



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

## **Análise macro-ambiental do setor turístico na grande Florianópolis (SC): um estudo na percepção de seus atores<sup>1</sup>**

Maria José Barbosa de Souza, Dra.<sup>2</sup> Universidade do Vale do Itajaí

Elaine Ferreira, Dra.<sup>3</sup> Universidade do Vale do Itajaí

Carlos Alberto Barbosa de Souza<sup>4</sup> Universidade do Vale do Itajaí

### **Resumo**

O conhecimento da realidade macroambiental é fundamental para elaboração de planos de desenvolvimento de uma destinação turística. Com o objetivo de analisar a percepção dos principais atores que interagem no setor turístico, na região da Grande Florianópolis/SC, sobre os fatores que interferem no desenvolvimento deste setor, foi realizada uma pesquisa exploratório-descritiva, com uma amostra composta de especialistas, dirigentes de associações de classes e de empresas privadas. Especificamente, o estudo identificou limitações, potencialidade e oportunidades de mercado para o turismo. A análise dos dados evidenciou fatores que retardam o crescimento do setor, como a deficiência de infra-estrutura, bem como oportunidades que poderão contribuir positivamente para o desenvolvimento sócio-econômico da localidade, através da formulação de políticas públicas.

**Palavras-chave:** análise macroambiental; setor turístico; percepção dos atores; Grande Florianópolis (SC)

### **1. INTRODUÇÃO**

Os países em desenvolvimento buscam direcionar suas estratégias para um crescimento sócio-econômico equilibrado, o que tem induzido várias nações a desenvolverem planos no sentido de dinamizar setores importantes, capazes de gerar empregos e estimular a melhoria da qualidade de vida de sua população. Dentre estes setores destaca-se o turismo, o qual apresenta uma oportunidade significativa para reduzir o problema de desemprego nesses países. Porém, devido às suas características, o turismo pode causar diversos tipos de impactos: econômicos, sociais, culturais e ambientais em uma localidade. Por esta razão, é

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT - Interfaces com o Desenvolvimento, a Cultura e o Meio Ambiente do IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

<sup>2</sup> Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo/ECA, professora e pesquisadora do Mestrado em Turismo e Hotelaria, do Mestrado em Administração e no Doutorado em Administração e Turismo da UNIVALI.

<sup>3</sup> Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina, professora e pesquisadora do Mestrado em Turismo e Hotelaria e do Mestrado em Administração da UNIVALI.

<sup>4</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo na Universidade Federal de Santa Catarina, professor e pesquisador dos Cursos de Arquitetura e Urbanismo, e de Turismo da UNIVALI.



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

necessário que os governos estabeleçam relações harmônicas com as organizações privadas e as não governamentais que atuam neste setor, no sentido de ampliar a consciência sobre estes impactos e as formas adequadas para minimizá-los.

A participação do Brasil no turismo mundial ainda é reduzida, embora o país apresente um número considerável de atrativos naturais, se comparada a de outros países que ocupam posição de liderança na captação de turistas. Embora vários esforços já tenham sido empreendidos para dinamização do setor, enquanto o Brasil recebia 5,4 milhões de turistas, em 2005, a França, o principal destino do mundo, acolhia 76 milhões de visitantes. A participação brasileira em relação ao turismo mundial limitou-se a 0,67% no ano mencionado (EMBRATUR, 2006).

O turismo é uma atividade importante para Santa Catarina. No entanto, o estado vem apresentando uma demanda irregular no movimento de turistas a partir de 2001. Conforme dados da SANTUR (2003), no ano de 2003 houve um decréscimo de 16,3% na entrada de visitantes quando comparado com 2001; em 2004, conforme SANTUR (2005), a atividade turística experimentou uma recuperação de 27,9% com relação ao ano anterior; em 2005, apresentou uma redução de 6,3% comparada a 2004; e, em 2006 cresceu 13,6% (SANTUR, 2006).

A região da Grande Florianópolis está relacionada com a paisagem e os ecossistemas naturais, tais como, suas praias, lagoas e montanhas e é composta dos seguintes municípios: Águas Mornas, Antônio Carlos, Biguaçu, Florianópolis, Governador Celso Ramos, Palhoça, Santo Amaro da Imperatriz, São José e São Pedro de Alcântara. Florianópolis, a capital do estado, recebe a maioria dos turistas que visita a região estudada e por esta razão constitui-se no segundo centro turístico do estado, em número de visitantes, depois de Balneário Camboriú. Segundo a EMBRATUR (2005), Florianópolis consta como a nona mais visitada pelo turista estrangeiro.

Os principais atrativos turísticos do município são os naturais, que respondem por 70,2% da demanda, as visitas a amigos e parentes (19,7%), os eventos com 5,1% e os histórico-culturais com 2,8%. (SANTUR, 2006). Dentre os motivos de viagem para a região o turismo em geral responde por 83,6% e o de negócios por 16,4%. Os turistas que visitam a cidade provêm do estado do Rio Grande do Sul (37,7%), seguidos dos catarinenses (22,7%), de paulistas (14,2%) e dos paranaenses (13,0%). Estes visitantes utilizaram como meio de transporte predominante, em 2006, o automóvel (60,4%), seguido de ônibus (23%) e somente



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM– 27 a 28 de agosto de 2007

16,5% utilizaram transporte aéreo. Por esta razão, as vias de acesso terrestre são bastante utilizadas em períodos de alta temporada.

O fluxo de turistas, nacionais e estrangeiros, para a cidade apresenta-se de forma irregular desde 2001, acompanhando a tendência do estado, pois de acordo com os dados publicados pela SANTUR (2004; 2006), verificou-se que em 2001 chegaram 553 mil visitantes em Florianópolis e em 2003, este número baixou para pouco mais de 308 mil. Em 2004 ocorreu uma recuperação significativa, com a entrada de 581 mil turistas, baixando para 574 mil em 2005 (SANTUR, 2005), subindo para 589 em 2006 (SANTUR, 2006).

Com base no problema exposto, o objetivo deste trabalho foi analisar as variáveis que interferem no setor turístico da região da Grande Florianópolis, na percepção de diversos atores que interagem nesta atividade. Especificamente, o estudo teve como objetivos: a) levantar as potencialidades e limitações regionais, e as oportunidades de mercado; b) identificar as dificuldades no desenvolvimento da gestão das organizações turísticas; e c) sugerir ações integradas entre o poder público e o setor privado.

Além desta introdução, este trabalho está constituído de um referencial teórico, relacionado ao planejamento turístico e turismo sustentável. Na seqüência descreve-se a metodologia utilizada e os resultados da pesquisa, destacando os principais fatores que, na percepção da amostra estudada, interferem no desenvolvimento sustentável da atividade turística na região da Grande Florianópolis. Nas considerações finais encontram-se resumidas as principais percepções dos entrevistados com relação aos fatores pesquisados, são propostas ações para minimizar as dificuldades apresentadas.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Qualquer planejamento deve iniciar-se por um diagnóstico baseado nos fundamentos da análise ambiental, que consiste, dentre outras variáveis, no estudo das tendências do macroambiente, na identificação e resposta às principais forças macroambientais, bem como ameaças e oportunidades setoriais, e no levantamento das principais forças e fraquezas organizacionais, a fim de que seja possível, através deste diagnóstico, definir as estratégias adequadas para o desenvolvimento da atividade econômica analisada.(KOTLER, 1998)

No planejamento turístico de uma localidade, dois tipos de análises devem ser realizados, antes e durante o decorrer do plano, em virtude das eventuais mudanças que possam ocorrer: avaliação do potencial turístico e análise do mercado. A primeira refere-se ao



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

estoque de recursos potencial e existente, incluindo a infra-estrutura, como estes recursos podem ser desenvolvidos e os prováveis limites a este desenvolvimento. A análise do mercado, segundo componente crucial de um plano de desenvolvimento turístico, aborda entre outras questões, as tendências de mercado, globais e do próprio país, por tipo de atividade turística. Em função desta análise é que se pode determinar se os equipamentos disponíveis são apropriados, quais os mercados que poderão ser atraídos por estes equipamentos e quais são os níveis de preços que deveriam ser adotados. A análise de mercado deve incorporar também um estudo dos principais mercados competitivos e as modalidades de transporte mais apropriadas. (COOPER et al, 2001). Este trabalho trata do primeiro tipo de análise mencionado.

Devido a características da atividade turística e os impactos que pode causar onde o turismo é desenvolvido deve-se considerar em seu planejamento as inter-relações com a sustentabilidade. Na opinião de Oliveira (2002, p.8), o conceito de turismo sustentável pode ser definido da seguinte forma:

Turismo praticado de uma forma que promova a qualidade de vida das populações residentes no local de destino; respeite a sócio-diversidade da comunidade receptora, por meio da conservação da herança cultural das populações locais; e conserve os recursos naturais e paisagísticos desse local.

Este conceito considera os diferentes *stakeholders* levando em conta as seguintes características: respeito às comunidades locais; envolvimento econômico efetivo destas comunidades; respeito às condições naturais; conservação dos patrimônios culturais e ambientais; interação educacional, quando o turista incorpora na sua vida valores preservacionistas, culturais, étnicos, religiosos, históricos e ambientais; e interdisciplinaridade, pois o patrimônio natural é o mosaico resultante da interatividade dos diversos saberes das ciências. Corroborando com Oliveira, Niefer (2001) considera que o turismo sustentável deve ser ecologicamente aceitável, financeiramente viável e justo com as comunidades locais sob uma perspectiva social e ética; além de conservar as tradições e heranças culturais e melhorar a qualidade de vida das comunidades locais.

Para que ocorra o turismo sustentável é necessário, também, que haja cooperação e coordenação perfeitas entre os setores, público e privado, durante o planejamento e a implementação dos projetos, a fim de que o desenvolvimento seja direcionado para o alcance de objetivos comuns. Isto é necessário porque no setor turístico a implementação de políticas e planos é de responsabilidade conjunta dos dois setores. Cabe ao governo a responsabilidade



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

pela política, planejamento e pesquisa, oferta de infra-estrutura básica, desenvolvimento de atrativos turísticos, fixação e fiscalização de padrões para serviços e instalações, regulamentação e fiscalização do uso da terra e da proteção ambiental, determinação de padrões para a educação e o treinamento para o turismo. Além disso, deverá manter a segurança e a saúde públicas e, desenvolver ações de marketing das destinações turísticas. O setor privado é responsável pela oferta de hospedagem, operações de viagem, passeios e outros empreendimentos turísticos comerciais, atrativos turísticos e atividades de marketing relacionadas a estas ofertas. Portanto é essencial o compromisso político, tanto do setor público como do privado, pelo desenvolvimento do turismo, de um modo planejado e sustentável (OMT, 2003). É necessário, também, que os diversos atores que interagem na atividade turística da região participem da identificação dos problemas e das oportunidades do setor, bem como na busca da ações para impulsionar o turismo sustentável na localidade.

Complementando Zouain et al (2005) afirmam que a essência do desenvolvimento do turismo é uma parceria entre os diversos interessados nesta atividade. Isto porque a opção pelo desenvolvimento econômico por meio do turismo é complexa, pois além de ser uma atividade multi-setorial, causa impactos ambientais, econômicos e sociais, necessitando de políticas públicas eficazes para que possa ser sustentável em longo prazo.

Com o objetivo de minimizar os impactos provocados pelo turismo, algumas variáveis devem ser observadas pelos órgãos públicos de planejamento e aprovação de projetos turísticos no Brasil, destacando-se, principalmente: o planejamento do uso de solo; o controle do desenvolvimento e da construção; a estimativa do impacto no meio ambiente; a fiscalização de áreas designadas para proteção e desenvolvimento; e as leis que regulamentam crimes contra o meio ambiente (SWARBROOKE, 2000).

A atividade turística deve ser desenvolvida de forma sustentável a fim de evitar riscos que a condução inadequada do setor pode provocar no meio ambiente (ALMEIDA; RIEDL, 2000). O turismo sustentável é visto como uma integração entre destinações (seus habitats e habitantes), os turistas e os prestadores de facilidades para os visitantes (KRIPPENDORF, apud ALMEIDA; RIEDL, 2000). Esta tipologia de turismo procura adequar os interesses destes parceiros de forma a reduzir as tensões e buscar um desenvolvimento no longo prazo, através do equilíbrio entre o crescimento sócio-econômico e a conservação do meio ambiente, respeitando a cultura e as características das comunidades receptoras, as paisagens e os habitats.



Uma das formas de se planejar o turismo sustentável consiste em identificar as diversas potencialidades turísticas que a localidade oferece, para que se possa reduzir a sazonalidade provocada pela exploração de uma única modalidade de turismo. Analisando a potencialidade turística de Santa Catarina Lins (2000) identificou a existência de vários circuitos turísticos, tais como: a) litorâneo; b) histórico-cultural; c) da neve; d) de festas típicas; e) das águas termais; f) religioso; g) rural e ecológico; e, h) das compras, e sugere que sejam fomentadas ações para desenvolver cada um dos mencionados circuitos.

### 3. METODOLOGIA

Para atingir os objetivos deste trabalho foi realizada uma pesquisa exploratório-descritiva, na região da Grande Florianópolis, no período compreendido entre setembro de 2005 a fevereiro de 2006, utilizando um processo de amostragem não aleatória por julgamento (BARBETTA, 2001) com uma amostra de especialistas do setor (professores, pesquisadores, secretários municipais de turismo, dirigentes de órgãos públicos e de associações patronais), e dirigentes de empresas privadas (principais hotéis e agências de viagens e turismo). Como critérios de escolha dos participantes da amostra levou-se em consideração o conhecimento da realidade regional e o fato de estar atuando no setor. Inicialmente, 123 pessoas foram convidadas por carta a participarem da pesquisa, no entanto, após vários contatos, somente 60 entrevistados se dispuseram a responder ao questionário.

As variáveis de análise utilizadas relacionavam-se aos fatores sugeridos por Cooper et al (2001) para a realização do planejamento estratégico em destinos turísticos e as variáveis ambientais mencionadas por Kotler (1998). Estas variáveis foram usadas para levantar a percepção dos entrevistados a respeito dos seguintes aspectos: a) fatores limitadores da atividade turística; b) potencialidades da atividade turística; c) oportunidades de mercado; d) dificuldades enfrentadas pelas empresas turísticas; e) fatores de sustentabilidade.

Os fatores limitadores da atividade turística estão relacionados a vias de acesso e sinalização deficientes; falta de segurança; transporte urbano deficiente; abastecimento de água precário; poluição das praias; capacidade de carga saturada; baixa qualificação da mão-de-obra; sistema de informação turística precário; degradação ambiental; infra-estrutura aeroportuária deficiente; insuficiente fiscalização; e crescimento imobiliário desordenado.

Quanto às potencialidades da atividade turística, estas incluem os atrativos turísticos naturais e histórico-culturais; hospitalidade da população; sistema de transporte público



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

eficiente; sinalização turística suficiente; diversidade de centros de compras; estrutura de bares/restaurantes adequada; diversões noturnas diversificadas; infra-estrutura aeroportuária eficiente; diversidade de passeios terrestres (*city tour*); eficiente sistema de informação turística; diversidade de passeios náuticos; estrutura de eventos adequada; e praias despoluídas.

As oportunidades de mercado, além do turismo “sol e mar”, referem-se a outras tipologias de turismo, como ecológico, esportivo, religioso, de negócios, de lazer, histórico-cultural, de compras e de eventos, respeitando a classificação de circuitos turísticos, de Lins (2000).

As dificuldades enfrentadas pelas empresas turísticas dizem respeito à infra-estrutura pública deficiente; carga tributária elevada; burocracia excessiva; mercado informal; baixa qualificação e alta rotatividade da mão-de-obra; ineficácia de programas públicos; prestação de serviço deficiente; inexistência de linhas de crédito; baixa qualidade dos serviços terceirizados; capacidade ociosa; alta concentração do turismo “sol e mar”; desarticulação entre os atores do *trade*; falta de capital de giro; sazonalidade da atividade turística; e falta de divulgação do destino.

Além destas variáveis de análise foram utilizados alguns indicadores para a classificação das empresas, tais como área de atuação, número de funcionários e tempo de existência, bem como algumas características dos entrevistados, como cargo ocupado, tempo no cargo, sexo, idade e escolaridade.

Os dados foram coletados, através de questionários semi-estruturados, compostos de questões abertas e fechadas, os quais foram entregues pessoalmente ou encaminhados via e-mail ou fax para as pessoas selecionadas a comporem a amostra. Algumas entrevistas foram realizadas com os especialistas, nas quais o questionário foi utilizado como roteiro.

## **4. RESULTADOS**

Os resultados da pesquisa encontram-se especificados nos dois itens a seguir; apresentando-se inicialmente as características da amostra utilizada e, em seguida, a análise dos dados levantados.

### **4.1. Características da Amostra**

As pessoas entrevistadas apresentavam as seguintes características: 30% eram especialistas na área de turismo (professores e pesquisadores, secretários municipais,





ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

presidentes e diretores de órgãos de turismo) e 70 % eram proprietários ou gerentes de hotéis e agências de viagem e de turismo. Com relação ao gênero 70% eram homens e 30% mulheres; quanto à idade, 7% situavam-se na faixa de até 29 anos, 59% entre 30 e 49 anos e 34% acima de 50 anos. Analisando o nível de escolaridade, 3% cursaram o primeiro grau completo, 20% o segundo grau e 77% possuíam curso de graduação, sendo que, destes últimos 9% com mestrado e 9% com doutorado. Com relação ao tempo de atividade dos entrevistados no setor, 40 % possuíam até 5 anos, 20% de 6 a 10 anos e 40% acima de 10 anos.

Da amostra de empresas privadas pesquisadas, 80% eram hotéis e 20% agências de viagem e turismo. Com relação ao tempo de existência no mercado, 9,5 % destas encontrava-se na faixa de até 5 anos, 19% de 6 a 10 anos e 71,5 % acima de 10 anos.

Analisando a amostra de hotéis, conforme critérios do SEBRAE (2005), que considera o número de funcionários para empresas prestadoras de serviços, estes estabelecimentos foram classificadas da seguinte forma: 28% eram micro-empresas, 28% empresas de pequeno porte, 34% de médio porte e 10% grande empresas. Quanto ao número de unidades habitacionais (UHs), as organizações hoteleiras foram classificadas, segundo os critérios de Tuch (1999), como: 37% de pequeno porte (hotéis com até 80 UHs), 57% de médio porte (de 81 a 200 UHs) e 6% grandes empresas (acima de 200 UHs).

#### **4.2. Análise dos dados**

Foi solicitado aos entrevistados que indicassem, em ordem de importância, os principais fatores que limitam a atividade turística na Grande Florianópolis, dentre os treze apresentados no questionário. Ao analisar as respostas de forma agrupada, os pesquisados apontaram a poluição das praias e as vias de acesso deficientes para a destinação turística, como as limitações mais importantes; em segundo lugar citaram os sistemas de informação turística deficiente e em terceiro, a infra-estrutura aeroportuária. Ao segmentar os entrevistados, observou-se que os especialistas indicaram as vias de acesso deficientes em primeiro lugar, seguido da degradação ambiental e do crescimento imobiliário desordenado, empatados em segundo lugar; e em terceira posição, as vias de acesso deficientes e a infra-estrutura aeroportuária. Os hotéis e agências de viagens, por sua vez, responderam que a poluição das praias era o principal fator que limitava o desenvolvimento da atividade, indicando a baixa qualificação da mão de obra e o sistema de informação turística deficiente em segundo lugar; e como terceira opção, o transporte urbano deficiente.





ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

Outros fatores limitantes foram indicados espontaneamente pelos pesquisados, tais como: a) ausência de planejamento geral do poder público, de forma integrada com os demais setores econômicos envolvidos com a atividade turística, como por exemplo, o setor imobiliário, bem como a falta de um plano diretor integrando a Ilha de Santa Catarina com o continente; b) ausência de uma política integrada de turismo de longo prazo; c) altos preços praticados pelos restaurantes, bares e comerciantes locais; d) atendimento de baixa qualidade; e) falta de infra-estrutura específica para o atendimento das necessidades dos turistas nas praias, tais como, banheiros, cabines e chuveiros públicos; e f) turismo receptivo deficiente, com guias despreparados para a função, fornecendo informações aos turistas nem sempre verídicas.

Quando se analisou às potencialidades da atividade turística na localidade de forma geral, os entrevistados responderam que a principal são os atrativos turísticos naturais, o que se confirmou ao analisar separadamente a opinião dos especialistas e a dos dirigentes de hotéis e agências de viagem. Como segunda e terceira potencialidades repete-se a hospitalidade da população local. Os especialistas indicaram os atrativos histórico-culturais na segunda e terceira posição, divergindo do segmento de empresas que nestas colocações apontaram a hospitalidade da população e as praias despoluídas, respectivamente. Como atrativos histórico-culturais os especialistas se reportavam às edificações históricas (fortes, museus, edificações coloniais tombadas pelo patrimônio histórico, sítios arqueológicos, dentre outros) existentes em alguns municípios que compõem a Grande Florianópolis.

Verificou-se que o segmento de empresas privadas citou a poluição das praias como o principal fator limitante da atividade turística, porém informou que as praias despoluídas constituíam-se como uma potencialidade regional. Isto pode ter ocorrido em virtude de as destinações turísticas com maior concentração de visitantes já apresentarem sua balneabilidade comprometida, e o número de praias despoluídas na região ser limitado.

Quanto à principal oportunidade de mercado que poderia ser mais bem explorada para o desenvolvimento da atividade turística, na Grande Florianópolis os entrevistados indicaram, em ordem de importância, o turismo ecológico, seguido do turismo de negócios e o esportivo. Para os especialistas a ordem de importância deslocou-se para o turismo ecológico, histórico-cultural e esportivo, enquanto para os dirigentes de hotéis e agências, passa a ser o turismo de eventos, de negócios, e em terceiro lugar empataram o turismo ecológico, o esportivo e o de negócios.



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

Apesar de o turismo ecológico ser citado como principal oportunidade de mercado a ser explorada, os entrevistados apontaram outras formas de turismo que devem ser desenvolvidas na região da Grande Florianópolis. Embora o turismo de lazer (sol e mar) seja o principal produto turístico da região, respondendo com cerca de 73% da demanda turística (SANTUR, 2005), foi apontado nesta pesquisa como oportunidade apenas pelos especialistas e ainda como quarta opção, em ordem de importância. O segmento de dirigentes de empresas privadas não citou esta opção como uma das oportunidades, de vez que acredita que há “uma preocupação muito grande do setor com o turismo de lazer, que dá retorno em apenas dois meses do ano, ao invés de explorar outras formas de turismo em outras épocas do ano”. O turismo de negócios poderia ser mais bem explorado, uma vez que representou apenas 16,4% da atividade turística da região em 2006. (SANTUR, 2006)

Ao serem analisadas as principais dificuldades que as empresas do setor turístico da região enfrentam no desenvolvimento de suas atividades, a carga tributária elevada foi apontada pelos respondentes como a mais importante, dentre 16 opções possíveis, o que foi confirmado pelos gerentes de hotéis e agências de viagens. Como segunda e terceira opções, os entrevistados citaram a sazonalidade da atividade turística e a falta de divulgação da destinação. No entanto, na visão dos especialistas, o mercado informal, a sazonalidade da atividade turística e a alta concentração do turismo “sol e mar” são as dificuldades mais importantes enfrentadas pelas empresas. A carga tributária foi apontada por estes especialistas em segundo lugar e a infra-estrutura deficiente em terceiro. Já o segmento de empresas privadas segue a mesma ordem dos resultados agregados e aponta como outra dificuldade a divulgação deficiente da destinação turística. Segundo estes entrevistados esta divulgação deveria ser terceirizada; o governo deveria contratar empresas especializadas para tal serviço. Esta preocupação se justifica porque conforme dados da SANTUR (2006), os turistas são influenciados a visitarem a região por amigos e parentes (49%), Internet (17%), TV (16%), jornais (7%), revistas (6%), impressos publicitários (3%) e rádio (1,7%). Conforme estes dados as propagandas veiculadas pelo governo, em geral, em televisões, revistas, jornais ou rádio influenciam menos que as demais.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

A pesquisa realizada com os principais atores envolvidos com o setor fornece uma série de informações sobre a realidade, que precisa ser levada em consideração nos planejamentos, públicos e privados.

As opiniões dos pesquisados sobre as potencialidades a serem exploradas para acelerar o desenvolvimento das atividades turísticas na região confirmam os dados oficiais que mostram a alta concentração do turismo de “sol e mar”, em apenas alguns meses de verão, o que contribui para a retração da atividade econômica do setor na baixa temporada, provocando a elevação da capacidade ociosa das organizações que se beneficiam desta atividade, o aumento do desemprego e a queda do nível de renda na região. As principais percepções dos entrevistados sobre os fatores limitantes da atividade turística fornecem informações importantes para que o poder público formule políticas, no sentido de eliminá-los, a fim de que as conseqüências dos mesmos não interfiram no equilíbrio ambiental da localidade, na qualidade de vida da população e na sustentabilidade do território.

Para solucionar os fatores limitantes apontados sugere-se que as seguintes ações sejam implementadas: a) participação dos atores envolvidos com a atividade, no planejamento e gestão dos recursos públicos destinados ao turismo; b) intensificação da fiscalização pelos órgãos responsáveis pela qualidade ambiental a fim de que a legislação específica seja obedecida; c) melhoria no sistema de divulgação do destino e de informação ao turista na localidade visitada; d) integração das diversas esferas do poder público com a iniciativa privada para melhoria das vias de acesso terrestres; e) elaboração e implantação de planos diretores em todos os municípios da Grande Florianópolis visando à ordenação do solo, e seu efetivo cumprimento; e f) parcerias entre órgãos de treinamento, institutos educacionais, universidades e as empresas, que atuam no setor turístico, para fornecimento de cursos de capacitação e aperfeiçoamento, nos diversos níveis, para a mão de obra do setor.

Visando minimizar as dificuldades diretamente relacionadas à sazonalidade e à alta concentração em uma única modalidade de turismo, propõe-se a intensificação das outras modalidades, indicadas como oportunidades pelos especialistas e representantes do setor privado, tais como turismo ecológico, de eventos, de negócios e histórico-cultural. Para que isso ocorra de forma sustentável recomenda-se um planejamento que leve em conta a preservação ambiental e do patrimônio histórico, além de criação de uma agenda de feiras e exposições, rodadas de negócios, congressos e demais eventos, com a finalidade de atrair um maior número de turistas durante todo o ano.



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

Apresenta-se como limitação desta pesquisa, o fato de se utilizar uma amostra não aleatória, cujos resultados não podem ser generalizados. E ainda, pelo estudo ter envolvido apenas representantes de algumas cidades da região da Grande Florianópolis, os resultados não podem ser estendidos a todo o estado e nem a outras regiões do país. Destaca-se também como aspecto limitante, o reduzido número de pessoas contatadas que concordou em participar da pesquisa, o que pode ter influenciado os resultados obtidos. Além disso, por se estar trabalhando com sujeitos amostrais (pessoas) corre-se o risco de as respostas serem distorcidas ou mal interpretadas.

O desenvolvimento deste estudo sinalizou algumas possibilidades de temas a serem pesquisados, a saber: a) aplicação desta pesquisa em outras regiões de Santa Catarina e demais estados do Brasil, pois o padrão de resposta deve alterar, conforme as culturas e valores locais; b) análise da viabilidade de criação de *cluster* nos diversos circuitos turísticos de Santa Catarina.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (org). **Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. São Paulo: EDUSC, 2000.
- BARBETTA, P. A. **Estatística aplicada às Ciências Sociais**. 4. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2001.
- COOPER, C.; FLETCHER, J.; WANHILL, S.; GILBERT, D.; SHEPHERD, R. **Turismo: princípios e práticas**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- EMBRATUR. **Estatísticas básicas do turismo – Brasil 2005**. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/site/br/dados\\_fatos/home](http://www.turismo.gov.br/site/br/dados_fatos/home)>. Acesso em 18/04/06.
- EMBRATUR. **Estatísticas básicas do turismo – Brasil. 2006**. Disponível em: <[http://200.189.169.141/site/arquivos/dados\\_fatos/estatisticas\\_basicas\\_do\\_turismo/estatisticas\\_basicas\\_do\\_turismo\\_2000\\_a\\_2005\\_final.pdf](http://200.189.169.141/site/arquivos/dados_fatos/estatisticas_basicas_do_turismo/estatisticas_basicas_do_turismo_2000_a_2005_final.pdf)>. Acesso em 12/03/07.
- KOTLER, P. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. Tradução de Ailton Bomfim Brandão. 5.ed.São Paulo: Atlas,1998.
- LINS, H. N. Turismo e Desarrollo en el Brasil Meridional. **Estudios y Perspectivas en Turismo**. V.9, n. 3 y 4, 2000, p. 197- 228.
- NIEFER, A. **Sustentabilidade do turismo no destino**. Palestra apresentada no III Encontro Estadual dos Secretários e Monitores Municipais do Turismo. Curitiba, 2001.
- OLIVEIRA, L. A. Mapeamento semântico do turismo sustentável: arquitetando um novo país. In: **Prêmio SESC-SENAC de Turismo Sustentável**. Rio de Janeiro, 2002.
- OMT- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável**. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- SANTUR- Santa Catarina Turismo S.A. **Demanda turística 2003**. Disponível em: <<http://www.santur.sc.gov.br/FrameDemanda2003.asp?Link=Estado.htm>>. Acesso em 08/04/2004.
- SANTUR- Santa Catarina Turismo S.A. **Demanda turística 2004** Disponível em: <<http://www.santur.sc.gov.br/FrameDemanda2004.asp?Link=Estado.htm>>. Acesso em 18/03/2005.
- SANTUR- Santa Catarina Turismo S.A. **Demanda turística 2005**. Disponível em: <<http://www.santur.sc.gov.br/FrameDemanda2005.asp?Link=Estado.htm>>. Acesso em 18/03/2006.



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

*IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM– 27 a 28 de agosto de 2007*

SANTUR- Santa Catarina Turismo S.A. **Demanda turística 2006**. Disponível em:<<http://www.sol.sc.gov.br/santur/FrameDemanda2006.asp?Link=Floripa.htm>>. Acesso em 10 /07/2007.  
SEBRAE – Serviço Brasileiro e Apoio às Micro e Pequenas empresas. Disponível em:<<http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/estudosepesquisas.asp>> Acesso em 15/04/05.  
SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável: meio ambiente e economia**. São Paulo: Aleph, 2000.  
TUCH, D.L. **Planejamento e desenvolvimento de hotéis**. São Paulo: CEATEL, 1999.  
ZOUAIN, D. M.; BARBOSA, L. G. M.; MARTELLOTE, M. C. Os impactos econômicos do turismo no município do Rio de Janeiro e suas implicações no desenvolvimento local. **Anais do Encontro Nacional da ANPAD**, 29, 2005, Brasília.