

**ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE
DO TURISMO NACIONAL
DESTINOS INDUTORES
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL**

FLORIANÓPOLIS

2014



APRESENTAÇÃO

Com o objetivo de conhecer e entender a realidade dos principais destinos turísticos brasileiros e também como forma de fornecer subsídios para o planejamento e para a formulação de políticas públicas que contribuam para o desenvolvimento das localidades turísticas, o Ministério do Turismo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae Nacional) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) deram início, em 2008, ao Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional. Em 2010, o Estudo de Competitividade passou a ser denominado Índice de Competitividade do Turismo Nacional – 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional.

A metodologia gera índices em 13 setores ligados à atividade turística, denominados como dimensões neste Índice, os quais permitem monitorar a eficiência de um destino turístico sob a ótica da competitividade – conceito que impulsiona o destino a superar-se ano após ano, proporcionando ao turista uma experiência cada vez mais positiva.

Este índice tem o intuito de mensurar, de forma objetiva, diversos aspectos – entre eles os econômicos, sociais e ambientais – que indicam o nível de competitividade dos destinos turísticos. A partir da identificação e do acompanhamento de indicadores objetivos, e da geração de um diagnóstico da realidade local, torna-se mais viável a definição de ações e de políticas públicas que visem ao desenvolvimento da atividade turística.

Com este documento, o Ministério do Turismo, o Sebrae Nacional e a Fundação Getulio Vargas esperam fornecer indicadores nacionais de eficiência que delineiem um termômetro da realidade da atividade no País. Conhecendo os aspectos passíveis de mensuração, cada destino verá ampliada sua capacidade de gestão dos recursos disponíveis e de intervenção sobre seus pontos fortes e fracos.

Ministério do Turismo
Sebrae Nacional

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	2
SUMÁRIO.....	3
1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE	4
2. RESULTADOS	8
2.1. Índice geral	8
2.2. Infraestrutura geral	11
2.3. Acesso	14
2.4. Serviços e equipamentos turísticos	17
2.5. Atrativos turísticos.....	21
2.6. Marketing e promoção do destino	24
2.7. Políticas públicas.....	26
2.8. Cooperação regional.....	29
2.9. Monitoramento	32
2.10. Economia local	35
2.11. Capacidade empresarial.....	37
2.12. Aspectos sociais	40
2.13. Aspectos ambientais.....	42
2.14. Aspectos culturais.....	45
3. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	49

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

A fim de dar continuidade ao trabalho iniciado em 2008, o Ministério do Turismo (MTur), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae Nacional) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) consolidam, no presente documento, os resultados da edição 2014 do *Índice de Competitividade do Turismo Nacional*.

Com o intuito de entender as transformações do mercado turístico nos últimos anos, o Índice de Competitividade Turística é atualizado sistematicamente para captar com profundidade o desenvolvimento dos principais destinos turísticos brasileiros. Tais atualizações objetivam deixar o Índice em consonância com debates contemporâneos e com tendências do mercado turístico nacional e internacional – posto que a competitividade é um fenômeno dinâmico e um recurso básico pode se tornar obsoleto ao longo do tempo. Desta forma, espera-se fornecer elementos fundamentais para o planejamento e tomada de decisão das localidades pesquisadas e para a ampliação de suas vantagens competitivas.

Como ocorre desde o primeiro ano, para o cálculo do índice de competitividade estabeleceu-se uma série de critérios junto a especialistas em diversas áreas, com o intuito de definir a importância e o peso de cada dimensão do estudo. Em seguida, foram atribuídos pontos às perguntas e pesos também às variáveis. A soma ponderada da pontuação resulta no índice geral de competitividade do destino.

Na fase de pesquisa de campo, os pesquisadores da FGV permanecem uma semana em cada destino aplicando um formulário, por meio de um *tablet*, com perguntas que incluem dados primários e secundários, as quais estão agrupadas em 13 dimensões (Figura 1). Cada uma das dimensões consideradas possui subdivisões, que são chamadas de variáveis. O detalhamento de todos os quesitos avaliados na pesquisa encontra-se na publicação Relatório Brasil 2014, no capítulo que descreve os aspectos metodológicos.

Figura 1. Dimensões do Índice de Competitividade

Além do levantamento de dados por meio de entrevistas e de dados secundários, são realizadas visitas técnicas aos principais equipamentos e atrativos turísticos do destino. Nesta etapa, muitos pontos são observados pelo pesquisador, como as principais características físicas dos atrativos turísticos e da estrutura urbana do destino.

Todas as perguntas que integram as 13 dimensões do questionário compõem o Índice de Competitividade do destino, ou seja, mensuram:

A capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva

Para fins de análise, os índices de competitividade foram divididos em cinco níveis, em uma escala de 0 a 100¹:



O presente relatório apresenta os resultados consolidados do destino em 2014: o índice geral de competitividade do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas. O documento apresenta ainda a média Brasil (média dos indicadores obtidos pelos 65 destinos), a média das cidades não capitais, além da distribuição dos 65 destinos pesquisados em relação aos cinco níveis de competitividade nas 13 dimensões estudadas. Estes dados poderão ser comparados aos resultados obtidos nos anos anteriores, o que permitirá observar a evolução dos índices, devido à série histórica que vem sendo construída.

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das últimas edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos nos quais esse levantamento se baseia. Considerou-se que o índice se manteve estável em casos de aumento ou queda de até 1,0 ponto na comparação dos indicadores entre anos seguidos. Isto é, para que o destino considere um índice como evolução ou regressão, é preciso que a diferença entre os resultados das pesquisas seja superior a 1,0 ponto, para mais ou para menos, no total geral ou em qualquer uma das 13 dimensões.

Uma vez conhecidos os índices nacionais de competitividade, recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às suas

¹ Para o posicionamento em níveis, segundo a escala proposta, utilizou-se o critério de arredondamento das pontuações. Por exemplo: abaixo de 20,5, a pontuação posicionou-se no nível 1 (entre 0 e 20); acima de 20,6, classifica-se no nível 2 (entre 21 e 40), e assim por diante.

características geográficas, econômicas e ao posicionamento, a fim de entender que os resultados de determinada dimensão serão influenciados por esses fatores. Dessa forma, não se espera que alguns destinos alcancem, necessariamente, o nível mais alto de competitividade em todas as dimensões. Isso é especialmente aplicado a alguns destinos não capitais ou que estejam direcionados a nichos específicos de mercado.

Uma leitura criteriosa e consciente dos índices obtidos poderá fornecer referências para um planejamento que favoreça os pontos fortes e minimize os impactos de aspectos inibidores do desenvolvimento do destino turístico.

O principal objetivo deste relatório é permitir que os destinos estudados utilizem essas informações para planejar a atividade turística, norteando a elaboração de políticas públicas que potencializem suas vantagens competitivas e eliminem, gradativamente, os entraves ao desenvolvimento sustentável da atividade turística.

2. RESULTADOS

A pesquisa em Florianópolis foi realizada entre os dias 26 e 30 de maio de 2014, período em que foram entrevistados diversos representantes do setor público e privado, associações de classe, entre outros, para coletar os dados que compõem o índice de competitividade do destino.

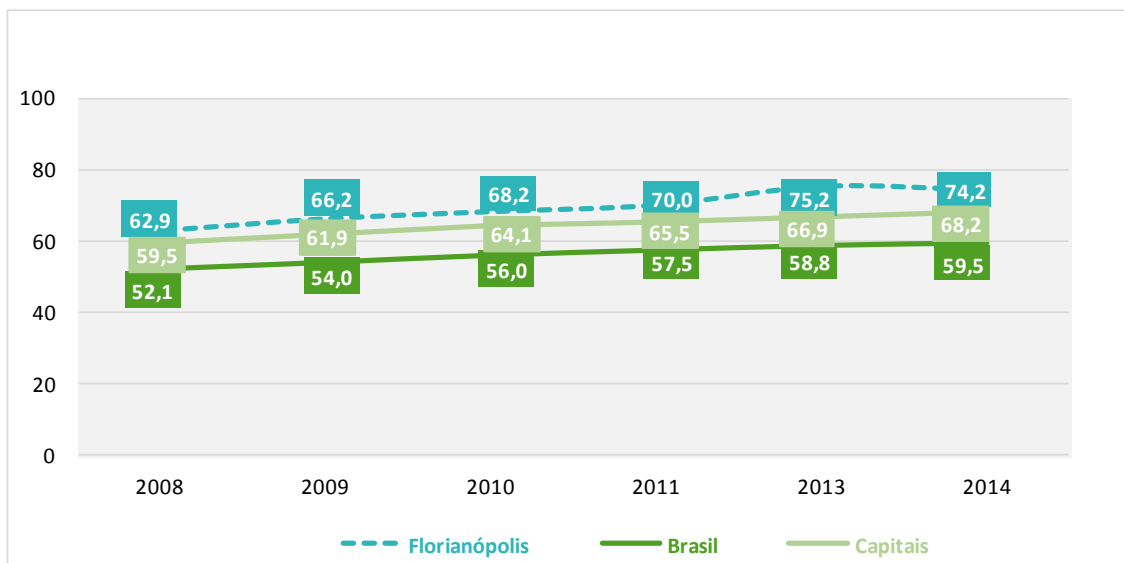
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados, a seguir, os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

Ressalta-se que, além de todo o planejamento realizado pela Fundação Getúlio Vargas para a realização do Índice de Competitividade, fatores externos podem influenciar a coleta de informações em campo e conseqüentemente o sucesso da pesquisa, como: realização de todas as entrevistas programadas, visita *in loco* a todos os atrativos e equipamentos turísticos indicados, disponibilização prévia de agenda de entrevistas completa e com respondentes qualificados, apoio institucional do órgão oficial de turismo, fidedignidade das informações repassadas. Dessa forma, o apoio dos municípios na realização do estudo é imprescindível nesta fase de pesquisa de campo.

2.1. Índice geral

O índice geral de competitividade do destino refere-se à soma ponderada das 13 dimensões avaliadas e está representado no Gráfico 1.

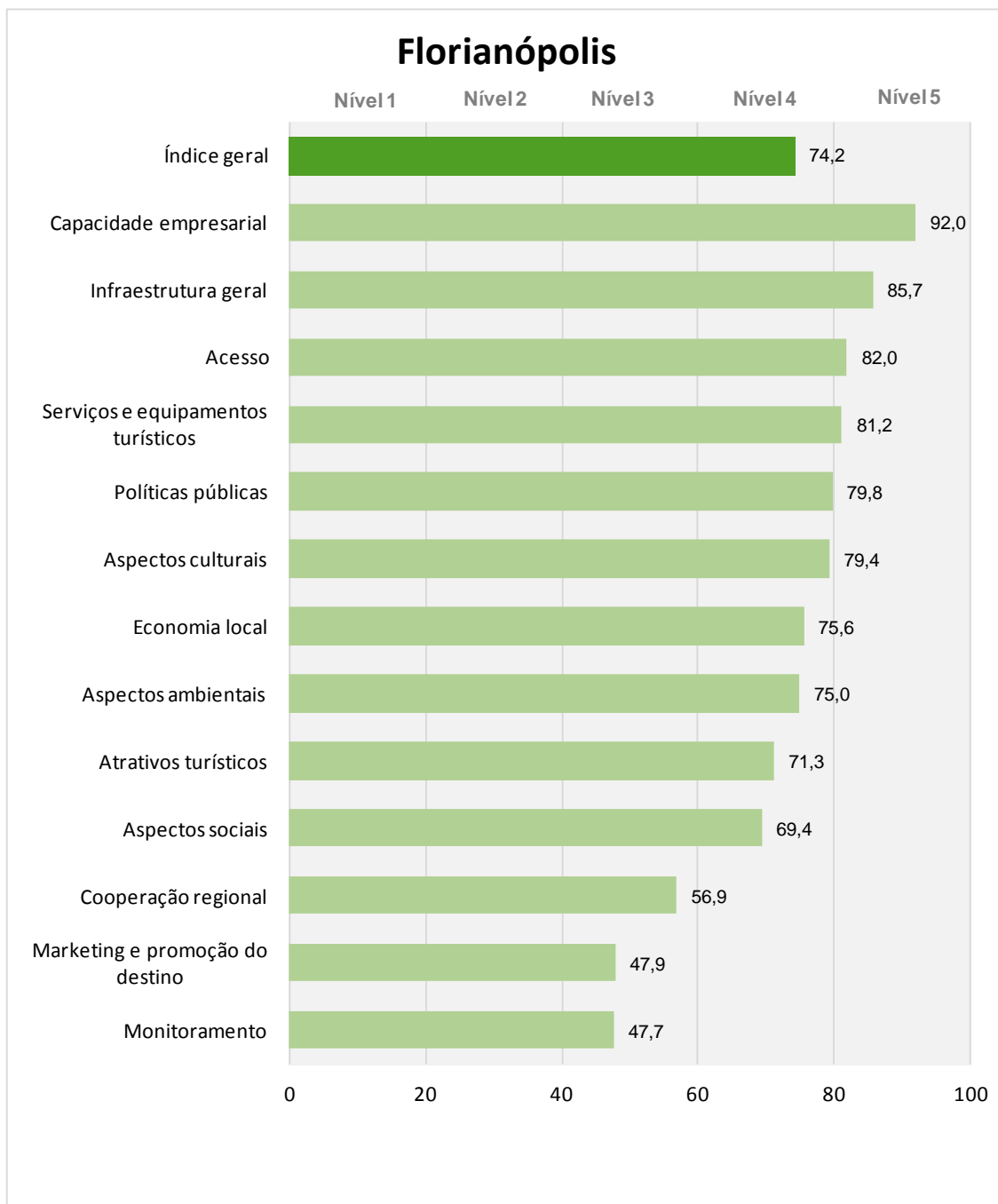
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2014



No ano de 2014, o índice geral de competitividade registrado pelo destino ficou abaixo do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 1. Este índice posicionou-se acima da média nacional, e acima da média do grupo das capitais no índice geral.

Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, as que obtiveram melhores desempenhos, com índices acima do nível 4, foram *Capacidade empresarial, Infraestrutura geral, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos*, conforme o Gráfico 2.

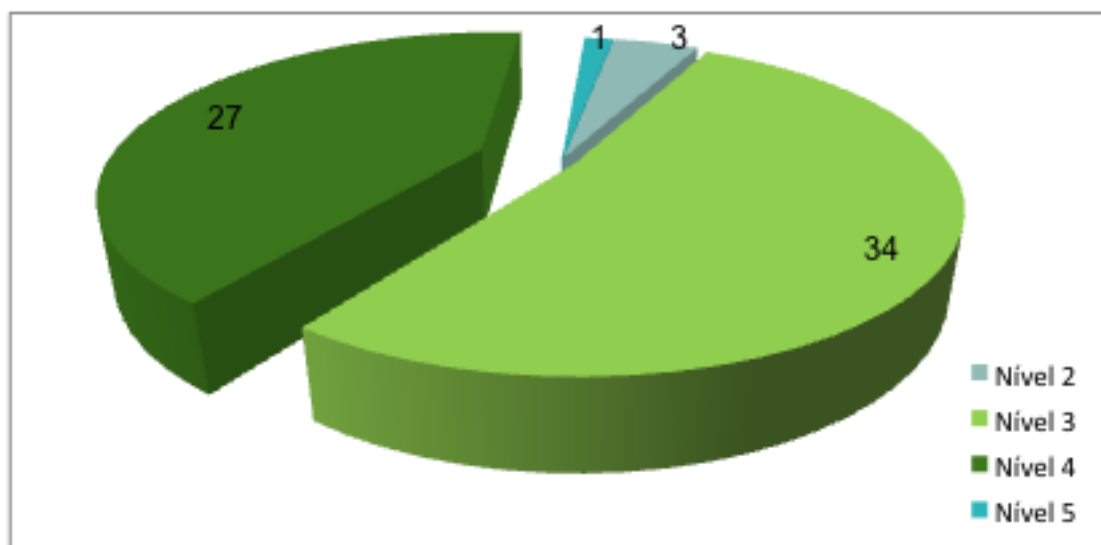
Gráfico 2. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho



Quanto à distribuição das dimensões, conforme os cinco níveis de competitividade, observa-se que há uma concentração nos níveis 4 e 5, o que demonstra que o destino apresenta bom desenvolvimento ou mesmo diferencial nos quesitos avaliados.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 3 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado. Observa-se que 27 destinos se encontram no mesmo nível que Florianópolis, sendo que a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 3.

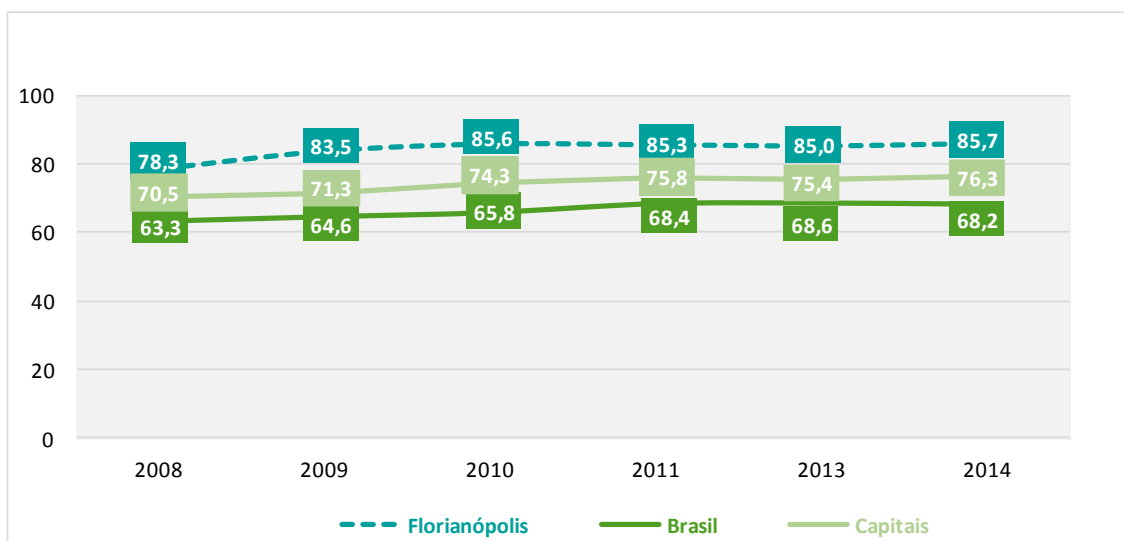
Gráfico 3. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice geral



2.2. Infraestrutura geral

O *Índice de Competitividade do Turismo Nacional* considerou as seguintes variáveis referentes à *Infraestrutura geral*: (i) capacidade de atendimento médico para o turista no destino; (ii) fornecimento de energia; (iii) serviço de proteção ao turista; e (iv) estrutura urbana nas áreas turísticas.

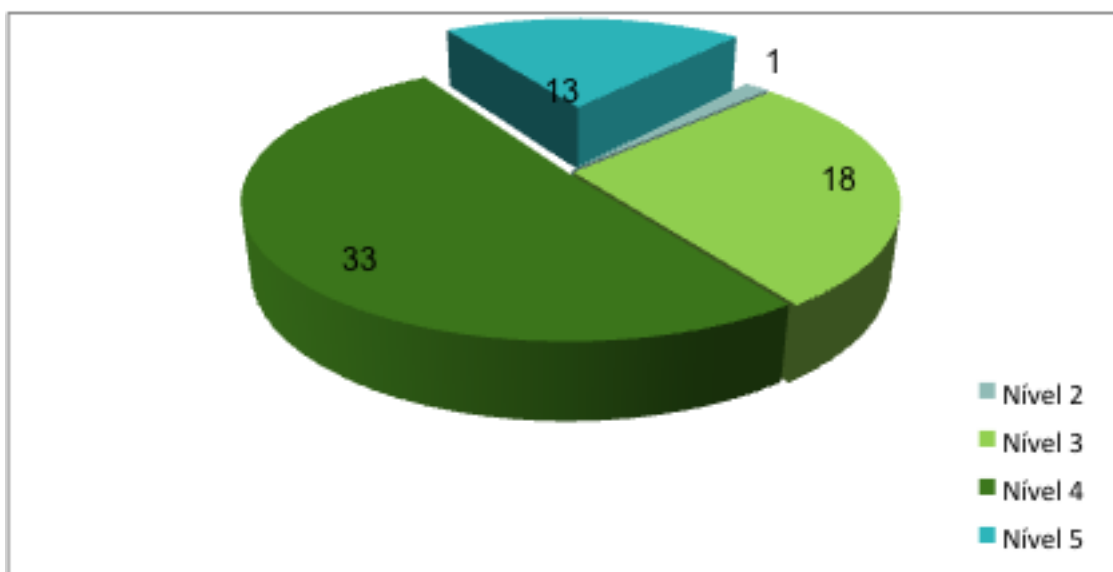
Gráfico 4. Índices Infraestrutura geral – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Infraestrutura geral*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 5, como é possível observar no Gráfico 4. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 5 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Infraestrutura geral*. Observa-se que 13 destinos se encontram no mesmo nível que Florianópolis, enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

Gráfico 5. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Infraestrutura geral



O indicador foi influenciado de forma positiva por fatores, tais como:

- Disponibilidade, no destino, de serviço público de atendimento médico em emergências 24 horas com diversos níveis de complexidade: primeiros socorros, estrutura para cirurgias, laboratórios de análises, radiologia, setor de transfusão, entre outros;
- Fornecimento contínuo de energia elétrica no destino durante todo o ano;
- Existência de uma delegacia especializada de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Presença de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil e Guarda Municipal no destino;
- Existência de controle e monitoria por câmeras na maioria das áreas turísticas;
- Existência de elementos de drenagem pluvial nas áreas turísticas;
- Substituição de fiação área por subterrânea em parte dos atrativos turísticos;
- Evidência da limpeza pública e da conservação urbana no entorno das áreas turísticas;
- Disponibilidade de itens de mobiliário urbano - lixeiras, abrigos para ônibus e telefones públicos - no entorno das áreas turísticas;

- Existência de elementos de acessibilidade como – calçadas com rampas e pisos táteis, semáforos sonoros, vagas exclusivas de estacionamento - na maior parte das áreas turísticas do destino.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

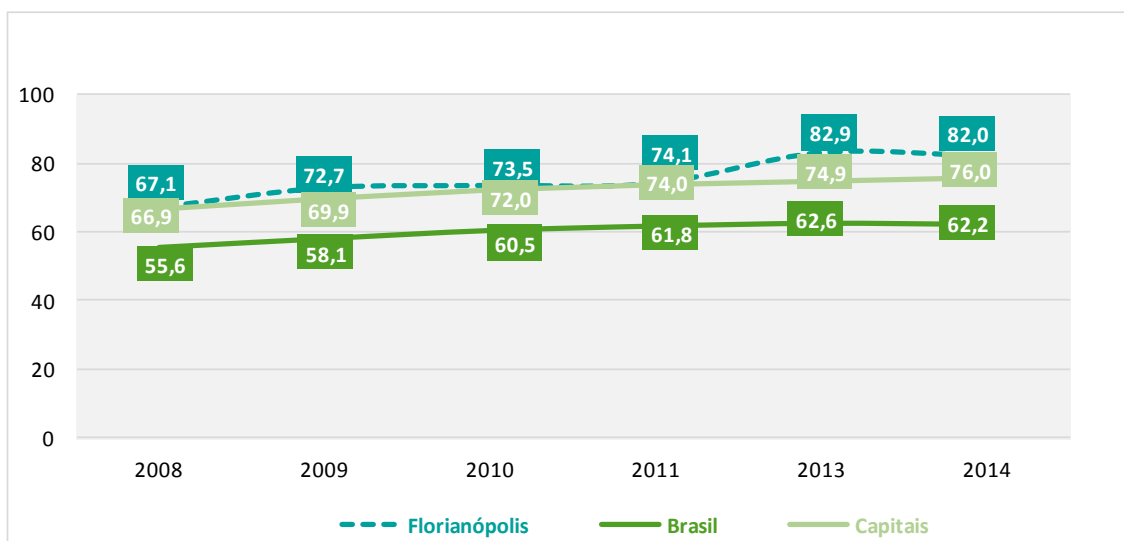
- Ausência de grupamento especializado para atendimento ao turista na Polícia Militar;
- Relatos de retenção de água durante as chuvas em algumas áreas turísticas, como: Canasvieiras e Cachoeira do Bom Jesus;
- Carência de lixeiras bem conservadas em algumas zonas turísticas e entorno.

Além desses fatores, foram considerados na composição do índice, indicadores como a expectativa de vida da população, o número de estabelecimentos com atendimento médico de urgência, o número de postos ambulatoriais de atendimento, o número de profissionais de saúde e o número de leitos hospitalares.

2.3. Acesso

Nesta dimensão foram consideradas as seguintes variáveis: (i) acesso aéreo; (ii) acesso rodoviário; (iii) acesso aquaviário; (iv) acesso ferroviário; (v) sistema de transporte no destino; e (vi) proximidade de grandes centros emissores de turistas.

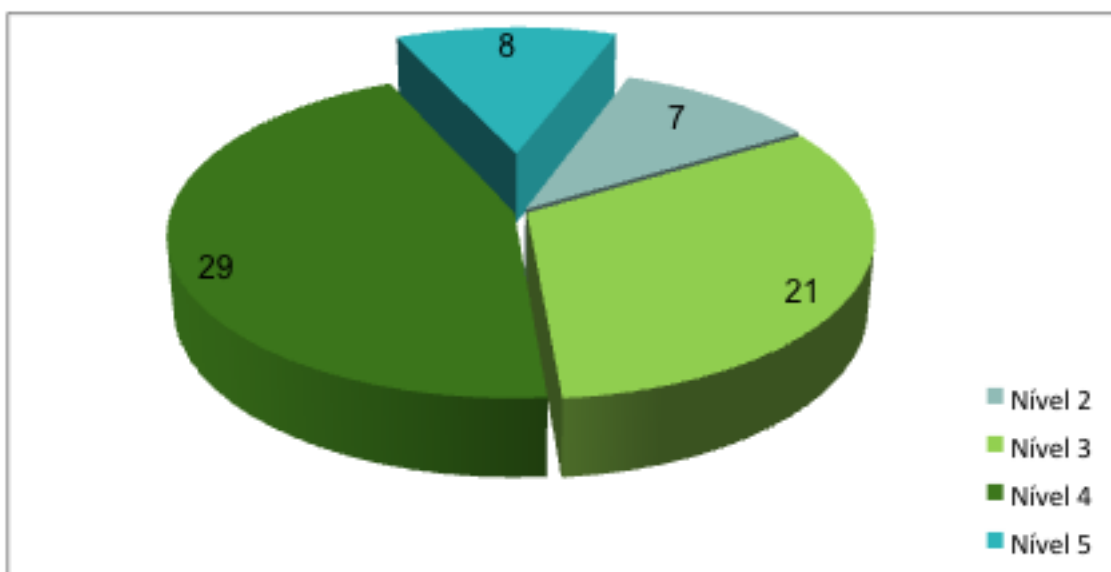
Gráfico 6. Índices Acesso – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão Acesso, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 5, como é possível observar no Gráfico 6. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 7 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão Acesso. Observa-se que 8 destinos se encontram no mesmo nível que Florianópolis, enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

Gráfico 7: Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Acesso



Entre os fatores que contribuíram favoravelmente para o índice de competitividade do destino nesta dimensão, constam:

- Existência de aeroporto com voos regulares num raio de 100 km do destino - Aeroporto Internacional de Florianópolis – Hercílio Luz, cuja estrutura conta restaurantes e lanchonetes, lojas, serviços bancários, casa de câmbio, locadora de veículos, entre outras facilidades;
- Disponibilidade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo - ônibus convencional e executivo com ar-condicionado e taxi convencional -, conforme observado em visita técnica ao local;
- Oferta regular de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende ao destino e os seus principais centros emissivos de turistas nacionais – São Paulo e Rio Grande do Sul - e internacionais – Argentina-, conforme informado nas entrevistas;
- Existência de linhas de ônibus intermunicipais e interestaduais regulares que atendam ao destino;
- Existência de um terminal rodoviário no destino, cuja estrutura conta com – lojas, locadora de veículos, restaurantes e lanchonetes, serviço de câmbio, etc.;

- Oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária – ônibus convencional e executivo com ar-condicionado e taxi convencional;
- Oferta de opções de transporte urbano que atendem às principais atrações turísticas, tais como – ônibus circular e ônibus executivo (Seletivo);
- Disponibilidade de serviço de táxi regularizado e padronizado, que ofereça facilidade como sistema de chamada via aplicativos para smartphones e pagamento por cartões de crédito;
- Ótimo estado da BR-282, principal rodovia de acesso ao destino, segundo pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Transporte – CNT.

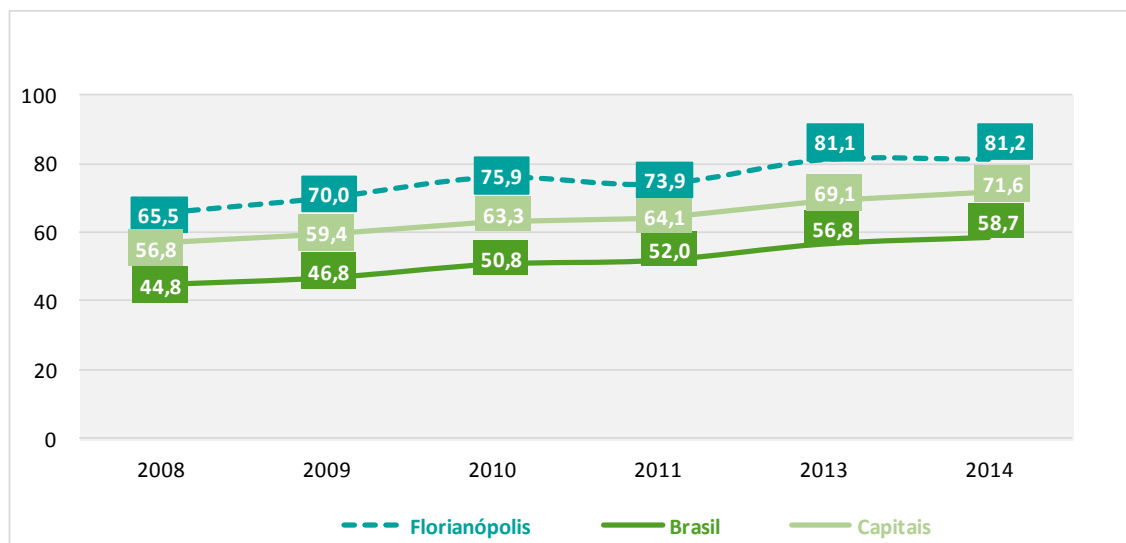
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador, constam os seguintes:

- O fato de o Aeroporto Internacional de Florianópolis operar acima da capacidade em determinadas épocas do ano;
- Inexistência de linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino;
- Existência de congestionamentos nas áreas turísticas do destino;
- Carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Número reduzido de taxis para atendimento ao turista, especialmente na alta temporada, segundo relatos coletados em campo.

2.4. Serviços e equipamentos turísticos

A dimensão *Serviços e equipamentos turísticos* contemplou as seguintes variáveis: (i) sinalização turística; (ii) Centro de Atendimento ao Turista - CAT; (iii) espaços para eventos; (iv) capacidade dos meios de hospedagem; (v) capacidade do turismo receptivo; (vi) estrutura de qualificação para o turismo; e (vii) capacidade dos restaurantes.

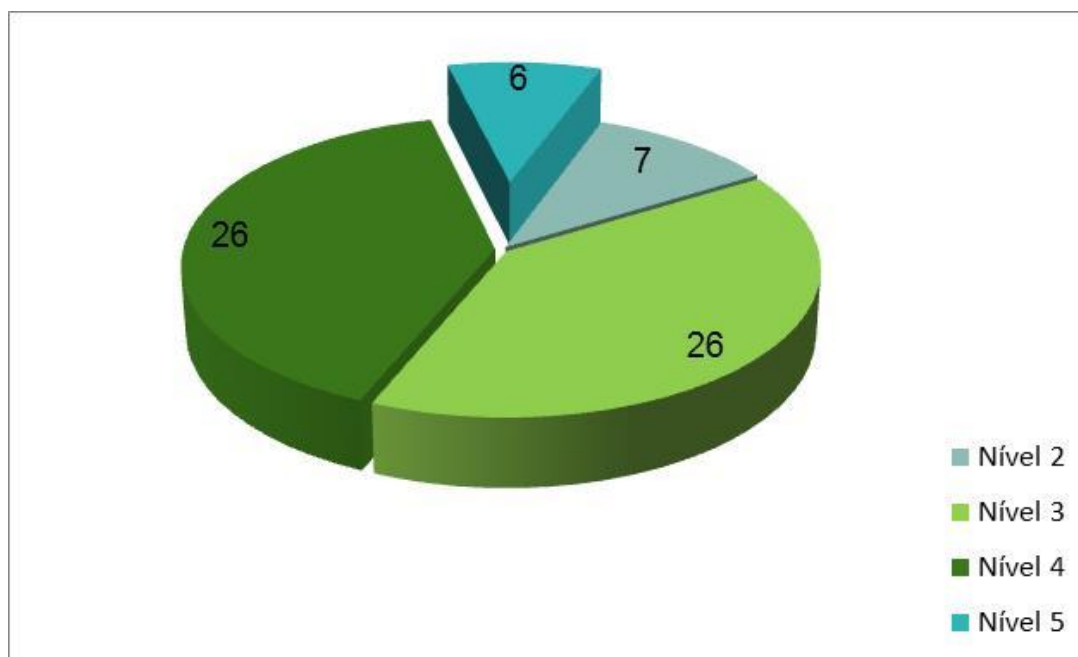
Gráfico 8. Índices Serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 5, como é possível observar no Gráfico 8. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 9 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*. Observa-se que 6 destinos se encontram no mesmo nível que Florianópolis, enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se nos níveis 3 e 4.

Gráfico 9. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Serviços e equipamentos turísticos



O indicador foi influenciado de forma positiva pela verificação de fatores, entre os quais:

- Existência de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados pelo Ministério do Turismo, em bom estado de conservação e com informações disponíveis em idioma estrangeiro em parte da sinalização;
- Existência de sinalização turística descritiva ou interpretativa em alguns dos atrativos do destino;
- Existência de Centros de Atendimento ao Turista no destino, localizados em diversos pontos (aeroporto, rodoviária e nos principais atrativos), com funcionários capacitados para o atendimento em idioma estrangeiro e que oferecem diversos serviços, como: contato de operadoras, guias e agências, panfletos informativos sobre o destino e região turística, acesso a internet, etc;
- Presença de centro de convenções no destino – tendo sido indicado como principal o centro de Convenções Centro Sul, que possui salas multiuso / modulares, auditórios, capacidade para mais de um evento independentes e simultâneos, estacionamento, pavilhão de feiras climatizado, etc;
- Localização do Centro de convenções, próximo às áreas turísticas (meios de hospedagem, rodoviária e centro administrativo);

- Oferta de outros espaços para a realização de eventos – espaços multifuncionais, salas em hotéis para eventos de médio e grande porte, arenas esportivas, etc;
- Presença de empresas de receptivo, que oferecem diversos serviços aos turistas (city tour, traslado, atividades de aventura, passeios de barco, by night, passeios para destinos do entorno, entre outros), inclusive com atendimento em idioma estrangeiro;
- Disponibilidade de serviços de aluguel de bicicletas para o turista, que oferece como facilidade a entrega da bicicleta em ponto distinto da retirada;
- Disponibilidade de guias de turismo registrados no CADASTUR e capacitados para atendimento em idiomas estrangeiros;
- Existência de organização representativa de guias;
- Possibilidade de alugar meio de transporte de lazer para se deslocar pelo destino, tais como: buggy e embarcações;
- Valorização e o fortalecimento da gastronomia regional por parte dos restaurantes do destino, por meio da aplicação de receitas baseadas em ingredientes típicos locais;
- Presença de instituições de qualificação que oferecem cursos livres regulares, cursos técnicos, de graduação ou de especialização nas áreas relacionadas ao turismo no município.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador, constam os seguintes:

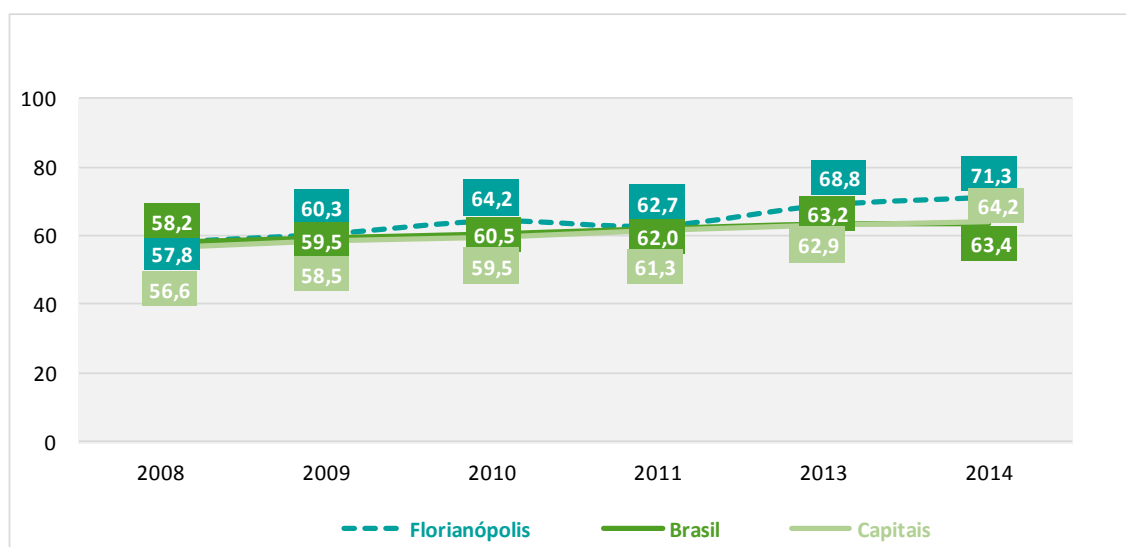
- Cobertura da sinalização turística viária, presente em apenas parte do destino;
- Inexistência de sinalização turística descritiva em outros idiomas;
- Inexistência de sinalização com mapa turístico informativo nas áreas turísticas;
- Carência de transporte público adequado para o principal centro de convenções;
- Ausência de políticas locais de incentivo ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em meios de hospedagem;
- Não cumprimento dos quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida pela maioria dos meios de hospedagem;
- Inexistência de capacitação sobre higiene na manipulação de alimentos para proprietários e empregados de novos estabelecimentos de alimentação, por parte do governo municipal;

- Ausência de fiscalização regular da Vigilância Sanitária nos estabelecimentos de alimentação do destino.

2.5. Atrativos turísticos

Na dimensão *Atrativos turísticos*, o *Estudo de Competitividade* analisou as seguintes variáveis: (i) atrativos naturais; (ii) atrativos culturais; (iii) eventos programados; e (iv) realizações técnicas, científicas ou artísticas.

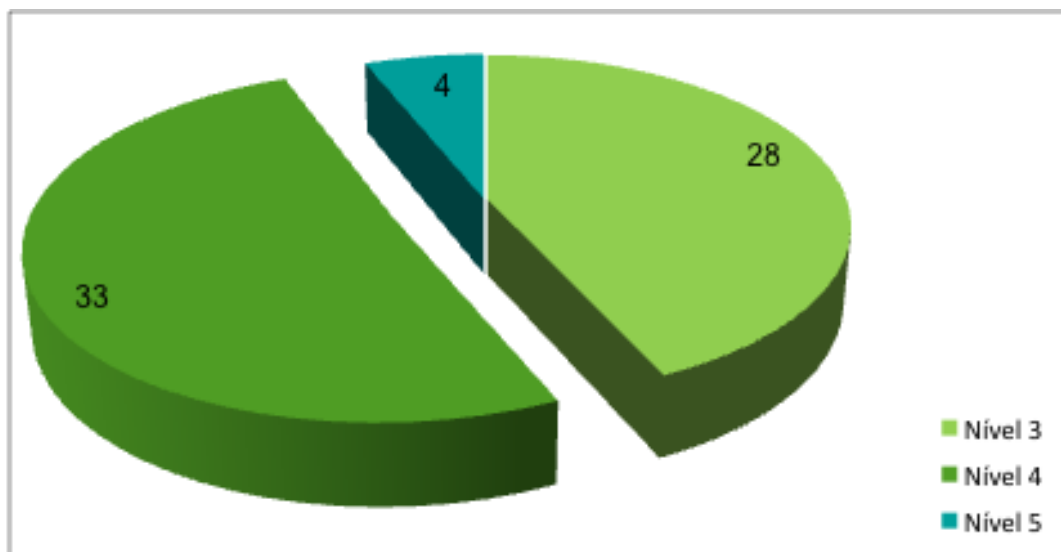
Gráfico 10. Índices Atrativos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Atrativos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 10. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 11 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Atrativos turísticos*. Observa-se que 33 destinos se encontram no mesmo nível que Florianópolis, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 11. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Atrativos turísticos



O indicador foi influenciado de forma positiva por fatores, entre os quais:

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico, dentre os principais a Praia de Jurerê Internacional, Lagoa da Conceição e Praia da Joaquina;
- Evidência de conservação ambiental no entorno do principal atrativo natural indicado – Praia de Jurerê Internacional –, conforme observado em visita técnica e manutenção da estrutura física disponível, que dispõe de – restaurante e lanchonetes, banheiros, sinalização indicativa, estacionamento, etc
- Adoção de quesitos de acessibilidade no principal atrativo natural – em especial para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- Existência de sinalização de trânsito, de sinalização turística e pavimentação adequada da via de acesso ao principal atrativo natural indicado;
- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, dos quais foram indicados como principais: Centro Histórico de Florianópolis, Mercado Municipal, Fortaleza de São José da Ponta Grossa;
- Evidência de conservação urbanística e ambiental no entorno do Centro Histórico e estrutura disponível no local que conta com – centro de

atendimento ao turista, restaurantes e lanchonetes, sinalização interpretativa, lojas de souvenir, etc;

- Adoção de quesitos de acessibilidade no principal atrativo cultural;
- Existência de sinalização de trânsito viária e pavimentação adequada das vias de acesso ao Centro Histórico de Florianópolis;
- Existência de eventos programados que atraem turistas, dentre os principais: Réveillon, Carnaval e Ironman;
- Acesso facilitado ao local onde ocorre o Réveillon, principal evento indicado, devido à existência de sinalização de trânsito, de sinalização turística e pavimentação adequada das vias;
- Existência de atrativos de realizações técnicas e científicas² que atraem visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos, com destaque para o segmento de tecnologia da informação no Sapiens Park, principal atrativo indicado nesta categoria;
- Diversidade de equipamentos e opções de lazer no destino, tais como: planetário e parque aquático.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

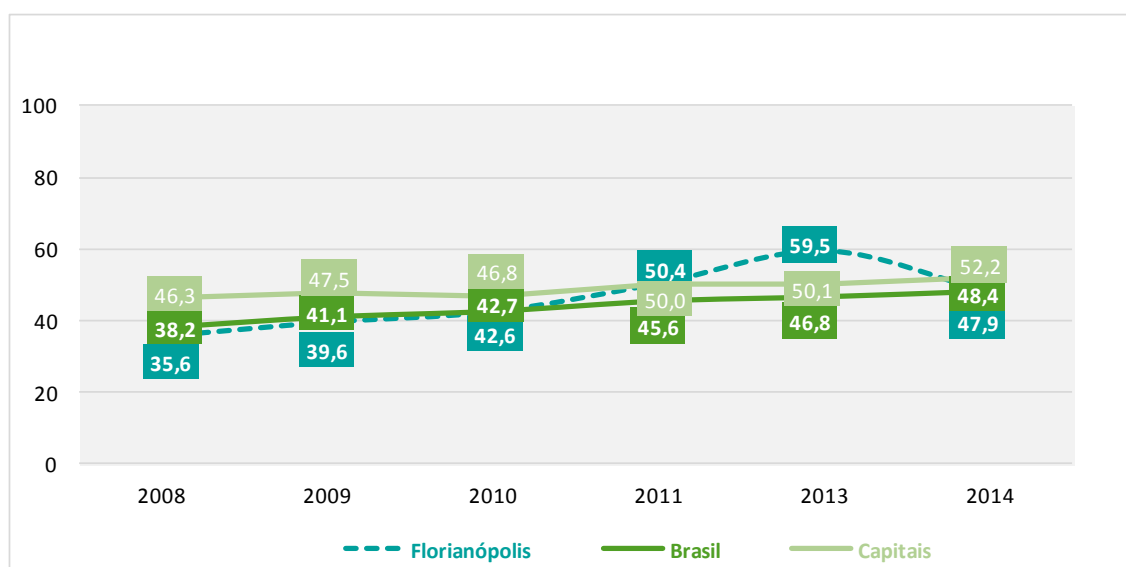
- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural - Praia de Jurerê Internacional - para o controle de visitantes no local com intuito de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos naturais;
- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou de controle do número de visitantes para o principal atrativo cultural indicado – Centro Histórico;
- Carência de recursos que confirmam acessibilidade plena para pessoas com deficiência no local em que acontece o principal evento programado – Réveillon;
- Não adoção de quesitos de acessibilidade plena para pessoas com deficiência no Sapiens Park, local do principal atrativo técnico-científico indicado.

² Realizações técnicas, científicas e artísticas são obras, instalações, atividades acadêmicas e de pesquisas que, em qualquer época do ano, independentemente de eventos, são **capazes de motivar o interesse de turistas e especialistas e, com isso, provocar a utilização de serviços e equipamentos turísticos**. Exemplos: sítios arqueológicos, locais de observação de pássaros, exposições, ateliers, escolas de dança, de música ou de artes cênicas, centros de treinamento e de excelência, campos de golfe, parques temáticos e parques aquáticos.

2.6. Marketing e promoção do destino

Na dimensão *Marketing e promoção do destino* foram consideradas as seguintes variáveis: (i) plano de marketing; (ii) participação em feiras e eventos; (iii) promoção do destino; e (iv) estratégias de promoção digital.

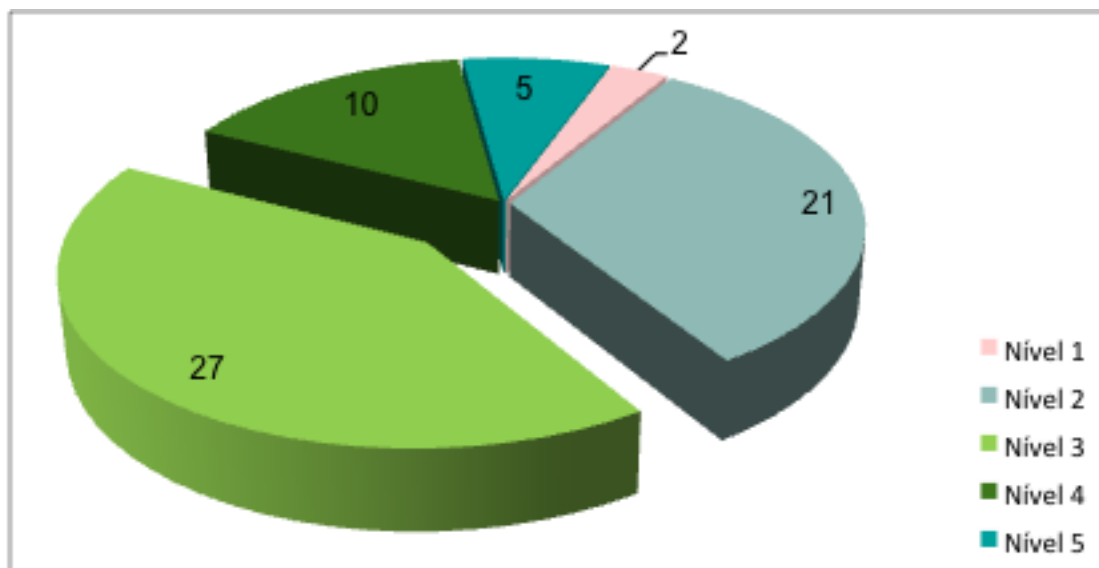
Gráfico 12. Índices Marketing e promoção do destino – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Marketing e promoção do destino*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, mas mantendo-se no nível 3, como é possível observar no Gráfico 12. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional na dimensão, e abaixo da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 13 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Marketing e promoção do destino*. Observa-se que 27 destinos se encontram no mesmo nível que Florianópolis, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 13. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Marketing e promoção do destino



O indicador na dimensão *Marketing e promoção do destino* foi influenciado de forma positiva por fatores, entre os quais:

- Participação contínua em feiras e eventos do setor de turismo;
- Participação do destino em rodadas de negócios e reuniões agendadas em eventos e feiras de turismo no ano anterior;
- Existência de material promocional institucional (folhetos sobre as atrações turísticas, mapas, sacolas) disponível inclusive em outros idiomas, distribuído nos centros de atendimento ao turista, nos hotéis e em eventos promocionais;
- Existência de material promocional que apresenta informações sobre a oferta de espaços estruturados para eventos no destino;
- Realização de acompanhamento de notícias ou matérias específicas, específico de turismo, veiculadas na mídia sobre o destino (clipagem);
- Realização de ações de promoção do destino, no ano anterior, dentre as quais: publicidade, realização de eventos promocionais, *famtour* e *press trips*;
- Existência de página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.pmf.sc.gov.br, na qual há link para a página promocional do destino;
- Existência de página promocional de turismo do destino, acessível pelo endereço www.vivendofloripa.com.br, disponível também em outros idiomas;

- Presença oficial do destino em redes sociais, tais como - Facebook, com o intuito de divulgar suas atrações e eventos.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

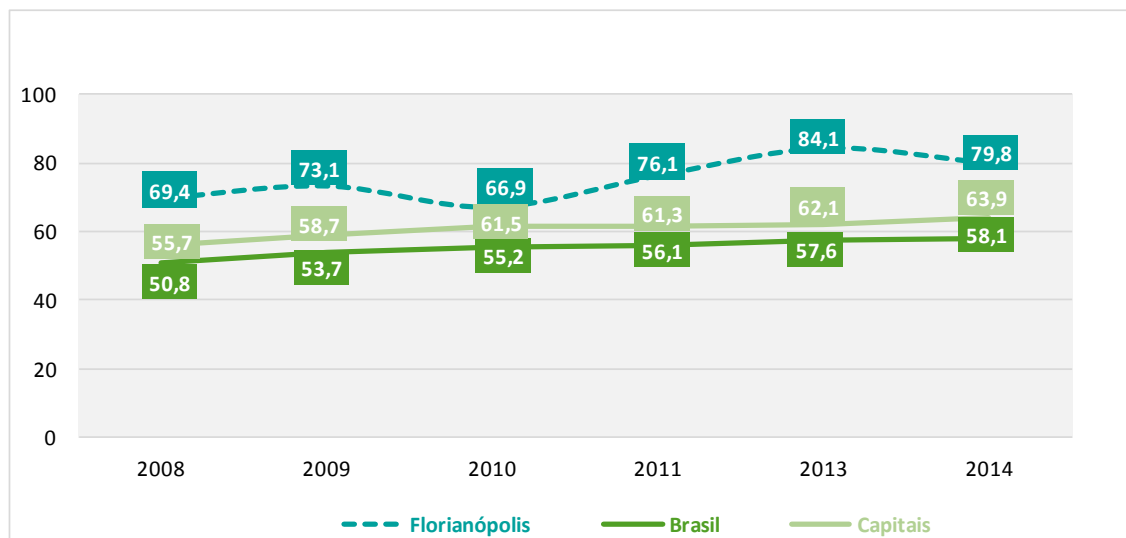
- Inexistência de plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, possuir indicadores de desempenho definidos e contemplar a relação com agências e operadoras de turismo;
- Ausência de marca turística promocional do destino – em fase de desenvolvimento pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC);
- Carência de avaliação efetiva dos resultados dos eventos de turismo dos quais Florianópolis participa, o que poderia ser feito por meio de pesquisa nos próprios eventos, contagem de visitantes recebidos nos estandes, bem como de negócios estabelecidos;
- O fato de o destino não ter produzido eventos fora de seu território para divulgar seus atrativos e equipamentos, no ano anterior;
- Indisponibilidade de agenda atualizada de eventos para consulta por parte do turista e da população local;
- Ausência de informações atualizadas na principal página promocional de turismo da cidade – www.vivendofloripa.com.br;
- Inexistência de aplicativo oficial do destino para smartphones (em desenvolvimento).

2.7. Políticas públicas

Para avaliar a dimensão *Políticas públicas* foram considerados os seguintes aspectos:

(i) estrutura municipal para apoio ao turismo; (ii) grau de cooperação com o governo estadual; (iii) grau de cooperação com o governo federal; (iv) planejamento para a cidade e para a atividade turística; e (v) grau de cooperação público-privada.

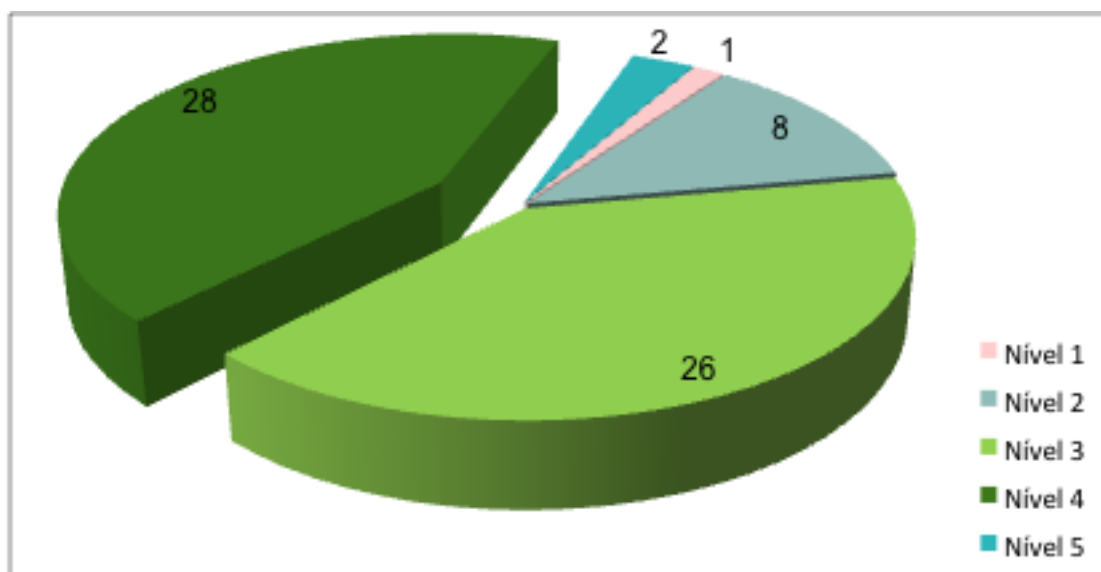
Gráfico 14. Índices Políticas públicas – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Políticas públicas*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, caindo para o nível 4, como é possível observar no Gráfico 14. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 15 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Políticas públicas*. Observa-se que 28 destinos se encontram no mesmo nível que Florianópolis, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 15. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Políticas públicas



Contribuíram de maneira positiva para a composição do indicador de competitividade nesta dimensão fatores como:

- Existência de uma secretaria municipal com a atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo, e que dispõe de recurso próprio extraorçamentário para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor;
- Desenvolvimento de projetos pelo órgão gestor de turismo, em conjunto com outras secretarias no ano anterior, contemplando atividades relacionadas ao turismo – Turismo na Escola em parceria com a Secretaria de Educação;
- Existência de instância de governança local ativa – em formato de Conselho Municipal de Turismo - dedicada ao acompanhamento da atividade turística e que realiza reuniões com periodicidade;
- Recebimento de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam ao desenvolvimento do turismo, em áreas como: infraestrutura geral, acesso e marketing e promoção do destino;
- Recebimento de investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo no destino, no ano anterior;
- Existência de convênios firmados com o Governo Federal, no ano anterior, e inclusive diretamente com o Ministério do Turismo;

- Existência de Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo;
- Existência de planejamento formal específico para o setor de turismo, elaborado recentemente por consultoria especializada;
- Execução de ações e projetos em parceria com a iniciativa privada e com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior, como: participação em feiras e eventos de turismo, preservação urbana, realização de pesquisas de demanda, entre outros.

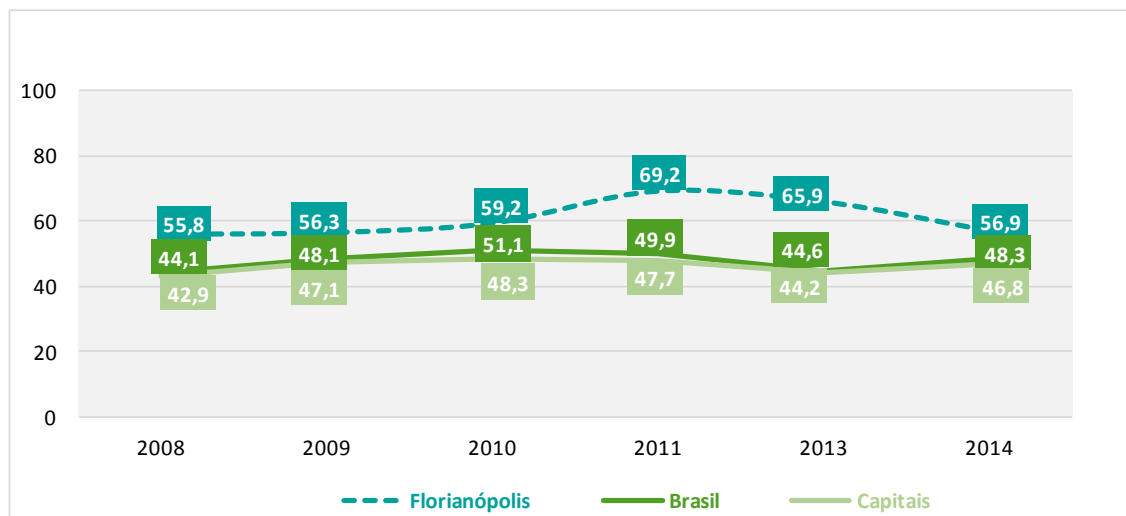
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Não recebimento de recursos de emendas parlamentares para o turismo no ano anterior;
- Não recebimento de investimentos diretos do governo estadual em projetos para alguns setores, como: saúde (suporte de atendimento ao turista), meio ambiente e cultura;
- Algumas áreas não contempladas por investimentos do governo federal, como: infraestrutura turística, aspectos ambientais e culturais sob a ótica do incremento à competitividade no turismo.

2.8. Cooperação regional

O *Estudo de Competitividade* considerou as seguintes variáveis referentes à *Cooperação regional*: (i) governança; (ii) projetos de cooperação regional; (iii) planejamento turístico regional; (iv) roteirização; e (v) promoção e apoio à comercialização de forma integrada.

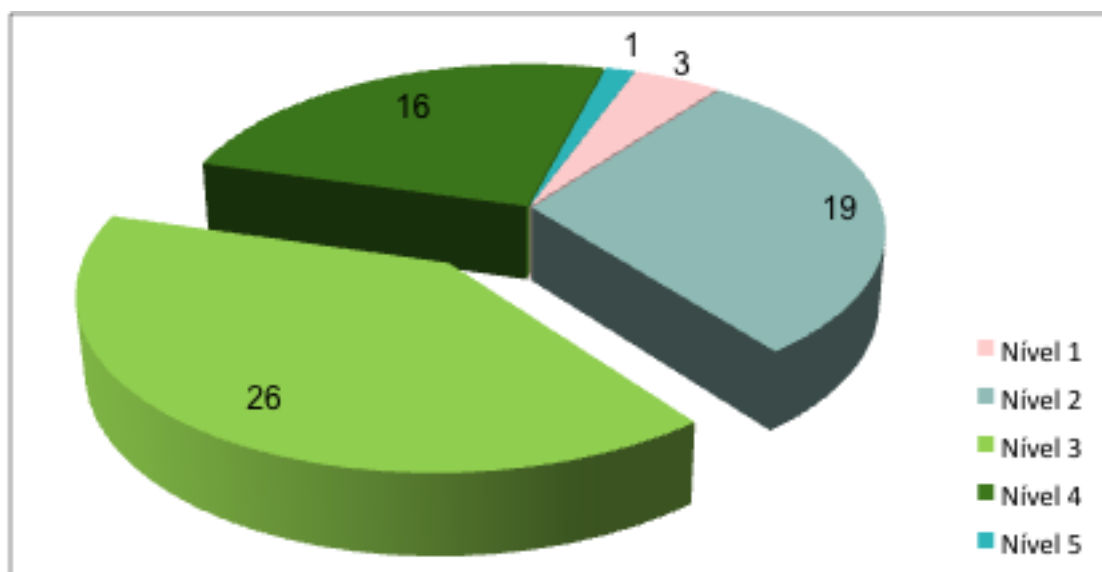
Gráfico 16. Índices Cooperação regional – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Cooperação regional*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do ano anterior, caindo para o nível 3, como é possível observar no Gráfico 16. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 17 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Cooperação regional*. Observa-se que 26 destinos se encontram no mesmo nível que Florianópolis, nível em que se encontra a maioria dos destino indutores.

Gráfico 17. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Cooperação regional



Na dimensão *Cooperação regional*, alguns dos fatores que exerceram impacto positivo sobre o índice foram:

- Existência de uma instância de governança regional, que reúne mais de um destino, responsável por gerir algumas ações referentes à região turística Grande Florianópolis –, seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo;
- Disponibilidade de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação das atividades da instância de governança regional;
- O fato de a instância de governança regional manter reuniões mensais e dispor de suporte – oferecido pelo governo municipal – para a condução de suas atividades;
- Existência de plano de desenvolvimento turístico para a região – Plano de Desenvolvimento Integrado do Lazer (PDIL);
- Participação do destino em eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte, no ano anterior - BNT Mercosul, Aviesp, Festival de Turismo de Gramado, FIT Argentina, entre outros;
- O destino coproduz material promocional da região turística da qual faz parte.

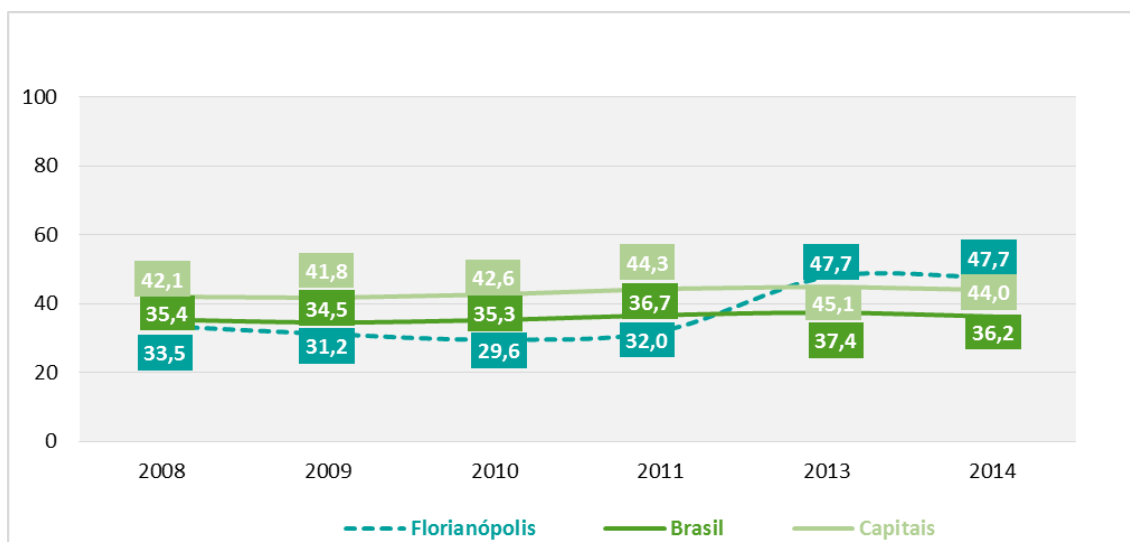
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador nesta dimensão, estão:

- O fato de a instância de governança regional da região Grande Florianópolis não estar formalmente constituída, não contar com a participação ativa de variados atores do segmento turístico e não dispor de um gestor executivo com dedicação exclusiva à coordenação;
- Não realização de parcerias entre a instância de governança regional e os setores públicos e privados dos municípios que representa;
- Indisponibilidade de recurso próprio para a condução das atividades da instância;
- Não realização de ações para mobilizar atores do setor de turismo do destino para a importância da cooperação regional, no ano anterior;
- Ausência de projetos de cooperação regional compartilhados com outros destinos da região Grande Florianópolis;
- O fato de não terem sido realizadas ações promocionais em parceria com outros destinos da mesma região, como publicidade, realização de eventos, realização de *famtour*, realização de *press trips*;
- Não realização de ações promocionais voltadas para as operadoras e os agentes de turismo receptivo focadas na região durante eventos específicos, no ano anterior;
- Inexistência de página institucional da região turística ou dos roteiros turísticos regionais na internet que o destino faz parte.

2.9. Monitoramento

Na dimensão *Monitoramento* foram considerados os seguintes quesitos: (i) pesquisa de demanda; (ii) pesquisa de oferta; (iii) sistema de estatísticas do turismo; (iv) medição dos impactos da atividade turística; e (v) setor específico de estudos e pesquisas.

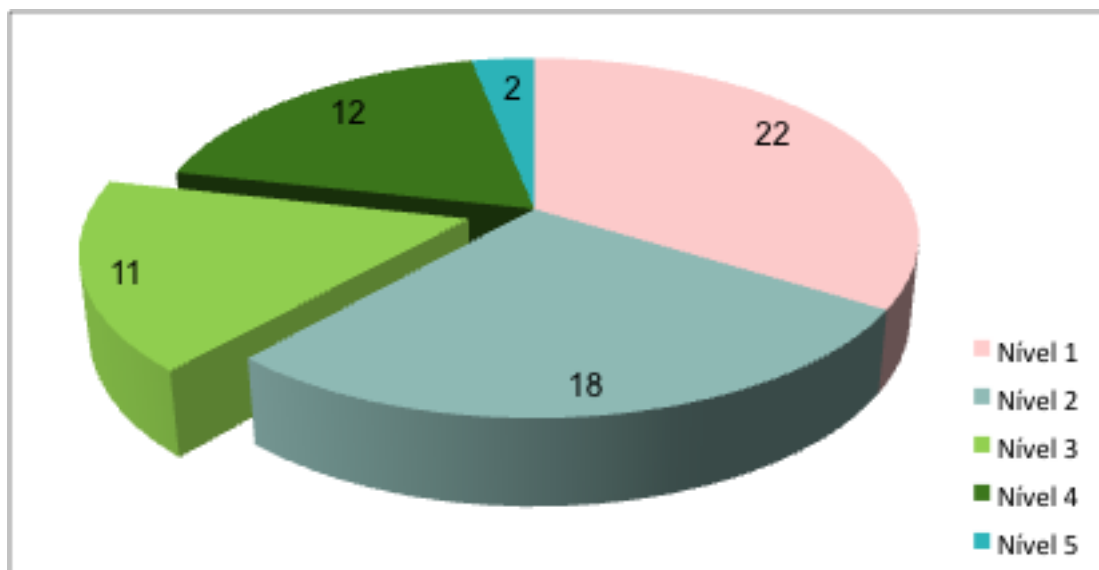
Gráfico 18. Índices Monitoramento – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Monitoramento*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 3, como é possível observar no Gráfico 18. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 19 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Monitoramento*. Observa-se que 11 destinos se encontram no mesmo nível que Florianópolis, enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 2.

Gráfico 19. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Monitoramento



Na dimensão *Monitoramento*, o indicador foi influenciado de forma positiva por:

- Existência de pesquisa de demanda periódica, que gera dados relevantes para o planejamento do turismo no destino;
- Realização de pesquisas de perfil de turistas em eventos específicos: FenaOstra, Carnaval e Parada da Diversidade;
- Realização do monitoramento ou controle de visitantes nos Centros de Atendimento ao Turista (CAT);
- Aproveitamento dos dados coletados na pesquisa de demanda para o planejamento e na formulação de políticas públicas e divulgação dos dados de forma sistemática para a imprensa local;
- Disponibilidade de um conjunto técnico de estatísticas turísticas reunidas e disponíveis para consulta;
- Acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em âmbito municipal e federal por meio de Plano Municipal de Turismo e do Estudo de Competitividade Turística (FGV/MTur/Sebrae), respectivamente;
- Existência de setor específico de estudos no âmbito da administração pública local, Gerência de Estudos e Pesquisas da Secretaria de Turismo de Florianópolis (criada em 2013).

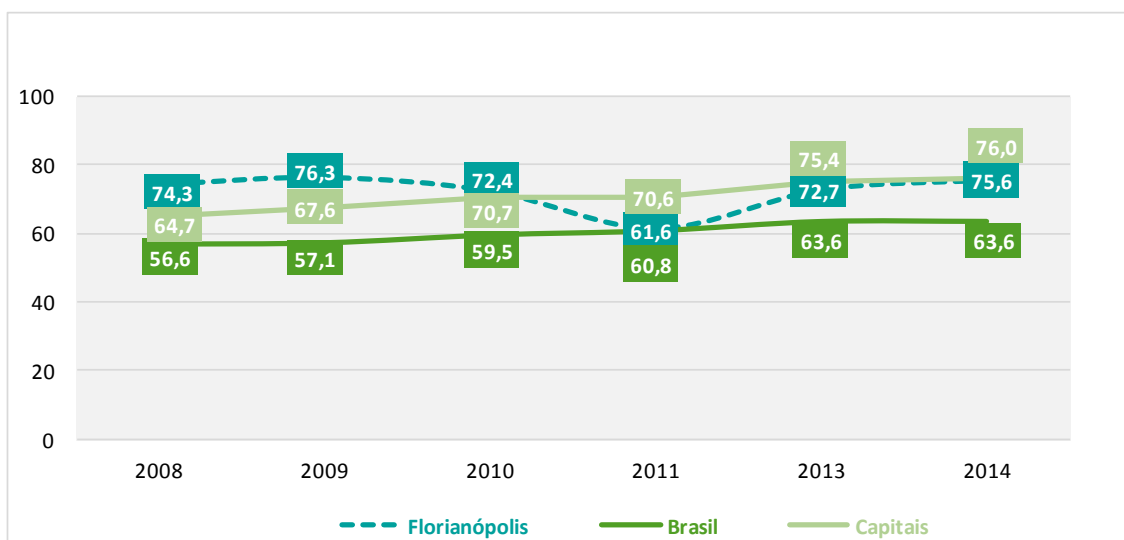
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Inexistência de pesquisa de oferta turística do destino atualizada;
- Ausência de um conjunto de estatísticas turísticas;
- Inexistência de sistema de estatísticas turísticas ou de relatórios setoriais de conjuntura turística;
- Ausência de acompanhamento dos objetivos da política em turismo em âmbito Estadual;
- Inexistência de estudos ou monitoramento sobre os impactos econômicos, sociais e ambientais gerados pelo turismo.

2.10. Economia local

Para avaliar a dimensão *Economia local* foram considerados os seguintes aspectos: (i) aspectos da economia local; (ii) infraestrutura de comunicação; (iii) infraestrutura e facilidades para negócios; e (iv) empreendimentos ou eventos alavancadores.

Gráfico 20. Índices Economia local – destino x Brasil: 2008-2014

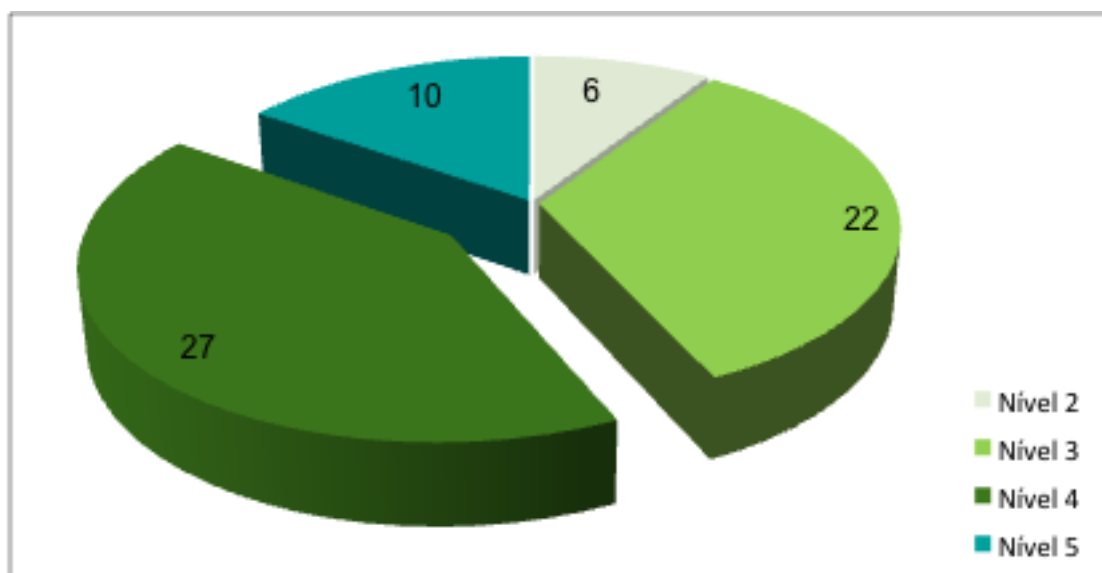


Na dimensão *Economia local*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 20. Este

índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, mas abaixo da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 21 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Economia local*. Observa-se que 27 destinos se encontram no mesmo nível que Florianópolis, nível em que se encontra a maioria dos destino indutores.

Gráfico 21. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Economia local



O indicador foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por fatores como:

- Cobertura de cinco operadoras de telefonia móvel no destino, sendo elas: Oi, Tim, Vivo, Claro e Nextel que já oferecem tecnologia 4G no destino;
- Acesso gratuito à internet em locais públicos, como em algumas praças públicas;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento para saques com cartões de crédito internacionais;
- Disponibilidade de benefícios locais de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo, como o ISS reduzido (alíquota reduzida em 2,5% para o setor de hotelaria e eventos);

- Existência de lei municipal de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços: a Lei Complementar 377/2.010;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* exclusivo da região;
- Realização de 12 eventos internacionais (padrão ICCA) no destino, no ano anterior;
- Presença de empresas que exportam de mercadoria de alto valor agregado - softwares.

Um fator limitante a evolução do indicador é:

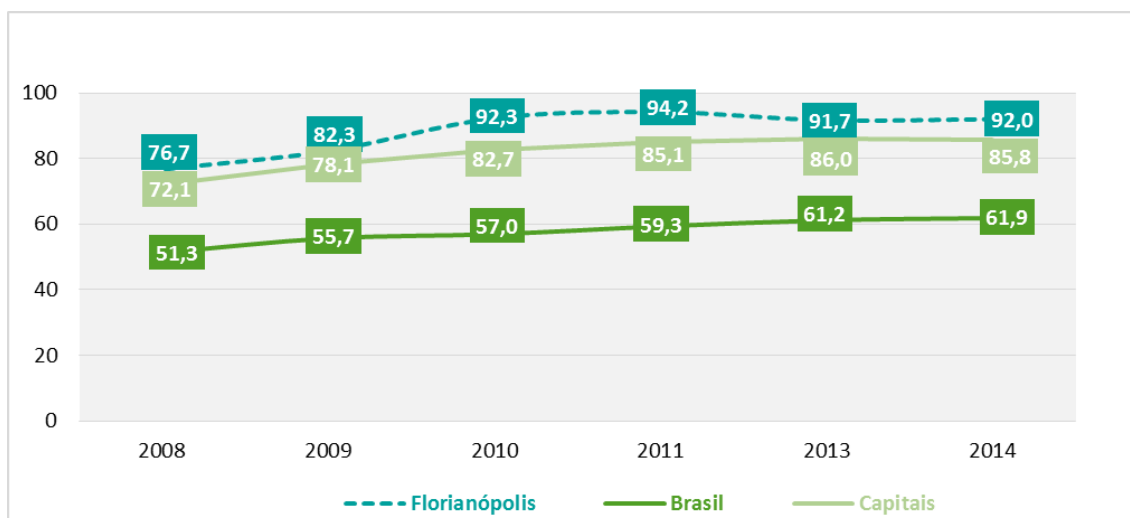
- Ausência de empresas multinacionais de produção de bens (indústrias) no destino.

Além destes fatores, nesta dimensão, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito.

2.11. Capacidade empresarial

O *Estudo de Competitividade* considerou os seguintes quesitos referentes à *Capacidade empresarial*: (i) capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local; (ii) presença de grupos nacionais e internacionais do setor de turismo; (iii) concorrência e barreiras de entrada; e (iv) geração de negócios e empreendedorismo.

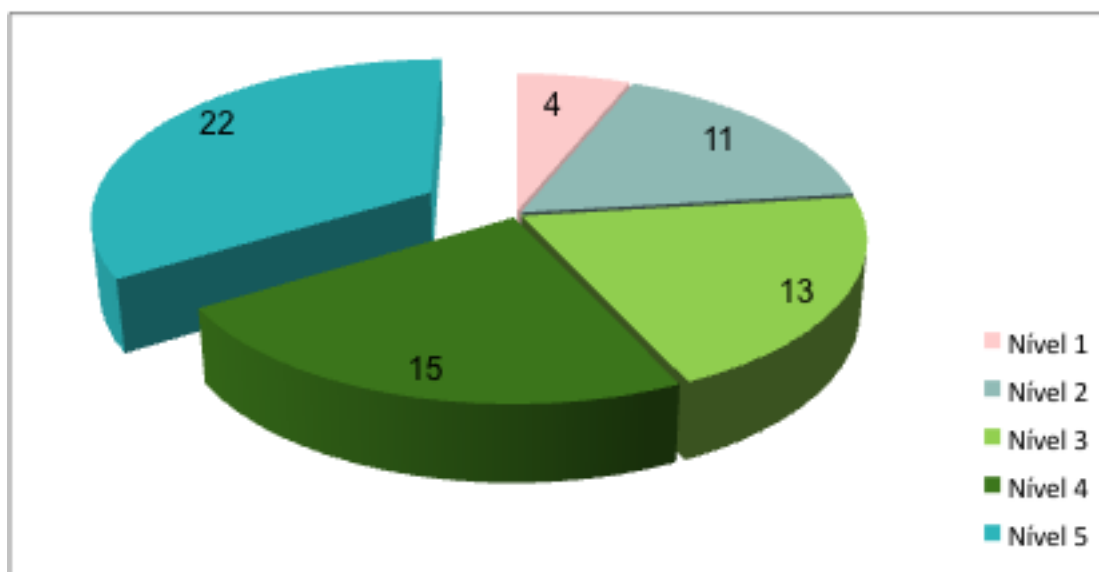
Gráfico 22. Índices Capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Capacidade empresarial*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 5, como é possível observar no Gráfico 22. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 23 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Capacidade empresarial*. Observa-se que 22 destinos se encontram no mesmo nível que Florianópolis, nível em que se encontra a maioria dos destino indutores.

Gráfico 23. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Capacidade empresarial



O indicador foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por fatores, entre os quais:

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica e formação superior;
- Presença de diversas escolas de formação em idiomas estrangeiros;
- Presença de grupos nacionais e internacionais de locação de automóveis;
- Presença de redes nacionais e internacionais de meios de hospedagem;
- Presença de redes nacionais e internacionais de alimentos e bebidas;
- O fato de ter sido oferecido no destino, no ano anterior, cursos do EMPRETEC, que ajuda a fomentar o empreendedorismo local.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

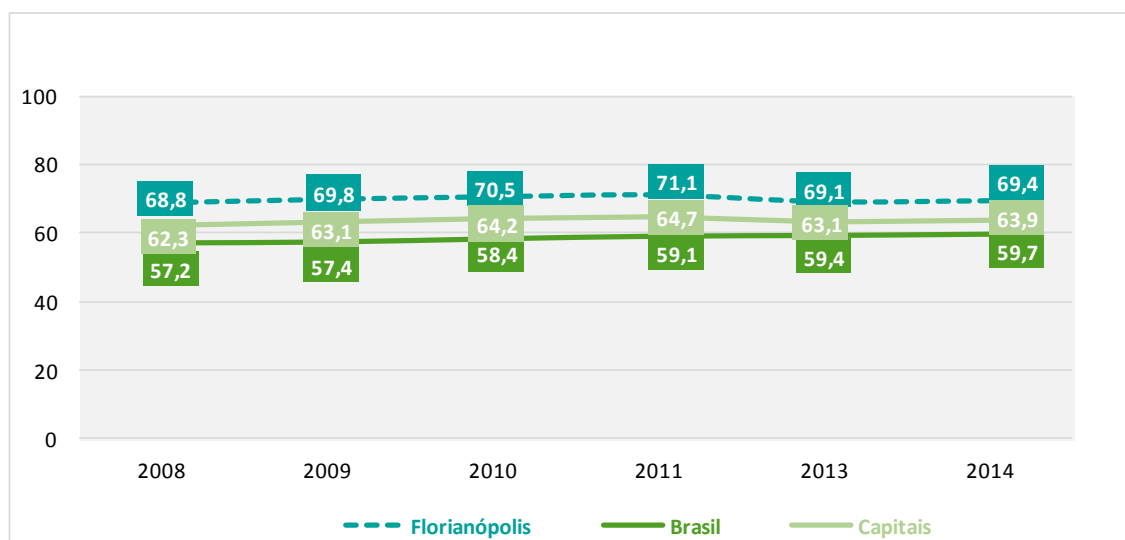
- Inexistência de arranjos produtivos locais (APL) ligados ao setor de turismo;
- Presença de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos, sinalizadas pelos entrevistados durante a pesquisa - entre elas a falta de regularização fundiárias, dificuldades para obtenção de licenciamento ambiental e o custo elevados dos imóveis e aluguéis.

Além disso, alguns dados secundários também ajudaram a compor a avaliação nesta variável, como o saldo de empresas formais (considerando abertura e fechamento) nos últimos dois anos; o salário médio, a massa salarial e sua taxa de crescimento; a taxa de criação de empregos no destino nos últimos dois anos, e o volume de exportação de bens e serviços.

2.12. Aspectos sociais

O *Estudo de Competitividade* considerou as seguintes variáveis referentes aos *Aspectos sociais*: (i) acesso à educação; (ii) empregos gerados pelo turismo; (iii) política de enfrentamento e prevenção à exploração de crianças e adolescentes; (iv) uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população; e (v) cidadania, sensibilização e participação na atividade turística.

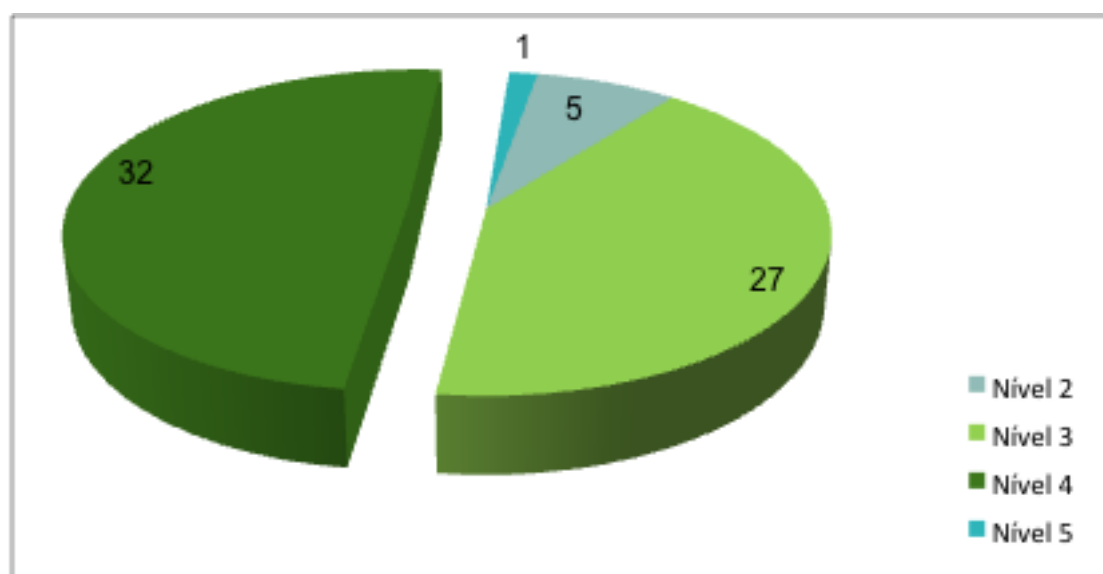
Gráfico 24. Índices Aspectos sociais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos sociais*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 4, como é possível observar no Gráfico 24. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 25 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos sociais*. Observa-se que 32 destinos se encontram no mesmo nível que Florianópolis, nível em que se encontra a maioria dos destino indutores.

Gráfico 25. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Aspectos sociais



O indicador foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por fatores, entre os quais:

- Existência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por órgãos municipais e por entidades ligadas ao turismo;
- A população costuma ser consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio de convocações para audiências públicas – Ex.: Projeto Orla, Plano Diretor, Plano de Ordenamento Náutico;
- Envolvimento da comunidade local com a atividade turística e participação evidente na discussão sobre projetos turísticos, em caráter consultivo, por meio de sindicatos, associações de classe, associações de moradores, ONGs, etc;
- Adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal.

Entre os fatores limitantes para a evolução do indicador, estão:

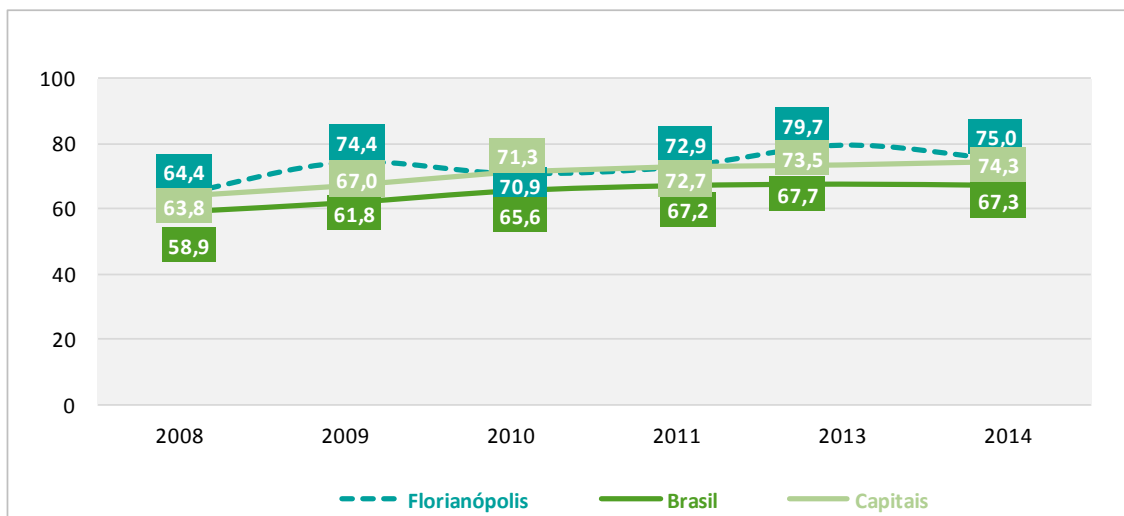
- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, segundo relatos obtidos em campo, em atividades relacionadas ao turismo, como hotelaria, bares e restaurantes, receptivo e eventos;
- Presença de deficiências dos profissionais de turismo de nível técnico-administrativo, conforme indicado pelos entrevistados durante a pesquisa, principalmente no que se refere à idiomas, capacitação técnica e atendimento ao cliente;
- Identificação de deficiências dos profissionais de nível operacional, como atendimento ao cliente, capacitação técnica e comprometimento com o trabalho, segundo depoimento dos entrevistados;
- Ausência de sensibilização dos cidadãos sobre os impactos da atividade turística para o destino, tanto positivos quanto negativos;
- Ausência de sensibilização do turista para o respeito à comunidade local, à cultura e ao patrimônio;
- Inexistência de políticas de combate à exploração sexual de crianças e adolescentes especialmente voltadas para a atividade turística;
- Ocorrência de relatos de exploração sexual de crianças e adolescentes relacionada ao turismo no destino.

Além disso, indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), foram alguns dos dados considerados na composição do índice da dimensão *Aspectos Sociais*.

2.13. Aspectos ambientais

Para avaliar a dimensão *Aspectos ambientais* foram considerados os seguintes aspectos: (i) estrutura e legislação municipal de meio ambiente; (ii) atividades em curso potencialmente poluidoras; (iii) rede pública de distribuição de água; (iv) rede pública de coleta e tratamento de esgoto; (v) coleta e destinação pública de resíduos; e (vi) unidades de conservação no território municipal.

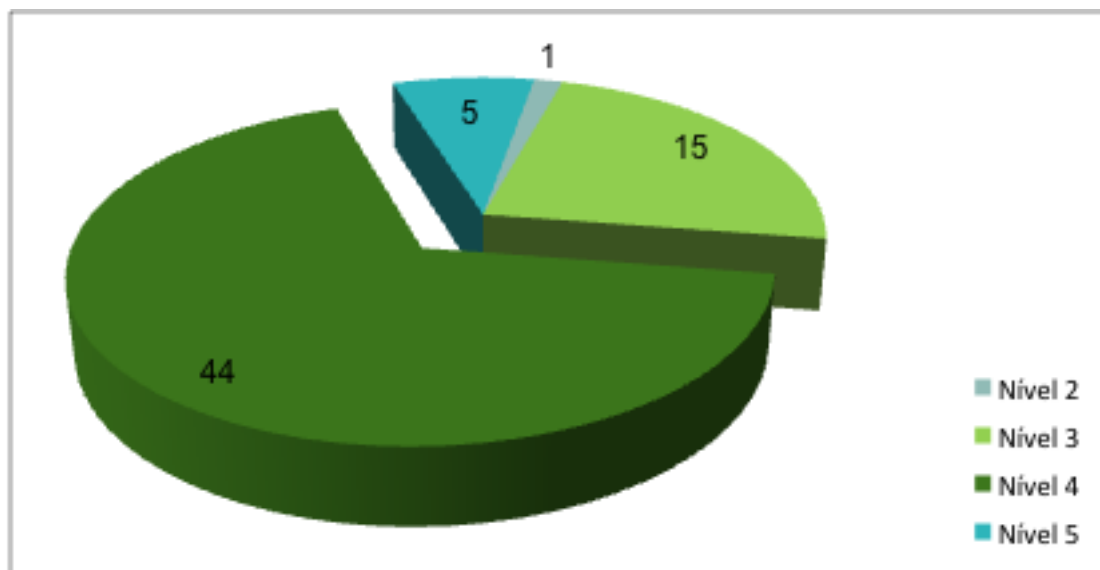
Gráfico 26. Índices Aspectos ambientais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos ambientais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 26. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 27 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos ambientais*. Observa-se que 44 destinos se encontram no mesmo nível que Florianópolis, nível em que se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 27. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Aspectos ambientais



O indicador foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por fatores, entre os quais:

- Presença de um órgão municipal com atribuição de coordenar ou incentivar ações referentes ao meio ambiente - Fundação Municipal do Meio Ambiente - Floram;
- Presença de um Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente ativo;
- Existência do Plano Municipal de Gerenciamento dos Resíduos Sólidos, em conformidade com a Política Nacional (2011);
- Presença de rede pública de distribuição de água, que atende a mais de 90% da população local;
- Existência de estação de tratamento de água (ETA) no destino;
- Monitoramento periódico da balneabilidade da água destino;
- Disponibilidade de sistema público de coleta de esgoto que atende ao destino com configuração de separador absoluto;
- Existência de estação de tratamento de esgoto (ETE) que trata todo o esgoto coletado do destino;
- Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário;

- Existência de serviços de coleta seletiva de resíduos, realizada pelo poder público;
- Correta destinação (coleta, transporte, classificação e tratamento) dos Resíduos dos Serviços de Saúde (RSS) no destino;
- Presença de Unidades de Conservação no território municipal – Parque Municipal da Lagoa do Peri.

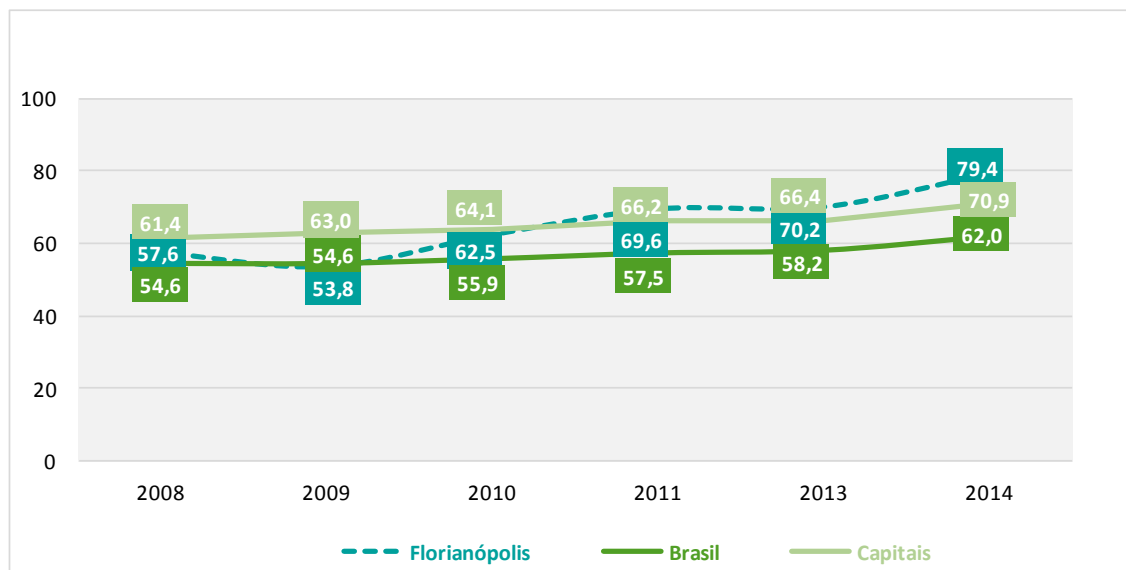
Entre os fatores limitantes para a evolução do indicador, figuram:

- Inexistência de um Código Ambiental Municipal;
- Inexistência de política municipal efetiva de meio ambiente no destino, a qual poderia disciplinar sobre ações do poder público no que tange ao meio ambiente, saneamento e desenvolvimento urbano;
- Inexistência de Plano Municipal de Meio Ambiente para o destino;
- Inexistência de estação pública de tratamento de água para a sua reutilização;
- Cobertura do sistema público de coleta de esgoto que atende ao destino;
- Ausência de um conselho gestor ativo e de plano de manejo em vigor para a principal Unidade de Conservação indicada – Parque Municipal da Lagoa do Peri.

2.14. Aspectos culturais

Nesta dimensão foram considerados os seguintes quesitos: (i) produção cultural associada ao turismo; (ii) patrimônio histórico e cultural; e (iii) estrutura municipal para apoio à cultura.

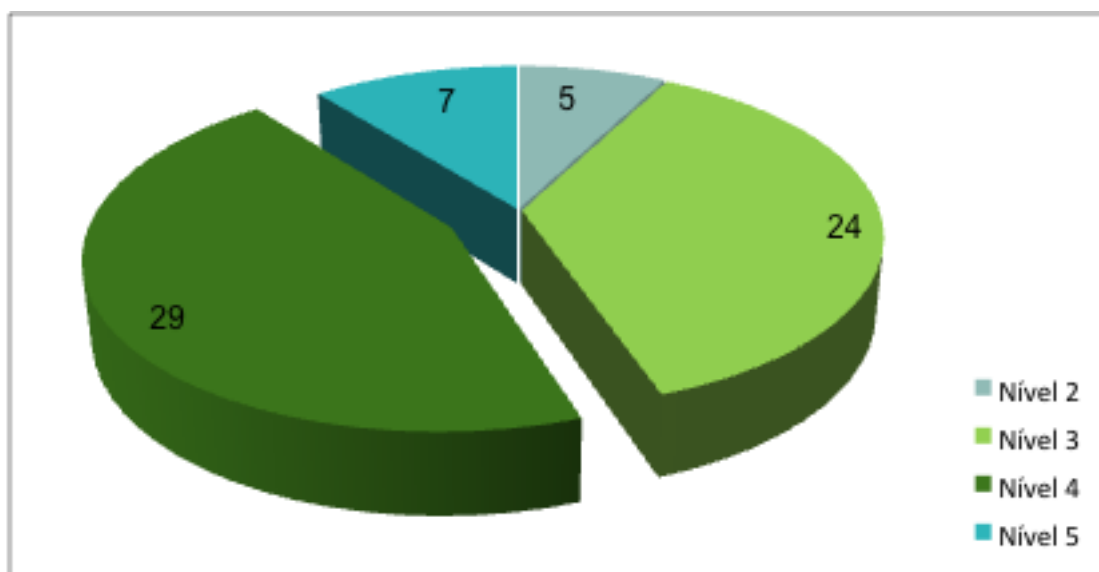
Gráfico 28. Índices Aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos culturais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, e mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 28. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 29 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos culturais*. Observa-se que 29 destinos se encontram no mesmo nível que Florianópolis, nível em que se encontra a maioria dos destino indutores.

Gráfico 29. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Aspectos culturais



O indicador foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por fatores, entre os quais:

- Presença de atividade artesanal típica – renda de bilro e cerâmica – comercializado em lojas, mercados e feiras de fácil acesso para o turista;
- Presença de uma associação de artesãos;
- Existência de culinária típica: tainha, ostra e berbigão, dentre as quais são reconhecidos e divulgados em eventos e guias de viagens;
- Presença de tradições culturais evidentes e típicas do território, entre elas, o hábito de jogar dominó nas praças da cidade e ainda as lendas de Franklin Cascaes;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional, como o Arreda Boi, Alivanta Boi, Boi de Mamão do Pantanal, entre outros; que se apresentam com frequência no destino;
- Existência de patrimônios imateriais registrados pelo município e pelo Estado, que se constituem em atrativos turísticos – Procissão de Nosso Senhor dos Passos e o Carnaval;
- Existência de patrimônios artísticos e históricos registrados pelo município, pelo estado e tombados pelo Iphan, os quais também se constituem em atrativos turísticos, tais como: Fortaleza de Nossa Senhora da Conceição de

Araçatuba, Forte de Santa Bárbara, Alfândega, Ponte Hercílio Luz, Fortaleza de São José da Ponta Grossa, entre outros;

- Existência de sítio arqueológico registrado pelo Iphan – Dunas da Lagoa da Conceição, Rendeiras, Ponta do Caçador, Ratones, entre outros;
- Presença de órgão da administração local responsável por incentivar o desenvolvimento da cultura – Secretaria de Cultura e Fundação Franklin Cascaes;
- Existência de um Plano Municipal de Cultura, lançado em 2014;
- Manutenção do calendário de festas tradicionais populares, por meio de ações e projetos de apoio a realização de eventos tradicionais como: Ciclo do Divino, Fenaostra, Procissão dos Passos, Paixão de Cristo, etc;
- Existência de legislação municipal de fomento à cultura, bem como de fundo municipal de cultura efetivo e exclusivo;
- Existência de projeto para implementação de turismo cultural – roteiro turístico Boi de Mamão, executado pelo pela iniciativa privada em parceria com Secretaria de Turismo do município.

Como fator limitante à expansão do indicador, está:

- Inexistência de uma Política Municipal de Cultura, entre outros benefícios, poderia ajudar a manter um calendário de manifestações culturais.

3. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE

A Tabela 1 apresentada a seguir, consolida os resultados gerais do destino nas dimensões avaliadas. O índice geral é o resultado da soma ponderada das 13 dimensões, analisadas segundo a sua importância para a competitividade do turismo. É possível verificar ainda os índices do Brasil e do grupo das capitais, registrados nas últimas três edições do Índice de Competitividade.

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Florianópolis, é possível concluir que, em 2014, houve estabilidade do indicador de competitividade do destino (Índice geral) em comparação com o ano anterior da pesquisa.

Tabela 1. Índices de competitividade do destino e médias Brasil e Capitais³:

Dimensões	Brasil				Capitais				Florianópolis			
	2010	2011	2013	2014	2010	2011	2013	2014	2010	2011	2013	2014
Índice geral	56,0	57,5	58,8	59,5	64,1	65,5	66,9	68,2	68,2	70,0	75,2	74,2
Infraestrutura geral	65,8	68,4	68,6	68,2	74,3	75,8	75,4	76,3	85,6	85,3	85,0	85,7
Acesso	60,5	61,8	62,6	62,2	72,0	74,0	74,9	76,0	73,5	74,1	82,9	82,0
Serviços e equipamentos turísticos	50,8	52,0	56,8	58,7	63,3	64,1	69,1	71,6	75,9	73,9	81,1	81,2
Atrativos turísticos	60,5	62,0	63,2	63,4	59,5	61,3	62,9	64,2	64,2	62,7	68,8	71,3
Marketing e promoção do destino	42,7	45,6	46,8	48,4	46,8	50,0	50,1	52,2	42,6	50,4	59,5	47,9
Políticas públicas	55,2	56,1	57,6	58,1	61,5	61,3	62,1	63,9	66,9	76,1	84,1	79,8
Cooperação regional	51,1	49,9	44,6	48,3	48,3	47,7	44,2	46,8	59,2	69,2	65,9	56,9
Monitoramento	35,3	36,7	37,4	36,2	42,6	44,3	45,1	44,0	29,6	32,0	47,7	47,7
Economia local	59,5	60,8	63,6	63,6	70,7	70,6	75,4	76,0	72,4	61,6	72,7	75,6
Capacidade empresarial	57,0	59,3	61,2	61,9	82,7	85,1	86,0	85,8	92,3	94,2	91,7	92,0
Aspectos sociais	58,4	59,1	59,4	59,7	64,2	64,7	63,1	63,9	70,5	71,1	69,1	69,4
Aspectos ambientais	65,6	67,2	67,7	67,3	71,3	72,7	73,5	74,3	70,9	72,9	79,7	75,0
Aspectos culturais	55,9	57,5	58,2	62,0	64,1	66,2	66,4	70,9	62,5	69,6	70,2	79,4

Fonte: FGV, SEBRAE, MTur, 2014

³ O resultado Brasil considera a amostra das 65 cidades analisadas. Os resultados das “Capitais” refletem a média dos índices do grupo de cidades de mesma característica geopolítica.