

**PLANO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO TURISMO DE
FLORIANÓPOLIS – PDST-FLN**

Florianópolis, SC

Junho 2011

Trabalho desenvolvido por:



ELABORAÇÃO



EQUIPE TÉCNICA

Carlos Cappellini - Coordenação
Faculdades ASSESC

Maria Claudia Evangelista – 1ª Suplente
Florianópolis e Região Convention and Visitors Bureau - FC&VB

Christiane Vieira
Florianópolis e Região Convention and Visitors Bureau - FC&VB

Daniela Carvalho
Instituto Federal de Santa Catarina – IF-SC

Hélio Leite
Câmara dos Dirigentes Lojistas de Florianópolis – CDL

Valter da Luz
Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares – SHRBS

Priscila Finardi
Secretaria de Estado do Turismo, Cultura e Esporte – SOL

Carina Guzzi
Associação Brasileira Empresas de Eventos – ABEOC

Andréia Alberti
Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – ABRASEL

Ernesto São Thiago
Associação Comercial de Florianópolis - ACIF

Sérgio Carvalho
Associação Brasileira de Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura – ABETA

Rosana Munhoz
Associação Brasileira de Agências de Viagens – ABAV

Rafaella Cassaro
Graduanda em Turismo | Estagiária

Luiz Gonzaga de Souza Fonseca
Associação Brasileira da Indústria de Hotéis - ABIH

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01. Relação dos segmentos prioritários do turismo em Florianópolis	21
Tabela 01. Ranking dos principais destinos turísticos brasileiros em relação a demanda internacional de lazer	07
Tabela 02. Índice de competitividade do destino turístico Florianópolis	09

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	06
1.1 O TURISMO EM FLORIANÓPOLIS	06
1.1.1 A competitividade do destino turístico Florianópolis	08
2. METODOLOGIA	10
3. ANÁLISE DE FORÇAS E FRAQUEZAS, AMEAÇAS E OPORTUNIDADES	11
3.1 DIAGNÓSTICO	11
3.2 PROGNÓSTICO	14
3.2.1 Cenário Negativo	14
3.2.2 Cenário Positivo	16
4. DEFINIÇÃO DOS SEGMENTOS PRIORITÁRIOS	20
5. CARACTERIZAÇÃO DO PLANO	25
5.1 VISÃO	25
5.2 MISSÃO	25
5.3 OBJETIVOS	25
5.4 AÇÕES ESTRATÉGICAS	27
5.4.1 Desenvolvimento e participação comunitária	27
5.4.2 Desenvolvimento e Conservação do Meio Ambiente	27
5.4.3 Cooperação e integração entre a iniciativa privada, poder público e o terceiro setor no turismo.	28
5.4.4 Promoção e incentivo ao desenvolvimento de infraestrutura para a atividade turística.	29
5.4.5 Formação profissional no setor de turismo e hospitalidade.	30
5.4.6 Promoção do turismo	30
5.4.7 Implantação, estruturação e diversificação da oferta turística.	31
5.4.8 Desenvolvimento de estudos e pesquisas de interesse turístico.	32
5.5 AÇÕES PRIORITÁRIAS DE TURISMO EM FLORIANÓPOLIS	33
REFERÊNCIAS	35
APÊNDICES	37

1. APRESENTAÇÃO

1.1 O TURISMO EM FLORIANÓPOLIS

O município de Florianópolis é um destino turístico que vem se consolidando ao longo dos últimos anos, principalmente devido a suas características naturais e a riqueza cultural que está presente em seu território.

Dados do Ministério do Turismo – MTUR (Brasil, 2011a) registram a ascensão de Florianópolis no ranking dos destinos turísticos brasileiros, em relação a demanda internacional que visitou o Brasil por motivo de lazer.

Em 2004, Florianópolis ocupava a 5ª posição no ranking, atrás do Rio de Janeiro, Foz do Iguaçu, São Paulo e Salvador. Já no ano de 2005, Florianópolis passou a ocupar a 4ª posição, a frente de Salvador e, em 2006, Florianópolis apareceu na 3ª posição, a frente também de São Paulo, posição que o município vem mantendo desde então (Ver tabela 01).

De acordo com a Santa Catarina Turismo S/A – SANTUR (2009) o ano de 2009 registrou também a maior demanda turística no período que compreende os anos de 2007 à 2009. Neste ano, 2009, a demanda turística atingiu aproximadamente 798 mil turistas, o que representa um incremento de 2,3% em relação a demanda registrada em 2007 e 2,8% em relação a demanda de 2008. Deste total, aproximadamente 81,7% são turistas domésticos e, na pesquisa de demanda de 2007 (SANTUR, 2007) eram provenientes dos estados do Rio Grande do Sul (46,33%), Santa Catarina (20,34%), São Paulo (13,28%), Paraná (13,56%) e Rio de Janeiro (1,98%).

Os turistas internacionais representam 18,3% do total da demanda e, na pesquisa de demanda de 2007 (SANTUR, 2007) constatou-se que 79,19% eram provenientes da Argentina, 8,33% do Chile, 5% do Paraguai, 5% do Uruguai e menos de 1% eram provenientes da Bolívia.

A receita estimada em dólar, gerada pela movimentação turística, é superior a US\$383 milhões, dos quais mais de 77,2% provenientes da demanda turística doméstica.

A permanência média dos turistas em hotéis atingiu 5,43 dias, registrando um incremento em relação aos anos de 2007 e 2008, quando foram registrados 4,61 e 4,49 dias de permanência média, respectivamente.

Se computados todos os tipos de meios de hospedagem utilizados pelos turistas [casas de amigos e parentes, apartamento de aluguel, segunda residência e etc], a permanência média dos turistas atinge 10,47 dias, mas ainda verifica-se uma pequena queda em relação ao ano de 2007, quando foi registrada uma permanência média de 11,46 dias.

Lazer	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Rio de Janeiro – RJ	33,9	31,5	30,2	-	29,1	30,0
Foz do Iguaçu – PR	21,7	17,0	17,1	-	19,0	21,4
Florianópolis – SC	11,9	12,1	15,1	-	16,9	16,7
São Paulo – SP	13,6	13,6	12,6	-	14,9	11,5
Armação dos Búzios – RJ	5,8	5,4	4,4	-	6,2	7,9
Salvador – BA	14,2	11,5	11,4	-	8,7	7,2
Balneário Camboriú – SC	6,1	6,7	7,8	-	7,1	6,1
Angra dos Reis - RJ				-	3,5	4,3
Bombinhas – SC	2,6	3,1	2,0	-	3,0	4,1
Parati – RJ	2,9	2,2	2,9	-	3,7	3,8
Fortaleza – CE	6,5	6,4	4,6	-	3,1	3,0
Curitiba – PR	4,0	3,2	2,8	-	2,8	2,7
Natal – RN	2,7	5,8	5,3	-	3,2	2,5
Porto Seguro – BA	2,6	2,1	2,8	-	2	2,5
Manaus – AM	4,0	4,0	4,1	-	2,9	2,2

Tabela 01. Ranking dos principais destinos turísticos brasileiros em relação a demanda internacional de lazer

Fonte: Brasil (2011a; 2011d)

Com relação às despesas turísticas, verifica-se que em 2009 os gastos médios diários dos turistas domésticos atingiram U\$43,46, com alta de 6% em relação a 2007 e queda de 1,3% em relação a 2008. Já os gastos dos turistas internacionais passaram dos U\$ 46,36 registrados em 2008, para U\$32,60 em 2009, registrando queda de 30% no período.

De modo geral, estes turistas foram motivados a visitar a cidade principalmente devido aos atrativos naturais da região [59,63%], seguido pelas manifestações populares [18,88%] e os atrativos culturais [17,94%], entre outros motivos. Os dados demonstram um incremento expressivo dos turistas que visitaram a cidade, no período, motivados pelas manifestações populares [menos de 1% em 2007] e um pequeno acréscimo na demanda motivada pelos atrativos culturais. Já os turistas motivados pelos atrativos

naturais registraram uma queda de aproximadamente 18% em relação ao ano anterior (SANTUR, 2007).

1.1.1 A competitividade do destino turístico Florianópolis

Com o intuito de “[...] servir de instrumento de acompanhamento estratégico para que os destinos estudados possam analisar seus indicadores em cada uma das dimensões do estudo e utilizar estas informações para planejar e desenvolver vantagens competitivas”, a Fundação Getúlio Vargas - FGV, em parceria com o Ministério do Turismo – Mtur, elaborou, em 2008, o Estudo de Competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional (BRASIL, 2011c).

Para que fosse possível analisar cada um dos destinos de forma objetiva, foram então criadas 5 (cinco) macro-dimensões, as quais foram desmembradas em 13 (treze) dimensões e 62 (sessenta e duas) variáveis. A avaliação de cada uma destas variáveis resultou na definição de um índice que identifica, de 0 a 100, o atual estágio de competitividade do destino em relação a cada uma das dimensões do estudo.

Florianópolis destaca-se principalmente em relação as dimensões 1) capacidade empresarial e 2) infraestrutura geral, com índices 92,3 e 85,6 respectivamente. Por outro lado apresenta índices extremamente baixos em relação as dimensões 1) monitoramento e 2) marketing e promoção do destino (Ver tabela 02).

Macro-dimensão	Dimensão	Índice de Competitividade do Turismo		
		2008	2009	2010
		62,9	66,2	68,2
Infra-estrutura	Infra-estrutura geral	78,3	83,5	85,6
	Acesso	67,1	72,7	73,5
Turismo	Serviços e equipamentos turísticos	65,5	70	75,9
	Atrativos	57,8	60,3	64,2
	Marketing e promoção do destino	35,6	39,6	42,6
Política Pública	Políticas públicas	69,4	73,1	66,9
	Cooperação regional	55,8	56,3	59,2
	Monitoramento	33,5	31,2	29,6
Economia	Economia local	74,3	76,3	72,4
	Capacidade empresarial	76,7	82,3	92,3
Sustentabilidade	Aspectos sociais	68,8	69,8	70,5
	Aspectos ambientais	64,4	74,4	70,9
	Aspectos culturais	57,6	53,8	62,5

Tabela 02. Índice de competitividade do destino turístico Florianópolis

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Brasil (2011a)

A série histórica (Ver tabela 02) permite verificar uma melhora na maior partes dos índices do município mas com relação as dimensões 1) políticas públicas, 2) monitoramento, 3) economia local e 4) aspectos ambientais, houve um retrocesso em relação aos índices atingidos nos anos anteriores, o que demonstra a necessidade de se planejar e desenvolver ações que possam promover a melhoria nos índices avaliados.

2. METODOLOGIA

A elaboração do **Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Florianópolis** teve início com as oficinas de capacitação promovidas pelo Instituto Marca Brasil, em parceria com o Ministério do Turismo, no final de 2009, e que fizeram parte do **Projeto 65 destinos Indutores do Turismo Regional**.

A partir destas oficinas fomentou-se a criação do Grupo Gestor do Turismo de Florianópolis - GGFLN, um fórum de discussão e planejamento de ações visando, com base nos princípios de sustentabilidade, fomentar a oferta de produtos e serviços de qualidade internacional a turistas nacionais e estrangeiros (BRASIL, 2011d).

O GGFLN formalizou-se, em dezembro de 2009, com a participação das seguintes entidades: Faculdades ASSESC, Florianópolis e Região Convention and Visitors Bureau - FC&VB, Instituto Federal de Santa Catarina – IF-SC, Câmara dos Dirigentes Lojistas de Florianópolis – CDL, Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares – SHRBS, Secretaria de Estado do Turismo, Cultura e Esporte – SOL, Associação Brasileira Empresas de Eventos – ABEOC, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – ABRASEL, Associação Brasileira de Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura – ABETA, Associação Brasileira de Agências de Viagens – ABAV, Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH, Serviço Brasileiro de Apoio às Pequenas e Médias Empresas – SEBRAE-SC, Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte de Florianópolis – SETUR, Santa Catarina Turismo S/A – SANTUR e Instância de Governança da Grande Florianópolis - CONTURGF.

Desde então o GGFLN passou a se reunir quinzenalmente com o intuito de iniciar o planejamento do turismo do município. O processo teve início com a análise do Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Turismo Regional e prosseguiu com a priorização das variáveis do referido estudo. Posteriormente o grupo realizou a Análise SWOT (Forças, Fraquezas, Ameaças e Oportunidades) baseando-se em diversos estudos, documentos e fontes bibliográficas. Desta análise produziu-se o Diagnóstico (Situação Atual) e o Prognóstico (Cenários futuros) do Turismo em Florianópolis e, por fim, iniciou-se a elaboração dos objetivos, estratégias e ações que compõem o **Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Florianópolis**.

3. ANÁLISE DE FORÇAS E FRAQUEZAS, AMEAÇAS E OPORTUNIDADES

3.1 DIAGNÓSTICO

A análise das Forças e Fraquezas do município de Florianópolis (Apêndice 01) demonstra que existe uma série de aspectos extremamente positivos e capazes de atrair e satisfazer uma ampla demanda de turistas que tenham interesse em visitar a região.

Os **aspectos mais relevantes de Florianópolis** e que podem auxiliar a geração de maior competitividade do município estão ligados à:

- Proximidade de Grandes Centros Emissivos de Turistas domésticos (São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Curitiba) e internacionais (Argentina);
- Espaço para Eventos
- Capacidade dos Meios de Hospedagem
- Estrutura de Qualificação para o Turismo
- Capacidade dos Restaurantes
- Atrativos Naturais, principalmente em relação as praias, trilhas e as Unidades de Conservação do município;
- Atividades em Curso Potencialmente Poluidoras, no caso a ausência destas atividades, haja vista que o município não permite a instalação de indústrias na sua porção insular;
- Unidades Conservação no Território Municipal, com destaque para o Parque Estadual da Serra do Tabuleiro (Tabuleirinho) no distrito do Ribeirão da Ilha e o Parque Municipal de Lagoa do Peri, no distrito do Pântano do Sul;
- Produção Cultural Associada ao Turismo, principalmente em relação a arte e artesanato produzidos e comercializados no Ribeirão da Ilha, Santo Antônio de Lisboa e Lagoa da Conceição;
- Patrimônio Histórico e Cultural representados pelos edifícios de arquitetura civil, religiosa e militar; as manifestações culturais e a gastronomia local.

Estes são os aspectos mais positivos e avaliados com o maior grau de importância dentro do processo de desenvolvimento do turismo. São aqueles que deveriam ser valorizados, reformados, reestruturados, já no primeiro estágio do processo de desenvolvimento.

Outros aspectos também avaliados como pontos extremamente positivos mas que possuem uma importância um pouco menor no processo de desenvolvimento são:

- Atrativos Culturais novamente representados pelos edifícios de arquitetura civil, religiosa e militar; as manifestações culturais e a gastronomia local;
- Empreendimentos e Eventos Alavancadores, tais como:
 - a) Reveillon de Florianópolis;
 - b) Carnaval e blocos de rua (fevereiro / março);
 - c) Mountain Do Costão do Santinho abril);
 - d) Volta à Ilha (maio);
 - e) IronMan Brasil (maio);
 - f) WinterPlay (junho);
 - g) Meia Maratona Internacional de Florianópolis (junho);
 - h) Fenaostra (outubro);
 - i) Etapas do WQS (World Qualifying Surf);
 - j) Entre outros.

E também, como empreendimentos alavancadores, o Costão do Santinho Resort e Spa, eleito por seis vezes consecutivas, o melhor Resort de praia do Brasil, pelos leitores da Revista Viagem e Turismo e o Sapiens Parque,

“[...] um parque de inovação concebido para promover o desenvolvimento de segmentos econômicos que já são vocações de Florianópolis, como o turismo, a tecnologia, o meio-ambiente e serviços especializados”. (SAPIENS PARQUE, 2011).

Por fim, ainda destaca-se a presença de Grupos Nacionais e Internacionais do Setor de Turismo tais como: CVC, STB, CI, ACCOR, Bristol, Deville, Slaviero, Hertz, Localiza, Moviada, Pizza Hut, McDonald’s, Bob’s, Habib’s, entre outros, que fortalecem a imagem de Florianópolis como pólo turístico e destino estruturado para atender as necessidades dos turistas nacionais e internacionais.

E finalmente são seguidos pelos aspectos também positivos mas que possuem um grau de importância um pouco menor:

- Capacidade de Atendimento Médico ao Turista que é um importante fator para o fortalecimento da marca e para a satisfação dos turistas mas que não exige ações imediatas para promover a melhoria do sistema;

- Fornecimento de Energia que atualmente atende as necessidades da população local e flutuante e assim deve permanecer pelos próximos 20 anos;
- Eventos Programados;
- Aspectos da Economia Local;
- Infraestrutura de Comunicação;
- Capacidade de Qualificação e Aproveitamento do Pessoal Local que atualmente, devido a ampla oferta de cursos técnicos, profissionalizantes e superiores, atende tantos as demandas de capacitação de profissionais das áreas operacionais, quanto as demandas de qualificação das médias e altas gerências;
- Estrutura e Legislação Municipal de Meio Ambiente.

Assim como existem os aspectos positivos, existem aspectos do município que são **extremamente negativos** e que criam grandes obstáculos para o desenvolvimento do turismo. Entre estes aspectos destacam-se:

- A falta de fiscalização em todas as atividades econômicas, políticas e sociais, as quais geram ocupações irregulares, práticas de atividades ilegais, entre outros;
- Acesso Aéreo representado pelo Aeroporto Internacional Hercílio Luz, que já opera acima de sua capacidade;
- Promoção do Destino que atualmente é realizada de forma espontânea por entidades vinculadas ao turismo mas que não estão integradas a um processo de planejamento e gestão da comunicação turística do turismo de Florianópolis;
- Website do Destino que atualmente é um site de informação da Secretaria de Turismo e não um site de um destino turístico;
- Falta de Cooperação com o Governo Estadual;
- Ausência de ações de promoção e apoio à comercialização;
- Ausência de pesquisa de demanda, a qual é realizada esporadicamente através de uma parceria com a SANTUR;
- Concorrência e Barreiras de Entrada;
- Rede Pública de Distribuição de Água que já não atende a demanda da população local e mais a população flutuante (turistas);
- Rede Pública de Coleta e Tratamento de Esgoto que atualmente atende menos de 50% das famílias que moram no município.

Diversos outros aspectos também foram classificados como pontos negativos, mas não foram avaliados como sendo tão prejudiciais ao desenvolvimento do turismo no momento. Entre eles cita-se:

- Sistema de Transporte no Destino, que é mal avaliado por quem depende do transporte público e precisa respeitar horários, devido à frequência de carros e necessidade de troca de veículos nos terminais integrados;
- Sinalização Turística que é quase inexistente no município (placas marrons);
- Falta de cooperação com o Governo Federal;
- Ausência de Sistema de Estatísticas do Turismo;
- Ausência de medição dos impactos da atividade turística;
- Ausência de Setor Específico de Estudos e Pesquisas;
- Acesso Aquaviário, representado por poucas marinas de pequeno porte.

3.2 PROGNÓSTICO

3.2.1 Cenário Negativo

A partir da análise de Forças e Fraquezas de Florianópolis (Ver apêndice 01) e também, a análise de Ameaças e Oportunidades do ambiente externo ao município (Ver Apêndice 02), foi possível identificar um cenário negativo que pode se desenvolver na região, caso os principais problemas identificados não sejam solucionados e também, caso não sejam criadas ações para minimizar o impacto das ameaças ambientais em Florianópolis.

Inicialmente percebe-se que com relação a **Macro-dimensão Infraestrutura**, o aumento no fluxo de turistas, que é um importante indicador de desenvolvimento econômico para o turismo da região, pode comprometer a qualidade do atendimento médico aos turistas e moradores, mesmo sabendo-se que o sistema médico-hospitalar é um aspecto extremamente positivo no município.

Com relação as **Macro-dimensões Turismo e Sustentabilidade** esse mesmo incremento no fluxo de turistas também poderá prejudicar a qualidade dos atrativos naturais e culturais presentes no município, devido a falta de infraestrutura adequada dos atrativos e a ausência de controle no número de visitantes.

Já em relação à **Macro-dimensão Economia**, percebe-se que o baixo número de empresas cadastradas no CADASTUR (428, sendo 140 em situação irregular), pode dificultar a liberação de recursos por parte do Ministério do Turismo, para o desenvolvimento de ações e projetos em Florianópolis e, dessa forma, comprometer também os investimentos privados na economia local.

Porém, os principais prejuízos se darão pela influência das ameaças identificadas, nos fatores pior avaliados no município, como é o caso da **Macro-dimensão Infra-estrutura** que, devido ao incremento de turistas, pode ter ainda mais comprometido o deficiente acesso aéreo e também o sistema de transporte no destino. Percebe-se também que, devido ao **Acesso Aquaviário** do município ser incipiente e ainda, devido a isto ser um obstáculo para o desenvolvimento do turismo náutico do município, identificou-se que a estrutura instalada e os novos investimentos que estão sendo feitos na região sudeste do país e outros destinos de Santa Catarina, poderão influenciar negativamente a competitividade do turismo náutico em Florianópolis.

Com relação a **Macro-dimensão Turismo** identificou-se que as ações de promoção do destino, que são restritas a iniciativas isoladas, poderão ser influenciadas negativamente devido a própria ausência de ações coordenadas para promoção e também devido a localização dos destinos concorrentes (nordeste) estar muito mais próxima de importantes mercados emissores, como os EUA e Europa. Esta ausência de ações coordenadas de promoção do destino também serão influenciadas negativamente devido a divulgação dos diversos investimentos em equipamentos de apoio ao turismo náutico que estão ocorrendo no Sudeste brasileiro.

Para corroborar esta situação, a forma inadequada como Florianópolis se apresenta na internet, através de seu site oficial de turismo, cria uma imagem negativa e que será influenciada negativamente em função dos diversos investimentos e novas tecnologias que os destinos turísticos concorrentes em todo o mundo vêm utilizando para fortalecer a sua imagem na internet.

Quanto a **Macro-dimensão Políticas Públicas**, verifica-se que a falta de cooperação do município com o Governo Estadual e Federal que é um indicador do desenvolvimento e cooperação do turismo regional, pode dificultar ainda mais o lento processo de duplicação da BR101.

Ainda em relação a mesma macro-dimensão percebe-se que a incipiente ação cooperada de **Promoção e apoio à comercialização** do turismo, que deveria ser

responsável pela atração de demanda turística para a região poderá ficar ainda mais enfraquecida em função do desvio de fluxo turístico para a região sudeste brasileira, devido aos investimentos em infraestrutura náutica desta região e também devido a organização das cidades-sede da Copa do Mundo de 2014.

Já a **Macro-dimensão Sustentabilidade**, no que se refere a rede pública de distribuição de água e coleta e tratamento de esgoto, poderá ser prejudicada devido ao incremento no número de turistas na região, caso não sejam realizadas ações efetivas para ampliar o abastecimento e a rede coletora de esgoto do município.

Por fim, em relação a **Macro-dimensão Economia**, verifica-se que a atual situação de concorrência e barreiras de entrada existentes na região, poderão se tornar ainda mais prejudiciais a longo prazo, devido a fatores como por exemplo não existir uma entidade em Florianópolis que seja associada a International Convention and Congress Association – ICCA, o que tolherá a oportunidade de Florianópolis captar parte dos eventos internacionais que são realizados pelo mundo. O prejuízo também poderá ocorrer devido a desarticulação entre o poder público e a iniciativa privada e o consequente baixo resultado do CADASTUR no município.

Ainda corroboram para esta situação o caso de Curitiba e Porto Alegre serem sedes da Copa de 2014 e atraírem parte dos investimentos que poderiam ser feitos no município, caso Florianópolis fosse uma sede da Copa, ou ainda os investimentos que podem deixar de ser realizados em Florianópolis devido ao desenvolvimento de melhores ambientes náuticos no Sudeste do Brasil e demais destinos do litoral catarinense.

3.2.2 Cenário Positivo

A análise de Forças internas e Oportunidades do ambiente externo ao município permitiu identificar também um cenário positivo que pode se desenvolver na região, caso os principais pontos positivos identificados recebam a devida atenção e ainda, caso sejam criadas ações para maximizar o sucesso das oportunidades ambientais em Florianópolis. Estes dois fatores somados poderão ainda, caso sejam tomadas as providências necessárias, solucionar problemas identificados no município e eliminar ao menos em parte, as ameaças do ambiente externo.

Inicialmente percebe-se que com relação a **Macro-dimensão Infraestrutura**, o aumento no fluxo de turistas identificado nos aeroportos brasileiros, poderá ser atraído para Florianópolis, principalmente devido a proximidade do município em relação aos principais centros emissivos do Brasil e América do Sul. Este sucesso poderá ser multiplicado, assim que a duplicação da BR101, no sentido Florianópolis – Rio Grande do Sul, for finalizada.

Ainda assim, devido a ampla capacidade de atendimento médico ao turista e a estrutura instalada para o fornecimento de energia na região, poder-se-á continuar a oferecer um serviço de qualidade aos turistas que visitam a região.

Com relação a **Macro-dimensão Turismo** esse mesmo incremento no fluxo de turistas também produzirá um grande incremento na geração de receita, emprego e impostos para o município, devido a quantidade e qualidade dos espaços para eventos, a capacidade dos meios de hospedagem, a estrutura de qualificação para o turismo, a qualidade e capacidade dos restaurantes a ampla oferta de atrativos turísticos e eventos programados. Aspectos que são fundamentais para atenderem também as demandas dos eventos e profissionais de negócios que cada vez mais ocorrem no município e cuja demanda deve continuar a ser ampliada em função do histórico de incremento de Florianópolis no ranking dos principais destinos de eventos internacionais no Brasil.

Com relação aos atrativos, devido ao fato dos principais atrativos do município serem naturais e ainda, devido a grande diversidade e qualidade destes atrativos, percebe-se uma grande oportunidade de atração dos turistas de aventura e ecoturismo, e também dos turistas ambientalmente conscientes, devido a ampliação da demanda dos primeiros e também o aumento da conscientização ambiental em todo o mundo. Os atrativos culturais do município também possuem um grande potencial de atração de demanda haja vista que encontram-se em grande quantidade, possuem grande diversidade e alguns deles possuem características singulares no contexto regional e nacional.

Com relação a **Macro-dimensão Sustentabilidade** o incremento no fluxo de turistas também poderá ampliar as oportunidades com a gestão do uso público das Unidades de Conservação, de modo a tornar estas áreas espaços geradores de renda, emprego e sustentabilidade econômica, social e ambiental.

Este aspecto será fortalecido devido ao fato de saber-se que uma grande parte dos turistas são ambientalmente conscientes e estão ávidos para contribuir com o

desenvolvimento sustentável das destinações que visitam, inclusive com a aquisição de artesanatos e souvenirs que fazem parte desta mesma **Macro-dimensão** e caracterizam a produção associada ao turismo, ou ainda a valorização do patrimônio histórico-cultural (sustentabilidade social). Soma-se a isto a possibilidade que será criada, nos anos que antecedem e durante a Copa do Mundo e Rio 2016, para atrair os turistas domésticos e internacionais que visitarão as cidades-sede e que certamente poderão ser atraídos para Florianópolis em função da imagem atual do destino e principalmente devido a imagem que até lá poderá ser criada de um destino turístico que fomenta e atua para promover o desenvolvimento sustentável do turismo.

Ainda sobre a **Macro-dimensão Sustentabilidade** é importante destacar que o aumento da conscientização ambiental dos turistas e a ampliação da demanda de ecoturismo e turismo de aventura poderão fortalecer a atuação do órgão ambiental do município de modo a promover o desenvolvimento econômico de Florianópolis respeitando-se a legislação municipal do meio ambiente. Este fato produzirá um efeito multiplicador, capaz de conscientizar a população e os turistas que visitam o município e assim colaborará para a promoção do desenvolvimento sustentável do turismo.

Já em relação à **Macro-dimensão Economia**, percebe-se que o incremento do número de desembarques nacionais e internacionais no Brasil poderá promover amplo desenvolvimento na região, com a geração de renda, trabalho e a melhoria da qualidade de vida da população pois Florianópolis possui uma ampla cobertura de comunicação, sistema de saúde pública e privada de alto nível, infraestrutura de energia capaz de atender ao incremento da demanda, ampla estrutura de capacitação e qualificação de mão-de-obra os quais são necessários para atender ao possível incremento da demanda no município.

Além disso, o município sedia diversos eventos alavancadores de turismo, com destaque para:

- a) Reveillon de Florianópolis;
- b) Carnaval e blocos de rua (fevereiro / março);
- c) Mountain Do Costão do Santinho abril);
- d) Volta à Ilha (maio);
- e) IronMan Brasil (maio);
- f) WinterPlay (junho);
- g) Meia Maratona Internacional de Florianópolis (junho);

- h) Fenaostrá (outubro);
- i) Entre outros.

Florianópolis é também sede de empreendimentos alavancadores, como o Costão do Santinho Resort e Spa, eleito por seis vezes consecutivas, o melhor Resort de praia do Brasil, pelos leitores da Revista Viagem e Turismo e também o Sapiens Parque e, por fim, o município é sede de diversos grupos nacionais e internacionais do turismo, entre eles: CVC, STB, CI, ACCOR, Bristol, Slaviero, Hertz, Localiza, Movidá, Pizza Hut, McDonald's, Bob's, Habib's. Desta forma percebe-se que Florianópolis poderá atender as necessidades dessa demanda potencial, tanto no que se refere aos serviços prestados, quanto em relação a oferta de atividades de lazer e entretenimento.

4. DEFINIÇÃO DOS SEGMENTOS PRIORITÁRIOS

O desenvolvimento da atividade turística se dá através da troca que se estabelece entre a demanda (turistas) e a oferta (quantidade de bem ou serviço oferecido no mercado pelos prestadores de serviços turísticos).

O mercado turístico é constituído, portanto, “[...] pelo conjunto de turistas e empresas que ofertam bens e serviços que satisfazem os desejos desses turistas no ato de sua viagem (IGNARRA, 2003)”.

Porém, a oferta não possui a mesma característica em todas as localidades e a demanda também não possui a mesma necessidade e desejo, por isso é necessário que o mercado seja segmentado, tanto em relação a oferta quanto em relação a demanda, de modo a oferecer produtos adequados as necessidades dos clientes.

Segmentar a demanda é, portanto, “[...] definir a parcela de pessoas que compartilham as mesmas características, necessidades e expectativas (BRASIL, 2009)”. Já a segmentação da oferta diz respeito a definição de “[...] uma oferta turística que tenha uma identidade comum, baseada [em um] tipo de experiência e que atenda as expectativas do segmento de demanda que queremos atrair [Ibid. 2009]”.

Nesse sentido, dois segmentos da demanda turística se destacam em relação a capacidade de atendimento do município e/ou em relação ao potencial de crescimento do setor. São eles, em primeiro lugar, o grupo de turistas potenciais formado pelas **pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida**, ou seja, um segmento da demanda que possui características similares, necessidades similares e que atualmente não encontram produtos adequados, no Brasil, para satisfazer as suas necessidades.

No Brasil, o censo IBGE (2000) mostra que 14,5% da população possui algum tipo de deficiência, ou seja, aproximadamente 24,5 milhões de brasileiros. Além disso, aponta que 14 milhões de pessoas são idosas, portanto podem apresentar também algum tipo de necessidade especial e representam mais 8,6% da população. A previsão da mesma fonte é que mais de 15% da população brasileira deverá ter mais de 60 anos em 2025.

O segundo grupo é formado pelo **segmento de gays, lésbicas, bissexuais, transexuais e simpatizantes ou GLBTS** que atualmente já frequentam o município e encontram na região diversos equipamentos e eventos gay-friendly e/ou eventos organizados especialmente para esse público, como é o caso da Parada Gay e eventos

realizados durante o Reveillon e Carnaval. Além disso, em 2012 a capital será sede do encontro mundial da Gays and Lesbians Travel Association – GLTA além de atualmente ser reconhecida pelo IBGE (ESTADÃO, 2011) como a capital com o maior número de homossexuais do Brasil.

Por outro lado, percebe-se o potencial de segmentação da oferta turística de Florianópolis, principalmente em relação aos seguintes segmentos (Ver figura 01):

Segmentos Prioritários	
Oferta	Demanda
Ecoturismo Turismo Cultural Turismo de Aventura Turismo de Eventos (Negócios) Turismo de Sol e Praia Turismo Desportivo Turismo Náutico	Turismo Acessível Turismo GLBTS

Figura 01. Relação dos segmentos prioritários do turismo em Florianópolis

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir de Brasil (2011b; e; f; h; j; k)

- **Ecoturismo**

De acordo com dados do Ministério do Turismo (BRASIL, 2011b), as principais características do segmento são:

Público:

- Entre 25 e 50 anos;
- Poder aquisitivo médio e alto;
- Escolaridade de nível superior;
- Profissão de caráter liberal.
- Viaja sozinho ou em pequenos grupos.

Permanência média no destino:

- Nacional: 4 dias.
- Internacional: 10 dias.
- Procedência de grandes centros urbanos.
- Desejo de contribuir para a conservação do meio ambiente.

- **Turismo Cultural**

De acordo com dados do Ministério do Turismo (BRASIL, 2011e), as principais características do segmento são:

Público:

- Aqueles com interesse específico na cultura, isto é, que desejam aprofundar-se na compreensão das culturas visitadas e se deslocam especialmente para esse fim.
- Aqueles com interesse ocasional na cultura, possuindo outras motivações que o atraem ao destino, relacionando-se com a cultura apenas como uma opção de lazer. Esses turistas, muitas vezes, acabam visitando algum atrativo cultural, embora não tenham se deslocado com esse fim, e, apesar de não se configurarem como público principal do que conceituamos de Turismo Cultural, são também importantes para o destino, devendo ser considerados para fins de estruturação e promoção do produto turístico.

- **Turismo de Aventura**

De acordo com dados do Ministério do Turismo (BRASIL, 2011f), as principais características do segmento são:

Público:

- Idade entre 18 e 40.
- Poder aquisitivo médio.
- Estudante de nível superior.
- Hábito de viajar em grupos.
- Permanece aproximadamente 10 dias em destinos internacionais e 4 nos nacionais.
- Contribui para o planejamento da sua viagem.
- Demonstra respeito pelo ambiente natural e social.
- Exige qualidade, segurança, acessibilidade e informação.

- **Turismo de Eventos**

De acordo com dados do Ministério do Turismo (BRASIL, 2011h), as principais características do segmento são:

Público:

- Escolaridade superior.
- Poder aquisitivo elevado.
- Exige praticidade, comodidades, atendimento e equipamentos de qualidade.
- Representa organizações e empresas.
- Realiza gastos elevados em relação a outros segmentos.

- Permanência média de quatro dias (doméstico) e de oito dias (internacional).

Com relação ao turista internacional, sabe-se que o gasto médio é de US\$ 165,14/dia e a permanência média no destino é de 10,51 dias (BRASIL, 2001h).

- **Turismo de Sol e Praia**

De acordo com dados do Ministério do Turismo (BRASIL, 2011j), os turistas que realizam este tipo de turismo possuem características muito variadas pois incluem pessoas de todas as classes sociais e faixas etárias.

- **Turismo Desportivo**

- **Turismo Náutico**

De acordo com dados do Ministério do Turismo (BRASIL, 2011k), as principais características do segmento são:

Público de cruzeiros:

- Mais de 40 anos.
- Poder aquisitivo elevado.
- Busca segurança, agilidade e conforto.
- Pouca disponibilidade de tempo.
- Visita o maior número de atrativos durante as atracções (restaurantes, shows e feiras, por exemplo).
- 75% retornam ao destino por via aérea e, na maioria das vezes, com a família.

Público de embarcações de pequeno e médio porte:

O turista estrangeiro:

- Tem entre 40 e 50 anos.
- Possui poder aquisitivo elevado.
- gasta, em média, cinco vezes mais que um turista convencional.
- é profissional liberal ou empresário.
- interessa-se pela cultura, gastronomia e esportes da região.
- vive a bordo na maioria do tempo.
- é europeu ou americano.
- visita vários destinos durante a permanência no País.

O turista nacional divide-se em dois grupos:

Com embarcação própria:

- Pertence à classe média alta ou classe alta.
- É empresário ou profissional liberal.

- Possui tempo disponível para viagens longas.
- As embarcações permanecem no mesmo porto ou marina por mais de seis meses.
- Quando não reside próximo ao destino, possui casa no local.

Com embarcação alugada:

- Pertence à classe média.
- Utiliza serviços de aluguel oferecidos pelas marinas e clubes náuticos.
- Realiza viagens curtas e de fim de semana.

De acordo com o Plano Catarina (2009), dentre os segmentos da demanda citados acima, possuem condição especial de atração no município de Florianópolis os segmentos de **Turismo de Sol e Praia, Turismo de Eventos, Turismo Desportivo, Turismo de Aventura e Ecoturismo.**

5. CARACTERIZAÇÃO DO PLANO

5.1 VISÃO

Ser reconhecido, até 2016, como um destino turístico de qualidade internacional, focado no desenvolvimento sustentável.

5.2 MISSÃO

Estabelecer políticas e desenvolver estratégias criando condições favoráveis ao desenvolvimento do turismo e da qualidade da atividade turística, respeitando e valorizando sempre seu patrimônio natural, cultural e humano, a fim de alavancar a melhoria de vida da população local.

5.3 OBJETIVOS

5.3.1 Objetivos gerais

Fomentar o desenvolvimento sustentável da atividade turística, de modo a superar as expectativas dos turistas e excursionistas, beneficiar a comunidade local, com respeito ao meio ambiente e ao patrimônio material e imaterial de forma a permitir que a atual e futuras gerações possam continuar a usufruir de um turismo de qualidade no município de Florianópolis.

5.3.2 Objetivos específicos

- a) Promover o desenvolvimento da atividade turística respeitando os limites de uso dos recursos naturais e culturais;
- b) Envolver a comunidade local no processo de desenvolvimento do turismo;
- c) Fortalecer a cooperação, integração e informação entre a iniciativa privada, poder público e o terceiro setor no turismo;

- d) Promover, incentivar e ampliar o desenvolvimento de infraestrutura turística e de apoio ao turismo;
- e) Estimular e promover a formação profissional no setor de turismo e hospitalidade;
- f) Promover a educação sobre o turismo;
- g) Fomentar a implantação, estruturação e diversificação da oferta turística;
- h) Supervisionar e regular a oferta turística;
- i) Promover e fomentar o desenvolvimento de estudos e pesquisas de interesse turístico;
- j) Promover o turismo do município;
- k) Buscar, através de ações integradas, a segurança dos visitantes na cidade;
- l) Estimular a criação de mecanismos de apoio ao turista;
- m) Criar um calendário de eventos fixos.

5.4 AÇÕES ESTRATÉGICAS

5.4.1 Desenvolvimento e Conservação do Meio Ambiente

O desenvolvimento da Atividade turística deverá ser conciliado com a conservação, preservação e recuperação ambiental e para tanto deverão ser adotadas as seguintes posturas:

- a) Desenvolver programas de sensibilização ambiental e conservação dos recursos naturais;
- b) Fomentar a criação de um sistema de gestão ambiental para as atividades turísticas;
- c) Realizar e manter atualizados os estudos sobre a capacidade de carga dos atrativos naturais em áreas de sensibilidade ambiental;
- d) Estabelecer e criar critérios para uso e controle de acesso aos atrativos naturais sensíveis à degradação ambiental;
- e) Monitorar os impactos da atividade turística sobre o meio ambiente;
- f) Elaborar o código municipal de conduta ambiental da atividade turística para o setor público, a iniciativa privada, a comunidade e os turistas;
- g) Estabelecer mecanismos de incentivo às empresas do trade-turístico que utilizarem práticas e iniciativas sustentáveis no gerenciamento de seus negócios;
- h) Fomentar a implantação de modelos positivos de utilização dos recursos naturais;
- i) Estimular a adoção de práticas que minimizem os impactos ambientais da atividade turística e que promovam a recuperação de áreas degradadas;
- j) Fomentar e promover o desenvolvimento de política municipal de gestão do uso público nas Unidades de Conservação;
- k) Observar permanentemente as orientações da Agenda 21 Local de Florianópolis.

5.4.2 Desenvolvimento e participação comunitária

O desenvolvimento do setor turístico no município de Florianópolis privilegiará a inclusão e envolvimento social nas atividades econômicas e a informação sobre a atividade turística especialmente através da:

- a) Sensibilização e educação comunitária sobre os benefícios econômicos e sociais que a atividade turística proporciona;

- b) Incentivo à participação comunitária no planejamento e desenvolvimento do turismo;
- c) Fomento e promoção da capacitação profissional para inserção econômica no setor turístico;
- d) Oferta de incentivos ao desenvolvimento de novos negócios turísticos por iniciativa de cidadãos e segmentos sociais organizados que valorizem a cultura e as tradições locais;
- e) Estimular política de valorização profissional, inclusive salarial, para trabalhadores do turismo e hospitalidade.

5.4.3 Cooperação e integração entre a iniciativa privada, poder público e o terceiro setor no turismo.

Para o desenvolvimento da atividade turística o Governo Municipal fortalecerá a relação com a sociedade pelas seguintes diretrizes estratégicas:

- a) Promover o fortalecimento da Gestão Municipal do Turismo no município;
- b) Fomento ao envolvimento do poder público, a iniciativa privada e o terceiro setor em programas e projetos de desenvolvimento turístico local;
- c) Manutenção permanente de canais de informação sobre os programas e projetos em desenvolvimento;
- d) Incentivo à participação, no Conselho Municipal de Turismo, das representações sociais envolvidas com o desenvolvimento do setor;
- e) Estimulo ao intercâmbio de informações e as interações pró-ativas entre os organismos públicos, a iniciativa privada e o terceiro setor;
- f) Estabelecimento de parcerias com instituições de ensino, para o desenvolvimento de pesquisas, estudos e projetos de desenvolvimento turístico;
- g) Incentivo à produção de novos conhecimentos para qualificação e desenvolvimento do setor turístico local;
- h) Interação pró-ativa permanente com outras instâncias do poder público que atuam no setor turístico;
- i) Participação em ações integradas com organizações locais, regionais e nacionais;
- j) Manutenção de programas de cooperação e intercâmbio com outros municípios, estados, federação e organizações nacionais e internacionais.

- k) Estabelecer parceria com a SMDU/SESP para disciplinar o comércio ambulante nas áreas turísticas.

5.4.4 Promoção e incentivo ao desenvolvimento de infraestrutura para a atividade turística.

O poder público municipal, no âmbito de suas competências, promoverá ações necessárias à adequação da infraestrutura básica e de apoio para o desenvolvimento sustentável do turismo no município, adotando as seguintes diretrizes:

- a) Promoção e incentivo à implantação de infraestrutura urbana e de acesso ao município e nos atrativos naturais, culturais e históricos, de forma segura, confiável e de mínimo impacto;
- b) Implantação, ampliação e modernização da infraestrutura pública de atendimento ao turista;
- c) Adequação permanente e ampliação dos sistemas de Sinalização de Orientação Turística no município, aos padrões recomendados pelas organizações oficiais nacionais e internacionais;
- d) Incentivo ao aproveitamento do potencial hidroviário para transporte de passageiros e desenvolvimento de infraestrutura náutica;
- e) Promoção da melhoria contínua do sistema de transporte coletivo multimodal;
- f) Manutenção permanente e valorização paisagística das Áreas Verdes de Lazer –AVL e das demais áreas públicas do município;
- g) Promover e estabelecer mecanismos para a revitalização e manutenção de áreas e imóveis do patrimônio histórico; com especial atenção ao centro histórico e a Ponte Hercílio Luz;
- h) Elaboração, com revisões periódicas, do plano diretor para o desenvolvimento do turismo;
- i) Definir, em conjunto com o Conselho Municipal de Turismo, o plano plurianual de investimentos públicos municipais em obras para a melhoria de infraestrutura turística;
- j) Construir nova ponte sobre a Lagoa da Conceição e revitalizar as vias e passeios públicos, como forma de valorizar o atrativo turístico;
- k) Estimular, através de ações integradas, a oferta de segurança ao turista;
- l) Implantar sistema de divulgação e apoio ao turista, inclusive digital;

- m) Fomentar a implantação de infraestrutura de acessibilidade de acordo com o que estabelece o Decreto 5.296/08 e Norma ABNT NBR9050.

5.4.5 Formação profissional no setor de turismo e hospitalidade.

A capacitação e qualificação profissional e empresarial continuada são fatores fundamentais para o desenvolvimento do turismo em Florianópolis e para tanto as seguintes ações estratégicas serão adotadas:

- a) A municipalidade, por recursos próprios ou de terceiros, promoverá a oferta permanente e adequada de programas de capacitação de mão de obra para as atividades turísticas;
- b) Estimular a criação de cursos e treinamentos específicos para colaboradores de empresas turísticas;
- c) Estimular as instituições de ensino no processo de capacitação técnica da mão de obra local, envolvida direta e indiretamente na atividade turística;
- d) Desenvolver programas de educação ambiental e iniciação ao turismo e suas potencialidades no ensino fundamental;
- e) Fomentar a criação de grupos técnicos para orientação e capacitação dos prestadores de serviço das micro e pequenas empresas do setor;
- f) Incentivar e fomentar o empreendedorismo no turismo através de oficinas, cursos e eventos;
- g) Estimular às empresas para a adoção de programas permanentes de educação continuada em serviços e melhoria da qualidade;
- h) Criar mecanismos de valorização diferenciada às empresas do setor turístico detentoras de certificados reconhecidos de qualidade e classificação.

5.4.6 Marketing e Promoção do turismo

A Prefeitura, por meio do seu órgão competente, deverá estabelecer plano orientado e programa de promoção permanente da potencialidade turística do município por meio das seguintes ações:

- a) Adoção de marcas e simbologia única, reguladas por lei específica, para identificar e orientar a divulgação da cidade como destino turístico;
- b) Elaboração do Plano de Marketing Turístico Municipal;

- c) Manter veículos, sistemas e materiais oficiais de informação, em língua nacional e estrangeira, sobre produtos, serviços, acessibilidade e infraestrutura turística;
- d) Celebração de convênios e acordos com empresas e instituições privadas locais para adoção de identidade comum no processo de promoção institucional do destino Florianópolis;
- e) Participar de processos integrados de promoção com outros destinos turísticos da região, do estado ou de outras unidades da Federação;
- f) Inserção e exposição obrigatória da marca e simbologia única de identificação do destino turístico em todo o evento e material promocional próprio ou que contar com o apoio da Prefeitura de Florianópolis;
- g) Adotar estratégias diferenciais e integradas para a promoção dos diversos segmentos potenciais para exploração turística;
- h) Respeitar, no processo promocional, as características sócio-culturais de Florianópolis;
- i) Manter programa constante de atendimento e recepção de veículos e profissionais de imprensa do País e exterior;
- j) Identificar segmentos e mercados prioritários para promoção do turismo do município, em cada período do ano.

5.4.7 Implantação, estruturação e diversificação da oferta turística

Para o desenvolvimento sustentável da atividade turística deverão ser implantados mecanismos de controle de qualidade e monitoramento da oferta turística mediante as seguintes ações:

- a) Incentivo às empresas para buscarem certificações reconhecidas de qualidade e de classificação;
- b) Manter cadastro permanente e atualizado dos prestadores de serviços turísticos;
- c) Fomentar o cadastro das empresas turísticas e demais empresas autorizadas pelo Ministério do Turismo a fazer parte do CADASTUR;
- d) Implantar sistema de avaliação periódica sobre a qualidade dos serviços turísticos.
- e) Estimular as ações de captação e promoção de eventos regionais, nacionais e internacionais.

5.4.8 Desenvolvimento de estudos e pesquisas de interesse turístico.

As tomadas de decisões para o desenvolvimento turístico do município deverão sempre estar fundamentadas em estudos e pesquisas promovidas e fomentadas pelo poder público municipal que tomará providências para:

- a) Elaborar o Inventário Turístico Municipal;
- b) Propor a elaboração do Plano de Gerenciamento Turístico Municipal;
- c) Propor a elaboração do Código de Conduta / Postura Turística Municipal;
- ⇨ Implementar um sistema informatizado de monitoramento do turismo para o município de Florianópolis;
- e) Desenvolver, em caráter permanente e com periodicidade definida, pesquisas de avaliação do perfil sócio-econômico da demanda turística de Florianópolis, durante as várias estações do ano;
- f) Criar indicadores de avaliação do impacto sócio-econômico do turismo no município de Florianópolis;
- g) Garantir que os resultados das pesquisas sejam amplamente disponibilizados e disseminados entre os organismos públicos, empresariais e a comunidade interessada;
- h) Contribuir e participar de estudos e pesquisas conduzidas por organizações nacionais e internacionais reconhecidas;
- i) Estimular a comunidade acadêmica a desenvolver estudos e pesquisas capazes de contribuir para o desenvolvimento sustentável do turismo em Florianópolis.

5.5 AÇÕES PRIORITÁRIAS DE TURISMO EM FLORIANÓPOLIS

Os aspectos mais relevantes de Florianópolis e que podem auxiliar a geração de maior competitividade do município estão ligados à:

Os aspectos mais relevantes de Florianópolis e que podem auxiliar a geração de maior competitividade do município estão ligados à:

1. Reformar Centro de Atendimento ao Turista – CAT da Rodoviária e implantar novos CAT's no Portal Turístico, Canasvieiras, Aeroporto Internacional Hercílio Luz e Lagoa da Conceição.
2. Ampliar a estrutura municipal para apoio ao turismo (Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Esporte).
3. Implantar o novo Terminal de Cruzeiros de Canasvieiras.
4. Criar Plano de Marketing Turístico de Florianópolis, contemplando: Criação da marca turística do município; Programa de Promoção e Apoio à Comercialização; Criação do banco de imagens e banco de textos do turismo municipal; Produção de material de divulgação segmentado do turismo em Florianópolis; Definição do cronograma de participação em feiras de turismo nacionais e internacionais, ligadas aos principais centros emissores de turistas dos segmentos prioritários. Centros Emissivos de Turistas domésticos (São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Curitiba) e internacionais (Argentina); Criação do novo site de turismo de Florianópolis onde se divulgue, de forma segmentada, todo o potencial turístico do município. Segmentos prioritários: Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo Cultural (eno-gastronômico); Turismo de Eventos, Turismo Náutico, Turismo de Sol e Praia e Turismo Desportivo.
5. Criar sistema de estatísticas do município, com ênfase para o desenvolvimento da Pesquisa de Demanda Turística de Florianópolis; Medição dos Impactos da Atividade Turística; Inventariação da oferta turística, de acordo com a nova metodologia do Ministério do Turismo.
6. Implantar Novo Terminal de Passageiros do Aeroporto Internacional Hercílio Luz.
7. Implantar infraestrutura de apoio nos Atrativos Naturais, principalmente em relação as praias, trilhas e as Unidades de Conservação do município:
 - a. sinalização de orientação e informação turística;

- b. estruturação das trilhas com infraestrutura para escoamento de água, transposição de obstáculos, proteção da flora, manutenção de área de pisoteamento;
 - c. implantação de banheiro e ducha;
 - d. Implantação de guarda-volumes.
8. Criar Plano de Uso Público nas Unidades de Conservação;
 9. Criar serviço de proteção ao turista.
 10. Implantar roteiro cultural auto-guiado no centro histórico do município;
 11. Revitalizar os centros históricos do município;
 12. Criar Calendário Turístico do Município, com destaque para:
 - a) Reveillon de Florianópolis;
 - b) Carnaval e blocos de rua (fevereiro / março);
 - c) Mountain Do Costão do Santinho (abril);
 - d) Volta à Ilha (maio);
 - e) IronMan Brasil (maio);
 - f) WinterPlay (junho);
 - g) Meia Maratona Internacional de Florianópolis (junho);
 - h) Festa da Tainha (julho);
 - i) Fenaostra (outubro);
 - j) Eventos Natalinos (dezembro).
 13. Criar programa de capacitação permanente dos prestadores de serviços turísticos do município.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Conceitos básicos e apoio à comercialização de produtos segmentados**. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. MTUR: Florianópolis: 2009, 208 p.

_____. **Anuário estatístico de turismo 2010**. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/estatisticas_indicadores/desembarques_domestico/> Acesso em: abril 2011a.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Ecoturismo: Orientações Básicas**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Ecoturismo_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf> Acesso em: 19 julho 2011b.

_____. **Estudo de Competitividade do Turismo Brasileiro**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/13_estudos.html> Acesso em: abril 2011c.

_____. **Estudo de Competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional - Relatório Brasil**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/downloads_regionalizacao/Estudo_de_Competitividade_.pdf> Acesso em: junho 2011d.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: Orientações Básicas**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf> Acesso em: 19 julho 2011e.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo de aventura: Orientações Básicas**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Aventura_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf> Acesso em: 19 julho 2011f.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo de estudos e intercâmbio: Orientações Básicas**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Estudos_e_Intercambio_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf> Acesso em: 19 julho 2011g.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo de negócios e eventos: Orientações Básicas**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Negocios_e_Eventos_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf> Acesso em: 19 julho 2011h.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo de saúde: Orientações Básicas**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Saude_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>

oads_publicacoes/Turismo_de_Saxde_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf > Acesso em: 19 julho 2011i.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo de sol e praia**: Orientações Básicas. Disponível em: <
http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Sol_e_Praia_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf > Acesso em: 19 julho 2011j.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo e acessibilidade**: manual de orientações. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. 97p.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo náutico**: Orientações Básicas. Disponível em: <
http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Nxutico_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf > Acesso em: 19 julho 2011k.

ESTADÃO. **Florianópolis lidera ranking gay das capitais**. Disponível em: <
<http://www.estadao.com.br/noticias/cidades,florianopolis-lidera-ranking-gay-das-capitais,736927,0.htm> > Acesso em: 19 julho 2011.

IGNARRA, Luiz R. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira, 1999.

SANTA CATARINA TURISMO S/A. **Pesquisa de Demanda Turística de Florianópolis**. Florianópolis: SANTUR, 2007.

SANTA CATARINA TURISMO S/A. **Pesquisa de Demanda Turística de Florianópolis**. Florianópolis: SANTUR, 2009.

SAPIENS PARQUE. **O Sapiens Parque**. Disponível em: <
http://www.sapienspark.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=63&Itemid=54> Acesso em: junho 2011.

APÊNDICE 1. A ANÁLISE DAS FORÇAS E FRAQUEZAS DO MUNICÍPIO DE FLORIANÓPOLIS.

APÊNDICE 2. ANÁLISE DE AMEAÇAS E OPORTUNIDADES DO AMBIENTE EXTERNO AO MUNICÍPIO