

## Planejamento Turístico: um Diagnóstico do Turismo no município de Bombinhas – SC

Leila de Sena Cavalcante<sup>1</sup>  
Luiz Carlos da Silva Flores<sup>2</sup>  
Luana Pedrini<sup>3</sup>

**Resumo:** O crescimento da atividade turística, nos últimos anos, tem sido refletido não apenas pelo aumento no fluxo de turistas de muitas localidades, mas também pelo surgimento e pela ampliação de um grande número de destinos turísticos. Tal fato tem exigido o planejamento eficaz do turismo nesses lugares. Pensando nisso, propôs-se essa pesquisa, que teve como objetivo identificar, a partir do método da *Análise SWOT*, as forças e as fragilidades referentes ao desenvolvimento da atividade turística no município de Bombinhas (SC). Realizou-se uma pesquisa exploratória, com abordagem qualitativa. Como procedimentos metodológicos, adotou-se a pesquisa bibliográfica em livros, revistas e artigos científicos sobre o tema e a pesquisa documental em publicações do município, tendo sido as maiores fontes de dados o “Inventário Turístico de Bombinhas 2011” e a “Versão Preliminar do Plano de Fortalecimento Institucional da Gestão Municipal de Turismo de Bombinhas”, elaborado em 2011. Para a consolidação das informações coletadas nesses documentos, fez-se ainda uma entrevista não-estruturada com o atual Secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Bombinhas. O estudo demonstrou que o diagnóstico, como instrumento de planejamento, pode se constituir num importante documento para a Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico do município.

**Palavras-chave:** Planejamento Turístico. Análise SWOT. Diagnóstico. Bombinhas.

---

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Mestrado Acadêmico em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Especialista em Planejamento, Gestão e Marketing do Turismo (UCB) e Bacharel em Turismo (UFPB). Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima (IFRR). E.mail: leilasena@ifrr.edu.br.

<sup>2</sup> Doutor em Engenharia de Produção (EPS/UFSC). Mestre em Administração (PPGA/UFSC). Bacharel em Administração (UFSC). Professor/pesquisador do Programa de Mestrado Acadêmico em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). E.mail: luiz.flores@univali.br.

<sup>3</sup> Mestranda do Programa de Mestrado Acadêmico em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). E.mail: luanapedrini@hotmail.com.

## **Contextualização do tema e objeto de estudo**

Com o incremento das tecnologias de informação e comunicação, o turismo tornou-se uma das mais relevantes atividades da economia global, passando a ser encarado por muitas entidades públicas como a melhor alternativa para o desenvolvimento de muitos países, regiões ou localidades. (Marujo & Carvalho, 2010).

O crescimento da atividade turística, nos últimos anos, tem sido refletido não apenas pelo aumento no fluxo de turistas de muitas localidades, mas também pelo surgimento e pela ampliação de um grande número de destinos turísticos. Tal fato tem exigido o planejamento eficaz do turismo nesses lugares, visando a maximização dos seus efeitos positivos e a minimização dos seus efeitos negativos sobre as destinações.

Para a Organização Mundial do Turismo [OMT] (2003, p. 215), o planejamento adquiriu

um papel de maior relevância no desenvolvimento turístico à medida que os governos passaram a reconhecer não apenas que o sector gera um largo espectro de impactos, mas também que pode ter um importante papel no crescimento e revitalização social e cultural.

Logo, o planejamento do turismo é entendido como um processo fundamentado na pesquisa e na avaliação, o qual busca otimizar o potencial de contribuição do turismo para o bem-estar humano e para a qualidade do meio ambiente. (Getz, 1986).

Nesse sentido, pode-se dizer que o planejamento turístico deve ordenar as ações do homem sobre o território, a fim de evitar que este cause impactos negativos ao meio ambiente, consistindo num processo sistemático de definição de objetivos, estudos e análises, formulação de planos e recomendações e implantação seguida de gestão contínua, que tenha como intuito promover o desenvolvimento integrado, controlado e sustentável do turismo.

Considerando o planejamento do turismo enquanto processo contínuo, permanente e dinâmico, como também “uma condição necessária para a viabilidade, a organização e a sustentabilidade da própria actividade” (Carvalho, 2009) é que se propôs essa pesquisa, que teve como objeto de estudo o município de Bombinhas, em Santa Catarina.

Criado pela Lei Estadual nº 8.558, de 30 de março de 1992, após emancipação política e desmembramento do município de Porto Belo, Bombinhas situa-se no litoral centro-norte do Estado de Santa Catarina, a aproximadamente 60 quilômetros de Florianópolis e possui uma população de 14.293 habitantes (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE], 2010). Limita-se ao norte, ao sul e a leste, com o Oceano Atlântico e a oeste com o município de Porto Belo.

De acordo com a Prefeitura Municipal de Bombinhas (2011a), o município faz parte da região do Baixo Vale do Rio Tijucas (BVRT), a qual abrange também os municípios de Itapema, Porto Belo, Tijucas, Governador Celso Ramos e Biguaçu. É um dos menores municípios do Estado em área (33,7 km<sup>2</sup>), sendo considerado um ícone turístico.

Por seu clima quente e, especialmente, por seu patrimônio natural, Bombinhas tem o turismo como sua principal fonte geradora de recursos. Conforme a Prefeitura Municipal de Bombinhas (2011a), a atividade turística local se destaca tanto que, “nos anos de 2006, 2007 e 2009, Bombinhas foi eleita como a quarta melhor praia do país pela revista brasileira Viagem e Turismo; e como a terceira melhor em 2008”.

Percebendo, portanto, a importância do turismo para a economia local, essa pesquisa buscou identificar, a partir do método da *Análise SWOT*, as forças e as fragilidades referentes ao desenvolvimento da atividade turística no município, com o intuito de apontar o cenário atual do município (ambiente interno), visando contribuir para o planejamento e a gestão da atividade turística local.

### **Conceitos e fases do planejamento turístico**

Os estudos sobre o planejamento são datados do início do século XX, tendo sido seus principais teóricos os pensadores clássicos da administração, Frederick Winslow Taylor e Henri Fayol. (Xavier & Maia, 2008, p. 2).

O planejamento, conforme a abordagem clássica da administração, é conceituado como previsão da ação a ser tomada para o alcance de determinado objetivo; ou mesmo, como declara Salvati (2003, p. 43), é “a definição de estratégias e meios para sair ou modificar uma determinada situação, visando alcançar uma situação futura desejada”.

De acordo com Santos (1988), no processo de planejamento, é necessário levantar informações, analisar, interpretar a realidade estudada e, em seguida, formular propostas e objetivos para então traçar a direção que se pretende seguir. Esta definição destaca uma característica relevante do planejamento, que é a existência de objetivos que irão nortear as ações futuras. A necessidade de se atingir esses objetivos estabelece, inclusive, o conceito de planejamento estratégico.

No turismo, o planejamento estratégico não está vinculado apenas à administração de negócios, ou seja, não se restringe a um instrumento que auxilia a gestão de uma empresa turística, mas também ao direcionamento de ações para ampliar ou desenvolver o turismo em uma localidade.

Para o desenvolvimento do turismo em localidades, além da visão estratégica, compreende-se que o planejamento turístico deve ter uma abordagem sistêmica e ocorrer de forma integrada, levando em consideração os diversos aspectos que influenciam a atividade, como a infraestrutura básica e turística, os recursos e atrativos, as políticas públicas para o setor, entre outros.

Nessa perspectiva, conforme Ruschmann e Widmer (2000, p. 67), o planejamento turístico é definido como

o processo que tem como finalidade ordenar as ações humanas sobre uma localidade turística, bem como direcionar a construção de equipamentos e facilidades, de forma adequada, evitando efeitos negativos nos recursos que possam destruir ou afetar sua atratividade. Constitui o instrumento fundamental na determinação e seleção das prioridades para a evolução harmoniosa, determinando suas dimensões ideais para que, a partir daí, se possa estimular, regular ou restringir sua evolução.

As autoras (idem) enfatizam que, para atingir seu objetivo, o planejamento turístico passa, basicamente, por quatro fases: (1) Descrição da situação atual do objeto de estudo (empresa ou localidade): momento em que é realizado o trabalho de levantamento dos dados para o conhecimento abrangente sobre o objeto. Após o levantamento desses dados, é estruturado um documento descritivo, isento de avaliações ou sugestões, conhecido como inventário; (2) Diagnóstico: refere-se à análise da área de estudo, com base no inventário e de acordo com as metodologias e as técnicas específicas do turismo; (3) Prognóstico: trata-se de projeções e tendências relacionadas às perspectivas da atividade turística na área de estudo, elaboradas com base no diagnóstico e (4) Diretrizes de ação: organizadas a partir do prognóstico, as diretrizes de ação consistem em propostas para evitar e/ou minimizar os impactos negativos e otimizar os benefícios do turismo, visando o desenvolvimento sustentável da atividade. Dentre as fases descritas acima as de maior interesse para esse trabalho são as etapas 1 e 2, ou seja, a descrição da situação atual, que gera a inventariação e o diagnóstico.

A inventariação turística constitui-se num método de grande importância para o estudo do turismo e, principalmente, para o planejamento e o desenvolvimento desta atividade (Pinto & Moesch, 2006). O inventário turístico é considerado um imprescindível instrumento de planejamento para toda e qualquer localidade, porque consiste no “levantamento, identificação e registro dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo como instrumento base de informação para fins de planejamento e gestão da atividade turística” (Ministério do Turismo [MTur], 2006, p. 7).

A Organização Mundial do Turismo reforça a relevância da inventariação turística, entendendo-a como:

[...] um instrumento sumamente valioso para a planificação turística, tanto setorial como territorial, pois a partir dele podem-se realizar avaliações e estabelecer as prioridades necessárias para a aplicação dos meios humanos e econômicos com que se conta para o desenvolvimento do setor (OMT, 1997).

Nesse estudo, é importante salientar que tanto a coleta de dados quanto a elaboração do inventário não foram realizados por seus autores, mas sim pela equipe da Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico do município de Bombinhas. O Inventário Turístico de Bombinhas foi publicado em 2011 e organizado a partir do levantamento de informações e documentos fornecidos pelas Secretarias e Fundações Municipais, de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), do Ministério do Turismo (MTur), de inventários anteriores e do cadastro base das empresas registradas na Prefeitura Municipal de Bombinhas. Logo, por serem dados atualizados, provenientes de fontes confiáveis e de publicação recente se julgou conveniente utilizá-los na pesquisa.

### **Diagnóstico turístico e Análise SWOT**

O diagnóstico pode ser entendido como a investigação, a reflexão, a compreensão e o juízo dos dados procedentes de realidade empírica (com base no inventário turístico), com fins de operacionalização. (Barretto, 2005). Trata-se de uma fase considerada demorada, pois prevê um estudo exploratório sobre a localidade pesquisada.

Para a autora (idem), o diagnóstico sobre um destino turístico requer um trabalho aprofundado de reflexão, uma visão objetiva e abrangente, impregnada de valores dos pesquisadores e de sua bagagem teórica.

A respeito do processo de diagnosticar, Mielke e Nascimento (2009, p. 2) destacam que este

debe indicar estrategias de desarrollo turístico particular y específica para la zona en cuestión, definida a partir de una serie de líneas o directrices estratégicas, en base a las cuales si puede estructurar todo el esquema operativo de la planificación: la definición de objetivos a lograr, la programación de acciones y actividades orientada a la consecución de dichos objetivos, la definición de recursos, etc. Pero aún más importante de determinar dichos retos, hay que sistematizarlos bajo la mirada la congruência de expertos, no solamente de origen endógena, pero también exógena.

Nessa referida etapa do planejamento, um grande número de autores citam o uso da Análise SWOT como uma alternativa eficaz para a elaboração do diagnóstico de uma destinação turística.

A sigla SWOT é oriunda do inglês e um acrônimo de Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). Logo, a Análise SWOT consiste numa análise sistemática das forças e fragilidades relacionadas ao ambiente interno das organizações (no caso desse estudo, a localidade Bombinhas) e das oportunidades e ameaças ligadas ao ambiente externo da localidade. Por esse motivo, trata-se de uma “ferramenta ideal no processo de gestão e monitoramento do turismo de uma determinada localidade, tendo sua autoria creditada a dois professores da Harvard Business School: Kenneth Andrews e Roland Christense”. (Dantas & Melo, 2008, p. 120).

Para Trigueiro (1999), os benefícios da aplicação da Análise SWOT são as facilidades no reconhecimento dos segmentos de mercados-alvo, na capacidade de desenvolver o planejamento, numa eficiente alocação de recursos financeiros e humanos e na satisfação de atender às necessidades e desejos dos turistas.

Dessa forma, essa análise torna-se a base principal à elaboração de um plano futuro para as localidades e vem a ser também uma análise competitiva capaz de definir o posicionamento estratégico do destino turístico em relação aos produtos e mercados, às capacidades próprias do destino, às barreiras de entrada e saída do setor, à evolução da demanda, aos destinos substitutivos ou complementares, aos mercados-alvo e aos segmentos, dentre outros tópicos necessários para a formulação de planos estratégicos de desenvolvimento turístico. (Valls, 2006).

Na presente pesquisa, devido à necessidade de uma análise mais apurada para se configurar o diagnóstico turístico de Bombinhas, optou-se por identificar apenas os aspectos inerentes ao ambiente interno, ou seja, as forças e as fragilidades do município em relação à atividade turística local.

## **Procedimentos Metodológicos**

Esse estudo teve como objeto de investigação o município de Bombinhas, localizado no litoral do Estado de Santa Catarina. Considerado um ícone do turismo catarinense, o município busca o desenvolvimento e o aprimoramento da atividade turística, através de parcerias constantes com associações, órgãos e entidades governamentais e não governamentais. (Prefeitura Municipal de Bombinhas, 2011a).

Para alcançar o objetivo desse trabalho - identificar, a partir do método da *Análise SWOT*, as forças e as fragilidades referentes ao desenvolvimento da atividade turística em Bombinhas - realizou-se uma pesquisa exploratória, com abordagem qualitativa.

Segundo Malhotra (2006), a pesquisa exploratória se caracteriza pela exploração de problemas específicos, pela determinação de critérios e pela promoção de um maior entendimento sobre o tema investigado, permitindo a relação com a realidade através da observação de acontecimentos e obtenção de informações em documentos ligados ao objeto de estudo.

Como procedimentos metodológicos, adotou-se a pesquisa bibliográfica em livros, revistas e artigos científicos sobre o tema e a pesquisa documental em publicações do município, tendo sido as maiores fontes de dados o “Inventário Turístico de Bombinhas 2011” e a “Versão Preliminar do Plano de Fortalecimento Institucional da Gestão Municipal de Turismo de Bombinhas”, elaborado em 2011. Para a consolidação das informações coletadas nesses documentos, fez-se ainda uma entrevista não-estruturada com o atual Secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Bombinhas.

A análise qualitativa dos dados se deu através da sistematização, compreensão e exame crítico das informações coletadas nos documentos oficiais do município, aos quais se teve acesso. Esta análise contou também com a percepção profissional sobre o assunto, considerando a base teórica utilizada no estudo.



## Diagnóstico do Turismo em Bombinhas

A partir da análise das informações contidas no Inventário Turístico de Bombinhas 2011, na Versão Preliminar do Plano de Fortalecimento Institucional da Gestão Municipal de Turismo de Bombinhas, bem como da interpretação dos dados confirmados pelo Secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico da localidade, foram elaborados dois quadros, um contendo as forças referentes ao turismo no município e o outro em que constam as fragilidades ligadas à atividade. Para a elaboração dos quadros, foram considerados os três componentes da oferta turística: atrativos turísticos, equipamentos e serviços turísticos e infraestrutura de apoio ao turismo.

**Quadro 1: Forças relacionadas ao turismo em Bombinhas**

<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>	- Grande potencial para o turismo cultural;
	- Integração entre os roteiros turísticos “Costa Verde e Mar” e “Costa Esmeralda”;
	- Fiscalização nas praias;
	- Diversidade de atrativos naturais e culturais;
	- Existência de áreas protegidas, inclusive Unidades de Conservação.
<b>EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS</b>	- Significativo número de equipamentos turísticos (120 meios de hospedagem, entre pousadas e hotéis, 4 áreas de camping, 202 estabelecimentos de alimentação, 5 agências de viagens e turismo, 6 empresas que prestam serviços de transporte turístico, além de serviço de táxi, etc);
	- Regulamentação no setor de transporte turístico, com instituição de taxa e licença;
	- Boa sinalização em praias, atrativos culturais e equipamentos turísticos;
	- Boa estrutura das centrais de informação turística.
<b>INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO</b>	- Grande alcance do sistema de energia elétrica, atingindo praticamente todos os bairros do município;
	- Boas condições das principais vias de acesso ao município (BR-101 e SC-412);
	- Existência de boa infraestrutura de apoio ao turismo, como agência de Correios, postos telefônicos, empresas para prestação de serviços de internet e informática, delegacias e postos da Polícia Militar, Polícia Civil e Corpo de Bombeiros, postos de saúde e clínicas, agências bancárias e caixas eletrônicos, etc;
	- Suficiência nos serviços de imobiliárias e corretoras de imóveis, facilitando os aluguéis de casas e apartamentos como meios de hospedagem no município;
	- Legislação específica para ambulantes;
	- Eficácia na coleta de lixo doméstico, mesmo nos períodos de alta temporada, com existência inclusive de coleta seletiva;
- Controle sanitário e cobrança de taxa, limitando o excursionista.	

**Quadro 2: Fragilidades relacionadas ao turismo em Bombinhas**

ATRATIVOS TURÍSTICOS	- Falta de estruturação dos roteiros culturais;
	- Ausência de opções de lazer na baixa temporada;
	- Desestruturação das trilhas existentes no município;
	- Degradação ambiental de algumas áreas, advinda do processo de urbanização do município;
	- Oferta escassa de áreas de estacionamentos nos atrativos turísticos;
	- Mau estado de conservação e desestruturação de alguns atrativos;
	- Falta de apoio à divulgação do artesanato produzido pelos artesãos locais;
	- Inexistência de um plano de gestão ambiental para as Unidades de Conservação do município;
	- Ausência de medidas de conservação;
	- Perda da identidade cultural;
	- Redução do potencial da atividade de mergulho, ocasionada pelas limitações impostas no plano de manejo da Reserva do Arvoredo;
EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS	- Falta de plano de manejo das Unidades de Conservação;
	- Existência de estabelecimentos turísticos em desconformidade com a legislação municipal atual;
	- Falta de legislação específica para as residências que funcionam como meios de hospedagem informais, gerando concorrência desleal em relação aos hotéis e às pousadas formalizados;
	- Inexistência de mecanismos de controle e fiscalização de atividades de turismo;
	- Baixa ocupação nos hotéis devido à sazonalidade e ao elevado número de casas e apartamentos de aluguel;
	- Informalidade de muitos empreendimentos turísticos;
	- Especulação imobiliária, atraindo empreendimentos de baixa qualidade;
- Inexistência de espaços para shows e apresentações culturais;	
INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO	- Deficiência no sistema de abastecimento de água e esgotamento sanitário, devido ao período de transição de gestão pelo qual passa esse serviço no município;
	- Precariedade das vias interpraiais do município;
	- Deficiência no transporte coletivo, com reduzida oferta de horários e itinerários, não atendendo à demanda do município;
	- Insuficiência nos serviços de internet e telefonia na alta temporada;
	- Deficiência no sistema de sinalização de trânsito;
	- Congestionamentos internos e externos, devido ao excessivo fluxo de veículos na alta temporada.

Considerando as forças elencadas, percebe-se que o turismo em Bombinhas é, de fato, uma importante atividade econômica, sendo responsável por grande parte da receita gerada no município, bem como por um elevado número de empregos diretos e indiretos relacionados à atividade.

A diversidade de seus atrativos naturais e culturais concede ao município três relevantes vocações turísticas: Ecoturismo/Turismo de Natureza, Turismo de Sol e Praia e Turismo Cultural, as quais têm sido priorizadas tanto pelo poder público como pela iniciativa privada nas ações e nos

investimentos voltados à estruturação e melhoria dos atrativos turísticos, dos equipamentos e serviços turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo.

A preocupação com o planejamento, a gestão e o desenvolvimento da atividade turística por parte da Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico é evidente em Bombinhas, tendo em vista as ações já empreendidas em diversos setores do segmento, bem como a participação efetiva do município em várias instâncias do turismo.

Como exemplo dessa atuação, vale ressaltar que Bombinhas integra, atualmente, a Região Turística Costa Verde & Mar, juntamente com outros 10 municípios da região, entre eles o destino indutor Balneário Camboriú e as cidades de Itapema, Balneário Piçarras, Itajaí e Penha. Conforme a Prefeitura Municipal de Bombinhas (2011b, p. 35), “esta Região Turística obteve uma participação média na movimentação turística do Estado de 46,11%, considerando os três últimos anos de pesquisa de demanda realizada pela SANTUR”. Além da região, o município faz parte do *Convention & Visitors Bureau* Costa Esmeralda, em conjunto com Itapema e Porto Belo e da AMFRI - Associação dos Municípios da Foz do Rio Itajaí, na qual se encontra estruturado o Consórcio Turístico Intermunicipal CITMAR, responsável por diversas ações pautadas na política de regionalização turística. (Prefeitura Municipal de Bombinhas, 2011b).

No que se refere às fragilidades detectadas em Bombinhas, nota-se que a maioria delas está diretamente relacionada à sazonalidade. Os problemas enfrentados pelo município quanto à deficiência no sistema de abastecimento de água e esgotamento sanitário, no sistema de transporte coletivo, no sistema de comunicação, como também os congestionamentos provocados pelo excessivo fluxo de veículos são agravados, em especial, nos períodos de alta temporada, quando a população fixa de 14.295 habitantes do município chega a uma população flutuante de 60 a 80 mil habitantes (Bombinhas, 2012).

Outros dois aspectos relevantes também devem ser realçados em relação às fragilidades:

a) O significativo número de excursionistas que a localidade recebe: como passam apenas o dia, os excursionistas não consomem os produtos e serviços locais e nem fazem uso de equipamentos turísticos, não gerando receita ao município;

b) O uso por parte dos visitantes de um grande número de casas e apartamentos de aluguel ou segunda residência: como se hospedam nesses espaços, os visitantes não fazem uso de hotéis e pousadas, deixando de contribuir para a arrecadação do ISS pela prestação de serviços de hospedagem.

Se, por um lado, a alta temporada acarreta esses problemas, por outro lado, a baixa temporada também suscita algumas dificuldades ao município, como a prática de preços elevados de muitos produtos e serviços (conseqüência da alta temporada), a baixa ocupação nos meios de hospedagem e a ausência de opções de lazer.

Compreende-se, portanto, que é preciso definir iniciativas estratégicas para potencializar as forças e minimizar as fragilidades identificadas, visando colaborar para o planejamento e a gestão do turismo local. Para isso, faz-se imprescindível a consolidação das ações da gestão pública do turismo em Bombinhas.

### **Considerações Finais**

O estudo demonstrou que o turismo, sem dúvida, se apresenta como a principal atividade econômica do município de Bombinhas, influenciando, inclusive, outras atividades econômicas da localidade e, por isso, deve ser sempre pensado e planejado estrategicamente.

O diagnóstico, como instrumento de planejamento, que pressupõe um abrangente conhecimento do objeto da pesquisa (neste caso, o município de Bombinhas) pode se constituir num importante documento para a Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico do município. Esta, por sua vez, tem mostrado uma gestão descentralizada, articulada e participativa, o que tem cooperado para as ações empreendidas no setor e poderá, no futuro, ajudar sobremaneira no processo de planejamento estratégico do turismo na localidade.

## Referências

- Barretto, M. (2005). *Planejamento responsável do turismo*. Campinas-SP: Papirus.
- Bombinhas. *Características de Bombinhas*. Recuperado em 30 maio, 2012, de <http://www.litoraldesantacatarina.com/bombinhas/caracteristicasde bombinhas- bombinhas.php>.
- Carvalho, P. (2009). *Planejamento, redes territoriais e novos produtos turísticos ecoculturais*. Recuperado em 22 maio, 2012, de <http://www.apdr.pt/congresso/2009/pdf/Sessão%2014/91A.pdf>.
- Dantas, N. G. S. & Melo, R. S. (2008). O método de análise SWOT como ferramenta para promover o diagnóstico turístico de um local: o caso do município de Itabaiana / PB. *Caderno Virtual de Turismo*, 8 (1), 118-130.
- Getz, D. (1986). Models in tourism planning: towards integration of theory and practice. *Tourism Management*, 7(1), 21-32.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010). *Censo Demográfico 2010*. Recuperado em 26 maio, 2012, de <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>.
- Malhotra, N. K. (2006). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. Porto Alegre: Bookman.
- Marujo, M. N. & Carvalho, P. (2010). Turismo, planejamento e desenvolvimento sustentável. *Revista Turismo & Sociedade*, 3 (2), 147-161.
- Mielke, E. J. C. & Nascimento, D. (2009, setembro). Desarrollo Turístico Regional: el diagnóstico estratégico participativo ponderado – DEPP, aplicaciones y retos a la planificación turística. *Anais do VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, São Paulo, SP, 10-11
- Ministério do Turismo. (2006). *Projeto Inventário da Oferta Turística*. Brasília: MTUR.
- Organização Mundial do Turismo. (1997). *Previsões del turismo mundial hasta el año 2000 y después*. Madri: OMT.
- \_\_\_\_\_. (2003). *Turismo internacional: uma perspectiva global*. São Paulo: Bookman.
- Pinto, D. B. & Moesch, M. M. (2006, julho). Inventariação Turística: por um modelo de superação metodológica. *Anais do IV SeminTUR – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL*. Caxias do Sul, RS, 7-8.
- Prefeitura Municipal de Bombinhas. (2011a). *Inventário Turístico*. Bombinhas-SC: Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico.
- \_\_\_\_\_. (2011b). *Versão Preliminar do Plano de Fortalecimento Institucional da Gestão Municipal do Turismo de Bombinhas*. Bombinhas-SC: Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico.
- Ruschmann, D. V. M. & Widmer, G. M. (2000). Planejamento turístico. In: M. G. R. Ansarah (org.). *Turismo, como aprender, como ensinar*. São Paulo: Editora SENAC.
- Salvati, S. S. Interpretação Ambiental. (2003). In: S. Mitraud (org.). *Manual de Ecoturismo de Base Comunitária: ferramentas para um planejamento responsável*. Brasília: WWF.



IX Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
30 de agosto e 01 setembro de 2012 – Universidade Anhembi Morumbi - São Paulo

Santos, M. (1988). *Metamorfoses do espaço habitado*. São Paulo: Hucitec.

Trigueiro, C. M. (1999). *Marketing e Turismo: como planejar e administrar o marketing turístico para uma localidade*. Rio de Janeiro: Qualitymark.

Valls, J. (2006). *Gestão Integral de Destinos Turísticos Sustentáveis*. Rio de Janeiro: Editora FGV.

Xavier, W. G. & Maia, A. G. (2008, agosto). Planejamento estratégico do turismo: um estudo comparativo entre o planejamento estratégico do Município de Joinville/SC e o seu planejamento estratégico turístico. *Anais do V Seminário da ANPTUR*, Belo Horizonte, MG, 25-26.