

**UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – COMUNICAÇÃO,**  
**TURISMO E LAZER**

**ATUALIZAÇÃO DO PLANO DE MARKETING TURÍSTICO INTEGRADO –**  
**PEMTI / COSTA VERDE & MAR**

**Janeiro 2013**

**UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – COMUNICAÇÃO,**  
**TURISMO E LAZER**

**ATUALIZAÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO**  
**INTEGRADO – PEMTI / COSTA VERDE & MAR**

Plano de Marketing Estratégico de  
Marketing Turístico Integrado –  
PEMTI apresentado ao Colegiado  
de Turismo da Costa Verde & Mar.

**Balneário Camboriú**

**2013**

## **EQUIPE TÉCNICA**

### **Coordenação**

Sílvia Regina Cabral, Msc.

### **Professores**

Carlos Alberto Tomelin, Dr.

Doris Van de MeeneRuschmann, Dra.

Gustavo Vieira Setlik, Esp.

Marcos Arnhold Junior, Msc.

Marli Cardoso Blehm, Msc.

Maurício Cesar Silva, Msc.

Mirian Teresinha Pinheiro, Msc.

### **Auxiliares de Pesquisa**

Manuela Cendron

Nahur Riad Hijaz Fialho

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01:Mapa Costa Verde & Mar .....	09
Figura 02: Oficina Regional de Atualização de Estratégias do PEMTI .....	69

## LISTA DE TABELAS

Tabela 01:Matriz SWOT Balneário Camboriú .....	12
Tabela 02: Matriz SWOT Bombinhas.....	15
Tabela 03:Matriz SWOT Camboriú .....	17
Tabela 04:Matriz SWOT Ilhota.....	20
Tabela 05: Matriz SWOT Itajaí.....	22
Tabela 06:Matriz SWOT Itapema.....	25
Tabela 07:Matriz SWOT Luiz Alves .....	27
Tabela 08: Matriz SWOT Navegantes .....	29
Tabela 09:Matriz SWOT Penha .....	33
Tabela 10:Matriz SWOT Piçarras .....	35
Tabela 11: Matriz SWOT Porto Belo.....	37

## SUMÁRIO

<b>APRESENTAÇÃO</b> .....	<b>07</b>
<b>1OBJETO EM ESTUDO</b> .....	<b>09</b>
<b>2REVISÃO DO DIAGNÓSTICO E PROGNÓSTICO</b> .....	<b>10</b>
<b>2.1 Reconhecimento e Análise Inicial do diagnóstico e prognóstico</b> .....	<b>10</b>
<b>2.2 Matrizes de Análise SWOT dos Municípios</b> .....	<b>11</b>
2.2.1 Balneário Camboriú .....	12
2.2.2 Bombinhas .....	15
2.2.3 Camboriú .....	17
2.2.4 Ilhota .....	20
2.2.5 Itajaí .....	22
2.2.6 Itapema .....	25
2.2.7 Luiz Alves .....	27
2.2.8 Navegantes.....	29
2.2.9 Penha .....	33
2.2.10 Piçarras.....	35
2.2.11 Porto Belo .....	37
<b>2.3 Diagnóstico da Região</b> .....	<b>39</b>
2.3.1 Socioeconômico e Infraestrutura .....	39
2.3.2 Economia .....	40
2.3.3 Educação .....	40
2.3.4 Infraestrutura de acesso .....	41
2.3.5 Infraestrutura urbana .....	43
2.3.6 Limpeza Pública.....	44
2.3.7 Energia Elétrica.....	44
2.3.8 Saúde .....	45
2.3.9 Correios e Comunicações.....	45
2.3.10 Segurança.....	46
2.3.11 Corpo de Bombeiros .....	47
2.3.12 Estabelecimentos de Crédito .....	47
2.3.13 Aspectos Geográficos / Geologia.....	48
2.3.14 Geomorfologia .....	48

2.3.15 Solos .....	48
2.3.16Clima.....	49
2.3.17Vegetação.....	49
2.3.18Fauna.....	50
2.3.19Hidrografia .....	51
2.3.20Legislação Ambiental.....	52
2.3.21 Monumentos Históricos .....	53
2.3.22 Folclore / Tradição / Hábitos de Vida.....	53
2.3.23Manifestações Artísticas .....	54
2.3.24 Eventos e Festas .....	55
2.3.25Infraestrutura Turística / Meios de Hospedagem .....	56
2.3.26 Alimentos e Bebidas .....	57
2.3.27Entretenimento.....	57
2.3.28 Informações Turísticas.....	58
2.3.29Outros Itens .....	59
<b>2.4 Prognóstico .....</b>	<b>61</b>
<b>3 ATUALIZAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING .....</b>	<b>67</b>
<b>3.1 Produto .....</b>	<b>69</b>
<b>3.2 Preço.....</b>	<b>74</b>
<b>3.3 Praça .....</b>	<b>75</b>
<b>3.4 Promoção .....</b>	<b>76</b>
<b>4 RESULTADOS ESPERADOS.....</b>	<b>78</b>
<b>4.1 Quantitativos .....</b>	<b>78</b>
<b>4.2 Qualitativos .....</b>	<b>78</b>
<b>5 PLANO DE CONTROLE .....</b>	<b>80</b>
<b>6CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>81</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>82</b>

## APRESENTAÇÃO

O presente trabalho resultou de um estudo de revisão e atualização de um plano de marketing visando fornecer informações e conhecimentos para subsidiar o desenvolvimento da atividade turística na região turística da Costa Verde & Mar, composta pelas seguintes destinações: Balneário Camboriú, Balneário Piçarras; Bombinhas; Camboriú; Ilhota; Itajaí; Itapema; Luis Alves; Navegantes; Penha e Porto Belo.

Para este estudo foi fundamental o acesso as fontes para a realização de pesquisas que nortearam as ações de atualização do plano de marketing, visando a continuidade do desenvolvimento da atividade turística, a implementação de novos empreendimentos, o incremento da demanda, além do controle e da aplicação de medidas inovadoras capazes de inserirem novos paradigmas de gestão para o turismo, a saber:

- Fortalecimento da imagem e consolidação da micro-região com roteiros turísticos integrados;
- Logística integrada dos operadores turísticos;
- Captação de investidores;
- Estímulo e desenvolvimento da cultura empreendedora na região.

A Universidade do Vale do Itajaí, por meio do seu Centro de Ciências Sociais Aplicadas – Comunicação, Turismo e Lazer, reconhecido como Centro de Excelência em Estudos Turísticos no Estado e no País, apresenta nesse documento a atualização do Plano de Marketing Turístico Integrado – PEMTI.

O PEMTI foi entregue para a região turística em 2007, estudo este realizado pelo Instituto Cenecista Fayal de Ensino Superior. Em 2012, o Consórcio buscou a UNIVALI para que o plano pudesse ser atualizado, uma vez que muitos dos objetivos originais já haviam sido atendidos.



O trabalho de atualização do PEMTI foi realizado ao longo do ano de 2012, com trabalhos realizados em oficinas internas do Colegiado do Curso de Turismo e Hotelaria da UNIVALI, bem como oficinas em conjunto com o trade turístico, para validar as ações e estratégias.

Este trabalho está dividido em capítulos que abordarão o reconhecimento e análise inicial do diagnóstico e prognóstico da Costa Verde & Mar. Em seguida será demonstrada a análise SWOT por município. Posteriormente serão apresentadas as estratégias atualizadas e o Plano de Controle.

## 1 OBJETO EM ESTUDO

A região turística Costa Verde & Mar é formada pelos Municípios de Balneário Camboriú, Balneário Piçarras, Bombinhas, Camboriú, Ilhota, Itajaí, Itapema, Luís Alves, Navegantes, Penha e Porto Belo.



Figura 1- Mapa Costa Verde & Mar

Fonte: <http://www.costaverdemar.com.br>

É um roteiro integrado de municípios com diversos atrativos turísticos. Cada uma das cidades oferece produtos diferenciados que vão além das famosas praias catarinenses. Esta diversidade torna a região atrativa para os vários perfis de visitantes, estejam eles interessados na paisagem litorânea, ecoturismo, vida noturna ou culturas estrangeiras representadas em festas, arquitetura e culinária típica.

Neste contexto, é indiscutível a potencialidade desta região, sendo a mesma capaz de prospectar inúmeros empreendimentos que contribuam com melhorias na oferta turística, embasados em estudos capazes de elucidar as diversas possibilidades para a viabilização do processo de desenvolvimento.

## **2 REVISÃO DO DIAGNÓSTICO E PROGNÓSTICO**

### **2.1 Reconhecimento e análise inicial do diagnóstico e prognóstico**

O trabalho de atualização do PEMTI iniciou com o reconhecimento do diagnóstico e prognóstico documentado no projeto original de 2007. Essa etapa foi realizada internamente pelos especialistas da Universidade do Vale do Itajaí, em oficinas visando a atualização das informações.

Na análise realizada do PEMTI, percebeu-se que o mesmo atende aos preceitos da atividade turística e subsidia o desenvolvimento da região. O diagnóstico e prognóstico forneceram muitas informações referentes aos municípios da Costa Verde & Mar, apontando de forma generalista os pontos fortes e fracos. Dessa forma, entendeu-se como necessário ampliá-las para consubstanciá-las de forma a promover maiores subsídios para o desenvolvimento turístico da região, ampliando as especificidades de cada município. Tanto o diagnóstico quanto o prognóstico apresentavam descrições da região como um todo, não contemplando maiores detalhamentos e análises.

Em relação aos itens abordados no documento original de 2007, foram abordados indicadores sobre os diferentes aspectos da análise do ambiente de marketing como o socioeconômico e infraestrutura, aspectos naturais, culturais, meios de hospedagem, alimentos e bebidas, entretenimento, informações turísticas, eventos e festas.

A análise sobre o diagnóstico e prognóstico do Plano Estratégico de Marketing Turístico integrado da Costa Verde & Mar levou em consideração as colocações realizadas no documento original, apresentando as suas necessidades de retificação e atualização.

## **2.2 Matrizes de análise SWOT dos municípios**

A metodologia de análise SWOT foi mantida em relação ao documento original, porém foi realizada de uma maneira mais ampla em referência a participação e levantamento do ambiente interno e externo dos municípios componentes da região. Essa atitude visou o maior aprofundamento das necessidades e oportunidades regionais.

Para isso foram organizadas matrizes de análise SWOT para cada um dos municípios, com informações coletadas em documentos oficiais, trabalhos técnicos e técnico-científicos do banco de dados do Curso de Turismo e Hotelaria da UNIVALI. Após essa coleta de dados, os mesmos foram levados a cada Secretaria para que a equipe técnica da UNIVALI, em conjunto com a equipe técnica dos municípios, identificassem e validassem todos os pontos fortes, oportunidades, pontos fracos e ameaças.

Após a realização das mesmas, os documentos foram compilados para a formação da matriz regional, que foi validada em uma oficina com os gestores e membros das equipes técnicas das Secretarias de Turismo ou pastas pertinentes, que compõem a Região.

Vale ressaltar que a matriz utilizada foi trabalhada em conjunto com a matriz original apresentada no PEMTI 2007. Ressalta-se também que a quantidade de informações e estudos sobre a região vem aumentando exponencialmente ao longo dos anos, de forma que a percepção atual sobre o tema possa ser mais completo. Os resultados obtidos com os municípios são apresentados nas tabelas abaixo.

## 2.2.1 Balneário Camboriú

Município	Pontos Fortes	Pontos Fracos
<p><b>BALNEÁRIO CAMBORIÚ</b></p>	<p>Existência de uma fundação cultural;  Existência de uma biblioteca pública;  Existência de uma biblioteca móvel;  Pesca no Bairro da Barra;  Considerada uma das cidades brasileiras com maior IDH, segundo a ONU;  Considerada um dos maiores pólos turísticos do Brasil;  Renda Per Capita;  TV digital;  Diversidades de rádios;  Câmeras de segurança 24 horas em boa parte do município;  Policiamento – barreiras na alta temporada;  Boa Sinalização;  Limpeza pública satisfatória;  Hospital público e privado;  Hospital de olhos, odontológico, entre outros;  Muitas farmácias, aumentando a concorrência;  Ampla rede de ensino - Escolas Públicas e Privadas;  Existência de campus universitário;  Variedade de estabelecimentos comerciais para os turistas e moradores;  Comércio - concentração central;  Concorrência entre as principais locadoras de automóveis, como Avis e Localiza, o que beneficia o cliente;  Shopping Centers - ampla rede de lojas e praça de alimentação;  Agências bancárias - todos os bancos;  Casas de Câmbio - troca de todas as moedas;  Por ser uma cidade universitária, é possível encontrar mão de obra qualificada a baixo custo;  Mesmo sendo um local que depende da temporada, durante todos os feriados prolongados existe um grande fluxo de visitantes, devido à proximidade com destinos emissores;  Grande variedade de serviços oferecidos;  Grande variedade de estabelecimentos gastronômicos;  Saneamento básico atende a maioria da população;  Diversidade de meios de hospedagem,  Áreas de lazer para crianças, adultas e terceira idade;  Boa sinalização de acesso aos atrativos turísticos,</p>	<p>A infraestrutura básica não acompanha o crescimento – ex: Falta de água, apagões, estrutura viária (congestionamentos e falta de locais para estacionamento), falta de arborização, parques e praças;  Cultura local não preservada pela população;  Artesanato não valorizado pela comunidade e turistas;  Desorganização na gestão pública da cidade;  Afastamento da população local devido ao crescimento demasiado da especulação imobiliária;  Concentração de renda desigual;  Vulgarização da prostituição em locais centrais e movimentados;  Sistema de comunicação - divulgação de informações de fontes inseguras (repassa de informações erradas);  Número de jornais escassos;  Pouco Policiamento na baixa temporada;  Algumas farmácias sem profissionais capacitados;  Visível diferença de preços nas farmácias de uma área da cidade para outra;  Escolas particulares com altas mensalidades;  Colégios públicos com estruturas, muitas vezes, inadequadas e insuficientes;  Falta de segurança e policiamento nas escolas e regiões;  Muita concorrência para os lojistas;  Artesanato concentrado principalmente no bairro da Barra - Pouca divulgação do artesanato no centro da cidade;  Confusão entre artesanato e lojas de consumo popular;  Poucas locadoras de automóveis na baixa temporada,  Algumas agências bancárias não possuem estacionamento;  Apesar de possuir todas as bandeiras bancárias, algumas agências são insuficientes;  Poucos caixas 24 horas;  Sazonalidade: Por ser uma cidade que depende do turismo de Sol e Mar, na baixa temporada o fluxo de turistas é baixo;  Em muitos locais a mão de obra não é qualificada, comprometendo o empreendimento, que em muitas vezes tem um produto de qualidade;</p>

	<p>Vias totalmente pavimentadas;  Transportes para todos os atrativos turísticos;  Visitação gratuita em alguns atrativos turísticos;  Ampla oferta de agencias de viagens em todo o município;  Grandes redes de agências de viagens com serviços de qualidade;  Variedade nas opções de destinos e roteiros em todo o setor;  Auxilio do poder publico na divulgação de eventos;  Parque de exposições da Santur;  Grande oferta de equipamentos para Lazer;  Boa divulgação dos equipamentos de lazer e entretenimento através da mídia.  Diversidade dos meios de transporte;  Diversidade de horários e linhas de ônibus;  Embarque e desembarque do bondinho em qualquer parte da linha por onde circundam.  Escolas de artesanato e exposições dos produtos criados.</p>	<p>Falta de divulgação, pois muitos empresários acreditam que estar bem localizados já basta;  Falta de união entre as empresas para a divulgação do município;  Em muitos casos falta de comprometimento dos colaboradores com os clientes;  Estado de conservação de muitos estabelecimentos, em muitos casos a estrutura é velha, precária e sem higiene. Em alguns estabelecimentos apresentam rachaduras, fiação visível;  Poucos acessos para portadores de necessidades especiais nos atrativos naturais;  Condição de balneabilidade da praia central em determinados momentos;  Falta de instalações sanitárias em alguns atrativos;  Falta de placas explicativas sobre regras a prática de esportes nas praias;  Falta de saneamento em alguns atrativos;  Bloqueio do sol antes do entardecer, devido aos prédios;  Falta de profissionais qualificados nas agências de viagens;  Venda de produtos em comum entre várias agências de viagens;  Falta de incentivo e políticas para construção de um grande centro de eventos;  Falta de infraestrutura para eventos de grande porte;  Falta de incentivos fiscais para implantação de equipamentos de lazer;  Falta de articulação do poder publico e iniciativa privada para a captação de recursos para lazer oriundos do governo federal;  Falta de adaptação nos ônibus para portadores de necessidades especiais;  Falta de incentivo para a utilização de transporte publico pela população e turistas;  Falta de qualificação dos profissionais que atuam na área de transporte público;  Direito sobre o transporte público detido por uma única empresa (monopólio);  Baixo coeficiente de participação da comunidade com os eventos culturais;  Grande parte dos eventos culturais são de pequeno porte;  Falta de investimento na captação de eventos e atrações culturais;</p>
--	---	---

<b>Município</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<b>Balneário Camboriú</b>	Disponibilização de linhas de crédito para projetos; Mudança de governo – revigoração	Diversidade populacional desvalorizando a cultura local; Mudança de governo – paralização dos

Município	Oportunidades	Ameaças
	<p>dos projetos em andamento ou aplicação de novos projetos;</p> <p>Crise Mundial – Incentivo ao turismo interno;</p> <p>Município Indutor do programa de regionalização do turismo – Mtur;</p> <p>Realização de etapas de eventos mundiais como por exemplo de surfe;</p> <p>Rede Wi-Fi;</p> <p>Construção de Novo Presídio;</p> <p>Novos Postos Policiais;</p> <p>Aumento de Policiais nas ruas (Rondas);</p> <p>Aumento de associados aos planos de saúde, ampliando a rede privada;</p> <p>Aumento da rede de genéricos e farmácias especializadas neste segmento;</p> <p>Aumento de escolas particulares conhecidas na cidade;</p> <p>Pode haver maior participação do comércio no incentivo a feiras;</p> <p>No comércio de veículos, possibilidade de maiores vendas devido à baixa nos impostos;</p> <p>Locadoras de automóveis - aumento da frota devido ao incentivo do governo;</p> <p>Shoppings são mais seguros;</p> <p>Possibilidade de ampliar o espaço físico de algumas agências bancárias;</p> <p>Por se tratar de uma cidade turística poderia haver mais casas de câmbio;</p> <p>Grande fluxo de turistas na região;</p> <p>Localização do município, às margens da BR 101, proximidade com o Porto de Itajaí e Aeroporto de Navegantes;</p> <p>Câmbio estimula a economia interna;</p> <p>O fato de Balneário Camboriú ser um município indutor, traz credibilidade junto ao governo;</p> <p>Proximidade a grandes centros urbanos;</p> <p>Aumento da faixa de areia;</p> <p>Boa infraestrutura e muitos atrativos artificiais próximos aos naturais;</p> <p>Abertura da concorrência livre entre as empresas de aviação aumentando a procura por passagens aéreas.</p>	<p>projetos em andamento;</p> <p>Aumento da criminalidade;</p> <p>Crise Mundial – aumento da taxa de desemprego;</p> <p>Construção do Novo Presídio;</p> <p>Recuo da demanda devido ao aumento da criminalidade;</p> <p>Rotina agitada, ampliando o fluxo em hospitais públicos;</p> <p>Aumento dos tributos sobre os remédios;</p> <p>Diferença no método de ensino entre as escolas públicas e privadas;</p> <p>Baixo consumo no comércio por causa da crise;</p> <p>Muitos financiamentos e pouco crédito;</p> <p>Tendência a não haver mais quem faça artesanato devido à falta de procura;</p> <p>Aumento na rede de táxi o que pode diminuir a procura por aluguel de carros;</p> <p>Alta na gasolina pode aumentar o valor do aluguel de automóveis;</p> <p>Devido aos preços que normalmente são mais elevados, pode haver baixa nas compras devido ao momento de recessão;</p> <p>Devido à crise, pode haver queda na recepção e emissão de turistas e conseqüentemente na procura por outras moedas;</p> <p>Sazonalidade: Por ser uma cidade que depende do turismo de Sol e Mar, na baixa temporada o fluxo de turistas é baixo;</p> <p>Atual crise econômica, que acaba causando uma diminuição no fluxo e no gasto das pessoas que aqui vem passar as férias;</p> <p>A situação climática, exemplo da última temporada, onde muitos turistas desistiram de viajar devido à enchente;</p> <p>Problemas de saúde pública, como a gripe suína;</p> <p>Falta de informações aos visitantes sobre cultura local;</p> <p>Construções de prédios em abundancia;</p> <p>Clima: podendo haver chuvas inesperadas, oscilação do clima, variando em um único dia várias temperaturas;</p> <p>Especulação imobiliária;</p> <p>Aumento da faixa de areia (questões ambientais;).</p> <p>Fenômenos naturais;</p> <p>Crises econômicas (alta do dólar).</p>

Tabela 01 – Matriz SWOT Balneário Camboriú

Fonte – UNIVALI, 2012

## 2.2.2 Bombinhas

Município	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Bombinhas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrutura e equipamentos turísticos suficientes para atender as necessidades dos turistas;</li> <li>• Localização dos equipamentos em áreas com vistas panorâmicas para o mar e a Mata Atlântica;</li> <li>• Alguns equipamentos apresentam instalações adequadas às necessidades e perfil de demanda turística segmentada;</li> <li>• O Município de Bombinhas possui diversidade paisagística, dentro do litoral catarinense, as praias do município destacam-se por serem banhadas com águas cor de esmeralda e por suas areias brancas, o que formam verdadeiros paraísos naturais;</li> <li>• Os parques ambientais protegidos por Lei, são exemplos do turismo sustentável que se desenvolve no município, fazendo com que todos valorizem suas belezas naturais, e consecutivamente, atrai uma demanda de turistas conscientes com as questões ambientais, pois procuram a localidade aonde a atividade seja realizada de maneira sustentável;</li> <li>• Com um litoral recortado e cercado pela Mata Atlântica, o município de Bombinhas apresenta grande potencial para a prática de turismo ecológico; trilhas, praias e ilhas que permitam a prática de atividades relacionadas com a educação ambiental, como o mergulho ecológico.</li> <li>• O poder público e privado investe em projetos de preservação como a trilha Viva. Que permite que os comerciantes locais divulguem seus serviços ao mesmo tempo em que educam os visitantes e colaboram na manutenção das trilhas. Além disso, existem leis que protegem o meio ambiente, como a cota 20 que permite apenas construções até 20 metros acima do nível do mar, fazendo com que os topos dos morros permaneçam preservados.</li> </ul>	<p>Vias de acesso apresentam trechos sem a devida manutenção e segurança;</p> <p>Limitações nos programas de promoção e divulgação de alguns equipamentos turísticos;</p> <p>Alguns equipamentos apresentam indícios de pouca qualidade de serviços e capacitação dos recursos humanos do setor;</p> <p>Impactos em relação à taxa de ocupação na baixa temporada, desativando a atuação de alguns meios de hospedagem e restaurantes;</p> <p>A má conservação de trilhas e acessos apontam a necessidade de um planejamento sustentável, pois a conservação não adequada acaba afetando o interesse da população e de seus visitantes, denotando assim, descaso com esses recursos;</p> <p>Impactos Ambientais da alta demanda causando degradações e danos irreversíveis para o Município poluindo áreas de preservação ambiental;</p> <p>As construções em áreas de encosta interferindo na qualidade paisagística, bem como diminuindo as características nativas do município;</p> <p>O município possui legislação ambiental que se devidamente fiscalizada, poderia assegurar a preservação;</p> <p>Pouca aplicação/efetivação dessas leis, assim como ações de divulgação para que a comunidade local as conheça, fiscalize e cumpra com o disposto.</p>

Município	Oportunidades	Ameaças
Bombinhas	<p>Duplicação da BR-101 trecho Sul, oportunizando a movimentação e tráfego de turistas;</p> <p>Crescente demanda para o turismo de natureza, permitindo a implantação de roteiros para esta tipologia;</p>	<p>Cotação da moeda nacional em relação aos países vizinhos que são a principal demanda internacional da destinação;</p> <p>Municípios consolidados turisticamente como Florianópolis e Balneário Camboriú,</p>



Município	Oportunidades	Ameaças
	<p>Política Nacional de Turismo voltada para o desenvolvimento regional, incluindo a alta temporada;</p> <p>Crescente incidência de parada de cruzeiros marítimos em Porto Belo, favorecendo oportunidades de <i>Tours</i> Turísticos em Bombinhas;</p> <p>Incentivos ao <i>Marketing</i> ambiental, tanto no âmbito nacional como internacional, favorecendo implantação de projetos ambientais no Município;</p> <p>Existência de demanda potencial para atividades de ecoturismo e turismo de observação, participando de roteiros devidamente organizados e promovidos;</p> <p>Política Nacional e Estadual, voltadas para implantação de Leis ambientais podem ser muito eficientes na preservação dos recursos naturais.</p>	<p>localizados próximos a Bombinhas;</p> <p>Baixa cotação da moeda internacional facilitando viagens para o exterior e diminuindo o turismo interno;</p> <p>Degradação do meio ambiente pela falta de fiscalização dos órgãos competentes tais como IBAMA e FATMA;</p> <p>Turistas reais e potenciais escolhendo outras destinações de turismo de natureza pela qualidade de preservação dos recursos;</p> <p>Poluição da água em função de alta demanda regional, considerando a proximidade de destinações turísticas com grande fluxo de turistas no verão, como Florianópolis e Balneário Camboriú.</p>

Tabela 02 – Matriz SWOT Bombinhas

Fonte – UNIVALI, 2012

## 2.2.3 Camboriú

Município	Pontos Fortes	Pontos Fracos
CAMBORIÚ	<p>Abundância de recursos hídricos, constituídos pelo Rio Camboriú, seus afluentes e o Rio do Meio;</p> <p>Extensos espaços naturais preservados com topografia acidentada na área rural;</p> <p>Eventos como o hipismo, que vem sendo solidificado na cidade, trazendo atletas e associados de diferentes pontos do país, o qual poderá trazer investimentos na área rural da cidade;</p> <p>Acessibilidade quanto à infraestrutura de transportes rodoviário, marítimo e aéreo;</p> <p>Existência de meios de hospedagem, equipamentos de lazer e eventos na área urbana e espaço rural;</p> <p>Riqueza de elementos folclóricos, históricos e culturais com a existência de remanescentes culturais;</p> <p>Natal Luz;</p> <p>Festa Rural;</p>	<p>Sinalização limitante dos atrativos naturais nas áreas rurais;</p> <p>Planejamento limitado dos atrativos atualmente explorados;</p> <p>Inexistência de um estudo de capacidade de carga;</p> <p>A sinalização do município apresenta-se insuficiente, pois em sua maioria as ruas não apresentam a devida identificação;</p> <p>Carência de catalogação e descrição dos patrimônios;</p> <p>Depreciação dos monumentos históricos, arqueológicos e culturais, em decorrência do tempo e do uso desordenado;</p>
	<p>Divulgação integrada à Costa Verde Mar;</p> <p>Construção do portal turístico na Avenida Santa Catarina;</p>	<p>Ausência de divulgação decorrente de um plano de <i>Marketing</i>;</p> <p>Ausência de um banco de dados da demanda turística;</p> <p>A incipiente divulgação turística destacando Camboriú nos mercados emissores;</p> <p>Desconhecimento do município de Camboriú pelos polos emissores nacionais e internacionais.</p>
	<p>Proximidade a Balneário Camboriú, grande receptora de turismo de sol e mar; bem como aos principais destinos turísticos do Estado de Santa Catarina;</p>	<p>Falta de parcerias na região com demanda para a construção de um produto turístico regional;</p>
	<p>Secretário de Desenvolvimento Econômico e Diretora de turismo com formação técnica na área;</p> <p>Número de colaboradores suficiente para o desenvolvimento da gestão da atividade no município;</p>	<p>A pouca experiência na gestão da atividade turística;</p>
	<p>A existência do Secretário de Desenvolvimento Econômico</p>	<p>Inoperância do CMT;</p> <p>Falta de articulação com os empresários do <i>trade</i>;</p> <p>Inexistência de um programa de atualização dos dados turísticos;</p>

Município	Oportunidades	Ameaças
Camboriú	<p>A existência do Prodetur-Sul;</p> <p>Existência de leis de incentivo à cultura no âmbito estadual e federal (Quais);</p> <p>Possibilidades de parcerias com o IPHAN para</p>	<p>Falta de dotações orçamentárias para o setor turístico, dificultando a criação de projetos de arquivos históricos;</p> <p>Grandes oscilações na economia</p>

Município	Oportunidades	Ameaças
	<p>a recuperação do patrimônio histórico;  A duplicação da BR 101-Sul, facilitando o fluxo para a região;  Política nacional e estadual de turismo incentivando a criação de novos produtos turísticos (Quais);  O Ministério da Cultura vem desde 2005 assinando protocolos de intenções com estados e municípios para implantação do Sistema Nacional de Cultura;  O Programa Brasil Patrimônio Cultural, que destina recursos à área de patrimônios culturais;  Programa Monumenta de recuperação sustentável do patrimônio histórico urbano brasileiro;  Decreto número 5.761 que regulamenta a Lei Rouanet, trazendo importantes mudanças como a possibilidade da abertura de Editais por meio do Mecenato para aquisição de produtos culturais e ingressos para espetáculos culturais com abatimento no imposto de renda;  Incentivo para construção de cinema em cidade de pequeno porte como fator de desenvolvimento e opções culturais.</p>	<p>nacional, cuja instabilidade pode afetar o turista potencial que visitaria o município;  Altas taxas de juros evitando os empréstimos para a construção de equipamentos turísticos;  A interferência do Poder Público Estadual e Federal no repasse de recursos ao município de acordo com a política municipal vigente;  Insegurança do empresariado em investir em equipamentos turísticos no município;  Falta de participação da gestão pública nas decisões referentes aos eventos religiosos;</p>
	<p>Proximidades do aeroporto internacional de Navegantes facilitando a chegada da demanda de outros estados no município;  Efeito multiplicador econômico gerado pela realização dos eventos religiosos;</p>	<p>Economia local em torno da extração do granito, afetando diretamente o ambiente e os ecossistemas existentes;  Empresas de receptivo ainda não comercializam atrativos de Camboriú;  Flutuação do câmbio, que facilita as viagens ao exterior;  Valor alto dos combustíveis, causando o aumento do custo das viagens rodoviárias e limitando, assim, o número de turistas;  Empreendimentos similares concorrendo pelo mesmo segmento de mercado;  Progressivo aumento competitivo no mercado turístico;  Dependência em relação à pólos turísticos vizinhos e mais desenvolvidos;</p>
	<p>Construção da rodovia SC-201, que se liga a BR-101 pelo interior do município e pode trazer desenvolvimento;  Existência do Instituto Federal de Educação com cursos técnicos na área do turismo;  Existência da Univali com cursos técnicos, graduação e pós-graduação na área do turismo;  Eventos religiosos consolidados;  A área de saúde é contemplada por hospitais e postos de saúde em todos os bairros;</p>	<p>Inexpressiva sensibilização da população quanto ao crescimento da atividade turística da região e possibilidade de Camboriú se desenvolver turisticamente;  Efeitos da sazonalidade provocando esvaziamento de demandas nos equipamentos turísticos;  Consumo baixo da demanda compromete financeiramente a operacionalização dos empreendimentos;</p>

Município	Oportunidades	Ameaças
		Dependência em relação à pólos turísticos vizinhos e mais desenvolvidos;
	Existência de peças de artefatos indígenas originais assim como de existência de projeto turístico municipal de tombamento.	Desvalorização de patrimônios pela demolição desordenada; Ausência de dados históricos em função da ausência de mobilização da comunidade; Inexistência de organizações locais de incentivo aos elementos históricos, culturais e arqueológicos.
	O município disponibiliza estrutura de comunicação nas diversas mídias; Disponibiliza a maioria das instituições bancárias;	Ausência de empreendimentos turísticos com o devido planejamento estratégico;
	Tendências mercadológicas voltadas ao turismo de natureza, à crescente conscientização e sensibilização ambiental, à pressão das autoridades nacionais e internacionais quanto à preservação local e à preferência dos turistas por localidades pouco exploradas;	Poluição dos rios devido à falta de estrutura básica, além do despejo de altas cargas de agrotóxicos provenientes da forte exploração agrícola da cultura do arroz no município; Deteriorização dos sambaquis pela urbanização da área e pouca relevância aos estudos e divulgação histórico-cultural da região; Uso da paisagem natural para fins industriais por municípios vizinhos; Alterações climáticas que podem influenciar a demanda turística;

Tabela 03 – Matriz SWOT Camboriú

Fonte – UNIVALI, 2012

## 2.2.4 Ilhota

Município	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Ilhota	<p>Localizada próxima de grandes centros econômicos e turísticos possibilitando a busca por uma demanda potencial;</p> <p>Secretaria de turismo consciente sobre a importância do turismo para o município;</p> <p>Alto índice de alfabetização;</p> <p>Circulação de jornal mensal da prefeitura, favorecendo a consciência / importância do turismo para o local;</p> <p>Possui sistema de tratamento de água e coleta de lixo em todos os bairros da cidade;</p> <p>Segurança pública satisfatória, índice de criminalidade relativamente baixo;</p> <p>Há uma emissora de rádio AM no local;</p> <p>Diversidade dos recursos naturais no município, possuindo atrativos naturais, os quais favorecem o aumento da demanda;</p> <p>É conhecida como a “Capital Catarinense da Moda Íntima e Praia”, conseqüentemente o comércio tornou-se forte e expressivo;</p> <p>Participação da população nas festas religiosas;</p> <p>Realização em conjunto com a universidade a produção do Plano de Desenvolvimento Turístico;</p> <p>Valorização da agricultura do município;</p> <p>Presença do Morro do Baú como atrativo turístico natural;</p> <p>Existência de empreendimentos de lazer e pesque-pagues;</p> <p>A igreja Matriz como cartão postal da cidade;</p> <p>Município considerado um grande produtor de gengibre do estado.</p>	<p>Inexistência de uma cultura que represente a identidade do município;</p> <p>Não possui espaços culturais como por exemplo: museus, bibliotecas, casa de cultura, espaços para eventos;</p> <p>Inexistência de artesanato e gastronomia típica local;</p> <p>Restrição da imagem do município a capital da lingerie e moda praia;</p> <p>Insuficiência na infraestrutura urbana e turística;</p> <p>Poucos investimentos em infraestrutura básica e serviços de apoio;</p> <p>Falta de diversificação nos segmentos do comércio tendo como produto de venda principal a lingerie;</p> <p>Inexistência de um plano de manejo e turístico para o Parque do Morro do Baú;</p> <p>Falta de sinalização de acesso aos atrativos turísticos;</p> <p>Falta de coleta seletiva de lixo;</p> <p>Inexistência de monumentos significativos e má conservação dos monumentos existentes;</p> <p>Farmácias sem atendimento 24 horas;</p> <p>Inexistência de corporação de bombeiros no município;</p> <p>Ausência de restaurantes com estrutura e atendimento adequados para o turismo;</p> <p>Não há empresa de transporte coletivo local que facilite o deslocamento interno no município;</p> <p>Não há terminal rodoviário, nem pontos de ônibus adequados para população;</p> <p>Não há hospital próprio e o pronto socorro mais próximo fica em Itajaí;</p> <p>Baixa divulgação de seus produtos e serviços;</p> <p>Pouca oferta de cursos de capacitação e qualificação de mão-de-obra;</p> <p>Inexistência de mão-de-obra especializada para o turismo;</p> <p>Há somente três opções de instituições de crédito, sendo que apenas uma possui serviço de autoatendimento;</p> <p>A área urbana do município não oferece opções de parques ou praças para lazer e entretenimento;</p> <p>A atividade turística não possui significativa representação na economia local;</p> <p>Perda da cultura Belga, colonizadora do município e única do Estado;</p>

		<p>Falta de sinalização turística;  Insuficiente oferta de meios de hospedagem;  Falta de conscientização da população local em relação à importância do turismo para o desenvolvimento econômico do município;  Pouco incentivo do poder público para a conservação da paisagem urbana do município;  Inexistência de um posto de informações turísticas;  Falta de atualização dos dados referentes ao município;  Inexistência de um plano de marketing.</p>
--	--	---

<b>Município</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<b>Ilhota</b>	<p>Crescimento da demanda pelo turismo de natureza;  Canal de acesso que leva turistas ao município de Blumenau pode favorecer a captação de visitantes para Ilhota;  Valorização dos produtos brasileiros de moda praia no exterior;  O município se beneficia no mercado por ser considerada a Capital da Lingerie e Moda Praia;  Pólos turísticos e econômicos próximos ao município propiciando que a demanda destes visitem também a cidade;  Mercado externo apresenta-se favorável para a compra de gengibre, criando maior oportunidade de exploração de sua produção e aumento da economia local;  Programa de regionalização do turismo, favorecendo a inserção do município neste contexto;  Interesse do poder público no desenvolvimento da atividade turística regional;  Interesse de grupos étnicos sobre o resgate da cultura Belga no município;  Aumento do turismo de negócios em relação às empresas de confecção de moda praia e lingerie;  Proximidade de cidades vizinhas com melhor infraestrutura favorecendo o acesso ao município, por exemplo, aeroportos, portos, agências de viagens, hotéis, entre outros.  Crescimento econômico do segmento de moda íntima.</p>	<p>Concorrência de municípios turísticos vizinhos que possuem maior potencial e infraestrutura;  Cidade corredor entre Itajaí e Blumenau;  A localização de centros têxteis próximos a Ilhota, ameaçam a comercialização da moda íntima e praia;  Maior atratividade, principalmente dos municípios de Itajaí e Blumenau, quanto à oferta turística;  Poucos incentivos e investimentos estaduais e federais para a melhoria de acessos (rodovias e pontes).</p>

Tabela 04 – Matriz SWOT Ilhota

Fonte – UNIVALI, 2012

## 2.2.5 Itajaí

Município	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Itajaí	<p>Presença de Singularidade do Bico do Papagaio, na praia do Jeremias;</p> <p>O índice de evasão escolar é baixo;</p> <p>Existência de um programa de auxílio aos idosos;</p> <p>Ser detentor do programa modelo de tratamento e prevenção a AIDS do país;</p> <p>Preocupação com o paisagismo no centro urbano e seu planejamento;</p> <p>A criação da Fundação de Turismo e Postos de Informações Turísticas;</p> <p>A limpeza pública;</p> <p>Pequena concentração de altos prédios na área central e quase inexistente no litoral;</p> <p>Disponibilidade de cursos na área de Turismo e Hotelaria;</p> <p>Receptividade dos moradores da cidade;</p> <p>Vocação cultural para o turismo;</p> <p>Transporte urbano, intermunicipal e interestadual, que supri as necessidades da comunidade local, pois conta com várias linhas e frequência de horários;</p> <p>O acesso a Itajaí é fácil, devido ao número de rodovias que ligam a cidade às localidades vizinhas, e o bom estado de conservação da maioria delas;</p> <p>Recente implantação do programa de reciclagem do lixo na cidade;</p> <p>Devido à ótima limpeza urbana, Itajaí procura manter a característica de “Cidade Portuária Limpa” destacando-se perante as outras cidades portuárias;</p> <p>O Corpo de Bombeiros de Itajaí é bem equipado, com um número de bombeiros suficiente para atender toda a população;</p> <p>A cidade é bem servida no que se refere a serviços gerais, como borracharias, revendedoras, oficinas e postos de gasolina;</p> <p>A maior parte da população é atingida quando se trata de saneamento básico, destacando os serviços de água, coleta de lixo e energia elétrica;</p> <p>Em Itajaí os hospitais e postos de saúde são bem equipados e contam com profissionais capacitados para bem atender os cidadãos;</p> <p>No setor de telecomunicações, Itajaí conta com diversas estações de rádio e televisão, correios e um bom sistema de telefonia fixa e móvel;</p> <p>Marejada: Evento cultural que atrai turistas de diferentes regiões;</p> <p>Festival de Música: Oficina de Estudos para músicos locais e regionais;</p> <p>Festa do Colono: Resgate das Origens</p>	<p>Aumento de detratores visuais no morro da cruz, ocasionando o desmatamento do Meio Natural;</p> <p>Especulação imobiliária na Praia Brava;</p> <p>Desmatamento do Canto da Praia Brava, pelo aparecimento de bares e similares;</p> <p>Falta de saneamento na Praia do Atalaia;</p> <p>Poluição do Rio Itajaí-Açú;</p> <p>Falta de divulgação dos projetos que estão sendo desenvolvidos;</p> <p>Subutilização do patrimônio e da cultura local como produto turístico do município;</p> <p>Falta de valorização da cultura local, que poderia ser melhor explorada em eventos e festas típicas durante o ano todo, como produto turístico interno e externo;</p> <p>A população está crescendo desordenadamente, pois há muitas favelas, inclusive no acesso à cidade;</p> <p>O tratamento de esgoto no município é restrito a pequenas áreas, ocasionando inclusive doenças pela falta de saneamento;</p> <p>O sistema de tratamento de água não possui qualidade suficiente para bem servir a população; devido a alta salinização da água;</p> <p>Aumento do índice de HIV;</p> <p>Comércio central e atrativos culturais fechados nos finais de semana;</p> <p>Bares e restaurantes com horário de atendimento restrito;</p> <p>Meios de Hospedagem com limitações no que diz respeito à diversidade, infraestrutura e qualidade;</p> <p>Infraestrutura obsoleta do Ferry Boat;</p> <p>Opções de entretenimento restritas na região central;</p> <p>Presença de apenas um cinema na cidade (Itajaí Shopping);</p> <p>Acessos aos pesque-pagues são restritos e com falta de sinalização;</p> <p>Equipamentos de entretenimento voltados, na maior parte, para a população local e não para o turista;</p> <p>Serviço de receptivo ineficiente;</p> <p>Quantidade insuficiente de intérpretes e tradutores cadastrados;</p> <p>Pouca exploração de esportes náuticos;</p> <p>Inexistência de serviços de locação de</p>

	<p>Culturais;</p> <p>Festival de Teatro de Itajaí (infantil e adulto);</p> <p>Rally Universitário favorece a integração da comunidade local e entorno;</p> <p>Realização de vários eventos ao longo do ano, atraindo turistas para o município em diferentes períodos;</p> <p>Existência do principal campus da Univali, com o desenvolvimento de projetos das mais variadas áreas, destacando-se: CTTMar (apoio ao desenvolvimento da ciência), SEJURPS, CCS, etc.;</p> <p>Patrocínio de estudos tecnológicos pela Petrobrás;</p> <p>Modernização e ampliação do Porto;</p> <p>Desenvolvimento de Pesquisas no Herbário Barbosa Rodrigues;</p> <p>Automatização do estaleiro;</p> <p>Reativação da Engenharia Naval;</p> <p>Mercado Público além de se constituir como um importante patrimônio histórico, é um espaço de incentivo do produto local por meio de venda de artesanatos locais, de pescador e apresentação de grupos musicais;</p> <p>Existência de artesanato variado;</p> <p>Apresentações de peças teatrais e musicais diversos;</p> <p>Casa da Cultura: local para o desenvolvimento de eventos culturais, obras artísticas;</p> <p>Monumentos históricos de diferentes estilos;</p> <p>Incentivo à manutenção do Patrimônio Histórico;</p> <p>Existência de grupos folclóricos mantendo as características culturais do município;</p> <p>Grande diversidade de artistas plásticos locais;</p> <p>Existência de patrimônios arquitetônicos preservados como: Casa Burghardt (Fundação Cultural e Galeria Municipal de Artes), Fábrica de Tecidos Renaux (hoje Biblioteca Municipal) e Palácio Marcos Konder (hoje museu histórico);</p> <p>Pier para navios de passageiros;</p> <p>Galpão das Artes;</p> <p>Gastronomia típica enriquecida com valores culturais;</p> <p>Gastronomia internacional e nacional;</p> <p>A Marejada como um evento cultural é forte atrativo para o município, pois oferece como principal atrativo as manifestações culturais e a gastronomia típica;</p> <p>Áreas de preservação ambiental;</p> <p>Qualidade na prestação de serviços e diversidade de agências emissivas especializadas (Agências marítimas, operadora Disney, conta corrente);</p> <p>Diversidade de empresas locadoras de automóveis;</p> <p>Os meios de hospedagem atendem a</p>	<p>equipamentos para Mergulho, Vela, Wind Surf, etc.;</p> <p>Pouca na divulgação dos cursos de capacitação;</p> <p>Baixo aproveitamento dos cursos disponíveis para área de turismo;</p> <p>Falta de incentivo por parte dos empresários na busca da qualidade da prestação de serviços e especialização dos funcionários;</p> <p>Falta de percepção da importância do Turismo na cidade e conseqüentemente dos profissionais que atuam na prestação de serviços na área;</p> <p>Baixa absorção de profissionais formados pelas Universidades da região;</p> <p>A divulgação do município ocorre de maneira ineficaz, não obtendo resultados esperados, apesar da campanha de comunicação desenvolvida;</p> <p>A imagem do destino/município como um produto turístico não está consolidada perante o mercado;</p> <p>Divulgação local da marejada é realizada muito próxima ao evento;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexistência de um plano de marketing que organize, direcione e acompanhe as ações de marketing do município.</li> </ul>
--	---	---



	<p>demanda oferecendo boa infraestrutura; Hotéis dispõem de centro de eventos e convenções; Variedade nas opções de bares e restaurantes; Presença de equipamentos ligados ao entretenimento, tais como: bares, danceterias, local com música popular, balneários, parques aquáticos e pesque-pagues, cinema, centro de compras, etc.;</p> <p>Identidade cultural preservada, tendo-se em vista que é marcante a presença de festas típicas açorianas, sotaque local, patrimônio com características preservadas, atividades pesqueiras, etc.;</p> <p>Balneários próprios para banho e prática do surf, sendo que em alguns deles realizam-se campeonatos regionais de surf;</p> <p>Existência de corais, bandas e grupos teatrais.</p>	
--	---	--

<b>Município</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<b>Itajaí</b>	<p>Porto incluso na rota dos Cruzeiros Marítimos; Aumento da demanda de Cruzeiros Marítimos no Brasil; Crescente demanda de turistas estrangeiros provenientes dos Cruzeiros Marítimos, revertendo, favoravelmente, no desenvolvimento do Turismo Receptivo; Proximidade de outros pólos turísticos; Proximidade do aeroporto de Navegantes; Existência do roteiro das Festas de Outubro que atraem uma maior demanda, aumentando assim sua permanência na região; Futura instalação de empreendimento da Rede Íbis no município; Aumento de oportunidades de negócios, devido à reestruturação do Porto de Itajaí; Aumento das exportações; Ascensão do estado de Santa Catarina como destino turístico e forte poder de atratividade; Aumento da demanda de turistas brasileiros pelo segmento de cruzeiros marítimos; Crescimento do mercado de cruzeiros marítimos em todo o mundo, com destaque para a América do Sul.</p>	<p>Precariedade da BR 470, devido a vários pontos perigosos, desníveis e precária conservação; Baixa remuneração do setor na cidade; Fragilidade da situação econômica dos mercados internos e externos; Constantes greves na receita federal; Poluição do rio Itajaí-Açú; Ausência de incentivos para os eventos culturais, como produto turístico; Melhoria da infraestrutura nas cidades vizinhas; Investimentos para a melhoria da infraestrutura de acesso às praias das cidades vizinhas; Concorrência de destinos próximos nos segmentos de eventos e de cruzeiros marítimos; Imagem denegrada pelo alto índice de AIDS por parte da mídia.</p>

Tabela 05 – Matriz SWOT Itajaí

Fonte – UNIVALI, 2012

## 2.2.6 Itapema

Município	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Itapema	<p>Execução de obras de saneamento básico; Facilidade de acesso devido à presença da BR 101 que permite também a visualização dos atrativos turísticos pela demanda que a transita; Localização estratégica, com proximidade a pólos econômicos e turísticos, favorável à destinação; Desenvolvimento de projetos que favorecem a melhoria da infraestrutura da cidade; Orla com espaços físicos para urbanização; Proximidade com os aeroportos de Florianópolis e Navegantes; Existência de Terminal Rodoviário oferecendo serviços de transporte intermunicipais e interestaduais; A proximidade entre o litoral e a área rural. Oferta gastronômica qualificada e diversidade de restaurantes, com oferta especializada em frutos do mar; Presença de antigos engenhos e outros equipamentos na área rural, podendo ser uma alternativa para o desenvolvimento do turismo cultural; Existência de outra opção de atrativos turísticos, além da praia; Aumento na renda do município por meio do turismo, segundo dados da SANTUR. Boa oferta de hotéis e pousadas, bem como casas e apartamentos de locação; Implantação da Vila Gastronômica na Praia do Flamingo; Boa oferta de postos de informações. Existência de atrativos naturais com potencialidade turística; Criação de ostras como um fator econômico e também turístico; Praias com condições para a prática de esportes náuticos; Degradação da orla marítima e do meio ambiente. Presença da Associação de Artistas Plásticos; Realização de eventos culturais e gastronômicos, preservando a identidade cultural, e ainda divulgando a imagem do município; Busca da manutenção das tradições açorianas; Existência de corais valoriza a cultura e tradições durante os eventos locais. Hospitalidade por parte da comunidade local. Presença de Bacharéis em Turismo na Secretaria Municipal de Turismo; Apoio constante da Secretaria de Turismo nas atividades do curso de Turismo de Hotelaria da UNIVALI; Facilidade de absorção de mão-de-obra</p>	<p>Estrutura deficiente da biblioteca local, no que se refere ao número de obras e infraestrutura física e de equipamentos; Infraestrutura básica e de serviços insuficiente para atender as necessidades dos turistas e comunidade; Obras de saneamento básico ainda insuficiente para as necessidades do município, principalmente durante a alta temporada; Equipamentos de saúde mal conservados. Carência no setor de captação pluvial (esgoto); Deficiência no transporte urbano, principalmente em relação à flexibilidade de horários; Congestionamento nas vias urbanas, no período de alta temporada. Pouca oferta de empreendimentos para o entretenimento dos turistas e da comunidade; Insuficiência de sinalização turística; Excesso de dejetos despejados em algumas partes da orla marítima; Nível de balneabilidade baixo nas praias do município; Degradação da paisagem em alguns pontos da zona costeira, devido a forte presença de atividade humana desordenada; Pouco aproveitamento turístico do meio rural do município; Degradação da margem do rio. Massificação do turismo favorecendo a descaracterização das tradições locais; Inexistência de locais para exposição das obras dos artistas locais. Pouca definição do público-alvo do município. Pouca oferta de instituições de capacitação profissional para o setor turístico.</p>

	(profissionais) existente em Itapema e nos municípios próximos como Balneário Camboriú.	
--	---	--

<b>Município</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<b>Itapema</b>	<p>Desenvolvimento do projeto Orla pelo Governo Federal;</p> <p>A existência de roteiros turísticos integrados em todo o Estado, divulgando mais as destinações turísticas;</p> <p>Aumento da demanda na região;</p> <p>Potencial para o desenvolvimento da atividade turística em ambientes naturais;</p> <p>Incentivos do governo, como programas para a terceira idade, podem aumentar a procura pela destinação;</p> <p>Programa de regionalização do turismo proposto pelo governo federal pode incrementar o turismo do município com a elaboração de roteiros, integrando as cidades vizinhas;</p> <p>Marketing internacional através da SANTUR (Órgão responsável pelo setor turístico do estado de Santa Catarina) realizado em feiras e eventos;</p> <p>Crises aéreas podem incrementar ainda mais o turismo rodoviário, aumentando o turismo doméstico e de curtas distâncias;</p> <p>Aumento do uso da Internet para consultar informações sobre destinações turísticas;</p> <p>Crescimento do fluxo de turistas, a procura de atrativos naturais;</p> <p>Previsão de investimentos governamentais para a promoção do turismo;</p> <p>Criação de diversos tipos de empreendimentos voltados às atividades turísticas;</p> <p>Incentivo a festas tradicionais por parte do Governo Estadual;</p> <p>Fiscalização, controle e o monitoramento de qualidade ambiental;</p> <p>Implementação do Programa de Inventariação Turística – INVTUR, por parte do Ministério do Turismo;</p> <p>Programação dos Fóruns Regionais para discussão e apresentação das ações em andamento.</p>	<p>A má distribuição de renda faz com que algumas classes sociais não viagem, podendo assim inibir o deslocamento de turistas para o município de Itapema;</p> <p>Forte posicionamento de outros destinos turísticos;</p> <p>Projeto para o início de cobrança de pedágio nas rodovias federais, especificamente a BR-101, via de acesso à cidade;</p> <p>Queda do dólar faz com que aumente o número de turistas que procuram destinações no exterior;</p> <p>O aquecimento global pode causar várias alterações climáticas na região;</p> <p>O trecho sul da BR-101 ainda estará em obras, dificultando a chegada de turistas à destinação.</p> <p>Crescimento desordenado e descontrolado de serviços turísticos, como os de receptivo e de comércio informal;</p> <p>Drenagem inadequada nas estradas, provocando erosão;</p> <p>Ausência de fiscalização para a proteção de nascentes;</p> <p>Desmatamento clandestino;</p> <p>Queimadas ilegais e incêndios florestais;</p> <p>Falta de promoção do município e seus atrativos aos possíveis emissores;</p> <p>Crise econômica mundial fragiliza o crescimento do turismo;</p> <p>Caos aéreo prejudica o setor turístico nacional.</p> <p>A troca do setor público municipal pode ser um risco, pela falta de continuidade dos projetos em andamento;</p> <p>Descontinuidadenagestãopública.</p>

Tabela 06 – Matriz SWOT Itapema

Fonte – UNIVALI, 2012

## 2.2.7 Luiz Alves

Município	Pontos Fortes	Pontos Fracos
<p><b>LuizAlves</b></p>	<p>Grande potencial para a prática e desenvolvimento do turismo em espaço rural e ecoturismo;</p> <p>Variados recursos naturais tais como quedas d'água, rios, ribeirões e mata atlântica;</p> <p>Espaço potencial para o desenvolvimento de pesque-pagues;</p> <p>Existência de agroindústrias, evidenciando os alambiques;</p> <p>Proximidade de importantes pólos turísticos do estado de Santa Catarina;</p> <p>Existência de Corpo de Bombeiros no Município;</p> <p>Número suficiente de abastecimento de gêneros para atender à população;</p> <p>Número adequado de farmácias para atendimento da população e turistas;</p> <p>O Município pertence ao roteiro turístico integrado Rota do Sol;</p> <p>Proximidade do Porto de Itajaí;</p> <p>Proximidade dos Aeroportos de Navegantes, Florianópolis e Joinville.</p> <p>Boa infraestrutura educacional, de ensino fundamental e médio.</p> <p>Integra os municípios da AMFRI – Associação dos Municípios da Foz do Rio Itajaí.</p> <p>Localização geográfica privilegiada: cortada pela rodovia BR 470, importante corredor de grande fluxo de pessoas, inserido numa região com forte demanda turística; próximo de importantes pólos emissores do estado, como Joinville, Itajaí, Blumenau, Balneário Camboriú, Brusque e demais municípios do Vale do Rio Itajaí.</p> <p>Região propícia para atividade agrícola, com alternativa econômica, cultural e de lazer.</p> <p>Boa infraestrutura comercial para abastecimento geral da população.</p> <p>Cultivo da banana, constituindo-se em diferencial para o Município;</p> <p>Existência da associação dos produtores de banana;</p> <p>Fabricação da cachaça e a forte presença dos alambiques no município;</p> <p>Realização anual da “Festa da Cachaça”;</p> <p>Existência de algumas áreas naturais preservadas;</p> <p>Expressão cultural diversificada, através da colonização alemã, italiana e luso-brasileira;</p> <p>Representação cultural da arquitetura pelos casarios dos antigos colonizadores;</p> <p>Preservação dos hábitos culturais através da realização de festas tradicionais como o “Boi de Mamão”;</p>	<p>Descaso com a preservação ambiental em algumas localidades;</p> <p>Poluição dos recursos hídricos pelo uso dos agrotóxicos nas plantações;</p> <p>Ausência de áreas de preservação ambiental;</p> <p>Inexistência de legislação ambiental para o uso e ocupação do solo;</p> <p>Não aproveitamento de suas potencialidades naturais para o desenvolvimento da atividade turística;</p> <p>Falta de alguns equipamentos essenciais na área da saúde;</p> <p>Falta de sinalização nas rodovias e no centro da cidade;</p> <p>Estabelecimentos bancários funcionando apenas de segunda à sexta, sem autoatendimento;</p> <p>Má conservação das vias de acesso com falta de acostamento nas vias de acesso;</p> <p>Inexistência de um terminal rodoviário e frota de táxi;</p> <p>Horários de ônibus limitados;</p> <p>Apenas uma Viação serve o município, tornando o transporte rodoviário deficiente;</p> <p>Não há muito interesse político-administrativo para desenvolver o turismo no município de forma planejada;</p> <p>Falta de conscientização da comunidade quanto à importância do turismo;</p> <p>Deficiência na infraestrutura geral, com reflexos nos serviços turísticos;</p> <p>Ausência de dados referente às condições de vida da população autóctone como grau de urbanização, distribuição de renda, salários e moradias;</p> <p>Carência de dados demográficos;</p> <p>Ausência de mão de obra especializada para os serviços turísticos;</p> <p>Abandono e falta de conservação de alguns alambiques;</p> <p>Pouco conhecimento, por parte da população, da atividade turística e de seus benefícios quando devidamente planejada;</p> <p>Ausência de infraestrutura turística e cultural;</p> <p>A comunidade desconhece o potencial dos atrativos turísticos e culturais da</p>

		cidade; Ausência de um local específico para a compra de souvenirs e lembranças da cidade;
--	--	---

<b>Município</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<b>LuizAlves</b>	<p>Turismo de eventos culturais ocorrendo na região;            Demanda potencial para as atividades de turismo cultural e de natureza;            Existência de leis de incentivo a cultura, através do Fundo Estadual de Cultura;            Crescimento econômico e interesse pelos aspectos culturais;            Preocupação da população e governantes com a preservação do patrimônio histórico cultural no Estado de Santa Catarina;            Geração de incentivo ao desenvolvimento do turismo no espaço rural;            Tendência mundial para a preservação diversificação de negócios turísticos culturais;            Existência de uma política nacional de desenvolvimento turístico e cultural com o Ministério de Turismo e Ministério da Cultura;            O PRODETUR - SUL com investimentos na região.</p>	<p>Ausência de investidores em equipamentos;            Instabilidade política e econômica com possibilidade de períodos de recessão;            Empreendimentos similares na região concorrendo entre si;            Incerteza sobre a evolução dos empreendimentos sem a devida profissionalização e qualidade de serviços;            Mudanças na Política de Cultura do País;            Alteração na legislação de incentivo cultural.</p>

Tabela 07 – Matriz SWOT Luiz Alves

Fonte – UNIVALI, 2012

## 2.2.8 Navegantes

Município	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Navegantes	<p>Valorização da cultura com o grupo de teatro Grupo de Teatro Criando História;</p> <p>Festas religiosas e Carnaval Navegay</p> <p>Aeroporto gerando receita para o município;</p> <p>Valorização da educação com o projeto Soletrando em inglês nas escolas públicas;</p> <p>Preocupação com novos projetos (ampliação do hospital e centro de eventos na região do aeroporto);</p> <p>Divulgação do setor de A&amp;B através de promoções;</p> <p>Criação do projeto “Sustentabilizando a cultura” (programa de rádio);</p> <p>Cursos de informática aos pais de alunos em escolas municipais;</p> <p>Gestão preocupada com tendências do turismo;</p> <p>Sede de campeonatos de surf trazendo olhares para os municípios;</p> <p>Ferry-boat.</p> <p>Existência de coleta seletiva feita pela empresa Recycle</p> <p>Facilidade de acesso entre cidades através do ferry boat</p> <p>Facilidade acesso turístico através do aeroporto</p> <p>Geração de empregos para a comunidade local através do porto</p> <p>Presença de ciclofaixa em ruas principais</p> <p>Vias de acesso especial para o ferry boat, não atrapalhando o trânsito.</p> <p>Academia ao ar livre para a comunidade e turistas</p> <p>Parquinhos para atividade de lazer para as crianças</p> <p>Empresas de locação de carros bem localizadas</p> <p>Locais públicos para prática de esportes (areia)</p> <p>Reurbanização das vias de acesso</p> <p>Projeto de duplicação da BR 470 (trevo de acesso até ponto)</p> <p>Aceitável infraestrutura fluvial;</p> <p>Ferry boat como diferencial entre cidades com foco no turismo de praia e região;</p> <p>Existência de coleta seletiva feita pela empresa Recycle;</p> <p>Facilidade de acesso entre cidades através do ferry boat;</p> <p>Facilidade acesso turístico através do aeroporto;</p> <p>Geração de empregos para a comunidade local através do porto;</p> <p>Presença de ciclo faixa em ruas principais;</p> <p>Vias de acesso especial para o ferry boat, não atrapalhando o trânsito;</p> <p>Academia ao ar livre para a comunidade e</p>	<p>Falta de criação de diferenciais turísticos;</p> <p>Pouco investimento no marketing do município;</p> <p>Pouca infraestrutura de serviços de qualidade;</p> <p>Áreas degradadas e mal conservadas;</p> <p>Pouco aproveitamento do aeroporto como diferencial;</p> <p>Deficiência em colaboradores qualificados;</p> <p>Segurança pública;</p> <p>Atendimento do serviço de saúde.</p> <p>Sinalização turística inadequada;</p> <p>Ausência de caixas eletrônicos;</p> <p>Falta de pontos de ônibus circulares;</p> <p>Dificuldade de acesso entre bairros, por falta de sinalização;</p> <p>Insegurança da comunidade causada pela falta de policiamento;</p> <p>Ausência de guarda-vidas na praia;</p> <p>Terminal Rodoviário precário;</p> <p>Precariedade nos serviços de saúde;</p> <p>Sinalização mal planejada;</p> <p>Ruas com condições precárias (mal pavimentadas);</p> <p>Lojas fechadas no horário de almoço;</p> <p>Falta de uma cooperativa para táxis;</p> <p>Deficiência no sistema de esgoto;</p> <p>Falta de capacitação dos atendentes do comércio;</p> <p>Ruas estreitas, dificultando acesso de ônibus de turismo;</p> <p>Calçadas estreitas e em mal estado de conservação;</p> <p>Ciclovias insuficientes;</p> <p>Pouca sinalização turística para melhor orientação dos turistas e visitantes;</p> <p>Falta lixeiras nas ruas, calçadas e praças.</p> <p>Sinalização turística precária, como também as ruas de acesso aos pontos turísticos;</p> <p>Pouca divulgação dos principais atrativos;</p> <p>Dificuldade de acesso ao Morro da Pedra, principalmente com chuvas;</p> <p>Ausência do conhecimento sobre os recursos naturais por parte da comunidade local;</p> <p>Falta de aproveitamento dos outros recursos naturais que não seja a praia de forma turística;</p> <p>Ausência de arborização no centro da</p>

<p>turistas;  Parquinhos para atividade de lazer para as crianças;  Empresas de locação de carros bem localizadas;  Locais públicos para prática de esportes (areia);  Reurbanização das vias de acesso;  Projeto de duplicação da BR 470 (trevo de acesso até ponto);  Aceitável infraestrutura fluvial;  Ferry boat como diferencial entre cidades com foco no turismo de praia e região;  Preservação constante da Restinga;  A possibilidade da prática de vários esportes na praia;  A existência de uma longa extensão de praia protegida e de fácil acesso, com ondas próprias para o surf;  Locais propícios para turismo ecológico e apreciação da paisagem, por exemplo, o Morro da Pedra;  Recursos para o desenvolvimento da pesca sem prejudicar o meio ambiente;  Utilização dos recursos naturais para a economia local;  Manutenção da vegetação da orla e conservação da restinga;  Presença de áreas verdes em praças;  Áreas rurais preservadas;  Poucas interferências humanas nas construções (exemplo: altura dos prédios na orla);  Diferencial do morro da pedra no incentivo ao Turismo de Aventura;  Eventos típicos que ressaltam a cultura do município;  Incentivo aos artesãos locais;  Pesca artesanal mantendo a cultura do município;  Presença de Festas religiosas que movimentam um fluxo turístico local;  Preservação da cultura local;  Grande fluxo de pessoas no carnaval;  O bloco carnavalesco denominado "Navegay", gerando demanda ao município;  Incentivo ao esporte com a realização de tradicionais campeonatos de futebol de areia;  Incentivo aos cantores locais nos eventos realizados no município;  Existência da Fundação Cultural e seus trabalhos realizados;  Existência de Orquestra Municipal.  Facilidade de acesso ao município (aéreo, marítimo e terrestre);  Orla da praia revitalizada;  Vias aceitáveis para locomoção na cidade;  Academia na praia;  Boa oferta de serviços de A&amp;B na orla;  Infraestrutura turística de fácil acesso na orla marítima;</p>	<p>cidade e outros locais;  Degradação do meio ambiente;  Presença de estabelecimentos na orla, prejudicando a preservação da restinga;  Presença de lixo nos recursos naturais;  Pequena faixa de areia na praia de Gravatá;  Ausência de lixeiras na orla acaba por poluir o local;  A comunidade local não reconhece o potencial dos recursos culturais;  Pouco incentivo do governo municipal para a valorização e desenvolvimento destes recursos;  Pouco reconhecimento de patrimônios históricos da cidade;  A colonização açoriana não é mais valorizada;  Não existem museus nem grupos folclóricos que contam a história da cidade.  Ausência de meios de acesso a portadores de necessidades especiais;  Inexistência de meios de hospedagem adaptados para portadores de necessidades especiais;  Falta de sinalização turística;  Pouca infraestrutura de meios de hospedagem diante da demanda real;  Poucas agências de viagens;  Deficiência no que se refere a atendimento para portadores de necessidades especiais;  Centro de eventos inexistente;  Horários do comércio não atende á demanda turística;  Portal turístico em estado mal conservado;  Restaurantes não apresentam diversidade nos cardápios;  Casas noturnas de má qualidade e não tem diversidade;  Falta de guias turísticos;  Falta de transporte para o aeroporto;  Terminal rodoviário com pequena infraestrutura;  Pouco comércio no terminal rodoviário;  Baixa capacitação para o turismo por parte da comunidade local;  Poucos profissionais qualificados no setor de A&amp;B;  Falta de qualificação para atender portadores de necessidades especiais;  Colaboradores do trade sem formação ou curso de qualificação na área do turismo;  Profissionais com conhecimento da localidade;  Poucos cursos profissionalizantes para a comunidade;</p>
---	---

	<p>Secretaria de turismo no centro da cidade com uma estrutura diferenciada e atrativa (barco);  Presença de aeroporto e porto, trazendo para o município benefícios para a economia local;  Secretário de turismo qualificado e com experiência no setor;  Oferta de cursos técnicos na área de turismo;  Funcionários da secretária de Turismo e Prefeitura Municipal, prestativos e receptivos quando há a procura por serviços na secretaria de turismo;  A maior parte do trade turístico é originária do próprio município, valorizando a comunidade local;  Valorização por profissionais na área de turismo e hotelaria;  Hospitalidade da população local.  O Aeroporto Internacional ajuda a divulgar a cidade aos passageiros;  Município associado à ao Consórcio Costa Verde &amp; Mar ajuda a divulgar Navegantes;  Porto auxiliando na divulgação da cidade;  Parceria com a UNIVALI auxilia na realização do POT e nas estratégias de marketing;  Festa Navegay divulgada como o maior bloco de sujos do carnaval do sul do Brasil;  Existência de calendário de eventos;  Existência de mapas turísticos;  Existência de festas populares que atraem turistas;  Atrativos naturais com projetos em desenvolvimento para preservação e conservação;  Possui como diferencial o acesso à cidade por via aérea;  Sistema de travessia fluvial;  Infraestrutura hidroviária de acesso;  Por ser uma cidade litorânea, possui potencial;  Localização estratégica, pois está próximo às grandes cidades turísticas;  A gestão pública está aberta a propostas para o desenvolvimento turístico da cidade;  Existência de um porto, o que colabora para o desenvolvimento da economia;  Fácil acesso ao município;  A possibilidade do aumento da economia local através de atividades econômicas como: turismo, artesanato entre outras;  Existência de empresas de exportação;  Eco-Ponto, com coleta de lixo reciclável, óleo utilizado na cozinha e pilhas;  Bom acesso aeroviário com voos diários das principais companhias aéreas nacionais;  Localização geográfica estratégica entre capital, Joinville e Blumenau.</p>	<p>Poucas empresas voltadas ao recrutamento e treinamento de RH;  Falta de conhecimento da população local sobre ruas e bairros;  Falta de conscientização da população local sobre o potencial turístico;  Falta de infraestrutura receptiva e pessoas capacitadas para atender às necessidades dos turistas.  Pouca divulgação da cidade em relação ao turismo;  Escasso material de divulgação;  A imagem do município é prejudicada quanto à má fama com relação ao quesito segurança;  Falta de comunicação entre poder público e o privado para divulgação da cidade;  Ausência de um Plano de Marketing;  Pouco investimento no marketing para promoção do destino;  Ausência de incentivo nos recursos naturais e culturais no que se refere a marketing turístico;  Pouco incentivo do poder público na divulgação do potencial turístico da cidade;  Ausência de informações e endereços dos atrativos turísticos no site da prefeitura;  Informações errôneas de endereços em sites, como googlemaps, googleearth;  Não há divulgação de material promocional da cidade para as cidades vizinhas;  Endomarketing: ausência de conhecimento por parte da comunidade local em relação aos atrativos turísticos.  Mobilidade urbana deficitária para portadores de necessidades especiais;  Falta de sinalização turística e de trânsito;  Mau estado de conservação das vias de acesso e via portuária;  Falta de planejamento no desenvolvimento da cidade;  Ausência de placas com nome das ruas, nos bairros;  Ausência de calçadas e padronização das mesmas;  Economia baseada na pesca e porto e suas derivações;  Estrutura atual do aeroporto saturada;  Sinalização urbana, de orientação e turística, não tem continuidade e não se chega aos lugares baseados nas informações das placas atuais;  Não há linhas de ônibus para outras cidades do estado.</p>
--	---	--



Município	Oportunidades	Ameaças
Navegantes	<p>Existência de Leis Estaduais e Federais de Incentivo à Cultura;</p> <p>Crescimento econômico da região;</p> <p>Rio Itajaí oportuniza o crescimento e desenvolvimento do Porto;</p> <p>A realização do evento VolvoOceanRace em Itajaí;</p> <p>Presença de um parque temático próximo ao município;</p> <p>Existência de Leis de Preservação ambiental;</p> <p>Recursos do PAC para melhoria da infraestrutura das cidades pelo Governo Federal;</p> <p>Existência de recursos financeiros para investimentos no turismo e melhorias de infraestrutura;</p> <p>Divulgação da região por parte da Costa Verde &amp; Mar, beneficiando o município;</p> <p>Projeto de cicloturismo na Costa Verde Mar;</p> <p>Programa Vai Brasil, do Ministério do Turismo;</p> <p>Crescimento das viagens no país;</p> <p>Crescimento do poder de consumo;</p> <p>Estrutura aeroviária implantada, porém não são bem explorada e divulgada;</p> <p>Localização geográfica privilegiada;</p> <p>Proximidade com o Porto de Itajaí;</p> <p>Eventos esportivos como Copa de 2014 e Olimpíadas de 2016;</p> <p>Pólos econômicos importantes do Estado próximos ao município;</p> <p>O Parque Beto Carrero World é próximo ao município;</p>	<p>Ocorrência de enchentes, devido às variações climáticas;</p> <p>Ocorrências de ressacas do mar, causando prejuízos nas estruturas públicas e privadas;</p> <p>Existência de espécies de pássaros nas proximidades do aeroporto que podem causar acidentes;</p> <p>Escassez de espécies de peixes que podem comprometer a economia pesqueira do município;</p> <p>Crescimento da marginalização;</p> <p>Processo migratório na região ocasionando “inchaço” nas estruturas;</p> <p>Inflação afetando a economia local;</p> <p>Dificuldade de acesso da BR 470 (duplicação);</p> <p>Condições climáticas ocasionando ressacas e destruição de estruturas na orla marítima da região.</p> <p>Forte concorrência das demais cidades da região;</p> <p>Pouco investimento do governo federal e estadual nas questões de saúde, educação e segurança;</p> <p>Falta de recursos do Governo Federal para duplicação da BR 470;</p>

Tabela 09 – Matriz SWOT Navegantes

Fonte – UNIVALI, 2012

## 2.2.9 Penha

Município	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Penha	<p>Valorização histórica do município;            Gastronomia típica açoriana;            Forte presença de atrativos naturais;            Investimento na valorização imobiliária;            Cultivo da Maricultura;            Festa Nacional do Marisco;            Alta taxa de alfabetização;            Diversidade biológica;            População receptiva;            Conservação da tradição local através de festas típicas;            Existência do Parque Temático Beto Carrero World;            Infraestrutura de apoio diversificada;            Existência do Plano Diretor atualizado;            Oferta dos meios de hospedagem supre a demanda;            Preço da hospedagem acessível;            Investimentos na ampliação da infraestrutura hoteleira;            Infraestrutura acessível e sinalizada ao Parque Beto Carrero World;            Oferta de alimentos e bebidas a Preço acessível;            Agências oferecem serviço de traslado por toda a região;            Agências oferecem serviços de emissivo e receptivo;            Divulgação das agências em sites do município;            Possui cinco marinas que atendem a demanda;            Pontos de transporte coletivo de fácil acesso localizado no centro da cidade;            A cidade dispõe de bons restaurantes;            Incentivos fiscais para empreendimentos turísticos;            Proximidade do aeroporto.            Incentivo das pesquisas ambientais pelo CTTMAR (Núcleo Oceanografia/UNIVALI).</p>	<p>Ausência de revitalização do Centro Histórico;            Ausência de divulgação da cultura e história local;            Baixo desenvolvimento socioeconômico;            Carência da sinalização urbana e turística;            A prática da pesca profissional está implicando no desequilíbrio ecológico, prejudicando a pesca artesanal;            Falta de conscientização turística por parte da comunidade;            Falta de conhecimento em relação aos aspectos culturais, por parte da comunidade local;            Baixa renda dos visitantes;            Falta de qualificação profissional para o desenvolvimento da atividade turística;            Pouca valorização e comercialização do artesanato típico local;            Falta de divulgação dos atrativos turísticos;            Deficiência dos serviços oferecidos na hotelaria;            Falta de equipamentos de lazer;            Carência de informatização dos hotéis;            Inexistência de segmentação mercadológica;            Falta de investimentos no marketing empresarial;            Saneamento básico deficiente;            Pavimentação precária;            Infraestrutura turística do município precária;            Desvio do fluxo de turistas de Penha para o Parque Beto Carrero World;            Insuficiência da infraestrutura básica no município;            Horário restrito de atendimento do comércio local;            Falta de informações sobre turismo emissivo;            Falta de estrutura e segurança nos serviços informais;            Agências de turismo sem operação na baixa temporada impossibilitando contatos;            Revelação de filmes fotográficos apenas em Piçarras;            Má conservação do transporte coletivo;            Baixa permanência dos turistas na cidade;            Pouca diversidade de atrativos noturnos;</p>

		Crescimento demográfico desordenado; Comprometimento da balneabilidade das praias implicando na produção sustentável da maricultura; Divulgação inadequada não atendendo as expectativas e distorcendo a imagem do município.
--	--	---

<b>Município</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<b>Penha</b>	<p>Divulgação da história do município numa projeção nacional; Divulgação de Penha em relação aos principais pólos turísticos; Tendência no consumo de mariscos no Estado e País; Incentivos fiscais para implantação de empreendimentos turísticos; Parcerias entre setor público e privado; Inserção de Penha no Programa de Regionalização do turismo regional; Geração de empregos e renda; Investimento em técnicas de marketing, promoção e vendas; Resgate e valorização da cultura local; Divulgação das agências na internet; Parcerias com os serviços de apoio aos turistas; Proximidade com os principais Pólos turísticos do Estado;</p>	<p>Desconhecimento da história do município por parte dos turistas; Perda da identidade histórica; Supervalorização imobiliária; Instabilidade econômica nacional e mundial; Degradação ambiental; Descaracterização cultural; Repulsão dos turistas por parte da comunidade local; Hotel Beto Carrero em Piçarras pode diminuir a demanda da cidade; Via de acesso ao Parque Beto Carrero dificultando a entrada na cidade; Mudança de governo inviabilizando a continuidade de projetos; Crescimento de turismo de massa; Insatisfação da comunidade com o processo de desenvolvimento do turismo; Variação cambial prejudica a economia das agências de turismo; Concorrência das Agências de Turismo Regionais; Saturação do Parque Beto Carrero World; Internet substituindo as Agências de Viagens; Concorrência de empreendimentos de cidades vizinhas; Migração dos empreendedores locais; Cidades vizinhas podem desenvolver-se turisticamente com mais rapidez; Surgimento de nova empresa de transporte urbano; Turismo receptivo não corresponde às necessidades do local; Aumento da criminalidade; Sazonalidade turística.</p>

Tabela 09 – Matriz SWOT Penha

Fonte – UNIVALI, 2012

## 2.2.10 Piçarras

Município	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Piçarras	<p>Proximidade aos aeroportos de Navegantes, Joinville e Florianópolis;</p> <p>Proximidade a grandes polos turísticos emissores nacionais e internacionais;</p> <p>Reconhecimento como melhor acesso a pesca do Norte de Santa Catarina;</p> <p>Diversidade da fauna e da flora da Ilha Feia;</p> <p>Expressiva qualidade visual da paisagem;</p> <p>Potencialidade para o turismo rural;</p> <p>Atividades náuticas em desenvolvimento;</p> <p>Balneabilidade e temperatura agradável da água do mar;</p> <p>Existência do <i>Bali Hai</i> como equipamento de lazer noturno;</p> <p>A ocorrência do evento Festa Nacional do Mar (FENAMAR);</p> <p>Existência de campeonato de Jet Ski como evento nacional;</p> <p>Presença de campus da Universidade como forma de desenvolvimento local;</p> <p>Existência de associações de bairros como forma de organização social;</p> <p>Existência de leis para uso e ocupação do solo em terrenos próximos à praia;</p> <p>Índice inexpressivo de violência;</p> <p>Hospitalidade da população local;</p> <p>Existência de Posto de Saúde e UTI móvel com assistência à população e turistas em todos os bairros;</p>	<p>Deficiência dos equipamentos de hospedagem e alimentação para a demanda atual;</p> <p>Sinalização turística precária;</p> <p>A infraestrutura da estação rodoviária é insuficiente para atender à demanda;</p> <p>Deficiência na estrutura básica e turística pela ausência de planejamento;</p> <p>Deficiência na mão de obra local para atendimento turístico;</p> <p>Ausência de serviço receptivo e de agenciamento;</p> <p>Atividades culturais pouco intensificadas com mobilidade cultural inexpressiva;</p> <p>Deficiência na conscientização turística por parte da comunidade;</p> <p>Deficiência na divulgação das ações internas e externas do poder público;</p> <p>Divulgação do produto turístico ineficiente;</p> <p>Desarticulação entre o poder público e a iniciativa privada no município e nos municípios vizinhos;</p> <p>Escassez de área de lazer para os turistas.</p>

Município	Oportunidades	Ameaças
Piçarras	<p>Participação do município na Costa Verde e Mar;</p> <p>Desenvolvimento do Programa de Regionalização do Turismo com enfoque na integração dos municípios vizinhos;</p> <p>Ações promocionais desenvolvidas em parceria com o Parque Beto Carrero World;</p> <p>Integração com o município de Penha no desenvolvimento da atividade turística;</p> <p>Desenvolvimento da agricultura familiar e mista por meio da articulação do governo federal e estadual;</p> <p>Fortalecimento do turismo rural no Brasil;</p> <p>Fortalecimento do produto "Festas Catarinenses" no mês de outubro;</p> <p>Captação de eventos em baixa temporada pelos municípios vizinhos;</p> <p>Desenvolvimento da Pesca Artesanal no Estado</p>	<p>Desenvolvimento descontrolado do turismo de massa no litoral catarinense;</p> <p>Desarticulação da Política Nacional do Turismo;</p> <p>Sazonalidade turística;</p> <p>Ausência de políticas públicas regionais de turismo entre os municípios vizinhos;</p>

<b>Município</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
	de Santa Catarina; Duplicação da BR-101 trecho sul.	

Tabela 10 – Matriz SWOT Piçarras

Fonte – UNIVALI, 2012

## 2.2.11 Porto Belo

Município	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Porto Belo	<p>A Mata Atlântica está preservada na maior parte do município;</p> <p>Existência de Leis de Proteção ao Meio Ambiente;</p> <p>Existência de uma Lei Orgânica voltada ao Turismo e à Preservação;</p> <p>Abertura ao mercado de cruzeiros;</p> <p>A diversidade cultural e folclórica;</p> <p>A localização permite a expansão municipal e regional;</p> <p>Existência do Conselho Municipal de Turismo - COMTUR;</p> <p>Boas condições para a prática de esportes náuticos;</p> <p>Igreja Matriz tombada pelo Patrimônio Histórico;</p> <p>Presença de arquitetura colonial portuguesa;</p> <p>Apresentações folclóricas pela comunidade local;</p> <p>Manifestações religiosas presentes;</p> <p>Participação da comunidade nas festas, preservando a cultura local;</p> <p>Conservação e beleza da Ilha de Porto Belo;</p> <p>Desenvolvimento de pesquisas para o desenvolvimento sustentável do empreendimento Ilha de Porto Belo em parceria com o Curso de Turismo e Hotelaria da UNIVALI;</p> <p>Controle da capacidade de carga da ilha;</p> <p>Presença de sotaque típico da região;</p> <p>Gastronomia típica presente;</p> <p>Qualidade das marinas;</p> <p>Pequena intrusão humana nas praias mais distantes dos centros urbanos;</p> <p>Instituição e participação ativa do COMTUR nas ações ligadas ao desenvolvimento turístico local;</p> <p>Posicionamento geográfico privilegiado;</p> <p>Os restaurantes são ambientes agradáveis, oferecendo opções variadas de tipos de cardápios;</p> <p>Possuem preços acessíveis durante a baixa temporada;</p> <p>Peixes e frutos do mar frescos e de fácil acesso devido aos fornecedores locais;</p> <p>Local privilegiado dos restaurantes, possuindo como atrativo a beleza natural das praias;</p> <p>Bares flutuantes como excelente atrativo e diferencial de produto turístico;</p> <p>Crescimento do incentivo à Maricultura e Ostricultura;</p> <p>Incentivo para a produção de artesanato local;</p> <p>Baixo índice de analfabetismo;</p> <p>Desenvolvimento turístico da Ilha de Porto Belo.</p>	<p>Falta de vias de acessos alternativas e pavimentação;</p> <p>Insuficiência de sinalização urbana e turística;</p> <p>Falta de sinalização na parte rural;</p> <p>Congestionamento intenso na alta temporada;</p> <p>Inexistência de distribuidoras de alimentos e bebidas locais, gerando dependência de outros municípios;</p> <p>Carência de saneamento básico;</p> <p>Inexistência de sistemas de tratamento de esgoto;</p> <p>Deficiência na limpeza pública;</p> <p>Inexistência de um banco de dados sobre aspectos gerais do município;</p> <p>Falta de planejamento urbano e controle de dados;</p> <p>Falta de dados do turismo emissivo;</p> <p>Descaracterização dos monumentos históricos, hoje utilizados como comércio local;</p> <p>Descaso na preservação/conservação dos Patrimônios Históricos;</p> <p>Falta de Incentivo ao turismo histórico-cultural;</p> <p>Pouca divulgação turística e das festas locais;</p> <p>Pouca diversificação do comércio;</p> <p>Falta de estrutura e mão-de-obra qualificada;</p> <p>Baixo aproveitamento dos equipamentos turísticos da cidade;</p> <p>Poucos investimentos em capacitação da mão-de-obra;</p> <p>Falta de valorização dos artesões locais frente ao comércio;</p> <p>Poucos restaurantes típicos de qualidade;</p> <p>Inexistência de chuveiros na Ilha de Porto Belo;</p> <p>Redução da Pesca Artesanal;</p> <p>Maioria dos chefes de família atinge menos de cinco anos de Escolaridade;</p> <p>Maioria dos chefes de família ganha até dois salários mínimos;</p> <p>Dependência de bombeiros de outros municípios;</p> <p>Desconhecimento geral das Leis Municipais;</p> <p>Ausência de um posto alfandegário;</p> <p>Desinteresse da população local pelo turismo;</p> <p>Concentração maior do fluxo de demanda em um período curto da temporada de verão;</p> <p>A maioria dos estabelecimentos</p>

		<p>comerciais de Alimentos e Bebidas encontra-se fechados durante a época de baixa temporada, principalmente os situados nos bairros distantes do centro;</p> <p>Muitas padarias fechadas durante a baixa temporada, principalmente em Perequê, fazendo com que a população local procure tais produtos em mercados;</p> <p>Muitos dos bares e lanchonetes são estabelecimentos simples, possuindo a parte da área de produção sem muitos cuidados negligenciando as normas de higiene e segurança;</p> <p>Insuficiência de abastecimento de água na alta temporada;</p> <p>Carência de treinamento e mão-de-obra especializada para área de Alimentos e Bebidas.</p>
--	--	---

<b>Município</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<b>Porto Belo</b>	<p>A vinda de cruzeiros marítimos para o Estado de Santa Catarina;</p> <p>Aumento do número de turistas no litoral catarinense provenientes de outros estados;</p> <p>Possíveis parcerias entre os municípios do litoral;</p> <p>Regionalização/Costa Verde e Mar, aumentando a divulgação com a unificação dos municípios;</p> <p>Aeroportos próximos a Porto Belo;</p> <p>Pólos econômicos fortes próximos ao município;</p> <p>Crescimento da demanda de cruzeiros marítimos;</p> <p>Inexistência de desastres naturais por fatores climáticos;</p> <p>A tendência de fuga dos grandes centros urbanos em busca do ambiente natural;</p> <p>Muitos cruzeiros confirmados para Santa Catarina que buscam um porto que ofereça uma relação custo benefício viável;</p> <p>Linhas de crédito oferecidas pelo Governo Federal para reestruturação e construção de novos empreendimentos turísticos;</p> <p>Parceria entre o Ministério do Turismo e a Fundação Roberto Marinho a fim de capacitar o profissional de turismo;</p> <p>Incentivo do governo na divulgação dos atrativos turísticos dos municípios;</p> <p>Cenário econômico mundial e nacional passam por um momento estável, favorecendo o desenvolvimento do país.</p> <p>Criação do colegiado das Secretarias de Turismo da AMFRI.</p>	<p>Mudanças climáticas;</p> <p>Crescimento da criminalidade na região no período da alta temporada;</p> <p>Processo alfandegário negado para os cruzeiros marítimos na temporada;</p> <p>Diminuição do período de férias escolares;</p> <p>Proximidade de destinações mais consolidadas e/ou com melhor infraestrutura;</p> <p>Poluição da foz dos principais rios da região, prejudicando a balneabilidade;</p> <p>Massificação turística na região, causando impacto ao meio ambiente;</p> <p>Alta concorrência dos empreendimentos nos municípios vizinhos.</p> <p>Sazonalidade em decorrência da baixa temporada;</p> <p>Estrutura de transportes deficiente para atender a demanda;</p> <p>Oscilação do dólar.</p>

Tabela 11 – Matriz SWOT Porto Belo

Fonte – UNIVALI, 2012

## **2.3 Diagnóstico da Região**

### **2.3.1 Socioeconômico e Infraestrutura**

#### Pontos Fortes / Oportunidades

Santa Catarina conta com o IDH acima da média nacional e a região sul do país continua como uma das mais desenvolvidas no Brasil.

A população de acadêmicos de cursos graduação continua constante e a abertura de cursos técnicos faz com que a oferta de profissionais qualificados seja uma constante na região. Vale ressaltar a existência de cursos de graduação e tecnologia específicos para as demandas da região, como Logística, Engenharia Naval, Turismo e Hotelaria, Gastronomia, entre outros.

#### Pontos Fracos / Riscos

A qualidade de vida para alguns no Brasil continua aumentando, porém a desigualdade social ainda permanece um problema a ser enfrentado.

A busca por empregos durante a alta temporada continua sendo uma realidade nos municípios da Costa Verde & Mar em especial nos litorâneos, que muitas vezes não conseguem absorver esta mão de obra durante o resto do ano, causando problemas sociais.

As ações sociais referentes ao processo migratório continuam sendo uma necessidade para os municípios da região da Costa Verde & Mar.

O mercado de trabalho ainda conta com diversos profissionais formados que não conseguem colocação, porém principalmente em relação a Gastronomia, a absorção destes profissionais tem provocado um aumento de qualidade na oferta gastronômica de grande parte dos municípios da região.

### **2.3.2 Economia**



### Pontos fortes / Oportunidades

A Vocação para o setor de serviços ainda é constante na região. A chegada das franquias continua, principalmente em relação a estabelecimentos comerciais de varejo e estabelecimentos de alimentos e bebidas.

### Pontos fracos / Riscos

A produção agropecuária na região continua pequena, conseqüentemente sua participação no PIB também, porém este setor é substituído por outras atividades econômicas.

A disparidade do crescimento dos municípios é uma realidade, porém o planejamento em conjunto e trabalhos voltados para a regionalização demonstram que a região tem caminhado para a diminuição da influência deste fator.

## **2.3.3 Educação**

### Pontos fortes / Oportunidades

A região continua com diversos estabelecimentos públicos e privados de ensino, inclusive com a implantação de novas Instituições de Ensino Superior. Ressaltamos, porém, que existem municípios da região que não são contemplados com essa oferta.

Além da Universidade para o Desenvolvimento de Santa Catarina - Udesc, foram implantados novos cursos em Faculdades Municipais, além da oferta do ensino superior na modalidade de Ensino a Distância. Ressaltamos ainda a presença do Instituto Federal de Educação, no município de Camboriú, com formação técnica para o turismo.

As pesquisas de turismo continuam sendo realizadas na região, seja por

iniciativa das próprias Instituições através de seus programas de graduação e pós-graduação, seja por demandas geradas pelos órgãos públicos de turismo estadual, regional e municipal, assim como pesquisas encomendadas pelo trade turístico.

#### Pontos fracos / Riscos

A busca pela melhoria da qualidade no ensino médio e fundamental ainda demonstra-se uma realidade não só na região como no país.

Os recursos humanos qualificados à atividade turística têm conseguido uma maior colocação no mercado de trabalho, vale ressaltar que estão também conseguindo a inserção na gestão pública do turismo municipal e regional no âmbito da Costa Verde & Mar. O declínio das faculdades de turismo fez com que diversos cursos da região e do estado encerrassem suas atividades, porém ainda existem cursos oferecidos e com uma demanda estabilizada, além do fortalecimento dos cursos de Gastronomia, que conforme citado anteriormente, tem trazido qualidade para a oferta gastronômica regional.

#### **2.3.4 Infraestrutura de acesso**

##### Pontos Fortes / Oportunidades

A finalização da duplicação da BR-101 continua sendo uma necessidade, porém na medida em que a obra avançou, o número de visitantes aumentou, principalmente os provenientes de destinações mais próximas.

A representatividade do eixo viário em que a região se encontra continua sendo de grande importância, pois permite o fácil acesso de visitantes das mais variadas regiões.

A rodovia Jorge Lacerda continua como importante eixo de ligação regional.

Apesar da mobilização política para a liberação da verba de duplicação da BR 470, a mesma ainda não se tornou realidade.

A proximidade dos aeroportos continua sendo uma oportunidade para o desenvolvimento turístico da região.

Os cruzeiros marítimos são uma realidade no município de Porto Belo, e também no município de Itajaí, com paradas constantes ao longo da temporada de cruzeiros.

A oferta de veículos para o transporte coletivo continua um ponto positivo, porém é necessário avaliar a qualidade dos mesmos.

#### Pontos Fracos / Riscos

A falta de manutenção e sinalização da BR 101 já não é um problema tão acentuado devido à atuação das concessionárias, que executam a manutenção das mesmas de forma contínua, mantida através da cobrança de pedágio em três pontos no Estado de Santa Catarina. Porém, ainda podemos perceber a carência de sinalização turística, que esteja de acordo com os padrões internacionais.

A BR 470 continua sendo o principal meio de acesso de turistas do médio e alto vale de SC, e continua com diversos problemas enfrentados em relação à manutenção, aumento do tráfego dos municípios em suas margens e a necessidade de uma maior fiscalização. Ressaltamos ainda a manifestação popular e de veículos de comunicação para a duplicação da mesma.

A rodovia Jorge Lacerda ainda conta com problemas em relação à manutenção e sinalização turística.

A precariedade da sinalização de acesso aos municípios ainda continua

deficitária.

O acesso marítimo de Itajaí teve uma melhoria substancial com a reforma do píer e da estrutura receptiva do município. Outro forte fator foi a realização do evento Volvo OceanRace que permitiu a melhoria de diversos aspectos relacionados à infraestrutura.

A frota de veículos continua crescendo em toda a região, assim como o aumento das vias continua sendo uma necessidade para facilitar a mobilidade de todos. Alguns municípios alteraram o trânsito em suas vias tentando melhorar a qualidade da mobilidade, porém o problema regional ainda continua presente.

As vias urbanas ainda contam com a movimentação de veículos pesados.

### **2.3.5 Infraestrutura urbana**

#### Pontos fortes / Oportunidades

O tratamento de esgoto, apesar da melhoria na época do documento original, continua sendo um problema dos municípios, principalmente devido ao aumento populacional nos momentos de alta utilização turística.

#### Pontos fracos / Riscos

A necessidade de investimento em infraestrutura básica continua necessária.

Ainda existem poucos projetos voltados para a minimização dos impactos ambientais das atividades econômicas da região, continuando a afetar a balneabilidade das praias.

Os problemas de abastecimento durante a alta temporada ainda continuam como uma realidade nos municípios litorâneos.

### **2.3.6 Limpeza Pública**

#### Pontos fortes / Oportunidades

A limpeza pública dos municípios da Costa Verde & Mar continua sendo satisfatória durante os períodos de normalidade, porém na alta temporada, devido ao aumento da demanda, ainda existem problemas pontuais nos municípios litorâneos.

#### Pontos fracos / Riscos

A carência de lixeiras nas praias e nas vias de acesso ainda é um problema existente, assim como a falta de conscientização de grande parte da população para a manutenção da limpeza pública.

Apesar da existência de novos programas de coleta seletiva em alguns municípios da região, ainda existe boa parte da população que não está conscientizada sobre o destino do lixo doméstico.

Os órgãos e entidades responsáveis pelo lixo ainda carecem de ações mais transparentes na gestão deste serviço.

### **2.3.7 Energia Elétrica**

#### Pontos fortes / Oportunidades

O serviço de energia elétrica é satisfatório nos municípios, porém em horários de pico, durante a alta temporada, podem ocorrer variações no fornecimento da mesma.

#### Pontos fracos / Riscos

A iluminação pública e sua manutenção ainda é deficiente em diversos

bairros de alguns municípios inseridos na região.

### **2.3.8 Saúde**

#### Pontos fortes / Oportunidades

Todos os municípios contam com postos de saúde ou hospitais. Alguns trabalham com atendimentos diferenciados para os turistas.

#### Pontos fracos / Riscos

A qualidade dos serviços públicos de saúde é uma demanda constante em todos os municípios, sendo sempre um aspecto necessário para a garantia da qualidade de vida do morador e do turista;

### **2.3.9 Correios e comunicações**

#### Pontos fortes / Oportunidades

A oferta do serviço de Correios continua presente em todos os municípios.

Apesar da grande oferta de empresas de telefonia móvel pelas principais operadoras, os sistemas das mesmas têm sofrido falhas, fazendo com que em determinados momentos aconteçam “apagões” na oferta dos serviços.

#### Pontos fracos / Riscos

As agências de correio continuam com o atendimento padrão em relação aos horários. A atualização dos dados se dará com a apresentação do estudo socioeconômico.

O meio rural na região da Costa Verde & Mar continua com problemas de

comunicação com a ausência de sinal telefônico celular e de internet em algumas localidades, sendo necessária sua ampliação.

### **2.3.10 Segurança**

#### Pontos fortes / Riscos

Os municípios continuam com a presença da Polícia Militar e Civil, bem como a criação da Guarda Armada e dos Agentes de Trânsito em Balneário Camboriú. O aumento do número do efetivo ainda continua sendo feito durante a temporada.

A implantação da guarda de trânsito foi efetivada em alguns municípios.

O município de Balneário Camboriú implantou a utilização das bike patrulhas, scooters, policiais montados, quadriciclos no patrulhamento de areia, entre outros.

#### Pontos fracos / Riscos

A necessidade de treinamento do efetivo nas temporadas em relação ao atendimento ao turista continua necessário.

Os problemas de segurança pública continuam sendo um ponto a ser observado.

Nem todos os municípios contam com a guarda municipal de trânsito, fazendo com que a gestão de trânsito em alta temporada seja um problema a ser resolvido.

### **2.3.11 Corpo de bombeiros**

#### Pontos fortes / Oportunidades

O corpo de bombeiros continua sendo um grande agente de resolução de problemas, assim como as ambulâncias do SAMU.

#### Pontos fracos / Riscos

Os problemas de seguranças em relação aos banhistas continuam uma preocupação para os gestores, de forma que continua sendo um ponto fraco/risco.

Diversos postos de salva-vidas são somente ativados durante a alta temporada, fazendo com que fiquem sucateados ao longo do ano, necessitando da manutenção contínua.

A falta de integração entre os agentes de segurança pública e os bombeiros voluntários continua na pauta como um ponto fraco / risco, continuando uma preocupação dos gestores.

### **2.3.12 Estabelecimentos de crédito**

#### Pontos Fortes / Oportunidade

A oferta de estabelecimentos de crédito continua presente em todos os municípios. O Banco do Estado de Santa Catarina - BESC hoje foi incorporado pelo Banco do Brasil.

#### Pontos fracos / Riscos

Necessidade de caixas 24h com vigilância e localização adequada para garantir a segurança de seus usuários, continua um aspecto relevante.



### **2.3.13 Aspectos Geográficos / Geologia**

#### Pontos fortes / Oportunidades

A paisagem litorânea continua sendo um grande fator de atratividade de turistas, porém deve-se também ressaltar as paisagens rurais como um atrativo potencial para agregar valor à atividade regional.

#### Pontos fracos / Riscos

A extração de rochas e da areia continua comprometendo o solo e consequentemente a qualidade visual da paisagem em determinados locais.

### **2.3.14 Geomorfologia**

#### Pontos fortes / Oportunidades

O relevo diversificado da região continua sendo um excelente aspecto para o desenvolvimento de atividades relacionadas ao turismo de sol e praia, ecoturismo e atividades esportivas.

A ocupação desordenada de encostas e planícies continua provocando impactos na paisagem e danos ambientais. Existe a possibilidade de abrandamento de legislações ambientais, que acabarão comprometendo esta realidade se aprovadas.

### **2.3.15 Solos**

#### Pontos fortes / Oportunidades

O uso rural do solo em diversos municípios ainda é um produto a ser desenvolvido turisticamente na região.

### Pontos fracos / Riscos

O acompanhamento técnico continua sendo necessário para evitar os problemas de erosão e assoreamento, tanto no ambiente rural quanto urbano.

### **2.3.16 Clima**

#### Pontos fortes / Oportunidades

Os dados e previsões meteorológicas atualmente contam não somente com as estações meteorológicas na região da Costa Verde & Mar como foram popularizadas através da internet e aplicativos para smartphones, possibilitando o acesso mais facilitado à informação e conseqüentemente ao planejamento das atividades turísticas e agrárias.

O clima catarinense continua ameno, porém a quebra da sazonalidade poderá ser efetivada pela diversidade de produtos turísticos oferecidos ao longo do ano, nas mais variadas segmentações.

#### Pontos fracos / Riscos

A divulgação dos fatores climáticos desfavoráveis pela mídia continua uma ameaça, hoje potencializada através da internet e das mídias sociais. Vale lembrar a atuação da imprensa nacional nas enchentes de 2008 e 2009.

O Fenômeno El Niño, bem como a La Niña são fenômenos cíclicos, e como tal, devem ser monitorados para que o planejamento e a execução da gestão turística na região Costa Verde & Mar não seja pega de surpresa em momentos adversos.

### **2.3.17 Vegetação**

### Pontos fortes / Oportunidades

A região conta com uma grande biodiversidade, ainda pouco explorada pelos segmentos de ecoturismo e turismo de aventura. Vale ressaltar que o Morro do Baú foi uma das regiões mais prejudicadas com a enchente do ano de 2008.

A diversidade de formações vegetais ainda possibilita a criação de rotas temáticas, apresentando um grande potencial para o desenvolvimento de atividades turísticas no meio ambiente.

A importância da implantação de Unidades de Conservação continua em pauta, inclusive com a criação em municípios da Costa Verde & Mar.

### Pontos fracos / Riscos

A vegetação que cobre parte das terras dos municípios da Costa Verde & Mar continua, de modo geral, degradada pelo uso e ocupação inadequados das áreas urbanas e rurais.

As espécies exóticas continuam presentes nos municípios da região e podemos citar atitudes positivas como a do município de Camboriú, repovoando a margem do rio com espécies nativas.

O número de áreas naturais protegidas vem aumentando de forma pontual, porém a necessidade da implantação dos planos de manejo continua como um ponto fraco / risco.

## **2.3.18 Fauna**

### Pontos fortes / Oportunidades

A presença da fauna marinha nos municípios costeiros ainda é um importante

elemento de atratividade para o turismo contemplativo e de meio ambiente.

A diversidade de peixes, crustáceos e moluscos ainda representam papel de importância na economia da região, seja através da pesca e da oferta de produtos gastronômicos regionais.

A maricultura continua sendo destaque econômico na região, tendo conquistado um espaço de destaque no mercado nacional.

As áreas de Mata Atlântica tem sua importância cada vez mais reconhecida, seja pela manutenção das espécies nativas, seja pela manutenção do ecossistema ou pela busca na qualidade de vida das populações.

#### Pontos fracos / Riscos

A falta de informações relativas a diversidade biológica marinha e costeira da região continua sendo um ponto a ser trabalhado;

A fiscalização para evitar o extermínio de espécies em extinção continua sendo uma necessidade em toda a região, assim como no país.

### **2.3.19 Hidrografia**

#### Pontos fortes / Oportunidades

A diversidade de recursos hídricos continua sendo um fator de potencialidade para o desenvolvimento da pesca, turismo náutico e prática de esportes aquáticos nos municípios litorâneos. A presença de cascatas nos municípios sem litoral apresenta um grande potencial para o desenvolvimento do ecoturismo e turismo de aventura.

#### Pontos fracos / Riscos

A falta de cuidado com a manutenção das matas ciliares, bem como o despejo de dejetos nos rios que desembocam na região continuam comprometendo o equilíbrio e a qualidade das águas.

O quadro de alterações climáticas vem se agravando no decorrer dos anos, causando desastres naturais e prejuízos econômicos para as regiões atingidas.

A atividade portuária continua em crescimento, fazendo com que a alteração dos ambientes costeiros causada pela atividade continue como um ponto fraco ou risco.

A expansão da atividade de maricultura pode descaracterizar a paisagem costeira, porém a mesma veio sendo gerenciada de maneira sustentável na região, não causando maiores impactos até então. Porém, o seu contínuo monitoramento ainda se mostra necessário.

A poluição do rio Itajaí-Açu continua um ponto fraco / risco para o desenvolvimento da atividade turística na região em razão da falta de políticas públicas e conscientização da população e empresários.

### **2.3.20 Legislação ambiental**

#### Pontos fortes / Oportunidades

As leis ambientais estão presentes em todas as administrações.

#### Pontos fracos / Riscos

A falta de conhecimento da legislação ambiental acaba fazendo com que muitas sejam descumpridas. Além desse aspecto, o país está vivendo um momento em que a legislação ambiental nacional está sendo discutida, de forma que o assunto acabou recebendo uma maior atenção por parte do grande público.

A poluição visual continua sendo um grande fator de degradação da paisagem na região da Costa Verde & Mar.

### **2.3.21 Monumentos históricos**

#### Pontos fortes / Oportunidades

As construções históricas estão presentes em todos os municípios que compõem a região, algumas de maneira mais preservada, outras nem tanto.

O porto de Itajaí continua com o potencial de atrativo turístico como caráter técnico científico e hoje também podemos incluir o porto de Navegantes.

#### Pontos fracos / Riscos

A falta de interpretação, preservação e valorização do patrimônio histórico ainda são aspectos a serem observados nos municípios, porém atualmente existem mais fontes de investimento para o desenvolvimento de projetos culturais que possam diminuir essa realidade.

As praças dos municípios da região ainda contam com poucos aspectos relacionados à história e cultura da região.

A falta de incentivo governamental e interesse público para a conservação do patrimônio cultural vêm diminuindo aos poucos no decorrer dos anos. A criação de fundos voltados para o desenvolvimento e manutenção da história e cultura hoje são mais comuns.

A deficiência na infraestrutura destes espaços continua um ponto fraco/risco, pois poucas obras e projetos visando a resolução deste problema foram colocados em práticas na região

### **2.3.22 Folclore / Tradição / Hábitos de vida**

### Pontos fortes / oportunidades

A manutenção das manifestações folclóricas continua sendo um aspecto positivo em relação a atividade turística, apesar do pouco uso destas atividades como componente do produto turístico regional.

A pesca artesanal também continua representativa e contribui para a manutenção das tradições locais.

A existência de produtos coloniais na maioria das cidades continua valorizando as tradições e hábitos da população.

A gastronomia ainda é considerada uma oportunidade, principalmente a portuguesa, açoriana e a típica do litoral catarinense, fruto da mistura étnica e cultural, porém pouco utilizadas no produto turístico regional.

### Pontos fracos / Riscos

A perda da identidade cultural única nos municípios da região faz com que nenhum aspecto cultural tenha a devida atenção na composição do produto turístico regional, sendo o mesmo fragmentado e desordenado em relação ao turismo cultural.

A gastronomia típica regional vem perdendo o pouco espaço para a cozinha contemporânea, fazendo com que estas raízes possam ser perdidas

## **2.3.23 Manifestações artísticas**

### Pontos fortes / Oportunidades

A diversidade de manifestações artísticas na região continua como um grande ponto forte / oportunidade, podendo contribuir para o desenvolvimento e fortalecimento de produtos culturais.

### Pontos fracos / Riscos

A deficiência das feiras integradas continua sendo uma realidade nos municípios da região.

As oficinas para o estímulo à produção artística regional continuam sendo pontuais em alguns municípios, não sendo uma realidade regional.

Os núcleos de artesanato da região ainda continuam pouco valorizados e incentivados, com poucos espaços e principalmente com problemas em relação a sua identidade cultural;

Os projetos ligados às artes cênicas continuam em pequeno número na região, sendo considerado um ponto fraco /risco em relação à atividade turística.

### **2.3.24 Eventos e Festas**

#### Pontos fortes / Oportunidades

Continuidade da ocorrência de festas com base na culinária e produtos típicos locais.

Incremento de eventos esportivos e oferta de shows em nível estadual, nacional e internacional.

#### Pontos fracos / riscos

Falta de integração na elaboração e divulgação conjunta do calendário de eventos. Hoje com o desenvolvimento de propostas regionais o calendário de eventos regional já está mais próximo da situação ideal.

Falta de equipamentos e centros de convenções para atender eventos de pequeno, médio e grande porte no ambiente regional. Houve uma mudança em



relação aos investimentos realizados no evento Volvo OceanRace, que suprirá também demandas regionais.

Existência de infra-estrutura para eventos não núcleo externo (forada Costa Verde & Mar). Este aspecto continua sendo um risco/ponto fraco.

### **2.3.25 Infraestrutura Turística / Meios de Hospedagem**

#### Pontos fortes / Oportunidades

A estrutura de meio de hospedagem continua sendo em maior quantidade nos municípios litorâneos, porém apesar do grande número de leitos, a quantidade de estabelecimentos com qualidade não é tão acentuada.

A presença de equipamentos de hospedagem de várias classificações permite uma variedade dos públicos na região.

A oportunidade de investimentos em meios de hospedagem continua uma realidade, não só no espaço rural, bem como a oferta de hotéis para turistas de eventos e estabelecimentos de lazer voltados para um público com uma melhor capacidade financeira.

#### Pontos fracos / Riscos

A falta de qualidade na prestação dos serviços dos meios de hospedagem ainda é sentida, tanto no nível operacional quanto no gerencial.

Os meios de hospedagem nos municípios não litorâneos ainda são muito simples em relação às necessidades dos turistas e visitantes.

Muitos equipamentos de hospedagem estão defasados em relação à sua infraestrutura, passando uma imagem de falta de qualidade turística na região.

A falta de aceitação da comunidade para com um grande empreendimento turístico é sempre uma ameaça se as diretrizes de minimização de impacto e de participação da mesma não sejam colocadas em prática.

### **2.3.26 Alimentos e bebidas**

#### Pontos fortes / Oportunidades

A região conta cada vez mais com uma oferta diversificada de equipamentos de alimentos e bebidas.

#### Pontos fracos / Riscos

A via gastronômica perdeu sua atratividade com o declínio apontado no documento de 2007, porém outros estabelecimentos de qualidade acabaram assumindo este papel, não só no município de Balneário Camboriú, como nos demais municípios da região.

A sazonalidade continua sendo um problema para a região. Projetos como festivais gastronômicos tem sido realizados nos municípios visando a manutenção dos serviços, assim como a utilização dos sites de compra coletiva por parte dos empresários, visando manter suas vendas em períodos de baixa temporada.

A estagnação de estabelecimentos de Alimentos e Bebidas a beira mar não se confirmou, com a implantação de novos equipamentos nos diversos municípios.

### **2.3.27 Entretenimento**

#### Pontos fortes / Oportunidades

O uso do espaço rural como diferencial para a realização de eventos e atividades de lazer e entretenimento continua sendo uma oportunidade.

O investimento em espaços multiuso gera uma grande oportunidade para a realização de eventos variados na região.

A região ainda conta com diversos equipamentos de entretenimento, em maior número nos municípios turísticos.

A possibilidade de implantação de equipamentos de entretenimento nos demais municípios da região faria com que a mesma fosse fortalecida para competir com os demais destinos.

As atividades náuticas e subaquáticas ainda demonstram um grande potencial não totalmente explorado na região.

As marinas continuam sendo uma necessidade dos municípios litorâneos, principalmente em relação a infraestrutura de lazer.

#### Pontos fracos / Riscos

Ainda existe a carência de espaços para peças teatrais. As salas de cinema estão presentes em alguns municípios e os espetáculos musicais foram assumidos pelas casas noturnas da região.

Ainda existe pouca diversidade de parques temáticos, aquáticos, diversões e outros que estimulem e diversifiquem a demanda turística.

#### **2.3.28 Informações turísticas**

##### Pontos fortes / oportunidades

A preocupação em ofertar postos/centrais de informações turísticas tem se constituído em importante fator para alguns municípios da Costa Verde & Mar. Essa realidade continua presente na atualidade, não só na implantação,

que já se realizou, mas na manutenção do atendimento com qualidade e na regionalização das informações.

A construção do sistema de informações turístico integrado para os municípios da Costa Verde & Mar ainda se demonstra como uma oportunidade a ser buscada.

#### Pontos fracos / Riscos

Os problemas relacionados a deficiências organizacionais nos locais de informações turísticas ligadas a: recursos tecnológicos (computadores com acesso à internet), operação contínua (horário de atendimento) e pessoal qualificado continuam atuais, como será demonstrado no estudo socioeconômico.

Carência na qualidade das informações e de materiais informativos turísticos ofertados nos PIT continua sendo uma realidade apesar dos esforços municipais e da região para a resolução destes problemas.

A deficiência de divulgação conjunta e integrada entre os municípios da Costa Verde & Mar, através de seus Postos de Informações Turísticas vem sendo minimizado a cada ano com a criação do consórcio CITMAR e das ações voltadas para a região.

#### **2.3.29 Outros itens**

##### Pontos fortes/ Oportunidade

A grande oferta de agências receptoras e emissoras continua sendo um ponto forte / oportunidade da região.

##### Pontos fracos / Riscos

Continua a necessidade de agências que operem também em segmentos

específicos do turismo, eventos, ecoturismo e outros.

No condicionamento físico e de saúde, há carência de espaços para pistas de cooper, caminhadas e cicloviárias em todos os municípios apesar de esforços notadamente dos municípios de Itajaí e Balneário Camboriú.

A sinalização turística na maioria dos municípios é deficiente ou em mau estado de conservação.

Continua a necessidade de padronização da sinalização turística de acordo com o padrão Embratur/Denatran/IPHAN.

## **2.4 Prognóstico**

A realização de um prognóstico de uma realidade respeita a identificação dos pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças do ambiente observado, que vão levar a compreensão mais aprofundada sobre o mesmo.

Em relação ao documento original do PEMTI, a análise realizada pela equipe técnica da UNIVALI, no ano de 2012, observou os dados levantados anteriormente e pontou as necessidades de atualização, confirmação, retificação ou ratificação sobre os aspectos pesquisados.

Em relação aos aspectos da população, economia, educação, infraestrutura urbana, infraestrutura de acesso, segurança pública, limpeza pública, correios, comunicações, estabelecimentos de crédito e outros as observações realizadas no presente documento são passíveis de confirmação nas oficinas participativas com os municípios e com a região.

Os índices relativos à população demonstram a posição vantajosa da região Sul do País e dos municípios da Costa Verde & Mar em relação ao restante do país. Esses dados atualizados serão apresentados no estudo socioeconômico que está sendo construído.

A população acadêmica ainda continua bastante presente nos municípios da região, dinamizando a economia durante os períodos de baixa temporada e também possibilitando uma grande oferta de profissionais qualificados nas mais diversas áreas. Vale ressaltar a presença de estudantes do curso de Gastronomia em diversos estabelecimentos de Alimentos e Bebidas da região, fazendo com que a qualidade dos mesmos seja superior às demais.

A economia regional continua com seus índices de crescimento e diferenciação. Por ser uma região notadamente turística, temos alguns setores da economia com participação inferior ao restante do estado, porém setores como o turismo e a construção civil são superiores, fazendo com que esta balança seja equilibrada por outras atividades. Problemas referentes à sazonalidade, oferta

de empregos de baixa qualidade que acabam atraindo migrantes que não conseguem se manter na região continuam reais, de forma que a atenção dos gestores deve estar voltada para essa questão. O crescimento econômico dos municípios da região também é diferenciado, pois a dependência econômica dos mesmos não é igual, ou seja, temos municípios com pequenas indústrias, atividades agrícolas, enquanto outros tem o turismo e a construção civil como motor econômico.

Em relação à educação, a grande oferta de cursos se manteve, inclusive com a implantação de faculdades municipais e o avanço da oferta de cursos superiores na modalidade de Ensino à Distância.

Grande parte da vantagem competitiva da região se dá pelas suas facilidades de acesso, independente do modal utilizado. Ressaltamos que o cuidado com a manutenção das rodovias, assim como a necessidade de duplicação de muitas vias faz com que esse aspecto possa influenciar negativamente a demanda. Os acessos aéreos também facilitam a vinda dos visitantes, apesar da pouca oferta de voos em determinados momentos do ano. Citamos como um aspecto limitante no documento original e que atualmente poderíamos citar como um ponto forte / oportunidade, seria a consolidação dos municípios de Porto Belo e Itajaí como receptores do turismo náutico, graças a investimentos públicos e privados.

A infraestrutura urbana composta pelos sistemas de abastecimento de água, energia elétrica, segurança, saúde pública, serviço de correios, telefonia, internet, estabelecimentos de crédito e outros aspectos importantes não só para os turistas como para a população local vem recebendo investimentos contínuos ao longo dos anos, porém ainda contam com uma grande necessidade dos mesmos, principalmente devido ao aumento da população e da demanda por estes serviços.

Analisando o eixo temático aspectos naturais, a variedade de formações rochosas (geologia), o relevo da região (geomorfologia) , as condições climáticas (clima), a variedade de recursos hídricos (hidrografia), a diversidade

de formações vegetais (vegetação) e a fauna associada a essas formações vegetais (fauna), em especial a Mata Atlântica, continua a compreensão de que a região da Costa Verde & Mar conta com uma diversidade de ambientes naturais em bom estado de conservação podendo atrair o público do turismo em ambientes naturais.

Em relação à legislação ambiental brasileira é importante a atenta observação das mudanças em pauta e a maneira com que elas terão interferência na região. Ressaltamos que existem diversas mobilizações municipais e regionais para a implantação de legislações locais visando a proteção do ambiente.

Os aspectos considerados de diversidade do relevo litorâneo (geomorfologia), a diversidade paisagística gerada pelo uso rural do solo(solo) e a riqueza da fauna marinha costeira(fauna), apesar de estarem presentes somente em alguns municípios ainda apontam como pontos fortes / potenciais para a complementação do produto turístico regional.

A ocupação irregular de encostas e planícies(geomorfologia),o uso urbano e rural do solo de forma desordenada (solo), a degradação e substituição progressiva da vegetação nativa (vegetação), a falta de interesse do poder público na proteção do meio ambiente e a degradação dos recursos hídricos (hidrografia) ainda podem ser considerados aspectos limitantes na região da Costa Verde & Mar, devendo contar com uma atenção especial dos gestores e planejadores da atividade.

O crescimento da atividade do turismo náutico pode contribuir com a poluição dos mares, tendo assim esse aspecto relacionado como ponto fraco ou risco para a atividade. Citamos ainda as fazendas de maricultura que acabaram consolidando-se na economia regional e conquistando espaço no mercado nacional, criando a imagem de um produto de qualidade. Quanto à paisagem, a atividade acabou não afetando de forma negativa, e possibilitou na maioria dos espaços em que ela é realizada uma variação e conseqüente diversificação da paisagem.



Os aspectos culturais de uma localidade ou região são um importante e marcante componente do sistema turístico, que se constituem em elementos que fazem parte das raízes de um povo, e que possuem a capacidade de moldar as características de toda uma sociedade e de diferenciá-la das demais.

Com relação aos monumentos históricos continuamos destacando positivamente o fato de alguns municípios conservarem construções históricas, tais como casarios e igrejas, além do Portode Itajaí e hoje o de Navegantes, que possuem caráter técnico-científico.

A falta de interpretação, preservação e valorização do patrimônio histórico-cultural, como também a falta de incentivos governamentais e interesse em relação a conservação destes atrativos continua uma realidade na região.

A carência de praças que caracterizam os aspectos histórico-culturais das localidades seguidas pela deficiência na infra-estrutura para visitação, também continua sendo uma realidade nos municípios da região.

Em relação ao folclore, tradição e hábitos de vida a pesca artesanal continua sendo um elemento representativo em diversos municípios da região e que contribui para a manutenção das tradições locais assim como a existência de diversos produtos coloniais, ressaltamos, porém que os mesmos são pouco utilizados como agregadores do produto turístico regional.

A falta de identidade cultural e a deficiência na valorização da gastronomia típica regional são aspectos que ainda são presentes na região, assim como a falta de espaço para as manifestações artísticas locais, apesar do grande número de artistas das mais variadas áreas. Percebeu-se nesses anos um incremento na implantação de projetos culturais, porém os mesmos ainda são uma necessidade para a manutenção e potencialização destas atividades.

Em relação a festas e eventos desenvolvidos na região, ainda contamos com as mesmas, que têm seu ponto forte baseado na culinária e produtos

típicos locais, além da possibilidade de incrementar eventos esportivos e artísticos, que vem ganhando espaço, tanto em nível estadual, nacional e internacional.

A infraestrutura turística é um importante elemento do sistema turístico, composto principalmente por meios de hospedagem, equipamentos de entretenimento, alimentos e bebidas, agenciamento, transportes, informações, sinalização turística, além de outros.

Nos meios de hospedagem há que se destacar positivamente a estrutura física e a quantidade de estabelecimentos nos municípios litorâneos da Costa Verde & Mar, a presença de hotéis de lazer/resort, embora haja carência da qualidade na prestação de serviços pelos mesmos, assim como uma maior quantidade de equipamentos voltados para um público com maior poder aquisitivo, conforme dados que serão apresentados no estudo da oferta dos meios de hospedagem da região.

A necessidade de investimentos em qualificação da mão de obra e dos gestores, bem como da estrutura destes equipamentos ainda é uma realidade necessária.

No subitem Alimentos e Bebidas (A&B) continua um destaque positivo a variedade de estruturas assim com diversas especialidades e preços, ganhando uma grande importância na composição do produto turístico regional. O fechamento de alguns desses estabelecimentos ocorrido no período de baixa temporada afetando a qualidade dos serviços prestados, em função da alta rotatividade de funcionários, a baixa qualificação profissional, a falta de treinamento e os procedimentos de manipulação, higiene e segurança nem sempre condizentes com o exigido pela vigilância sanitária e demais órgãos correlatos continua sendo uma realidade, principalmente nas cidades que sofrem maior influência da sazonalidade.

Em relação ao entretenimento, as oportunidades para os empreendimentos que ofertam estes produtos permeiam a possibilidade de investimentos em espaços

multiusos, principalmente voltados à realização de eventos de diversos portes. Além disso, a utilização do espaço rural ainda demonstra-se como um potencial turístico para a região. A utilização do mar e dos rios para entretenimento náutico e subaquático, tais como mergulho, pesca esportiva, trilha subaquática e etc, podem incrementar a demanda turística dos municípios na baixa temporada, mas ressaltamos que a utilização dos rios e cachoeiras poderão ser uma possibilidade de aproveitamento do espaço rural para o desenvolvimento de atividades de ecoturismo e turismo de aventura.

A carência de espaços para peças teatrais, salas de cinema e espetáculos musicais, bem como a pouca quantidade de parques temáticos, aquáticos e de diversões que estimulem e diversifiquem a demanda turística e proporcione lazer à população ainda são aspectos que devem ser considerados como um ponto fraco ou riscos para a atividade turística regional. Ressaltamos a presença na região de um dos mais importantes Parques Temáticos do Brasil, o Beto Carrero World, localizado no município de Penha e que é um atrativo turístico que garante um fluxo turístico contínuo ao longo do ano para a região.

Quanto ao item informações turísticas, apesar da contínua preocupação regional e dos municípios na implantação de locais para prestação de informações turísticas a visitantes e comunidade local serem uma realidade, é necessário ainda investimentos contínuos para sanar as deficiências organizacionais, bem como a implantação de um sistema de informações turísticas integradas na região da Costa Verde & Mar, realidade ainda não atingida.

A sinalização turística, apesar dos investimentos realizados nos últimos anos, ainda encontra-se defasada ou em mau estado de conservação comum a todos os municípios da Costa Verde & Mar. Essa situação é grave e necessita de intervenção no sentido de implantação correta e de acordo com a padronização estabelecida pela EMBRATUR/DENATRAN/IPHAN. Nos últimos meses de 2012 tivemos a implantação de sinalização turística nos municípios, o que veio a amenizar um pouco os problemas de localização dos turistas, porém ainda é necessário investimento dos municípios em garantir a sinalização nos seus limites.

### **3. ATUALIZAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING**

Para esta etapa foi realizada a atualização do PEMTI, sendo o mesmo o documento norteador para este trabalho. Foram realizadas coletas de dados em produções científicas e técnico-científicas no banco de dados da UNIVALI. Após, foi realizada a montagem e análise das tabelas dos pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças que foram atualizadas in loco, com as equipes técnicas das respectivas Secretarias de Turismo ou pastas afins ao turismo. A partir disto foi realizada uma Oficina Regional de Atualização do PEMTI para validação do diagnóstico e prognóstico.

A segunda etapa consistiu na Análise das estratégias de marketing em oficinas internas da Equipe Técnica/UNIVALI, considerando os documentos PEMTI – Docto. Norteador, Plano Catarina, Plano de Desenvolvimento Integrado do Lazer (PDIL) e o Plano de Desenvolvimento Turístico Regional (SOL). Dando continuidade foram analisadas e formatadas as tabelas de estratégias e realizada uma segunda Oficina Regional para validação das Estratégias em 15 de agosto de 2012.

Neste dia os participantes foram divididos em três grupos de trabalho, para analisarem os 4P's de Marketing (preço, praça, produto e promoção), revisando, incluindo ou alterando as estratégias e ações propostas, e elencando parcerias e os prazos para as ações, assim como as possíveis fontes de recursos (Figura 2).



Figura 2: Oficina Regional de Atualização de Estratégias do PEMTI.

Fonte: UNIVALI, 2012.

Após a compilação e análise dos dados foram atingidos os seguintes resultados:

### 3.1 Produto

#### a) Meio Ambiente

Estratégias	Ações	Prazos			Responsabilidades/ Parcerias	Fontes de Recursos
		Curto	Médio	Longo		
Preservação do meio ambiente visando a sustentabilidade ambiental, econômica e social da região.	Criar mecanismos para proteção das áreas naturais, transformando-as em parques municipais, estações ecológicas, RPPN.			X	CITMAR Prefeituras Municipais através das Secretarias e Fundações pertinentes (Meio Ambiente, Turismo, Educação,...) Associações Empresariais, CVB's Conselhos Municipais SEBRAE SOL Iniciativa Privada	CITMAR SEBRAE Prefeituras SOL Ministério do Turismo /Meio Ambiente Iniciativa Privada
	Sensibilizar a comunidade local, turistas e visitantes no uso adequado dos recursos naturais.	X	X	X	Prefeituras Municipais através das Secretarias e Fundações pertinentes (Meio Ambiente, Turismo, Educação,...) Conselhos Municipais Iniciativa Privada	Prefeituras SOL Ministério do Turismo Ministério do Meio Ambiente Iniciativa Privada
	Estimular a visitação em produtos consolidados em áreas protegidas para fins recreacionais e educativos.		X		CITMAR Prefeituras Municipais através das Secretarias e Fundações pertinentes (Meio Ambiente, Turismo, Educação,...) Associações Empresariais, CVB's SANTUR Iniciativa Privada	Prefeituras SOL Ministério do Turismo Ministério do Meio Ambiente Iniciativa Privada
	Reforçar o cumprimento das leis ambientais por parte da comunidade local, turistas, visitantes e do poder público.	X	X	X	CITMAR Prefeituras Municipais através das Secretarias e Fundações pertinentes (Meio Ambiente, Turismo) Associações Empresariais, Órgãos Ambientais SOL	Prefeituras SOL Ministério do Turismo /Meio Ambiente Iniciativa Privada
	Estabelecer leis que regulamentem a criação de áreas verdes nas áreas urbanas, com planos de manejo.		X		Prefeituras Municipais através das Secretarias e Fundações pertinentes (Meio Ambiente, Turismo) Conselhos Municipais	Prefeituras
	Intensificar o programa de coleta seletiva de lixo.	X	X	X	Prefeituras Municipais através das Secretarias e Fundações pertinentes (Meio Ambiente, Turismo, Saneamento) Associações Empresariais, Conselhos Municipais Iniciativa Privada	Prefeituras Ministério Meio Ambiente Iniciativa Privada
	Exigir a aplicação das leis dos órgãos fiscalizadores no sentido do cumprimento das exigências legais.		X		Prefeituras Fundações de Meio Ambiente Ongs Associações Fatma Polícia Ambiental Capitania dos Portos	Prefeituras Ministério Meio Ambiente Iniciativa Privada
Incluir nos planos diretores medidas de controle do uso dos	X			Prefeituras Fundações de Meio Ambiente		

Estratégias	Ações	Prazos			Responsabilidades/ Parcerias	Fontes de Recursos
		Curto	Médio	Longo		
	recursos hídricos				Ongs Associações (moradores, entidades de classe) Fatma	
	Fiscalizar as condições da qualidade e manutenção dos recursos hídricos e dos ecossistemas.	X	X	X	Prefeituras Fundações de Meio Ambiente Ongs Associações (moradores, entidades de classe) Fatma Polícia Ambiental Capitania dos Portos	
	Implantar políticas públicas de captação de empreendedores nas áreas de lazer e entretenimento.	X	X	X	Prefeituras Fundações de Meio Ambiente	
	Conscientizar comunidade local, turistas e visitantes da necessidade de manter os recursos hídricos limpos.	X	X	X	Prefeituras Fundações de Meio Ambiente Ongs Associações (moradores, entidades de classe) Fatma Polícia Ambiental	

## b) Eventos

Estratégias	Ações	Prazos			Responsabilidades/Parcerias	Fontes de Recursos
		Curto	Médio	Longo		
Captação e promoção de eventos integrados, utilizando e valorizando aspectos naturais da Costa Verde e Mar.	Identificar locais e estruturas disponíveis para a realização de eventos.	X			CITMAR Prefeituras SEBRAE Iniciativa Privada CVB's Associações (entidades de classe ligadas ao turismo)	SEBRAE Ministério Turismo Iniciativa Privada SOL
	Definir as tipologias de eventos.	X			CITMAR Prefeituras SEBRAE Iniciativa Privada CVB's Associações (entidades de classe ligadas ao turismo) Instituições de Ensino	SEBRAE Ministério Turismo Iniciativa Privada SOL
	Estabelecer parcerias com as associações, federações e confederações para a realização desses eventos.		X		CITMAR Prefeituras SEBRAE Iniciativa Privada CVB's Associações (entidades de classe ligadas ao turismo)	SEBRAE Ministério Turismo Iniciativa Privada SOL
	Investir na implantação e manutenção da estrutura física para o desenvolvimento da atividade.		X		Prefeituras SEBRAE Iniciativa Privada CVB's SOL	SEBRAE Ministério Turismo Iniciativa Privada SOL
	Desenvolver programa de capacitação para a comunidade local.		X		CITMAR Prefeituras SEBRAE Iniciativa Privada CVB's Associações (entidades de classe ligadas ao turismo)	SEBRAE Ministério Turismo Ministério do Trabalho Iniciativa Privada SOL

Estratégias	Ações	Prazos			Responsabilidades/Parcerias	Fontes de Recursos
		Curto	Médio	Longo		
					Instituições de Ensino	
	Sensibilizar a comunidade para a recepção dos eventos.	x	x	x	CITMAR Prefeituras SEBRAE Iniciativa Privada CVB's Associações (entidades de classe ligadas ao turismo) Instituições de Ensino	SEBRAE Prefeituras Ministério Turismo Ministério do Trabalho Iniciativa Privada SOL
Criação de um calendário de eventos da Costa Verde e Mar.	Definir a tipologia de eventos relevantes a constar no calendário regional.	x			CITMAR Prefeituras CVB's	CITMAR Prefeituras SOL
	Identificar os eventos que se enquadram para a composição do calendário regional.	x			CITMAR Prefeituras CVB's	CITMAR Prefeituras SOL
	Manter atualizado o calendário regional de eventos. (Ação permanente)	x			CITMAR Prefeituras CVB's	CITMAR Prefeituras SOL
	Dinamizar o espaço destinado aos eventos no site do CITMAR (com interatividade – organizadores possam cadastrar também)	x			CITMAR Prefeituras CVB's	CITMAR Prefeituras SOL

Curto prazo – até 1 ano    Médio prazo – de 1 a 2 anos

Longo prazo – de 3 a 6 anos.

### c) Estruturas

Estratégias	Ações	Prazos			Responsabilidades/Parcerias	Fontes de Recursos
		Curto	Médio	Longo		
Implantação de política regional de atendimento aos visitantes e turistas nas delegacias e postos de saúde.	Sensibilizar os gestores e funcionários destes setores ao atendimento à demanda.	x			CITMAR Prefeituras Polícia Civil e Militar Conselhos Secretarias Municipais e Estadual de Saúde e Segurança Pública	Prefeituras SOL
	Qualificar o efetivo na prestação de serviços à demanda.	x			CITMAR Prefeituras Polícia Civil e Militar Conselhos Secretarias Municipais e Estadual de Saúde e Segurança Pública	CITMAR Prefeituras SOL Iniciativa Privada
Utilização dos guias certificados de turismo regional	Identificar os guias por meio do cadastro nas Associações de Guias.	x			CITMAR Prefeituras SEBRAE/SENAC UNIVALI Associações de Guias de Turismo Imprensa	Prefeituras Iniciativa Privada
	Estabelecer contato com os guias de turismo interessados em atuar na Costa Verde & Mar (cadastramento municipal)	x			Prefeituras Associações de Guias Imprensa	Prefeituras Iniciativa Privada
	Capacitar os guias com os produtos turísticos (atrativos naturais, culturais e roteiros temáticos) dos municípios envolvidos visando ampliar o nível de informações sobre a região.	x	x	x	CITMAR Prefeituras SEBRAE/SENAC UNIVALI Associações de Guias	CITMAR SEBRAE Prefeituras SOL Ministério do Turismo Iniciativa Privada



Estratégias	Ações	Prazos			Responsabilidades/Parcerias	Fontes de Recursos
		Curto	Médio	Longo		
	Formação de condutores locais (medida emergencial)	X			CITMAR Prefeituras SEBRAE/SENAC UNIVALI	CITMAR SEBRAE Prefeituras SOL Ministério do Turismo Iniciativa Privada
	Intensificar a fiscalização da exigência de Guias		X		CITMAR Prefeituras SEBRAE/SENAC Associações de Guias	CITMAR SEBRAE Prefeituras SOL Ministério do Turismo Iniciativa Privada
Aumento do número de caixas eletrônicos na região.	Estabelecer parcerias com as associações e entidades para fortalecer os pedidos junto às instituições financeiras	X			CITMAR Prefeituras Associações empresariais Bancos CDLS Sindicatos de hotéis, bares, restaurantes e similares.	
Qualificação na prestação de serviços	Propôr políticas regionais que estimulem a qualificação na prestação de serviços.	x			CITMAR Prefeituras Associações e Entidades de Classe.	SEBRAE Prefeituras SOL Ministério do Turismo Ministério do Trabalho
	Sensibilização aos gestores da importância da qualificação.	x			Prefeituras SEBRAE Associações e Entidades de Classe. Instituições de Ensino	CITMAR SEBRAE Prefeituras SOL Ministério do Turismo Ministério do Trabalho Iniciativa Privada
	Qualificar os recursos humanos regionais.	x			Prefeituras SEBRAE Associações e Entidades de Classe. Instituições de Ensino Ministério do Trabalho	CITMAR SEBRAE Prefeituras SOL Ministério do Turismo Ministério do Trabalho Iniciativa Privada
Criação de mecanismos para inserção do <i>Trade</i> regional nas políticas e programas de governo referentes ao Turismo.	Identificar os programas em nível municipal, regional, estadual e nacional.	x			CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo)	CITMAR Prefeituras SOL Ministério do Turismo
	Capacitar a equipe de multiplicadores		X		CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) Instituições de Ensino SOL	
	Conscientizar os membros do <i>trade</i> regional.	X	X	X	CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) SOL Instituições de Ensino	
Implantação de um sistema turístico regional integrado.	Criar um sistema único de informações turísticas regionais	X			CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo)	CITMAR Prefeituras SOL Ministério do Turismo Iniciativa Privada
	Ampliar os portais turísticos regionais integrados ao sistema.	X				

Estratégias	Ações	Prazos			Responsabilidades/Parcerias	Fontes de Recursos
		Curto	Médio	Longo		
Ampliação das ações de Assessoria de Imprensa	Ampliar as ações de Assessoria de Imprensa relacionadas à Costa Verde & Mar.		X		CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo)	CITMAR SOL Prefeituras

Curto prazo – até 1 ano      Médio prazo – de 1 a 2 anos      Longo prazo – de 3 a 6 anos.

#### d) Novos produtos

Estratégias	Ações	Prazos			Responsabilidades/Parcerias	Fontes de Recursos
		Curto	Médio	Longo		
Estímulo à contínua captação do segmento de Cruzeiros marítimos. (reforma e ampliação dos espaços e processos)	Sensibilizar os gestores públicos e privados sobre as demandas segmentadas.	X	X		CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo)	CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) SOL Ministério do Turismo
	Captar a demanda	X	X			
	Avaliar os espaços e processos para a contínua captação do segmento.	X	X	X	Prefeituras (Secretarias de Turismo)	CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) SOL Ministério do Turismo
Fortalecimento da gastronomia regional.	Formatar roteiros gastronômicos		X		CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo, Cultura) Instituições de Ensino Superior	CITMAR SOL
Valorização do patrimônio histórico cultural	Identificar os patrimônios com potencial turístico.	X	X		CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo, Cultura) Instituições de Ensino Superior	SEBRAE Prefeituras SOL
	Elaborar uma política regional de preservação e valorização deste patrimônio.		X		CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo, Cultura) Instituições de Ensino Superior	SOL Prefeituras Ministério do Turismo Iniciativa Privada
	Formatar roteiros histórico culturais regionais.		X		CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo, Cultura) Instituições de Ensino Superior Colegiado de Cultura AMFRI	CITMAR SOL Ministério do Turismo Ministério da Cultura Prefeituras Iniciativa Privada
Fortalecimento do processo de segmentação turística na região.	Identificar os segmentos de possível inserção regional.	X			CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) Instituições de Ensino Superior	CITMAR SEBRAE Prefeituras SOL Ministério do Turismo Iniciativa Privada
	Sensibilizar os gestores públicos e privados sobre as demandas segmentadas.		X			
	Implantar os processos de captação e atendimento às demandas.		X			

Curto prazo – até 1 ano      Médio prazo – de 1 a 2 anos      Longo prazo – de 3 a 6 anos.

### 3.2 Preço

Estratégias	Ações	Prazos			Responsabilidades/Parcerias	Fontes de Recursos
		Curto	Médio	Longo		
Desenvolvimento de uma consciência sobre o posicionamento de valor da região	Desenvolver pesquisa nos empreendimentos com os clientes visando identificar a relação valor x preço x satisfação.	X			CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) Instituições de Ensino Superior	CITMAR SEBRAE Prefeituras SOL Ministério do Turismo Iniciativa Privada
	Socializar os resultados ao <i>trade</i> .	X				
	Conscientizar a possível adequação da qualidade do serviço prestado à expectativa do turista.		X			

Curto prazo – até 1 ano

Médio prazo – de 1 a 2 anos

Longo prazo – de 3 a 6 anos.

### 3.3 Praça

#### a) Distribuição

Estratégias	Ações	Prazos			Responsabilidades/Parcerias	Fontes de Recursos
		Curto	Médio	Longo		
Ampliação da distribuição da Costa Verde & Mar por meio da participação em eventos.	Definir a participação anual do Consórcio nos eventos ligados às operadoras e agências de viagens.	X			CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) Instituições de Ensino Superior Iniciativa privada Associações ligadas à atividade turística	CITMAR Prefeituras SOL Ministério do Turismo Iniciativa Privada
	Preparar o material da Costa Verde & Mar segundo estratégias de promoção.	X	X			
	Organizar os aspectos burocráticos, financeiros e humanos da participação de eventos.	X	X			
	Comunicar os resultados obtidos para os demais integrantes do Consórcio de Turismo.		X	X		
Utilização do segmento de Agências e Operadoras como ferramenta de distribuição.	Preparar material promocional da Costa Verde & Mar	X	X		CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) Instituições de Ensino Superior Iniciativa privada Associações ligadas à atividade turística	CITMAR Prefeituras SOL Ministério do Turismo Iniciativa Privada
	Identificar as agências e operadoras nos mercados estratégicos.	X	X			
	Capacitar as agências e operadoras para vender os produtos da Costa Verde & Mar.		X	X		

Curto prazo – até 1 ano

Médio prazo – de 1 a 2 anos

Longo prazo – de 3 a 6 anos.

### 3.4 Promoção

#### a) Propaganda

Estratégias	Ações	Prazos			Responsabilidades/Parcerias	Fontes de Recursos
		Curto	Médio	Longo		
Desenvolvimento de materiais publicitários temáticos e regionalizados da Costa Verde & Mar.	Identificar os materiais adequados à promoção da Costa Verde & Mar.	X			CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) Instituições de Ensino Superior Iniciativa privada Associações	CITMAR Prefeituras SOL Ministério do Turismo Iniciativa Privada
	Realizar orçamentos para a criação e produção dos materiais publicitários.	X				
Utilização do logotipo da Costa Verde & Mar pelos municípios participantes.	Articulação para a criação de leis municipais de utilização do logotipo da Costa Verde & Mar em seus sites e documentos relacionados ao turismo.	X	X		CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) Instituições de Ensino Superior Iniciativa privada Associações	CITMAR Prefeituras
Atualização constante do <i>site</i> da Costa Verde & Mar.	Criar mecanismos para a busca de informação junto aos municípios.	X			CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) Instituições de Ensino Superior Iniciativa privada Associações	CITMAR Prefeituras SOL Ministério do Turismo
	Qualificar as informações com as devidas identificações (fontes).	X				
	Atualizar a identificação da Costa Verde & Mar no <i>link</i> disponível no <i>site</i> da SANTUR.	X				
Fortalecimento da atuação da Costa Verde & Mar nas mídias sociais e utilização de novas tecnologias (aplicativos, <i>gadgets</i> , etc)	Contínua identificação das mídiase tecnologias a serem utilizadas	X	X	X	CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo)	CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) SOL
	Alimentação das informações nas mídias sociais	X	X			
Ampliação da oferta dos Totens de Informação Turística da Costa Verde & Mar.	Identificação dos locais a serem implantados os Totens.	X			CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo)	CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) SOL
	Implantação dos Totens.	X	X	X	CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo)	CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) SOL

Curto prazo – até 1 ano

Médio prazo – de 1 a 2 anos

Longo prazo – de 3 a 6 anos.

## b) Promoção de Vendas

Estratégias	Ações	Prazos			Responsabilidades/Parcerias	Fontes de Recursos
		Curto	Médio	Longo		
Criação de um programa de estímulo à vendas regionais	Definir um programa de premiação para estimular a venda da Costa Verde & Mar na região.	X			CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) Instituições de Ensino Superior Iniciativa privada Associações ligadas ao Turismo Sistema S	CITMAR Prefeituras SOL Ministério do Turismo Iniciativa Privada Sistema S
	Sensibilizar os empresários visando a implantação do programa.		X			
	Capacitar os recursos humanos do <i>trade</i> regional na qualificação das diversas funções do setor.		X			
	Premiar os colaboradores de acordo com o programa.		X			
Realização de FAMTOURS com agentes de viagens e operadoras dos principais mercados emissores.	Definir as operadoras, o número de participantes e o período de realização do FAMTOUR.	X			CITMAR Prefeituras (Secretarias de Turismo) Iniciativa privada Associações ligadas ao Turismo.	CITMAR Prefeituras SOL Ministério do Turismo Iniciativa Privada Sistema S
	Estabelecer parcerias com hotéis, restaurantes, transportadoras e outros para subsidiar os custos gerados.	X				
	Programar as atividades do FAMTOUR, incluindo a realização dos roteiros temáticos.	x				
	Criar mecanismos para a gestão dos resultados pós FAMTOUR.	x				

Curto prazo – até 1 ano

Médio prazo – de 1 a 2 anos

Longo prazo – de 3 a 6 anos.

## **4. RESULTADOS ESPERADOS**

### **4.1 Quantitativos**

O PEMTI continuará com seus objetivos mercadológicos propostos no documento original de 2007, tendo somente os percentuais numéricos atualizados. São estes objetivos

- alcançar um incremento de 50% no fluxo turístico na região, utilizando como base de dados as pesquisas regionais realizadas pela SANTUR;
- ampliar o gasto médio diário por turista para U\$ 50,00 em toda a região turística;
- aumentar o tempo de permanência refletido nas taxas de ocupação dos meios de hospedagem da Costa Verde & Mar em 30%, utilizando como base de dados a pesquisa da oferta dos meios de hospedagem.

Tais objetivos devem ser alcançados no período de três anos, contados a partir da data de início da implantação das ações estratégicas inseridas neste plano.

### **4.2 Qualitativos**

Além dos objetivos mercadológicos quantitativos, são propostos resultados qualitativos, ou seja, que auxiliarão no aumento do padrão de qualidade da região turística Costa Verde & Mar. Os resultados propostos são:

- Ser reconhecida no período de três anos como a melhor região turística do Estado de Santa Catarina;
- Ter seus processos de sustentabilidade implantados;
- Ampliar os atrativos náuticos;
- Contar com um calendário de eventos mais completo e atrativo;

- Implantar melhorias no atendimento ao turista em relação à segurança, atendimento, acessibilidade, informações e qualificação dos serviços prestados;
- Implantar novos produtos turísticos como o roteiro cultural;
- Fortalecer os segmentos já existentes;
- Aumentar a qualidade percebida pelo turista;
- Ampliar a distribuição da região e a facilidade do turista em comprá-la;
- Incrementar os esforços de divulgação e promoção de vendas da Costa Verde & Mar.



## 5. PLANO DE CONTROLE

O plano de controle visa acompanhar a aplicação prática das ações estratégicas do PEMTI verificando o cumprimento dos objetivos, prazos e responsabilidades estabelecidas no documento.

O controle estratégico deverá ser realizado pelo Colegiado de Turismo Costa Verde & Mar para o monitoramento da implantação das estratégias propostas de maneira participativa pelo trade e apresentadas neste documento. Este monitoramento se dará com o acompanhamento periódico através de relatórios, nas reuniões ordinárias da entidade.

O controle gerencial e operacional será dividido entre o Colegiado de Turismo da Costa Verde & Mar e as Secretarias de Turismo da região, visando monitorar os resultados alcançados. Para isso será necessário o acompanhamento das estatísticas e a socialização dos resultados em Fóruns Regionais a cada período de seis meses para que as ações possam ser acompanhadas e corrigidas quando necessário.

Tipo de Controle	Responsabilidades	Propósito	Instrumentos
Estratégico	Colegiado de Turismo Costa Verde & Mar	Monitorar a implantação das estratégias.	Reuniões periódicas com o acompanhamento através de relatórios.
Gerencial e Operacional	Colegiado de Turismo Costa Verde & Mar  Secretarias de Turismo	Monitorar os resultados alcançados.	Acompanhamento das estatísticas e realização de um Fórum Regional para o acompanhamento do plano (1 por semestre).

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A gestão pública do turismo é fator essencial para que os municípios e regiões possam alcançar o sucesso perante um cenário extremamente competitivo. Para tanto, instrumentos como um Plano de Marketing são cruciais para que as decisões corretas possam ser tomadas.

A atualização do PEMTI – Plano Estratégico de Marketing Turístico Integrado da região turística Costa Verde & Mar visou o reconhecimento dos resultados atingidos desde 2007, ano de sua implantação, e com o auxílio dos envolvidos na gestão do turismo regional (iniciativa privada e poder público), atualizar suas demandas.

Este trabalho visa contribuir para os objetivos originais propostos como a ampliação do fluxo turístico regional, o incremento da qualidade turística na região, a fixação da marca Costa Verde & Mar, a oferta de novos produtos competitivos fazendo com que a região consolide-se no mercado turístico nacional e internacional.

Com a criação do Consórcio Intermunicipal de Turismo em 2007, as ações de gerenciamento da região têm obtido muito sucesso, com ações inovadoras e de qualidade, como a criação de materiais promocionais, a participação contínua em eventos, a criação do roteiro de ecoturismo e turismo de aventura, o lançamento de aplicativo para smartphones e tablets, entre outros. A ação contínua deste grupo gestor garantiu para a região alguns prêmios e o reconhecimento da qualidade que a mesma busca em suas ações.

Para que as estratégias, neste trabalho atualizadas, possam realmente serem atingidas será necessário o mesmo envolvimento e profissionalismo já demonstrado na região visando a consolidação da região Costa Verde & Mar como uma referência em produtos turísticos de qualidade.

## REFERÊNCIAS

INSTITUTO CENECISTA FAYAL DE ENSINO SUPERIOR – IFES. **Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico Integrado – PEMTI**. Itajaí:IFES, SC:2007.

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO, CULTURA E ESPORTE DE SANTA CATARINA. **Plano Catarina**. Florianópolis: SOL, 2012.

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO, CULTURA E ESPORTE DE SANTA CATARINA. **Plano de Desenvolvimento Turístico Costa Verde & Mar**. Florianópolis: SOL, 2011.

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI. **Plano de Desenvolvimento Turístico AMFRI**. Itajaí: Univali, 2006.

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI. **Plano de Desenvolvimento Turístico de Balneário Camboriú**. Itajaí: Univali, 2010.

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI. **Plano de Desenvolvimento Turístico de Bombinhas**. Itajaí: Univali, 2006.

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI. **Plano de Desenvolvimento Turístico de Camboriú**. Itajaí: Univali, 2012.

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI. **Plano de Desenvolvimento Turístico de Ilhota**. Itajaí: Univali, 2007.

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI. **Plano de Desenvolvimento Turístico de Itajaí**. Itajaí: Univali, 2012.

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI. **Plano de Desenvolvimento Turístico de Itapema**. Itajaí: Univali, 2007.

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI. **Plano de Desenvolvimento Turístico de Luis Alves**. Itajaí: Univali, 2005.

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI. **Plano de Desenvolvimento Turístico de Navegantes**. Itajaí: Univali, 2005.

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI. **Plano de Desenvolvimento Turístico de Penha**. Itajaí: Univali, 2004.

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI. **Plano de Desenvolvimento Turístico de Piçarras**. Itajaí: Univali, 2005.

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI. **Plano de Desenvolvimento Turístico de Porto Belo**. Itajaí: Univali, 2006.