

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

GRAMADO

2011



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 Nacional) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) deram início, em 2007, ao *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*. Em 2010, o Estudo de Competitividade passou a ser denominado *Índice de Competitividade do Turismo Nacional – 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*.

A metodologia 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 agosto e outubro de 2011.

Com este documento, o Ministério do Turismo, o Sebrae Nacional 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.

Ministério do Turismo

Sebrae Nacional

Fundação Getulio Vargas



Ministério do
Turismo



SUMÁRIO

1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE	4
2. ASPECTOS GERAIS	7
3. RESULTADOS	8
3.1 Índice geral.....	8
3.2 Infraestrutura geral	11
3.3 Acesso	13
3.4 Serviços e equipamentos turísticos	16
3.5 Atrativos turísticos	18
3.6 Marketing e promoção do destino.....	21
3.7 Políticas públicas.....	23
3.8 Cooperação regional	26
3.9 Monitoramento.....	28
3.10 Economia local	30
3.11 Capacidade empresarial.....	32
3.12 Aspectos sociais.....	34
3.13 Aspectos ambientais	37
3.14 Aspectos culturais	39
4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	42

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:

- 1 - Infraestrutura geral
- 2 - Acesso
- 3 - Serviços e equipamentos turísticos
- 4 - Atrativos turísticos
- 5 - Marketing e promoção do destino
- 6 - Políticas públicas
- 7 - Cooperação regional
- 8 - Monitoramento
- 9 - Economia local
- 10 - Capacidade empresarial
- 11 - Aspectos sociais
- 12 - Aspectos ambientais
- 13 - Aspectos culturais.

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.

- **Nível 1:** 0 a 20 pontos - refere-se ao intervalo em que os destinos apresentam deficiência em relação à determinada dimensão;
- **Nível 2:** 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;
- **Nível 3:** 41 a 60 pontos - configura situação regularmente satisfatória;
- **Nível 4:** 61 a 80 pontos - revela a existência de condições adequadas para atividades turísticas;
- **Nível 5:** 81 a 100 pontos - corresponde ao melhor posicionamento que um destino pode alcançar em uma dada dimensão.

Serão apresentados, portanto, os resultados consolidados do município em 2011, avaliado em 14 índices de competitividade: o indicador geral do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas. O documento apresenta ainda a média Brasil (indicador dos 65 destinos) e a média das cidades não capitais. Estes dados poderão ser comparados aos resultados obtidos nos anos anteriores, o que permitirá observar a evolução dos índices, graças à série histórica que vem sendo construída.

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das quatro edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos nos quais esse levantamento 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 ou regressão, é preciso que a diferença entre os resultados das pesquisas seja superior a 1,0 ponto para mais ou para menos no total geral ou em qualquer uma das 13 dimensões.

Uma vez conhecidos os índices nacionais de competitividade (média Brasil e média

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.

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 precisam, 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.

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.

2. ASPECTOS GERAIS

Gramado é um município localizado no estado do Rio Grande do Sul, na região Sul do país. Está distante 115 km da capital Porto Alegre. Com uma população de 32.300 habitantes e 237,828 km² de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$ 490.241.998,00 e PIB *per capita* de R\$ 14.741,02, segundo dados do IBGE (2010).

O destino faz parte da região turística das Hortênsias, juntamente com municípios como Canela e Nova Petrópolis. Os principais segmentos turísticos nos quais Gramado é comercializado são Turismo de Negócios e Eventos, Turismo Cultural e Turismo Rural.

Os principais atrativos de Gramado, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são o Zoo Gramado, o Lago Negro, o Roteiro Raízes e o Museu do Automóvel, além dos eventos programados Natal Luz e Festival de Cinema de Gramado.

Gramado conta com uma oferta de serviços e equipamentos como 123 meios de hospedagem (RAIS), 161 estabelecimentos de alimentação (RAIS) e 18 guias de turismo (CADASTUR).

3. RESULTADOS

A pesquisa em Gramado foi realizada entre os dias 22 e 26 de Agosto de 2011, quando foram entrevistados diversos representantes dos setores público, privado, associações de classe, dentre outros, para coletar os dados que compõem o índice de competitividade do destino.

Além disso, aplicou-se o método de observação *in loco* como forma de compor a avaliação dos destinos. Em complemento aos dados coletados em campo, a metodologia contemplou diversas informações disponíveis em fontes oficiais.

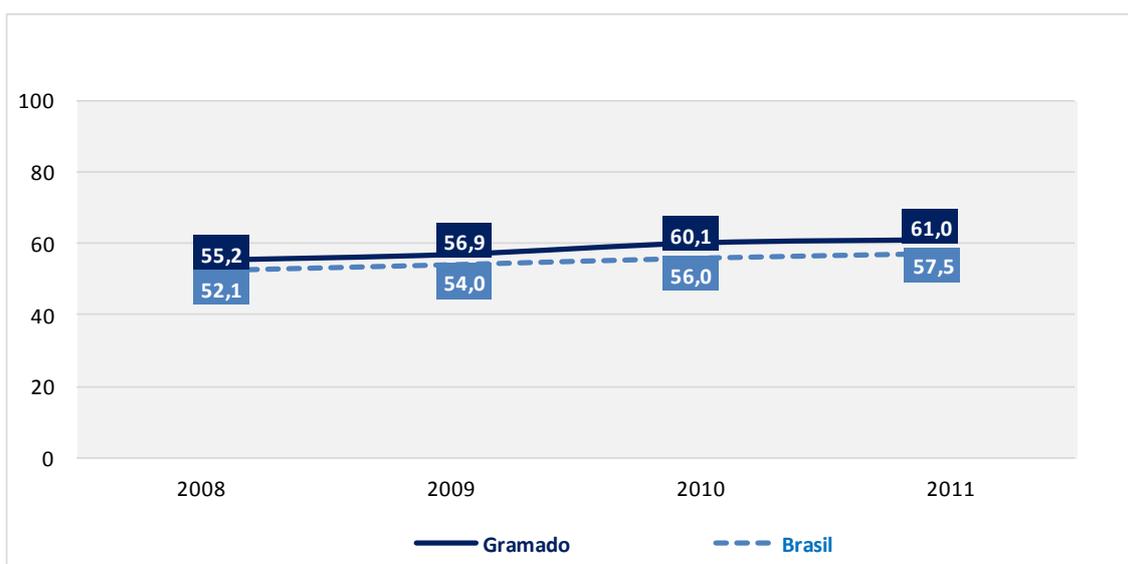
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

3.1 Índice geral

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

O índice geral do destino em 2011 foi 61,0 pontos (escala de 0 a 100). Este resultado ficou acima do índice obtido em 2010 (60,1), como é possível conferir no gráfico 1:

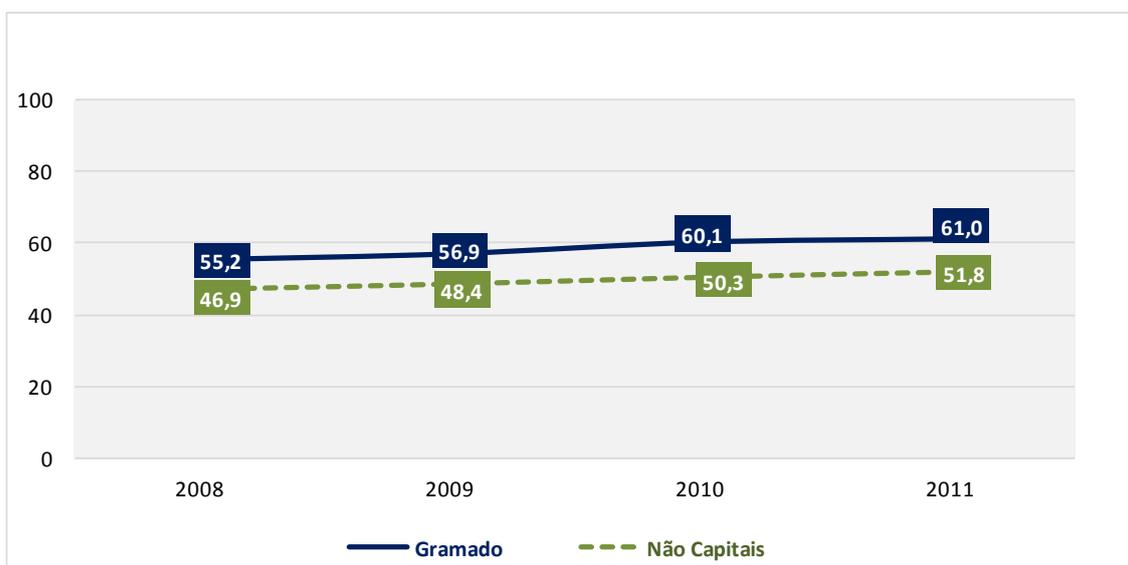
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2011



É possível observar no gráfico acima o comportamento dos indicadores do destino nos últimos quatro anos da pesquisa. O índice obteve um pequeno aumento, suficiente para que o destino elevasse seu nível de competitividade, do nível 3 para o nível 4.

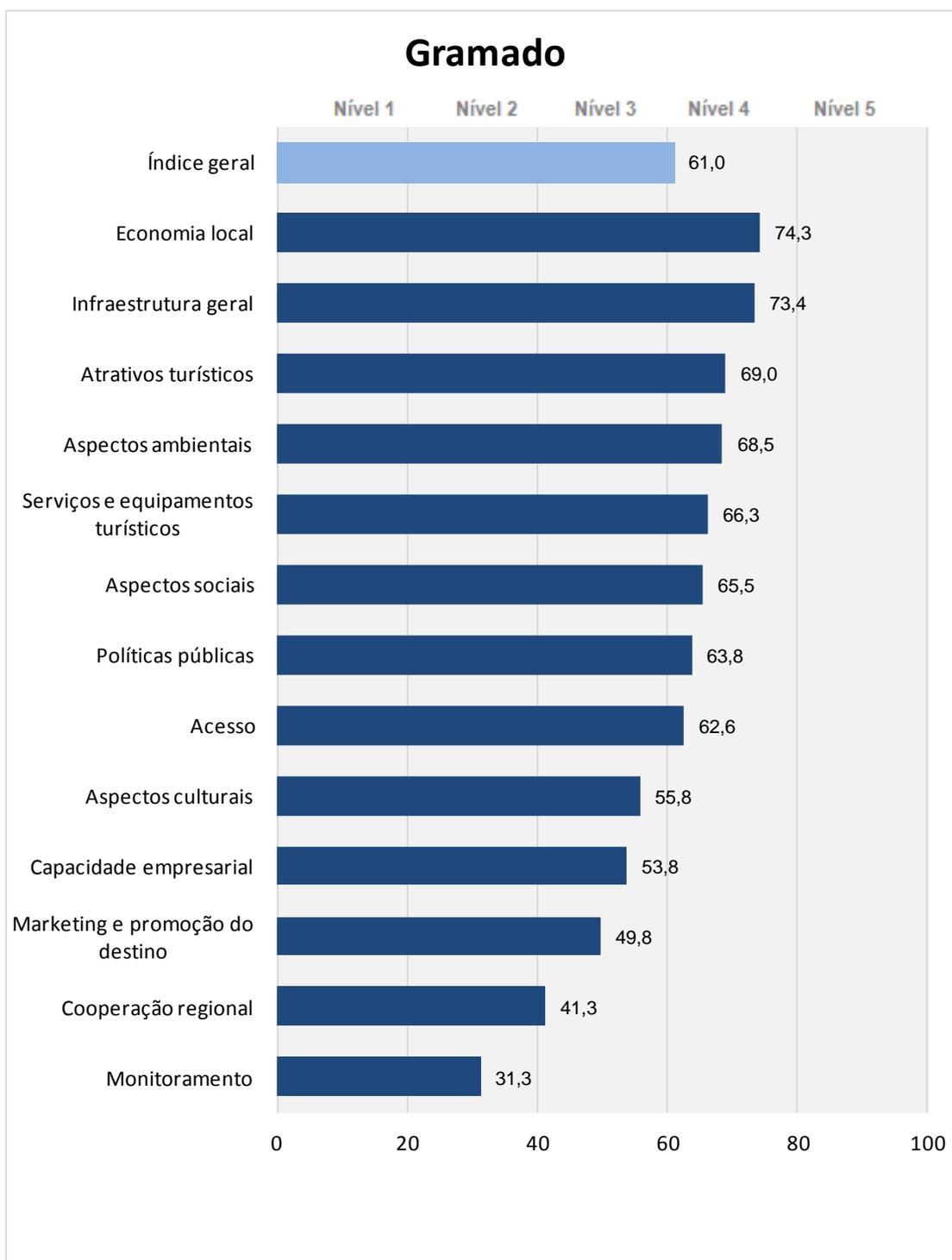
Podemos analisar o desempenho do destino juntamente com as linhas que apontam os resultados da média Brasil (gráfico 1) e das não capitais (gráfico 2), que demonstram que o índice do destino segue a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todas as 65 cidades avaliadas em 2011, a média Brasil, índice referencial da competitividade nacional, foi de 57,5. A média dos índices das não capitais foi de 51,8.

Gráfico 2. Índices gerais de competitividade – destino x não capitais: 2008-2011



Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, 08 dimensões alcançaram o nível 4 de competitividade (61 a 80), como é possível observar no gráfico 3. Por sua vez, a dimensão que enfrenta obstáculo para superar o menor nível de competitividade *Monitoramento*, a qual não ultrapassou o nível 2 (21 a 40).

Gráfico 3. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

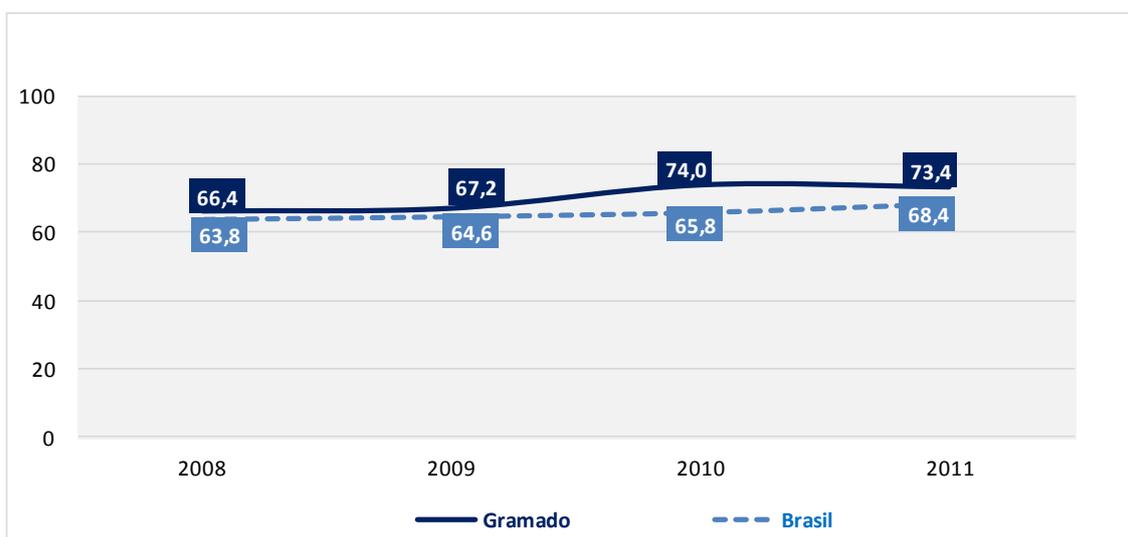


3.2 Infraestrutura geral

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.

Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2011 foi 68,4. Gramado registrou 73,4 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 4. Índices infraestrutura geral – destino x Brasil: 2008-2011



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 63,2 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 5. Índices infraestrutura geral – destino x não capitais: 2008-2011



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

- Disponibilidade de serviço público de atendimento médico a emergências 24 horas no destino com alguns níveis de complexidade de atendimento;
- Fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada;
- Presença de um grupamento especial de atendimento ao turista na Polícia Militar;
- Aumento do efetivo da Polícia Militar durante a alta temporada ou durante grandes eventos;
- Aumento no número de policiais civis durante a alta temporada ou durante grandes eventos;
- Existência de Defesa Civil no destino;
- Oferta de elementos de drenagem nas áreas turísticas;
- Oferta de lixeiras, banheiros públicos e telefones públicos no entorno das áreas turísticas;
- Adoção de quesitos de embelezamento nas áreas públicas – praças, jardins, estátuas e fiação subterrânea;
- Existência de programa para a conservação de mobiliário urbano ou de áreas verdes, e disponibilidade, nas áreas turísticas, de espaços específicos para o estacionamento ou a parada (embarque e desembarque) de veículos turísticos.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Inexistência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- O Corpo de Bombeiros do destino não conta com grupo de busca e salvamento;
- O destino não possui Núcleos de Defesa Civil (NUDEC) – grupo comunitário municipal que participa de atividades de Defesa Civil como voluntário, organiza e prepara a comunidade local a dar pronta resposta a desastres.

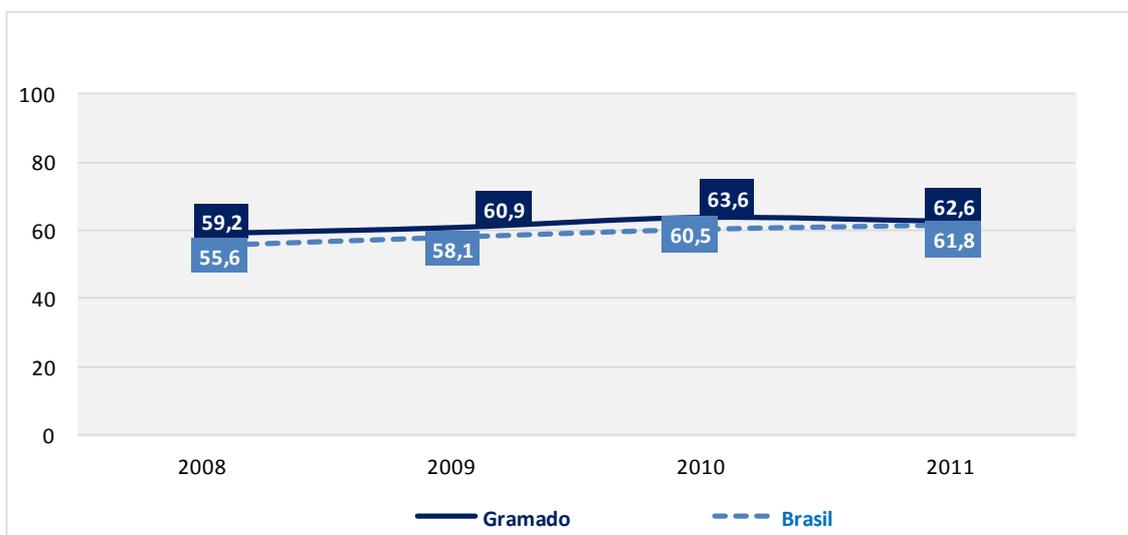
Além destes fatores, foram considerados na composição do índice números de saúde, como a expectativa de vida da população, número de estabelecimentos com atendimento de urgência, número de postos ambulatoriais de atendimento, número de profissionais de saúde e número de leitos.

3.3 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.

Em *Acesso*, a média Brasil em 2011 foi 61,8. Gramado registrou 62,6 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 6. Índices acesso – destino x Brasil: 2008-2011



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 53,1 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 7. Índices acesso – destino x não capitais: 2008-2011



Estão entre os fatores identificados que atuam favoravelmente ao índice de competitividade do destino nesta dimensão:

- Disponibilidade de um aeroporto que atende ao município fora de seu território – Aeroporto Internacional Salgado Filho, em Porto Alegre;
- Estrutura do terminal aeroportuário que atende ao destino, que conta com centro de atendimento ao turista, locadoras de veículos, restaurantes e lanchonetes, serviço bancário e de câmbio, sinalização interna em idioma estrangeiro, departamento médico, dentre outros itens;
- Variedade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo que atende ao destino – ônibus executivo com ar-condicionado, táxi convencional e táxi especial –, conforme foi possível constatar durante a visita técnica ao município, realizada entre o período de 22/08/2011 a 26/08/2011;
- Existência de um terminal rodoviário no destino;
- Visitantes contam com uma linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interliga os principais atrativos do destino;
- Disponibilidade de serviços de táxis regularizados e padronizados;
- Oferta de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende ao município e seus principais centros emissores de turistas nacionais e internacionais.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de um aeroporto dentro do território municipal ou em município limítrofe;
- Carência de transportes públicos na rodoviária e ausência de sinalização interna em idioma estrangeiro no local;
- Estrutura da rodoviária que precisa de melhorias nos serviços de alimentação e nas facilidades para pessoas com deficiência;
- Indisponibilidade de informações em idiomas para quem circula na linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar);
- Impossibilidade de o visitante optar por embarcar e desembarcar nos principais atrativos enquanto circula na linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar);
- Existência de congestionamentos durante a alta temporada;

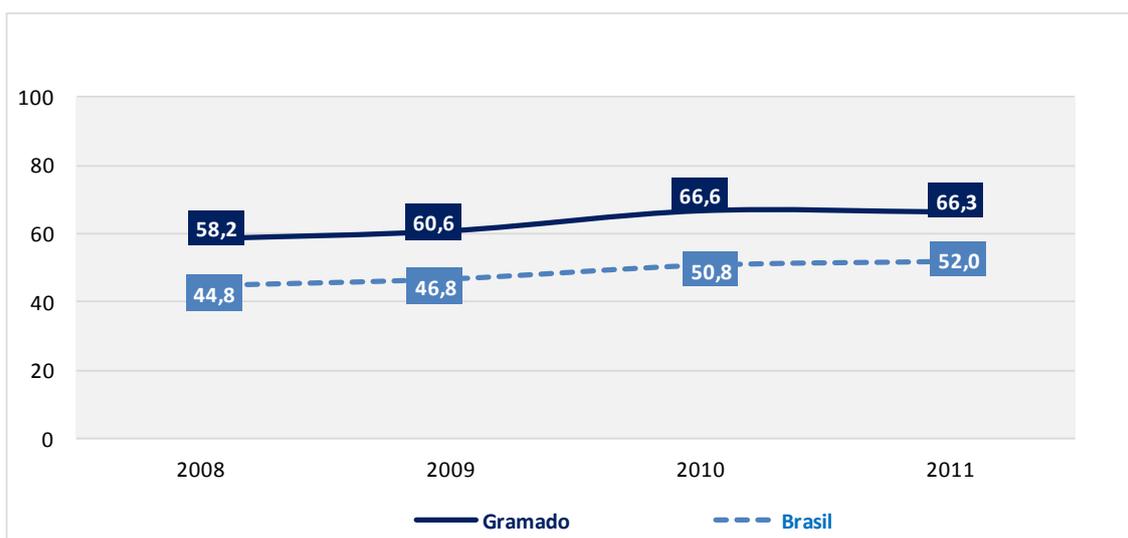
- Carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas durante a alta temporada;
- Inexistência de linhas regulares de transporte urbano que atendam às principais atrações turísticas.

3.4 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.

Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 52,0. Gramado registrou 66,3 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 8. Índices serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2011



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 43,4 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 9. Índices serviços e equipamentos turísticos – destino x não capitais: 2008-2011



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

- Oferta e estado de conservação da sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados;
- Existência de centros de atendimento ao turista no destino com estrutura adequada, diversidade de serviços e flexibilidade de horários e de dias de funcionamento;
- Existência de um centro de convenções no destino – o equipamento considerado foi o ExpoGramado;
- Estrutura disponível no centro de convenções e sua localização em relação às áreas turísticas;
- Existência de mais de um centro de convenções que atende ao destino;
- Existência de uma organização representativa dos meios de hospedagem, que discute e defende os interesses dos empreendimentos do destino;
- A maioria dos meios de hospedagem possui unidades habitacionais em bom estado de conservação, com instalações modernas ou recém reformadas, oferecendo acesso à internet aos hóspedes;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, inclusive com atendimento em idiomas estrangeiros;
- Disponibilidade de guias de turismo registrados pelas normas do Ministério do Turismo (MTur);

- Presença no município de instituições de qualificação profissional que ofertam cursos livres e técnicos nas áreas relacionadas ao turismo, como guias de turismo, bares e restaurantes e hotelaria;
- Existência de uma organização representativa de restaurantes e similares, que discute e defende os interesses dos empreendimentos de alimentação;
- Há incentivo formal para que os estabelecimentos de alimentação priorizem a questão ambiental.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

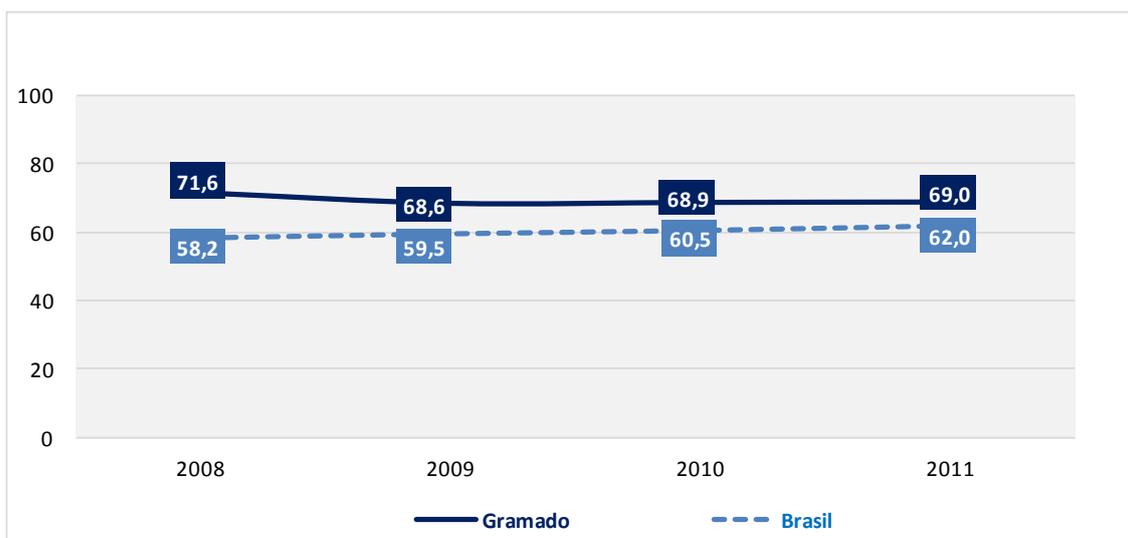
- Ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro;
- Ausência de sinalização turística descritiva ou interpretativa em idioma estrangeiro;
- Não existe oferta adequada de transporte público para o principal centro de convenções do destino – ExpoGramado;
- Ausência de incentivo formal para que os estabelecimentos de hospedagem priorizem a questão ambiental;
- Os meios de hospedagem e os estabelecimentos de alimentação presentes no destino não adotam fontes de energia renovável;
- A maioria dos meios de hospedagem e dos estabelecimentos de alimentação não cumpre quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- Inexistência de uma associação dos guias de turismo do destino ou da região turística da qual ele faz parte.

3.5 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.

Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2011 foi 62,0. Gramado registrou 69,0 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 10. Índices atrativos turísticos – destino x Brasil: 2008-2011



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 62,5 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 11. Índices atrativos turísticos – destino x não capitais: 2008-2011



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

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico;
- Evidência de preservação ambiental do entorno do principal atrativo natural indicado – Zoo Gramado – e manutenção da estrutura disponível no local;
- São adotados alguns quesitos de acessibilidade no principal atrativo natural – em especial para pessoas com deficiência física e deficiência auditiva –, conforme pode ser observado em visita técnica realizada entre os dias 22/08/2011 e 26/08/2011;
- O destino conta com atrativos culturais para os quais há fluxo turístico, tendo sido o principal indicado a estrada do Roteiro Colonial – Roteiro Raízes;
- A preservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado é evidente;
- Existência de eventos programados que atraem turistas;
- Estrutura disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Natal Luz –, além da conservação urbanística e ambiental do entorno deste local;
- O destino conta com atrativo de realização técnica que gera a atração de visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural, a fim de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos;
- A carência de um estudo de capacidade de carga aplicado ao principal atrativo cultural indicado e a falta de condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no local;
- Inexistência de um estudo de capacidade de carga para o principal evento programado indicado que, segundo a comunidade local, traz impactos como o grande número de carros circulando nas ruas do destino, gerando congestionamento e carência de vagas para estacionamento;

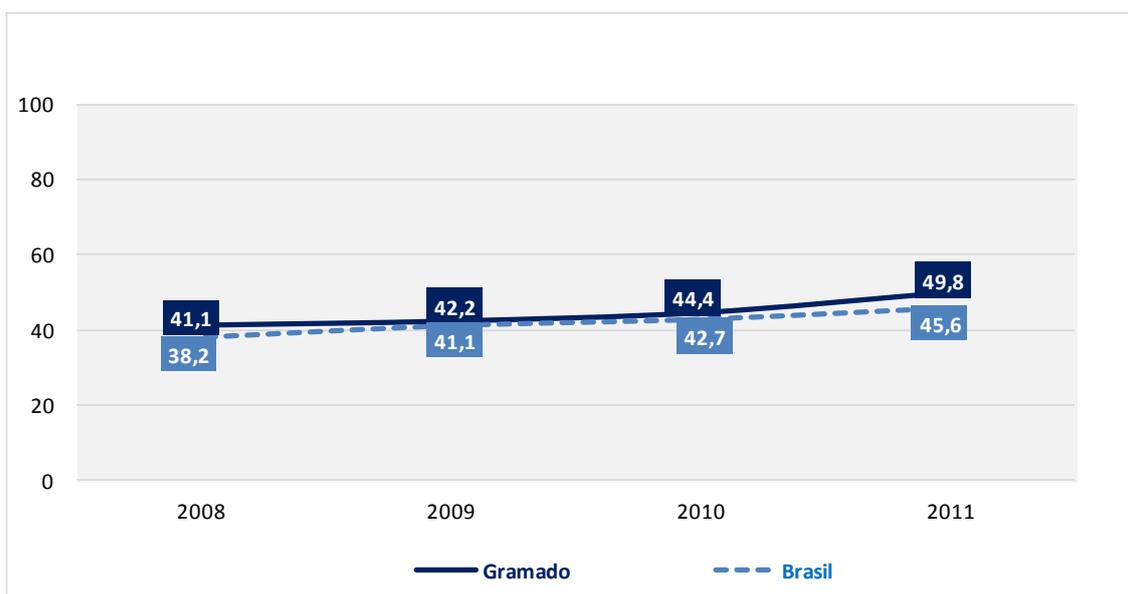
- Não há no destino o monitoramento da capacidade de carga ou suporte da principal realização técnica sinalizada – Sistema de Gestão Pública da Prefeitura (Observação da Gestão Pública) – e o atrativo em que tal realização acontece não adota quesitos de acessibilidade para visitantes com deficiência.

3.6 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*).

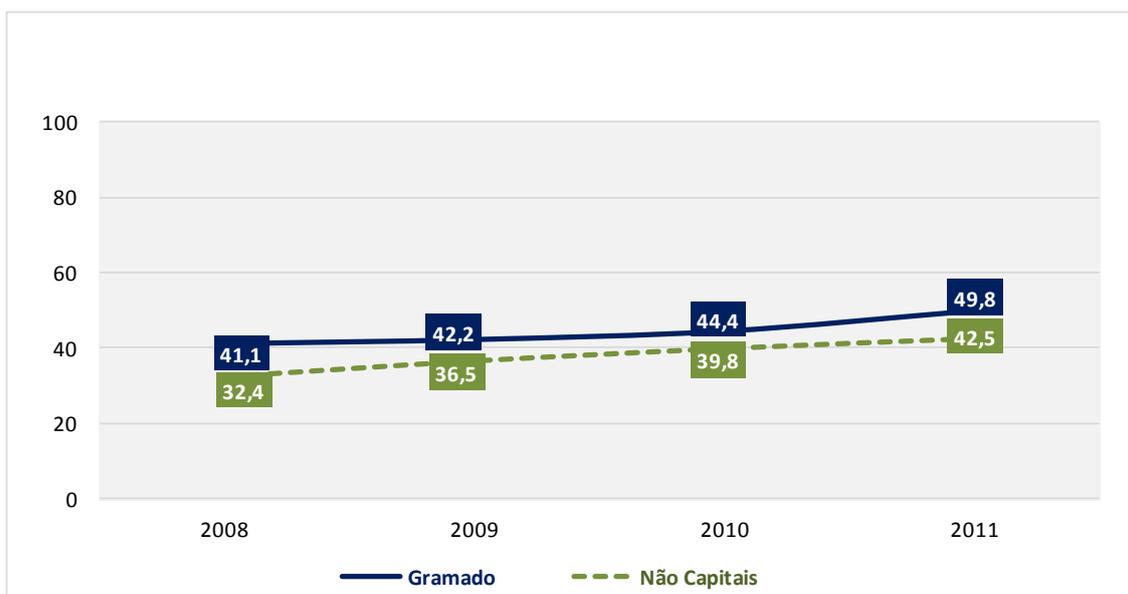
Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2011 foi 45,6. Gramado registrou 49,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 12. Índices marketing e promoção do destino – destino x Brasil: 2008-2011



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 42,5 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 13. Índices marketing e promoção do destino – destino x não capitais: 2008-2011



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

- O destino participou de eventos regionais, estaduais, nacionais e internacionais nos últimos dois anos;
- Os resultados dos eventos dos quais o destino participa são avaliados por meio de contagem de relacionamentos estabelecidos;
- O destino turístico produziu, no ano anterior, eventos próprios para se promover fora de seu território;
- Existe material promocional institucional disponível em idioma estrangeiro, que deixa claro ao visitante a preocupação com a preservação do meio ambiente;
- É produzido material promocional que apresenta a estrutura disponível para eventos;
- O material promocional do destino passa por revisão ortográfica profissional, tanto em português como em idioma estrangeiro;
- Disponibilidade de uma agenda de eventos *on-line* disponível para consulta gratuitamente;
- A página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.gramado.rs.gov.br – traz informações turísticas sobre o destino e está disponível em idioma estrangeiro.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

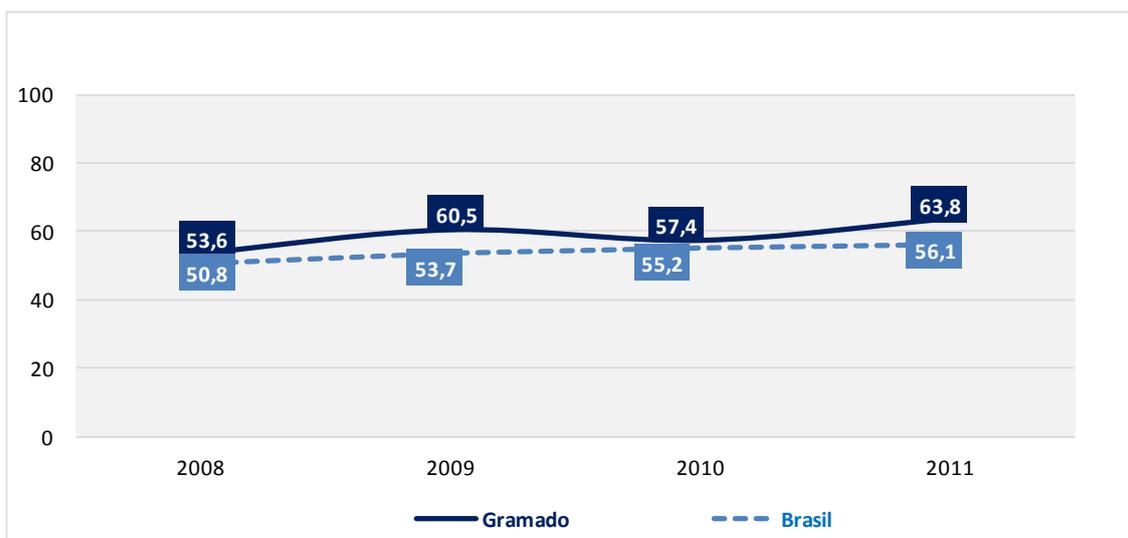
- Inexistência de um plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, contendo metas e responsabilidades definidas, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras e definindo indicadores de desempenho;
- Não existe nenhum plano similar de marketing regional, que o contemple com ações e metas de mercado para o turismo no destino;
- Não há participação em feiras e eventos não voltados ao setor de turismo, ações que ajudariam a ampliar a promoção do destino no mercado especializado nacional e no mercado internacional;
- O material promocional do destino Gramado não alerta o visitante sobre ações de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes;
- Não existe central telefônica específica de informações turísticas através da qual os visitantes possam obter informações sobre atrativos, equipamentos e serviços disponíveis no destino;
- 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.

3.7 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.

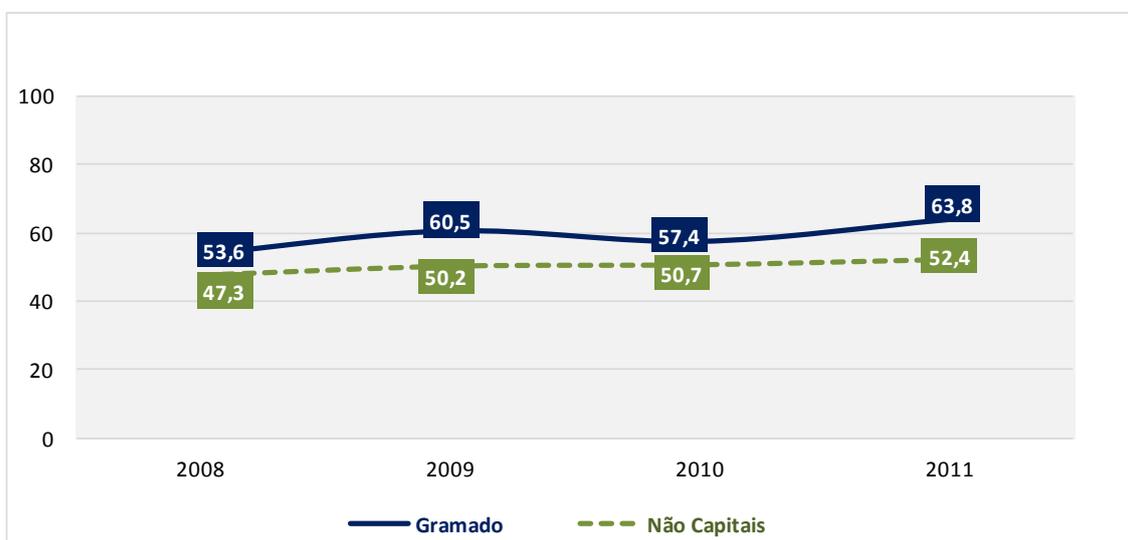
Em *Políticas públicas*, a média Brasil em 2011 foi 56,1. Gramado registrou 63,8 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 14. Índices políticas públicas – destino x Brasil: 2008-2011



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 52,4 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 15. Índices políticas públicas – destino x não capitais: 2008-2011



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

- Existência de uma secretaria municipal com a atribuição exclusiva de coordenar e incentivar o desenvolvimento do turismo;
- No ano anterior, a Secretaria de Turismo desenvolveu projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo, entre eles, projeto do Parque dos Pinheiros, melhorias no Parque Joaquina Rita Bier e inserção do turismo no currículo das escolas de ensino fundamental, em conjunto com as várias secretarias de governo municipal;
- Foram recebidos recursos provenientes de emendas parlamentares, segundo lei orçamentária anual de 2010;
- Houve, no ano anterior, investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam a competitividade do turismo;
- Além de atuar em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, o destino registrou investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo no ano anterior;
- O destino participou de programa de modernização administrativa ou fiscal na gestão municipal nos últimos cinco anos – Programa de Modernização de Arrecadação Tributária (PMAT);
- Existe um Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo;
- Foram realizadas ações em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

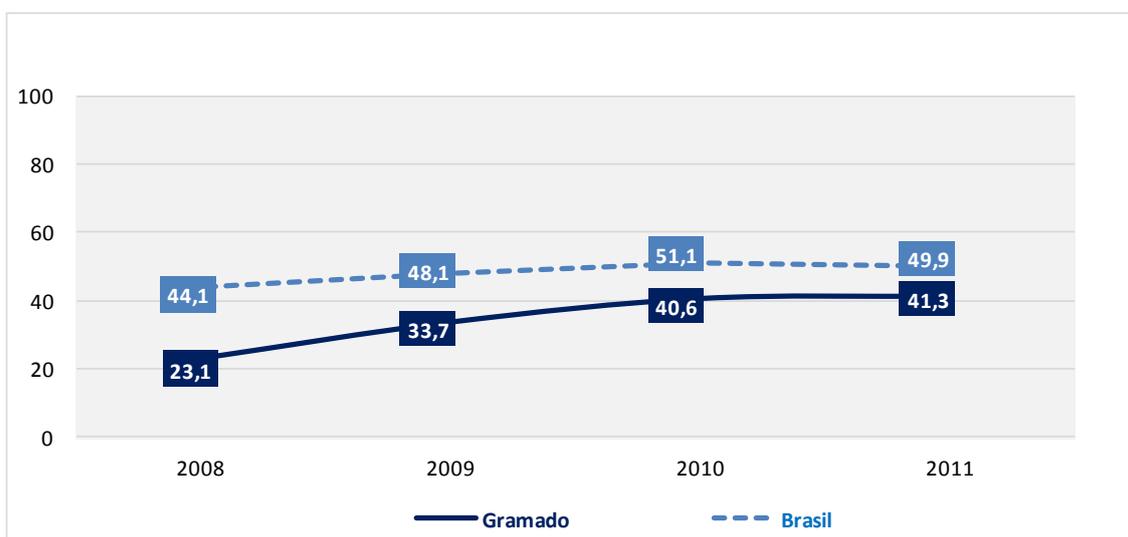
- O órgão gestor de turismo não dispõe de recurso próprio para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor;
- Verificou-se que o município não possui uma instância de governança local ativa – Fórum ou Conselho Municipal de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística;
- Gramado não segue nenhum planejamento formal para o setor de turismo que defina diretrizes e metas do setor para os próximos anos.

3.8 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.

Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2011 foi 49,9. Gramado registrou 41,3 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 16. Índices cooperação regional – destino x Brasil: 2008-2011



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 51,4 pontos, acima do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 17. Índices cooperação regional – destino x não capitais: 2008-2011



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

- O destino faz parte de uma instância de governança regional – Conselho Regional de Turismo Sustentável da Região das Hortênsias – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da Região das Hortênsias;
- Existem projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da Região das Hortênsias, entre eles, o projeto Pólo de Turismo de Aventura da Serra Gaúcha;
- Além disso, o destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores e agências e estruturados com a participação de atores do *trade* turístico;
- No ano anterior, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte, e realizou ações promocionais, em parceria com outros destinos da mesma região, com agentes e operadores de turismo receptivo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

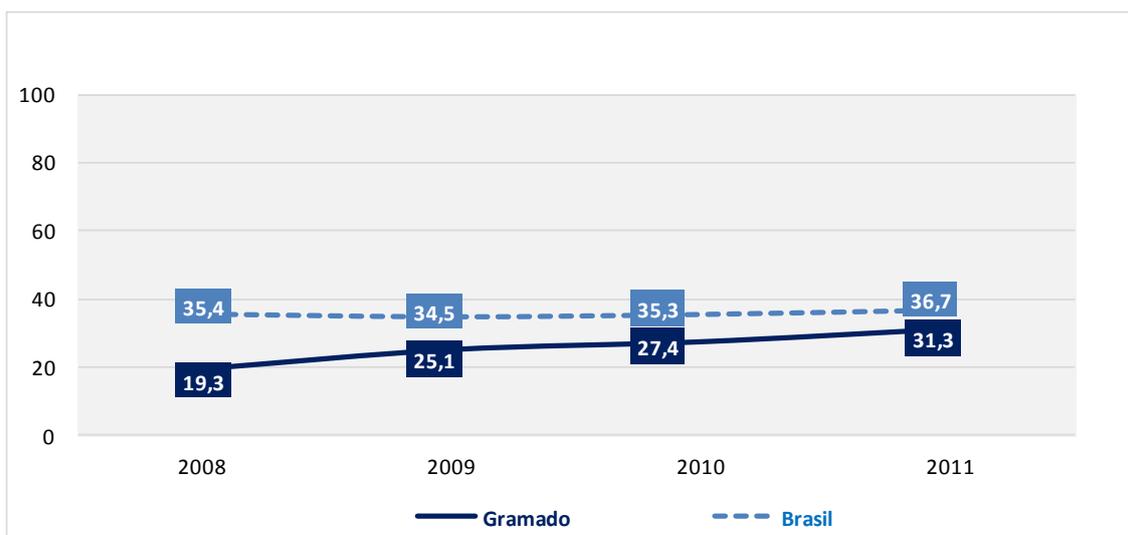
- O fato de a instância de governança regional – Conselho Regional de Turismo Sustentável da Região das Hortênsias – não estar formalmente constituída, não manter reuniões periódicas, não dispor de um gestor executivo com dedicação exclusiva ou parcial à coordenação e não contar com recurso próprio para a condução de suas atividades;
- A instância não possui representação no Fórum Estadual de Turismo;
- Não houve, no ano anterior, ações para mobilizar atores do setor de turismo do destino para a importância da cooperação regional;
- Ausência de 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;
- Na elaboração dos roteiros regionais dos quais o destino faz parte não foram considerados os impactos econômicos, socioculturais ou ambientais da região, como a elaboração de Estudo de Impacto Ambiental (EIA), por exemplo;
- Inexistência de uma página institucional da região turística na internet.

3.9 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.

Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2011 foi 36,7. Gramado registrou 31,3 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 18. Índices monitoramento – destino x Brasil: 2008-2011



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 31,2 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 19. Índices monitoramento – destino x não capitais: 2008-2011



Na dimensão *Monitoramento*, o indicador de Gramado foi influenciado de forma positiva por diversos fatores, entre os quais:

- É realizada pesquisa de demanda periódica, levantamento que gera dado relevante para o planejamento do turismo no destino;
- Existência de pesquisa de oferta – Cadastramento – atualizada;
- Aproveitamento e divulgação dos dados coletados na pesquisa de demanda e de oferta em planejamento e políticas públicas;
- São elaborados para o destino relatórios de conjuntura turística dos segmentos relacionados ao turismo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

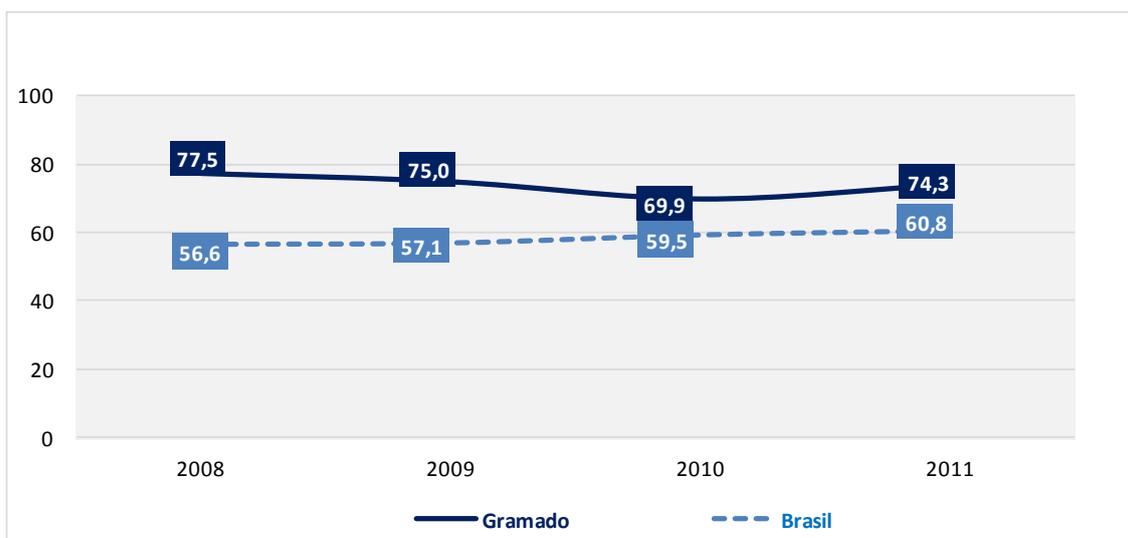
- Ausência de um sistema de indicadores de desempenho do setor do turismo;
- Não há um conjunto técnico de estatísticas turísticas;
- O destino não acompanha os objetivos da política em turismo em nível estadual e em nível federal;
- Não há monitoramento dos impactos econômicos, sociais, ambientais e culturais gerados pelo turismo;
- A administração pública local não possui um setor específico de estudos que realize pesquisas em turismo;
- Inexistência de instituição que realize pesquisas em turismo, focadas no destino ou na região turística da qual o destino faz parte.

3.10 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.

Em *Economia local*, a média Brasil em 2011 foi 60,8. Gramado registrou 74,3 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 20. Índices economia local – destino x Brasil: 2008-2011



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 53,7 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 21. Índices economia local – destino x não capitais: 2008-2011



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

- Oferta de serviços de acesso à internet em banda larga no destino;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento disponíveis 24 horas para saques com cartões de crédito internacionais;
- O destino aplica políticas de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços, como o Empreendedor Individual;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* regional;
- Existência de polos físicos moveleiro e de produção de chocolate significativos para movimentar a economia local, que tende a gerar fluxo turístico receptivo em consequência de sua existência.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Indisponibilidade de acesso gratuito à internet em locais públicos;
- Inexistência de casas de câmbio no município;
- O destino 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.

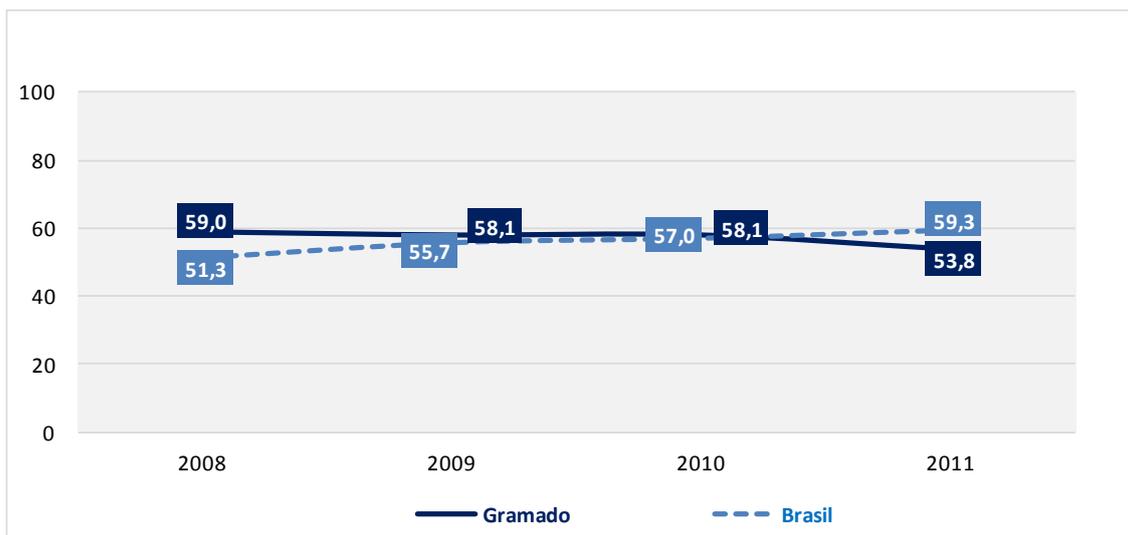
Além destes fatores, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito, por exemplo.

3.11 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 em 2011 foi 59,3. Gramado registrou 53,8 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 22. Índices capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2011



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 41,0 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 23. Índices capacidade empresarial – destino x não capitais: 2008-2011



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

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica e a oferta de escolas de formação em idioma estrangeiro;
- Presença de grupos nacionais do setor de turismo, como redes de locação de automóveis e redes de meios de hospedagem;
- Aplicação de programa de qualificação especificamente voltado para empresários e gerentes de empreendimentos turísticos;
- Foi constatada a existência de adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentam o empreendedorismo como arranjos produtivos locais;
- Presença de empresa de grande porte com mais de mil funcionários e de empresas que produzem e exportam mercadorias de alto valor agregado e perecíveis.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

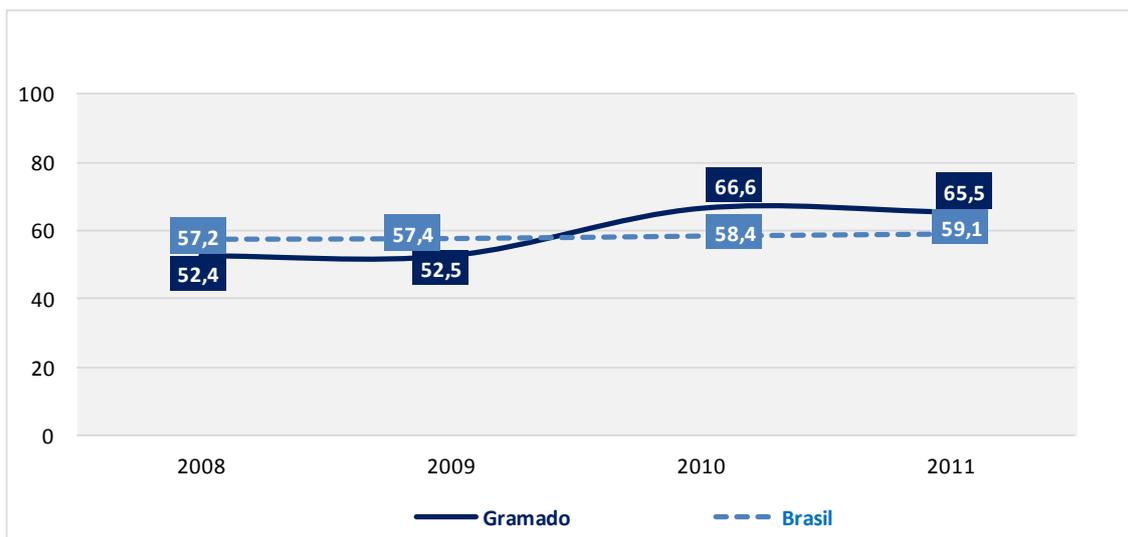
- A carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência ou administrativos em hotelaria e em estabelecimentos de alimentação, e a carência de pessoal local qualificado para trabalhar em agências ou operadoras;
- Foram sinalizadas barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos – entre elas falta de terrenos ou espaço físico e falta de pessoal capacitado no destino.

3.12 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.

Em *Aspectos sociais*, a média Brasil em 2011 foi 59,1. Gramado registrou 65,5 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 24. Índices aspectos sociais – destino x Brasil: 2008-2011



A média das não capitais avaliou-se em 55,2 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 25. Índices aspectos sociais – destino x não capitais: 2008-2011



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

- São realizados investimentos em educação além do percentual obrigatório de 25%;
- São aplicados programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por parte da iniciativa privada ou entidades ligadas ao turismo como forma de alavancar a preservação dos espaços e a circulação de turistas;
- O município sensibiliza constantemente os cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino – por meio da disciplina turismo nas escolas – e alerta o turista para o respeito à comunidade local, à cultura e ao patrimônio, e para a preservação do meio ambiente;
- A população é consultada sobre atividades ou projetos turísticos via audiência pública.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Houve relatos de que há no destino utilização de mão de obra informal durante a alta temporada;
- Inexistência de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes e de programa específico de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, ações que fortaleceriam o destino ao mobilizar a iniciativa privada, o poder público municipal e o terceiro setor;
- Não existe elaboração de orçamento participativo – apenas a aprovação de orçamento previamente estabelecido;
- A comunidade não participa das decisões com relação às atividades ou projetos turísticos, o que poderia acontecer por meio de associações de moradores, sindicatos, ONGs/OSCIPs ou cooperativas.

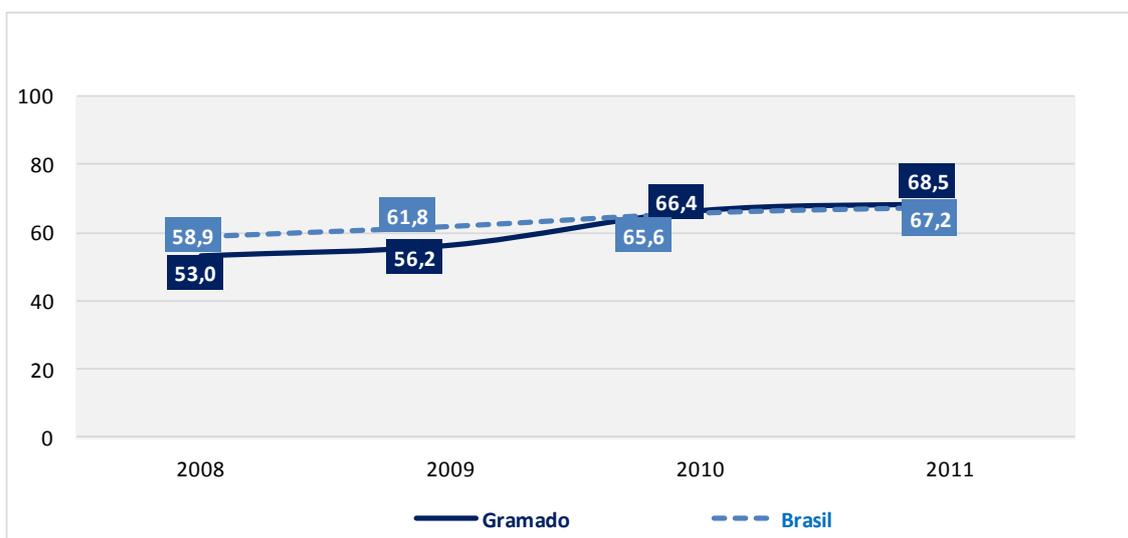
Além destes fatores, também foram considerados indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), dentre outros.

3.13 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 em 2011 foi 67,2. Gramado registrou 68,5 pontos nesta dimensão, um índice acima do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 26. Índices aspectos ambientais – destino x Brasil: 2008-2011



A média das não capitais avaliadas posicionou-se em 63,3 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 27. Índices aspectos ambientais – destino x não capitais: 2008-2011



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

- Presença de um órgão municipal – Secretaria Municipal do Meio Ambiente – com atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente, dotada de recurso próprio e que recentemente desenvolveu projetos relacionados ao turismo em conjunto com a Secretaria de Turismo;
- Presença de Conselho Municipal de Meio Ambiente atuante e de Fundo Municipal para o meio ambiente efetivo, cujos recursos estão disponíveis para ser aplicados;
- Existência de um Código Ambiental Municipal ou similar, contra o qual não há ação judicial pública;
- O município possui uma rede pública de distribuição de água;
- Há estação de tratamento de água que atende ao destino;
- O destino é atendido por um sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto;
- Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário e tratamento de resíduos hospitalares;
- Disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial;
- São realizadas campanhas de educação ambiental periódicas.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

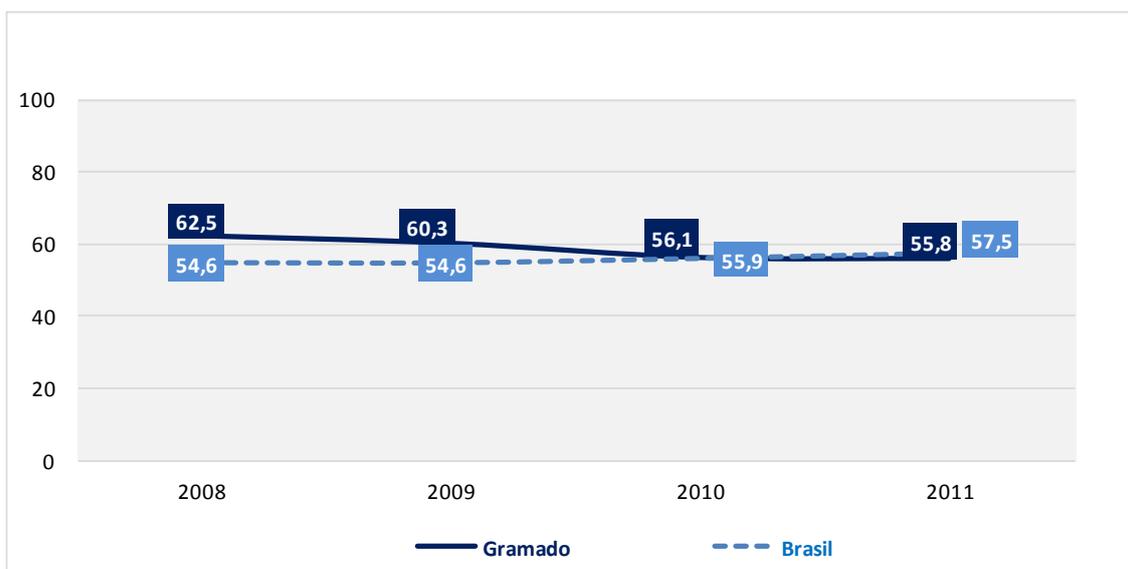
- Ausência de legislação específica para a adoção de fontes de energia limpa ou renovável em estabelecimentos públicos ou privados;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como agricultura com utilização de defensivos e indústrias moveleiras;
- Não há estação de tratamento de água para a sua reutilização;
- O índice de cobertura da rede pública de esgoto atende a menos de 50% da população local;
- Ausência de conselho gestor e de plano de manejo para a principal Unidade de Conservação indicada – Parque Municipal da Gruta.

3.14 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.

Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2011 foi 57,5. Gramado registrou 55,8 pontos nesta dimensão, um índice abaixo do obtido pelo destino em 2010, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 28. Índices aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2011



A média das não capitais avaliou-se em 51,2 pontos, abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

Gráfico 29. Índices aspectos culturais – destino x não capitais: 2008-2011



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

- Existência de culinária típica pela qual o destino é reconhecido em esfera nacional: café colonial;
- O destino apresenta tradições culturais evidentes e típicas do seu território, entre elas dialeto dos colonos alemães e italianos;
- Existem manifestações religiosas no destino – Gramado Aleluia, Procissão do Senhor Morto, Procissão dos Passos e Páscoa – que atraem fluxo turístico;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional como, Coral Circulo Trentino e Centros de Tradições Gaúchas (CTGs);
- Existência de patrimônios artísticos tombados – Natal Luz e Festival de Cinema – considerados atrativos turísticos;
- Existência de bem tombado como patrimônio histórico – Casa Major Nicoletti;
- O destino conta com um órgão da administração local com atribuição de incentivar o desenvolvimento da cultura – ainda que não exclusiva da cultura –, que, no ano anterior, compartilhou projetos e 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;
- Existe projeto de implementação de turismo cultural, como os Roteiros Rurais.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador estão:

- Ausência de patrimônio imaterial registrado que se constitua em atrativo turístico;
- O órgão da administração local com atribuição de incentivar o desenvolvimento da cultura não dispõe de recurso próprio;
- Não existe legislação municipal de cultura, tampouco fundo municipal de cultura;
- O destino não aderiu ao Sistema Nacional de Cultura (em implantação);
- Não há monitoramento da utilização turística do patrimônio cultural aplicando controle de capacidade de suporte ou carga.

4. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE

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

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Gramado, é possível concluir que, em 2011, houve estabilidade do indicador de competitividade do destino (Índice 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 2011.

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 *Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Monitoramento, Economia local e Aspectos ambientais*.

As dimensões *Infraestrutura geral, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Atrativos turísticos, Cooperação regional e Aspectos culturais* registraram estabilidade de resultados em 2011 em relação a 2010.

Por fim, foi possível observar que as dimensões *Capacidade empresarial e Aspectos sociais* apresentaram regressão de indicadores quando avaliadas as edições de 2011 e 2010.

Tabela 1. Índices de competitividade do destino e médias Brasil e não capitais

Dimensões	Brasil				Não Capitais				Gramado			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Índice geral	52,1	54,0	56,0	57,5	46,9	48,4	50,3	51,8	55,2	56,9	60,1	61,0
Infraestrutura geral	63,8	64,6	65,8	68,4	58,1	58,9	59,8	63,2	66,4	67,2	74,0	73,4
Acesso	55,6	58,1	60,5	61,8	47,5	49,7	52,3	53,1	59,2	60,9	63,6	62,6
Serviços e equipamentos turísticos	44,8	46,8	50,8	52,0	36,3	37,9	41,9	43,4	58,2	60,6	66,6	66,3
Atrativos turísticos	58,2	59,5	60,5	62,0	59,3	60,2	61,3	62,5	71,6	68,6	68,9	69,0
Marketing e promoção do destino	38,2	41,1	42,7	45,6	32,4	36,5	39,8	42,5	41,1	42,2	44,4	49,8
Políticas públicas	50,8	53,7	55,2	56,1	47,3	50,2	50,7	52,4	53,6	60,5	57,4	63,8
Cooperação regional	44,1	48,1	51,1	49,9	45,0	48,8	53,1	51,4	23,1	33,7	40,6	41,3
Monitoramento	35,4	34,5	35,3	36,7	30,6	29,4	30,0	31,2	19,3	25,1	27,4	31,3
Economia local	56,6	57,1	59,5	60,8	50,9	49,6	51,5	53,7	77,5	75,0	69,9	74,3
Capacidade empresarial	51,3	55,7	57,0	59,3	36,6	39,8	38,6	41,0	59,0	58,1	58,1	53,8
Aspectos sociais	57,2	57,4	58,4	59,1	53,5	53,4	54,2	55,2	52,4	52,5	66,6	65,5
Aspectos ambientais	58,9	61,8	65,6	67,2	55,5	58,1	61,5	63,3	53,0	56,2	66,4	68,5
Aspectos culturais	54,6	54,6	55,9	57,5	49,8	48,7	50,0	51,2	62,5	60,3	56,1	55,8

Fonte: FGV, MTur, Sebrae 2012

* O resultado Brasil considera a amostra das 65 cidades analisadas. Os resultados das "Não capitais" refletem a média dos índices do grupo de cidades de mesma característica geopolítica.