

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

VITÓRIA



## 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
<i>Resultados gerais 2010</i> .....	6
<i>Análise comparativa 2009-2010</i> .....	7
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.....	17
2.10 Economia local .....	18
2.11 Capacidade empresarial.....	19
2.12 Aspectos sociais.....	21
2.13 Aspectos ambientais .....	22
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 100<sup>1</sup>. 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

---

<sup>1</sup> 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

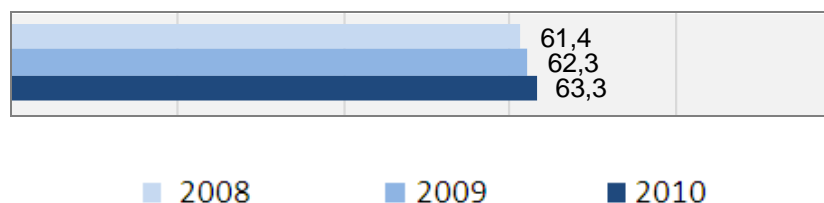
#### *Resultados gerais 2010*

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 Brasil<sup>2</sup>, 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 Vitória foram considerados, portanto, os índices obtidos nas 13 dimensões avaliadas. Com isso, o indicador do destino em 2010 foi 63,3 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido pelo destino em 2009 (62,3), como é possível conferir no gráfico:

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



Os resultados obtidos pelo destino nas dimensões Infraestrutura geral (79,7), Acesso (64,7), Políticas públicas (72,0), Economia local (77,6), Capacidade empresarial (83,2) e Aspectos culturais (73,1) contribuirão positivamente para o índice geral de competitividade do município, uma vez que se mantiveram acima do resultado geral do destino em 2010.

Por sua vez, os índices registrados nas dimensões Serviços e equipamentos turísticos (55,3), Atrativos turísticos (52,2), Marketing e promoção do destino (44,9), Cooperação

<sup>2</sup> O resultado Brasil reflete a amostra das 65 cidades analisadas.

regional (62,3), Monitoramento (42,0), Aspectos sociais (55,8) e Aspectos ambientais (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 Vitória, 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 Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Atrativos turísticos, Marketing e promoção do destino, Cooperação regional, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos ambientais e Aspectos culturais.

A dimensão Políticas públicas registrou estabilidade de resultados em 2010 em relação a 2009.

Por fim, foi possível observar que as dimensões Infraestrutura geral, Monitoramento e Aspectos sociais 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.

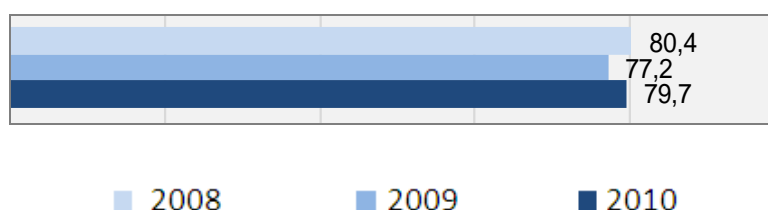
## 2.2 Infraestrutura geral

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*, o destino Vitória registrou 79,7 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 Vitória 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 Civil, pela oferta de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento e pela existência de Defesa Civil. 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 – como praças e jardins – e o estado de conservação do mobiliário urbano nas áreas turísticas. Além disso, o destino põe em prática programas para a conservação de mobiliário urbano e de áreas verdes, como a manutenção dos jardins, praças e parques.



Entre os fatores que influenciaram negativamente o resultado do destino nesta dimensão está a ausência de um grupamento de polícia especializado no atendimento ao turista na Polícia Militar. Além disso, o destino não disponibiliza espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos nas áreas turísticas.

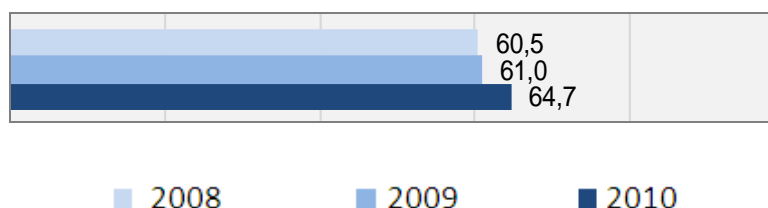
### 2.3 Acesso

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 Vitória posicionou-se em 64,7 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 dentro do território municipal – Aeroporto Eurico de Aguiar Salles de Vitória – e a estrutura do terminal aeroportuário que atende ao destino estão entre os aspectos considerados. Durante a visita técnica ao município, realizada entre o período de 14/06/2010 a 19/06/2010, foi possível constatar a variedade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo que atende ao destino, como ônibus executivo e convencional e taxis. Dentre os aspectos que influenciaram o índice de competitividade do destino de forma positiva nesta dimensão estão ainda as condições

da principal rodovia de acesso de fluxo turístico ao destino – BR101 –, a existência de um terminal rodoviário, a estrutura do terminal rodoviário que atende ao destino e a oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária. Somam-se a estes fatores a existência de linhas de transporte urbano que atendam às principais atrações 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, aspectos que contaram positivamente para o índice de competitividade nesta dimensão.

Entre os aspectos negativos identificados nesta dimensão estão a inexistência de um terminal aquaviário que atende ao destino e a inexistência de uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino. A existência de congestionamentos em qualquer época do ano e a carência de vagas para o estacionamento nas áreas turísticas também foram fatores que influenciaram negativamente o resultado obtido pelo destino nesta dimensão.

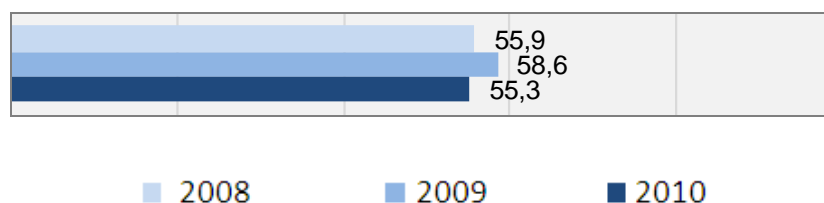
## **2.4 Serviços e equipamentos turísticos**

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 (41,0) ficou abaixo do índice nacional de competitividade.

Na cidade de Vitória, o índice de competitividade foi 55,3 pontos nesta dimensão, índice abaixo 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 – ainda que em pequena parte do destino –, pelo estado de conservação da sinalização turística viária e pela existência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos, disponível em idioma estrangeiro. A existência de centros de atendimento ao turista, a oferta de estrutura, a diversidade de serviços nos centros de atendimento ao turista e a flexibilidade de horários e dias de funcionamento foram outros quesitos considerados. Além disso, levou-se em conta a estrutura e a capacidade do Centro de Convenções de Vitória, a existência de mais de um centro de convenções que atende ao destino, a localização do principal centro de convenções em relação às áreas turísticas, a oferta de transporte público para o principal centro de convenções indicado e a oferta de espaços para a realização de eventos. Quanto aos meios de hospedagem existentes no destino, constatou-se o incentivo formal à adoção de tecnologias que priorizem a questão ambiental nestes estabelecimentos. Também influenciaram positivamente o resultado o fato de a maioria dos meios de hospedagem possuir apartamentos em bom estado de conservação e oferecer acesso à internet nas unidades habitacionais.

O destino abriga empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, inclusive atendimento em idiomas estrangeiros, disponibiliza guias de turismo registrados pelas normas do Ministério do Turismo e conta com uma organização de guias ou condutores que representa a atividade. A presença no município de instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres, técnicos ou de graduação e capacitação nas áreas relacionadas ao turismo também foi um dos quesitos que contribuiu para a pontuação do destino nesta dimensão. Quanto à capacidade dos estabelecimentos de alimentação, verificou-se que há incentivo formal à adoção de tecnologias que priorizem a questão ambiental nestes estabelecimentos.

Entre os fatores que influenciaram negativamente o índice de competitividade do destino nesta dimensão estão a cobertura da sinalização turística viária disponível e a ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro. Verificou-se também a inexistência de uma organização local representativa de meios de hospedagem, que

discuta e defenda os interesses dos empreendimentos do destino e o não cumprimento de quesitos de acessibilidade na maioria dos empreendimentos desse setor. Quanto aos estabelecimentos de alimentação, não há uma organização representativa de restaurantes e similares do local que discuta e defenda os interesses dos empreendimentos de alimentação, e a maioria dos empreendimentos deste setor não adota quesitos de acessibilidade, pontos que prejudicaram o resultado do destino nesta dimensão.

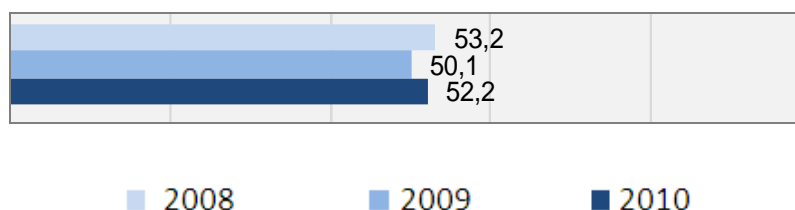
## 2.5 Atrativos turísticos

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 Vitória em *Atrativos turísticos* foi 52,2 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. Também ficou constatado que o destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado o Centro Histórico. O resultado do destino foi positivamente impactado pela existência de eventos programados que atraem turistas, pela estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado

indicado – Vitória Stone Fair (Feira do Mármore) – e pela atenção a alguns quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência no local onde acontece tal evento. O destino conta com atrativos de realizações técnicas, científicas ou artísticas que geram a atração de visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos. Ficou constatado que, os locais onde acontecem as principais realizações técnicas no destino – Arcelor Mittal e Vale do Rio Doce (visitas técnicas) – possuem acessibilidade para pessoas com deficiência.

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 e a estrutura disponível no principal atrativo natural ainda necessita de melhorias. O estado de conservação do entorno do principal atrativo natural também foi considerado, assim como a carência de recursos que viabilizem o acesso ou circulação de pessoas com deficiência. Outros fatores que geraram impacto no indicador foram a carência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural indicado, o estado de conservação urbanística e ambiental no entorno do principal atrativo cultural indicado, e as condições de acessibilidade para pessoas com deficiência. Além disso, não há no destino o monitoramento da capacidade de carga ou suporte da principal realização técnica, aspecto que, se melhorado, tende a potencializar a atratividade do destino ao longo de todo o ano.

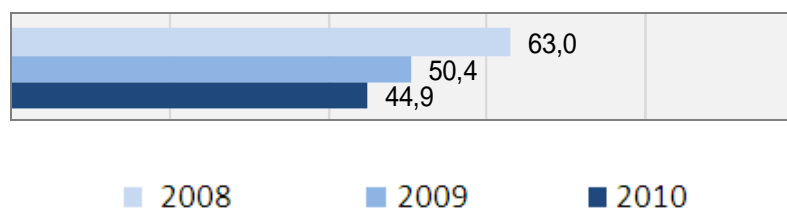
## **2.6 Marketing e promoção do destino**

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 Vitória registrou 44,9 pontos, índice abaixo 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* está a participação em feiras e eventos regionais, estaduais, nacionais e internacionais do setor de turismo, de forma contínua e institucionalizada nos últimos dois anos, e a participação em feiras e eventos não voltados para o setor de turismo, de forma a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional. O destino turístico possui material promocional institucional disponível em idioma estrangeiro que deixa claro ao visitante a preocupação com a prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes. 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.vitoria.es.gov.br/turismo](http://www.vitoria.es.gov.br/turismo) – traz informações turísticas sobre o destino.

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, com ações e metas de mercado para o turismo no destino. Foi constatado ainda que o município não avalia os resultados dos eventos de turismo e dos eventos de outros segmentos dos quais participa e não produziu recentemente nenhum evento promocional institucional para se promover fora de seu território. Outros quesitos considerados foram a inexistência de informações em idioma estrangeiro na página institucional do município na internet e a falta de ações no ambiente virtual que deixem clara a preocupação com o meio ambiente e com a prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes.

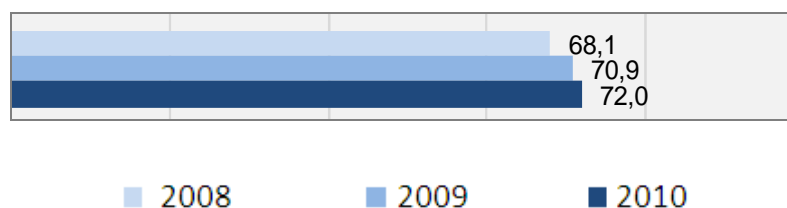
## 2.7 Políticas públicas

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 Vitória conquistou 72,0 pontos este ano, acima do resultado registrado em 2009, como é possível conferir no gráfico:

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



O destino possui um órgão municipal – Secretaria Municipal de Turismo – com atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo e, recentemente, desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo, questões que contribuiriam de maneira positiva para a composição do indicador de competitividade nesta dimensão. O município possui uma instância de governança ativa – em formato de Conselho de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística, mantém representação junto ao Fórum Estadual de Turismo e dispôs, no ano anterior, de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visam a competitividade do turismo. Além disso, atua em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, e registrou, também no ano anterior, investimentos diretos do governo federal no destino em projetos ligados ao turismo. O destino conta com um Plano Diretor Municipal revisado e possui também um planejamento formal para 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 de 2009.

Entretanto, o destino possui um órgão gestor de turismo que não dispõe de recurso próprio para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor, e o Plano Diretor Municipal não contempla o setor do turismo. Ademais, a cidade de Vitória não executou nenhum programa de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos, gerando influência negativa no resultado desta dimensão.

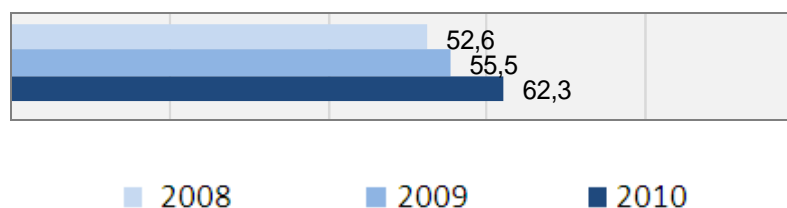
## 2.8 Cooperação regional

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 Vitória atingiu um índice de competitividade de 62,3 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 – a Adetur Metropolitana – que está formalmente constituída seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo, mantendo reuniões periódicas e dispõe de um gestor executivo com dedicação parcial à coordenação. A instância regional realiza parcerias com os setores públicos e privados dos municípios que representa, conta



com recurso próprio 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 a instância está representada no Fórum Estadual de Turismo e que, no ano anterior, houve ações para mobilizar atores do segmento turístico do destino para a importância da cooperação regional. Existem projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da mesma Região Metropolitana de Vitória. Constatou-se ainda que há um plano de desenvolvimento turístico integrado para a região, cujas ações e projetos contemplam o município avaliado. Além disso, o destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores e agências, elaborados com informações de um inventário da oferta turística e estruturados com a participação de atores do *trade* turístico. No ano anterior, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização da região turística da qual faz parte e, em parceria com outros destinos da mesma região, realizou ações promocionais, inclusive com agentes e operadores de turismo receptivo.

Entretanto, o destino não participa de consórcio público ligado a projetos turísticos com outro destino de sua região turística e não coproduz material promocional da região turística da qual faz parte. Também foi constatada que a página institucional da região turística na internet ainda está em fase de elaboração, aspecto que prejudicou o índice de competitividade nesta dimensão.

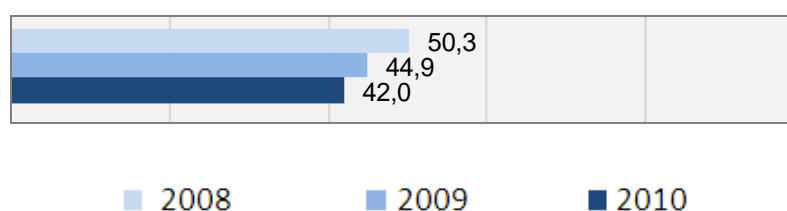
## 2.9 Monitoramento

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 Vitória em *Monitoramento* foi 42,0 pontos (escala de 0 a 100), resultado abaixo 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, levantamentos que geram dados relevantes para o planejamento e a divulgação de informações do destino. Pode-se citar ainda, como quesito positivo o monitoramento periódico dos impactos ambientais gerados pelo turismo em alguns parques. Outro aspecto positivo é a existência de instituição que realiza pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o destino faz parte.

No entanto, além de não possuir um sistema de indicadores de desempenho, um conjunto técnico de estatísticas turísticas, tampouco gerar relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo, o destino não acompanha os objetivos da política em turismo em nível estadual e em 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 sociais e culturais gerados pelo turismo. Outro aspecto considerado foi o fato de a administração pública local não possuir um setor específico de estudos que realiza pesquisas em turismo.

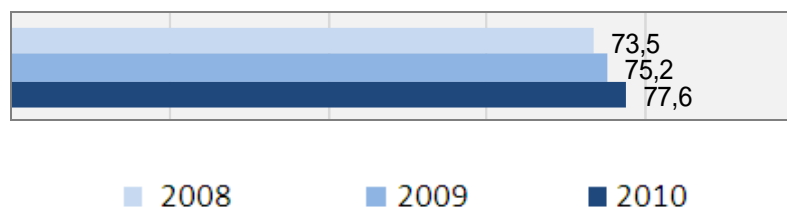
## 2.10 Economia local

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

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 Vitória registrou 77,6 pontos, um índice acima 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 em banda larga no destino, a disponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos, a oferta de caixas eletrônicos de autoatendimento 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais e a existência de casas de câmbio, constatações que ajudaram a compor o indicador nesta dimensão. O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, além de oferecer redução de impostos para algumas das atividades características do turismo. A atuação de um *Convention & Visitors Bureau* regional, ainda que não seja 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.

Entretanto, o destino não oferece benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor, aspecto que prejudicou o resultado do destino nesta dimensão.

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

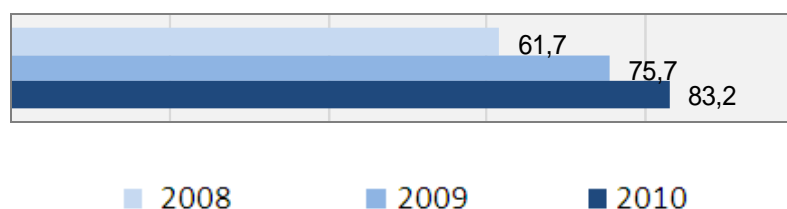
O *Índice de Competitividade* analisou os seguintes quesitos referentes à *Capacidade empresarial*: (i) capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local; (ii) presença de grupos nacionais e internacionais do setor de turismo; (iii)

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.

O destino Vitória conquistou 83,2 pontos (escala de 0 a 100), acima dos 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, de formação superior e de cursos livres e a oferta de escolas de formação em idioma estrangeiro. A presença de grupos nacionais e internacionais do setor de turismo (como redes de locação de automóveis, cadeias de restaurantes 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 o resultado. Foi constatada também a existência de adensamentos de empreendimentos turísticos, quesito que contribuiu para o índice de competitividade do destino nesta dimensão. Considerou-se ainda a presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários e de empresas que produzem e exportam mercadorias de alto valor agregado e perecíveis.

O resultado do destino nesta dimensão foi afetado negativamente, dentre outros aspectos, pela carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerencia em hotelaria, estabelecimentos de alimentos e bebidas e agências e operadoras. Avaliou-se ainda que os adensamentos de empreendimentos turísticos não são organizados como arranjos produtivos locais, e a sinalização de barreiras à

entrada de novos empreendimentos turísticos – entre elas a falta de regularização fundiária, falta de terrenos ou espaços físicos e a precariedade do acesso aéreo.

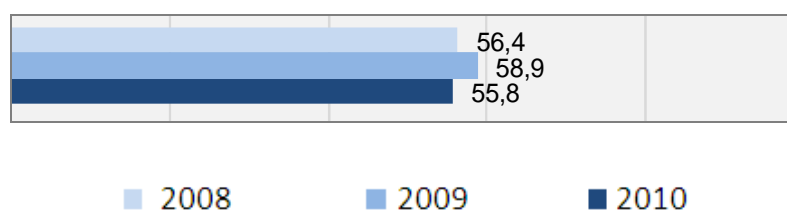
## 2.12 Aspectos sociais

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 Vitória registrou um índice de competitividade de 55,8 pontos, abaixo 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%. Outros aspectos positivos são a adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal e a aplicação de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, que conta com o apoio da iniciativa privada, do terceiro setor e do poder público. Levou-se em conta que são aplicados programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por órgãos municipais como forma de alavancar a

preservação dos espaços e a circulação de turistas. A população local se envolve na elaboração do orçamento participativo, o município sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino. Além de o destino consultar a população sobre atividades turísticas por meio do conselho municipal de turismo, a comunidade se envolve com a atividade turística por meio das associações de moradores, dos sindicatos e das associações do Agro Turismo, e da ADETUR.

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 o fato de que o município não alerta o turista para 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.

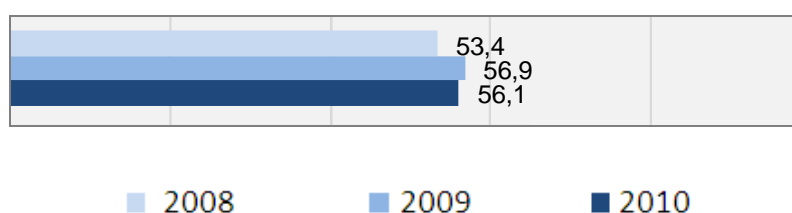
### **2.13 Aspectos ambientais**

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 Vitória nesta dimensão foi 56,1 pontos (escala de 0 a 100), resultado abaixo 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 com atribuição de coordenar e 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 meio ambiente atuante, 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 existe política de monitoramento da balneabilidade em ambientes naturais (como rios, lagos, lagoas ou praias). Também ajudou a elevar o índice alcançado nesta dimensão a presença de Unidades de Conservação com atividade turística monitorada em território municipal – Parque Municipal da Fonte Grande / Estação Ecológica do Lameirão – detentora de conselho gestor e onde há aplicação de plano de manejo.

Entretanto, a secretaria municipal com atribuição de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente não possui recursos próprios e o destino não conta com um fundo municipal para o meio ambiente efetivo, ou seja, os recursos não estão disponíveis para ser aplicados. Entre os aspectos que geraram impacto no indicador estão a inexistência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados, a presença de atividade potencialmente poluidora, com alvará de funcionamento, e a inexistência de uma estação de tratamento de água para a sua reutilização. Além disso, o destino não segue um Plano de Gestão de Resíduos de Serviços de Saúde, quesito que prejudicou o indicador do destino nesta dimensão.

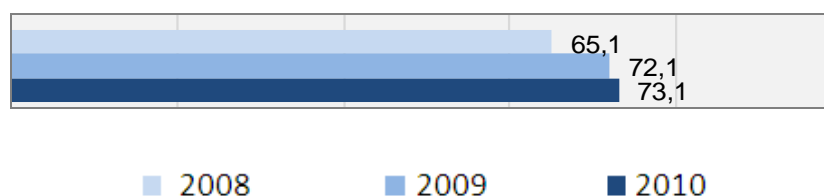
## 2.14 Aspectos culturais

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 73,1 pontos, um índice acima 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 comercializada em esfera nacional e internacional, possui culinária típica pela qual é reconhecido como destino turístico em esfera nacional e internacional, mantém tradições culturais evidentes, incentiva manifestações religiosas que atraem fluxo turístico 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 patrimônio imaterial registrado que se constitui em atrativo turístico, a aplicação de política de preservação de bens culturais imateriais, a existência de patrimônios artísticos tombados considerados atrativos turísticos, a existência de sítio arqueológico registrado e de bens tombados como patrimônio histórico. Pode-se destacar também que o segmento conta com um órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura e que, no ano anterior, compartilhou projetos ou atividades em conjunto com o órgão gestor do turismo no município. O destino aplica política municipal de cultura, que dentre outros benefícios ajuda a manter um calendário de manifestações culturais, possui legislação municipal de cultura e fundo municipal de cultura, este último exclusivo e efetivo. Além disso, o

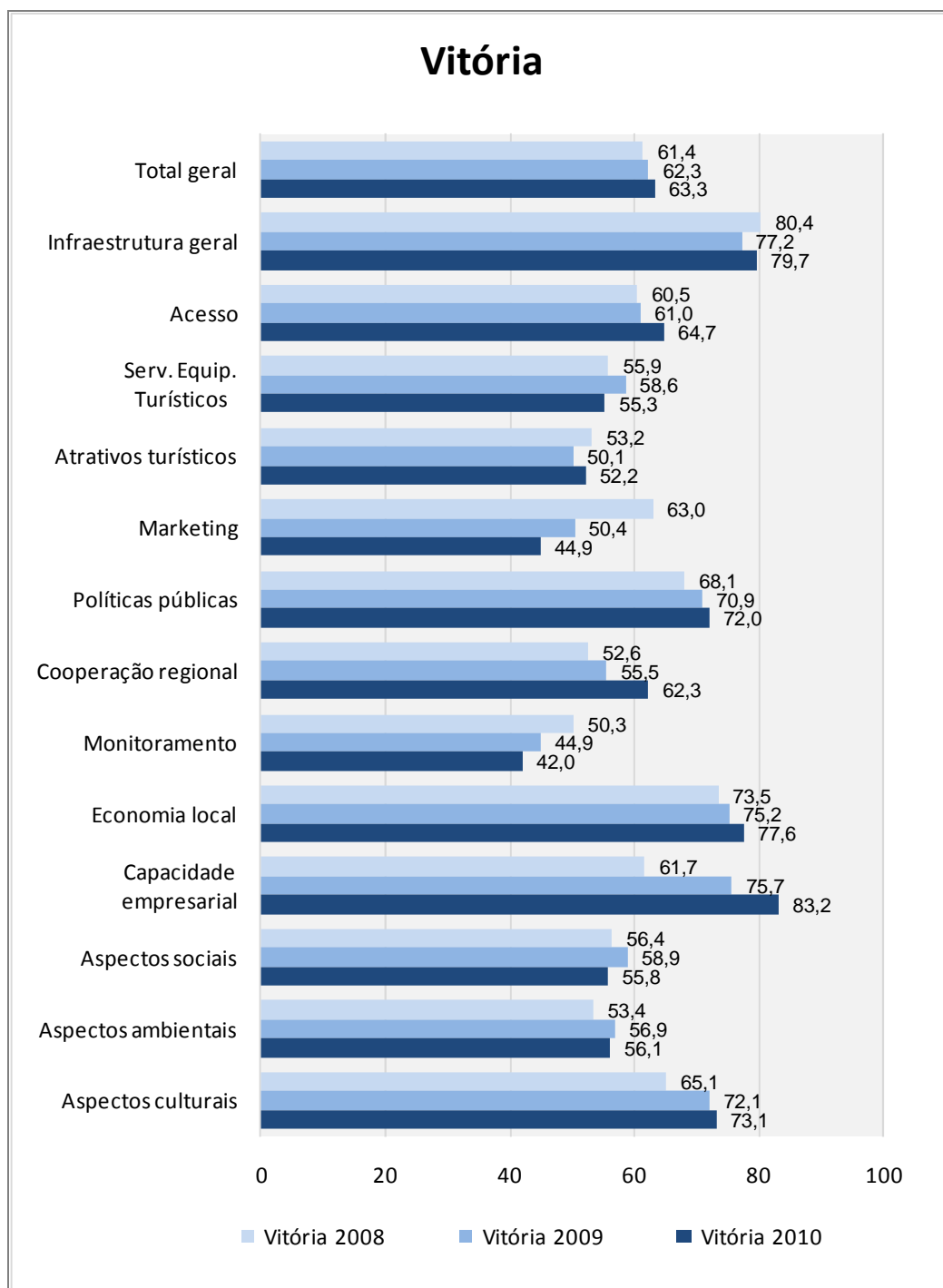


município aderiu ao Sistema Nacional de Cultural e possui projeto de implantação de turismo cultural, aspectos positivos para o destino.

Projetaram a pontuação para baixo nesta dimensão o fato de o órgão da administração local com atribuição de incentivar o desenvolvimento da cultura não dispor de fonte de recurso próprio. Além disso, o destino não monitora a utilização turística do patrimônio cultural aplicando controle de capacidade de suporte ou carga, aspectos que impactaram o resultado do destino.

### 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*			Capitais			Vitória		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Total geral	52,1	54,0	56,0	59,5	61,9	64,1	61,4	62,3	63,3
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	70,5	71,3	74,3	80,4	77,2	79,7
Acesso	55,6	58,1	60,5	66,9	69,9	72,0	60,5	61,0	64,7
Serv. Equip. Turístico	44,8	46,8	50,8	56,8	59,4	63,3	55,9	58,6	55,3
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	56,6	58,5	59,5	53,2	50,1	52,2
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	46,3	47,5	46,8	63,0	50,4	44,9
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	55,7	58,7	61,5	68,1	70,9	72,0
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	42,9	47,1	48,3	52,6	55,5	62,3
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	42,1	41,8	42,6	50,3	44,9	42,0
Economia local	56,6	57,1	59,5	64,7	67,6	70,7	73,5	75,2	77,6
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	72,1	78,1	82,7	61,7	75,7	83,2
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	62,3	63,1	64,2	56,4	58,9	55,8
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	63,8	67,0	71,3	53,4	56,9	56,1
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	61,4	63,0	64,1	65,1	72,1	73,1

Fonte: FGV/MTur/SEBRAE, 2010

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