

# O Turismo no Brasil e a Necessidade de Pesquisas no Setor: a realidade em Santa Catarina

Tourism in Brazil and the Need of Researches:  
the reality in Santa Catarina

*Maria José Barbosa de Souza*<sup>1</sup>

*Elaine Ferreira*<sup>2</sup>

*Carlos Alberto Barbosa de Souza*<sup>3</sup>

**RESUMO:** O planejamento da atividade turística precisa ser elaborado com base em pesquisas que retratem o potencial turístico da localidade e em dados sobre a realidade do mercado turístico. Com o objetivo de analisar a atividade turística no Brasil e propor uma agenda de pesquisas para o setor, realizou-se um estudo exploratório-descritivo, com base em dados secundários, publicados pelos órgãos responsáveis. A pesquisa revelou que: (a) os dados disponíveis nas estatísticas brasileiras relacionadas com o turismo doméstico não apresentam uniformidade nas séries históricas e nas variáveis estudadas; (b) há insuficiência de pesquisas que sirvam de base para ações que permitam o alcance das metas estabelecidas no Plano Nacional de Turismo – PNT; e (c) existe carência de dados, dificultando o monitoramento adequado dos efeitos da atividade turística no meio ambiente, o que demonstra a necessidade da definição de uma agenda de pesquisas, a fim de que o PNT atinja seus objetivos. Verificou-se, também, que quatro das oito dimensões de sustentabilidade propostas por Sachs (2002) são contempladas no plano.

1. Doutora em Ciências da Comunicação, pela Universidade de São Paulo – USP; professora e pesquisadora dos Mestrados Acadêmicos em Turismo e Hotelaria e em Administração, da UNIVALI. Contato: Avenida Jacarandá, 293 – 88053-005 – Florianópolis – SC; e-mail: mjbsoouza@matrix.com.br.

2. Doutora em Engenharia de Produção, pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC; professora e pesquisadora do Mestrado Acadêmico em Administração e do curso de Graduação em Administração, da UNIVALI. Contato: Rua Gécio de Souza e Silva, 65/40 – 88051-210 – Florianópolis – SC; e-mail: elainefer@uol.com.br.

3. Mestrando em Arquitetura e Urbanismo, da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC; professor dos cursos de Graduação em Arquitetura e Urbanismo e em Turismo, da UNIVALI. Contato: Rua Lauro Linhares, 423/202 – 88036-002 – Florianópolis – SC; e-mail: cao@univali.br.

**PALAVRAS-CHAVE:** planejamento do turismo brasileiro; Plano Nacional de Turismo; turismo sustentável; pesquisa em turismo.

**ABSTRACT:** Tourism planning needs to be done according to research showing site potential and market reality. Seeking to analyze tourist activity in Brazil, its sustainability and proposing a research agenda, a descriptive and exploratory study was done based on secondary data, published by official departments. Revealing that: a) Brazilian statistics related to domestic tourism do not show uniformity in the historical series and in the variables that were studied; b) There is insufficient research data which can be used as basis for actions reaching the goals established by The National Tourism Plan – PNT; c) There is a need for specific data, making it difficult to properly monitor the effects of tourist activity in the environment; and d) Four out of eight dimensions of sustainability proposed by Sachs (2002) are considered in the plan. The conclusion is the need to define a research agenda so PNT can achieve its goals.

**KEYWORDS:** Brazilian tourism planning; the National Tourism Plan; sustainable tourism; tourism research.

## Introdução

A necessidade dos países em desenvolvimento de direcionar suas estratégias para um crescimento socioeconômico equilibrado tem induzido várias nações a realizarem seus planejamentos no sentido de dinamizar setores importantes, capazes de gerar empregos e estimular a melhoria da qualidade de vida de sua população. Dentre estes setores, destaca-se o de serviços turísticos, o qual apresenta uma oportunidade significativa para reduzir o problema de desemprego nestes países, em virtude da elevada relação entre capital investido e número de empregos gerados por esta atividade.

No Brasil, apesar do número de atrativos naturais que o País possui e do potencial que o turismo apresenta para a geração de empregos, ainda é reduzida a sua participação no turismo mundial, se comparada à de outros países, que ocupam posição de liderança na captação de turistas. Embora vários esforços já tenham sido empreendidos para dinamização do setor, enquanto o Brasil recebia 4,1 milhões de turistas, em 2003, a França, o principal destino do mundo, acolhia 75 milhões de visitantes. A participação brasileira, em relação ao turismo mundial, limitou-se a 0,59% no ano mencionado anteriormente. (EMBRATUR, 2005)

A promoção do turismo no Brasil, a exemplo do que ocorre em alguns países, constitui-se em uma oportunidade para o desenvolvimento sustentável, à medida que aproveita as potencialidades regionais, proporciona a geração de empregos,

estimula a criação de renda e contribui para a redução das desigualdades sociais do País (Rodrigues, 2000). Mas, para a promoção deste tipo de atividade, é necessário contar com atrativos naturais e culturais, uma força de trabalho qualificada e com uma comunidade empresarial capaz de gerenciar empresas com competência, integrada ao setor público, com o objetivo de atrair o turista, pela qualidade da infra-estrutura e dos serviços públicos e privados oferecidos. Isto é necessário porque os atrativos naturais de um destino turístico não são suficientes para manter um fluxo constante de visitantes.

Para que o planejamento turístico de uma localidade seja adequado, dois tipos de análises devem ser realizados, antes e durante o decorrer do plano, em virtude das eventuais mudanças que possam ocorrer: avaliação do potencial turístico e análise do mercado. A primeira refere-se ao estoque de recursos potenciais e existentes, incluindo a infra-estrutura, como estes recursos podem ser desenvolvidos e os prováveis limites a este desenvolvimento.

A análise do mercado, componente crucial de um plano de desenvolvimento turístico, aborda, entre outras questões, as tendências de mercado, globais e do próprio país, por tipo de atividade turística. Em função desta análise é que se pode determinar se os equipamentos disponíveis são apropriados, quais os mercados que poderão ser atraídos por estes equipamentos e quais são os níveis de preços que deveriam ser adotados. A análise de mercado deve incorporar também um estudo dos principais mercados competitivos e as modalidades de transporte mais apropriadas (Cooper *et al.*, 2001).

Acontece que estes tipos de pesquisa são pouco explorados pelos órgãos responsáveis pelo turismo no Brasil. Com base no exposto, este trabalho tem como objetivo geral analisar o turismo brasileiro, visando à identificação das necessidades de pesquisas para o setor. Especificamente, o estudo pretendeu: (a) identificar as principais metas do Plano Nacional de Turismo – PNT e os resultados parciais atingidos; (b) analisar a evolução do turismo mundial e a participação da atividade turística brasileira no mundo; (c) avaliar o desenvolvimento do fluxo de turistas estrangeiros e nacionais no País; (d) analisar as estatísticas do turismo em Santa Catarina e Florianópolis; (e) verificar a relação existente entre as dimensões de sustentabilidade, as metas do PNT e as necessidades de pesquisa para o setor.

Para atingir estes objetivos, realizou-se um estudo exploratório e descritivo, baseado em dados secundários, publicados pelos principais órgãos que tratam de turismo no Brasil e no Estado de Santa Catarina. Os dados analisados neste trabalho, obtidos por meio de pesquisa secundária, foram extraídos, principalmente, das bases de dados disponíveis nos *sites* do Ministério do Turismo – MTur e do Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR, que fornecem séries históricas sobre o turismo mundial e a atividade turística no Brasil. Além disso, utilizou-se

a base de dados da Santa Catarina Turismo S/A – SANTUR, que publica estatísticas sobre o turismo em Santa Catarina e em Florianópolis.

## Turismo sustentável

Para ser sustentável, qualquer atividade econômica precisa crescer e contribuir para o aumento do desenvolvimento socioeconômico, de maneira a beneficiar a qualidade de vida da comunidade e o meio ambiente local, concomitantemente. Para tanto, deverá atender a determinados critérios, que levem em conta os aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais.

Como existem várias definições de desenvolvimento sustentável, neste trabalho utilizou-se o conceito de Sachs (1992; 2002), o qual compreende oito dimensões de sustentabilidade, a saber: (1) econômica, obtida por meio do gerenciamento e alocação mais eficientes dos recursos públicos e privados; (2) social, caracterizada por melhor distribuição de renda e de bens, com conseqüente elevação do padrão de vida das populações mais pobres; (3) espacial ou territorial, que consiste na distribuição territorial mais adequada das atividades econômicas e dos assentamentos humanos, com vistas a um maior equilíbrio na configuração rural-urbana; (4) cultural, que envolve a busca de soluções específicas para a localidade, o ecossistema, a cultura e a área, levando em consideração as raízes endógenas dos processos de modernização e de sistemas integrados; (5) ecológica, alcançada por meio da limitação do consumo de recursos e produtos facilmente esgotáveis, redução da geração de resíduos e poluição; (6) ambiental, que objetiva respeitar e realçar a capacidade de autodesenvolvimento dos ecossistemas naturais; (7) política nacional, constituída pelas políticas locais, regionais e nacionais de desenvolvimento sustentável e conservação da natureza; e (8) política internacional, que consiste na colaboração de todos os países em ações de conservação para continuidade da vida sobre o planeta.

O *World Wide Found for Nature* – WWF (1992) considera que o turismo sustentável engloba o turismo e sua respectiva infra-estrutura, aos quais se aplicam os seguintes princípios: (a) utilizar os recursos naturais, sociais e culturais de forma sustentável; (b) manter a diversidade natural, cultural e social; (c) apoiar as economias locais; (d) realizar pesquisas e monitoramento; (e) reduzir o consumo excessivo e o desperdício; (f) integrar o turismo no planejamento estratégico; (g) envolver as comunidades locais; (h) consultar pessoas envolvidas e o público; (i) treinar pessoas; e (j) fazer um marketing responsável.

Para que ocorra o turismo sustentável, é necessário, também, que haja cooperação e coordenação perfeitas entre os setores, público e privado, durante

o planejamento e a implementação dos projetos, a fim de que o desenvolvimento seja direcionado para o alcance de objetivos comuns. Isto é necessário porque, no setor turístico, a implementação de políticas e planos é de responsabilidade conjunta dos dois setores. Cabe ao governo a responsabilidade pela política, pelo planejamento e pesquisa, pela oferta de infra-estrutura básica, pelo desenvolvimento de atrativos turísticos, pela fixação e fiscalização de padrões para serviços e instalações, pela regulamentação e fiscalização do uso da terra e da proteção ambiental, pela determinação de padrões para a educação e o treinamento para o turismo. Além disso, deverá manter a segurança e a saúde públicas, e desenvolver ações de marketing das destinações turísticas. O setor privado é responsável pela oferta de hospedagem, operações de viagem, passeios e outros empreendimentos turísticos comerciais, atrativos turísticos e atividades de marketing relacionadas a estas ofertas. Portanto, é essencial o compromisso político, tanto do setor público como do privado, pelo desenvolvimento do turismo, de um modo planejado e sustentável (OMT, 2003).

Não existe consenso a respeito do desenvolvimento sustentável em geral. Segundo Copper *et al.*, (2001), a idéia de que, ao se planejar o consumo de recursos finitos, deve-se levar em conta o destino das futuras gerações é recomendável para qualquer atividade de produção e consumo, e não apenas para o turismo. O desenvolvimento já foi confundido com a idéia de crescimento, e isso fez com que não se aceitasse o conceito de desenvolvimento sustentável. A alocação de recursos finitos não é sustentável, a menos que invenções e inovações tecnológicas possam encontrar recursos alternativos no futuro. Na visão destes autores, não existe uma resposta simples para o debate da sustentabilidade.

## Plano Nacional de Turismo – PNT

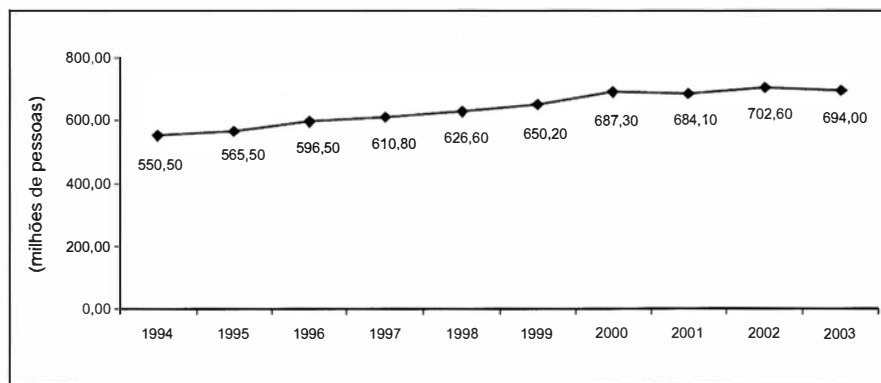
O Plano Nacional do Turismo – PNT, editado em abril de 2003, apresenta as diretrizes, as metas e os programas para o desenvolvimento do setor turístico brasileiro, no período de 2003 a 2007. Este documento baseia-se num diagnóstico que revelou diversas limitações do setor, dentre as quais se destacam: (a) ausência de um processo de avaliação de resultados de políticas e planos implementados; (b) insuficiência de dados, informações e pesquisas sobre o turismo brasileiro, (c) qualificação profissional deficiente dos recursos humanos do setor, em diversos níveis; (d) deficiência da infra-estrutura turística básica, como saneamento, água potável, energia e transporte, em algumas localidades. Considerando estas limitações, o referido plano tem como objetivo desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, privilegiando as diversidades regionais, culturais e na-

turais, estimulando e facilitando o consumo do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional.

Com base nestes objetivos, as principais metas do PNT constituem-se em: (a) aumentar para 9 milhões o número de turistas estrangeiros no País no período considerado, por meio do desenvolvimento dos mercados sul-americanos de curta distância e os de longa distância que possuam afinidade cultural com o Brasil; (b) aumentar para 65 milhões a chegada de passageiros nos vôos domésticos, pelo fortalecimento dos negócios de eventos e de melhorias nos aeroportos de menor porte; (c) gerar 8 bilhões de dólares em divisas, por meio do acréscimo do período de permanência do turista estrangeiro no Brasil e de seu gasto médio *per capita*; (d) criar condições para gerar 1,2 milhão de novos empregos e ocupações no período de vigência do plano, através da oferta de crédito a empreendedores do turismo e captação de investimentos no Brasil e no exterior; (e) ampliar a oferta turística, desenvolvendo no mínimo três produtos de qualidade em cada Estado brasileiro.

## Evolução do turismo mundial

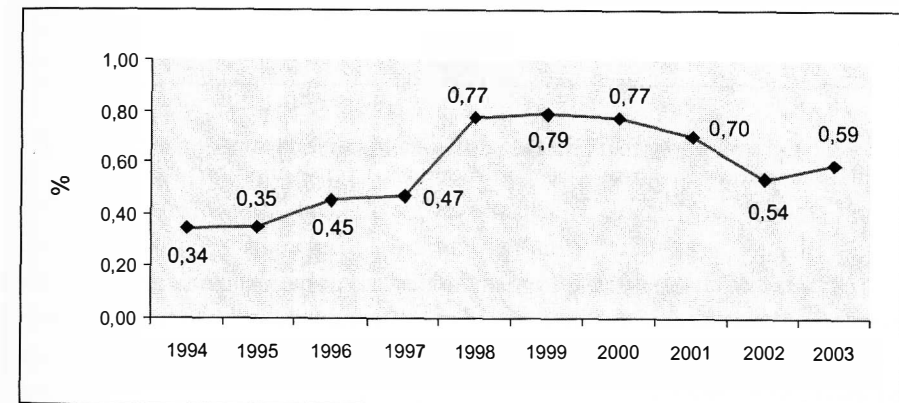
Considerando o período compreendido entre 1994 e 2003, observa-se que o fluxo receptivo internacional continuou evoluindo, apesar dos atentados terroristas e de crises econômicas localizadas. A chegada de turistas no mundo passou de 550,5 milhões de turistas, em 1994, para 694 milhões, em 2003, conforme pode ser acompanhado na Figura 1.



**Figura 1.** Gráfico – Chegadas de turistas internacionais no mundo entre 1994 e 2003  
Fonte: EMBRATUR, 2005.

Apesar dos atentados terroristas e da guerra entre Estados Unidos e Iraque, a chegada de turistas no mundo sofreu um decréscimo de 0,47%, em 2001, cresceu 2,7%, em 2002, e voltou a cair 1,2%, em 2003. Porém, considerando o crescimento total entre 1994 e 2003, a variação foi positiva, em 26,07%. Ao se analisar o período crítico após o atentado de 11 de setembro de 2001, nos Estados Unidos, observou-se que todos os totais foram superiores ao ano 2000, apresentando um crescimento no período de 0,97%. No mesmo período (2000 a 2003), as variações na América do Sul e no Brasil foram negativas, respectivamente 6,58% e 23,01%.

Quanto à participação do Brasil no turismo internacional, observa-se, na Figura 2, que houve um aumento significativo no período compreendido entre 1997 e 1998, mantendo-se praticamente estacionado até o ano 2000, quando a curva entrou em declínio, atingindo uma taxa de 0,59%, em 2003. Isto revela a necessidade de ações mais eficazes, tanto dos órgãos governamentais como das empresas privadas ligadas ao setor, no sentido de promover o País como um destino turístico desejável.

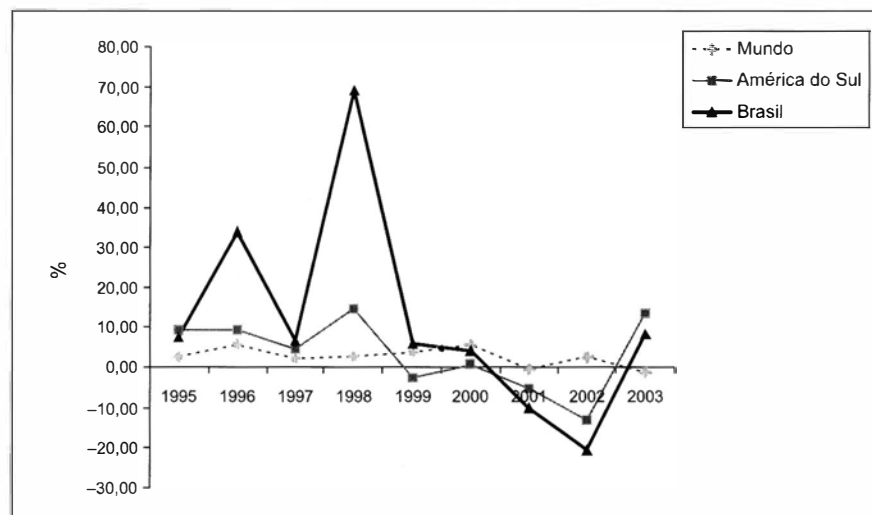


**Figura 2.** Gráfico – Participação das chegadas de turistas internacionais no Brasil, no total mundial

Fonte: EMBRATUR, 2005.

Convém observar ainda que, embora a participação do turismo brasileiro no total mundial tenha crescido nos dez anos considerados, em 2003 este percentual estava abaixo de 1%, ou seja, correspondia a 0,59%, de acordo com a Organização Mundial de Turismo – OMT (EMBRATUR, 2005).

Em 2003, a receita cambial gerada pelo turismo no mundo atingiu US\$ 514,4 bilhões, enquanto a do Brasil foi de US\$ 3,3 bilhões, o que significa uma participação de apenas 0,64% (EMBRATUR, 2005).



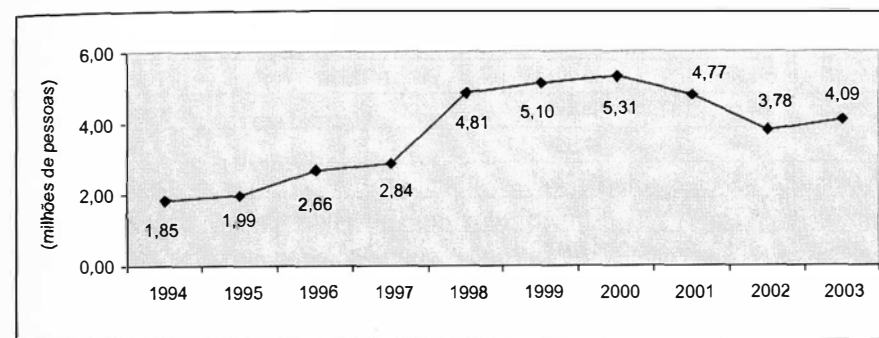
**Figura 3.** Gráfico – Variação da chegada de turistas no mundo, América do Sul e Brasil  
Fonte: EMBRATUR, 2005.

A Figura 3 mostra a variação no fluxo de turistas internacionais ocorrida no mundo, na América do Sul e no Brasil, demonstrando que não existiu uniformidade no comportamento das curvas. Enquanto o turismo mundial manteve um comportamento praticamente estável no período observado, o da América do Sul apresentou um incremento de quase 15%, em 1998, com relação ao ano anterior, e, a partir desta data, começou a decair, apresentando uma recuperação expressiva entre 2002 e 2003. Analisando a variação do Brasil, verificou-se que as oscilações são muito mais irregulares, o que sugere a necessidade de pesquisas sobre as causas dos elevados crescimentos nos anos de 1996 e 1998, bem como do significativo declínio a partir de 2000, já que a variação mundial não acompanhou estas alterações.

## Turismo no Brasil

Conforme mostra a Figura 4, a seguir, o fluxo de turistas internacionais no Brasil, apresentou um crescimento muito grande entre 1997 e 1998, mantido

até o ano 2000, a partir de quando começou a mostrar uma curva descendente. Embora tenha havido alguma recuperação após a implementação do Plano Nacional do Turismo, em 2003, o País ainda não atingiu o total máximo alcançado anteriormente.



**Figura 4.** Gráfico – Evolução da chegada de turistas estrangeiros no Brasil, entre 1994 e 2003

Fonte: EMBRATUR, 2005.

A Tabela 1, a seguir, mostra que, no período compreendido entre 1994 e 2003, o gasto médio *per capita* do turista estrangeiro elevou-se de US\$ 60,53 para quase US\$ 88,00, o que constitui um fato positivo, quando se considera que a permanência média global deste turista no País permanece em torno de 13 dias, embora tenha sofrido algumas variações no período. Convém observar, no entanto, que a renda média individual *per capita*/ano do visitante internacional que chega ao Brasil baixou de US\$ 38.462 para US\$ 30.569. As causas desta redução devem ser objeto de pesquisa para verificar se o perfil socioeconômico deste visitante sofreu modificação.

**Tabela 1.** Dados dos turistas estrangeiros no Brasil (1994 a 2003)

Ano	Chegada (milhões)	Renda média per capita ano individual (US\$)	Gasto médio per capita dia (US\$)	Permanência média global (dias)
1994	1,85	38 462	60,53	13,86
1995	1,99	39 676	77,10	13,10
1996	2,66	41 463	70,39	13,16
1997	2,84	45 705	72,80	12,90
1998	4,81	38 440	67,57	13,00
1999	5,10	37 506	79,08	14,00
2000	5,31	33 736	84,38	12,06
2001	4,77	34 727	81,21	12,20
2002	3,78	32 042	86,17	14,00
2003	4,09	30 569	87,99	13,55

Fonte: EMBRATUR, 2005.

Uma análise sobre as características socioeconômicas do turista internacional que visitou o País entre 2001 e 2003 revela que a redução de sua renda média pode ter relação com a modificação havida na composição do percentual das principais profissões dos visitantes, ou seja, redução nos índices de profissões de maiores rendas. O percentual dos turistas que viajaram a negócio ou para participar de congressos e convenções baixou de 30 para 26% neste período. Por esta razão, pesquisas devem ser realizadas nos principais centros emissores para identificar o perfil do turista de maior renda e suas motivações de viagem para o Brasil.

Estatísticas da EMBRATUR revelam ainda que, em 1994, a arrecadação brasileira com o turismo internacional chegou a US\$ 1,9 bilhões e, no ano de 2003, o País arrecadou US\$ 3,4 bilhões, decorrentes da entrada de 4,1 milhões de turistas (EMBRATUR, 2004).

As estatísticas com as séries históricas sobre o turismo nacional, constantes dos bancos de dados oficiais, se referem apenas ao desembarque de passageiros em vôos nacionais (ver Tabela 2). Estas séries históricas baseadas somente nos vôos domésticos não refletem a realidade do turismo nacional.

**Tabela 2.** Dados do turismo doméstico no Brasil (1994 a 2004)

Ano	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Desembarque de passageiros em vôos nacionais (milhões)	13,19	16,76	19,53	21,27	26,50	26,73	28,52	32,60	33,01	30,74	36,56
Incremento (%)	—	27,09	16,52	8,92	24,58	0,87	6,68	14,31	1,26	(6,89)	18,95

Fonte: EMBRATUR, 2005.

As pesquisas mais completas, denominadas “Relatório do Estudo do Mercado Doméstico” e realizadas pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE com o turista nacional, disponíveis no *site* do Ministério do Turismo, não são feitas anualmente e datam de 1998 e 2001. Conforme dados destes relatórios, a maioria dos turistas nacionais costuma viajar de ônibus de linha (36%), de ônibus de excursão (6,5%), e de carro próprio (30,95%), totalizando 73,45% (FIPE/EMBRATUR, 2001).

No que se refere ao turismo doméstico, o plano prevê o aumento da chegada de passageiros nos vôos nacionais, de 33 milhões, em 2002, para 65 milhões, em 2007, pelo fortalecimento dos negócios de eventos e de melhorias nos aeroportos de menor porte. Ocorre que, em 2004, o total atingido foi de 36,5 milhões.

Conforme dados da pesquisa FIPE (1999, 2001), nas viagens domésticas, a permanência média dos turistas caiu de 11,7, em 1998, para 10,8 dias, em 2001. A permanência em hotel caiu de 11,5% para 10,4% no mesmo período. O lazer como principal motivo de viagem caiu de 77% para 66%, e o turismo de negócios elevou-se de 9,1 para 10,35%.

Tendo em vista que Santa Catarina é um dos Estados brasileiros que atraem uma quantidade significativa de turistas argentinos, e Florianópolis aparece, em 2003, como a nona cidade mais visitada por turistas estrangeiros no Brasil, serão apresentados, a seguir, os dados referentes ao turismo no Estado e na sua capital, Florianópolis.

## Turismo em Santa Catarina

A análise dos dados disponíveis na SANTUR (2002, 2004, 2005) revela uma forte oscilação no fluxo de turistas do Estado de Santa Catarina, conforme consta da Tabela 3. Crescimentos de mais de 400 mil turistas, como o que ocorreu na demanda entre 1999 e 2000, ou de mais de 600 mil, entre 2003 e 2004, costumam

provocar problemas de sobrecarga na infra-estrutura das cidades, congestionamentos no trânsito, falta de mão-de-obra qualificada, e baixa qualidade no atendimento aos turistas. A partir de 2002, houve uma forte redução, com um crescimento considerável, em 2004, no fluxo de turistas.

**Tabela 3.** Movimento estimado de turistas em Santa Catarina

Origem	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Nacionais	1.993.630	2.255.860	2.194.522	2.001.034	2.114.133	2.712.139
Estrangeiros	292.905	464.994	568.663	158.511	198.712	246.914
Total	2.286.535	2.720.854	2.763.185	2.159.545	2.312.845	2.959.053

Fonte: SANTUR (2001, 2004, 2005).

A base de dados da SANTUR revela também que, em 2004, enquanto os turistas nacionais produziram uma receita de US\$ 388,6 milhões para o Estado, os estrangeiros contribuíram com apenas US\$ 54,0 milhões (SANTUR, 2005). Este resultado confirma a afirmação de Cooper *et al.* (2001) sobre a realidade do turismo internacional. Segundo estes autores, as percepções gerais em relação ao turismo levam em consideração certos mitos que contribuem para uma visão distorcida da realidade. O mito de que a maioria do turismo do mundo é internacional deve ser substituído pelo fato de que “o turismo no mundo é predominantemente doméstico (pessoas viajando em seu próprio país)”, já que, em 1998, esta modalidade respondia por cerca de 80% das viagens turísticas (Cooper *et al.*, 2001). No Brasil, de acordo com os dados disponíveis da EMBRATUR, em 2001 chegaram ao País 4,8 milhões de visitantes, enquanto os turistas domésticos atingiram o total de 41 milhões no mesmo ano (EMBRATUR, 2002).

Ao realizar uma análise comparativa entre os anos 2001 e 2003, verificou-se uma redução na receita total do turismo no Estado, referente aos turistas nacionais e estrangeiros. Enquanto, em 2001, esta receita atingiu US\$ 477,5 milhões, em 2003, baixou para US\$ 242,1 milhões, embora, em 2004, tenha havido uma considerável recuperação, atingindo US\$ 442,6 milhões de dólares. Esta queda ocorreu em virtude da redução do número de chegadas de turistas estrangeiros, que caiu de 568,6 mil para 198,7 mil no período mencionado, de acordo com a Tabela 3. Além destes fatores, deve-se considerar que, ao mesmo tempo, ocorreu uma redução da taxa de ocupação hoteleira de 76,37% para 54% no período, chegando a 66,34%, em 2004. Estes dados foram agravados pela redução do gasto médio diário dos turistas, sendo que os visitantes nacionais que gastaram US\$ 14,58, em 2001, passaram a gastar US\$ 10,62, em 2003, atingindo US\$ 16,57, em 2004. Neste período, os estrangeiros reduziram seus gastos médios diários de US\$ 28,42 para US\$ 14,35,

em 2003, voltando a US\$ 20,67, em 2004 (SANTUR, 2005). Como consequência destas reduções, observou-se a diminuição da atividade econômica do setor, em 2003, da oferta de empregos e do nível de renda da população, acarretando num prejuízo à dimensão econômica da sustentabilidade preconizada por Sachs.

É importante observar que a grande maioria (85,3%) das pessoas que visitaram Santa Catarina, em 2003, tinha como motivo de viagem o turismo, sendo que os atrativos naturais responderam por 63,1%; visita a parentes e amigos, 26%; atrativos histórico-culturais, 7,6%; festas populares, 0,4%; eventos, 1,7%; e o restante (1,3%) afirmou vir por motivos de saúde. Apenas 14,7% o fizeram por negócios (SANTUR, 2004). Em todos estes indicadores, houve uma considerável recuperação em 2004.

## Turismo em Florianópolis

De acordo com a Tabela 4, em 2002 e 2003, o fluxo turístico total de Florianópolis apresentou a mesma tendência decrescente que ocorreu no Estado, embora tenha havido forte recuperação em 2004. A chegada dos turistas internacionais diminuiu consideravelmente, visto que, em 2001, esta correspondia a 42,13% da entrada total dos turistas a esta localidade e, em 2004, este percentual havia baixado para 15,36%, conforme a Tabela 4. Esta redução reforça a afirmação de Cooper *et al.* (2001) quanto à predominância de turistas domésticos no fluxo turístico, pois a recuperação verificada em 2004 deu-se em virtude do aumento da demanda doméstica.

**Tabela 4.** Movimento estimado de turistas em Florianópolis

Origem	2000	2001	2002	2003	2004
Nacionais	335.132	319.901	295.464	233.425	492.114
Estrangeiros	171.109	232.987	75.163	74.769	89.328
Total	506.241	552.888	370.627	308.194	581.442

Fonte: SANTUR (2004).

Como a Argentina, tradicionalmente, era considerada como um dos principais emissores de turistas estrangeiros para a cidade, buscou-se verificar se esta informação era verdadeira. O resultado desta pesquisa pode ser observado na Tabela 5, a seguir. Concluiu-se que, realmente, aquele país era um dos principais mercados emissores de turistas estrangeiros para Florianópolis e que, a partir de 2002, ocorreu uma diminuição com relação a 2001. Esta queda provavelmente está relacionada com a crise econômica da Argentina.

**Tabela 5.** Principais mercados emissores de turistas estrangeiros para Florianópolis

Origem	2000	%	2001	%	2002	%	2003	%	2004	%
Argentina	146.846	85,82	200.765	86,17	53.772	71,54	52.622	70,38	64.423	72,12
Outros países	24.263	14,18	32.222	13,83	21.391	28,46	22.147	29,62	24.905	27,88
Total	171.109	100	232.987	100	75.163	100	74.769	100	89.328	100

Fonte: SANTUR (2004).

Estudando os dados relativos às receitas geradas pelos turistas em Florianópolis, observou-se, também, um prejuízo na dimensão econômica da sustentabilidade, embora, em 2004, tenha havido considerável recuperação. Enquanto, em 2001, a receita total atingiu US\$ 163 milhões, em 2003 alcançou apenas US\$ 56 milhões. Esta redução foi acompanhada pela taxa de ocupação hoteleira de 80,4% para 52,3%, embora a permanência média em hotéis tenha se elevado de 7,0 para 7,45 dias. O gasto médio diário dos turistas nacionais caiu de US\$ 21,6 para US\$ 14,3, e o dos estrangeiros, de US\$ 36,1 para US\$ 19,1, no mesmo período. No ano de 2004, aproximadamente 72% dos turistas estrangeiros que visitaram Florianópolis eram argentinos (SANTUR, 2004).

De acordo com os dados da SANTUR (2005), os motivos que levaram os turistas a visitar a cidade, durante o ano de 2004, encontram-se distribuídos da seguinte forma: 94,3% para turismo e 5,7% a negócios. Os principais motivos na modalidade turismo foram os atrativos naturais (73,9%); visita a parentes e amigos (19,3%); atrativos histórico-culturais (3,9%); eventos (2,2%); motivos de saúde (0,3%); e o restante (0,4%) veio para participar de festas populares. O turismo na cidade é sazonal, sendo em maior intensidade no verão, durante os meses de dezembro a fevereiro, e está baseado nos atrativos naturais deste destino, tais como as cem praias disponíveis na localidade.

### Avaliação do PNT e necessidade de pesquisas

Embora a atividade turística esteja melhorando em vários aspectos, principalmente em algumas regiões ou tipos específicos de turismo, uma análise dos resultados gerais desta atividade revela aspectos importantes que precisam ser estudados, a fim de que providências possam ser tomadas no sentido de que as metas estabelecidas no PNT sejam alcançadas.

Para atender ao objetivo de aumentar o número de turistas estrangeiros no País por meio do desenvolvimento dos mercados sul-americanos de curta

distância e dos de longa distância que possuam afinidade cultural com o Brasil, é necessário identificar os países da América Latina com capacidade de emissão de turistas que possuam as características necessárias (renda *per capita*, tempo de permanência e gasto médio diário, entre outros) para atingir a meta de geração de 8 bilhões de dólares em divisas.

Com relação aos países de longa distância, é necessário conhecer a atual imagem que os potenciais turistas fazem do Brasil, por meio de uma pesquisa sobre esta imagem e das causas geradoras da mesma, antes da divulgação da imagem pretendida. É preciso verificar, também, se o índice de violência nas grandes cidades brasileiras não é um fator que limita a escolha do Brasil como destino turístico. Com o resultado desta pesquisa, ações devem ser desenvolvidas para corrigir os fatores limitantes da vinda dos turistas para o País e, só então, pôr em prática uma campanha de divulgação da nova imagem. Do alcance desta meta anterior depende a geração 8 bilhões de dólares em divisas.

O PNT prevê um crescimento de 15% ao ano na chegada de turistas estrangeiros ao Brasil, no período compreendido entre 2003 e 2007, ou seja, passar de 3,8 milhões (em 2002) para 9 milhões em 2007. Os dados da EMBRATUR demonstram que esta taxa de crescimento não foi atingida em 2003, ficando apenas em 8,2%, e as previsões para 2004 apontam para uma taxa semelhante à anterior. É necessário, portanto, pesquisar os motivos que determinam a escolha de outros destinos, que não o Brasil.

Com relação às condições para gerar 1,2 milhão de novos empregos e ocupações no período de vigência do plano, por meio da oferta de crédito a empreendedores do turismo e captação de investimentos no Brasil e no exterior, observou-se que o aumento do emprego no setor turístico, entre 2002 e 2003, foi de apenas 2,6%, enquanto o crescimento do número de empresas turísticas em setores específicos foi maior, tais como nos meios de hospedagem (25%), transportadoras turísticas (38%) e organizadoras de eventos (16,5%). Torna-se necessário, portanto, verificar se a oferta de crédito aos investidores do turismo e as ações de captação de investimentos no setor, pelo governo, no Brasil e no exterior, estão surtindo os efeitos previstos na geração de empregos.

Analisando as metas do Plano Nacional de Turismo, com base nas dimensões de sustentabilidade de Sachs, pode-se observar a relação entre as mesmas, bem como a necessidade de pesquisas ou ações de acompanhamento para que o referido plano se concretize, conforme exposto no Quadro 1, a seguir.



**Quadro 1.** Relação entre sustentabilidade, metas do PNT e necessidade de pesquisas

Dimensões de sustentabilidade	Metas do PNT	Necessidade de pesquisa/acompanhamento
Econômica	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Receber 9 milhões de turistas estrangeiros</li> <li>■ Gerar 1,2 milhões de novos empregos</li> <li>■ Gerar 8 bilhões de dólares em divisas</li> <li>■ Aumentar a chegada de passageiros em vôos domésticos para 65 milhões</li> <li>■ Criar e comercializar novos produtos de turismo: lazer, negócios, eventos e incentivos</li> <li>■ Melhorar a qualidade dos serviços turísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Avaliação da imagem do Brasil nos principais países emissores</li> <li>■ Pesquisa com os turistas nacionais nos principais centros emissores do País</li> <li>■ Avaliação das condições da infra-estrutura turística (aeroportos, estradas, segurança, saneamento básico) dos principais destinos</li> <li>■ Identificação e divulgação de novos produtos de cada localidade turística</li> </ul>
Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Gerar 1,2 milhões de novos empregos</li> <li>■ Capacitação profissional em vários níveis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Pesquisa da qualidade dos serviços turísticos oferecidos nos principais destinos</li> <li>■ Identificação das necessidades de treinamento do pessoal</li> <li>■ Integração dos órgãos de treinamento, universidades, sindicatos patronais e secretarias de turismo para suprir estas carências</li> <li>■ Avaliação do custo-benefício da oferta de crédito para criação dos novos negócios e a geração de empregos</li> </ul>
Espacial ou territorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Não há meta específica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Identificação de zonas apropriadas para a construção de equipamentos turísticos de forma a manter o equilíbrio entre as áreas urbana e rural</li> </ul>
Cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Difundir a cultura e a diversidade étnica do País</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Levantamento e divulgação das características culturais e étnicas de cada região turística brasileira</li> </ul>

Dimensões de sustentabilidade	Metas do PNT	Necessidade de pesquisa/acompanhamento
Ecológica	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Não há meta específica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Cálculo da capacidade de carga de cada destino e monitoramento para que a mesma não seja excedida</li> <li>■ Levantamento e acompanhamento das condições de saneamento básico nas localidades turísticas</li> </ul>
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Não há meta específica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Cálculo da capacidade de carga de cada destino e monitoramento para que a mesma não seja excedida</li> <li>■ Estudo sobre o uso adequado das áreas de preservação natural e dos parques nacionais</li> </ul>
Política Nacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Envolver os governos estaduais, municipais, o setor privado e a comunidade para criação de novos produtos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Avaliação do número de novos produtos turísticos gerados em cada destinação</li> </ul>
Política Internacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Não há meta específica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Identificação da necessidade de acordos com países emissores de turistas para eliminação de exigências diplomáticas, redução de tarifas cobradas nos aeroportos, e outras medidas</li> </ul>

Fonte: Adaptado de PNT (2003), Sachs (2002).

O Estado de Santa Catarina e a cidade de Florianópolis também precisam, assim como todos os destinos turísticos brasileiros, de pesquisas mais detalhadas sobre o mercado emissor e os destinos concorrentes. É necessário identificar, nos principais centros emissores de turistas, o que os motiva a escolher uma localidade turística em detrimento de outra, bem como o perfil específico do turista de lazer ou de negócios, no que se refere à renda *per capita*, ao gasto médio diário e ao tempo de permanência para cada segmento específico.

## Considerações finais

As análises realizadas com as bases de dados existentes nos órgãos oficiais que tratam da atividade turística no Brasil revelaram a falta de uniformidade dos mesmos, de vez que contemplam diferentes variáveis e o modo de apresentá-las,

de acordo com o órgão que fez a pesquisa. Os dados sobre turismo internacional são mais uniformes, porque seguem o padrão da Organização Mundial do Turismo (OMT). As informações sobre o turismo doméstico, existentes nas bases de dados oficiais, referem-se apenas à chegada de turistas nacionais em aeroportos brasileiros. As pesquisas mais completas sobre este segmento baseiam-se em estudos realizados em duas épocas – 1998 e 2001 – e não levam em conta as mesmas variáveis do turismo internacional. Estes fatos dificultam a análise dos dados e a comparação entre os mesmos.

O Plano Nacional de Turismo contempla a maioria das dimensões de sustentabilidade propostas por Sachs (2002). No entanto, ainda carece de pesquisas que propiciem a realização de ações para o alcance das metas estabelecidas, tais como a análise de mercado nos principais países emissores de turistas e pesquisa sobre a imagem que estes potenciais visitantes fazem do Brasil. É necessário também realizar estudos sobre a qualidade dos serviços prestados nos diferentes destinos turísticos e sobre as carências específicas de treinamento, a fim de direcionar a formação adequada de recursos humanos para atuar no setor. Observou-se, ainda, ser necessária a realização de estudos da capacidade de carga dos diferentes destinos, principalmente naqueles relacionados a áreas de preservação ambiental.

Estas constatações revelam a necessidade de maior aproximação do setor público e da iniciativa privada com a capacidade de pesquisa instalada nas universidades, a fim de suprir as mencionadas carências de informação.

## Referências bibliográficas

- BRASIL. 2003. Ministério do Turismo. *Plano Nacional de Turismo*. Brasília.
- COOPER, C., FLETCHER, J., WANHILL, S., GILBERT, D. & SHEPHERD, R. 2001. *Turismo: princípios e práticas*. 2 ed. Porto Alegre: Bookman.
- EMBRATUR. 2002. Evolução do turismo no Brasil: 1992-2001. Disponível em: <<http://www.embratur.gov.br>>. Acesso em: 18 fev.
- EMBRATUR. 2004. Evolução do turismo no Brasil: 1992-2002. Disponível em: <<http://www.embratur.gov.br/0-catalogo-documentos/evolucao/EvolucaoDoturismoNoBrasil19922002.pdf>>. Acesso em: 11 abr.
- EMBRATUR. Estudo do Mercado Interno de Turismo 2001. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/0-catalogo-documentos/turismo%20domestico/RelatórioEstudoDeMercadoDoméstico2001.pdf>>. Acesso em: 10 mai. 2005.
- WORLD Wide Found For Nature – wwf. 1992. *Principles for sustainable tourism*. London: wwf.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO – OMT. 2003. *Guia de desenvolvimento do turismo sustentável*. Porto Alegre: Bookman.
- RODRIGUES, A. B. 2000. Turismo local: oportunidades para inserção. In: \_\_\_\_\_ (Org.). *Turismo: desenvolvimento local*. São Paulo: Hucitec. p. 55-64.
- SACHS, Ignacy. 2002. *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond.

\_\_\_\_\_. 1992. Transition strategies for the 21st century. *Nature and Resources*, v. 28, n. 1.

SANTA Catarina Turismo S.A. – SANTUR. 2002. *Pesquisa mercadológica: estudo da demanda Turística*. Sinopse comparativa 2000, 2001 e 2002. Florianópolis, abr.

\_\_\_\_\_. 2004. *Demanda turística*. Disponível em: <<http://www.santur.sc.gov.br/FrameDemanda2003.asp?Link=Estado.htm>>. Acesso em: 08 abr.

\_\_\_\_\_. 2005. *Demanda turística*. Disponível em: <<http://www.santur.sc.gov.br/FrameDemanda2004.asp?Link=Estado.htm>>. Acesso em: 18 mar.

Recebido em: 05/09/2005.

Aprovado em: 17/04/2006.