada.

DIFICULDADE EXTREMA DE COOPERAÇÃO NO AGRO

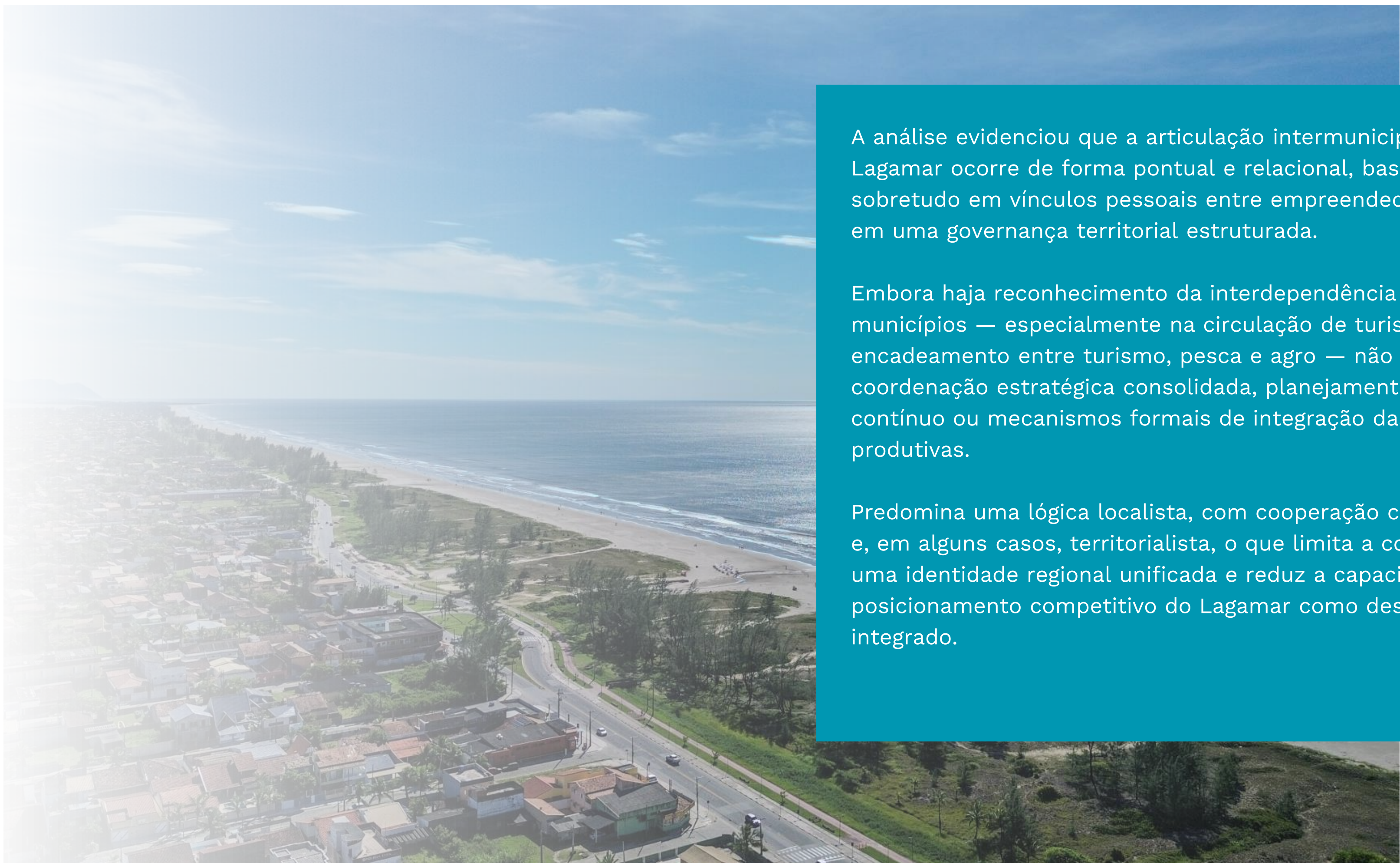
No caso de plantas ornamentais, há dor crítica devido a tentativas de associação frustradas, muitos produtores e resistência ao trabalho coletivo. Apesar da densidade produtiva, falta coordenação econômica.

BAIXA ESTRUTURAÇÃO DO TURISMO

O turismo rural ainda está em fase inicial, com falta de planejamento territorial e pouca oferta organizada de experiências.

DEPENDÊNCIA DE MERCADOS EXTERNOS

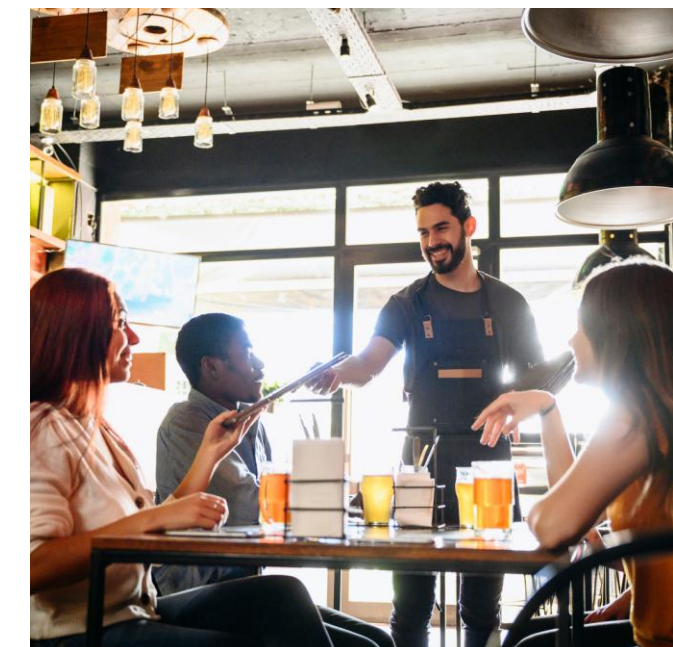
A produção agrícola é direcionada principalmente para fora do município, resultando em baixa agregação de valor local, pouca industrialização e fraca conexão com o consumo interno ou turístico.



A análise evidenciou que a articulação intermunicipal no Lagamar ocorre de forma pontual e relacional, baseada sobretudo em vínculos pessoais entre empreendedores, e não em uma governança territorial estruturada.

Embora haja reconhecimento da interdependência entre os municípios — especialmente na circulação de turistas e no encadeamento entre turismo, pesca e agro — não se observa coordenação estratégica consolidada, planejamento conjunto contínuo ou mecanismos formais de integração das cadeias produtivas.

Predomina uma lógica localista, com cooperação circunstancial e, em alguns casos, territorialista, o que limita a construção de uma identidade regional unificada e reduz a capacidade de posicionamento competitivo do Lagamar como destino integrado.



AÇÕES PARA MELHORAR A INTEGRAÇÃO ENTRE OS MUNICÍPIOS

Essas ações, se implementadas de forma coordenada e contínua, podem transformar a realidade de isolamento em um sistema econômico integrado, onde o turismo dinamiza a comercialização da produção local e a autenticidade do agro qualifica a experiência turística.

1. GOVERNANÇA REGIONAL

- Criação de fóruns, comitês ou conselhos intermunicipais de turismo e desenvolvimento
- Participação ativa de prefeitos, produtores, trade turístico e comunidades tradicionais
- Instância estável e permanente, com caráter deliberativo e técnico

2. INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA

- Melhoria das estradas de conexão entre os municípios (ex.: ligação entre Buqueirão Sul e Pedrinhas)
- Criação de um sistema de transporte integrado para facilitar o deslocamento de turistas e o escoamento de produtos
- Investimentos em infraestrutura portuária para apoio à pesca e ao turismo náutico

3. PROMOÇÃO E MARKETING UNIFICADO

- Desenvolvimento de uma marca ou rota turística regional (ex.: "Rota do Lagamar")
- Divulgação integrada dos atrativos e produtos de todas as cidades
- Calendário unificado de eventos que distribua fluxo turístico ao longo do ano



RECOMENDAÇÕES ESTRATÉGICAS



O FUTURO DO TURISMO E DO AGRO NO LAGAMAR: O QUE OS EMPREENDEDORES ESPERAM



Os empreendedores do turismo e do agro no Lagamar projetam crescimento, mas com os pés no chão, cientes de que isso depende de mudanças estruturais no território. No turismo, o futuro desejado combina ampliação dos negócios com maior estabilidade de demanda ao longo do ano, menos dependência do verão e fortalecimento de modalidades como turismo pedagógico, cultural e de base comunitária.

Já no agro, predomina uma visão dividida: parte planeja investir em agroindústria e turismo, enquanto produtores mais antigos e pescadores temem o declínio das atividades tradicionais e veem o turismo como única alternativa de sobrevivência.

Em comum, aparece a necessidade de fortalecer produtores rurais e pescadores, ampliar e modernizar infraestrutura, avançar em regularização fundiária e assistência técnica, articular políticas de turismo rural e garantir que a preservação ambiental seja feita com participação social e respeito às comunidades tradicionais, conciliando conservação e desenvolvimento.



AÇÕES PRIORITÁRIAS PARA FORTALECER O TURISMO EM LAGAMAR

A partir das falas, emergem conjuntos de ações estruturantes que poderiam orientar a atuação do Sebrae-SP.

1. Programa regional de posicionamento e promoção do Lagamar

Construir, com atores locais, um posicionamento claro: Lagamar como destino de natureza preservada + cultura caiçara/quilombola/indígena + turismo de experiência o ano todo

2. Fortalecimento da governança e integração regional

Incentivar fóruns permanentes Lagamar (Cananeia, Ilha Comprida, Iguape, Pariquera-Açu e entorno), juntando turismo, cultura, agro, artesanato, comunidades tradicionais e poder público.

3. Infraestrutura turística e qualificação da cadeia

Apoiar planos de negócio e projetos para melhorar pousadas, restaurantes e acessibilidade em turismo rural. Liderar um programa de capacitação regional em atendimento, hospitalidade e gestão financeira, focando na sazonalidade.

4. Diversificação da demanda e baixa temporada

Ajudar empreendedores a desenvolver produtos para a baixa temporada por meio de eventos temáticos, como luaus e festivais, e promover educação turística nas escolas locais, com intercâmbio entre municípios e uso de serviços locais como guias e pousadas.

5. Apoio técnico e jurídico em turismo regulado

Implementar uma célula Sebrae especializada em turismo + agro no Lagamar, com foco em licenças ambientais, Cadastur, vigilância sanitária, acessibilidade, uso de espaços públicos e mediação com ICMBio, Fundação Florestal, CETESB e prefeituras para reduzir insegurança jurídica e morosidade em análises.



AÇÕES PRIORITÁRIAS PARA FORTALECER O AGRO EM LAGAMAR

1. União e Organização

Fortalecer cooperativas e associações existentes e estimular a criação de novas, como forma de ganhar escala, poder de negociação e acesso a políticas públicas.

2. Regularização Fundiária

Criar um programa efetivo para regularizar a documentação das terras, destravando o acesso a crédito e mercados.

3. Acesso a Crédito e Mercados

Simplificar o acesso ao crédito e criar mecanismos para conectar produtores a mercados mais justos (compras públicas, turismo, vendas diretas).

4. Fortalecimento da ATER

Investir em Assistência Técnica e Extensão Rural de qualidade, que chegue efetivamente a todas as propriedades.



RECOMENDAÇÕES DE AÇÕES ESTRUTURANTES PARA O SEBRAE-SP



PROGRAMA "ROTAS LAGAMAR: TURISMO + AGRO"

Desenhar, com empreendedores, portfólios de rotas integradas por cidade e por perfil de público (pedagógico, terceira idade, natureza, gastronômico), conectando:

- hospedagens + restaurantes + sítios + comunidades tradicionais + passeios náuticos.



LABORATÓRIO DE DESBUROCRATIZAÇÃO E REGULARIZAÇÃO

Criar um "balcão técnico" regional itinerante para resolver questões como:

- regularização de propriedades em espólio
- comprovação de origem de produtos
- requisitos para fornecer alimentos a pousadas e restaurantes
- formatos alternativos como cooperativas, cozinhas comunitárias e marcas coletivas.



APOIO A COOPERATIVAS E ASSOCIAÇÕES COMO PLATAFORMAS DE SOLUÇÃO

Implementar um programa específico de gestão e governança de cooperativas/associações focado em: transparência, regras de entrada/saída, distribuição de resultados; planejamento comercial conjunto e negociação com redes turísticas.



COMUNICAÇÃO E NARRATIVA DO "AGRO LAGAMAR"

Coproduzir com os empreendedores uma narrativa de "agro do Lagamar" baseada em: agricultura familiar, agroflorestas, pesca artesanal, bioeconomia e floresta em pé; história, cultura e produtos identitários (banana, farinha, jussara, ostras, palmito, plantas ornamentais).



RECOMENDAÇÕES ESTRATÉGICAS POR MUNICÍPIO

CANANÉIA

Governança e Cooperação

- Implantar um Programa de Governança Local das Cadeias Integradas (Turismo + Pesca + Agro + Cultura).
- Facilitar a criação de um núcleo gestor territorial multissetorial, com agenda estruturada e metas comuns.

Redução da Sazonalidade

- Desenvolver calendário anual de experiências temáticas (gastronomia caiçara, pesca artesanal, agrofloresta, cultura local).
- Estruturar produtos de baixa temporada (turismo pedagógico, turismo de base comunitária).
- Capacitar empreendedores em planejamento financeiro e gestão de fluxo de caixa sazonal.

Integração Turismo ↔ Agro ↔ Pesca

- Estruturar programa “Do Produtor ao Prato e à Experiência”.
- Desenvolver selo territorial para restaurantes que utilizem produtos locais.
- Criar vivências estruturadas com pescadores e produtores.
- Apoiar design de produtos turísticos baseados na cadeia produtiva.

PARIQUERA-AÇU

Coordenação Econômica do Agro

- Implantar programa de governança setorial por cadeia (ornamentais, banana, pupunha).
- Facilitar formação de central de comercialização coletiva ou marketplace territorial.
- Capacitar lideranças produtivas em gestão associativa.

Agregação de Valor e Industrialização

- Apoiar desenvolvimento de produtos processados e marca própria territorial.
- Capacitação em design de embalagem e posicionamento.
- Estruturar conexões com mercado regional (turismo do Lagamar).

Sucessão Rural

- Programa de sucessão com foco em inovação.
- Inclusão de jovens em cadeias digitais (e-commerce, redes sociais, marketing).
- Oficinas de modelo de negócio para modernização da propriedade.



RECOMENDAÇÕES ESTRATÉGICAS POR MUNICÍPIO

IGUAPE

Segurança Jurídica e Ambiente de Negócio

- Promover ciclos de orientação jurídica coletiva (licenciamento, regularização, legislação ambiental).
- Articular diálogo institucional entre empreendedores e órgãos reguladores.
- Desenvolver cartilha prática de regularização simplificada.

Logística e Estruturação de Produto

- Estruturar roteiros integrados com lógica de cluster geográfico.
- Apoiar modelo de transporte compartilhado para grupos.
- Desenvolver pacotes combinando história + natureza + agro.

Integração da Pupunha e da Pesca ao Turismo

- Estruturar rota da pupunha com foco na Indicação Geográfica.
- Criar experiências com pesca artesanal guiada.
- Desenvolver narrativa territorial associando cultura, produção e identidade.

Confiança para Expansão

- Programa de planejamento estratégico individual para empreendedores.
- Linhas de capacitação em viabilidade econômica e análise de risco.

ILHA COMPRIDA

Infraestrutura como Fator Limitante

- Elaborar diagnóstico técnico sobre o impacto econômico da infraestrutura para apoiar o diálogo com o poder público.
- Criar fórum permanente com a prefeitura e concessionárias de água e conectividade.
- Capacitar empreendedores em gestão de contingência operacional e soluções alternativas como backup de internet, gestão de reservas offline e protocolos de crise.

Redução da Sazonalidade

- Desenvolver Plano de Ativação de Baixa Temporada Turismo pedagógico, turismo de observação de natureza, eventos gastronômicos fora de temporada e turismo de bem-estar e imersão.
- Capacitação em planejamento financeiro para negócios sazonais, gestão de fluxo de caixa e precificação estratégica por período.

Maturidade Empreendedora

- Programa de desenvolvimento de lideranças locais.
- Workshops sobre cultura de colaboração e visão de ecossistema.
- Benchmarking com destinos que superaram fragmentação.
- Criação de grupo piloto de empreendedores âncora para efeito demonstração.



QUAIS SÃO AS RECOMENDAÇÕES OS EXPERTS OFERECEM AO SEBRAE SP?

Para promover o desenvolvimento regional integrado, é essencial articular e dialogar, envolvendo empresários como beneficiários do processo. A responsabilidade não pode recair apenas nas prefeituras. Os experts sugerem:

Encontros presenciais entre gestores municipais

Planejar a integração entre turismo, agro e cultura de forma conjunta

Definir as vocações regionais do Lagamar

Criar espaços permanentes de diálogo para políticas públicas

Fortalecer a instância de governança regional.

Conectar os municípios a partir de suas funções complementares

Fortalecer a identidade territorial do Lagamar

As recomendações dirigidas ao Sebrae-SP convergem para a necessidade de maior presença territorial, continuidade e articulação estratégica.

- Enfatizar que a gestão do patrimônio regional é responsabilidade coletiva.
- Criar uma unidade móvel para percorrer a região em parceria com espaços locais.
- Garantir que o Sebrae tenha vivência prática no território.
- Participar ativamente das reuniões locais.
- Cobrar ações básicas ainda não implementadas.
- Assegurar atuação contínua e integrada com políticas de crédito e comercialização.
- Comprometer-se a longo prazo com o Vale do Ribeira.
- Praticar a escuta ativa e aproximar-se da realidade rural.
- Atuar desde a base para transformar diagnósticos em políticas efetivas.
- Funcionar como ponte entre empreendedores, sociedade civil e governos.
- Explorar o potencial simbólico e econômico do território de forma estratégica e duradoura.

Medidas que devem ser implementadas a curto, médio e longo prazo para promover o desenvolvimento da região do Lagamar

Eixo de Atuação	Curto Prazo	Médio Prazo	Contínuo
Governança e Articulação	<ul style="list-style-type: none"> • Mapeamento inicial das cadeias produtivas • Diagnóstico participativo das necessidades locais 	<ul style="list-style-type: none"> • Criação e fortalecimento da instância de governança regional com participação empresarial • Instalação de sala física do Sebrae em município estratégico 	<ul style="list-style-type: none"> • Integração entre cadeias produtivas (turismo, agro, pesca, cultura) • Escuta ativa e participação das comunidades tradicionais • Garantia de continuidade das políticas públicas
Infraestrutura e Logística	<ul style="list-style-type: none"> • Atendimento emergencial às necessidades básicas de comunidades críticas (água, energia, estradas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Construção de infraestrutura turística permanente • Implementação de centrais de apoio à comercialização e logística 	<ul style="list-style-type: none"> • Manutenção e melhoria contínua da infraestrutura existente
Promoção e Comunicação	<ul style="list-style-type: none"> • Roteirização e comunicação dos atrativos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento de estratégias integradas de marketing territorial 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimento da identidade territorial Lagamar
Qualificação e Capacitação	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitações práticas emergenciais para prestadores de serviços turísticos • Implementação de unidade móvel do Sebrae 	<ul style="list-style-type: none"> • Formação continuada em gestão, inovação e boas práticas 	<ul style="list-style-type: none"> • Acompanhamento técnico permanente e atualização profissional
Regularização e Desenvolvimento Produtivo	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico da situação fundiária e documental dos empreendimentos 	<ul style="list-style-type: none"> • Avanço na regularização fundiária • Estruturação de linhas de crédito adequadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Suporte contínuo à formalização e acesso a mercados



BENCHMARKING



JAPÃO



AGROTURISMO COSTEIRO INTEGRADO

Em algumas regiões costeiras do Japão, políticas de revitalização rural associadas ao agroturismo contribuíram para atrair e reter jovens, especialmente por meio dos programas conhecidos como “U-turn” (retorno à cidade de origem) e “I-turn” (migração urbana para áreas rurais). Dados governamentais indicam aumento no número de jovens empreendendo em hospedagens familiares, pequenos restaurantes, comércio digital de produtos locais e experiências ligadas à pesca e à agricultura. O engajamento não ocorreu pelo retorno à atividade primária tradicional isolada, mas pela possibilidade de combinar produção local com turismo, inovação e novas formas de comercialização.

- Mostra que é possível aumentar a renda local sem abandonar pesca e agricultura, agregando valor na origem e criando oportunidades para jovens.
- Evidencia que esses resultados dependem de apoio técnico, financiamento e organização estruturada do território.



ITÁLIA



MODELO ITALIANO DE AGRITURISMO

O agriturismo italiano é regulamentado nacionalmente desde 1985 (Lei nº 730) e consolidado pela Lei nº 96/2006, que estabelece que a atividade turística deve ser complementar à atividade agrícola — ou seja, a fazenda precisa continuar produzindo. Isso garante autenticidade e evita que o turismo substitua a vocação rural. O país criou ainda a marca oficial “Agriturismo Italia”, com sistema nacional de classificação (de 1 a 5 girassóis), padronização de qualidade e identidade visual unificada, fortalecendo posicionamento e confiança do consumidor.

O modelo consolidou milhares de propriedades (mais de 25 mil registradas), criou uma marca-país associada à experiência rural e se tornou política de desenvolvimento rural sustentável, sendo frequentemente citado por organismos internacionais como referência global.

- Possui marco legal específico que define regras claras para a atividade, garantindo que o turismo seja complementar à produção agrícola.
- Construiu uma identidade associada ao estilo de vida rural italiano, com forte posicionamento global.



FRANÇA



BIENVENUE À LA FERME

O Bienvenue à la Ferme é uma iniciativa coordenada pelas Câmaras de Agricultura da França que organiza produtores rurais sob uma marca coletiva nacional voltada à valorização da agricultura local. A rede reúne milhares de propriedades que seguem critérios de qualidade, autenticidade e vínculo direto com a produção agrícola, garantindo que a experiência oferecida esteja conectada à atividade real do campo. Seu diferencial está na governança estruturada, com acompanhamento técnico, padronização de serviços e identidade visual unificada, fortalecendo a confiança do consumidor e o posicionamento estratégico do produtor no mercado.

- É coordenado pelas Câmaras de Agricultura da França, que são instituições públicas com capilaridade territorial e legitimidade técnica.
- O produtor não entra apenas para “vender experiência”, mas para integrar uma rede com acompanhamento técnico, critérios de produção e controle de qualidade ligados ao setor agrícola.



MINISTÉRIO DO TURISMO



PROJETO EXPERIÊNCIAS DO BRASIL RURAL

O projeto Experiências do Brasil Rural tem como objetivo ampliar e diversificar a oferta turística brasileira por meio da inserção de produtos e serviços da agricultura familiar no mercado turístico, além de apoiar a formatação e o posicionamento de produtos e roteiros turísticos de experiência no meio rural.

Fruto de uma parceria entre o Ministério do Turismo, o Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar e da Universidade Federal Fluminense (UFF), busca impulsionar produtos e serviços da agricultura familiar associados ao turismo, de forma a proporcionar vivências inovadoras aos visitantes, diversificar a oferta turística nacional e gerar alternativas de renda no campo.

- Integra agro e turismo de forma estruturada
- Modelo público replicável e estratégico
- Gera agregação de valor na origem



O QUE O LAGAMAR PODE APRENDER COM OS CASOS APRESENTADOS

PROFISSIONALIZAR A OPERAÇÃO COLETIVA

Estruturar reservas, calendário, padrão mínimo de qualidade e coordenação entre atores, garantindo previsibilidade e consistência da experiência.

ORGANIZAR UMA NARRATIVA TERRITORIAL ÚNICA

Definir um fio condutor que conecte pesca, extrativismo, cultura caiçara e conservação ambiental em uma proposta coerente.

ESTRUTURAR NOVOS PAPÉIS PARA JOVENS

Criar funções ligadas à gestão de experiência, comercialização digital, comunicação e articulação territorial, ampliando perspectivas econômicas locais.

ESTABELEECER REGRAS DE DISTRIBUIÇÃO DE VALOR

Garantir que a renda gerada pelo turismo e pela agregação de valor circule no território e não se concentre em poucos operadores.



CONCLUSÃO



O mapeamento das cadeias produtivas da Região do Lagamar revela um território de imenso potencial, mas que opera aquém de suas capacidades devido a um conjunto de fragilidades estruturais, institucionais e de governança. A região, composta por Cananéia, Iguape, Ilha Comprida e Pariquera-Açu, possui ativos estratégicos inegáveis: um patrimônio ambiental único (Mata Atlântica, manguezais e unidades de conservação), uma identidade cultural rica (caiçara, quilombola) e cadeias produtivas nos setores de turismo e agro já estabelecidas, porém fragmentadas.



PRINCIPAIS ACHADOS

Fragmentação e Falta de Governança

O principal gargalo identificado é a ausência de coordenação. As cadeias produtivas operam de forma isolada, tanto entre setores (turismo não dialoga com o agro) quanto entre municípios. A lógica localista e a dependência de vontades políticas momentâneas impedem a construção de uma identidade regional unificada ("Lagamar") e o desenvolvimento de estratégias conjuntas de promoção e planejamento.

Sazonalidade Extrema ("Economia do Verão")

A economia regional é refém de um ciclo vicioso de três a quatro meses de alta temporada (verão e feriados) seguidos de oito a nove meses de baixa atividade. Isso gera instabilidade financeira crônica, desestimula investimentos, naturaliza a precariedade e impede a formalização e o crescimento sustentável dos negócios.

Funcionamento Artesanal e Baixa Integração Produtiva

Tanto o turismo quanto o agro operam de forma artesanal, familiar e reativa. No turismo, a oferta é dispersa e não integrada em roteiros estruturados. No agro, a produção é de pequena escala, com forte dependência de intermediários (atravessadores) que capturam o valor, e há uma desconexão evidente com a demanda do turismo local. O uso de produtos regionais é espontâneo, mas não estruturado, sofrendo com a irregularidade de fornecimento, informalidade dos produtores e falta de padronização.

Barreiras Estruturais e Institucionais

As estradas precárias e a logística deficiente afetam a competitividade e o escoamento da produção. O complexo arcabouço legal gera insegurança jurídica, dificultando a formalização e paralisando investimentos. As limitações de capital humano e financeiro incluem a falta de mão de obra qualificada e a dificuldade de acesso ao crédito. Além disso, a baixa adoção de tecnologias digitais e as capacitações pontuais sem acompanhamento contínuo falham em promover mudanças duradouras nos negócios locais.



SENTIMENTO DE PERTENCIMENTO REGIONAL NO LAGAMAR



Um dos achados mais sutis, porém estruturantes, do diagnóstico da Região Lagamar é a fragilidade do sentimento de pertencimento regional. Empreendedores do turismo e do agro, quando questionados sobre sua atuação, referem-se bastante aos seus municípios de origem – Cananéia, Iguape, Ilha Comprida ou Pariqueira-Açu. A identidade deles é local, comunitária, enraizada em suas práticas e territórios imediatos. O conceito "Lagamar", como constructo regional, ainda não parece ter sido internalizado. Como apontou um expert: "Se você chegar numa zona rural hoje e falar de Lagamar, ninguém sabe o que você está falando."

Essa ausência de identidade regional não é meramente simbólica; ela tem consequências práticas. Sem uma narrativa coesa que una os quatro municípios, a cooperação institucional fica refém de interesses políticos conjunturais, as cadeias produtivas não se integram, e o território se apresenta ao mercado de forma fragmentada, perdendo competitividade e visibilidade. O turista chega a Cananéia, mas pode não ser estimulado a conhecer Iguape; o produtor de pupunha de Pariqueira-Açu não vê conexão com os restaurantes de Ilha Comprida. A região funciona como um conjunto de ilhas econômicas e simbólicas.



Enquanto o Vale construiu uma identidade forte e mobilizadora, o Lagamar permanece fragmentado por razões concretas. No Vale, a bacia do Rio Ribeira de Iguape funciona como um elemento geográfico unificador, conectando municípios, histórias e economias. Somam-se a isso décadas de mobilização social por reforma agrária, direitos das comunidades tradicionais e resistência a barragens, que forjaram redes de solidariedade e uma pauta comum. Instâncias como o CODIVAR e os comitês de bacia garantiram fóruns permanentes de discussão, enquanto universidades, ONGs e movimentos sociais construíram uma narrativa poderosa: "maior área contínua de Mata Atlântica", "berço da agricultura familiar", "resistência cultural".

No Lagamar, ao contrário, os municípios de Cananéia, Iguape, Ilha Comprida e Pariqueira-Açu — que integram o território do Vale do Ribeira — não conseguiram traduzir essa identidade regional para sua realidade local. Apesar de compartilharem o mesmo contexto geográfico e cultural mais amplo, o sistema estuarino-lagunar é de difícil apreensão simbólica, as lutas são localizadas (regularização fundiária em Cananéia, conflitos ambientais em Iguape, especulação imobiliária em Ilha Comprida), as instâncias formais são frágeis e a memória institucional é baixa, fazendo com que cada nova gestão municipal recomece do zero.

POR QUE O VALE DO RIBEIRA TEM IDENTIDADE E O LAGAMAR NÃO?



A LIÇÃO QUE FICA É CLARA: A CONSTRUÇÃO DO SENTIMENTO DE PERTENCIMENTO AO LAGAMAR É CONDIÇÃO PRÉVIA PARA QUALQUER ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO CONSISTENTE.

NÃO SE TRATA DE INVENTAR UMA IDENTIDADE, MAS DE DAR NOME E SIGNIFICADO AO QUE JÁ EXISTE, TRANSFORMANDO ATRIBUTOS DISPERSOS EM UMA NARRATIVA COESA E MOBILIZADORA.

ENQUANTO A REGIÃO NÃO RESOLVER ESSA FRATURA IDENTITÁRIA, CONTINUARÁ REPETINDO O PADRÃO DE PROJETOS QUE PASSAM, MAS NÃO FICAM – PORQUE O SOLO ONDE DEVERIAM CRIAR RAÍZES AINDA NÃO FOI PREPARADO.

DIANTE DESSE QUADRO, O SEBRAE-SP EMERGE NÃO APENAS COMO UM PROVEDOR DE CAPACITAÇÕES, MAS COMO UM POTENCIAL ARTICULADOR E INDUTOR DA CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA.

O RELATÓRIO JÁ APONTA QUE OS EMPREENDEDORES VEEM O SEBRAE COMO UMA DAS POUCAS INSTITUIÇÕES COM CAPILARIDADE E CAPACIDADE DE DIÁLOGO.

PARA QUE ESSE POTENCIAL SE CONCRETIZE, ALGUMAS AÇÕES SÃO ESTRATÉGICAS.



EXEMPLOS REPLICÁVEIS NO LAGAMAR

O plano estratégico de Economia Criativa, “Dá Gosto Ser do Ribeira”, do Sebrae-SP, implementado desde 2020 no Vale do Ribeira, com foco em ecoturismo, gastronomia, artesanato e valorização de identidades locais (caiçara, quilombola, indígena e imigração japonesa) pode ser um exemplo replicável de como promover o empreendedorismo sustentável e construção de uma marca territorial forte. Alguns exemplos que podem ser replicados no Lagamar:

MARCA TERRITÓRIO E NARRATIVA COLETIVA

A criação da identidade “Dá Gosto Ser do Ribeira” – com logo, slogan e campanhas que celebram orgulho local, natureza e cultura – transformou a autoestima dos empreendedores e agregou valor a produtos. No Lagamar, poderia surgir uma versão como “Lagamar Vive” ou “Sabor do Estuário”, unindo turismo náutico, agrofloresta (palmito, banana), pesca artesanal e caiçara para posicionamento unificado frente a destinos como Paraty ou Ilhabela.

FESTIVAIS GASTRONÔMICOS E ROTAS DE SABORES

Eventos anuais que conectam produtores rurais, chefs e pousadas para valorizar ingredientes locais (jussara, banana, mel), gerando visibilidade e vendas. Replicável no Lagamar como “Festival do Lagamar: Ostras, Banana e Cataia”, integrando sítios de pupunha, restaurantes de peixe fresco e pousadas, para atrair fluxo na baixa temporada e criar rotas agro-turísticas.

FORTALECIMENTO DE REDES DE ARTESANATO

Apoio a grupos de artesãos com capacitação, feiras e acesso a mercados, destacando técnicas tradicionais. No Lagamar, similar poderia capacitar artesãos de macramê, biojoias e instrumentos caiçaras, criando uma rede para fornecer souvenirs a pousadas e roteiros, com embalagens identitárias e vendas online coletivas.

CAPACITAÇÃO E EMBAIXADORES REGIONAIS

Concursos como “Embaixador do Vale” e trilhas de qualificação em hospitalidade, marketing digital e gestão. No Lagamar, um “Embaixador Lagamar” poderia emergir de guias ou artesãos, com treinamentos conjuntos para receptivos, pousadas e produtores, focando em narrativa do estuário e integração agro-turismo.



AÇÕES ESTRATÉGICAS



ATUAR COMO "COLA" INSTITUCIONAL

O Sebrae pode organizar encontros entre quatro municípios com gestores, empreendedores e lideranças comunitárias para discutir problemas comuns e construir uma visão futura para o Lagamar.



FOMENTAR UMA NARRATIVA DE "MARCA-REGIÃO"

O Sebrae pode liderar a construção colaborativa da identidade "Lagamar", unindo elementos dos quatro municípios, como o sistema estuarino, cultura caiçara, presença quilombola, patrimônio histórico e biodiversidade. A ideia é nomear e dar significado ao que já existe, criando uma narrativa coesa e marketável, com a participação dos atores locais para que se reconheçam no processo.



CRIAR PRODUTOS E ROTEIROS QUE MATERIALIZEM A IDENTIDADE

A identidade regional é fortalecida pela vivência, e o Sebrae pode ajudar na criação de roteiros integrados, como as "Rotas Lagamar". Isso promove a colaboração entre municípios e permite que turistas explorem o Lagamar de Pariquera-Açu a Cananéia, reforçando o sentimento de pertencimento entre os empreendedores.



FORTALECER AS INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA

O Sebrae pode ajudar a fortalecer a Região Turística Lagamar e outros fóruns, oferecendo apoio técnico, facilitando a elaboração de planos de trabalho e cobrando resultados. O objetivo é que essas instâncias se tornem, de fato, o espaço onde a identidade regional é gerida e projetada.

A CONSTRUÇÃO DO SENTIMENTO DE PERTENCIMENTO AO LAGAMAR É UM PROCESSO DE LONGO PRAZO, QUE SE DARÁ PELA PRÁTICA DA COOPERAÇÃO, PELA CRIAÇÃO DE NARRATIVAS COMPARTILHADAS E PELO DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS QUE DEMONSTREM, NA PRÁTICA, A FORÇA DA UNIÃO.

O SEBRAE SP, COM SUA LEGITIMIDADE E CAPACIDADE DE ARTICULAÇÃO, PODE SER O GRANDE CATALISADOR DESSA TRANSFORMAÇÃO, AJUDANDO A REGIÃO A SUPERAR O LOCALISMO E A SE RECONHECER COMO UM TERRITÓRIO DE POTENCIALIDADES INTEGRADAS.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE). Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Brasília, DF.

Disponível em: <https://www.gov.br/fnde>.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome. Programa de Aquisição de Alimentos (PAA). Brasília, DF.

Disponível em: <https://www.gov.br/mds>.

BRASIL. Ministério do Turismo. Turismo rural e agricultura familiar: diretrizes e orientações. Brasília, DF.

Disponível em: <https://www.gov.br/turismo>.

CEAGESP – COMPANHIA DE ENTREPÓSITOS E ARMAZÉNS GERAIS DE SÃO PAULO. Institucional e informações sobre comercialização agrícola. São Paulo, SP.

Disponível em: <https://www.ceagesp.gov.br>.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Agropecuário 2017. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Produção Agrícola Municipal (PAM). Rio de Janeiro: IBGE.

Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Produção da Pecuária Municipal (PPM). Rio de Janeiro: IBGE.

Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Produto Interno Bruto dos Municípios. Rio de Janeiro: IBGE.

Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). SIDRA – Sistema IBGE de Recuperação Automática. Rio de Janeiro: IBGE.

Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br>.

INSTITUTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA (IEA). Estudos e estatísticas da agropecuária paulista. São Paulo: IEA.

Disponível em: <https://www.iea.sp.gov.br>.

SÃO PAULO (Estado). Coordenadoria de Assistência Técnica Integral (CATI). Assistência técnica e extensão rural no Estado de São Paulo. Campinas, SP.

Disponível em: <https://www.cati.sp.gov.br>.

SEBRAE-SP. Projeto Dá Gosto Ser do Ribeira: relatório de pesquisa e diagnóstico territorial. São Paulo: Sebrae-SP, [2023].

SEBRAE-SP. Projeto Corredor Azul – Litoral Sul do Vale do Ribeira. São Paulo: Sebrae-SP, [2024 - 2025]

SEBRAE-SP. ALI Rural – Programa de apoio à inovação e gestão no meio rural. São Paulo: Sebrae-SP. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE). Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Brasília, DF.

Disponível em: <https://www.gov.br/fnde>.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – Turismo. Rio de Janeiro: IBGE.

Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). PNAD Contínua. Rio de Janeiro: IBGE.

Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>.

BRASIL. Ministério do Turismo. Mapa do Turismo Brasileiro. Brasília, DF.

Disponível em: <https://www.gov.br/turismo>.

BRASIL. Ministério do Turismo. Política de Regionalização do Turismo. Brasília, DF.

Disponível em: <https://www.gov.br/turismo>.

BRASIL. Ministério do Turismo. Cadastur – Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos. Brasília, DF.

Disponível em: <https://cadastur.turismo.gov.br>.

BRASIL. Ministério do Turismo. Turismo de natureza, ecoturismo e turismo sustentável: diretrizes e orientações. Brasília, DF.

Disponível em: <https://www.gov.br/turismo>.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). Reserva da Biosfera da Mata Atlântica. Paris: UNESCO.

Disponível em: <https://www.unesco.org>.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo (SETUR-SP). Dados, estudos e projeções do turismo paulista. São Paulo, SP.

Disponível em: <https://www.turismo.sp.gov.br>.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo (SETUR-SP). Mapa do Turismo do Estado de São Paulo. São Paulo, SP.

Disponível em: <https://www.turismo.sp.gov.br>.

SENAC. Apoio técnico à elaboração de planos regionais de turismo. São Paulo: SENAC, [s.d.].

SEBRAE-SP. Projeto Corredor Azul – Litoral Sul do Vale do Ribeira. São Paulo: Sebrae-SP, [2024 - 2025].

SEBRAE-SP. Projeto Dá Gosto Ser do Ribeira: relatório de pesquisa e diagnóstico territorial. São Paulo: Sebrae-SP, [2023].

CONSÓRCIO DE DESENVOLVIMENTO INTERMUNICIPAL DO VALE DO RIBEIRA E LITORAL SUL (CODIVAR). Planos e iniciativas de governança regional. Registro,

SP. Disponível em: <https://www.codivar.org.br>.

Ficha Técnica

Projeto: Mapeamento das cadeias produtivas da região Lagamar.

Objetivo: Produzir um diagnóstico robusto, integrado e acionável sobre as cadeias produtivas do Lagamar, gerando inteligência territorial para embasar estratégias intermunicipais de desenvolvimento econômico e fortalecimento do empreendedorismo local.

Universo: Empresas dos segmentos de pesca artesanal, plantas ornamentais, palmito, banana, hospedagem, alimentação guias e agência de turismo e artesanado

Metodologias: Desk Research, Entrevistas em Profundidade, Workshop de Cocriação.

Amostra: 2 Desk Research, 65 Entrevistas em Profundidade com consumidores, 12 Entrevistas em Profundidade com experts, 04 Workshop de Cocriação.

Período de Coleta de Dados: 05/01/2026 a 12/02/2026.

Local: Estado de São Paulo

SEBRAE-SP

Unidade de Gestão Estratégica

Gerente: Juliana Gazzotti Schneider

Coordenação: Felipe Ferreira de Barros

Equipe Técnica: Alexandre Sousa Nascimento, Angelica Gonçalves C. Silva, Márcia Shizue Kikuchi, Mariá Fortes de Paula Silva, Pedro João Gonçalves, Rhuan Pereira, Sabrina da Silva Domingos, Tamara Cristina Mármore, Vanessa Rinaldi Fernandes e Whellder Barros de Jesus Silva

Fornecedor: Imago Pesquisas

Responsável Técnica: Bruna Alves Souza

SEBRAE-SP

Rua Vergueiro, 1117 – Paraíso

CEP: 01504-001 – São Paulo – SP

Homepage: www.sebraesp.com.br

Informações sobre produtos e serviços SEBRAE-SP: 0800 570 0800

Informações sobre este relatório: 3177-4500