

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

GRAMADO



APRESENTAÇÃO

Com o intuito de auxiliar destinos turísticos a analisar, a conjugar e a equilibrar os diversos fatores que, para além da atratividade, contribuem para a evolução da atividade turística, o Ministério do Turismo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) deram início, em 2007, ao *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*.

Realizado pelo terceiro ano consecutivo, o Estudo de Competitividade passou, em 2010, a ser denominado Índice de Competitividade do Turismo Nacional - 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico. A metodologia que gera índices em 13 dimensões ligadas à atividade turística permite monitorar a eficiência de um destino turístico sob a ótica da competitividade – conceito que impulsiona o destino a superar-se ano após ano, proporcionando ao turista uma experiência cada vez mais positiva.

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

O presente relatório apresenta individualmente os valores obtidos pelo destino nas 13 dimensões abordadas pelo estudo e reúne análises sobre os resultados consolidados. Tais resultados foram gerados a partir de respostas coletadas pela Fundação Getulio Vargas no município entre os meses de abril e setembro de 2010. Além disso, como instrumento metodológico e estratégico, este documento congrega os indicadores de competitividade registrados pelo município nas últimas edições do estudo – 2009 e 2008 - e os índices nacionais de competitividade. São eles a média Brasil (consolidado de um total de 65 destinos), a média Capitais (consolidado de 27 capitais) e a média Não capitais (consolidado de 38 municípios).

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

Ministério do Turismo
SEBRAE
Fundação Getulio Vargas



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	2
1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE	4
2. RESULTADOS	6
2.1 Total geral	6
2.2 Infraestrutura geral	8
2.3 Acesso	9
2.4 Serviços e equipamentos turísticos	10
2.5 Atrativos turísticos	12
2.6 Marketing e promoção do destino.....	13
2.7 Políticas públicas.....	15
2.8 Cooperação regional	16
2.9 Monitoramento.....	18
2.10 Economia local	19
2.11 Capacidade empresarial.....	20
2.12 Aspectos sociais.....	21
2.13 Aspectos ambientais	23
2.14 Aspectos culturais	24
3. RESULTADOS CONSOLIDADOS	26
4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	27

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

Para realizar este levantamento, pesquisadores da Fundação Getúlio Vargas permanecem uma semana em cada município aplicando um questionário com mais de 600 perguntas capazes de captar dados primários e secundários em 13 dimensões - Infraestrutura geral, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Atrativos turísticos, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Cooperação regional, Monitoramento, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais.

Todas as perguntas que integram as 13 dimensões do questionário compõem o índice de competitividade do destino turístico, isto é, mensuram ***a capacidade crescente de um destino de gerar negócios nas atividades relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva.***

Com base nas informações coletadas, foram atribuídos pontos às perguntas e pesos às variáveis, gerando notas para cada dimensão. Utilizou-se, por sua vez, um conjunto de pesos na ponderação das dimensões, que resultou em um índice global de competitividade do destino.

Para analisar estes resultados foram considerados cinco níveis, numa escala de 0 a 100¹. O primeiro nível (0 a 20 pontos) refere-se ao intervalo em que os destinos apresentam deficiência em relação à determinada dimensão; o segundo nível (21 a 40 pontos), apesar de expor uma situação mais favorável do que a anterior, ainda evidencia níveis inadequados da dimensão para a competitividade de um destino; o terceiro nível (41 a 60 pontos) configura situação regularmente satisfatória; o quarto nível (61 a 80 pontos) revela a existência de condições adequadas para atividades turísticas; e o quinto nível corresponde ao melhor posicionamento que um destino pode alcançar em uma dada dimensão (81 a 100 pontos).

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das três edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos nos quais esse levantamento

¹ Para o posicionamento em níveis segundo a escala proposta, foi utilizado critério de arredondamento das pontuações. Por exemplo: se situada entre 20,1 e 20,4, a mesma posicionou-se no nível 1 (entre 0 e 20 pontos); no caso de ter-se situado entre 20,5 e 20,9, foi classificada no nível 2 (entre 21 e 40 pontos), e assim por diante.

se baseia. Considerou-se, como estabilidade da pontuação, um aumento ou queda de até 1,0 ponto na comparação dos indicadores entre anos seguidos. Isto é, para que o destino considere um índice como evolução, estabilidade ou regressão, é preciso que a diferença entre os resultados das pesquisas seja superior a 1,0 ponto para mais ou para menos no total geral ou em qualquer uma das 13 dimensões.

Este documento apresenta, portanto, os resultados consolidados do município avaliado em 14 índices de competitividade: o indicador geral do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas. Como informações complementares são citadas ainda a média Brasil (indicador dos 65 destinos), a média das cidades capitais e a média das cidades não capitais.

Uma vez conhecidos os índices nacionais de competitividade (média Brasil, média capitais e média não capitais), recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às características geográficas, econômicas e ao posicionamento do destino, a fim de entender que os resultados de determinada dimensão serão influenciados por essas características. Dessa forma, alguns destinos não devem, necessariamente, atingir o índice mais alto em todas as dimensões. Uma leitura criteriosa e consciente dos índices obtidos poderá fornecer referências para desenvolver um planejamento que favoreça os pontos fortes e minimize os impactos de aspectos inibidores do desenvolvimento do destino turístico.

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

2. RESULTADOS

2.1 Total geral

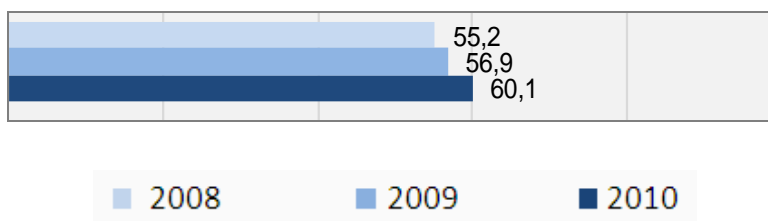
Resultados gerais 2010

O índice geral de competitividade do destino turístico indutor refere-se à soma ponderada das 13 dimensões avaliadas.

Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas, a média Brasil², índice referencial da competitividade nacional, foi 56,0 em 2010. O índice das capitais, média resultante de cidades desta natureza, foi de 64,1, acima da média Brasil. O resultado do grupo de cidades não capitais, por sua vez, posicionou-se em 50,3, situando-se abaixo do índice nacional de competitividade 2010.

Para compor o índice geral de competitividade do destino Gramado foram considerados, portanto, os índices obtidos nas 13 dimensões avaliadas. Com isso, o índice geral do destino em 2010 foi 60,1 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido pelo destino em 2009 (56,9), como é possível conferir no gráfico:

Gráfico 1. Total geral - Resultados do destino 2008-2010



Os resultados obtidos pelo destino nas dimensões Infraestrutura geral (74,0), Acesso (63,6), Serviços e equipamentos turísticos (66,6), Atrativos turísticos (68,9), Economia local (69,9), Aspectos sociais (66,6) e Aspectos ambientais (66,4) contribuíram positivamente para o índice geral de competitividade do município, uma vez que se mantiveram acima do resultado geral do destino em 2010.

² O resultado Brasil reflete a amostra das 65 cidades analisadas.

Por sua vez, os índices registrados nas dimensões Marketing e promoção do destino (44,4), Políticas públicas (57,4), Cooperação regional (40,6), Monitoramento (27,4), Capacidade empresarial (58,1) e Aspectos culturais (56,1) se posicionaram abaixo do total geral do destino em 2010, influenciando negativamente o indicador de competitividade do município.

Análise comparativa 2009-2010

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Gramado, é possível concluir que em 2010 houve evolução do indicador de competitividade do destino (Total geral) em comparação ao ano anterior. Como explicado anteriormente, nesta análise são consideradas diferenças de pontuação superiores a 1,0 ponto no indicador na comparação entre 2010 e 2009.

Se a análise for realizada sobre as 13 dimensões avaliadas por este estudo, é possível observar que houve evolução nos resultados dos últimos dois anos em Infraestrutura geral, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Marketing e promoção do destino, Cooperação regional, Monitoramento, Aspectos sociais e Aspectos ambientais.

As dimensões Atrativos turísticos e Capacidade empresarial registraram estabilidade de resultados em 2010 em relação a 2009.

Por fim, foi possível observar que as dimensões Políticas públicas, Economia local e Aspectos culturais apresentaram regressão de indicadores quando avaliadas as edições de 2010 e 2009.

A seguir, serão descritas as análises dos indicadores obtidos em cada uma das 13 dimensões que compõem o total geral do destino.

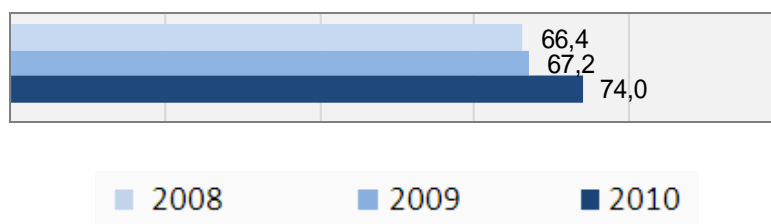
2.2 Infraestrutura geral

O *Índice de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional* analisou as seguintes variáveis referentes à *Infraestrutura geral*: (i) capacidade de atendimento médico para o turista no destino; (ii) fornecimento de energia; (iii) serviço de proteção ao turista; e (iv) estrutura urbana nas áreas turísticas.

Avaliadas todas estas questões nos 65 destinos indutores, a média Brasil em 2010 na dimensão *Infraestrutura geral* foi 65,8. A média das capitais avaliadas posicionou-se em 74,3 pontos, acima do indicador nacional neste item, enquanto a média das cidades não capitais foi 59,8, abaixo do resultado Brasil nesta dimensão.

Em *Infraestrutura geral*, Gramado registrou 74,0 pontos em 2010, um índice acima do obtido pelo município em 2009, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 2. Infraestrutura geral - Resultados do destino 2008-2010



O indicador de Gramado foi influenciado de forma positiva pela disponibilidade de serviço público de atendimento médico a emergências 24 horas no destino com alguns níveis de complexidade de atendimento, pelo fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada, pela presença de um grupamento especial de atendimento ao turista na Polícia Militar, pela preocupação do destino em aumentar o efetivo da Polícia Militar e Polícia Civil durante a alta temporada ou durante grandes eventos, e pela presença de Corpo de Bombeiros. Constatou-se ainda a oferta de elementos de drenagem nas áreas turísticas e a presença de órgão responsável pela conservação urbana. Pode-se citar também a oferta de lixeiras, banheiros públicos e telefones públicos no entorno das áreas turísticas, a adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – praças, jardins, substituição de fiação aérea por subterrânea – e o estado de conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas. Além disso, o destino põe em prática programa para a conservação de mobiliário urbano ou de áreas verdes e disponibiliza, nas áreas turísticas, espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos.

Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão estão a inexistência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil e a ausência de um grupo de busca e salvamento na Defesa Civil.

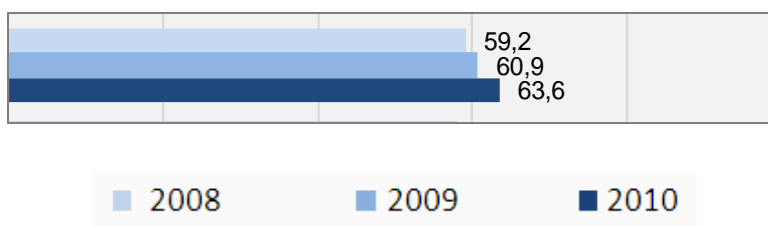
2.3 Acesso

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

A média Brasil de 2010 na dimensão Acesso ficou em 60,5. O grupo de capitais obteve 72,0 pontos, acima do índice nacional de competitividade nesta dimensão, enquanto que o conjunto de cidades não capitais registrou 52,3, abaixo desta média Brasil.

O destino Gramado posicionou-se em 63,6 pontos (escala de 0 a 100), acima do resultado obtido no ano anterior, como se pode observar no gráfico:

Gráfico 3. Acesso - Resultados do destino 2008-2010



A disponibilidade de um aeroporto que atende ao município fora de seu território – Aeroporto Internacional Salgado Filho, em Porto Alegre – e a estrutura do terminal aeroportuário que atende ao destino estão entre os aspectos positivos considerados. Durante a visita técnica ao município, realizada entre o período de 10/05/2010 a 14/05/2010, foi possível constatar a variedade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo que atende ao destino – ônibus convencional, táxi e van. Influenciaram o índice de competitividade do destino de forma positiva nesta dimensão a existência de um terminal rodoviário com linhas regulares e a disponibilidade de uma linha regular de transporte turístico que

interliga os principais atrativos do destino. Soma-se a estes fatores a disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas. Favorece o destino a disponibilidade de serviços de táxis regularizados e padronizados e a oferta de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende ao município e seus principais centros emissores de turistas nacionais e internacionais, aspectos que contaram positivamente para o índice de competitividade nesta dimensão.

Entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão estão a ausência de um aeroporto dentro do território municipal ou em município limítrofe e a distância entre o aeroporto que atende ao município e o centro do destino – acima de 100 km. Constatou-se ainda a carência de estrutura disponível no terminal rodoviário que atende ao destino – lojas, locadoras de veículos e serviço bancário. Outro aspecto que impactou o índice de competitividade do destino foi a indisponibilidade de informações em idiomas para quem circula na linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar). A existência de congestionamentos durante a alta temporada e a inexistência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas também foram fatores que prejudicaram o resultado obtido pelo destino nesta dimensão.

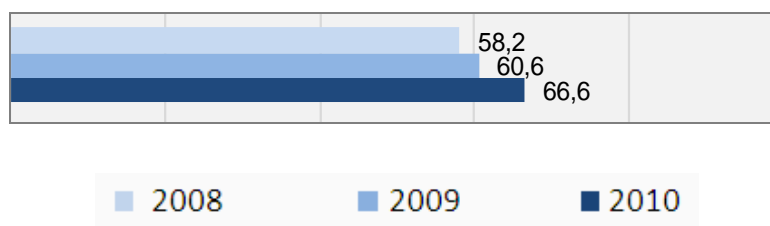
2.4 Serviços e equipamentos turísticos

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

Nesta dimensão, a média Brasil foi 50,8. A média das capitais avaliadas (63,3) posicionou-se acima da média Brasil, enquanto o resultado do grupo de cidades não capitais (41,9) ficou abaixo do índice nacional de competitividade.

Para Gramado, o índice de competitividade foi 66,6 pontos nesta dimensão, índice acima do conquistado na edição anterior do estudo, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 4. Serviços e equipamentos turísticos - Resultados do destino 2008-2010



O resultado do destino nesta dimensão foi positivamente influenciado pela oferta de sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados e pelo estado de conservação desta sinalização. A existência de centros de atendimento ao turista e a flexibilidade dos dias de funcionamento foram outros quesitos considerados. Além disso, levou-se em conta a existência de um centro de convenções no destino – ExpoGramado –, a estrutura disponível, a capacidade, a localização em relação às áreas turística e a existência de outros equipamentos para a realização de eventos. Quanto aos meios de hospedagem existentes no destino, constatou-se a presença de uma organização representativa dos meios de hospedagem, que discute e defende os interesses dos empreendimentos do destino. Também influenciaram positivamente o resultado o fato de a maioria dos meios de hospedagem possuir apartamentos em bom estado de conservação, modernos ou recém reformados e oferecer acesso à internet nas unidades habitacionais. Quanto à capacidade dos estabelecimentos de alimentação, verificou-se a existência de uma organização representativa de restaurantes e similares, que discute e defende os interesses dos empreendimentos de alimentação, além da valorização da gastronomia regional.

Entre os fatores que influenciaram negativamente o indicador do destino nesta dimensão estão a ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro e a inexistência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos. Além disso, foi observada a oferta de transporte público para o principal centro de convenções. Quanto aos meios de hospedagem, constatou-se a inexistência de incentivo formal ao uso de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de hospedagem e o não cumprimento de quesitos de acessibilidade na maioria destes estabelecimentos. Verificou-se ainda que não há incentivo formal à adoção de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de alimentação e a maioria dos empreendimentos deste setor não adota quesitos de acessibilidade, pontos que prejudicaram a pontuação do destino nesta dimensão.

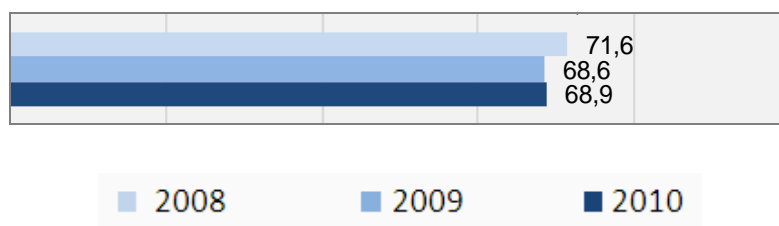
2.5 Atrativos turísticos

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

A média Brasil em 2010, na dimensão *Atrativos turísticos*, posicionou-se em 60,5. Nesta dimensão a média das capitais foi 59,5, abaixo da média nacional, e o indicador das cidades não capitais (61,3) apresentou-se acima do índice Brasil.

O indicador de Gramado em *Atrativos turísticos* foi 68,9 pontos (escala de 0 a 100), resultado acima do índice obtido pelo destino turístico em 2009, como é possível verificar no gráfico:

Gráfico 5. Atrativos turísticos - Resultados do destino 2008-2010



O indicador do destino nesta dimensão foi influenciado positivamente, entre outros fatores, pela existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico. Em visita técnica realizada entre os dias 10/05/2010 e 14/05/2010, foi possível constatar a preocupação do destino com a preservação ambiental do entorno do principal atrativo natural indicado – GramadoZoo – e com a manutenção da estrutura disponível do local. Além disso, são adotados alguns quesitos de acessibilidade no principal atrativo natural – em especial para pessoas com deficiência física ou mobilidade reduzida. Também ficou constatado que o destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, e deixa clara a preocupação com a preservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado – Roteiro Colonial. O resultado do destino também foi positivamente influenciado pela existência de eventos programados que atraem turistas e pela estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Natal Luz. O destino conta ainda com realizações técnicas que geram a atração de visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos.

Apesar dos aspectos positivos avaliados, outros quesitos influenciaram negativamente a pontuação nesta dimensão. O principal atrativo natural indicado não possui estudo de capacidade de carga ou suporte para minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos. Outros fatores que geraram impacto no indicador foram a inexistência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural indicado e as condições de acessibilidade para pessoas com deficiência. A inexistência de um estudo de capacidade de carga para o principal evento programado indicado – que, segundo a comunidade local traz alguns impactos – e a falta de recursos de acessibilidade para pessoas com deficiência no local em que acontece este evento programado também foram considerados. Além disso, não há no destino o monitoramento da capacidade de carga ou suporte da principal realização técnica sinalizada – Centro e Vale do Bosque (visitas técnicas - Móveis de Design) – e o local em que tal realização acontece não adota quesitos de acessibilidade para visitantes com deficiência, aspectos que, se melhorados, tendem a potencializar a atratividade do destino ao longo de todo o ano.

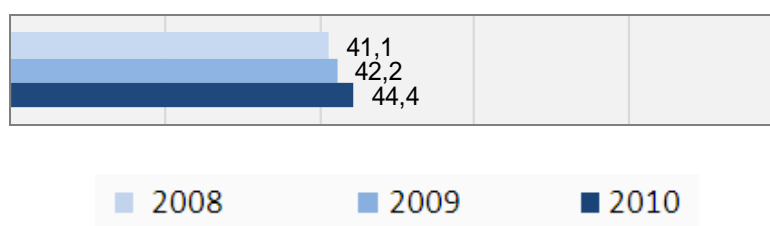
2.6 Marketing e promoção do destino

Na dimensão *Marketing e promoção do destino* foram analisadas as seguintes variáveis: (i) plano de marketing; (ii) participação em feiras e eventos; (iii) promoção do destino; e (iv) página do destino na internet (website).

A média Brasil atingiu 42,7 pontos em *Marketing e promoção do destino*. A média das capitais (46,8) ficou acima do indicador nacional nesta dimensão, enquanto a média das cidades não capitais em 2010 (39,8) posicionou-se abaixo da média geral do país nesta dimensão.

Em *Marketing e promoção do destino*, a cidade de Gramado registrou 44,4 pontos, índice acima do obtido pelo destino no ano anterior, conforme exhibe o gráfico a seguir:

Gráfico 6. Marketing e promoção do destino - Resultados do destino 2008-2010



Dentre os fatores que contribuíram de maneira positiva para esse índice em *Marketing e promoção do destino* estão a existência de um planejamento para o destino onde a variável *marketing* é contemplada, e a participação de feiras e eventos do setor de turismo, de forma contínua e institucionalizada. O destino turístico produziu, no ano anterior, eventos próprios para se promover fora de seu território e possui material promocional institucional disponível em idiomas estrangeiros. Como quesitos que ajudaram a compor o indicador podem ser citados ainda a preocupação do município em produzir um material promocional que apresenta a estrutura disponível para eventos, o esforço em garantir revisão ortográfica profissional do material promocional e a oferta de uma agenda de eventos disponível para consulta gratuitamente. A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.gramado.rs.gov.br – traz informações turísticas atualizadas sobre o destino e é revisada constantemente por um profissional em língua portuguesa.

Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão está a inexistência de um plano de marketing formal, com metas e responsabilidades definidas, com ações previstas ou executadas, elaborado com a colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, que contempla a relação com agências e operadoras e com indicadores de desempenho definidos. Além disso, o destino não dispõe de nenhum plano similar de marketing regional, que o contemple com ações e metas de mercado para o turismo em âmbito regional. O município não participa de feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, ação que ajudaria a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional, quesito que impactou o indicador. O material promocional de Gramado não alerta o visitante sobre ações de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes, tampouco sobre a importância de preservar o meio ambiente. A cidade não oferece ao turista uma central telefônica específica de informações turísticas através da qual os visitantes possam obter informações sobre atrativos,

equipamentos e serviços disponíveis no destino. Não há informações turísticas em idioma estrangeiro na página institucional do destino e faltam ações no ambiente virtual que deixem claro aos potenciais turistas a preocupação do destino em prevenir a exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo e em preservar o meio ambiente, aspectos que prejudicaram o indicador do destino nesta dimensão.

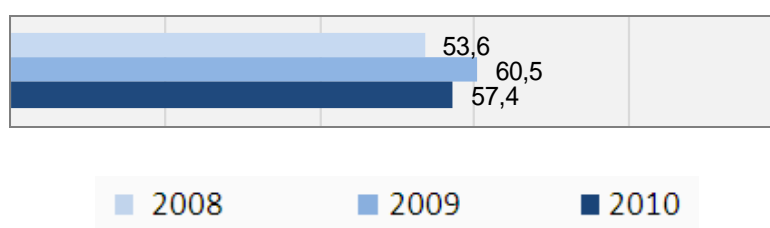
2.7 Políticas públicas

Para avaliar a dimensão *Políticas públicas* foram considerados os seguintes aspectos: (i) estrutura municipal para apoio ao turismo; (ii) grau de cooperação com o governo estadual; (iii) grau de cooperação com o governo federal; (iv) planejamento para a cidade e para a atividade turística; e (v) grau de cooperação público-privada.

Em *Políticas públicas*, a média Brasil ficou em 55,2 pontos (escala de 0 a 100). O indicador das cidades capitais nesta dimensão (61,5) manteve-se acima da média Brasil, e o grupo de não capitais (50,7) registrou pontos abaixo da média nacional de competitividade nesta dimensão.

O destino Gramado conquistou 57,4 pontos este ano, abaixo do resultado registrado em 2009, como é possível conferir no gráfico:

Gráfico 7. Políticas públicas - Resultados do destino 2008-2010



O destino possui uma secretaria municipal com a atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo. Recentemente, o município desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo, questão que contribuiu de maneira positiva para a composição do indicador de competitividade nesta dimensão. O destino mantém representação junto ao Fórum Estadual de Turismo, dispôs no ano anterior de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visam a competitividade do turismo, e, além de atuar em

cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, registrou também no ano anterior investimentos diretos do governo federal em projetos de incremento da competitividade turística. O destino adotou programas de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos e conta com um Plano Diretor Municipal revisado que contempla o setor de turismo. Foram relatados ainda ações ou projetos executados em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior.

Entretanto, o órgão gestor de turismo não dispõe de recurso próprio para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor. Verificou-se ainda que o município não possui uma instância de governança formal ativa – fórum ou conselho municipal de turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística, questão que impactou negativamente o resultado do destino. Também não foi identificado nenhum planejamento formal para o setor de turismo que defina diretrizes e metas do setor para os próximos anos, gerando influência negativa na pontuação desta dimensão.

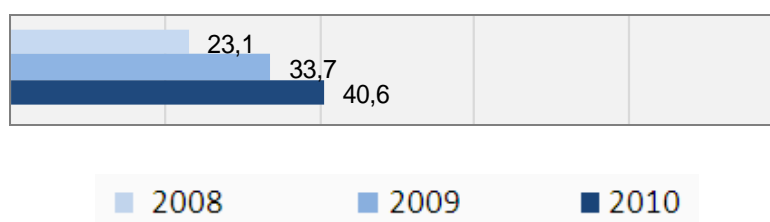
2.8 Cooperação regional

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

A média Brasil em *Cooperação regional* foi 51,1. A média das cidades do grupo de capitais (48,3) posicionou-se abaixo do indicador nacional de competitividade nesta dimensão, e o indicador das cidades não capitais (53,1) ficou acima da média Brasil em *Cooperação regional*.

A cidade de Gramado atingiu um índice de competitividade de 40,6 pontos (escala de 0 a 100) nesta dimensão, acima do índice conquistado na edição anterior do estudo, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 8. Cooperação regional - Resultados do destino 2008-2010



O destino faz parte de uma instância de governança regional – Conselho Gestor da Região das Hortênsias. A instância regional realiza parcerias com os setores públicos e privados dos municípios que representa e dispõe de suporte para a condução de suas atividades, fatores que exerceram impacto positivo sobre a pontuação obtida nesta dimensão. Levou-se em conta ainda que, no ano anterior, houve ações no destino para mobilizar atores do segmento turístico do destino para a importância da cooperação regional, além da existência de projetos de cooperação regional compartilhados entre o município e outros destinos da Região das Hortênsias. Constatou-se também que o destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores e agências. No ano anterior, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais ou da região turística dos quais faz parte, e realizou ações promocionais em parceria com outros destinos da mesma região, inclusive com agentes/operadores de turismo receptivo, questões consideradas positivas para a composição do resultado nesta dimensão.

Entretanto, a instância de governança regional – Conselho Gestor da Região das Hortênsias – não está formalmente constituída, não dispõe de um gestor executivo com dedicação exclusiva à coordenação, tampouco conta com recurso próprio, fatores que exerceram impacto negativo sobre o resultado obtido nesta dimensão. Considerou-se ainda que a instância não possui representação no Fórum Estadual de Turismo. Além disso, Gramado não participa de consórcio público ligado a projetos turísticos com outro destino de sua região turística e não há um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região turística, que determine responsabilidades e metas de mercado ou cujas ações e projetos contemplem o município avaliado. Os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não foram elaborados com base em informações de um inventário ou cadastro da oferta turística e neles não são monitoradas questões de sustentabilidade, como a elaboração de Estudo de Impacto Ambiental (EIA), por exemplo. Também foi constatada a

inexistência de uma página institucional da região turística na internet e o fato de o destino não coproduzir material promocional da região turística da qual faz parte.

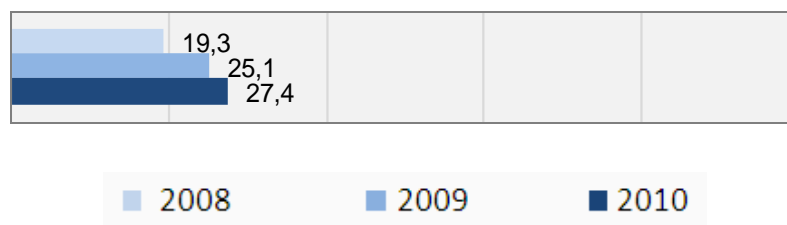
2.9 Monitoramento

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

Após avaliadas todas estas questões nos 65 destinos indutores, a média Brasil em 2010 nesta dimensão foi 35,3. A média das capitais analisadas foi 42,6, acima da média Brasil, enquanto a média das cidades não capitais em 2010 (30,0) localizou-se abaixo do índice de competitividade nacional nesta dimensão.

O indicador de Gramado em *Monitoramento* foi 27,4 pontos (escala de 0 a 100), resultado acima do índice obtido no ano anterior, como pode-se observar no gráfico:

Gráfico 9. Monitoramento - Resultados do destino 2008-2010



Na dimensão *Monitoramento*, o resultado obtido pelo destino foi composto, entre outros quesitos, pela realização de pesquisa de demanda periódica e de pesquisa de oferta atualizada – Cadastramento –, levantamentos que geram dados relevantes para o planejamento e a divulgação de informações do destino.

Apesar de realizar pesquisa de demanda periódica, o destino não aproveita constantemente os dados coletados em planejamento. Além disso, o município não possui um sistema de indicadores de desempenho, conjunto técnico de estatísticas turísticas, tampouco gera relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo. Também não foi detectado o acompanhamento dos objetivos da política de turismo em nível estadual e nível federal, aspectos que, uma vez melhorados, poderiam auxiliar o destino no incremento do índice de competitividade.

Constatou-se ainda que o município não monitora os impactos econômicos gerados pelo turismo. Outros aspectos considerados foram o fato de a administração pública local não possuir um setor específico de estudos que realiza pesquisas em turismo e a inexistência de instituição que realiza pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o destino faz parte.

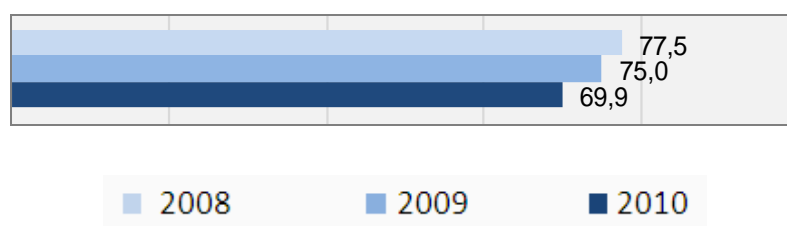
2.10 Economia local

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

Nesta dimensão, a média Brasil foi 59,5 em 2010 (escala de 0 a 100). O grupo de capitais registrou 70,7 pontos, acima do indicador nacional nesta dimensão. A média das cidades não capitais (51,5), por sua vez, ficou abaixo da média Brasil em *Economia local*.

O destino Gramado registrou 69,9 pontos, um índice abaixo do conquistado na edição 2009 do estudo, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 10. Economia local - Resultados do destino 2008-2010



A oferta de serviços de acesso à internet banda larga e a oferta de caixas eletrônicos de autoatendimento disponíveis para saques com cartões de crédito internacionais foram constatações que ajudaram a compor o indicador nesta dimensão. A atuação de um *Convention & Visitors Bureau* – mesmo ele não sendo exclusivo do destino –, e a existência de um pólo físico de produção/negócios significativo para movimentar a economia local foram fatores que colaboraram para o resultado, uma vez que ambos tendem a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

Entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão estão a indisponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos e a inexistência de terminais de autoatendimento disponíveis 24 horas para saques. O destino não aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, não oferece benefícios de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo, tampouco benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor.

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

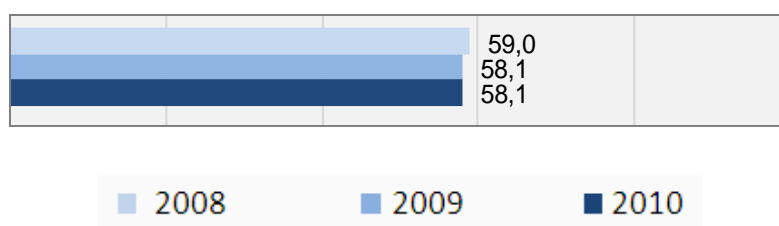
2.11 Capacidade empresarial

O *Índice de Competitividade* analisou os seguintes quesitos referentes à *Capacidade empresarial*: (i) capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local; (ii) presença de grupos nacionais e internacionais do setor de turismo; (iii) concorrência e barreiras de entrada; e (iv) presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias.

Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil ficou em 57,0. O grupo de capitais obteve 82,7 pontos, acima da média Brasil, enquanto que o conjunto de cidades não capitais obteve 38,6, abaixo do indicador geral nacional nesta dimensão.

Gramado conquistou 58,1 pontos (escala de 0 a 100), igual aos pontos registrados na dimensão *Capacidade empresarial* em 2009, como é possível verificar no gráfico:

Gráfico 11. Capacidade empresarial - Resultados do destino 2008-2010



Dentre os aspectos positivos identificados nesta dimensão estão a presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica e de formação superior, e a oferta de escolas de formação em idiomas estrangeiros. Em entrevistas com o empresariado local, foi constatado que existe pessoal local qualificado para trabalhar em cargos administrativos em meios de hospedagem, fator positivo para o destino. A presença de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo (como redes de locação de automóveis e redes de meios de hospedagem) e a aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários ou gerentes de empreendimentos turísticos também influenciaram positivamente a pontuação. Foi constatada a existência de adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentam o empreendedorismo como arranjos produtivos locais, quesito que contribuiu para o índice de competitividade do destino nesta dimensão.

O resultado do destino nesta dimensão foi afetado negativamente, dentre outros aspectos, pela carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência em hotelaria e a carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos administrativos em agências ou operadoras. A ausência de cadeias de restaurantes/lanchonetes nacionais ou internacionais no destino também foi um fator que comprometeu a competitividade da cidade nesta dimensão.

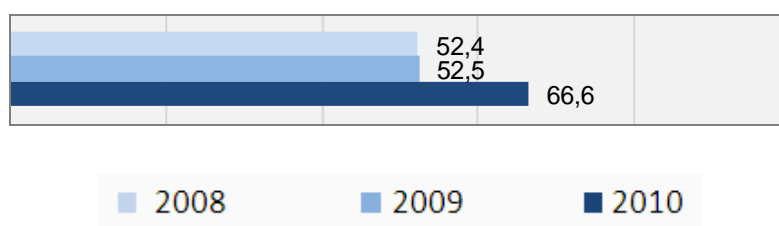
2.12 Aspectos sociais

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

Consideradas todas estas questões, a média Brasil em 2010 na dimensão *Aspectos sociais* foi 58,4. A média das capitais avaliadas posicionou-se em 64,2 pontos, acima do indicador nacional neste item, enquanto a média das cidades não capitais foi 54,2, abaixo da média Brasil nesta dimensão.

A cidade de Gramado registrou um índice de competitividade de 66,6 pontos, acima do índice conquistado nesta dimensão na edição anterior do estudo, conforme exhibe o gráfico a seguir:

Gráfico 12. Aspectos sociais - Resultados do destino 2008-2010



Nesta dimensão, o destino se destacou pela existência de investimentos em educação para além do percentual obrigatório de 25%. Outro aspecto positivo é a adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal. O município sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística e consulta a população sobre atividades ou projetos turísticos para a localidade. Outro quesito considerado foi o fato de a comunidade se envolver no desenvolvimento da atividade turística por meio de sindicatos e ONGs/OSCIPs.

Entretanto, entre os aspectos que resultaram em impactos negativos estão o relato de que há no destino utilização de mão de obra informal durante a alta temporada e a não aplicação de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, ações que, uma vez executadas, fortaleceriam o destino ao mobilizar a iniciativa privada, o poder público municipal e o terceiro setor. Avaliou-se ainda que programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local são ações esporádicas e que não existe elaboração de orçamento participativo – apenas a aprovação de orçamento previamente estabelecido. Também não foi detectada uma política formal para alertar ao turista sobre o respeito à comunidade local.

Além destes fatores, na composição do indicador desta dimensão foram considerados ainda dados secundários de indicadores sociais do destino, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

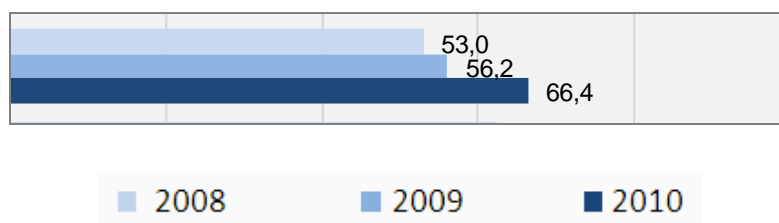
2.13 Aspectos ambientais

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

Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil foi 65,6 pontos (escala de 0 a 100). O grupo de capitais obteve 71,3 pontos, resultado acima da média Brasil, enquanto a média do conjunto de cidades não capitais foi 61,5, abaixo do indicador geral nacional nesta dimensão.

O indicador de Gramado nesta dimensão foi 66,4 pontos (escala de 0 a 100), resultado acima do índice obtido pelo destino em 2009, como é possível conferir no gráfico:

Gráfico 13. Aspectos ambientais - Resultados do destino 2008-2010



Nesta dimensão, o resultado obtido pelo destino foi composto, entre outros quesitos, pela existência de um órgão municipal – Secretaria Municipal de Meio Ambiente – com atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente e que recentemente desenvolveu projetos relacionados ao turismo em conjunto com o órgão gestor do segmento no destino. O município tem Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente atuante, conta com um fundo municipal para o meio ambiente efetivo e possui um Código Ambiental Municipal, contra o qual não há ação judicial pública. Quanto ao saneamento, verificou-se que o município possui uma rede pública de distribuição de água, há estação de tratamento de água que atende ao destino e são aplicadas campanhas de educação periódicas para o uso racional do recurso. O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto com configuração de

separador absoluto e possui política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais (como rios, lagos, lagoas ou praias).

Dentre os aspectos negativos identificados, destacam-se o fato de a secretaria municipal do meio ambiente não possuir recursos próprios, a inexistência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados e a ausência de uma estação de tratamento de água para a sua reutilização. O baixo índice de cobertura da rede pública de esgoto também foi um dos quesitos observados. Considerou-se ainda o fato de não haver plano de manejo, tampouco conselho gestor para a principal Unidade de Conservação indicada – Parque dos Pinheiros –, aspecto que impactou o índice de competitividade nesta dimensão.

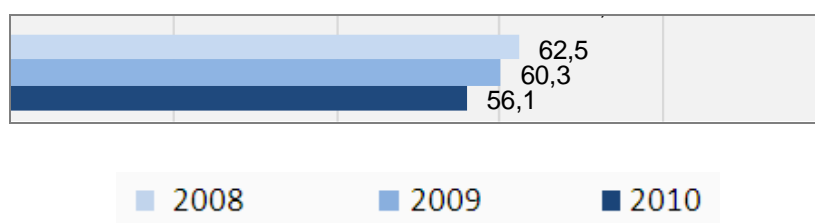
2.14 Aspectos culturais

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

A média Brasil nesta dimensão foi 55,9. A média das capitais (64,1) ficou acima do índice nacional de competitividade, enquanto a pontuação das cidades não capitais (50,0) posicionou-se abaixo da média Brasil nesta dimensão.

Em *Aspectos culturais*, o destino registrou 56,1 pontos, um índice abaixo do obtido no estudo anterior, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 14. Aspectos culturais - Resultados do destino 2008-2010



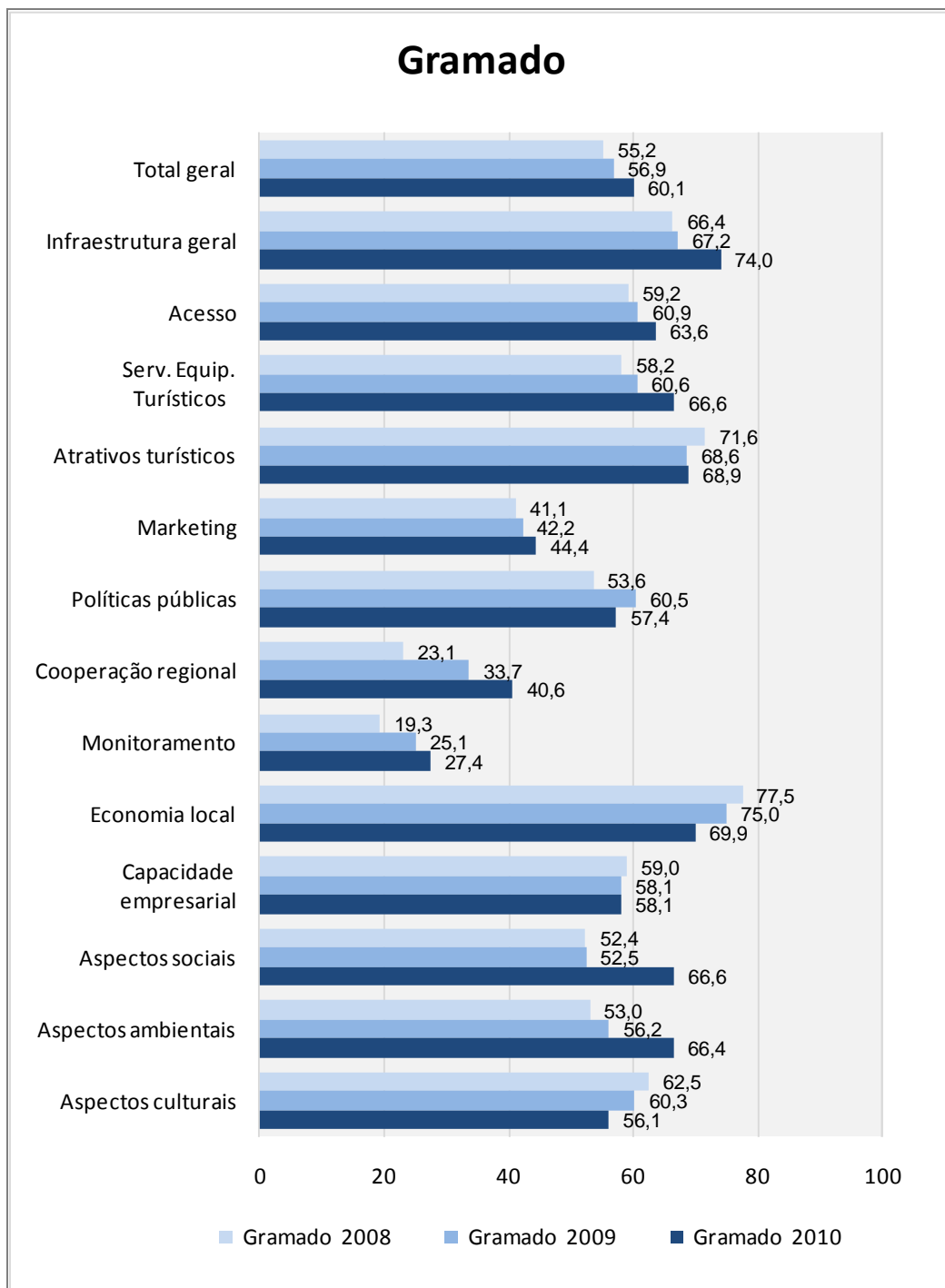
O destino possui atividade artesanal típica, apresenta culinária típica pela qual é reconhecido como destino turístico em esfera nacional, mantém tradições culturais evidentes, incentiva manifestações religiosas que atraem fluxo turístico, possui

comunidade tradicional e fomenta grupos artísticos de manifestação popular tradicional, ou seja, dispõe de um conjunto de produções culturais associadas ao turismo que podem gerar fluxo de visitantes para o município. Também ajudaram a compor o resultado desta dimensão a existência de patrimônios artísticos tombados considerados atrativos turísticos e a existência de bens tombados como patrimônio histórico municipal. O destino conta com um órgão da administração local com atribuição de incentivar o desenvolvimento da cultura – ainda que não exclusivo – e que, no ano anterior, compartilhou projetos ou atividades em conjunto com o órgão gestor do turismo no município. Gramado aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais, e possui projeto de implantação de turismo cultural, aspectos positivos para o destino.

Projetaram a pontuação para baixo nesta dimensão a inexistência de patrimônios imateriais registrados que se constituam em atrativos turísticos e a inexistência de sítio arqueológico tombado ou registrado. Foi observado também que o segmento não conta com um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura. O destino não possui legislação municipal de cultura, tampouco fundo municipal de cultura. Além disso, o município não aderiu ao Sistema Nacional de Cultura e não monitora a utilização turística do patrimônio cultural aplicando controle de capacidade de suporte ou carga, aspectos que impactaram negativamente o resultado nesta dimensão.

3. RESULTADOS CONSOLIDADOS

Gráfico 15. Resultados consolidados



4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE

A tabela a seguir consolida os resultados gerais do destino nas dimensões avaliadas. O índice geral (Total geral) é o resultado da soma ponderada das 13 dimensões, analisadas segundo a sua importância para a competitividade do turismo.

É possível verificar ainda os índices registrados nas três edições do Índice de Competitividade*, além dos resultados do grupo de Capitais ou do grupo de Não capitais avaliadas.

Dimensões	Brasil*			Não Capitais			Gramado		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Total geral	52,1	54,0	56,0	46,9	48,4	50,3	55,2	56,9	60,1
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	58,1	58,9	59,8	66,4	67,2	74,0
Acesso	55,6	58,1	60,5	47,5	49,7	52,3	59,2	60,9	63,6
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	36,3	37,9	41,9	58,2	60,6	66,6
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	59,3	60,2	61,3	71,6	68,6	68,9
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	32,4	36,5	39,8	41,1	42,2	44,4
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	47,3	50,2	50,7	53,6	60,5	57,4
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	45,0	48,8	53,1	23,1	33,7	40,6
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	30,6	29,4	30,0	19,3	25,1	27,4
Economia local	56,6	57,1	59,5	50,9	49,6	51,5	77,5	75,0	69,9
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	36,6	39,8	38,6	59,0	58,1	58,1
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	53,5	53,4	54,2	52,4	52,5	66,6
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	55,5	58,1	61,5	53,0	56,2	66,4
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	49,8	48,7	50,0	62,5	60,3	56,1

Fonte: FGV/MTur/SEBRAE, 2010

* O resultado Brasil reflete a amostra das 65 cidades analisadas. Os resultados “Capitais” e “Não capitais” refletem a média do grupo de cidades de mesma característica geopolítica.