

**Universidade Federal de Santa Catarina
Programa de Pós-Graduação em
Engenharia de Produção**

Miriam Pereira Cândido Lenzi

**IDENTIFICAÇÃO DAS PREFERÊNCIAS DE
ENTRETENIMENTO DO TURISTA NA ILHA DE SANTA
CATARINA**

Dissertação de Mestrado

Florianópolis

2005

Miriam Pereira Cândido Lenzi

**IDENTIFICAÇÃO DAS PREFERÊNCIAS DE ENTRETENIMENTO
DO TURISTA NA ILHA DE SANTA CATARINA**

Dissertação apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Engenharia de Produção da
Universidade Federal de Santa Catarina
como requisito parcial para obtenção
do grau de Mestre em
Engenharia de Produção

Orientadora: Prof^ª. Edis Mafra Lapolli, Dra.

Florianópolis

2005

Ficha Catalográfica elaborada por
– CRB –

Lenzi, Miriam Pereira Cândido

Identificação das preferências de entretenimento do turista na ilha de Santa Catarina/Miriam Pereira Cândido Lenzi. – Florianópolis, 2005.

106 f.: ilustr.

Orientadora: Édis Mafra Lapolli, Dra

Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, 2005.

1. Turismo. 2. Entretenimento. 3. Chuva. I. Lapolli, Édis Mafra. II. Universidade Federal de Santa Catarina. III. Título.

Miriam Pereira Cândido Lenzi

**IDENTIFICAÇÃO DAS PREFERÊNCIAS DE ENTRETENIMENTO DO TURISTA
NA ILHA DE SANTA CATARINA**

Esta dissertação foi julgada e aprovada para obtenção do grau de Mestre em Engenharia de Produção no Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 11 de fevereiro de 2005.

Prof. Edson Pacheco Paladini, Ph.D.
Coordenador do Programa

BANCA EXAMINADORA

Profa. Marialva Tomio Dreher, Dra.
Universidade Regional de Blumenau

Profa. Édis Mafra Lapolli, Dra.
Orientadora

Profa. Liane da Silva Bueno, Dra.
Universidade Federal de
Santa Catarina

Profa. Kerlei Eniele Sonaglio, M.Eng
Faculdades Integradas Associação
de Ensino de Santa Catarina

*Ao meu esposo,
Elon,
aos meus filhos
Pedro Henrique e Fernanda,
E ao meu pai,
Claudionor.*

Agradecimentos

Em muitos momentos da trajetória o sentimento fora de estar caminhando sobre uma corda bamba, tendo o compromisso de chegar ao outro lado, e muitas foram as mãos estendidas, por isso agradeço:

A minha orientadora Édis Lapolli; mulher sabia e maior exemplo de empreendedora que já conheci, pela oportunidade de retornar à academia e pela energia positiva que emanou a cada encontro de orientação, pessoa que sempre me fez acreditar que era possível.

Ao meu esposo Elon José Lenzi, amigo e companheiro, pelas sugestões sinceras, pela ajuda, por tudo de bom que me ofereceu diariamente e por seu equilíbrio que tornou o sonho possível.

Ao meu pai Claudionor que mesmo sem entender as etapas do processo me apoiou e esperou com paciência o momento em que tudo estaria “pronto”.

Aos meus filhos Pedro Henrique e Fernanda que mesmo sem saberem a magnitude do processo me viam incondicionalmente heroína.

Ao meu irmão Antonio Cândido e sua esposa M^a de Fátima, pelo incentivo e apoio na obra a quem tenho como exemplo de conquista e virtude.

A minha mãe M^a Alayde (im memoriam) que sempre vislumbrou algo a mais para os filhos.

A minha amiga e cunhada Regina que em muitos momentos me ouviu e encorajou.

A Castorina por ter apontado o caminho.

Ao meu cunhado Eloi, pelo suporte técnico, e a sua família pelo aconchego e solidariedade.

A minha família em geral e a cunhada Joseane, pelo aporte e atenção aos meus filhos nas saídas a campo e compreensão a minha ausência.

Aos amigos, Jaqueline e Flávio, Ana Lúcia e Alessandro que contribuíram com idéias e atitudes cordiais.

A Fernanda Ferrari pela atenção e a colega Liane pela ajuda na revisão do material.

A minha sobrinha Carolina e ao professor Paulo, pelo apoio com outros idiomas.

Aos Professores, Silvia M. Nassar e Luiz Carlos M. Cavalheiro pelo auxílio na compreensão à estatística.

Aos turistas entrevistados, com os quais aprendi tanto. E a energia que nos governa, coordena e ilumina, obrigada meu Deus.

“Eu não acredito que haja um desafio, em algum lugar do mundo, mais importante para as pessoas do que achar soluções para os problemas de nossas cidades. Mas, por onde começar? como podemos tentar resolver esse grande desafio?”

Walt Disney – 1966

Resumo

LENZI, Miriam P. C. **Identificação das preferências de entretenimento do turista na ilha de santa Catarina.** 2005. 99 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.

A presente pesquisa teve por objetivo identificar as necessidades de entretenimento, para os dias de chuva, do turista que visita a Ilha de Santa Catarina no verão. Foi um estudo descritivo realizado a partir de uma amostra de 901 turistas nacionais hospedados em hotéis, pousadas e camping no norte da Ilha de Santa Catarina. Para obtenção dos dados foi aplicado formulário no período de 03 de janeiro a 29 de fevereiro de 2004, contendo perguntas com respostas abertas e fechadas com as seguintes variáveis: motivo da vinda; tempo de permanência; meio de transporte empregado; tipo de grupo a que pertence; se já esteve em Florianópolis em tempo chuvoso, o que fez; como desejava ocupar seu tempo livre na Ilha caso chovesse. A análise dos resultados permitiu a caracterização do perfil demográfico dos turistas, da amostra, bem como as preferências de entretenimento para dias de chuva aos turistas entrevistados. Levantou-se quais opções de equipamentos de entretenimento que oferta a área de estudo. Finalizando, a partir da preferência dos turistas comparadas com as opções oferecidas no norte da Ilha, concluiu-se que não há um atendimento adequado às necessidades de entretenimentos para dias de chuva. Fato este que deve ser considerado pelas entidades públicas e privadas em futuros planejamentos.

Palavras-Chave: Turismo; Entretenimento; Chuva

Abstract

LENZI, Miriam P. C. **Identification of the alternative of entertainment of the tourist at Santa Catarina's Island**. 2005. 99 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.

This research had how objective to identify the needs of entertainment, for the rainy days, of the tourist who visits the Santa Catarina's Island in the summer. it was a study accomplished starting from a sample of 901 national tourists who stayed in hotels, "pousadas" and camping sites in the north of the Santa Catarina's Island. The data was obtained through the application of forms during the period of January 3rd until February 29th of the year of 2004. In these forms had questions with open and closed answers contends these variables: reason of the coming, time of permanence, transport used, group type which the tourist belongs, if he was already in Florianópolis when it was raining, what he did; how he would like to use his free time in the island if it was raining. The results analysis allowed the characterization of the tourists demographic profile, of the sample, and of the preferences of entertainment during rainy days for the tourists interviewees. Finalizing, starting from the tourists preferences comparing with the options offered in the north of the island, it is ended that the island don't have an appropriate attendance for the entertainment's needs in rainy days. This fact should be considered by the public and private entities in future plannings.

Key-words-: Tourism; Entertainment; Rain

Sumário

Resumo	2
Abstract.....	3
Lista de figuras.....	6
Lista de quadros.....	7
Lista de tabelas	8
Lista de abreviaturas e siglas	9
1 INTRODUÇÃO	14
1.1 Contextualização.....	14
1.2 Objetivo e metas.....	17
1.2.1 Objetivo	17
1.2.2 Metas	18
1.3 Justificativa e importância do trabalho	18
1.4 Estrutura do trabalho	19
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	21
2.1 Evolução do turismo	21
2.1.1 Turismo: definição e abordagem	24
2.2 Indústria turística e o lazer	31
2.2.1 A indústria turística	31
2.2.2 O turismo e o lazer	34
2.3 Florianópolis como destino turístico.....	40
2.3.1 Ilha de Santa Catarina.....	41

2.3.2	Turismo na Ilha de Santa Catarina.....	46
2.3.3	Importância do turismo na Ilha	60
2.3.4	Turismo de massa na Ilha de Santa Catarina	62
2.4	O empreendedor e o turismo.....	64
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	68
3.1	Caracterização da pesquisa	68
3.2	Delimitação da área de estudo	68
3.3	Coleta e organização de dados	69
4	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS	71
4.1	Perfil demográfico	71
4.2	Preferências do turista.....	77
5	CONCLUSÕES E SUGESTÕES PARA ESTUDOS FUTUROS	85
5.1	Conclusões	85
5.2	Sugestões para futuros estudos.....	86
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87
	APÊNDICES	94

Lista de figuras

Figura 1: Localização da área de estudo.....	42
Figura 2: Foto aérea da praia de Ingleses - ano de 1977 e 2002	45
Figura 3: Foto aérea da praia de Jurerê - ano de 1977 e 2002.....	46
Figura 4: Precipitação, insolação e temperatura médias mensais na região metropolitana de Florianópolis durante os anos de 2000 à 2003.....	52
Figura 5: Distribuição da amostra quanto ao gênero	71
Figura 6: Distribuição por faixa etária com intervalos constantes de 10 anos..	72
Figura 7: Distribuição amostral quanto às faixas etárias	73
Figura 8: Distribuição amostral quanto à atividade econômica.....	74
Figura 9: Distribuição amostral dos grupos.	74
Figura 10: Origem do afluxo turístico.....	75
Figura 11: Meios de transportes utilizados pelos entrevistados.	75
Figura 12: Forma de hospedagem dos entrevistados.	76
Figura 13: Preferências de entretenimento em tempo de chuva por faixa etária	82

Lista de quadros

Quadro 1: Classificação do turismo quanto à modalidade	29
Quadro 2: Classificação do turismo quanto ao tipo	30
Quadro 3: Classificação do turismo quanto à forma	31
Quadro 4: Relação dos distritos de Florianópolis por região e população	41
Quadro 5: Balneabilidade baseado na Fundação de Amparo ao Meio Ambiente	48
Quadro 6: Pontos positivos do turismo na Ilha de Santa Catarina.....	61
Quadro 7: Pontos negativos do turismo na Ilha de Santa Catarina.....	61
Quadro 8: Perguntas do formulário aplicado	70
Quadro 9: Definição dos termos empregados na tabulação das respostas de ocupação em tempos de chuva.....	79
Quadro 10: Definição dos termos empregados no questionário na pergunta referente ao desejo de ocupação do tempo disponível em Florianópolis, caso chova.....	81

Lista de tabelas

Tabela 1 - População da região norte e sede.....	45
Tabela 2 - Dados do afluxo turístico em Florianópolis	54
Tabela 3 - Meios de Transportes Utilizados	55
Tabela 4: Principais emissores nacionais.....	57
Tabela 5: (UHT) Unidades Habitacionais Turísticas.....	59
Tabela 6: Primeira vez que visitam Florianópolis?	72
Tabela 7 – Permanência média de turistas de grupos familiares com automóveis.....	76
Tabela 8: Motivo da vinda a Florianópolis	77
Tabela 9 - Incidência de chuva em períodos visitados anteriormente	78
Tabela 10 - Atividade em dias de chuva.....	78
Tabela 11 - Ocupação em dias de chuva.....	80
Tabela 12 - Preferências de entretenimento para dia de chuva, por faixa etária	80
Tabela 13: Equipamentos turísticos de entretenimento disponíveis nas praias do norte da Ilha.....	84

Lista de abreviaturas e siglas

Abreviaturas

AC	Antes de Cristo
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
PIB	Produto Interno Bruto
Séc.	Século

Siglas

CECCA	Centro de Estudos Cultura e Cidadania
DC	Jornal Diário Catarinense
DETRAN	Departamento Nacional de Trânsito
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
ENE	Escola de Novos Empreendedores
EPAGRI	Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina S.A
FATMA	Fundação de Amparo ao Meio Ambiente
FIPE	Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPUF	Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
PMF	Prefeitura Municipal de Florianópolis
SANTUR	Santa Catarina Turismo S/A
SETUR	Secretaria de Turismo Cultura e Esportes da Prefeitura Municipal de Florianópolis
SHRBS	Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

De acordo com Andrade (1998, p.38), “Turismo é o complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento”.

O turismo é uma atividade socioeconômica de relevância mundial e segundo Lins (1993) consolidou-se a partir do período após a segunda guerra mundial, quer em termos de contingentes envolvidos, quer em nível de resultados econômicos. “Percebia-se também que o Brasil inseriu-se de modo cada vez mais positivo nessa tendência global” (p.98).

Em Santa Catarina, neste contexto, cada região do Estado procurou seu potencial turístico e medidas foram tomadas para o desenvolvimento e exploração deste mesmo potencial.

A promoção do “pacote” turístico do estado, abrange entre outras regiões, a região da grande Florianópolis que integra a Ilha de Santa Catarina, considerada a porta de entrada do turismo no estado. Segundo dados da SANTUR - Santa Catarina Turismo S/A (2004) (Órgão estadual responsável pelo turismo de Santa Catarina), o afluxo de turistas nos últimos dez anos tem mantido um crescimento médio de 6,2% ao ano.

A grande maioria dos turistas que visitam a Ilha de Santa Catarina se desloca em família no período de janeiro e fevereiro. Durante este período, o número de visitantes segundo dados da SANTUR (2002) chegou a 370.627 em 2002. Sendo que a população fixa de acordo com os dados do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2002), é de 360.601 habitantes. O que demonstra um aumento considerável na população local.

Para Lago (1996, p.65) o turista de uma forma geral tem as seguintes características:

Possuem tempo livre para o lazer e reservas econômicas que lhes

possibilitem o acesso às regiões turísticas e ao consumo do que elas oferecem, buscam na atividade turística, a quebra da rotina do trabalho e do cotidiano. Procuram o típico, o diferente.

Ao procurarem o típico, as pessoas que visitam a Ilha de Santa Catarina no verão, se instalam em comunidades praianas. Na região norte da Ilha o típico está representado por praias calmas de águas “quentes”, onde se concentram as oito praias (Daniela, Jurerê, Canasvieiras, Cachoeira do Bom Jesus, Ponta das Canas, Praia Brava, Ingleses, Santinho) mais procuradas para o lazer balneário na Ilha. Conforme dados do SHRBS - Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis (2004), a região norte oferece 76% das unidades habitacionais turísticas distribuídas pelas praias e é a região com o maior número de investimentos da indústria do turismo.

O crescente número de visitantes que desfrutam o verão em Florianópolis a cada temporada tem sido significativo. Este aspecto faz do turismo da Ilha uma atividade estrategicamente importante para a economia da região, que vê no turismo um agente gerador de atividade e renda. Conforme Lago (1996, p.65):

A população turística tem a característica de ser essencialmente consumidora, o que se traduz em geral por um aquecimento das transformações comerciais e pelo aumento da oferta de empregos nos estabelecimentos que prestam os serviços usufruídos por ela.

Os turistas que procuram e freqüentam Florianópolis, são em grande parte, veranistas que desejam aproveitar seus tempos livres seduzidos pela propaganda do “sol e do mar”. Cada qual com necessidades que lhes são peculiares, sendo assim para que haja um ajuste da oferta à demanda, basta que o clima permaneça estável e ensolarado.

O cenário é harmonioso enquanto o sol se faz presente; tudo acontece com muita tranqüilidade, atendendo as expectativas dos visitantes que procuram desfrutar a beleza natural com o tempo ensolarado e do trabalhador que tem o consumidor presente “ali” na praia. Os veranistas permanecem nas praias quase o dia todo, entretêm suas famílias e descansam; restabelecem suas energias. Degustam produtos oferecidos na própria praia e quando o sol se põe; aproximadamente 20 horas, vão para suas habitações. Alguns ainda saem para jantar na própria localidade e para caminhar conhecendo o comércio local. Outros por estarem tão

cansados e satisfeitos com o dia perfeito de praia, nem saem de onde estão hospedados; jantam e vão repousar esperando desfrutar tudo novamente ao amanhecer.

Todavia, segundo dados registrados pela EPAGRI - Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina S.A (2004) a média dos índices pluviométricos dos anos 2000 a 2003, revelaram ser nos meses de janeiro (193,67 mm) e fevereiro (234,05 mm) que mais chove na região da Grande Florianópolis durante o verão, justamente quando a Ilha de Santa Catarina recebe mais turistas.

Sendo assim, quando chove dias seguidos, o visitante hospedado na Ilha por não poder desfrutar do sol e as praias como gostaria, busca alternativas de entretenimentos que são divulgados pela SANTUR (2004, p.26):

A capital de Santa Catarina apresenta conforto e agitação de centro urbano desenvolvido, ao mesmo tempo em que proporciona um contato íntimo com a natureza. Mar, morros e porções da Mata Atlântica em ótimo estado de conservação compõem um cenário deslumbrante. A herança dos colonizadores açorianos acrescenta charme e história às belas paisagens, tornando a cidade um centro de turismo de nível internacional.

Os turistas se deslocam ao “distrito sede” da ilha, para conhecer e fotografar a história da capital sugerido pelo encarte promocional da Secretaria de Turismo Cultura e Esportes da Prefeitura Municipal de Florianópolis (SETUR, 2004), em que diz que “Florianópolis tem muita história para contar”, “riqueza gastronômica” e “é o destino certo para qualquer evento”, divulgados pela mídia.

No deslocamento em busca de entretenimentos, os veículos dos turistas enfileirados congestionam as vias de acesso que não estão preparadas para atender o fluxo de automóveis do turismo em massa. Eles estacionam seus veículos com dificuldade; visto que a disponibilidade de estacionamento no centro da cidade da Ilha não atende sequer a população local. Visitam o centro histórico da capital e lamentam não ter guias contratados pelos órgãos gestores para explicar o sentido da história dos casarões e monumentos. Quando não, procuram visitar os museus e se deparam com portas fechadas. Azevedo (2001, p.10) analisa os postos de informações turísticas de Florianópolis e faz o seguinte comentário em relação a um posto situado no centro da cidade:

O que se pode perceber é que o Posto da Praça XV de Novembro (de

informação) não está bem instalado, além de não haver placas visíveis às pessoas, e não oferecendo, ainda, nenhuma estrutura que facilite ao turista uma locomoção ao Posto, como estacionamento, segurança, policiamento no local, dificultando ainda mais o bom receptivo”.

Outras opções de entretenimento nos dias chuvosos são passeios a grandes shoppings e salas de cinema. Florianópolis atualmente oferece dois shoppings, sendo que um está próximo do centro da cidade (30km das praias do norte) e o outro no continente (40 km das praias do norte).

Numa reportagem publicada no Jornal Diário Catarinense – DC (2003, p. 19), pode-se perceber como o turista se sente: “a gente sai de São Paulo para pegar engarrafamento aqui! [...] parece mentira que na capital do estado só tenha três cinemas”.

O fenômeno turístico que se expande naturalmente em Florianópolis, devido a sua magnífica vocação natural, tem sido fomentado nas últimas décadas e a comunidade local vem exigindo maior reação dos gestores na sistematização do atendimento aos visitantes nas temporadas de verão. O despreparo na condução dos entraves; nos dias de chuva na Ilha, assola a população local que necessita “tocar” sua vida cotidiana e que não se vê envolvida diretamente com os benefícios do Turismo. Quando chove na alta temporada de verão, o morador da cidade gasta muito mais tempo para deslocar-se na sua cidade, e tem que concorrer com os turistas às vagas no centro da cidade para estacionarem seus veículos.

Diante das questões apresentadas anteriormente, pergunta-se: o receptivo turístico de Florianópolis está pronto para atender as expectativas, quanto a entretenimentos dos turistas na Ilha de Santa Catarina em dias de chuva nas temporadas de verão?

1.2 Objetivo e metas

1.2.1 Objetivo

Identificar as alternativas de entretenimento adequadas, para os dias de chuva, do turista que visita a Ilha de Santa Catarina no verão.

1.2.2 Metas

- Aplicação de formulário aos turistas nacionais hospedados nas praias no norte da Ilha de Santa Catarina durante a temporada de verão; descrevendo o seu perfil demográfico;
- Identificação da expectativa dos turistas de como gostariam de ocupar seu tempo disponível em dias de chuva em Florianópolis, a partir de análise estatística;
- Identificação de opções de entretenimento para dias de chuva nas comunidades praianas do norte da Ilha de Santa Catarina;

1.3 Justificativa e importância do trabalho

O desenvolvimento do fluxo turístico no estado; mais precisamente na Ilha de Santa Catarina, tem evoluído com mais rapidez do que o crescimento de infraestrutura para atendê-lo, gerando alguns entraves no receptivo turístico de Florianópolis.

Esta questão requer estratégias de médio e longo prazo para garantir a imagem de Florianópolis como local de referência para opções de Lazer. Fazem-se necessárias atitudes empreendedoras na região norte da Ilha, pois o paradigma de que ao turista basta desfrutar apenas dos entretenimentos naturais que a Ilha de Santa Catarina oferece, precisa ser revisto.

A alternativa encontrada por gestores do turismo em Santa Catarina para estes dias é “vender” Florianópolis também como referência cultural, e esforços têm sido empreendidos nesta idéia. Entretanto a estratégia de promover Florianópolis culturalmente ainda não está funcionando. O acervo histórico-cultural de Florianópolis precisa ser mais bem estruturado. Conhecer o histórico da Ilha de Santa Catarina, hoje é uma opção de entretenimento que pode melhor estruturar-se para atender aos visitantes em dias de chuva na temporada de verão.

Se Florianópolis quer se tornar um referencial na “indústria de lazer”, deve ater-se ao quanto deixa a desejar quando a demanda carece de atividades quando estão impossibilitados de ir a praia (principal atrativo). Deve preocupar-se de como se

sente o visitante que procura o produto oferecido, fora praia, e não encontra. Ou pior, encontra um total despreparo da oferta do produto que acaba gerando uma propaganda negativa devido o descontentamento.

Com este trabalho buscou-se ouvir os turistas visitantes na temporada de verão 2004 na Ilha de Santa Catarina, para saber como gostariam de ocupar seu tempo disponível em dias de chuva. E caso os visitantes entrevistados já tenham estado aqui anteriormente em dias de chuva, ouvi-los de como se sentiram quanto ao preparo do receptivo turístico para atendê-los. Investigar-se-á o que oferece Florianópolis neste sentido e por fim propor-se-á atitudes empreendedoras que possam auxiliar o receptivo de Florianópolis na oferta de entretenimentos para dias de chuva aos turistas hospedados na Ilha de Santa Catarina.

1.4 Estrutura do trabalho

Este trabalho está dividido em cinco capítulos que reúnem conhecimentos voltados ao fenômeno turístico. No primeiro capítulo situa-se o leitor no problema que é o motivo da pesquisa, a sua importância, bem como o objetivo, as metas a serem alcançadas e a metodologia aplicada.

No segundo capítulo, apresenta-se o fundamento teórico da pesquisa, mediante revisões literárias acerca do fenômeno turístico. Primeiramente o leitor é situado em relação à evolução histórica do turismo e dos estudos desenvolvidos na área; tais como: conceitos; classificação; relação homem-espaço-tempo. A seguir é focalizada a razão empresarial do fenômeno turístico como indústria voltada ao lazer, em que são apresentadas as definições técnicas e a relação da demanda com a oferta do setor. É feita uma apresentação detalhada da região da pesquisa propriamente dita, trazendo suas características geográficas e potenciais turísticos. Na última seção são apresentadas as características do empreendedor e as oportunidades de investimentos em equipamentos de entretenimentos para atuação do receptivo turístico e mídia de promoção, variações climáticas e o contraste de cenário dos dias de sol e dias de chuva.

No terceiro capítulo, apresenta-se a metodologia que foi aplicada, contendo a caracterização da pesquisa, a amostragem, os instrumentos utilizados na coleta de

dados e o modo como os dados foram coletados, tabulados, trabalhados na estatística e analisados.

No quarto capítulo, apresenta-se e discutem-se os resultados obtidos através da pesquisa, tendo como suporte os fundamentos teóricos descritos no segundo capítulo.

No quinto e último capítulo é feita a apresentação das conclusões, bem como as sugestões para estudos futuros.

Finalmente, é apresentada a bibliografia utilizada para o desenvolvimento do trabalho, bem como os apêndices.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Evolução do turismo

Na história da evolução da humanidade a atividade turística aparece atrelada à necessidade do homem de ir e vir, fenômeno que ocorre desde tempos remotos até a atualidade. O estudo do fenômeno turístico é perene e segue compreendendo os motivos das viagens, acompanhando a evolução tecnológica das condições de deslocamento e hospedagem, atento aos efeitos da trajetória e permanência dos viajantes no meio ambiente.

Os sentidos das viagens realizados ao longo dos tempos revelam significados distintos, conforme Paiva (1995, p.17):

O interesse dos homens pelas viagens data da Antigüidade, sendo os motivos mais variados, de acordo com o momento histórico: econômico (descobrimto e conquista de novas terras), religiosos, culturais (deslocamentos dos filósofos e artistas), esportivos que também eram políticos (os jogos olímpicos) e totalmente políticos (acordos, tratados, reafirmação das soberanias).

Para Rodrigues (1999, p.81), “A viagem, motivada pela necessidade de conquista e de poder, movimentou grande fluxo de pessoas durante toda a história da humanidade, tais como as invasões dos bárbaros, as cruzadas, os grandes descobrimentos.”

Desde muito tempo as pessoas deixavam temporariamente os locais onde moravam, indo à lugares perto ou longe de suas moradias e depois voltavam. Pelos mais diversos motivos o homem sempre viajou: seja na Grécia Antiga (776 AC) devido aos jogos olímpicos; ou por lazer (espetáculos circenses e lutas), comércio e conquista de outras regiões como acontecia com os Romanos. No século VI existiram as peregrinações religiosas, os cristãos e os maometanos rumavam em direção a Roma e Jerusalém e este interesse religioso é o grande motivador das longas viagens, durante a Idade Média (séc. V até XV). Em 1271, Marco Pólo e seus familiares vão do continente europeu ao asiático, viajam da Itália (Veneza) à China, por motivos comerciais (OLIVEIRA, 1998).

As viagens vão se tornando maiores e mais ousadas, em 1492 com a tomada de Constantinopla pelos turcos, movidos pela necessidade de encontrar novos caminhos para o extremo oriente, começavam as viagens transoceânicas; os barcos foram os grandes meios de transporte. Na seqüência acontecia a descoberta do novo continente (América), pelos portugueses e espanhóis, despertando considerável curiosidade e interesses econômicos nos demais europeus (OLIVEIRA, 1998).

Para Andrade (1998, p.15), naqueles tempos:

Viajar era difícil e muito arriscado. Quase sempre perigoso, por causa do desconhecimento a respeito da terra, dos animais e das próprias pessoas, além de surpresas desagradáveis cujas dificuldades se encontravam mais na fantasia e no medo do que na realidade dos fatos.

O comércio entre a Europa e o Extremo oriente continuava crescendo, no século XVI as viagens eram cada vez mais freqüentes, e com a constância das viagens aumentam as necessidades de hospedagens e transportes, entre outras. Atendendo a demanda carente de infra-estruturas turísticas, com isso surge no continente africano, no Egito (Cairo), o primeiro hotel do mundo; o *Wekaçet-Al-Ghury* (TRIGO,1996).

No século XVII jovens estudantes ingleses, atendiam as exigências dos importantes e ricos aristocratas, viajando pela Europa (*Grand Tour*), na época passear com tutores conhecendo os países vizinhos e a cultura greco-romana, era condição indispensável para aqueles que se diziam detentores do saber. Segundo (OLIVEIRA, 1998), a viagem era tida como um aprendizado, considerada fator indispensável para uma boa educação.

Na analogia de (LAGE e MILONE, 2000), a viagem é vista como uma ação, expressando a condição da vida econômica e social dos homens no decorrer das épocas e civilizações.

Em Manchester (Inglaterra) no início do século XVIII surge a Revolução Industrial; marco propulsor de um capitalismo organizado, o “olhar” humanista é evidenciado, a partir de então, a diplomacia toma espaço e o domínio das classes sociais não é mais pela força. Os trabalhadores reivindicam melhorias, redução nas jornadas de trabalho, querem mais tempo para o lazer. A renda é distribuída com mais justiça entre a população, surge uma classe econômica intermediária entre os

ricos e os pobres. Criam-se leis regularizando jornadas de trabalho nas indústrias, ao trabalhador é concedido o direito a períodos de descanso (férias), assim a população passa a viajar mais. Entretanto as viagens eram voltadas primordialmente para os homens e não para as mulheres (OLIVEIRA, 1998).

“Com a consolidação da indústria, cada vez mais existiam indivíduos em condições de viajar e as viagens entraram num processo de grande escala. Surgiram os pacotes do turismo de massa” (PAIVA, 1995, p.18).

No final do séc. XVIII e todo o séc. XIX surgia uma nova motivação para o turismo, conforme descreve Oliveira (1998, p 24):

Chegamos ao séc. XIX, período que o turismo tomou novos rumos, entrou na etapa do chamado “turismo romântico”. As pessoas passaram a apreciar a natureza.[...] O novo comportamento humano foi decorrente da deterioração da qualidade de vida nos grandes centros urbanos e industriais, que desgastavam psicológica e fisicamente. Os habitantes passaram a necessitar de períodos de descanso para recuperar as forças perdidas, contemplação da natureza, a apreciação das paisagens naturais e a necessidade do descanso.

De acordo com Trigo (1996, p.20):

Nas sociedades pós-industriais o turismo, juntamente com o lazer, a cultura, as artes, o esporte e a preocupação com a qualidade de vida, desenvolveram-se a cada ano, ganhando sempre mais espaço nos meios de comunicação, nos negócios internacionais, no interesse e no cotidiano das pessoas.

Vivia-se neste período profundas e decisivas transformações no âmbito econômico, político, social e cultural, o desenvolvimento tecnológico nos meios de transportes, e comunicação deu nova roupagem ao turismo no séc XIX, aqueles que trabalhavam no ramo do turismo deflagravam ganhos econômicos (TRIGO 1996).

A Europa concentra muitos países que contribuíram na evolução sócio-cultural da humanidade, apresentando situações na história de comunidades que preconizam as operações dos sistemas de deslocamentos individuais e coletivos, relatos e sugestões de roteiros, bem como equipamentos de transportes que viabilizam as viagens.

Compondo uma sucinta retrospectiva da história do século XX, Trigo (1996, p.98), diz que “mais precisamente a partir da década de cinquenta, analisa de forma

geral a complexidade do mundo atual e percebe que existia uma grande expectativa em relação ao desenvolvimento do turismo nos anos que se seguiam”.

É certo que o turismo teve grande baixa no período compreendido entre os anos de 1920 à 1950, devido as grandes Guerras Mundiais, pois a população não podia gastar em viagens, entretanto quando a II Guerra acabou houve grande retomada do setor turístico, principalmente pelos avanços nos meios de transporte, por exemplo, o avião como meio de transporte coletivo. Segundo Trigo (1996, p.17), “O turismo começou a se organizar em meados do século XIX, porém apenas a partir da década de 1950 é que se transformou em uma atividade de massa bastante significativa, em termos socioeconômicos e culturais”

Conforme Paiva (1995, p.33):

Certamente o turismo despontará como uma das maiores atividades socioeconômicas do século XXI, em virtude da necessidade de integração do homem do futuro à sociedade e consigo mesmo e à disponibilidade de tempo. O turismo, como uma forma de lazer, configurar-se-á como atividade da chamada sociedade pós-industrial.

A compreensão dos fatores que abarca o turismo torna-se assunto de estudo e progride cada vez mais, tendo o tema, estudiosos que contribuem na caracterização e relevância do turismo.

2.1.1 Turismo: definição e abordagem

O fenômeno do deslocamento dos indivíduos na prática de ir e vir, a algum lugar, motivados por interesses próprios e distintos gerou classificações no turismo que vem sendo observado e estudado há decênios. Todavia é a partir do final do séc XIX que as pesquisas se tornaram mais intensas, visões específicas passaram a substituir visões generalistas e as relações entre meio ambiente, produtos, comércio e serviços começaram a ser evidenciadas, surgindo assim escolas, que tendo como objeto de estudo este fenômeno, abordavam-no de formas diferenciadas. Visto por Lage e Milone (2000, p.12) como:

Um tipo de serviço à disposição dos homens da sociedade industrial moderna, que integra a vida de todas as nações e contribui de maneira significativa em todos os setores, tornando-se imprescindível às atividades

econômicas do século XX

Por muito tempo a viabilidade econômica sustentou a importância do turismo. A partir de dado momento começou a se perceber que o turismo envolvia relações sociais entre pessoas que vinham de algum lugar, por algum caminho, utilizando algum meio de transporte e se estabeleciam temporariamente em outro lugar. Lá no seu destino encontravam e conviviam temporariamente com pessoas naturais daquele lugar. Paralelamente aos ganhos, destes lugares que viviam o fenômeno de forma bem mais complexa (atendimento às necessidades básicas dos visitantes), e as repercussões na sociedade e no meio ambiente eram mais notórias.

Estas constatações, determinam a inclusão de novas questões a serem estudadas, tais como: o tráfego, o tempo de permanência da pessoa no lugar de destino, os motivos da viagem, as necessidades psicofísicas, enfim múltiplas facetas que deveriam ser abordadas na indústria do turismo.

Com o desenvolvimento do turismo, a sua conceituação também vai se ampliando. O que pode ser constatado partindo da definição da escola européia que define turismo como o “Movimento de pessoas que abandonam temporariamente o lugar de residência permanente por qualquer motivo relacionado com o espírito, o corpo ou a profissão”, (Schwink, *apud* BARRETTO, 1995, p.10), à definição de Morgenroth que considerando o âmbito humano ao definir o turismo como:

Tráfego de pessoas que se afastam temporariamente do seu lugar fixo de residência para deter-se em outro local com o objetivo de satisfazer suas necessidades vitais e de cultura ou para realizar desejos de diversas índoles, unicamente como consumidores de bens econômicos e culturais.

A definição de De La Torre (1992, p.19), que associa a recreação como atividade fundamental no turismo,

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Para Organização Mundial de Turismo (OMT) (*apud* BARRETTO, 1995, p.12), organismo que serve como fórum global para assuntos e políticas de turismo, a definição de turismo sob o ponto de vista formal, é a “soma de relações e de

serviços resultantes de um câmbio de residência temporária e voluntária motivado por razões alheias, a negócios ou profissionais”. No ano de 2003 a OMT complementa, “o turismo compreende as atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente habitual, por não mais de um ano consecutivo para lazer, negócio ou outros objetivos” (*apud*, DREHER, 2004, p.34).

No Brasil pode-se dizer que o estudo do turismo é recente quando comparados aos países europeus, no entanto o estudo do turismo vem despertando o interesse de muitas áreas de conhecimento no meio acadêmico.

Conforme Andrade (1998, p.12) independente da área que se estude o tema, os interessados devem conhecer os fundamentos do fenômeno.

Antes de qualquer disposição teórica a respeito do turismo, do turista, dos recursos humanos e dos equipamentos considerados turísticos, deve-se estabelecer o seguinte princípio: *o homem, o espaço e o tempo* constituem os três pré-requisitos para qualquer reflexão equilibrada a respeito do fenômeno, cuja anatomia conjuntural e sintônica compõe de modo compulsório, porque sem sua tríplice existência e sua permanente concorrência não há possibilidade alguma de existir, lógica e ontologicamente, qualquer manifestação do fenômeno turístico.

Seguindo o raciocínio, WAHAB (1991) destaca estes três elementos (homem, espaço e tempo) como básicos na anatomia do fenômeno turístico:

O homem - autor do ato do turismo, o elemento humano, que neste estudo será tratado por turista que conforme Andrade (1998, p.43):

Turista é a pessoa que, livre e espontaneamente, por período limitado, viaja para fora do local de sua residência habitual, a fim de exercer ações que, por sua natureza e pelo conjunto das relações delas decorrentes, classificam-se em algum dos tipos, das modalidades e das formas de turismo.

Ainda para Andrade (1998, p.11), o turista dependendo do tipo de relação social passa a ter várias denominações:

Até hoje, o turista é considerado hóspede pelo hoteleiro, viajante pelo transportador, forasteiro pelos policiais, freguês pelos comerciantes e cliente pelos agentes de turismo e viagens.

O espaço - elemento físico, coberto pelo próprio ato turístico, local onde o turista está se hospedando, e onde se encontram:

Equipamentos turísticos – representam o conjunto de edificações, de

instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. (BENI, 2004, p.329);

Recursos turísticos que são aquela *matéria prima* com a qual podemos planejar atividades turísticas. Dividem-se em dois grandes grupos: naturais (que já existiam na natureza antes da intervenção do homem) e culturais (criados pelo homem, seja a partir da natureza ou de qualquer outra atividade humana) (BARRETTO, 1996, p.53);

Equipamentos de apoio – são aquelas instalações que existem para atender outras necessidades da comunidade, porém são de muita utilidade (algumas imprescindíveis) para o turismo. Postos de gasolina, rede gastronômica, rede de diversões, hospitais, farmácias, bancos, casas de câmbio, lojas de *souvenirs* e de objetos afins ao local (maiôs na praia, esquis na montanha) (BARRETTO, 1996, p.52).

Guimarães (2002, p.28) classifica os equipamentos de serviço turístico da seguinte forma:

- **Meios de hospedagem:** Hotel (padrão), hotel de lazer, hotel-residência ou *suíte service*, hotel clube, hotel de saúde / spa, hotel fazenda, eco hotel, hotel em terminal de transporte, *lodge* (alojamento individual isolado), motel, *timeshare*, pensão, pensionato, colônia de férias, hospedarias, albergue de turismo, pousada, parador, apart-hotel, *flat*, acampamento de férias, acampamento turístico (*camping*), imóvel locado, segunda residência, quartos leitos (avulsos) em casas de família ou estabelecimentos não-convencionais de alojamento, alojamento de turismo rural.
- **Serviços de alimentação:** Restaurantes, bares, cafés, lanchonetes, casas de chá, confeitarias, cervejarias, casas de sucos e sorvetes, quiosques de praia ou campo.
- **Recreação e entretenimento:** Terminais de turismo social e de lazer (ou também terminais balneários), parques de diversões, parques, jardins, praças, clubes, pistas de esqui, patinação, *motocross* e *bicicross*, estádios, ginásios, hipódromos, autódromos, kartódromos, marinas, atracadouros, mirantes, belvederes, parques temáticos, campos de golfe, quadras de esportes de aluguel, boates e danceterias, casas de espetáculos, casas de samba e gafieiras, escolas de samba, cinemas/teatros.

- **Outros serviços turísticos:** Agência de viagens e turismo, agências de turismo, transportadoras turísticas, centros de informação turística, centrais de informação turística, locais de informações turísticas, locadoras de imóveis, locadoras de veículos, postos de gasolina, oficinas de serviços autorizados e concessionárias de veículos nacionais e importados, lojas de artesanato e *souvenires*, *shopping centers* / centros comerciais, galerias de arte e Antigüidade, butiques e lojas de *grife*, casas de câmbio, instituições bancárias, centros de convenções e congressos, parques e pavilhões de exposições, auditórios e outros.

Barretto (2001, p.33) define este espaço como “centro turístico” que é o “Aglomerado urbano que tem dentro de sua área ou dentro de seu raio de influência atrativos turísticos capazes de motivar uma viagem especial”. Neste centro turístico ou núcleo receptor estão as instalações básicas para atender ao turista.

O tempo - elemento temporal que é consumido pela própria viagem e pela estada no local de destino. Este tempo subentende-se que o turista irá ocupar com atividades que lhe tragam prazer e condições de felicidade.

A interação dos três elementos se dá a partir do ato de viajar, que para Oliveira (1998, p.34) viajar “seria o ato de deslocar-se temporariamente de um lugar para outro, sempre com intenção de retornar, de voltar à origem”. O homem precisa sair para dar existência à viagem, e sempre que se movimenta o faz no espaço, e. para deslocar-se consome ou utiliza determinada quantidade de tempo que esta intimamente relacionado com a distância que pode ser feito em maior ou menor tempo, dependendo da velocidade maior ou menor dos veículos ou dos meios de transporte.

Mas por que o homem viaja? Algum interesse há. A resposta desta questão vem sendo procurada desde que se observou, que o homem dispõe de tempo para viajar (lazer) e potencial econômico, e que fomentar a prática do fenômeno turístico auxilia o desenvolvimento socioeconômico e cultural mundial. De acordo com Arrillaga (*apud* BARRETTO, 2001, p,64):

As motivações para viajar podem ser várias:

Desejo de viajar por viajar;

Desejo de fazer coisas que implicam uma viagem;

Desejo de viver novas experiências para quebrar a monotonia;

Busca da felicidade.

Conforme Wahab (1991, p.07), “numerosos fatores tanto internos quanto externos influenciam enormemente a decisão tomada por uma pessoa de participar de uma atividade turística”. Sendo assim os estudiosos partem para a compreensão das modalidades do turismo que conforme Barretto (1996, p.49), “dadas as múltiplas facetas e aspectos que apresenta o turismo, é possível fazer muitas classificações [...]”. Para melhor compreensão destas múltiplas facetas tipológicas apresenta-se um quadro no qual a cada critério correspondem determinadas classificações:

O turismo pode ser classificado conforme suas modalidades, tipo e formas, como pode ser visto nos quadros 1, 2 e 3 a seguir.

Quadro 1: Classificação do turismo quanto à modalidade

Classificação	Descrição
Interno	Oferta de atividades especializadas de natureza turística que os habitantes de um país usufruem sem deixar o território nacional;
Externo	Complexo de atividades turísticas além do território do país de residência do turista, onde temporariamente são consumidos bens e serviços;
Receptivo	Interno e externo, diz respeito ao núcleo emissor de turistas, porém, quando o núcleo emissor é um país estrangeiro, o país que acolhe o visitante é chamado de receptivo;
Intermediário	Acontece de forma sistemática e permanente nos logradouros existentes entre pólos emissores e receptores;
Quantitativo	Compete ao turismo em suas dimensões numéricas, quantitativas ou volumétricas; de minoria ou de massa

Fonte: adaptado de (BARRETTO, 1996; OLIVEIRA; ANDRADE , 1998)-

Dentre as modalidades do turismo, Andrade, (1998, p.54) observa o surgimento da distinção real entre turismo de minorias (de elite) ou turismo de massas. “A separação distintiva se efetua levando-se em consideração referências relativas ao poder aquisitivo e ao requinte dos próprios bens e serviços de natureza turística”. Para Andrade (1998, p.55):

O turismo de elite ou turismo de minorias se caracteriza pelo maior conforto das programações e dos serviços e pela seletividade decorrente das motivações de viagens ou do poder econômico e financeiro, que levam a gastos maiores e propiciam maior seleção de alternativas ou opções, de acordo com a vontade e a determinação do turista e não conforme a discriminação dos pacotes e os desejos dos agentes de turismo e viagens, cuja tendência principal consiste em viabilizar o aumento de seus lucros

pelo volume e não pela qualidade da clientela.

Como turismo de massa, Andrade (1998 pp.56-57), define:

O turismo de massa, também chamado de turismo de maiorias ou turismo da burguesia, se efetua através dos representantes das classes médias assalariadas e de empresários de médio e pequeno portes, com os frutos de seus salários ou os rendimentos de seu limitado capital. Efetua-se em programações individuais e grupais ou através da aquisição de programas e pacotes de viagens de bom nível, que oferecem conforto razoável e dispensam excessivos gastos com aquisição de bens e serviços supérfluos.

Quanto ao tipo do turismo, classifica-se o fenômeno de acordo com o quadro 2, e quanto à forma de acordo com o quadro 3.

Quadro 2: Classificação do turismo quanto ao tipo

Classificação	Descrição
Férias	Expresso como garantia de um turismo intensivo, devido a seqüência de dias disponíveis ao lazer e ao repouso. Constituem-se num dos pontos mais altos da lucratividade turística;
Cultural	Abrange as atividades que se efetuam através de deslocamentos para a satisfação de objetivos com relação a emoções artísticas, científicas, de formação e de informação nos vários ramos existentes;
Negócios	É o conjunto de atividades de viagem, hospedagem, alimentação e lazer praticado por aquele que viaja a negócios referentes tanto a atividades comerciais como industriais;
Desportivo	Referem-se a todas as atividades de viagens com vistas a participação em eventos desportivos, no país ou no exterior;
Saúde	Também conhecido como turismo terapêutico ou de tratamento, refere-se ao conjunto de atividades turísticas que as pessoas exercem para adquirir boa saúde física e psíquica;
Religioso	Conjunto de atividades que envolvem a realização de visitas a receptivos que expressam sentimentos místicos ou suscitam a fé, a esperança e a caridade aos crentes;

Fonte: adaptado de (BARRETTO, 1996; ANDRADE, 1998).

Quanto à duração o turismo pode ser classificado como: excursionista, de fim de semana, de férias ou de tempo indeterminado. Quanto ao objetivo ou motivação, o turismo pode ser tido como: descanso, lazer, cura, gastronômico, religioso, de eventos entre outros. (BARRETTO, 1996;ANDRADE, 1998).

Quadro 3: Classificação do turismo quanto à forma

Classificação	Descrição
Individual	Também conhecido como turismo particular ou autofinanciado, refere-se ao conjunto de atividades necessárias ao planejamento e execução de viagens, sem o intermédio de agências de viagem ou entidades turísticas;
Organizado	É o conjunto de atividades turísticas programado, administrado e executado por agências de turismo, associações, entidades de classe, clubes ou outra organização envolvendo um grupo de pessoas;
Social	Um tipo de turismo organizado para pessoas de camadas sociais cujas rendas, sem a ajuda de terceiros, não lhes permitiriam a programação de viagens. Geralmente, diz respeito a colônias de férias de associações, de entidades de classe, de empresas ou albergues que funcionam com recursos governamentais ou fundos especiais;
Intensivo	Refere-se ao conjunto de programas turísticos em que as pessoas permanecem hospedadas num único local, mesmo que efetuem excursões e passeios a outros locais;
Extensivo	Refere-se a hospedagem e o conjunto de atividades em um mesmo núcleo, com a duração de pelo menos três semanas. Esta modalidade exclui as excursões e passeios a outros receptivos;
Itinerante	Envolve uma série de permanências em lugares diversos, ou seja, compõe-se de visitas ao maior número possível de núcleos receptivos, em uma única viagem, com estada curta nos locais visitados.

Fonte: adaptado de (BARRETTO, 1996; OLIVEIRA; ANDRADE, 1998)

2.2 Indústria turística e o lazer

2.2.1 A indústria turística

Cada núcleo receptor apresenta uma certa identidade conforme a sua oferta (modalidade e tipo) concordando com a objetividade da demanda (tipo e forma). Segundo Lage e Milone (2000, p. 50):

A oferta turística pode ser definida como o conjunto de atrações naturais e artificiais de uma região, assim como de todos os produtos turísticos à disposição dos consumidores para satisfação de suas necessidades.

A demanda por sua vez para Lage e Milone (2000, p.36), “pode ser definida como a quantidade de bens e serviços turísticos que os indivíduos desejam e são capazes de consumir a um dado preço, em um determinado período de tempo”. Cabendo à

indústria do turismo adequar os produtos e serviços à demanda, intermediando o processo oferta e procura.

Para Barretto (1996, p.49), falar em indústria turística, é limitar o turismo às atividades relacionadas com a transformação do ambiente e da paisagem, para ela:

Existe uma indústria vinculada ao turismo assim como serviços a ele ligados. Existem, portanto, bens e serviços turísticos. Tanto um como outro exercem na economia um efeito multiplicador, gerando empregos, impostos e originando uma rede de serviços de apoio as mais variadas áreas que movimentam recursos materiais e humanos. É por esse efeito multiplicador diversificado que o turismo é visto como um grande investimento.

A título de esclarecimento, conta-se com a colaboração de Wahab, (1991, p.4) que:

A expressão “Indústria do Turismo” poderia ser considerada uma denominação estranha para aqueles que acreditam na definição clássica de indústria, que se caracteriza por ser um processo através do qual uma matéria é transformada num produto, visando o aumento da riqueza. A conglomeração de meios financeiros, técnicos e humanos é um corolário necessário deste processo. Esta definição clássica de indústria deu lugar a uma abordagem mais moderna da definição de indústria, como um grupo de empresas produzindo bens idênticos, isto é, que o consumidor encara como sendo substitutos perfeitos uns dos outros, embora possam ser fisicamente diferentes.

Nesse contexto, Wahab (1991, p.5), ressalta que: “O turismo é uma destas novas indústrias capazes de propiciar um rápido crescimento econômico em ofertas de empregos, renda, nível de vida e ativação de outros setores produtivos, do país receptor”.

Bem, mas se há indústria turística, qual é o produto? Para Andrade (1998, p.100):

O produto turístico se compõe de atividades e serviços ligados aos empreendimentos de hospedagem (indústria da construção civil e indústria do mobiliário e de outros meios de bens transformados para utilização como equipamentos de recepção e de hospedagem), aos bens de alimentação (atividade agrícola e indústria alimentícia), aos transportes (indústria de transformação para produção de veículos, de equipamentos, de peças de reposição, além do pessoal necessário à sua produção, funcionamento e reparos) e aos produtos típicos locais (objetos de arte, de artesanato ou de simples captação com adaptações mínimas e trabalhos puramente

artesanais), além de visitas a locais diversos e utilização de equipamentos de lazer e de divertimento, tanto naturais como artificiais.

A Câmara de Comércio Suíço-Brasileira, (Krippendorf, 1989, p.5) confere ao Brasil o potencial para o desenvolvimento da indústria turística.

Com os seus 7804 quilômetros de litoral – onde há, de Norte a Sul, praias que se colocam entre as mais belas do mundo –, seu clima tropical e belezas naturais sem conta, duas metrópoles ultra-modernas e cidades coloniais tombadas pela UNESCO como integrantes do patrimônio cultural da humanidade, além de um povo naturalmente acolhedor, o Brasil tem tudo para realizar o enorme potencial de sua indústria do turismo.

No Brasil, as atividades desta indústria turística têm atingido metas cada vez mais privilegiadas no que tange a investimentos e renda. Os números referentes aos ano de 1998 obtidos pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) revelam um fluxo de 38,2 milhões de turistas domésticos e que renderam U\$ 31,9 bilhões aos cofres nacionais, sendo U\$ 13,2 bilhões de receitas diretas com o turismo interno. Segundo o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR, 1999), o Brasil teve um fluxo de 5,1 milhões de turistas estrangeiros o que significou cerca de U\$ 3,9 bilhões de ingressos de divisas. FIPE e EMBRATUR (*apud* OLIVEIRA, 2001 p.23). Estes números confirmam que o turismo assumiu um papel de grande importância na economia, principalmente nas regiões onde este tipo de atividade é desenvolvida.

Em Santa Catarina a diversidade de opções de localidades para visitas proporcionadas por sua geografia é capaz de atender aos mais diferenciados interesses tipológicos turísticos e de satisfazer aos mais diversos sonhos e desejos. De acordo com EMBRATUR (2004, p.4)

Uma terra de mil jeitos. Jeitos de natureza e jeitos humanos. Situada ao Sul do Brasil, entre os estados do Paraná e Rio Grande do Sul, Santa Catarina recusa definições. Este pequeno estado brasileiro, com pouco mais de 6 milhões de habitantes, reúne em seus singelos 95,4 mil km² uma diversidade tal de cenários e gentes que deslumbra os que o visitam.

Conforme governo do estado de Santa Catarina, Santa Catarina - Oportunidades e Negócios (2004, p.15), “Santa Catarina é privilegiada pela natureza. Há uma grande variedade de climas e paisagens em seu território, o que favorece diferentes culturas agrícolas e a exploração de atividades turísticas”. Este privilégio natural atrai

muitas pessoas o que contribui com a sua arrecadação. (op.cit, p.38)

Santa Catarina recebeu 2,2 milhões de turistas no verão 2001/2002 e arrecadou em torno de US\$ 300 milhões. Há 1.800 empreendimentos hoteleiros instalados, com capacidade para 150.000 leitos. Os municípios que mais atraem visitantes são, Florianópolis, Balneário Camboriú, Blumenau, e Joinville.

Estas cidades se destacam na captação de visitantes por oferecerem produtos e serviços voltados a chamada indústria de lazer. Barretto (2001, p.33) define atrativos como “Aquilo que atrai o turista. Do ponto de vista do núcleo, é o recurso”. Para a autora, atrativo e recurso são sinônimos.

2.2.2 O turismo e o lazer

Um tópico a ser tratado quando se aborda o turismo, é a relação do tema com a disponibilidade de tempo de quem quer praticá-lo. Segundo Bacal (2003, p.108) “As férias, assim como os fins de semana prolongados, são ideais para a realização do turismo que, por sua vez, caracteriza-se por demandar uma larga parcela de tempo livre, se comparado a outras expressões de lazer”.

O lazer na atualidade sugere a inter-relação tempo e atitude (MARCELINO, 2002). O tempo; aquele espaço de hora onde o indivíduo está liberado das obrigações ligadas ao trabalho, família, sociedade, religião. A atitude; experiência vivida, satisfação provocada pela atividade efetuada no tempo acima referido.

A mensuração do tempo e importância da prática, destinados ao lazer, têm sido alvos do escopo de compreensão por parte de estudiosos do tema.

A partir dos anos 50 o lazer passa a ser objeto de estudo sistemático nas modernas sociedades urbano-industriais, quer capitalistas, quer socialistas. [...] mais recentemente, com ênfase nas três últimas décadas, alguns autores vêm se dedicando, quase que exclusivamente ao assunto, estudado de uma perspectiva geral. (MARCELINO, 2002.p. 03).

Com a vinda do sociólogo francês Joffre Dumazedier ao Brasil, no final da década de 1970, houve um impulso para o desenvolvimento da *sociologia do lazer* no país. Essa época foi marcada pelo estímulo a intercâmbios de idéias e pesquisas empíricas e inúmeros encontros e cursos sobre o lazer. É importante ressaltar que, ainda hoje, o trabalho de Dumazedier exerce grande influência no desenvolvimento

das disciplinas sobre recreação e lazer em nosso país (Werneck, Isayama, 2003).

Para Dumazedier (1973, p.34), lazer pode ser definido como:

Um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora, após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais.

Outra definição que segue este pensamento é a de Requixa (1980, p.35) que apresenta o lazer “como uma ocupação não obrigatória, de livre escolha do indivíduo que a vive, e cujos valores propiciam condições de recuperação psicossomática e de desenvolvimento pessoal e social”.

A abordagem eclética do estudo do lazer, sugere em seu conteúdo, o ideal, onde cada pessoa deva praticar durante o tempo de lazer atividades que abrangessem os vários grupos de interesses: artísticos, intelectuais, físicos, manuais, turísticos e sociais. E que dessa forma, procurasse no tempo disponível, exercitar o corpo, a imaginação, o raciocínio, a habilidade manual, o contato com outros costumes e o relacionamento social, quando, onde, com quem e da maneira que quisessem (MARCELLINO, 2002).

O emprego dos termos “tempo de lazer” e “tempo livre” no contexto, conota a existência do parcelamento das horas pelo homem. Se há o parcelamento do tempo, isso sugere a existência de um tempo total.

Ao dizer tempo livre, implicitamente reconhece-se a existência de outro tempo que não possui essa qualidade. Portanto, não é um termo independente, nasce de uma noção oposta que corresponde a um tempo “não livre”. Isso que dizer que, se chegamos a definir o que é e que condicionantes pesam sobre o tempo “não livre”, por exclusão aclarar-se-ia o conteúdo de seu contrário (BOULLÓN, p.57, 2004).

Torna-se possível mensurar os montantes do tempo livre linear segundo as atividades exercidas neles (SANTINI, 1993). Para tanto, é necessário o agrupamento destas atividades segundo características semelhantes existentes nelas. Deste modo, temos o orçamento-tempo que Santini (1993, p. 29) apresenta da seguinte fórmula:

$$TT = TN + [TLB + (TLV)]$$

Onde:

Tt = Tempo Total, ou seja, possui 24 horas diárias;

Tn = Tempo Necessário, é a parcela de tempo destinada às atividades laborais necessárias a conseguir meios para nossa sobrevivência;

Tlb = Tempo Liberado do trabalho, é aquele consumido para o cumprimento das necessidades fisiológicas e sociais impostas;

Tlv = Tempo Livre do trabalho, são parcelas de tempo descontínuas no decorrer do dia, onde o exercício de atividades discricionais é possível;

Segundo Stadnik (*apud* Pretto, 2004, p. 14):

Tempo livre: é todo tempo que sobra depois de cumpridas as tarefas do tempo de trabalho, sejam essas tarefas de trabalho escolar ou não.

Lazer: são as atividades desenvolvidas dentro do tempo livre. É importante saber que o tempo de lazer é pago pelo tempo de trabalho, ou seja, lazer pressupõe trabalho.

Para Coelho (2000, p.151) “lazer é o domínio do uso do próprio tempo, é o encontro de cada um com seu próprio tempo”.

Sendo assim pode-se dizer que: “... o tempo de lazer encontra-se não em oposição, mas em relação com o tempo das obrigações. Sobretudo com as obrigações profissionais – com o trabalho” (MARCELLINO, 2002, p. 11).

Segundo Wahab (1991, p.11), “... o turismo apresenta-se como a fórmula ideal para ocupação do tempo de lazer que aumentará com a redução das horas de trabalho nos países industrializados”. O desempenho ao estudo da temática do lazer, vem sendo observado a décadas, sempre associando trabalho a tempo livre desde o advento da conquista do homem pelos seus direitos perante a jornada de trabalho. Conquista esta que possibilitou ao trabalhador dispor de pequenos e grandes períodos (férias) de descanso e reposição de energia para retomada ao labor. Para Marcellino (1995, p.14):

A gestação do fenômeno lazer, como esfera própria e concreta, dá-se, paradoxalmente, a partir da Revolução Industrial, com os avanços tecnológicos que acentuam a divisão do trabalho e a alienação do homem do seu processo e do seu produto. O lazer é resultado dessa nova situação histórica – o progresso tecnológico, que permitiu maior produtividade com menos tempo de trabalho. Nesse aspecto, surge como resposta as reivindicações sociais pela distribuição do tempo liberado do trabalho, ainda que, num primeiro momento, essa partilha fosse encarada apenas como descanso, ou seja, recuperação da força de trabalho.

E é na busca do que fazer para ocuparem este tempo livre das obrigações que, quando podem, as pessoas optam por viajar e se divertirem fora de suas residências, ou seja, conforme Barretto (2001, p.62) “o turismo como forma de lazer acontece dentro do tempo livre das pessoas”. Neste sentido Wahab (1991, p.13) contribui com uma classificação de lazer e a associação do mesmo ao turismo.

O lazer é o tempo isento de qualquer limitação e que pode ser consumido ou utilizado à maneira de cada um. Este grupo pode ser subdividido em três partes: o tempo de lazer após o trabalho [...]; o tempo de lazer de fim de semana [...]; o tempo de férias que pode ser tomado uma, duas ou três vezes por ano e que varia de uma ou duas semanas até quatro ou mais semanas. Este é o verdadeiro período de turismo representado pela idéia de escapar através da viagem e que em grande parte, mas não exclusivamente, contribui para expansão dos serviços e facilidades turísticas em todo lugar.

As férias são consideradas como o maior tempo de lazer concedida aos trabalhadores, neste período as pessoas que planejaram viajar têm em relação ao local de destino escolhidos certas expectativas. Assim, esclarece Lago (1996, p.65):

As pessoas que possuem tempo livre para o lazer e reservas econômicas que lhes possibilitem o acesso às regiões turísticas e ao consumo do que elas oferecem, buscam na atividade turística, a quebra da rotina do trabalho e do cotidiano. Procuram o típico, o diferente.

Amplia-se então a esfera empresarial do turismo, nasce uma nova modalidade, capaz de revigorar o indivíduo, e que conforme Wahab (1991, p.06), pode-se tratar por: “Turismo recreacional ou de lazer que serve como recuperador da capacidade física e mental do turista, como relaxante do cansaço e exaustão oriundos do trabalho, nas estâncias de repouso”.

O que fazer no tempo de lazer? Tornou-se uma questão determinante na decisão do roteiro turístico.

As coisas que o turista quer fazer são a razão básica do turismo e da geração de uma série de consumos específicos[...]. Sendo assim, para que um lugar corresponda às expectativas de consumo daqueles que o visitam, a lista tradicional de serviços de alimentação e alojamento deve ser completada com a oferta de outros que facilitem o desenvolvimento do maior número possível de atividades de entretenimento. Se na ausência de hotéis e restaurantes o turismo não existe, ele também não existe apenas

com hotéis e restaurantes, pois o que o turista procura, investindo nisso suas economias ou até endividando-se, é diversão, bem-estar, descanso com prazer, necessidades que não se satisfazem apenas comendo e dormindo (BOULLÓN, 2004, p.151).

O entretenimento do turista na estada em um determinado “centro turístico” (núcleo receptor) é fator de sucesso na expansão do setor no local e a garantia de satisfação do cliente (BOULLÓN, 2004).

Segundo Ferreira (*apud* DICK e SANDIN, 2002,p. 26) entretenimento significa: “...aquilo que entretém; divertimento, distração...” e depende de planejamento para ser oferecido em forma de divertimento e recreação às pessoas.

Divertimento, compreende-se como a busca de uma atividade que pode representar complementação, compensação e até mesmo fuga, através do divertimento e da evasão para um mundo diferente e, mesmo, diverso do freqüentado diariamente (SANTINI, 1993, p. 21).

Já a recreação; define-se como: “... atividade física ou mental a que o indivíduo é naturalmente impelido para satisfazer as necessidades físicas, psíquicas ou sociais, de cuja realização lhe advém prazer.” Marinho (*apud* SANTINI, 1993, p. 18). O termo recreação é freqüentemente utilizado para algo semelhante ao lazer, entretanto diferencia-se em alguns em sua essência.

A grande diferença existente entre a recreação e o lazer reside na escolha das atividades exercidas. Enquanto no lazer o indivíduo possui graus de liberdade para sua escolha, na recreação as atividades são naturalmente impulsionadas por motivos interiores, seja de aspecto físico, psicológico ou social (SANTINI, 1993, p. 19).

Segundo Werneck e Isayama (2003, p.40) “...o lazer é visto como um tempo livre e a recreação a racional organização dessas “horas vagas”, por meio do desenvolvimento de atividades recreativas “saudáveis e educativas””.

“A recreação é uma atividade que, quando bem planejada, orientada e executada, se desenvolve de forma normal e se torna permanente na vida humana. Podemos então dizer que seus objetivos visam” (SANTINI, 1993, p. 22):

Maior interação do indivíduo no seu meio social;
A melhoria do nível intelectual de cada participante;
Levar o indivíduo a afirmar-se tal qual ele é, com suas preferências e habilidades;

Para a criança, em particular, torna-se a preparação inconsciente e indireta para sua vida adulta; para o adulto, é uma das maneiras de estimular a realização pessoal plena.

Em alguns equipamentos turísticos (hotéis, pousadas, *campings*) os programas desenvolvidos para oferecer sessões de recreação ao turista é fator determinante na procura dos turistas pelo estabelecimento e o diferencial do sucesso. Assim sendo “Para alguns hotéis a recreação é levada tão a sério que existem setores específicos para essa área e todo o apoio na realização de cursos de especialização como na aquisição e melhoria de materiais” (FABBRIS, 1998, p. 02).

A recreação é vista como forte instrumento de atração para o público e que dará ao hóspede oportunidades de entreterem-se; em seu tempo de lazer, com práticas saudáveis e prazerosas (FABBRIS, 1998).

E no sentido de oferecer algo a fazer como entretenimento aos que dispõem de tempo livre Krippendorf (1989, p.18), posiciona-se:

Finalmente, a sociedade coloca à nossa disposição a indústria do lazer, que de certa forma, faz papel de amiga e conselheira. Ela se apoderou de nosso tempo livre e nos oferece não apenas satisfações, como também cria, se necessário, as expectativas e os desejos correspondentes. Sob a forma de um programa de contrastes em relação ao mundo industrial, o tempo livre e as férias tornaram-se também uma indústria.

As novas tecnologias no campo dos transportes, informática e comunicações, a valorização do conceito de prazer e de tempo livre e outras tendências aqui lembradas vêm sem dúvida abrindo novas possibilidades e oportunidades para a indústria do turismo, que atrai milhões de visitantes de todo o mundo e apresenta um futuro promissor, também, no campo de animação e entretenimento (OLIVEIRA, 2001).

No que se refere ao lazer, e em particular ao lazer turístico, podemos considerá-lo uma atividade que tem como suporte de sua definição a existência de um tempo livre contínuo – legalmente estabelecido – preenchido por atividades que dão satisfação íntima de acordo com o sistema referencial de valores e a estrutura econômica de cada contexto (BACAL, 2003, p.98).

O turismo pode e deve ser entendido como uma atividade cultural de lazer, afastando-se a idéia de futilidade, ou “um desfile superficial por lugares diferentes”

recebendo o reconhecimento de atividade de oportunidade de conhecimento, de enriquecimento da sensibilidade, de percepção social e experiências sugestivas. (MARCELLINO, 2002).

2.3 Florianópolis como destino turístico

Florianópolis é a capital do estado de Santa Catarina,

Apresenta conforto e agitação de centro urbano desenvolvido, ao mesmo tempo em que proporciona um contato íntimo com a natureza [...]. A herança dos colonizadores açorianos acrescenta charme e história às belas paisagens, tornando a cidade um centro de turismo de nível internacional. SANTUR (2004, p.26).

Distribuída em distritos, o município de Florianópolis expande sua população sob forma de aglomerados sociais chamados bairros (99), numa área de 436,5 Km². Destes noventa e nove bairros, onze ocupam a área de 12,1 Km² do continente (IPUF, 2000) os demais se encontram na Ilha. Florianópolis é a capital do estado de Santa Catarina oficialmente desde 1823 (PMF, 2000) e apresentou em 2002 uma população em 360.601 habitantes (IBGE, 2002) distribuídos em distritos conforme indica quadro 4 em que se relaciona os nomes dos distritos (12), a região que ocupam e a população estimada no ano de 2002.

O distrito sede destaca-se com maior população (213.574 habitantes) (IPUF, 2000) pois além de conter mais bairros, abrange os mais populosos do continente e da ilha do município.

A parte continental de Florianópolis é formada por onze distritos e está ligada à ilha por três pontes: a mais antiga (1926) Ponte Hercílio Luz; monumento histórico atualmente desativado, a do meio, Ponte Colombo Sales (1975) e a última, Pedro Ivo Campos (1990) por onde chegam grande número de turistas. Na parte insular encontram-se os demais bairros (88), alguns situados em praias.

A fonte de renda da economia do município de Florianópolis esta alicerçada nas atividades como: prestação de serviços públicos, comércio, engenharia, indústria de transformação e turismo. Recentemente a economia do município vem tentando se expandir para o setor têxtil e da informática, estas indústrias vêm se instalando com frequência e têm desprendido grandes investimentos. De acordo com Rosa (2003,

p.3) “Florianópolis, hoje, é cidade moderna e que se adapta rapidamente a um modelo de desenvolvimento próprio que busca harmonia na sua vocação turística com conservação do meio ambiente e das manifestações culturais”.

Quadro 4: Relação dos distritos de Florianópolis por região e população

Nº	Distritos	Região	População (hab)
01	Barra da Lagoa	Leste	4.331
02	Cachoeira do Bom Jesus	Norte	12.808
03	Campeche	Leste	18.570
04	Canasvieiras	Norte	10.129
05	Florianópolis (sede)	Centro/oeste	228.868
06	Ingleses do Rio Vermelho	Norte/leste	16.514
07	Lagoa da Conceição	Leste	9.849
08	Pântano do Sul	Sul	5.824
09	Ratones	Interior/norte	2.871
10	Ribeirão da Ilha	Sul	20.392
11	Santo Antônio de Lisboa	Oeste	5.367
12	São João do Rio Vermelho	Leste	6.791

Fonte: IPUF (2002)

A vocação turística de Florianópolis alavanca a economia do município, é propagada a partir da beleza da própria Ilha.

2.3.1 Ilha de Santa Catarina

A Ilha de Santa Catarina é costeira (ou continental) e situa-se no município de Florianópolis; capital do Estado de Santa Catarina, entre as latitudes 27°22' e 27°50' S (sul do Equador) e 48°20' e 48°35' W (oeste de Greenwich), sob uma área aproximada de 424,4 km² (SETUR, 2004).

A localização da Ilha de Santa Catarina no mapa (Figura 1) permite verificar-se o seguinte:

Desde o extremo norte até o extremo sul, a ilha mantém uma pequena aproximação com o continente, formando as Baías Norte e sul e apresentando uma pequena distância; cerca de 500 metros. Em Florianópolis, esta aproximação entre as orlas da área continental e a insular descreve um canal de marés providas do Oceano Atlântico. A corrente marítima lenta de temperatura amena banha as

entradas no relevo da orla da ilha, formando áreas próprias para práticas balneárias. As orlas destas Baías são contornadas por extensões de areias brancas, costões monumentais, morros forrados por matas (atlântica e costeira) com praias, lagoas e inúmeras paisagens espetaculares (SETUR, 2004).



Figura 1: Localização da área de estudo

Fonte: www.server.fsc.ufsc.br

A apresentação morfológica geográfica da Ilha de Santa Catarina demonstra a riqueza de recursos naturais descrita por Oliveira (2001, p.42):

Morfologicamente a Ilha pode ser dividida em maciços rochosos, sob a forma de morros altos escarpados, onde as altitudes máximas alcançadas encontram-se, na direção norte, no Morro da Costa da Lagoa, com 493m, e ao sul, separado do setor central pela planície onde foi construído o aeroporto Hercílio Luz, no Morro do Ribeirão, com a altitude de 540m. A cobertura vegetal caracteriza-se pela Vegetação Litorânea e Floresta Pluvial da Encosta Atlântica, [...] A Ilha de Santa Catarina apresenta um litoral recortado, constituindo-se de inúmeras praias, enseadas, promontórios e

estuários associados a dunas e mangues. Possui, também, três lagoas: a Lagoa da Conceição, a Lagoa do Peri e a Lagoinha do Leste.

Sob uma forma alongada no sentido norte-sul (54/18km), a área da Ilha de Santa Catarina é de 424,4 Km² e apresenta aproximadamente 42 praias distribuídas nos diversos pontos cardeais. A forma territorial alongada faz com que a Ilha apresente maior extensão de praias no lado Oeste, onde se encontram regiões de mangue e diversas praias de baía que não são as preferidas pelos turistas e o lado leste, onde esta a maior lagoa, as praias mais extensas, de mar aberto e revoltado, banhadas pelo oceano Atlântico, com ondas fortes, repuxo violento, preferidas pelos jovens e praticantes de surf. A face sul caracteriza-se por possuir paisagens pitorescas de morros, lagoa e praias onde o vento sul, frio e úmido; característico da região bate com intensidade. O norte da Ilha apresenta as praias com águas menos frias e ondas mais suaves que aquelas de mar grosso, praias de areias brancas e que são as mais procuradas pelas turistas que vem a Florianópolis nas férias de verão (SETUR, 2004).

No último Censo do IBGE, realizado no ano de 2000, os números parciais apontam 341.781 habitantes em Florianópolis, apresentando uma densidade demográfica de 784,26 habitantes por km². Estes números representam um crescimento de 5,16% ao ano, em relação aos dados de 1996, da população do município. Assim, o crescimento urbano passa a conquistar novas áreas, principalmente com a construção de novos acessos viários e a expansão de outros tipos de infra-estrutura.

Conforme a Organização das Nações Unidas - ONU (RIC 2004), que instituiu a partir do ano 2000 a avaliação do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), obtido pela média ponderada de três índices: educação (alfabetização e taxa de matrícula); longevidade (esperança de vida ao nascer) e renda (PIB per capita), classificou no Ranking Mundial de IDH, o Brasil seus municípios e cidades. O IDH varia de zero (mínimo de desenvolvimento humano possível) a um (desenvolvimento humano total), Florianópolis foi apontada como a 1^ocapital (4^o cidade) no ranking de Desenvolvimento Humano do Brasil suscitando um índice (IDH) de 0,875. Por ser tão exuberante e oferecer condições de boa qualidade de vida, Florianópolis nas últimas décadas tem atraído cada vez mais, além de turistas, pessoas que optam em

transferir residência para o município e a Ilha é a escolha preferida. Segundo CECCA (1996, p.114):

No caso de Florianópolis, as próprias características naturais da Ilha de Santa Catarina vêm atraindo um tipo diferenciado de migração: de classe média, profissionais liberais, pequenos empresários, funcionários públicos, professores e artistas, que se fixam em Florianópolis atraídos pelas oportunidades de emprego, mas também pela beleza do espaço natural e por uma cidade onde os problemas típicos das grandes metrópoles se manifestam ainda incipientemente.

Com as instalações dessas residências as regiões do município vêm sofrendo um progresso desordenado e que segundo de Luca (2003, p.01):

O município de Florianópolis sofre um crescimento urbano acelerado, emerso já na década de 60, com a implantação de rodovias, e nos anos 70 com a expansão do Turismo. O crescimento decorrente de processos comuns ao aglomerado periférico e à cidade ocorreu à revelia do planejamento urbano para a região.[...] Este desenvolvimento desordenado facilitou a especulação e a ocupação aleatória e muitas vezes contrária à lei, principalmente nos últimos 20 anos. O crescimento se transferiu do centro da cidade para os balneários, introduzindo uma ameaça ao ambiente ilhéu. A efervescência destas regiões turísticas potenciais tem despertado o interesse de empreendedores dispostos a investir e apostar em propostas para o desenvolvimento do turismo.

Atualmente, na Ilha de Santa Catarina a região norte tem apresentado maior reflexo desta tendência de transferência de residência do centro para os balneários. Com o passar do tempo de expansão do turismo, tem-se constatado que a ocupação dos bairros interioranos vem apresentando grande crescimento, e que segundo Pereira (2002, v.2, p.320):

O crescimento do turismo revelou-se um importante vetor de expansão urbana na Ilha, traduzida em adensamento de núcleos tradicionais com vitalidade suficiente para transformar alguns deles em quase bairros - com ocupação que não mais se limita á alta temporada -, em muitos aspectos com relativa independência frente ao distrito sede do município. Ingleses. Canasvieiras, Campeche e, possivelmente de forma ainda mais clara, Lagoa da Conceição admitem essa caracterização.

Na tabela 1 apresentam-se os distritos do norte, o distrito central e suas respectivas populações.

Tabela 1 - População da região norte e sede

Distrito	Pop 1980	Pop 1991	% (*)	Pop 1991	Pop 2000	%(*)
Sede	153.652	200.292	30%	200.292	228.869	14%
Cachoeira	3.070	4.551	48%	4.551	12.808	181%
Canasvieiras	2.431	3.694	52%	3.694	10.129	174%
Inglese do Rio Vermelho	2.695	5.809	116%	5.809	16.514	184%

Fonte: IPUF 2002 Pop = população (*) Porcentagem de aumento populacional de uma década para a outra

Pode-se observar que os distritos de Canasvieiras, Inglese, bem como Cachoeira do Bom Jesus, têm aumentado sua população num percentual maior que o distrito sede que abrange os bairros do núcleo central da Ilha. Isso indica que a população de Florianópolis está buscando as regiões interioranas e principalmente o norte da ilha para morar, dados do IPUF (2002). Esta expansão da população para áreas desocupadas, tem requerido por parte da administração pública e privada, medidas que assegurem um crescimento ordenado e a preservação do meio ambiente e dos recursos naturais.

As imagens das figuras 2 e 3 apresentam um panorama da expansão habitacional ocorrida em 25 anos na praia dos Inglese (distrito de Inglese do Rio Vermelho) e na praia de Jurerê (distritos de Canasvieiras).

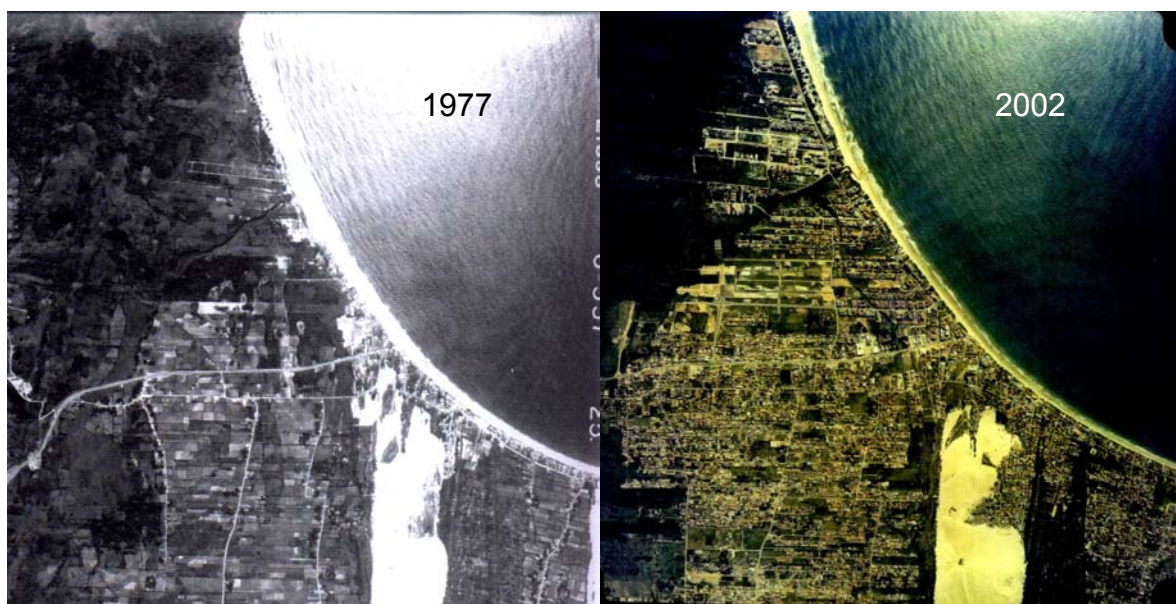


Figura 2: Foto aérea da praia de Inglese - ano de 1977 e 2002

Fonte: IPUF, 2004.



Figura 3: Foto aérea da praia de Jurerê - ano de 1977 e 2002

Fonte: IPUF, 2004.

2.3.2 Turismo na Ilha de Santa Catarina

O turismo na Ilha de Santa Catarina, começa a assumir um papel fundamental no seu desenvolvimento, a partir da década de 70 e que segundo Lago (1996, p.265), é a partir desta década que o turismo ganha efetivo impulso:

Nos anos setenta, a proposta do turismo ganhou credibilidade, sensibilizando ainda mais a esfera política na condução de investimentos públicos em campos infra-estruturais, atraindo setores empresariais, internos e externos, representativos do grande capital e, também, cativando os pequenos investidores.

A oferta turística da Ilha é condizente com temporada de verão. Os atrativos naturais casam com dias ensolarados, entretanto, o clima da Ilha no verão em Florianópolis é instável, sujeito à enxurrada e fortes ventos. Nesta situação o ideal é que a oferta dos elementos artificiais supra à necessidade de entretenimento dos turistas impossibilitados de irem a praia.

O verão chega, as escolas entram em férias, as famílias brasileiras e de países vizinhos programam suas viagens para amenizar a sensação do calor e se entreter nesse período de Lazer. Seguem para núcleos turísticos que satisfaçam anseios e desejos. Segundo Krippendorf (1989, p.17):

Nos nossos dias, a necessidade de viajar é sobretudo criada pela sociedade e marcada pelo cotidiano. As pessoas viajam porque não se sentem mais à vontade onde se encontram, seja nos locais de trabalho ou seja onde morem. Sentem necessidade urgente de se desfazer temporariamente do fardo das condições normais de trabalho, de moradia e de lazer, a fim de estar em condições de retomá-lo quando regressem.

O destino para esta recarga de energia, regiões balneárias, cidades com infraestrutura de hospedagem, descanso, gastronomia, bom acolhimento e oferta de entretenimento. Conforme Kaiser (2002, p.12):

Florianópolis é o destino ideal para os amantes do mar e suas praias. Enseadas de águas calmas, mornas, transparentes, emolduradas por montanhas cobertas pela Mata Atlântica. Praias de mar aberto. Com grandes ondas quebrando nos costões. Balneários agitados, com completa infra-estrutura turística e programação de lazer dia e noite durante o verão. Vilas de pescadores à beira-mar, tranqüilas, recatadas. Ao todo, são 100 praias na ilha e em bairros do continente que fazem parte de Florianópolis.

Grande parte destes recursos turísticos descritos por Kaiser está na parte insular do município. A Ilha de Santa Catarina, apresenta ainda uma especificidade própria, consoante à herança açoriana, que se soma aos recursos atrativos.

Segundo Beni (2004, p. 302) Atrativo turístico seria, “todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los” e pode ser classificado como naturais ou artificiais.

2.3.2.1 Atrativos Naturais

- **Praias**

O principal atrativo são as praias distribuídas por toda a Ilha. No quadro 5 apresentam-se as praias mais conhecidas e freqüentadas, as regiões que se encontram e a situação de balneabilidade que representar-se-á com as letras P-própria, I-imprópria e R-regular.

Quadro 5: Balneabilidade baseado na Fundação de Amparo ao Meio Ambiente

Praias	Região	Balneabilidade
Lagoa da Conceição	Leste	Regular
Praia Brava	Norte	Regular
Praia da Armação do Pântano do Sul	Sul	Regular
Praia da Barra da Lagoa	Leste	Regular
Praia da Caiacangaçú	Sul	Própria
Praia da Daniela	Norte	Própria
Praia da Joaquina	Leste	Própria
Praia da Lagoinha	Leste	Regular
Praia da Saudade	Continente	Regular
Praia da Solidão	Sul	Própria
Praia da Tapera	Sul	Imprópria
Praia das Palmeiras	Continente	Imprópria
Praia de Cacupé	Oeste	Própria
Praia de Canasvieiras	Norte	Imprópria
Praia de Jurerê	Norte	Imprópria
Praia de Jurerê Internacional	Norte	Própria
Praia de Ponta das Canas	Norte	Regular
Praia de Sambaqui	Oeste	Regular
Praia de StºAntônio de Lisboa	Oeste	Imprópria
Praia do Campeche	Leste	Própria
Praia do Forte	Norte	Imprópria
Praia do José Mendes	Oeste	Imprópria
Praia do Matadouro	Sul	Imprópria
Praia do Pântano do Sul	Sul	Própria
Praia do Ribeirão da Ilha	Sul	Própria
Praia do Santinho	Norte	Própria
Praia dos Ingleses	Norte	Própria

Fonte: (FATMA) N°8 – 31/01/2004

É a pesquisa de balneabilidade, que analisa as águas de cada balneário e determina se estão Próprias ou Impróprias para o banho. Isto é, se estão

contaminadas ou não por esgotos domésticos. A existência de esgoto é verificada através da contagem da bactéria *Escherichia coli* presente nas fezes de animais de sangue quente, que podem colocar em risco a saúde dos turistas e da população local. As amostras da água dos balneários são coletadas em alguns pontos das praias, podendo variar o resultado conforme a data da coleta das amostras. São as praias as maiores referências de ponto de entretenimento na Ilha, precisam ser preservadas. Segundo Oliveira (2003, p.68):

As praias se constituem em um dos mais importantes atrativos turísticos da Ilha de Santa Catarina, apresentando diversos tipos e formações: praias de mar aberto, com destaque para as praias da Joaquina e Campeche; praias de mar calmo, como Canasvieiras, Jurerê e Ingleses; praias de contemplação, como Cacupé e Sambaqui, no distrito de Santo Antônio de Lisboa; praias agrestes, com pouca ou nenhuma infra-estrutura, como as praias da Solidão, Matadeiro e Naufragados, no sul da Ilha; praias onde se sobressaem a cultura local e a gastronomia, como Ribeirão da Ilha e Santo Antônio de Lisboa; e Lagoas, principalmente a Lagoa da Conceição, para onde convergem turistas para a prática de diversos tipos de esportes, para usufruir de sua vida noturna e curtir seu visual paradisíaco. Entretanto, muitas destas praias encontram-se ameaçadas pela inadequada ocupação predial e territorial e o uso intensivo sem adequação da infra-estrutura de saneamento e das condições de acesso e circulação. A primeira consequência é a poluição das águas, [...]. A segunda consequência é a dificuldade de mobilidade na Ilha, tanto para os turistas quanto para os habitantes locais.

▪ **Mirantes**

A ilha conta com diversas montanhas. Existem inúmeros locais de observação nos quais é possível ter uma vista panorâmica de diversos pontos da cidade.

- Morro da Cruz - Onde estão instaladas as repetidoras de televisão. Dele, tem-se uma vista de toda a região central da cidade e parte do continente. Acesso pela rua Allan Kardec, no bairro Agrônômica.

- Lagoa da Conceição - No alto do morro que dá acesso à Lagoa da Conceição, é possível avistar quase toda Lagoa, as dunas da Joaquina e o mar.

- Praia Mole - Na estrada geral para a Barra da Lagoa, na altura do Bar Ponto de Vista, tem-se uma das mais belas vistas da Lagoa da Conceição.

- Morro das Pedras - Entre as praias de Armação e Pântano do Sul, tem-se uma panorâmica da costa leste da Ilha de Santa Catarina e da Lagoa do Peri.

- **Inscrições Rupestres**

Há sítios pré-históricos (sambaquis, dolmens, monólitos) em diversos locais de Florianópolis. Destaque para as inscrições rupestres na Ilha do Campeche e no Costão do Santinho.

- **Parques Ecológicos**

Existem quase 30 unidades de conservação no município - aproximadamente 42% do território. Algumas delas podem ser visitadas, como o Parque da Lagoa do Peri, que tem infra-estrutura turística. O parque oferece churrasqueiras, estacionamento e banheiros, passeios com guias em três trilhas mapeadas além de sediar a FLORAM - Fundação Municipal do Meio Ambiente (SANTUR, 2004) .

- **Dunas**

Estes montes de areia, podem ser caracterizados como: móveis, fixos ou semifixos. As principais dunas móveis da Ilha estão localizadas nas praias da Joaquina (leste), Lagoa da Conceição (leste) e Campeche (leste), por apresentarem pouca vegetação, essas dunas são apropriadas para prática de esporte como o *Sand-Board* (surf na areia). As dunas móveis e semifixas, estão localizadas a praia do Pântano do Sul (sul), Lagoinha do leste (sul), Rio Vermelho (leste), Ingleses (norte) e Jurerê (norte). Muitas destas dunas são aproveitadas para prática de entretenimento como, passeio a cavalo.

- **Outras opções**

A Ilha de Santa Catarina tem aproximadamente 30 trilhas em meio à mata, uma dezena de cachoeiras e locais onde é possível cavalgar nas dunas, praticar mergulho em águas límpidas e passear de barco pelas ilhas vizinhas.

Estes recursos naturais propiciam a prática do Ecoturismo, forma gráfica de expressar conjuntamente a idéia de turismo associado a ecologia, definida pelo Instituto Brasileiro de Turismo EMBRATUR, (1992, p. 48) como:

Turismo desenvolvido em localidades com potencial ecológico, de forma conservacionista, procurando conciliar a exploração turística ao meio ambiente, harmonizando as ações com a natureza bem como oferecendo ao turista um contato íntimo com os recursos naturais e culturais da região contribuindo para a formação de uma nova consciência ecológica.

Para Pires (2002, p.104), Ecoturismo representa;

Segmento turístico em que a paisagem é a principal variável como ponto de confluência dos fatores ambientais e antrópicos. O objetivo é a integração do visitante com o meio natural e humano, a população local participa dos serviços prestados aos turistas.

E segundo SONAGLIO (2002) a prática do ecoturismo exercida de forma consciente e organizada, auxilia na conservação da autenticidade do ambiente e das comunidades receptoras para as gerações futuras.

Os atrativos naturais da Ilha de Santa Catarina exercem sobre o fluxo de turistas a principal razão de visitá-la.

▪ **Clima**

Segundo Lago (1996, p.67):

A região sul do país tem estações climáticas definidas. O verão é bastante quente, porém curto. O inconveniente climático fica por conta das chuvas, abundantes nesta época. Como as pessoas costumam aliar, modernamente, mar com calor e sol, a temporada em que há intensa atividade turística na Ilha de Santa Catarina, corresponde aos meses das férias de verão.

Quanto às condições climáticas da Ilha de Santa Catarina, a EPAGRI/INMET (Instituto Nacional de Meteorologia), apresenta vários tipos de gráficos relativos aos anos de 2000 a 2003 que contribuem com a caracterização da Ilha. Os gráficos (Figura 4) indicam os níveis médios mensais de precipitação pluviométrica, temperaturas e insolação.

Como se pode observar nos gráficos da figura 4, as condições climáticas da Ilha referente aos anos de 2000 a 2003, demonstram que nos meses de verão (janeiro, fevereiro e março), à exceção do ano de 2003, os índices pluviométricos são os mais elevados do ano chegando a ultrapassar 537 mm/mês, chove muito.

Mesmo com muitas precipitações pluviométricas a temperatura média nos meses de janeiro e fevereiro na Ilha manteve um comportamento constante, com os termômetros registrando temperaturas médias em torno dos 25° C.

Estas condições climáticas da Ilha de Santa Catarina de 2000 a 2003, permitem caracterizar o período de alta temporada de verão como chuvoso apresentando uma temperatura média bastante agradável.

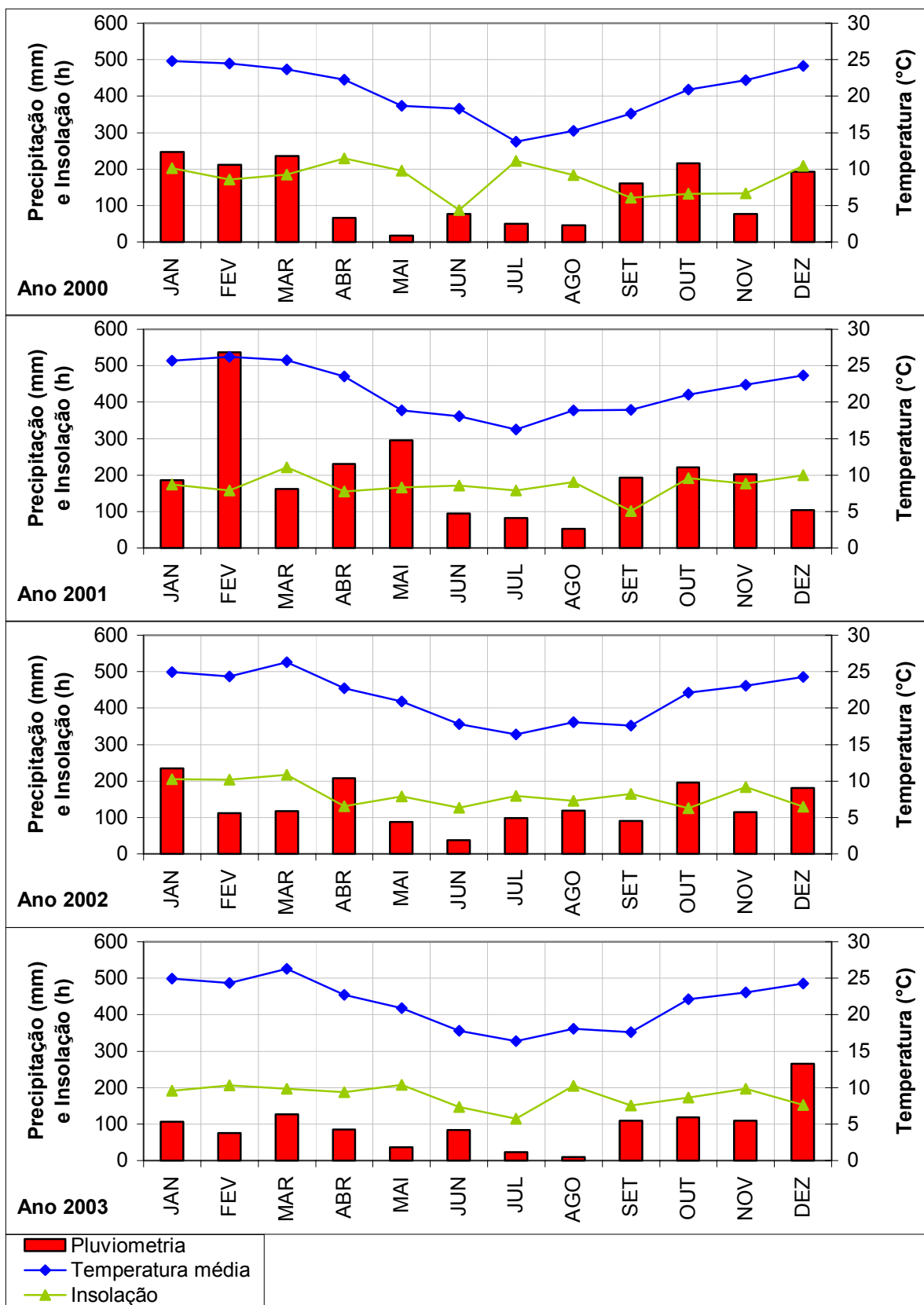


Figura 4: Precipitação, insolação e temperatura médias mensais na região metropolitana de Florianópolis durante os anos de 2000 à 2003.

Fonte: EPAGRI/INMET

2.3.2.2 Atrativos Culturais

A história da Ilha de Santa Catarina confunde-se com a história da ocupação e povoamento do território brasileiro. Lago (1996) narra que durante quase dois séculos, Florianópolis foi caminho de aventureiros e marinheiros em suas incursões pelo sul do Brasil. Uma escala para reabastecimento e reparos das embarcações que navegavam pela costa brasileira rumo à Bacia do Prata.

Segunda mais antiga povoação catarinense na Ilha, a Vila de Nossa Senhora do Desterro, fundada em 1675, em estratégica a disputa entre espanhóis e portugueses pela posse do sul do continente.

Parte da história desta época de conflitos entre os Impérios Português e Espanhol permanece viva nas paredes das cinco fortalezas:

Forte São José da Ponta Grossa, na Praia do Forte, entre as praias de Jurerê e Pontal;

Fortaleza de Santa Cruz, na Ilha de Anhatomirim;

Forte Santana, sob a Ponte Hercílio Luz;

Fortaleza de Santo Antônio, na Ilha de Ratonés Grande;

Fortaleza de Nossa Senhora da Conceição, na Ilha de Araçatuba, defronte à Praia de Naufragados.

As arquiteturas dos casarios coloniais, das igrejas e pontes marcam épocas o desenvolvimento sociedade na Ilha.

▪ **Museus**

Palácio Cruz e Souza – Centro

Museu de Antropologia – trindade

Museu de Arte de Santa Catarina – Centro

Museu do Homem de Sambaqui – Centro

Museu Major Lara Ribas – Centro

Museu Victor Meireles - Centro

▪ **Artesanato**

As rendas de bilro dos nativos da Ilha, as peças de utensílios domésticos dos oleiros, habilidades transmitidos através das gerações. de açorianos que ainda mantém vivas as tradições que preservam a alma da sua cultura.

▪ **Manifestações folclóricas**

A Festa do Divino e a cantoria dos Ternos-de-Reis são religiosas, a o boi-de-mamão, o pau-de-fita são danças de confraternização, as lendas sobre bruxas e

assombrações, histórias de pescadores, as simpatias das benzedeiças contra o mau-olhado e as infusões curativas são práticas e mitos que acompanham o povo da Ilha e que são contados por eles num sotaque com um jeito cantado de falar; cheio de expressões típicas dos nativos.

▪ **Gastronomia**

A gastronomia típica é baseada em frutos do mar, mas existem casas especializadas em todo o tipo de culinária. As centenas de restaurantes servem comida deliciosa e farta.

▪ **Equipamentos e serviços turísticos**

“Representam o conjunto de edificações, de instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística”(Beni , 329). Compreende os meios de hospedagem, serviços de alimentação, de entretenimento, de agenciamento, de informação e outros.

Serviços turísticos abrangem os meios de hospedagem, agências de viagens, centros de informações turísticas, sistemas de animação, guias e outros.

Nesta categoria se apresentam os restaurantes, bares, lanchonetes e casas de diversão em geral. Atendendo a hospedagem, Florianópolis tem mais de 174 hotéis, 104 pousadas e 9 *camping*, totalizando aproximadamente 15.100 leitos (SHRBS, 2004).

2.3.2.3 Afluxo de turistas

Todos os anos, desde 1993, a SANTUR divulga o número de turistas que visitam Florianópolis, a contagem destes turistas acontecem no período compreendido entre janeiro e fevereiro (alta temporada). A tabela 2 apresenta o número de turistas dos últimos três verões.

Tabela 2 - Dados do afluxo turístico em Florianópolis

Ano	Turista Nacionais	Turistas Estrangeiros	Total de turista por temporada
2002	295.464	75.163	370.627
2003	233.425	74.769	308.194
2004	492.114	89.328	581.442

Fonte: SANTUR (2004)

Em Florianópolis, o número de turistas têm aumentado com passar dos anos, entretanto no ano de 2003 apresentou uma pequena queda, vindo a reagir muito bem no ano seguinte e em 2004 contou 581.442 turistas na temporada de verão.

Há anos o automóvel vem sendo o meio de transporte mais adotado pelos que visitam a Ilha. Conforme se constata na tabela 3 (SANTUR, 2004), 68% dos turistas que visitam Florianópolis, vem de automóvel, acessando a Ilha de Santa Catarina pela ponte. Os demais vêm de ônibus ou de avião.

Tabela 3 - Meios de Transportes Utilizados

Meios de Transporte	2002	2003	2004
Avião	11,08%	17,37%	11,99%
Ônibus	21,68%	15,51%	19,35%
Automóvel	67,10%	67,12%	68,66%
Outros	0,14%	—	—
Total	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: SANTUR 2004

Conforme CECCA (1996, p.123), em relação aos carros na Ilha:

A quantidade de veículos por habitante, que é superior ao da maioria das cidades brasileiras é praticamente igual aos países da Comunidade Econômica Européia – CEE, onde a média é de um automóvel para dois habitantes. Em 1991, havia 118.500 veículos em Florianópolis, superando a maior cidade catarinense, Joinville, que possuía 91.235 -, ou seja, quase um veículo para cada dois habitantes.

Esses automóveis dos moradores da Ilha, somados aos automóveis dos turistas, exigem maior eficácia da gerência na organização do fluxo de freqüentadores dos balneários, refletindo-se hoje em congestionamentos nas vias do referido núcleo receptor da Ilha. Como já se mencionou anteriormente, o aumento do índice de visitantes na Ilha vem gerando um movimento no sentido de implantação de equipamentos turísticos. Segundo Oliveira (1998, p.142):

Para receber os clientes é preciso infra-estrutura de acesso e urbana (facilidades para o deslocamento dos visitantes, fornecimento de serviços indispensáveis como água, luz, esgoto, saneamento básico, segurança, telefone, etc). É com a existência destes itens e com a presença dos consumidores que se forma um mercado turístico.

Os agentes que povoam Florianópolis e participam do processo de expansão do turismo na Ilha, vêm buscando alguns requisitos para alcançar a qualidade na governança que segundo Pereira (2002, v.2, p.322) “esta expressão designa as inter-relações envolvendo os atores que gravitam em torno do turismo e os arranjos institucionais que caracterizam e suscitam este setor”.

Para o núcleo receptor turístico chegar a um nível de excelência de governança que atenda as necessidades de sua clientela, depende de alguns fatores determinantes, que conforme Barretto (2001, p.68), são:

Fatores determinantes do núcleo receptor:

Atrativos e infra-estrutura de qualidade;

Desenvolvimento tecnológico global (telecomunicações, transporte, condições sanitárias etc.);

Segurança;

Promoções;

Distancia entre o núcleo emissor e núcleo receptor;

Hospitalidade do núcleo receptor;

Política de preços ao turista que evite a exploração.

Alguns fatores como: preservação dos atrativos naturais e organização de estruturas de qualidade para receber os turistas são determinantes no planejamento de uma gestão sustentável e necessitam maior atenção na Ilha de Santa Catarina.

A Ilha de Santa Catarina ainda tem conseguido oferecer aos turistas condições de veraneio, todavia, o transporte, condições sanitárias, segurança e política de preços deveria ser revisto pela administração. O desenvolvimento tecnológico e conhecimento de resultados de pesquisas no estudo do setor turístico da ilha divulgadas, devem ser lembrados com maior afinco em planejamentos para futuras gestões do turismo na Ilha.

A Ilha de Santa Catarina, conforme indica a tabela 4, tem recebido maior número de visitantes provindos de estados vizinhos e do próprio estado. Percurso feito sobre estradas asfaltadas e no sentido norte (São Paulo) longo trecho duplicada.

Quanto à hospitalidade em Florianópolis, a população local, recebe os turistas de forma cordial. Vários Hotéis de alto nível foram edificados, a estrutura de hospedagem de qualidade está sendo cada vez mais evoluindo, a gastronomia diversificou, vários serviços e instalações foram instituídos para atender aos turistas.

Tabela 4: Principais emissores nacionais

ESTADO	2002	2003	2004
Rio Grande Do Sul	38,86%	40,96%	34,97%
São Paulo	20,79%	19,31%	24,45%
Paraná	16,51%	13,17%	18,44%
Santa Catarina	11,09%	7,70%	4,51%
Rio De Janeiro	4,28%	5,92%	5,31%

Fonte: SANTUR 2004

No norte da ilha observa-se a construção de segundas residências, fato que contribuiu para o crescimento urbano de certos distritos. De acordo com Lage e Milone (2000, p.198) estas segundas residências, “são alojamentos turísticos particulares, utilizados temporariamente, nos momentos de lazer, por pessoas que tem seu domicílio permanente em outro lugar” representando o crescimento de Florianópolis ancorado nas atividades ligadas ao turismo.

Por serem mais freqüentadas por famílias de turistas e pelos próprios habitantes da cidade, as praias dos distritos Ingleses, Canavieiras e Cachoeira do Bom Jesus, citados na tabela 1, estão mais organizadas com serviços turísticos, serviços de apoio, Infra-estrutura de acesso e Infra-estrutura básica urbana e possuem maior número de equipamentos turísticos, que para Barretto (1996, p.52) seriam:

Serviços turísticos: são aqueles serviços que justificam a sua existência quase exclusivamente em virtude do turismo. Podem requerer um equipamento ou serem oferecidos por autônomos. Guias, hospedagem, transporte, recreação.

Serviços de apoio: são aqueles que atendem outros segmentos da sociedade mas são usados pelo turista. Alimentação, assistência médica, serviços mecânicos e de socorro, expedição de documentos, bombeiros, telefone, rádio PX.

Infra-estrutura de acesso: são as estradas, aeroportos ou portos que permitem o acesso ao núcleo.

Infra-estrutura básica urbana: são as ruas, guias, sarjetas, água, esgoto, luz, asfalto, limpeza pública.

Equipamentos turísticos: são aquelas instalações básicas para o turismo sem as quais ele não existe e que são construídas quase exclusivamente por causa dele. Hotéis, alojamentos extra-hoteleiros, transportadoras marítimas, aéreas ou terrestres, agências de viagens e de transportes.

Segundo (GRANEMANN, 1999) estes equipamentos de serviços turísticos podem ser divididos em sub grupos e são identificados na Ilha sob as seguintes formas:

Equipamentos para serviços de hospedagem e alimentação; têm-se observado grandes investimentos neste sentido em diversas categorias de hospedagem na Ilha como: hotéis, hotéis residência, motéis, hospedarias, pousadas, *Resort*, casas e apartamentos para aluguel e *camping* muitos sob forma desordenada e apropriações indevidas de recursos naturais.

Nos distritos do norte sendo instalado gradualmente, num ritmo acelerado, equipamento turístico de hospedagem. Esta parte da Ilha atualmente é a região balneária que dispõe de maior número de unidades habitacionais turísticas (UHT), estando mais preparada para oferecer melhor qualidade e maior diversidade de serviços turísticos de lazer de férias a seus visitantes. Entretanto, nem todo equipamento de hospedagem encontrado nesta região tem o mesmo padrão ou atendem as mesmas classes de pessoas, conforme Oliveira (2001, p.71):

Os dados sobre os meios e locais de hospedagem utilizados pelos turistas durante a sua permanência na Ilha de Santa Catarina constituem-se em relevantes informações sobre o comportamento dos mesmos, pois tanto indicam os tipos de hospedagem utilizados quanto a sua distribuição regional, permitindo que se trace padrões de mobilidade e de qualidade da oferta dos equipamentos de hospedagem.

A opção de aluguel de imóveis particulares representa uma alternativa de renda extra à população da ilha. Na região norte concentra-se este tipo de alternativa de hospedagem e uma forte demanda por este tipo de equipamento mais acessível monetariamente aos turistas com pouco dinheiro que visitam Florianópolis. A opção de hospedagem em casa de amigos e parentes também é representativa (21,75%) SANTUR (2004). Todavia, a hospedagem em hotéis e pousadas cadastrados são os contados como oficiais. A partir de dados do Sindicato de Hotéis Restaurantes Bares e Similares (SHBRS, 2004), na tabela 5, apresenta-se o nº de UHT por praia e região, podendo-se perceber que as praias da região norte apresentam maior capacidade de hospedagem em por UHT, logo se pode dizer que estão mais equipadas para acolher.

Tabela 5: (UHT) Unidades Habitacionais Turísticas

Praia	Região	UHT	Total UHT - região
Cachoeira do Bom Jesus	Norte	509	1859
Canasvieiras	Norte	418	
Ingleses	Norte	932	
Campeche	Leste	85	267
Lagoa da Conceição	Leste	182	
Rio Vermelho	Leste	45	45
Sto Antonio de Lisboa	Oeste	08	08
Total UHT nas praias da Ilha			2438

Fonte: SHRBS 2004

Tendo maior capacidade de hospedar pessoas na temporada de verão, a região norte concentra mais turistas, demandando mais alternativas de entretenimentos. Segundo Wahab (1991, p. 169), “a demanda turística, sendo ampla e altamente diversificada e em expansão, exige uma oferta igualmente ampla e diversificada”. Para atender a esta população flutuante interna (afluxo) é importante entender seus anseios e necessidades. Assim sendo, Vieira (2002, p.234):

Na Ilha, o crescimento dos fluxos de turistas alimentou a constituição paulatina de um considerável, e diversificado, aparato receptivo, envolvendo hospedagem e alimentação, e a variação de opções não negligenciáveis de lazer e entretenimento. Por sua vez, a crescente oferta de serviços repercutiu na demanda, potencializando o tecido de atrações locais e contribuindo para o aumento do número de visitantes.

Os equipamentos de diversão e entretenimento; complementam a oferta turística local. São os parques de diversões, cinemas, teatros, casas noturnas e outros. No grupo de equipamentos de serviços complementares, encontram-se as vias de trânsito, autovias, portos e aeroportos que possibilitem transporte e que garantem o deslocamento dos turistas irem até o local desejado. Na Ilha os meios de transporte mais empregados na locomoção dos turistas no verão, são os automóveis e ônibus, que circulam nas vias com congestionamentos.

Na Ilha de Santa Catarina, o turismo acontece o ano todo, entretanto o verão é a estação que mais recebe turista, portanto demanda mais projetos de gestão para o turismo, de modo a solucionar alguns enteveros, como por exemplo: o caos que acontece no sistema viário da Ilha em dias chuvosos. É preciso organizar três décadas de engrossamento do fluxo turístico (LINS, 1993), que procuram a Ilha no

verão; atualmente bastante volumoso, que junto com a população, se movimentam nas regiões balneárias buscando desfrutar dos recursos naturais que ela oferece.

2.3.3 Importância do turismo na Ilha

Embora, alguns estudiosos (MORETTO, 1993; OLIVEIRA, 2001) contestem os benefícios da indústria turística na Ilha de Santa Catarina, é inegável o aporte de divisas para a economia da região.

Segundo Pereira (2002, v.2, p.317):

Com efeito, é difícil negar que a movimentação turística, ostensiva desde meados dos anos 1980, de algum modo aquece a economia local, produzindo efeitos no comércio e nos serviços e fertilizando o terreno das oportunidades de trabalho.(...) O setor de turismo enraizado na ilha de Santa Catarina possui características que determinam importantes reflexos socioeconômicos. É preciso aludir antes de tudo ao seu caráter marcadamente sazonal, sintoma da atratividade das numerosas praias e dos vários recursos ligados ao verão existentes nesse espaço.

Rabahy (1990, p.11), quando o mesmo afirma que o turismo trata-se de uma “atividade intensiva no uso de mão-de-obra, gerando muitos empregos, ou seja, o lazer sob a forma de turismo significa trabalho para muita gente”.

Para Oliveira (1998, p.140):

O turismo distribui a renda. Cria um efeito favorável nos setores menos especializados da população. Faz com que surjam novas oportunidades de emprego, impedindo que moradores locais imigrem para outros centros em busca de trabalho.

Nenhuma outra atividade humana é capaz de movimentar um número tão variado de profissões quanto as que estão relacionadas direta ou indiretamente com as atividades turísticas.

O fenômeno turístico em qualquer localidade apresenta pontos positivos e pontos negativos. Oliveira (2001, p.95) em sua dissertação mostra a relação destes pontos no turismo da Ilha de Santa Catarina (Quadros 6 e 7).

Quadro 6: Pontos positivos do turismo na Ilha de Santa Catarina

Pontos positivos	Observação
Condição geográfica e morfológica	Sua condição de Ilha favorece a prática de atividades ligadas ao mar, apresentando diversos tipos de praias.
Geração de renda	A atividade é uma das maiores fontes diretas e indiretas de renda da cidade
Temperatura média	Durante a temporada de verão, a temperatura média fica um torno dos 25°C., mis amena que em outras regiões do país.
Cultura	A integração das culturas açoriana, indígena e africana proporciona um folclore, arquitetura e gastronomia marcantes, presentes até hoje no interior da Ilha.
Atributos naturais	A Ilha apresenta diversas formações – dunas, mangues, floresta atlântica – que contribuem com a beleza cênica e proporcionam condições para atividades ao ar livre.
Áreas naturais protegidas	Preservam os principais recursos naturais da Ilha.
Sul da Ilha	Área com grande potencial para o desenvolvimento e evolução do turismo na Ilha de Santa Catarina.
Shopping Center	Principal ponto de concentração dos turistas, principalmente em dias nebulosos/chuvosos.

Fonte: Oliveira 2001

Quadro 7: Pontos negativos do turismo na Ilha de Santa Catarina

Pontos negativos	Observação
Crescimento desordenado	Em vários pontos da Ilha observa-se: uma inadequada ocupação do solo; privatização de áreas públicas; falta de infra-estrutura básica; inadequada distribuição de equipamentos e serviços turísticos.
Massificação do turismo	A massificação do turismo acelera o processo de degradação ambiental, reduzindo a atratividade dos sítios turísticos.
Alternativa de crescimento rápido	O crescimento rápido geralmente não é acompanhado por uma infra-estrutura que suporte este crescimento, provocando impactos negativos em um curto espaço de tempo.
Elementos culturais locais	A cultura local geralmente não é incorporada nos planos de desenvolvimento turístico, acelerando a sua descaracterização.
Turismo como redenção	O turismo é caracterizado por alguns membros da administração local como a salvação da economia de Florianópolis, ao invés de um de seus elementos.
Mobilidade/acessibilidade	Durante a temporada de verão os problemas de mobilidade e acessibilidade são acentuados, e a solução é difícil e onerosa.
Banco de dados de equipamentos e serviços	A inexistência de um banco de dados de equipamentos e serviços turísticos limita a possibilidade de implantação de um processo de gestão da atividade turística na Ilha de Santa Catarina, de forma planejada.

Fonte: Oliveira 2001

Questionar se o Turismo em Florianópolis é benéfico ou não para a cidade é fundamental, entretanto questionar se ele deva ou não continuar é ingenuidade, pois enquanto houver a Ilha de Santa Catarina, sempre haverá quem queira conhecê-la,

resta saber qual será a qualidade dos recursos turísticos oferecidos. No pensamento de Pereira (2002, v.2, p.322):

Acredita-se que já se atingiu ponto de não retorno na senda turística e que, portanto, não cabe perguntar se o setor de turismo estará presente no universo ilhéu nos anos vindouros. Deve-se, isso sim, perscrutar as possibilidades de um turismo menos sazonal, mais apto a beneficiar uma parcela maior da sociedade local e menos agressivo em termos sócio-ambientais.

2.3.4 Turismo de massa na Ilha de Santa Catarina

Segundo Krippendorf (1989, p.182):

Todo mundo se encontra no mesmo lugar, à mesma hora, pela mesma razão. A fuga à multidão resulta numa multidão. É em razão desse conceito do turismo no tempo e no espaço que as massas turísticas tomam dimensões cada vez mais desumanas e, portanto, são tidas como um fardo e uma ameaça por viajantes e viajados, sem falar da exploração excessiva das paisagens.

A Ilha de Santa Catarina vive este cenário a cada temporada de verão, ao ver sua população duplicada.

Conforme relato publicado no jornal de circulação do estado pode-se constatar a insatisfação de uma família de visitantes da Ilha. Diário Catarinense (2002, p.17):

O paranaense Laurindo José Secchi, que está veraneado com a família em Balneário Camboriú, se arrependeu de ter vindo até a Ilha. "As praias daqui não têm condições de receber tanta gente" reclama.

Em outra publicação do Diário Catarinense (2003, p.32) as manchetes revelam, "Praia Brava esteve lotada", e na mesma página comentam:

Caos no caminho para as praias (...) O trecho entre o trevo dos Ingleses e a praia do Santinho também foi considerado crítico pelo centro de Operações da Polícia Militar. Nem mesmo as quatro pistas da Via Expressa Sul e a costeira do Pirajubaé ficaram livres dos engarrafamentos.

Diante destas questões, a gestão do turismo deve estar atenta a capacidade de carga da Ilha, ou seja, segundo a Organização Mundial do Turismo - OMT (apud GRANEMANN, 1999, p.60):

Capacidade de carga ou de saturação é o ponto a partir do qual o ambiente

físico, econômico e social será degradado levando à destruição da imagem turística com o conseqüente descontentamento do visitante, e da penalização da qualidade de vida da comunidade local. E ainda: com esse conceito pretende-se estabelecer, do ponto de vista quantitativo, o número de visitantes e o nível de desenvolvimento susceptíveis de não terem conseqüências negativas sobre os recursos naturais e culturais de um destino turístico.

Para Di Pietro (2003, p.48), “a capacidade de carga de determinada área é estabelecida pelo número de indivíduos de uma espécie que o ambiente consegue suportar e é entendida como sendo o limite ambiental imposto ao crescimento de uma população”

Qual é a capacidade de carga da Ilha? ou seja, quantos podem freqüentar a Ilha ao mesmo tempo sem que haja prejuízos para a sociedade local e seu patrimônio natural e cultural não se sabe ao certo, entretanto já é possível perceber o desconforto da população local proveniente do contingente humano que se apresenta na temporada de verão na Ilha. Segundo Granemann (1999, p.53):

O excesso de visitantes em uma área num mesmo espaço de tempo, principal característica do turismo de massa, leva à saturação desses ambientes. Surgem problemas típicos do cotidiano urbano, como os congestionamentos, barulho, filas, aumento de violência urbana etc., além disso, começam a surgir problemas de infra-estrutura básica, como a insuficiência no abastecimento de água, lixo acumulado nas ruas, linhas telefônicas congestionadas, entre outros. Nesses casos se verifica que o grau de atratividade da oferta turística é alterado e a clientela desloca-se para outro sítio.

Segundo dados oficiais da SANTUR (2004) o maior afluxo de turistas a Ilha de Santa Catarina, ocorre nos meses de janeiro e fevereiro, em busca das praias como principal entretenimento. As atividades de ocupação do tempo livre de lazer oferecidas são compatíveis com dias ensolarados. Entretanto, quando a temperatura apresenta-se chuvosa, sabe-se que o índice pluviométrico é alto nesse período, os veranistas deixam as praias rumo ao distrito-sede em busca de outros entretenimentos. Este quadro tem se repetido em várias temporadas e que pode ser constatado através da reportagem do Jornal Diário Catarinense (2003, p.19) que foi às ruas de Florianópolis, na Ilha, no dia 30 de dezembro; auge do início da temporada, estava chovendo e o resultado observado surtiu a seguinte manchete:

Fluxo muda e Centro pára. Quem precisou trafegar pela avenida Beira-mar ou nas ruas que ficam nas imediações do Beira-Mar Shopping, ontem a tarde, teve que respirar fundo, contar até mil e se encher de paciência. O trânsito na área ficou congestionado. Para andar uma quadra, levava-se mais de 30 minutos. O dia nublado e ventoso fez com que os turistas e os moradores da cidade que estão curtindo o feriadão prolongado trocassem a praia pelo centro da cidade. A maioria elegeu o *shopping* como programa [...]. A falta de outras opções de lazer na cidade, na opinião dos visitantes, é a causa desses congestionamentos gigantescos nos dias impróprios para banhos de mar. “A gente sai de São Paulo para pegar engarrafamento aqui”, reclamou Maria Aparecida Neves. Ela levava as três filhas ao cinema, no *shopping*. “Parece mentira que na capital do estado só tenha três cinemas”, reclamou.

Para arrematar este tema contamos com a experiência do sociólogo Krippendorf (1989, p.23). “o turismo de massa constitui uma das formas mais marcantes e mais pesadas em consequência e menos refratáveis do choque do lazer”. E quanto aos efeitos que o turismo de massa ainda produzirá em nível ecológico, psicológico e sócio-econômico no local estabelecido, segue-se com seu pensamento, Krippendorf (op.cit) quando ele expressa que;

Acreditamos que aprendemos a viver com estes efeitos. Acreditamos que podemos conter os excessos, prever a evolução desse movimento e sanar os pontos fracos. Na verdade não podemos nada disso, a não ser contemplar os efeitos que o turismo de massa ainda produzirá em nível ecológico, psicológico e sócio-econômico. A menos que modifiquemos a nossa mentalidade, alteremos o sistema e elaboremos novas condições de conjunto.

2.4 O empreendedor e o turismo

O turismo é um setor econômico em expansão na Ilha de Santa Catarina, o que acompanha o fluxo evolutivo dos grandes centros urbanos e a efervescência das regiões turísticas potenciais, despertando empreendedores dispostos a investir e apostar em propostas para o desenvolvimento do turismo de massa (SONAGLIO, 2002).

A partir do potencial de atração de visitantes, as oportunidades de

investimentos no setor turístico apresentam-se como opção de renda para os comerciantes e prestadores de serviços em transporte, acolhimento, alimentação e entretenimento. Todavia, para iniciação de um negócio, o primeiro passo requer a capacidade do indivíduo de perceber as oportunidades e de atuar com iniciativa e decisão (LAPOLLI *et al* 1999).

Os indivíduos que procedem deste modo, são tidos como empreendedores, estes agentes se tornaram alvo de estudos, determinando um ramo de estudo chamado empreendedorismo.

Para Filion (1999, p.10) “empreendedores podem ser considerados pessoas que definem projetos e identificam o que precisam aprender para realizá-los”.

O empreendedorismo tem demonstrado há séculos ser um fenômeno propulsor e que segundo Filion (1999), interpreta atitudes de homens em busca de oportunidades de negócios preocupados com gerenciamento inteligente de negócios e obtenção de rendimentos otimizados para o capital investido. Dreher (2004) observa nesse fenômeno a particularidade de reunir idéias oriundas de especialistas das ciências humanas e administrativas, criando intercâmbio e práticas multidisciplinares.

As ciências econômicas (administrativa), onde os pioneiros economistas (Say, 1803; Clark, 1899) associam o empreendedor à inovação em negócios. E a linha comportamentalista (humana) (McClelland, 1961) ressalta as características associadas a atitudes como, criatividade e a intuição para negócios, etc.

Dolabela (1999, p.71-72) apresenta uma relação destas características a partir do conhecimento de estudos realizados (Timmons, 1994 e Hornaday, 1982):

Características do empreendedor

- Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização.
- Trabalha sozinho. O processo visionário é individual.
- Tem perseverança e tenacidade para vencer obstáculos.
- Considera o fracasso um resultado como outro qualquer, pois aprende com o próprio erro.
- É capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e concentra esforços para alcançar resultados.
- Sabe fixar metas e alcançá-las; luta contra padrões impostos; diferencia-se.

- Tem sempre alto comprometimento; crê no que faz.
- Tece “redes de relações” (contatos , amizades) moderadas, mas utilizadas intensamente como suporte para alcançar seus objetivos; considera a rede de relações internas (como sócios, colaboradores) mais importante que a externa.
- Traduz seus pensamentos em ações.

Se fosse possível reunir em um único indivíduo todas as qualidades relacionadas por Dolabela, este seria o caráter do empreendedor perfeito, seria a pessoa ideal para ser investidor do turismo na Ilha de Santa Catarina.

Segundo Dreher (2004, p.20):

É possível que o empreendedor seja mesmo uma mistura de muitos ingredientes; é possível também que essa mistura não seja homogênea para todos os empreendedores, que cada qual tenha certa inclinação para alguns desses ingredientes em especial.

Alguns empreendedores terão a tendência a melhorar o que já existe e são conhecidos como adaptadores, e outros a revolucionar o implantado e gerar soluções mais radicais e que são os inovadores (DE MORI,1998).

O fenômeno do turismo disponibiliza os produtos, intermediando o fornecedor com a demanda, podendo ser interpretado como conglomerado de bens e serviços dispostos em função da demanda (GUIMARÃES, *et al*, 2002).

Os produtos turísticos se diferenciam dos demais produtos da indústria e do comércio, pois possuem elementos e percepções intangíveis, sendo que o consumidor o sente como uma experiência (DREHER, 2004).

O consumidor do turismo vivencia a paisagem, freqüenta os pontos de visitação, compra os artigos, alimenta-se, se entret m e aloja-se em determinado lugar para descansar. A figura humana no atendimento do cliente do turismo   fundamental, e a satisfa o do turista quanto ao produto e muitas vezes depende do preparo do prestador de serviço. O investidor do turismo deve estar atento a qualifica o de seus funcionários, pois segundo Almeida; Bueno; Lapolli (2003) em nada adiantará investimentos de grande escala em equipamentos, infra-estrutura e capta o de novos mercados, se não houver um sério investimento no capital humano.

Atendendo a esta necessidade do mercado turístico, projetos têm sido implantados na busca da qualifica o de mão de obra, com tem-se observado o

desempenho da Escola de Novos Empreendedores (ENE) da UFSC, com o Programa Encantando o Turista, objetivando "contribuir para transformar a Ilha de Santa Catarina em um pólo turístico de padrão internacional, qualificando a mão de obra que interage com os turistas de forma a encantá-los" (DE MORI 1999, p.7).

Reportando-se ao empreendedor do turismo na Ilha, leva-se em conta que de um lado estão os indivíduos ou grupos de pessoas com renda e tempo para viajar e do outro a oferta; núcleo receptor com infra-estrutura básica e turística a ser melhorada.

Enquanto houver a demanda turística que busca viver novas experiências, haverá a oportunidade de novo negócio para os empreendedores do setor turístico. No contexto deste estudo a oportunidade de negócio está explícita na Ilha a partir da carência de infra-estrutura para atender a demanda turística com entretenimento de lazer para dias chuvosos (LENZI, 2001).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Caracterização da pesquisa

Esta pesquisa foi realizada no período de janeiro a fevereiro de 2004, em praias do Norte da Ilha de Santa Catarina. Quanto a sua natureza é classificada como pesquisa aplicada, visto que objetiva gerar conhecimento para aplicação prática dirigida a solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais (SILVA; MENEZES, 2001).

Quanto à forma de abordagem, é qualitativa, pois traduziu em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las, tendo como ferramenta os recursos e técnicas estatísticas (GIL, 1991).

Do ponto de vista dos seus objetivos e das questões a serem investigadas, a pesquisa é de cunho exploratório, sendo que o objetivo deste caráter de pesquisa é proporcionar maior familiaridade com o problema, visando torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses (GIL, 1991).

Em relação aos procedimentos técnicos, trabalhou-se a pesquisa em quatro etapas: bibliográfica; em que se fez revisão de literatura, o que possibilitou nortear o trabalho científico, a partir de premissas e pressupostos teóricos. Fundamentou-se o tema acerca do universo do fenômeno turístico, subsidiando-se em métodos científicos dedutivos para a elaboração do material de coleta de dados mais apropriado às respostas da pesquisa. As outras três etapas; delimitação da área de estudo; coleta, organização, análise de dados e conclusão, cuja relevância é vital na sistematização do respectivo trabalho, detalhar-se-á na seqüência.

3.2 Delimitação da área de estudo

Nesta etapa definiu-se uma amostra não-probabilística, intencional, em que se delimitou o universo (população) de turistas nacionais que estivessem hospedados em hotéis, pousadas ou *camping* em praias do norte da Ilha de Santa Catarina;

região onde se encontra o maior número de unidades habitacionais turísticas (UHT). O instrumento de coleta de dados desta pesquisa foi o formulário.

Tendo definido o universo, adotou-se o seguinte procedimento para delimitação da amostra, buscou-se a média aritmética dos últimos três anos do número de visitantes nacionais (por ser mais significativa numericamente do que os visitantes estrangeiros) igual a 282.930 pessoas (SANTUR, 2003). Buscou-se 31,43%, média de porcentagem de hospedagem em hotéis, pousadas e *camping* nestes períodos (por serem os equipamentos de hospedagem oficiais mais adequados a oferecerem um serviço de qualidade aos turistas), gerando uma população igual a 88.925 pessoas. Para obtenção de amostra da pesquisa baseou-se nos padrões de Barbetta (1999) que sugere a aplicação da fórmula a seguir, sob uma margem de erro amostral tolerável de 4%, chegando-se ao tamanho da amostra em 621 turistas

$$N^{\circ} \text{ amostra} = \frac{\text{População} \times (1/\text{erro amostral}^2)}{\text{População} + (1/\text{erro amostral}^2)}$$

No entanto, com intuito de dar maior confiabilidade à pesquisa, diminui-se a margem do erro amostral para 3,3%, assim aumentou-se o número da amostra de 621 para 901 turistas.

3.3 Coleta e organização de dados

Para coleta de dados elaborou-se formulário (apêndice A), que foi aplicado individualmente a cada turista da amostra sob abordagem do pesquisador que numa situação face a face anotava as respostas.

Segundo Dencker (2002) o formulário serve para controle da observação. O pesquisador relaciona os elementos a serem questionados e efetua o registro. Podendo ser construído de questões enunciadas como perguntas, de maneira organizada e sistematizada.

Durante os meses de janeiro e fevereiro de 2004 percorreu-se as praias no norte da Ilha onde se questionou 901 turistas. O quadro 8, apresenta as perguntas e o objetivo das mesmas.

Os dados foram tabulados e organizados após a separação das respostas padronizadas e codificadas. Para tabulação geral dos dados foi utilizado o programa Statística. Os resultados e observações foram reunidos obedecendo a uma seqüência de modo coerente e organizada, visando responder ao problema de pesquisa. Os dados obtidos e trabalhados estão apresentados por meio de tabelas e gráficos.

Quadro 8: Perguntas do formulário aplicado

Pergunta	Objetivo
Primeira vez que vem a Florianópolis?	Identificar quantas vezes o turista já esteve em Florianópolis.
Motivo da vinda a Florianópolis?	A partir de respostas fechadas, classificar os motivos da visita a Florianópolis.
Tempo de permanência	Conhecer a média de permanência do turista em Florianópolis.
Qual o meio de transporte adotado?	Saber se o automóvel é o meio de transporte mais utilizado pelo visitante
Que tipo de grupo pertence?	Interpretar o tipo de grupo que predomina no afluxo turístico da Ilha
Já esteve no verão em Florianópolis em tempo chuvoso?	Selecionar objeto da amostra
Quanto durou a chuva?	Determinar o período médio da duração dos dias de chuva vividos pelos visitantes
O que fez nos dias de chuva?	Relacionar as atividades praticadas pelos turistas nos dias de chuva.
Como deseja ocupar seu tempo livre em Florianópolis caso chova?	A partir de respostas fechadas, identificar a preferência de entretenimento para dias de chuva.
Voltará a Florianópolis?	Traduzir a satisfação do turista.

Atendendo-se a meta da pesquisa referente à identificação de opções de entretenimento para dias de chuva que são oferecidos no norte da Ilha, apresentou-se a relação (apêndice B) de equipamentos distribuídos em categorias (Hotel, Restaurante, bar e Lanchonete, parque aquático, casa de dança), e por praias. As informações que possibilitaram o alcance desta meta do estudo, foram obtidas no sindicato de Hotéis Restaurantes Bares e Similares (SHRBS), Departamento de Jogos e diversões e na Junta Comercial de Santa Catarina.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

No período de 03 de janeiro a 29 de fevereiro de 2004 foram consultados 901 turistas nacionais hospedados nos hotéis, pousadas e *camping* na região norte da Ilha de Santa Catarina.

Os dados obtidos foram analisados qualitativamente possibilitando as seguintes interpretações: o perfil demográfico do afluxo turístico, emprego de equipamentos turísticos na Ilha, motivo da viagem e preferências de entretenimento de lazer para dias de chuva.

4.1 Perfil demográfico

A amostra estudada é composta de 39,7% de pessoas do sexo masculino e de 60,3% do sexo feminino, totalizando 901 sujeitos na pesquisa, conforme se observa na figura 5.

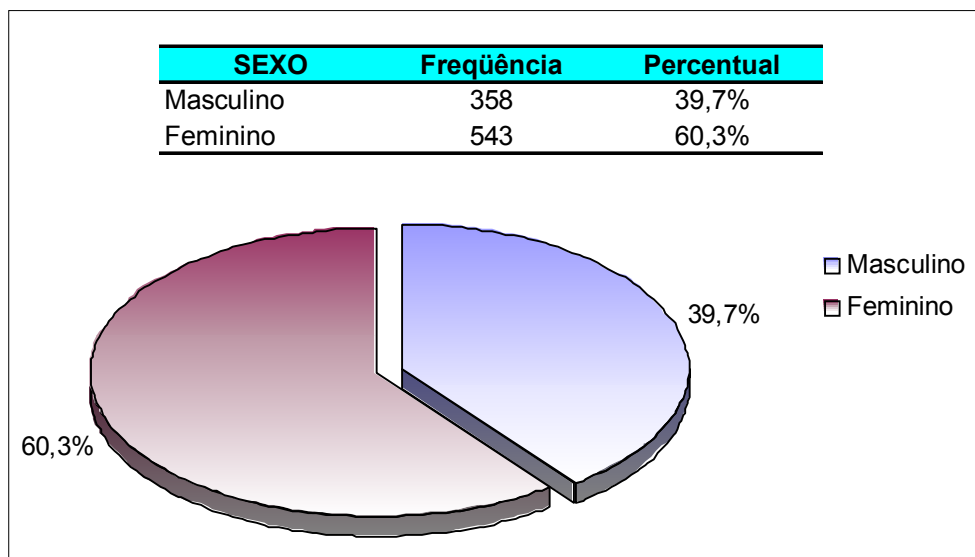


Figura 5: Distribuição da amostra quanto ao gênero

Constatou-se que os turistas que freqüentam a praia são em sua maioria do sexo feminino e que somente 22% destas pessoas visitavam Florianópolis pela primeira

vez, sendo que os 78% restante conforme a tabela 6, costumam a freqüentar a Ilha no verão.

Tabela 6: Primeira vez que visitam Florianópolis?

Primeira Visita?	Freqüência	Percentual
Sim	196	22%
Não	705	78%

Quanto à faixa etária característica da população, apresenta-se no gráfico da figura 6, a idade dos entrevistados agrupados em intervalos constantes de 10 anos, consta-se distribuição similar na faixa etária compreendida entre, acima de 20 anos e abaixo de 50anos.

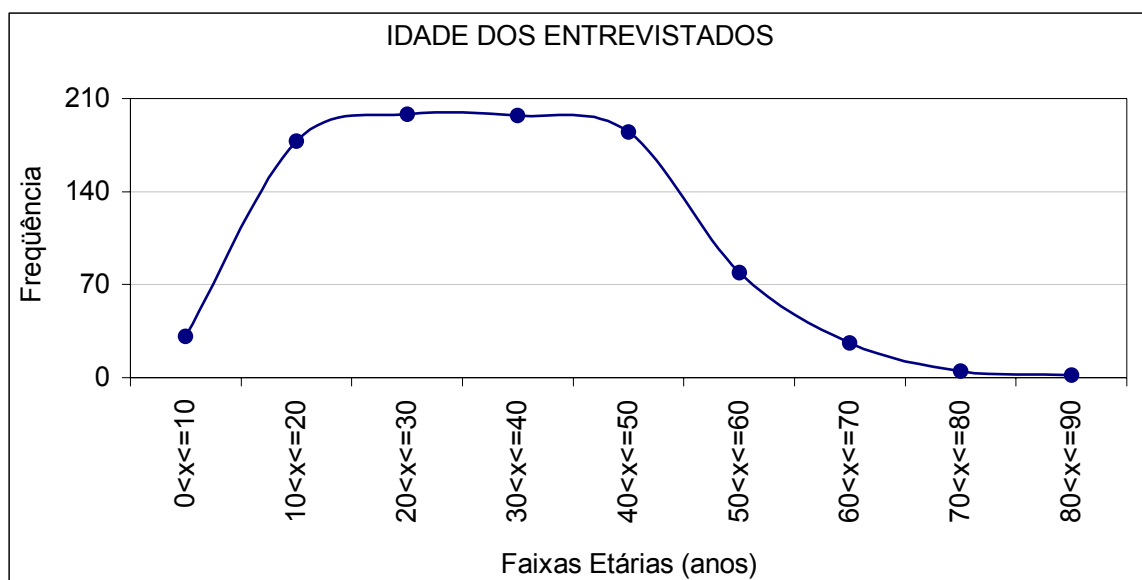


Figura 6: Distribuição por faixa etária com intervalos constantes de 10 anos

Entretanto para análise sob aspecto de desenvolvimento bio-psíquico-social (TRIGO 2002), se agrupou os entrevistados nas seguintes faixas etárias: 7 a 12 anos – crianças; 13 a 17 anos – adolescentes; 18 a 30 anos – jovens; 31 a 59 anos - adultos, e finalmente acima de 60 anos, adultos com longa experiência de vida (idoso).

Segundo o gráfico da figura 7, observa-se que o perfil predominante do turista é aquele com idade entre 31 e 59 anos, cuja faixa etária se pode inferir ser de indivíduos estabilizados financeiramente com estrutura familiar geralmente definida.

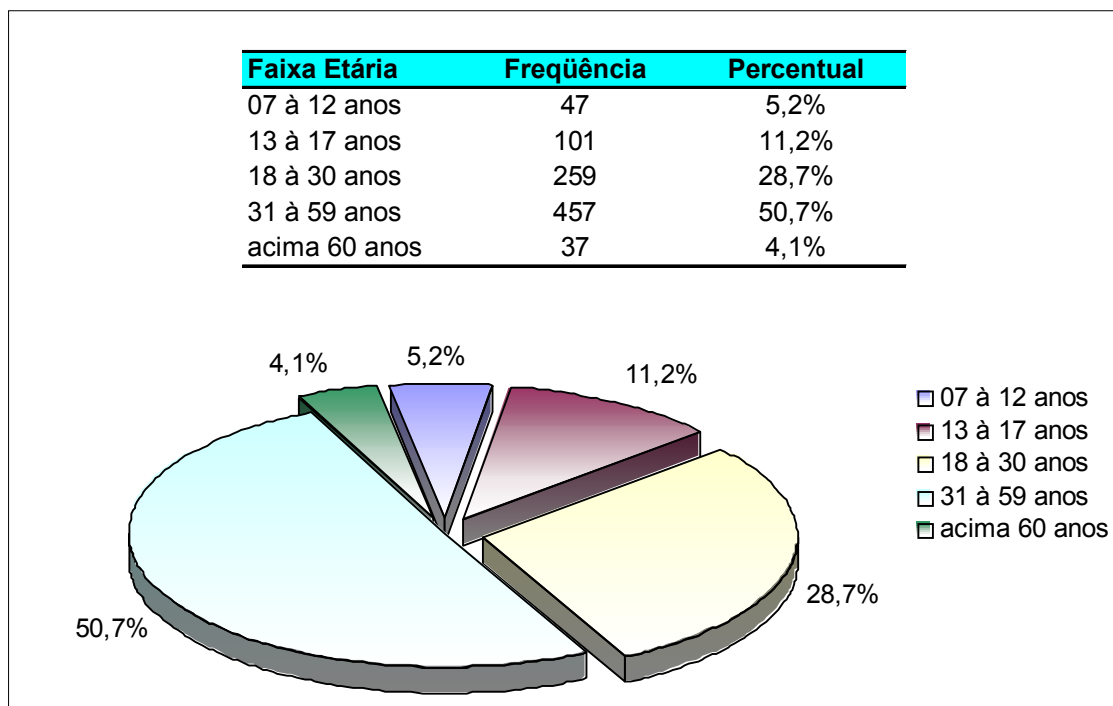


Figura 7: Distribuição amostral quanto às faixas etárias

Os índices apontados anteriormente quanto à idade e sexo dos turistas, caracterizam a predominância de mulheres, e indivíduos acima de 31 anos, supostamente com estrutura financeira definida; buscou-se então, identificar qual é o percentual dos turistas que exercem uma profissão auferindo seus rendimentos deste trabalho.

Identificou-se que dos turistas entrevistados, 64,9% são economicamente ativos, como está caracterizado no gráfico da figura 8. Ainda para ilustrar, apresenta-se a frequência amostral entre as 89 profissões declaradas pelos entrevistados (apêndice C).

Entre os aspectos que podem ser discutidos com base nestas características é que o perfil do turista que visita Florianópolis e frequenta as praias do Norte da Ilha apresenta estabilidade financeira, exigindo bons serviços turísticos, e ainda predominantemente traz a família para desfrutar suas férias, pois como mostra a figura 9, a família representa 85% dos grupos que optam por este local.

Esta característica do turista revela que Florianópolis ainda é considerada destino indicado para aproveitamento do tempo livre com familiares.

Ainda conforme a figura 9, observa-se que os turistas que se encontravam na Ilha, além da grande maioria (85%) que se deslocam em famílias, 13,7% compõem

grupos de amigos e apenas 1,3% viajam sozinhos.

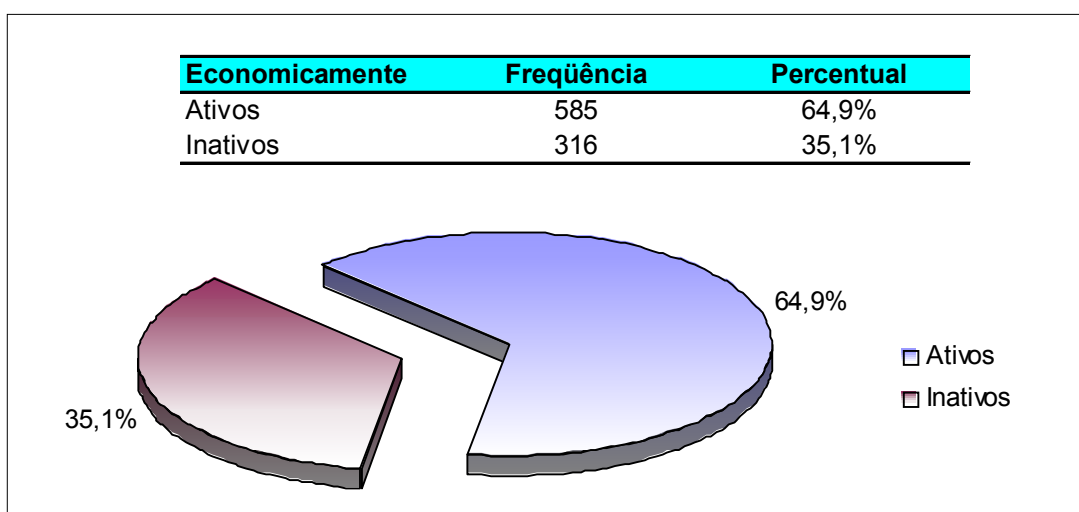


Figura 8: Distribuição amostral quanto à atividade econômica.

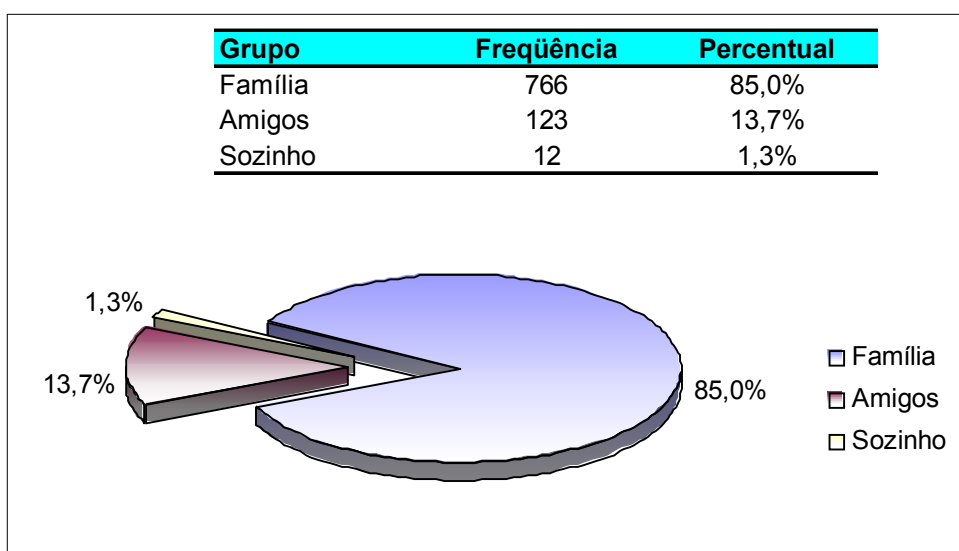


Figura 9: Distribuição amostral dos grupos.

Quanto à origem desse afluxo, observa-se na figura 10 que o Sul do Brasil é responsável pela emissão de 78% dos turistas, sendo que 61,9% dos turistas procedem do Rio Grande do Sul.

Esta característica demonstra que a origem predominante dos turistas está circunvizinha à Florianópolis inferindo que o meio de transporte mais adequado, rápido e de baixo custo é o rodoviário. Assim, a figura 11 comprova que realmente a preferência para locomoção é o meio rodoviário, especialmente o automóvel

particular, veículo mais utilizados pelos grupos familiares.

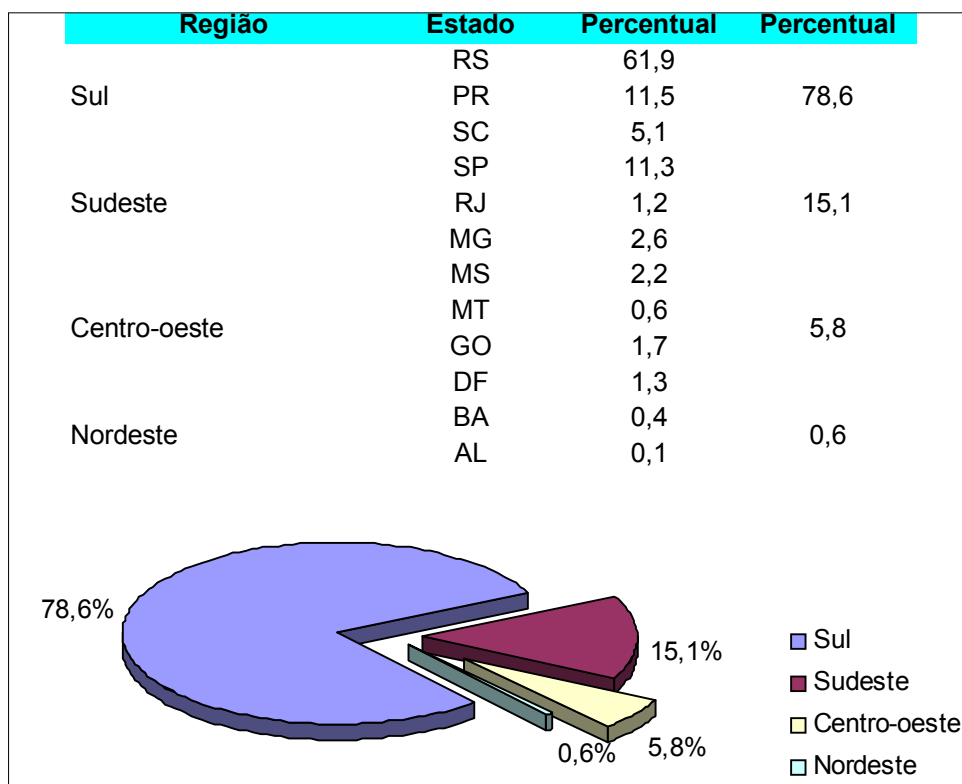


Figura 10: Origem do afluxo turístico

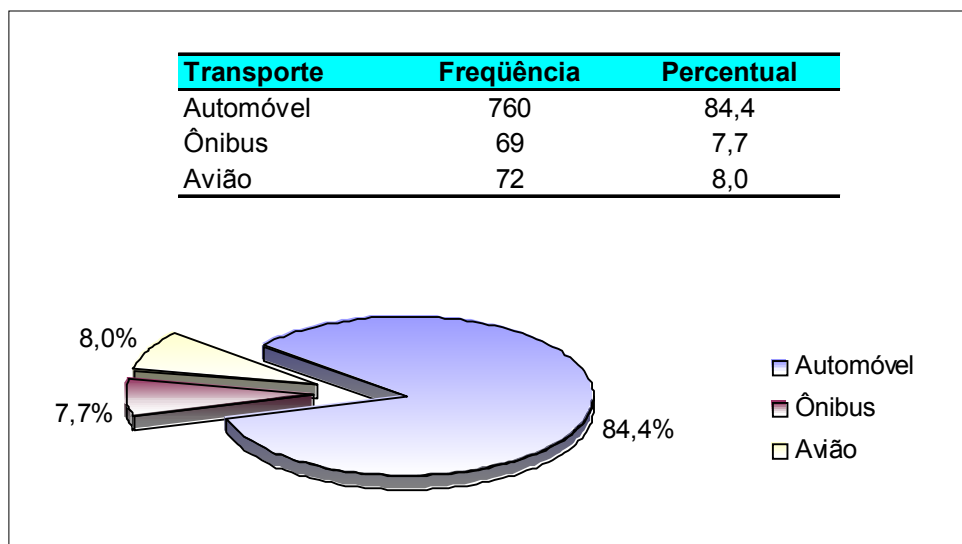


Figura 11: Meios de transportes utilizados pelos entrevistados.

Para avaliar o impacto deste meio de transporte na infra-estrutura viária de Florianópolis durante o verão, tomou-se por base o número de visitantes nacionais nos meses de janeiro e fevereiro de 2004 (tabela 2 p.54), 492.114 pessoas;

considerando que 84,4% (tabela 11) utilizam o automóvel e que cada automóvel em média transporta 4,7 pessoas (tabela 7), então tem-se aproximadamente 88.371 automóveis a mais transitando pela cidade.

Assim, levando-se em conta que o tempo médio de permanência destes turistas é 7,7 dias (tabela 7) e multiplicando-se esta média de permanência pelo número de automóveis e dividindo pelo número de dias de janeiro e fevereiro (60dias) obtém-se uma média diária de 11.340 automóveis circulando na cidade.

Conforme dados do Detran-SC (2004), Florianópolis apresenta 133.143 automóveis registrados no município, assim com o acréscimo dos automóveis dos turistas nacionais, 11.340 unidades, o que corresponde a 8,5%, sem considerar os automóveis de turistas internacionais, automóveis locados e outros tipos de veículos.

Tabela 7 – Permanência média de turistas de grupos familiares com automóveis

Total de casos Família-Automóvel	672 casos
Soma de pessoas do grupo familiar	3.162 pessoas
nº médio de pessoas por automóvel*	4,7 pessoas/automóvel
Permanência média (aritmética)	7,67 dias
Permanência média (ponderada)	7,73 dias

*Considerando que cada grupo esteja com um automóvel

Para finalizar esta seção, apresenta-se na figura 12, a porcentagem de utilização de equipamentos de hospedagem pelos entrevistados

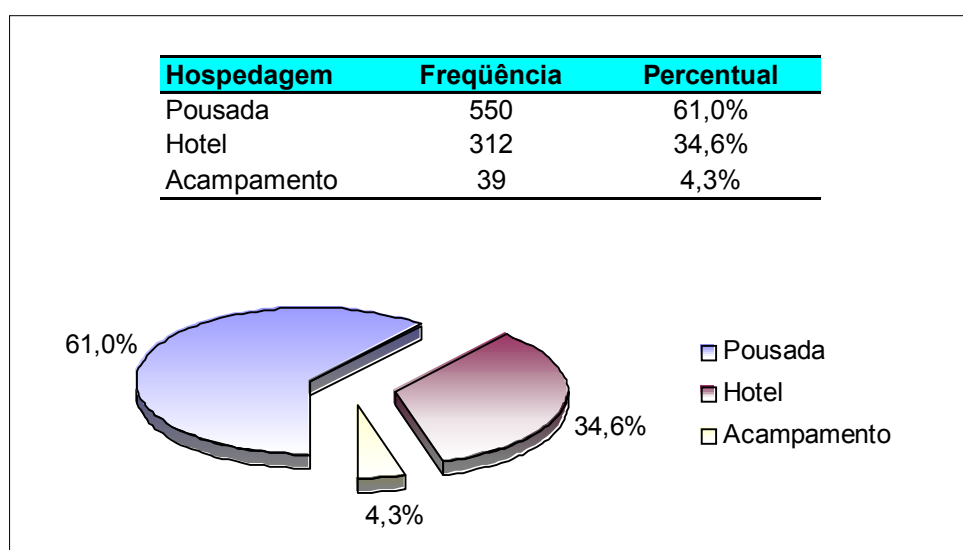


Figura 12: Forma de hospedagem dos entrevistados.

Observa-se que as pousadas vêm gradativamente se instalando como meio de hospedagem na Ilha, sendo que nesta pesquisa foi o equipamento de hospedagem mais utilizado, representando 61% dos entrevistados, possivelmente pelo custo inferior ao hotel e pela flexibilidade na utilização. O hotel vem em segundo lugar com 34,6% sendo utilizado possivelmente pelos turistas de maior poder aquisitivo e o acampamento aparece em escala menor com 4,3%, mas tem-se verificado o progresso na utilização deste equipamento na Ilha.

4.2 Preferências do turista

Para atender a este tópico que representa o principal foco da pesquisa, se aplicou perguntas, algumas com respostas fechadas de múltiplas escolhas e outras abertas que geraram diversas combinações.

Primeiramente, buscou-se reconhecer porque as pessoas visitavam a Ilha de Santa Catarina no verão. Para responder a esta questão do formulário (apêndice A) o entrevistado pôde optar por mais de uma alternativa. A tabela 8 apresenta a frequência das respostas quanto ao motivo da vinda destes turistas a Florianópolis.

Tabela 8: Motivo da vinda a Florianópolis

MOTIVO	RESPOSTAS	
	Frequência	Percentual
Praia	885	98,2%
Natureza	604	67,0%
Entretenimento	180	20,0%
Gastronomia	90	10,0%
População	90	10,0%
Cultura	30	3,3%
Eventos	23	2,6%

Como já se sabia anteriormente, frente às pesquisas divulgadas pela SANTUR, confirmou-se que a praia é o principal motivo da vinda dos turistas a Florianópolis, afirmado por 885 dos 901 entrevistados. O contato com a natureza como um todo ficou como a segunda resposta mais frequente (604). A possibilidade de entretenimento foi a terceira opção mais eleita (180), o que deixa subentendido que a Ilha representa para os visitantes um local para ocupação de tempo livre. Percebe-se, um empate na opção da vinda a Florianópolis pela gastronomia e população que

é considerada hospitaleira. Entretanto a cultura, cuja a mídia tenta promover, é pouco reconhecida como atrativo pela pesquisa, perdendo apenas para o motivo eventos que acontece muito pouco em Florianópolis nessa estação.

Todavia, conforme apresentou este estudo (p.43), chove muito nos meses de janeiro e fevereiro na Ilha, e nesta pesquisa identificou-se (tabela 9) que 43% dos entrevistados vivenciaram a Ilha em tempos chuvosos, sob uma média de 4,6 dias com chuva.

Tabela 9 - Incidência de chuva em períodos visitados anteriormente

Já esteve em Florianópolis em períodos de chuva?	Frequência	Percentual
Sim	387	43,0%
Não	514	57,0%

Sendo assim, procurou-se saber; sob pergunta do tipo aberta, o que fizeram nesse período já que não poderiam ir as praias. As respostas segundo a tabela 10 foram:

Tabela 10 - Atividade em dias de chuva

O que fez em Florianópolis em tempo de chuva?	Frequência	Percentual
Shopping e Passeio	121	31,3
Passeio	76	19,6
Nada	29	7,5
Passeio e Nada	29	7,5
Shopping, Passeio e Cinema	23	5,9
Shopping, Passeio e Culinária	19	4,9
Shopping	15	3,9
Passeio e Leitura	13	3,4
Passeio e Culinária	11	2,8
Passeio e Cultural	9	2,3
Recreação Hotel	7	1,8
Shopping, Passeio e Nada	6	1,6
Shopping, Passeio e Cultural	6	1,6
Shopping, Nada	4	1,0
Passeio, Descanso e Nada	4	1,0
Shopping, Passeio e Leitura	4	1,0
Shopping, Descanso e Leitura	3	0,8
Culinária	1	0,3
Shopping e Culinária	1	0,3
Shopping e Cultural	1	0,3
Shopping, Cultural e Descanso	1	0,3
Leitura	1	0,3
Nada e Culinária	1	0,3
Passeio, Nada e Restaurante	1	0,3
Nada e Leitura	1	0,3
Cinema	0	0,0
Totais	387	100

No quadro 9, apresenta-se a definição dos termos empregados na tabulação:

Quadro 9: Definição dos termos empregados na tabulação das respostas de ocupação em tempos de chuva

Termos	Definição
Culinária	Foi a casas gastronômicas para conhecer a culinária típica da Ilha
Nada	Ficou onde estava hospedado, vendo tv, jogando baralho
Passeio	Saiu sem destino para conhecer outros lugares além do que estava hospedado
Cultural	Visitou museus e centro histórico
Descanso	Dormiu, viu tv

Com as respostas a questão de como o turista ocupou seu tempo mediante a chuva, obteve-se 26 combinações. Para melhor interpretação construiu-se uma tabela em que se analisa a freqüência das opções de entretenimento empregados nas respostas.

Analisa-se na tabela 11 que 322 dos 387 turistas que permaneceram em períodos chuvosos na Ilha, responderam que saíram a passear procurando o que fazer. Ir ao shopping foi à segunda forma de entretenimento apresentada (204) e que se pode associar a ida ao cinema (23), visto que o cinema fica no shopping, o que justifica os congestionamentos em torno do único shopping da Ilha. Ficar sem fazer nada foi à terceira forma de ocupação de tempo livre. esse índice de 19% se for projetado na população amostral (282.930 pessoas) se deduz que 53.756 pessoas ficaram sem atividade nos dias de chuva na Ilha na temporada de verão, sendo que alguns dos entrevistados deixavam transparecer a insatisfação de ter perdido seu tempo, como se pode perceber nestes depoimentos coletados durante a aplicação do formulário:

“[...] Florianópolis é uma cidade ruim de se estar a pé, não se sabe aonde ir”.

“[...] falta comprometimento com o turista, agente sente que não há informação voltada ao turista dos entretenimentos que acontecem na cidade”.

O baixo índice na opção em atividade cultural (50) pode ser reflexo desta falta de comprometimento; reclamada pelo turista, em informar onde e como o turista pode ir para conhecer a História de Florianópolis.

Outros turistas praticaram a leitura (22), alguns dormiram muito entregues ao “*Dolce far niente*” e descansaram (8), ou foram a restaurantes (1).

Alguns hotéis na Ilha oferecem serviço de recreação às crianças, o que serve de

opção de entretenimento para os dias chuvosos, como se percebem nas 7 respostas que se encontrou.

Tabela 11 - Ocupação em dias de chuva

O que fez em Florianópolis em tempo de chuva?	Frequência	Percentual
Passeio	322	83,2%
Shopping	204	52,7%
Nada	75	19,4%
Cultural	50	12,9%
Cinema	23	5,9%
Leitura	22	5,7%
Descanso	8	2,1%
Recreação no Hotel	7	1,8%
Restaurante	1	0,3%

Na percepção dos entrevistados, pegar tempo chuvoso em Florianópolis é muita falta de sorte, pois acham que a cidade não tem muito a oferecer além das praias.

Na seqüência perguntou-se aos 901 turistas como desejariam ocupar seu tempo livre em Florianópolis caso chovesse. As respostas a esta pergunta também foram do sistema fechado com múltipla escolha, e que geraram diversas combinações que se organizou em faixas etárias para maior compreensão, conforme a tabela 12.

Tabela 12 - Preferências de entretenimento para dia de chuva, por faixa etária

Faixa Etária	Nº casos	Passeio	Shopping	Cinema	Cultura	Leitura	Gastronomia	Dança	Esporte	Descanso	Teatro	Museu	Outros	Não sabe
07 à 12 anos	47	37	36	37	19	20	20	16	33	14	20	12	0	0
13 à 17 anos	101	81	89	79	49	38	38	68	63	39	30	11	2	0
18 à 30 anos	259	213	201	195	135	124	118	175	132	115	110	90	2	1
31 à 59 anos	457	387	317	317	274	270	270	199	209	259	198	170	0	2
Acima 60 anos	37	26	19	20	18	23	25	10	13	17	14	13	0	0
Totais	901	744	662	648	495	475	471	468	450	444	372	296	4	3

As opções de entretenimento apresentados da tabela 12 representam conforme quadro 10.

Quadro 10: Definição dos termos empregados no questionário na pergunta referente ao desejo de ocupação do tempo disponível em Florianópolis, caso chova

Termos	Definição
Passeio	Sair para relacionar-se com pessoas e conhecer a cidade
Shopping	Ir a um lugar fechado, seguro e com diversidade de entretenimento
Cinema	Assistir um filme na sala de cinema
Cultural	Conhecer a história da cultura local
Leitura	Ler um livro
Gastronomia	Ir a restaurante ou lanchonete degustar ou aprender a fazer pratos da Ilha
Dança	Ir a danceterias (dançar)
Teatro	Assistir a peças teatrais
Esporte	Praticar esporte em ambientes fechados
Descanso	Descansar, dormir, ver tv.
museu	Visitar museus
Outros	Participar de outros entretenimentos
Não sabe	Sem opinião

Para interpretar a tabela 12 seguiu-se o seguinte raciocínio:

Das 47 crianças (07 a 12 anos) entrevistadas, as opções de entretenimento mais escolhidas foram passear e ir ao shopping, apresentando 37 respostas. A segunda resposta que mais apareceu foi a prática de esporte (estar em ação) com 33 (respostas). Ir ao teatro, ler e degustar a culinária da Ilha também empataram com 20 respostas. O interesse pela cultura do local, retratada nos museus e monumentos, é pouco expressiva apresentando 19 respostas.

Para os adolescentes (13 a 17 anos), dos 101 pesquisados, percebe-se o interesse semelhante ao das crianças, sendo as respostas mais freqüentes; passear, ir ao shopping e cinema. Entretanto, como é característica da idade, a danceteria passa a ser a quarta opção, e a prática por esporte fica como a quinta opção de entretenimento mais votada. O interesse pela cultura também demonstra ser irrelevante.

Aos Jovens (18 a 30 anos) que somaram 259 pessoas, começa-se a perceber maior interesse pela cultura do local; proveniente da maturidade, que representa ser a quinta resposta mais votada, sendo que os demais interesses de entretenimento muito se assemelham às opções da faixa etária anterior.

Para os adultos (31 a 59 anos), faixa etária que mais compreende os turistas pesquisados, as três primeiras opções de entretenimento mais votadas se assemelham as das idades anteriores, sendo que o conhecimento da cultura local

assume a casa da quarta resposta mais votada. Concordando com o estudo que se refere ao turismo como fenômeno capaz de restabelecer energias, percebe-se que para os adultos, provedores, economicamente ativos, coordenadores de família, as atividades mais tranquilas correspondem a terceira e quarta mais escolhidas. E o descanso é de grande significância, sendo a quinta resposta mais votada, diferentemente das outras faixas etárias analisadas.

A última faixa etária (acima de 60 anos) analisada de acordo com as características, principalmente física, característica da idade, elegeu as atividades mais tranquilas com mais frequência. Sendo que, dos 37 idosos entrevistados, a seqüência das respostas mais votadas foram: 26 respostas para passeio como principal entretenimento; 25 respostas optando por degustar a culinária local; 23 para a leitura; 20 respostas elegendo a ida ao cinema, ficando a ida ao shopping, que para as outras idades era um dos mais votados, como a quinta resposta votada.

Para visualização dos resultados, relacionou-se faixa etária e porcentagem de opção entre os entretenimentos e construiu-se o gráfico que pode ser observado na figura 13.

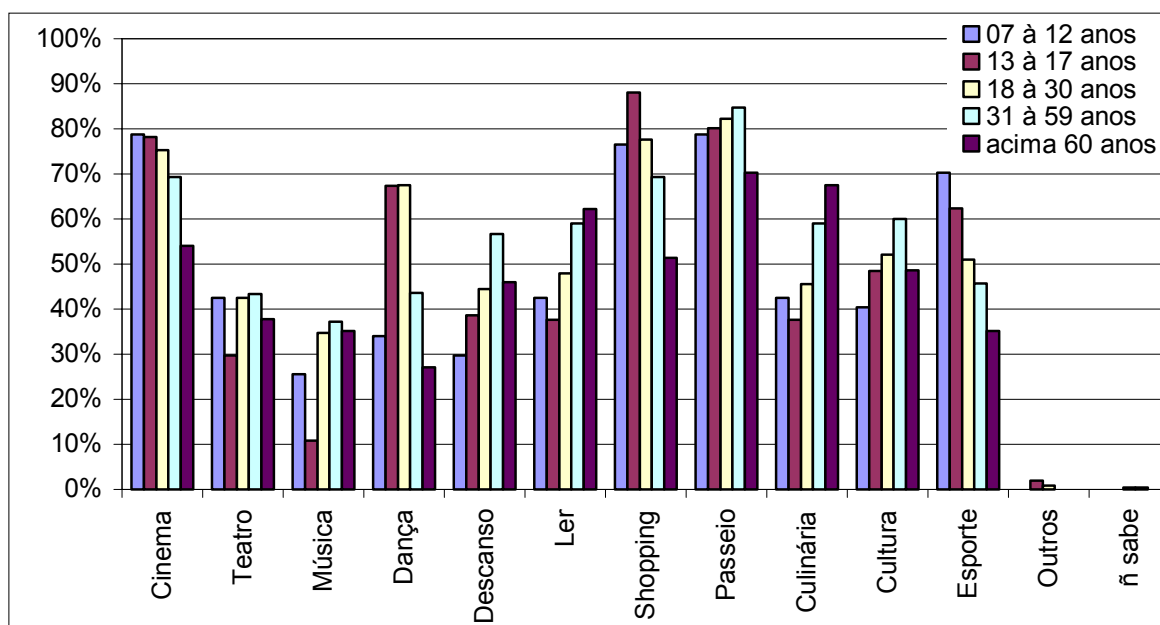


Figura 13: Preferências de entretenimento em tempo de chuva por faixa etária

O gráfico representado na figura 13 identifica os interesses dos turistas por entretenimento para dias de chuva por faixa etária.

Realmente é notória a preferência por todas as idades por passeio e idas a Shopping e cinema. Atividades de exercícios como esporte e dança, apresentam certa relevância. A culinária, conhecimento da cultura, o descanso e a leitura, são atividades evidentemente preferidas por uma faixa etária mais madura e que dispõe de seu próprio dinheiro. A ida a teatro, visitação a museu, como em todo território nacional, fica em último plano.

Entre os entretenimentos observa-se que as mulheres preferem ir mais ao shopping que ao cinema (apêndice D), ao contrário da preferência masculina. Assim como as mulheres preferem leitura a descansar, como preferem os homens.

Quanto à resposta “outros” do formulário, à questão da tabela 12, surgiram sugestões como: Apreciação a aquários gigantes; campos de *mini-golf* em áreas fechadas.

Vale ressaltar que existe demanda a estas opções de entretenimento aqui eleitas, visto que dos 901 entrevistados (Tabela 12), apenas três pessoas responderam que não sabiam o que gostariam de fazer, quanto aos demais, todos tinham idéia de como gostariam de ocupar seu tempo livre caso chovesse.

Outro aspecto interessante é que 99% dos entrevistados declararam que voltarão à Florianópolis em próxima temporada de verão.

Quanto à oferta de equipamentos de entretenimento para dias de chuva existentes na região norte da Ilha a tabela 13, apresenta o número de equipamentos por praia.

De acordo com a tabela 13 os restaurantes e as lanchonetes localizados no norte da Ilha, são equipamentos que em número de 300 instalações entre restaurantes e bar/lanchonetes estão para atender a 6ª opção de lazer para dia de chuva eleita pelos turistas; conhecer a Gastronomia Local.

A opção do turista por danceteria, pode ser atendida por 4 instalações no norte, todavia as casas de dança atualmente na região, representam um entretenimento para a noite.

O norte da Ilha oferece dois parques aquáticos que atendem relativamente a opção de praticar esporte em dias de chuva. Sobretudo, não estando o clima frio e com trovoadas.

Tabela 13: Equipamentos turísticos de entretenimento disponíveis nas praias do norte da Ilha

EQUIPAMENTOS	Daniela	Jurerê	Canasvieiras	Ponta das Canas	Cachoeira do Bom Jesus	Praia Brava	Ingleses	Santinho	TOTAL
Restaurantes	3	18	34	15	5	2	30	2	109
Bar e Lanchonetes	3	38	46	21	-	5	73	5	191
Shopping	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cinema	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Teatro	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Museu	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Danceteria	-	-1	-	1	-	-	2	-	4
Parques	-	-1	-	-	-	-	1	-	2

Verifica-se que entre os equipamentos de entretenimento para dia de chuva que oferece o norte da Ilha, não constam os que foram mais eleitos pelos turistas na pesquisa ou seja; o cinema e o Shopping.

5 CONCLUSÕES E SUGESTÕES PARA ESTUDOS FUTUROS

A concretização desta etapa da pesquisa em torno do turismo na Ilha de Santa Catarina, deduziu informações importantes que podem servir de dados a serem aproveitados para tomada de decisões de futuros planejamentos e investimentos na qualidade e sustentabilidade do turismo na Ilha.

O resultado da investigação das preferências de entretenimento para dias de chuva num local onde se constata que as opções de entretenimento ali existentes não atendem, é ferramenta para implantação de empreendimentos turísticos.

5.1 Conclusões

No perfil demográfico dos turistas que freqüentam Florianópolis na alta temporada, predomina a idade madura, deslocam-se em grupos familiares, geralmente utilizam automóvel particular como meio de transporte e têm em sua maioria mulheres. Estes visitantes vêm para desfrutar dos recursos naturais, sobretudo as praias da cidade.

O período de maior afluxo de visitantes é janeiro e fevereiro, período este que coincide com elevados índices de precipitação pluviométrica na região. Caso tenham que permanecer em períodos de chuva na Ilha, estes visitantes demonstram querer ocupar seu tempo livre de forma recreativa.

Os turistas preferem passear nos dias de chuva e a opção de entretenimento mais escolhida por eles para estes dias, é ir ao shopping, por ser uma opção de equipamento coberto e seguro, que reúne diversidade de atrativos em forma de entretenimentos; entre eles o cinema que é a terceira preferência.

O norte é a região balneária que mais hospeda na Ilha de Santa Catarina, acolhendo grande parte do número de turista que visita a Ilha. De acordo com a análise da preferência dos turistas, quanto à ocupação do seu tempo de lazer nos dias chuvosos, e o que a região oferece em termos de entretenimento, pode-se dizer que estas necessidades não estão sendo atendidas no seu todo. Sendo assim,

saem a passear. Estes turistas não contam também com orientação sobre o que fazer, e o destino mais comum é o centro da cidade a procura de Shopping.

Florianópolis apresenta problemas em relação à infra-estrutura básica urbana, principalmente no sistema viário. E esse entrave se agrava com a chegada dos veículos dos turistas no verão e mais ainda em dias de chuva. Por isso, quanto menos veículo estiver circulando na Ilha ao mesmo tempo, melhor para o meio-ambiente.

Sendo assim a implantação de um espaço no norte da Ilha de Santa Catarina que ofereça opções de entretenimento para dias de chuva, assegurando que o turista lá permaneça, ou que saia a passear de forma orientada, de preferência em grande grupo (ônibus), reduzindo assim o número de veículos nas vias de acesso, é fundamental e deve constar como meta no planejamento turístico de Florianópolis.

5.2 Sugestões para futuros estudos

Este estudo poderá servir para despertar a atenção à magnitude do assunto no que se refere às questões voltadas ao fenômeno turísticos que é praticado em Florianópolis e a missão de sustentabilidade da Ilha de Santa Catarina.

É fundamental que as pesquisas continuem, desta forma, sugere-se:

- Pesquisar o posicionamento da comunidade em relação aos entraves gerados por excesso de pessoas na Ilha na alta temporada turística.
- Estudar a capacidade de carga da Ilha de Santa Catarina, para que seja apurada a quantidade de turistas que podem freqüentar a Ilha ao mesmo tempo, sem apresentar desconforto à população e aos visitantes.
- Elaboração de plano de orientação aos turistas quanto ao que fazer na Ilha de Santa Catarina em dias de chuva.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, J.V.de; BUENO, J.L.P.; LAPOLLI, E.M. Certificação da qualidade profissional para o setor de turismo: Programa proposto pelo Instituto de Hospitalidade, anais 3º EMPRETUR, 2003.
- ANDRADE, Jose Vicente. **Turismo** : fundamentos e dimensões. 5ª. ed. São Paulo: Ed.Ática, 1998.
- _____ .**Gestão em Lazer e turismo**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- AZEVEDO, Janaína Coutinho de. **Diagnóstico dos Postos de Informações Turísticas**. PREFEITURA MUNICIPAL DE FLORIANÓPOLIS, SECRETARIA DE TURISMO, CULTURA E ESPORTES,DEPARTAMENTO DE TURISMO, Florianópolis, 2001.
- BACAL, Sarah. **Lazer e o Universo dos Possíveis**. São Paulo: Aleph, 2003.
- BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às ciências sociais**. Florianópolis: UFSC, 1994.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 11ª. Ed. Campinas: d.Papirus, 2001.
- BARRETTO, Margarita. **Planejamento e organização em turismo**. 2ª ed. Campinas: Papirus, 1996.
- BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 10ª ed. São Paulo: SENAC-SP, 2004.
- BEVILACQUA, Viviane. Fluxo muda e centro pára. **Diário Catarinense**, Florianópolis, 30/dezembro/2003. p.19.
- BOULLÓN, Roberto C. **Atividades Turísticas e Recreativas: O homem como protagonista**. Bauru, SP: EDUSC, 2004.

- CECCA - CENTRO DE ESTUDOS CULTURA E CIDADANIA. **Uma cidade numa ilha** : relatório sobre problemas sócio-ambientais da Ilha de Santa Catarina. Florianópolis : Insular; 1996.
- DE MORI, *et al.*, Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio. Florianópolis: **Escola de Novos Empreendedores**, 1998.
- _____, Flávio. **Encantando o turista**: A Ilha de Santa Catarina: suas belezas, sua história e sua cultura. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores da UFSC, 1999.
- DICK, Amanda M. e SANDIN, Ana Cristina. **Oferta Turística em Florianópolis: Uma proposta de Equipamentos e Instalações de Lazer**. Florianópolis/SC, 2002..Monografia (Graduação em Turismo) – Curso de Turismo, Escola Superior de Turismo e Hotelaria.
- COELHO, Teixeira. **Lazer numa Sociedade Globalizada: Leisure In a Globalized Society**. São Paulo: SESC / WLRR, 2000.
- DENCKER, Ada de Freitas. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 6ª ed. São Paulo: Futura, 2002.
- DETRAN - DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRÂNSITO. **Automóveis**: Florianópolis. Disponível em: <http://consultas.ciasc.gov.br/detrان/veiculos/default.asp>. Acesso em: 02/dezembro/2004.
- DI PIETRO FILHO, João Eduardo. Ilha de Santa Catarina: A importância do estudo de capacidade de carga. 2003. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DREHER, Marialva Tomio. **Empreendedorismo e responsabilidade ambiental**: Uma abordagem em empreendimentos turísticos. 2004. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.
- DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

- EMBRATUR - INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO. **Município:** Potencial Turístico – Orientação às prefeituras municipais. Brasília: 1992.
- EMBRATUR – INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO. **Município:** Potencial Turístico – Orientação às prefeituras municipais. Brasília: 2004.
- EPAGRI – EMPRESA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA e EXTENSÃO RURAL DE SANTA CATARINA S.A./ INMET – INSTITUTO NACIONAL DE METEOROLOGIA. **Estação São José – SC:** 2004.
- FABBRIS, Cristine. **Lazer e Recreação na Hotelaria de Florianópolis.** Florianópolis/SC, 1998. Monografia (Graduação em Turismo) – Curso de Turismo, Escola Superior de Turismo e Hotelaria.
- FATMA – FUNDAÇÃO DO MEIO AMBIENTE . **Relatório de Balneabilidade.** Disponível em: <http://www.fatma.sc.gov.br/servico/balneabilidade.htm#pesquisa> - Acesso em: 15/outubro/2004.
- FILION, L. J. **Empreendedorismo:** empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração de Empresas.São Paulo.v.39, n. 4, p.6-20,abril/junho 1999.
- GIL, Antônio C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 3ª ed. São Paulo: ATLAS, 1991.
- GUIMARÃES, Maurício L. **Entre o Lazer e a Frustração: A diferença está na qualidade dos serviços.** 2002. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.
- GUIMARÃES, M. I.; ULYSSÉA, I. M. W.; MICHELS, G.; LAPOLLI, E.M. A Mídia como oportunidade para o turismo receptivo brasileiro, anais EMPRETUR, 2002.
- GRANEMANN, Gladis Lúcia Maddalozzo. **Sustentabilidade turística** : estudo da capacidade de carga de áreas turísticas - estudo de caso do Porto da Barra - Ilha de Santa Catarina / Florianópolis. 1999. Dissertação (Mestrado) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas, UFSC, Florianópolis.
- HAUCK, Tâmara. Caos no caminho para as praias. **Diário Catarinense,** Florianópolis, 31/dezembro/2003. p.32.

- HAUCK, Tâmara. Congestionamentos duram 5 horas. **Diário Catarinense**, Florianópolis, 12/fevereiro/2002. p.17.
- IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico 2000** – Resultados do Universo. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/default.shtm>. Acesso em: 06/junho/2004.
- IPUF – INSTITUTO DE PLANEJAMENTO URBANO DE FLORIANÓPOLIS. **Informativo Municipal**: dados demográficos nº 1. Florianópolis: PMF, 1994.
- IPUF – INSTITUTO DE PLANEJAMENTO URBANO DE FLORIANÓPOLIS. **População por unidade espacial de planejamento (UEP)**. Florianópolis: PMF, 2002.
- KAISER, Jakzan. **Florianópolis**: Ilha de sonhos. Florianópolis: Letras Brasileiras, 2002.
- KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.
- LA TORRE, O.P. **El turismo, fenómeno social**. Ciudad de México: México, Fondo de Cultura Económico, 1992.
- LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. **Economia do turismo**. 6ª ed. Campinas: Ed.Papirus, 2000.
- LAGO, Mara Coelho de Souza. **Modos de vida e identidade** : sujeitos no processo de urbanização da Ilha de Santa Catarina. Florianópolis: Ed.UFSC, 1996.
- LAGO, P. F. **Florianópolis**: A polêmica urbana. Florianópolis : Fundação Franklin Cascaes, 1996, Palavra Comunicação, 1996.
- LAPOLLI, E.M. *et al.*, Empreendedorismo em organizações. In: 1º ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDEDORES- ENEMPRES (1999: Florianópolis). **Anais do 1º Encontro**, Florianópolis: ENE/UFSC, 1999.
- LENZI, Miriam Pereira Cândido; SANTIAGO, Alina G. O potencial de um centro receptivo turístico na Ilha de Santa Catarina, anais V Encontro Nacional de Turismo com Base Local, 2001.
- LINS, Hoyêdo Nunes. Herança açoriana e turismo na Ilha de Santa Catarina. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, v.10, n.14, p.89-117, set/1993.

- MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Lazer e humanização**. 2ª ed. Campinas: Papyrus, 1995.
- _____ **Estudos do lazer: uma introdução**. Campinas: SP, Autores Associados, 2002.
- MORETTO NETO, Luís; MAIMON, Dalia; Universidade Federal de Santa Catarina. **A atividade turística e o desenvolvimento sustentado**. Estudo de caso : o Balneário de Ingleses e o projeto Costa Norte-Ilha de Santa Catarina, no período de 1960-1990. 1993. 2v. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina.
- OLIVEIRA, Antônio P. **Turismo e Desenvolvimento: planejamento e organização**. Florianópolis: Ed. Terceiro Milênio, 1998.
- OLIVEIRA, Sérgio Domingos. Análises espaciais como apoio à gestão turística da Ilha de Santa Catarina. Florianópolis/SC, 2001. 120p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina.
- OMT – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Desenvolvimento de turismo sustentável: manual para organizadores locais**. Publicação de Turismo e Ambiente, 1994.
- PAIVA, Maria das Graças de Menezes Venâncio. **Sociologia do turismo**. Campinas: Ed. Papyrus, 1995.
- PEREIRA, Nereu do Vale *et al.* **A Ilha de Santa Catarina: espaço, tempo e gente**. Florianópolis: IHGSC, 2002. 2v.
- PIRES, P.S. **Dimensões do Ecoturismo**. São Paulo: Editora Senac. SP, 2002.
- PMF – PREFEITURA MUNICIPAL DE FLORIANÓPOLIS. **Circuito Cultural de Florianópolis**. Florianópolis: PMF, 2000.
- PORTAL DA ILHA. **Mapa De Florianópolis**. Disponível em: <http://www.portaldailha.com.br/turismo/mapa-florianopolis.php>. Acesso em: 06/junho/2004.
- PRETTO, Letícia P. **O Lazer: Uma forma de proporcionar qualidade de vida aos jovens**. Florianópolis/SC, 2004.. Monografia (Graduação em Turismo) – Curso de Turismo, Escola Superior de Turismo e Hotelaria.

- RABAHY, Wilson Abrahão. **Planejamento do turismo**: estudos econômicos e fundamentos econométricos. São Paulo: Loyola, 1990.
- REQUIXA, Renato. **Sugestões de diretrizes para uma política nacional de lazer**. São Paulo: SESC, 1980.
- RIC – REDE INDEPENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO. **Índice de Desenvolvimento Humano**. Disponível em : http://www.ric.com.br/dados_idh.asp. Acesso em: 18/setembro/2004.
- RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo e espaço**: rumo a um conhecimento transdisciplinar. 2ª ed. São Paulo: Ed. Hucitec, 1999.
- ROSA, Caroline Fernandes da. Roteiros do Encantamento: Uma Iniciativa Empreendedora Para o Turismo em Florianópolis, anais EMPRETUR, 2003.
- SANTUR – SANTA CATARINA TURISMO S.A.. **Santa Catarina**: oportunidades e negócios. Florianópolis: Letras Brasileiras, 2004.
- SANTUR – SANTA CATARINA TURISMO S.A.. **Santa e Bela Catarina**: roteiros turísticos integrados. Florianópolis: Letras Brasileiras, 2004.
- SANTUR - SANTA CATARINA TURISMO S.A./Gerência de Planejamento. **Pesquisa Metodológica** – Estudo da demanda turística. Florianópolis: março 2004
- SANTUR – SANTA CATARINA TURISMO S.A./Gerência de Planejamento. **Pesquisa Metodológica** – Estudo da demanda turística. Florianópolis: março 2003.
- SETUR – SECRETARIA DE TURISMO CULTURA E ESPORTES. **Florianópolis**: Santa Catarina – Brasil. Florianópolis: 2004.
- SHRBS – SINDICATO DE HOTÉIS, RESTAURANTES, BARES E SIMILARES DE FLORIANÓPOLIS. 2004.
- SHRBS – SINDICATO DE HOTÉIS, RESTAURANTES, BARES E SIMILARES DE FLORIANÓPOLIS. **Número de unidades habitacionais e leitos da grande Florianópolis**. Disponível em: <http://www.sindicatohrbs-fpolis.org.br/index.php?codwebsite=&codpagina=00000415>. Acesso em: 06/julho/2004.
- SILVA, Edna L.; MENEZES, Estera M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3ª ed. Florianópolis: UFSC, 2001.

- SONAGLIO, Kerlei Eniele. **Ecoturismo na ilha de Santa Catarina**: Um estudo para o desenvolvimento sustentável. 2002. Dissertação (Mestrado em Engenharia Ambiental) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia Ambiental, UFSC, Florianópolis.
- TRIGO, E. C. **Viver e Aprender Ciências**. 6º ed. São Paulo: Saraiva, 2002.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo e qualidade** : tendências contemporâneas. 2ª. ed. Campinas: Ed.Papirus, 1996.
- VIEIRA, Paulo Freire *et al.* **A pequena produção e o modelo catarinense de desenvolvimento**. Florianópolis: APED, 2002.
- WAHAB, Salah. **Introdução à administração do turismo**: (alguns aspectos estruturais e operacionais do turismo internacional) : teoria e prática. 3ª. ed. São Paulo: Pioneira, 1991.
- WERNECK, Christianne L. G.; ISAYAMA, Hélder F. **Lazer, Recreação e Educação Física**. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

APÊNDICES

Apêndice A - Formulário aplicado na pesquisa

Formulário de pesquisa – verão 2004

Controle do entrevistador

Área da entrevista: _____ Data: ___ / ___ / ___ Período: _____
 Cond. Climática: _____

Dados pessoais do entrevistados

Nome: _____ Idade _____
 Sexo _____ Profissão _____
 Cidade: _____ Estado: _____
 CEP: _____

Dados da Pesquisa

Primeira vez que vem a Florianópolis? () sim () não Número de vezes que veio: _____

Motivo da vinda a Florianópolis? Praia () Natureza () Culinária ()
 cultura () entretenimento () população () eventos ()
 Outros. () _____

Tempo de permanência (dias): até 02 () 03-05 () 06-10 () 11-15 ()
 mais de 15 ()

Qual o meio de transporte adotado: Automóvel () Avião () Ônibus ()
 Outro () _____

Que tipo de grupo pertence: Família () Amigos () Viaja sozinho () Nº de pessoas: _____

Já esteve no verão em Fpolis em tempo chuvoso? Sim () Não () quanto durou _____ (dias) -O que fez? _____

Como deseja ocupar seu tempo livre em Florianópolis caso chova?

Cinema () Teatro () Museu () Danceteria () Descansar () Ler ()
 Shopping () Passeio () culinária local () cultura () Esporte ()
 ã sabe () outros () _____

Voltará a Florianópolis Sim () Não ()

Apêndice B – Equipamentos turísticos das praias do norte da Ilha

EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS DA PRAIA DA DANIELA

BAR E LANCHONETE

Bar e Merceria Santos
Pousada Pontal de Jurerê
VT Lanches

RESTAURANTES

Flamingos Restaurantes
Recanto das Pedras Restaurante
Do-ré-mi Pereira

EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS DA PRAIA DE JURERÊ INTERNACIONAL

BAR E LANCHONETE

Baguette Paradiso Ltda
Edelberto Serviços de Alimentação
Lanchonete e Pastelaria Bomrecheio Ltda
Naturailha Lanchonete

EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS DA PRAIA DE JURERÊ

BAR E LANCHONETE

Acqua Way Diversões	Lanchonete Sol de Verão
Adriane Barenho Martins Botelho	Le Domme Bar e Restaurante
Antonio Luiz Pavaneto	Garateia Bar e Restaurante
Bar e Restaurante Tropicalmente	Luciano João Maria
Bar, Restaurante e Chopperia Nenê Ltda	Marina Blue Fox
Restaurante Bar e Lanch Daniela	Tapera de Cristal
Maravillastur Restaurante	Neide Luiza Nunes
Casarão Bar	Nado s Bar e Merceria
Cave Del Mare Bar e Restaurante	Pizzaria e Bar Jurerê Tradicional
Café Alamedas	Pizza Open
Doce Magia Confeitaria e Café Ltda	Super Sabor Restaurante
Ponto 85	Krepes Mania Lanches
Elidia Rodrigues Nascimento	Lanchonete Sandra
Lanchonete Nossa Senhora dos	Saulo de Noronha Nascimento
Navegantes	Doce Mania
Café do Poeta	Cafe.com.@rte
Jeferson Cristiano Reck	Doce de Pelotas
Lanchonete Ponto de Parada	

RESTAURANTES

Galettos e Galettos	Bar e Restaurante do Quinha
Bar Restaurante Chopperia Nenê Ltda	Marcelo Lebarbenchon Moura
Chez Bayard Grill	Bar e Restaurante Visual
Ponto 85 Bar e Restaurante	Pizzaria Villa da Pizza
Pizza Express	Tapera de Cristal
Lancheria e Restaurante do Sul	Restaurante Naegus

Restaurante Quinha II Ltda
 Restaurante Sorrentino
 Restaurante Taiko Comida Oriental

Toca de Jurerê
 Restaurante El Gran Comilon
 Pirão Restaurante

HOTEL

Jurerê Beira Mar Hotel
 Hanish Apart Hotel
 Hotel Club Atlântico Jurerê

Águas de Jurerê
 Jurerê Praia Hotel
 Residencial Chandra

EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS DA PRAIA DE CANASVIEIRAS

BAR E LANCHONETE

ACPSC
 Amsterdam Café
 Andreлина Silvestro
 Arte La Mesa
 Bar Alcatraz
 Bar Canasvieiras
 Bauru Tele Entrega
 Bonno Apetite Alimentos
 Brezelhaus Lanche Alemão
 Canas Food Comércio de Alimentos
 Canasvieiras Dog
 Pastel Dog e Cia
 Cantina Pizzaria Santa Maria
 Bar e Camping Canasvieiras
 Bologna
 Pizzaria Florianópolis
 Cristiany Damian Preve
 Doce Efeito
 Pizza na Hora - Tele Entrega
 Pizza & Cia
 G & M Bar e Lancheria
 Arte La Mesa
 Gutierrez & Espíndola

Ho Pek Hin Me
 Bar e Restaurante Trilegal
 Sorveteria Napoli
 Armazém do Alemão
 Fruto Tropical
 Observatório
 Recanto Caroline
 Leandro Costa dos Santos & Cia Ltda
 Maria Antonia Odeli
 Martini & Martini
 Mauri Moreto Me
 Mc Donald s Comercio de Alimentos Ltda
 Mestre Lanches
 Moda Café
 Mordiskao
 Bar e Restaurante Observatório
 Paulo Roberto da Cunha O Comerciante
 Pramps Lanchonete
 Reiju Sauna e Serviços
 S W Comercio de Gen Alimentícios
 Lanchonete La Cabana
 Taberna do Marujo
 Cantinho do Pastel

RESTAURANTES

Albino de Jesus Cangueiro
 Bar Canto das Pedras
 Bella Calábria Restaurante e Churrascaria
 Veneto D Italy
 Cantina La Casona Dandolini
 Restaurante Amigos - Carmelita Buzzi
 Lanchonete N N
 Candeias Churrascaria e Restaurante

Restaurante Amigos- Clotilde Pedro
 Pereira
 Restaurante Ferrari
 Eduardo Mallmann
 Nilva s Restaurante Comida Caseira
 Gitanos Restaurante
 Tratoria Italiana Sapore de Sale
 Ilson Lopes Pereira

Restaurante Tropical - Ivanio Joenck Me
 Restaurante Pratos e Talhares
 Papparella Pizzaria
 Pindorama Restaurante
 Pousada Sossego
 Restaurante Tropical - RC Restaurante Ltda
 Recanto do Frango Restaurante
 Restaurante e Churrascaria Pinamar
 Restaurante e Churrascaria Tropeiro da Ilha

Restaurante e Sorveteria Canto Azul
 Restaurante Los Chalas
 Restaurante Candeias
 Restaurante Turismar
 Rogéria Silvia Flores
 Churrascaria Churrasco Ao Vivo
 Sol de Verão
 Restaurante Rio s
 Terezas Pizzaria Restaurante
 Restaurante Aldeia dos Piratas

Flat Amsterdam
 Coihue Flat - Astra Transp e Turismo
 Hotel Residencial Batuirá
 Camila Residence
 Caminho do Mar Praia Hotel
 Capitanea Praia Hotel
 Residencial Aruba
 Manhattan Apart Hotel
 Colhue Flat
 Marathon Plaza
 Residencial Amigos
 Hotel Residencial Sol e Mar
 Lexus Plaza Hotel Residence
 Dom Fish Hotel
 Casa do Barão Hotel
 Gastaldo Hotelaria Residencial
 Ilha Sul Hotel Residência
 Hotel do Kalifa
 Hotel Ivoram Praia
 Hotel Residencial Helios
 Hotel Turismar
 Hotelaria Residencial Abaete
 Ilha Mar Canas Hotel
 Ilha Sul Hotel

HOTEL

J B Empreendimentos Turísticos
 JCDF Empreendimentos
 Marazul Apart Hotel - R ANTONIO P MORAES
 Marazul Apart Hotel - AV DAS NACOES
 Petit Apart Hotel
 Marinas Palace Hotel
 Monte Libano Residence Hotel
 Hotel Paraiso Palace
 Hotel Fenícia Palace
 Canasbeach Hotel
 Paradores Hotelaria
 Hotel Caminho do Rei
 Piereto Praia Hotel
 Lexus Beira Mar
 Salesio Dandolini
 Mocambique Apart Hotel
 Mocambique Praia Hotel
 Fragara Apart Hotel
 Canasvieiras Hotel
 Tropicanas Apart Hotel
 Victoria Palace Hotel
 Vila das Palmeiras Praia Hotel
 Canasvieiras Praia Hotel

CASA DE DIVERSÕES

LSC Administradora de Serviço

EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS DA PRAIA DE PONTA DAS CANAS

BAR E LANCHONETE

Água Doce Adm e Participações S/C Ltda
 Bar Givota

Bar 223
 Bar Academia

Carlos M Olcese
 Restaurante Nande
 Felipeto Lanches e Sucos
 Francisco Carlos dos Santos Lanchonete
 Frutuoso & Cia Ltda
 Ivone Dias Cipriane
 J M Restaurante
 Lanchonete e Pizzaria Ranchinho da Ilha
 Parador Bora-Bora

Ka entre Nós
 Guarana Mania
 Pizzeria Di Italia
 Ristorante e Pizzeria Lostivale
 Rosemare Dulcelina de Oliveira Silva
 Ristorante Il Caravaggio
 Bar e Restaurante Lagoa das Gaivotas
 LanchonetePedagio

RESTAURANTE

Restaurante Ponta da Praia - Alcionea
 Vanderlina de Lima Me
 Restaurante Mundial
 Antonio s Restaurante
 Restaurante Mar a Vista
 Coelho e Jansen
 Restaurante Sol e Mar
 Restaurante Rodrigo s

Restaurante Casinha Amarela
 Casa do Mar
 Skina do Café
 Restaurante Canto da Lagoinha
 Restaurante Miramare
 Restaurante Ponta da Praia
 Restaurante Lula
 Restaurante Verde Mar

HOTEL

Cachoeira Praia Hotel
 Lagoinha Praia Hotel
 Apart Hotel La Alhambra
 Pousada da Lagoinha
 Cabanas Hotelaria Condor
 Hotel Canto da Ilha
 Costa Norte Ponta das Canas Praia
 Hotel
 Hotel Aquamarina

Hotel Chale Ponta das Canas
 Garapuvu Hotel Residencia
 Hotel Blanco
 Hotelaria Residencial Ponta das Canas
 Hotel Torres da Cachoeira
 Paradores Hotelaria
 Hotel Parador da Cachoeira
 Praias Brancas Resort Hotel

EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS DA PRAIA DE CACHOEIRA DO BOM JESUS

RESTAURANTE

Pizza Pasta e Basta
 Trattoria La Botte
 Restaurante Sushi Bar O Pescador

La Taverna Basca
 Restaurante Praia Brava Hotel

HOTEL

La Ville Residence Cachoeira
 Hotel Bom Jesus da Praia
 Ilha dos Acores Park Hotel

Maratea Mare Hotel
 Marinas Cachoeira Hotel
 Thasol Praia Hotel

EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS DA PRAIA BRAVA

BAR E LANCHONETE

Albacora Bar e Restaurante
 Banca Brava Cafe

Carijos da Brava
 Lagoinha Cafe

Quiosque do Pirata

RESTAURANTE

Marinho Bar e Restaurante

Restaurante Canto da Brava

HOTEL

Praia Brava Hotel

EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS DA PRAIA DE INGLESES

BAR E LANCHONETE

A Casa Cafe Bar e Restaurante

João Nelson Somera

Bar do Adriano

Manos Lanchonete

Summer Point

Jose Carlos R da Costa

Alexandre Aroldo Gentil

Paraiso Tropical

Alô Pastel

Paixao de Verao

Amélia Erotildes da Silva

Lanches do Ze

Antonio Coelho Salgados Me

Lanchonete Agapito

Bar e Lanchonete do Dico

Lanchonete e Restaurante Brilho do Mar

Restaurante Pinguim

Lanchonete Restaurante Moises Ltda

Churrascaria Boi na Brasa

Lanchonete Sol e Mar

Brisa do Mar Restaurante

Largo Carioca Bar e Restaurante

Bar Banco Redondo

Choperia Ilha do Sol

Barbaridade

Lorival Joao Gomes

Bar Carlinhos

Los Gordos Lanchonete

Bar do Leao

M e S Doces e Salgados

Bauru Especial

Bar Estrela do Norte

Big Porcoes e Pizza

Brasão de Ouro

Blue Bar

Bar Souza

Bruno Servi Ltda

Maria Olivia Fogaca Nunes

Brutus Bier Restaurante e Lanchonete

Maria Salete Ribeiro da Silva

Caf Lati

Mercearia e Lanchonete Weber

Cafe Bar

Nona Convencionais

Campeiro Assados

Oldemburgo e Cia Ltda

Pastel Dog e Cia

Orivalda Fernandes Martins

Casa do Mar

Paixao de Verao Lanche

Chaiene Cardoso Casarin

Pastel com Arte

Cia dos Salgados

Pastel e Cia

Clotildes Fernandes Campregre

Piertro Alcludio

Companhia do Sorvete

Pizzaria DItalia

Crepes Mania

Ruben Miller

Docas Restaurante

Stop Lanches

E de Chocolate Cafe e Confeitaria I

Lanchonete Silva

E de Chocolate Cafe e Confeitaria II

Telhados Bar

Emporio Fascinacao

Buffet Sorvetes Kibon

Papa Pizza

Vera Suzana de Vasconcellos

Bar do Chico

Verano Cafe e Sorveteria

Pousada Ancoradouro

RESTAURANTE

Canto do Mar Bar e Restaurante	Ancoradouro Ingleses Rest
Churrascaria Finotti	Pizzaria Dom Pepito
Churrascaria Vento Sul	Primus Restaurante
Bistro Le Bon Vivant	Requinte Bar e Restaurante Ltda
Rotiss e Restaurante Panela de Barro	Restaurante Cantinho do Galeto
Sabor Brasil Restaurante e Tratoria	Restaurante Deck 16
Restaurante Ondas	Restaurante e Churrascaria Mognon
Toscana Pizzaria	Restaurante e Lancheria Querencia
Restaurante Trivial	Restaurante Its Italian
Laurita Rosa de Oliveira	Restaurante Ponto dos Ingleses
Lisi & Leite	Restaurante Praiatur
Brasão de Ouro Rotisserie e Restaurante	Restaurante Sol
Mar e Letras Restaurante	Restaurante Tempero Acoriano
Restaurante Porto Maresia	Restaurante Tropical
Bar e Restaurante Orlando	Restaurante Xodo da Praia

HOTEL

Atlanta Empreendimentos Turisticos	Hotel Paraiso Canada
Hotel Ardentia	Praiatur Hotel
Hotel Ilha do Sol	Hotel Villa
Hotel Mar Latino Residencial	Ilha Coral Hotel
Hotel Costa Norte	Ilha dos Patos
Ingleses Praia Hotel	Hotel Geranius
Empreendimentos Imobiliários Ciso	Ingleses Holiday Resort Ltda
Ltda	Cia Inglesa Hotel
Flat Costa Azul	Maria's Hotel Residence
Hotel Porto Ingleses	Marea Apart Hotel
Gaivotas Praia Hotel	Praia Pousada Tatuira
Hotel da Praia	Lexus Internacional
Hotel de Lazer Green Hill	Ravena Hotelaria e Planejamento
Hotel Estrela do Mar	Residencial Dunas
Hotel Micheline	Villa Torelly Apart Hotel

CASA DE DIVERSÕES

Agua Show Park Hotel	LSC Administradora de Serviços
Albino Disco Clube	

EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS DA PRAIA DO SANTINHO**BAR E LANCHONETE**

Bar e Lanchonete Costão	Bar Verão
Xis Cebolinha	Costão Games
F & M Refeicoes	

RESTAURANTE

Bar e Restaurante Brasil Tropical	Restaurante Dunas
-----------------------------------	-------------------

Condomínio Costão do Santinho

HOTEL

Costão do Santinho Resort

Apêndice C – Lista de profissões dos pesquisados com a frequência

Nº	Profissões	Freq.	Freq. acum.	Nº	Profissões	Freq.	Freq. acum.
1	Administrador	23	23	46	Laboratorista	1	697
2	Advogado	38	61	47	Marcineiro	2	699
3	Aeroviária	1	62	48	Massoterapeuta	1	700
4	Agente de Viagens	3	65	49	Mecânico	2	702
5	Agricultor	3	68	50	Médico	17	719
6	Analista de Contas	1	69	51	Mensageiro	1	720
7	Analista de Processo	1	70	52	Metalúrgico	2	722
8	Analista de Sist	12	82	53	Metroviário	1	723
9	Aposentado	10	92	54	Militar	5	728
10	Arquiteto	7	99	55	Moto-boy	1	729
11	Assistente Social	3	102	56	Motorista	3	732
12	Atleta	1	103	57	Musicista	1	733
13	Auditor	2	105	58	Nutricionista	4	737
14	Auxiliar Escritório	10	115	59	Oficial de Justiça	1	738
15	Balconista	4	119	60	Operador	2	740
16	Bancário	35	154	61	Ourives	1	741
17	Cabeleireira	8	162	62	Pedagoga	6	747
18	Cartorário	1	163	63	Policial	2	749
19	Comerciante	65	228	64	Político	1	750
20	Consultor	7	235	65	Processam dados	1	751
21	Contador	8	243	66	Procurador	2	753
22	Corretor	7	250	67	Professor	80	833
23	Costureira	1	251	68	Programadora	1	834
24	Dentista	12	263	69	Psicanalista	1	835
25	Designer	3	266	70	Psicólogo	10	845
26	Despachante de vôo	1	267	71	Psicopedagoga	1	846
27	Do lar	44	311	72	Publicitária	2	848
28	Economista	7	318	73	Químico	1	849
29	Eletricista	3	321	74	Radialista	1	850
30	Empreg. Doméstica	1	322	75	Recepcionista	3	853
31	Empresário	21	343	76	Relações Públic.	3	856
32	Enfermeiro	3	346	77	Repres.Comercial	4	860
33	Engenheiro	26	372	78	Retificador	1	861
34	Escrivã	1	373	79	Secretária	8	869
35	Esteticista	2	375	80	Securitário	2	871
36	Estilista	1	376	81	Serralheiro	2	873
37	Estudante	272	648	82	Servidor Público	7	880
38	Fisioterapeuta	3	651	83	Supervisor	2	882
39	Funcionário Público	20	671	84	Tabelião	1	883
40	Garçon	1	672	85	Técnico	14	897
41	Gerente	7	679	86	Telefonista	1	898
42	Guia de turismo	1	680	87	Terapeuta	1	899
43	Industrial	5	685	88	Tesoureira	1	900
44	Jornalista	9	694	89	Vigilante	1	901
45	Juiz de Direito	2	696				

Apêndice D – Gráfico das preferências dos entrevistados para ocupação do tempo livre em tempo de chuva, por gênero

