

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

VITÓRIA

2013



## APRESENTAÇÃO

Com o intuito de auxiliar destinos turísticos, fornecendo informações que contribuam para a análise, a conjugação e o equilíbrio dos 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 2008, ao Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional. Em 2010, o Estudo de Competitividade passou a ser denominado Índice de Competitividade do Turismo Nacional – 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional.

A metodologia 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 ao desenvolvimento da atividade turística.

O presente relatório apresenta individualmente os valores que o destino obteve nas 13 dimensões abordadas pelo estudo e reúne as análises sobre os resultados consolidados. Tais resultados foram gerados a partir de respostas coletadas no município pela Fundação Getulio Vargas de maio a agosto de 2013.

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

## SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	2
SUMÁRIO.....	3
1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE .....	4
2. RESULTADOS .....	6
2.1. Índice geral .....	6
2.2. Infraestrutura geral .....	9
2.3. Acesso .....	10
2.4. Serviços e equipamentos turísticos .....	11
2.5. Atrativos turísticos .....	13
2.6. Marketing e promoção do destino .....	15
2.7. Políticas públicas.....	17
2.8. Cooperação regional.....	19
2.9. Monitoramento .....	21
2.10. Economia local .....	22
2.11. Capacidade empresarial.....	24
2.12. Aspectos sociais .....	25
2.13. Aspectos ambientais.....	27
2.14. Aspectos culturais.....	28
3. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE.....	31

## 1. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

A fim de dar continuidade ao trabalho iniciado em 2008, o Ministério do Turismo (MTur), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae Nacional) e a Fundação Getulio Vargas (FGV) consolidam, no presente documento, os resultados da edição 2013 do *Índice de Competitividade do Turismo Nacional*.

Para realizar este estudo, pesquisadores da Fundação Getulio Vargas permanecem uma semana em cada destino aplicando um questionário com perguntas que incluem 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, ou seja, 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 índices 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 fins de análise, os índices de competitividade foram divididos em cinco níveis com escala de 0 a 100<sup>1</sup>:

**Nível 1:** intervalo entre 0 e 20;

**Nível 2:** intervalo entre 21 e 40;

**Nível 3:** intervalo entre 41 e 60;

**Nível 4:** intervalo entre 61 e 80;

---

<sup>1</sup> Para o posicionamento em níveis, segundo a escala proposta, utilizou-se o critério de arredondamento das pontuações. Por exemplo: abaixo de 20,4, a pontuação posicionou-se no nível 1 (entre 0 e 20); acima de 20,5, classificou-se no nível 2 (entre 21 e 40), e assim por diante.

**Nível 5:** destinos com índices entre 81 e 100.

Serão apresentados, portanto, os resultados consolidados do destino em 2013: o índice geral de competitividade do destino e o indicador em cada uma das 13 dimensões avaliadas. O documento apresenta ainda a média Brasil (média dos indicadores obtidos pelos 65 destinos) e a média das cidades 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 cinco edições da pesquisa, é importante observar os critérios estatísticos nos quais esse levantamento se baseia. Considerou-se que o índice se manteve estável em casos de aumento ou queda de até 1,0 ponto na comparação dos indicadores entre anos seguidos. Isto é, para que o destino considere um índice como evolução ou regressão, é preciso que a diferença entre os resultados das pesquisas seja superior a 1,0 ponto, para mais ou para menos, no total geral ou em qualquer uma das 13 dimensões.

Uma vez conhecidos os índices nacionais de competitividade (média Brasil e média das capitais), recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às suas características geográficas, econômicas e ao posicionamento, a fim de entender que os resultados de determinada dimensão serão influenciados por esses fatores. Dessa forma, não se espera que alguns destinos alcancem, necessariamente, o índice mais alto em todas as dimensões. Isso é especialmente aplicado a alguns destinos não capitais ou que estejam direcionados a nichos específicos de mercado.

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

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

## 2. RESULTADOS

A pesquisa em Vitória foi realizada entre os dias 19 e 23 de agosto de 2013, período em que foram entrevistados diversos representantes dos setores público e privado, associações de classe, entre outros, para coletar os dados que compõem o índice de competitividade do destino.

Aplicou-se, também, o método de observação *in loco* para a avaliação dos destinos. Em complemento aos dados coletados em campo, a pesquisa utilizou diversas informações disponíveis em fontes oficiais.

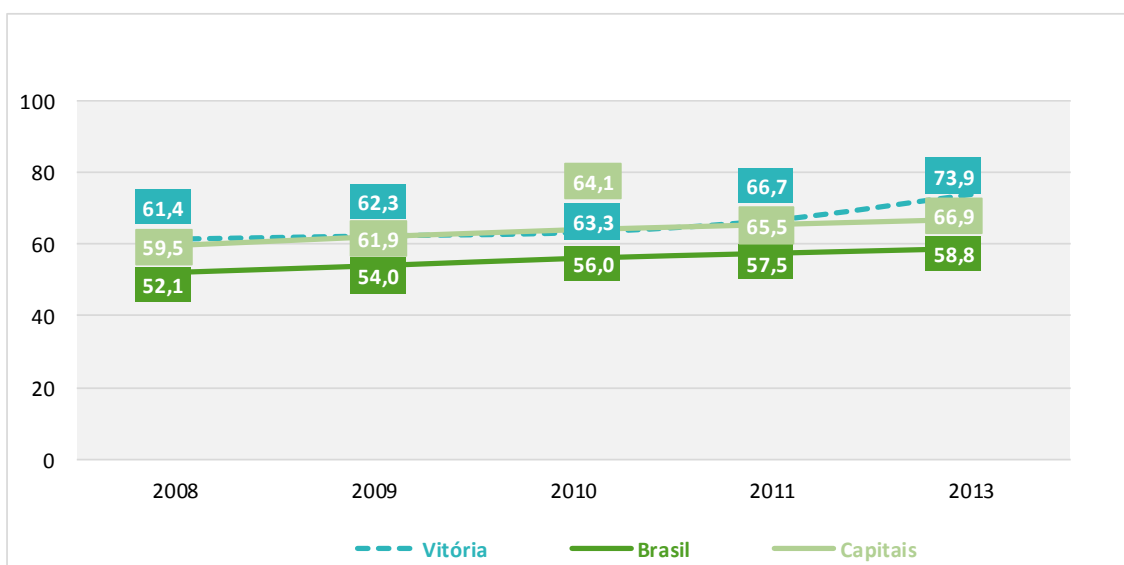
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados, a seguir, os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

### 2.1. 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 2013 foi de 73,9 (nível 4). Esse resultado, apresentado no gráfico a seguir, ficou acima do índice obtido em 2011 (66,7):

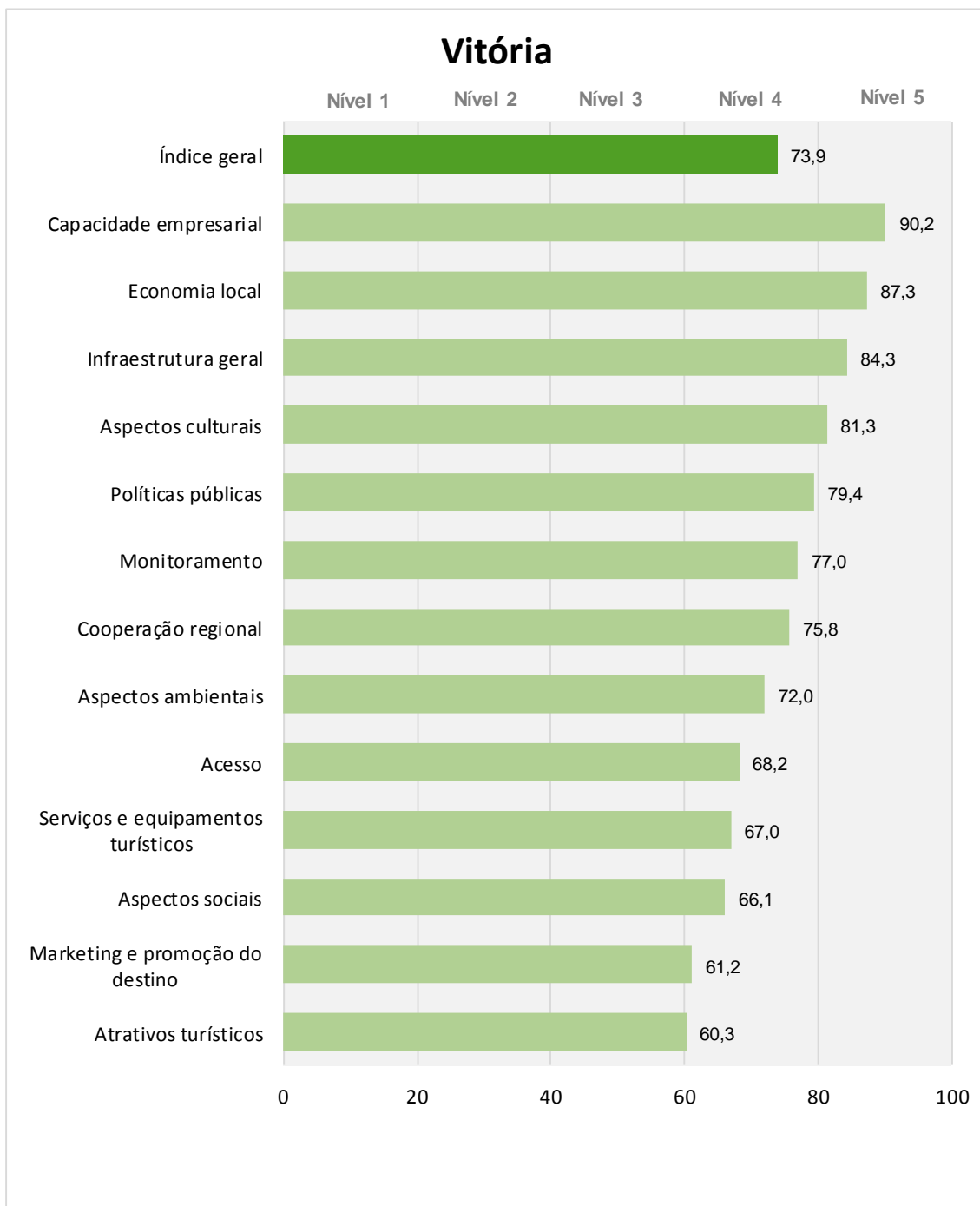
**Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2013**



Observa-se no Gráfico 1 o comportamento dos indicadores do destino ao longo das cinco edições da pesquisa. Em 2013, o índice evoluiu, mantendo-se no mesmo nível de competitividade que 2011.

O Gráfico 1 apresenta a média Brasil e média das capitais, demonstrando que o índice do destino seguiu a tendência nacional de evolução gradual. Considerando os resultados obtidos por todos os 65 destinos avaliados em 2013, a média Brasil, índice referencial da competitividade nacional, foi de 58,8. A média dos índices das capitais foi de 66,9.

Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, as que obtiveram melhores desempenhos, com índices a partir do nível 4 (61 a 80), foram Capacidade empresarial, Economia local, Infraestrutura geral, Aspectos culturais, Políticas públicas, Monitoramento, Cooperação regional, Aspectos ambientais, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Aspectos sociais e Marketing e promoção do destino, conforme o gráfico a seguir.

**Gráfico 2. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho**

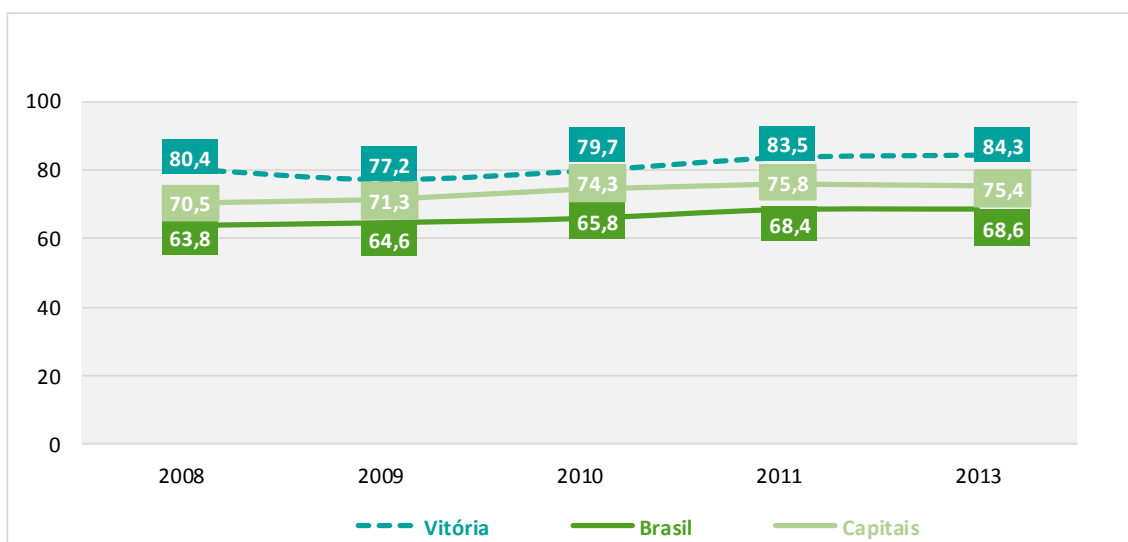


## 2.2. Infraestrutura geral

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

Em *Infraestrutura geral*, a média Brasil em 2013 foi de 68,6. Vitória registrou 84,3 nessa dimensão em 2013 (nível 5), índice estável em relação ao obtido pelo destino em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 3. Índices Infraestrutura geral – destino x Brasil: 2008-2013**



A média das capitais avaliadas foi de 75,4 (nível 4), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Disponibilidade, no destino, de serviço público de atendimento médico em emergências 24 horas com atendimento em nível de primeiros socorros e infraestrutura para pequenas cirurgias;
- Fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada;
- Existência de um programa de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Presença de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil no destino;

- Existência de elementos de drenagem nas áreas turísticas;
- Presença de órgão responsável pela conservação urbana; e
- Disponibilidade de lixeiras, e telefones públicos no entorno das áreas turísticas.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Ausência de grupamento de polícia especializado no atendimento ao turista; e
- Estado de conservação dos banheiros públicos no entorno das áreas turísticas.

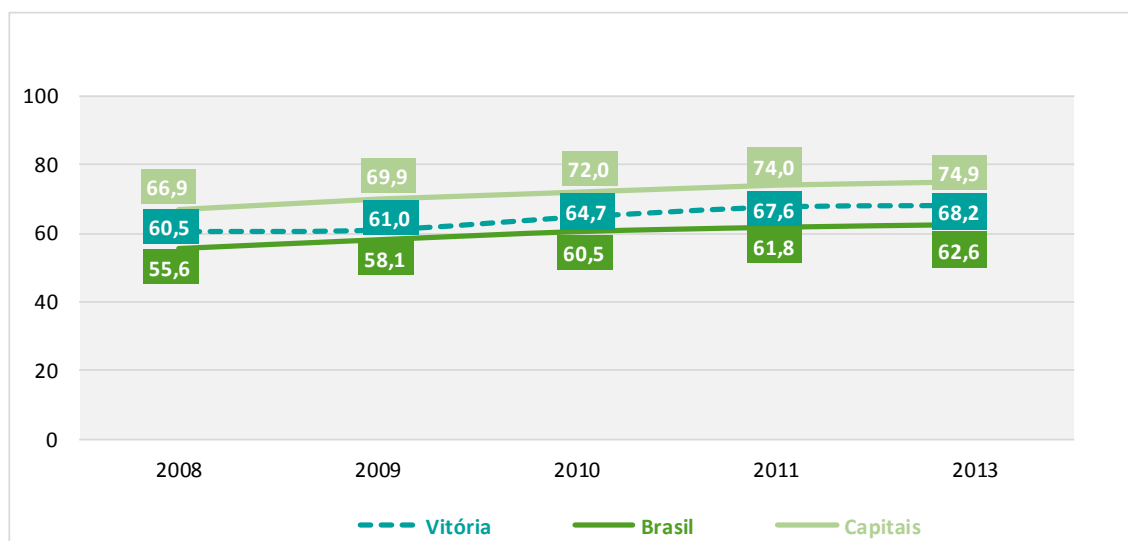
Além desses fatores, foram considerados na composição do índice, indicadores de saúde como a expectativa de vida da população, o número de estabelecimentos com atendimento de urgência, o número de postos ambulatoriais de atendimento, o número de profissionais de saúde e o número de leitos.

### 2.3. Acesso

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

Em Acesso, a média Brasil em 2013 foi de 62,6. O destino registrou 68,2 nessa dimensão em 2013 (nível 4), índice estável em relação ao obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 4. Índices Acesso – destino x Brasil: 2008-2013**



A média das capitais avaliadas foi de 74,9 (nível 4), acima do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Aeroporto dentro do território municipal - Aeroporto Eurico de Aguiar Salles -, com centro de atendimento ao turista, restaurantes e lanchonetes, lojas, além de serviços bancários, locadoras de veículos e departamento médico;
- Opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo Eurico de Aguiar Salles - ônibus e táxi convencionais e táxi especial, conforme visita técnica ao município;
- Existência de um terminal rodoviário no destino, com oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária – ônibus e táxi convencionais e ônibus executivo;
- Terminal rodoviário que atende ao destino com centro de atendimento ao turista, restaurantes e lanchonetes, lojas, além de serviços bancários e facilidades para pessoas com deficiência;
- Linha de transporte urbano que atende às principais atrações turísticas; e
- Serviços de táxi regularizados e padronizados.

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

- Inexistência de linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino;
- Existência de congestionamentos no destino;
- Carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas; e
- Oferta escassa de ligações aéreas diretas entre o aeroporto do destino e seus principais centros emissivos de turistas internacionais.

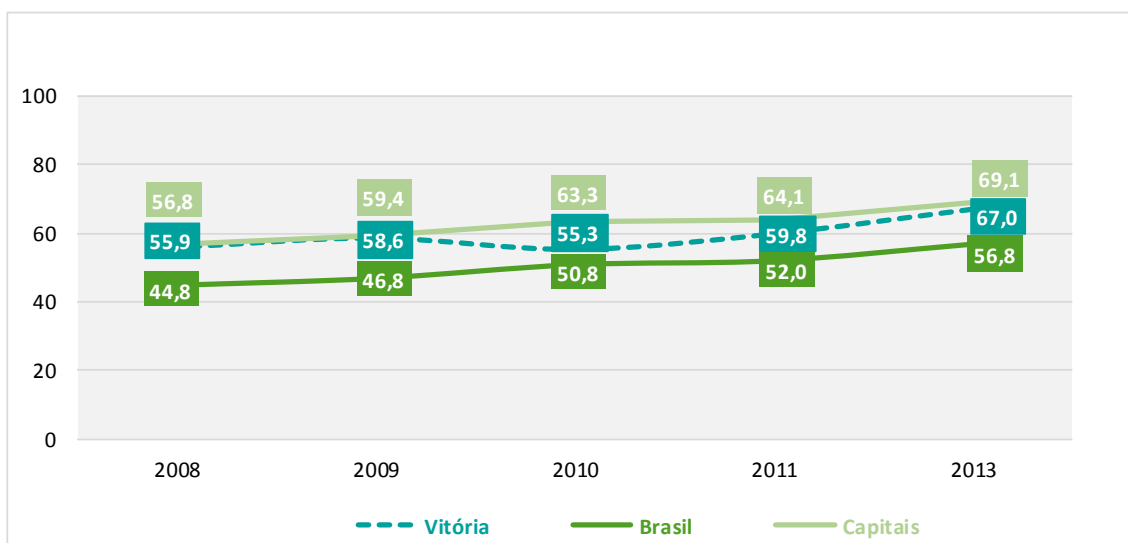
#### **2.4. Serviços e equipamentos turísticos**

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

receptivo; (vi) estrutura de qualificação para o turismo; e (vii) capacidade dos restaurantes.

Em *Serviços e equipamentos turísticos*, a média Brasil em 2013 foi de 56,8. O destino registrou 67,0 nessa dimensão em 2013 (nível 4), índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 5. Índices Serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2013**



A média das capitais avaliadas foi de 69,1 (nível 4), acima do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Sinalização turística viária conservada e nos padrões internacionais recomendados pelo Mtur;
- Sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos, e disponível também em idioma estrangeiro;
- Existência de Centros de Atendimento ao Turista no destino e que oferecem diversos serviços, como profissionais que fornecem informações sobre o destino e dos destinos da região e display com mapa informativo;
- Centro de convenções no destino – Centro de Convenções de Vitória – que conta com capacidade para mais de um evento, independentes e simultâneos, salas multiuso e estacionamento próprio e adequado ao porte;

- Cumprimento de quesitos de acessibilidade na maioria dos meios de hospedagem;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, inclusive com atendimento em idioma estrangeiro;
- Disponibilidade de guias de turismo registrados pelas normas do MTur; e
- Instituições de qualificação profissional que oferecem cursos livres, técnicos e de graduação e capacitação nas áreas relacionadas ao turismo no município, como hotelaria, bares e restaurantes, operadores/ agentes de viagem.

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

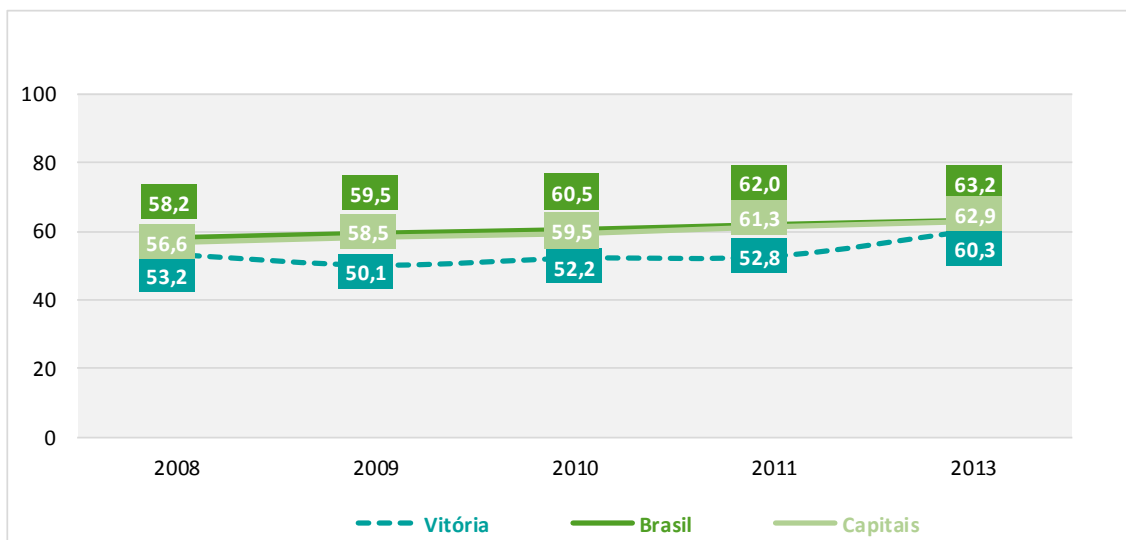
- Ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro;
- A sinalização turística descritiva ou interpretativa está disponível em apenas parte dos atrativos; e
- O destino não dispõe de um sistema de classificação local da qualidade hoteleira.

## 2.5. Atrativos turísticos

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

Em *Atrativos turísticos*, a média Brasil em 2013 foi de 63,2. O destino registrou 60,3 nessa dimensão em 2013 (nível 3), um índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 6. Índices Atrativos turísticos – destino x Brasil: 2008-2013**



A média das capitais avaliadas foi de 62,9 (nível 4), acima do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico, tais como: Manguezal de Vitória, Parque Municipal da Fonte Grande e Parque da Vale;
- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, dos quais foram indicados como principais: Centro Histórico de Vitória, Galpão das Paneleiras de Goiabeiras e Ilha das Caieiras;
- Estado da estrutura física disponível no principal atrativo cultural e adoção de quesitos de acessibilidade;
- Existência de eventos programados que atraem turistas, entre os quais: Carnaval de Vitória, Feira do Mármore e Granito e Passos de Anchieta;
- O local onde acontece o principal evento programado indicado – Carnaval de Vitória – conta com estrutura física ótima, e alguns quesitos de acessibilidade para pessoas portadoras de necessidades especiais;
- Existência de atrativos de realizações técnicas, científicas ou artísticas que atraem visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos, com destaque para o Galpão da Paneleiras de Goiabeiras - painéis de barro, principal atrativo indicado nesta categoria; e

- São adotados quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência no Galpão da Paneleiras de Goiabeiras.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

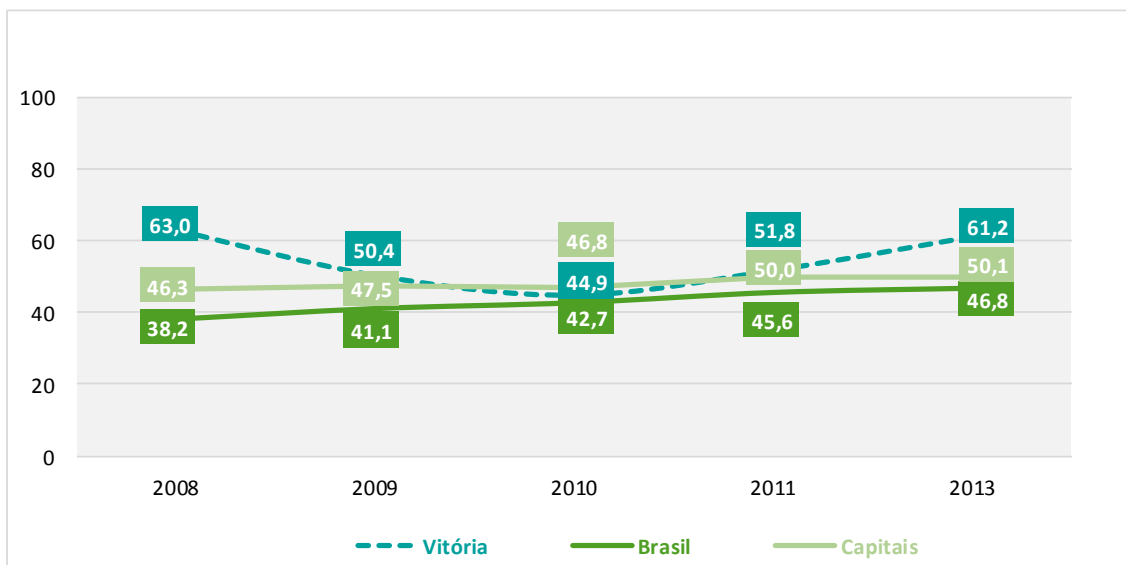
- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural - Manguezal de Vitória -, a fim de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos;
- Estado de conservação urbanística do entorno do principal atrativo natural indicado;
- Estrutura disponível no local do principal atrativo natural indicado carece de melhorias, por exemplo, no estado de conservação dos equipamentos tais como lixeiras, sinalização e restaurantes; e
- Ausência de quesitos de acessibilidade para pessoas portadoras de necessidades especiais na área de acesso ao Manguezal de Vitória.

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

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

Em *Marketing e promoção do destino*, a média Brasil em 2013 foi de 46,8. O destino registrou 61,2 nessa dimensão em 2013 (nível 4), um índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 7. Índices Marketing e promoção do destino – destino x Brasil: 2008-2013**



A média das capitais avaliadas foi de 50,1 (nível 3), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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

- O município é contemplado por um plano de marketing regional - Plano Estadual de Marketing do ES - que prevê metas de mercado para o turismo no destino, apesar de não possuir um plano de marketing do destino, com metas e análises de ambientes definidos;
- Participação em feiras e eventos do setor de turismo nos últimos dois anos;
- Participação contínua em feiras e eventos de outros setores (não voltados especificamente ao setor de turismo), de forma a ampliar a promoção do destino para públicos específicos no mercado nacional;
- Avaliação dos resultados dos eventos dos quais o destino participa, por meio de pesquisa nos próprios eventos, contagem de relacionamentos estabelecidos e do número de negócios efetivados;
- O destino turístico produziu, nos últimos cinco anos, eventos próprios para se promover fora de seu território;
- Existência de material promocional institucional disponível em idioma estrangeiro, que deixa claro, ao visitante, a preocupação com a preservação do meio ambiente;



- Existência de material promocional que apresenta a oferta de espaços estruturados para eventos no destino;
- O material promocional do destino passa por revisão ortográfica profissional;
- Agenda de eventos disponível para consulta gratuitamente, *on line*; e
- Informações turísticas sobre o destino na página institucional do município na *internet* – acessível pelo endereço [www.vitoria.es.gov.br](http://www.vitoria.es.gov.br).

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

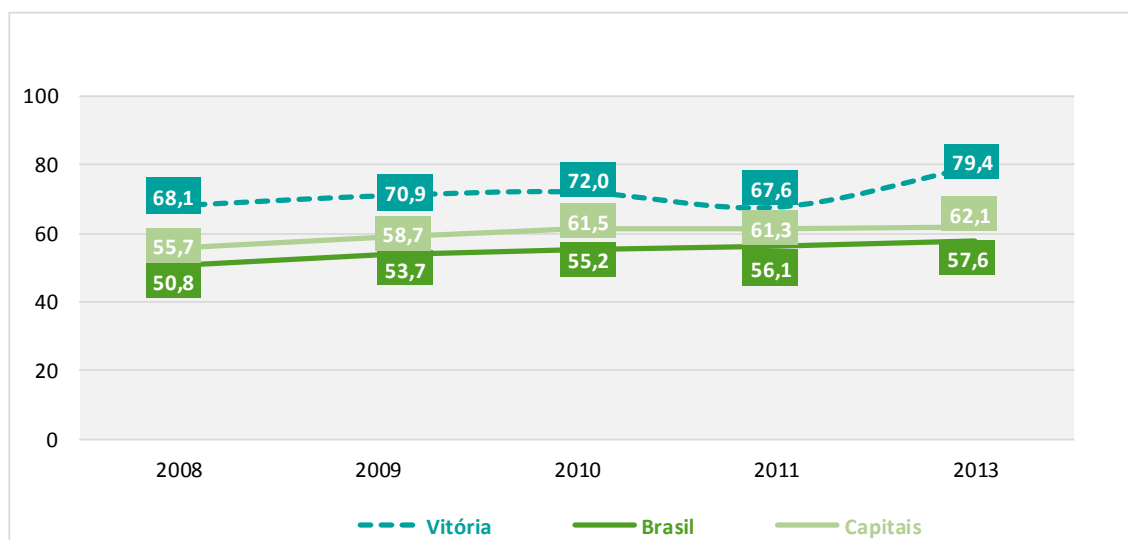
- O material promocional do destino não alerta o visitante sobre ações de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes;
- A página promocional de turismo do destino não disponibiliza informações sobre os outros destinos da região na qual está inserido; e
- Ausência de informações em idioma estrangeiro na página promocional de turismo do destino e que deixem claro aos potenciais turistas a preocupação do destino em prevenir a exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo.

## 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 em 2013 foi de 57,6. O destino registrou 79,4 nessa dimensão em 2013 (nível 4), um índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 8. Índices Políticas públicas – destino x Brasil: 2008-2013**



A média das capitais avaliadas foi de 62,1 (nível 4), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Existência de uma secretaria municipal com a atribuição exclusiva de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo;
- A Secretaria de Turismo desenvolveu, no ano anterior, projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo, entre eles, a iniciação escolar para o turismo com a Secretaria de Educação e o projeto Turisficação dos Parques com a Secretaria de Meio Ambiente;
- Presença de instância de governança local ativa – em formato de Conselho de Turismo - dedicada ao acompanhamento da atividade turística;
- Recebimento de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam ao desenvolvimento do turismo;
- Além de atuar em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, foram feitos investimentos diretos do governo federal no destino em projetos ligados ao turismo, no ano anterior;
- Existência de Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo;

- Existência de planejamento formal para o setor de turismo, Plano Diretor de Turismo 2008-2016; e
- Execução de ações e projetos em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior.

O principal fator limitante à evolução do indicador nesta dimensão foi:

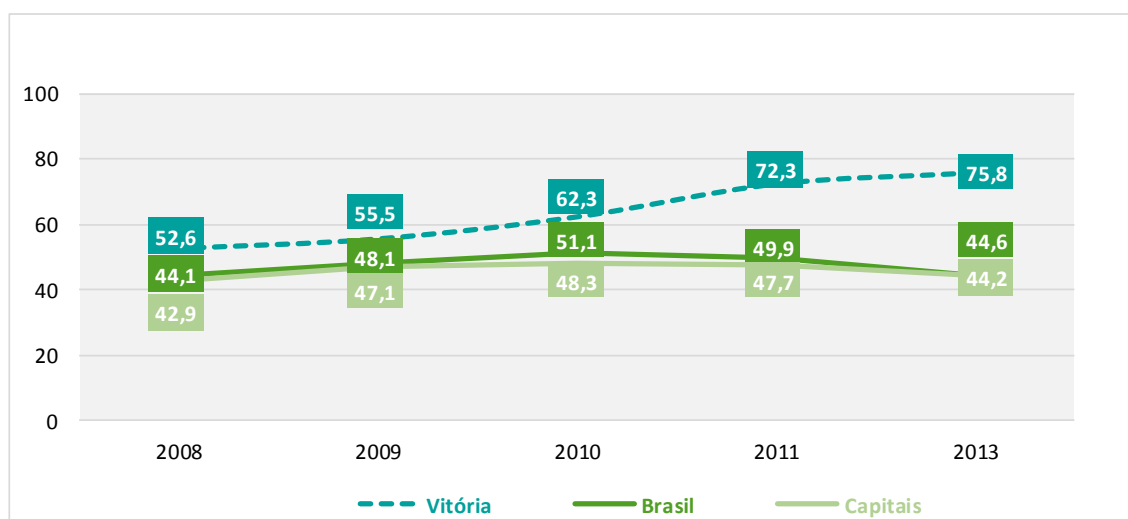
- O órgão gestor de turismo não dispõe de fonte de recurso próprio extraorçamentário para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor.

## 2.8. Cooperação regional

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

Em *Cooperação regional*, a média Brasil em 2013 foi de 44,6. O destino registrou 75,8 nessa dimensão em 2013 (nível 4), índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 9. Índices Cooperação regional – destino x Brasil: 2008-2013**



A média das capitais avaliadas foi de 44,2 (nível 3), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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

- O destino faz parte de uma instância de governança regional - Agência de Desenvolvimento Sustentável da Região Metropolitana – que conta com a participação ativa de diversos atores do segmento turístico da Região Turística Metropolitana, e que está formalmente constituída seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo;
- A instância de governança regional mantém reuniões mensais, conta com recurso próprio e dispõe de suporte – oferecido pelo governo municipal, empresa estatal e setor privado– para a condução de suas atividades;
- Existência de projeto de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da Região Turística Metropolitana, como o Prêmio ES é seu roteiro;
- Existência de plano de desenvolvimento turístico integrado para a região, no qual estão previstas atribuição de responsabilidades, cujas ações e projetos contemplam o município avaliado;
- O destino integra roteiros regionais, comercializados por operadores e/ou agências, 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 ou da região turística dos quais faz parte, e realizou ações promocionais, em parceria com outros destinos da mesma região, com agentes/operadores de turismo receptivo;
- Existência de página institucional da região turística na *internet* – acessível no endereço [www.adeturmetropolitana.com.br](http://www.adeturmetropolitana.com.br); e
- Existência de material promocional da região e dos roteiros turísticos dos quais o destino faz parte.

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

- As ações previstas no plano de desenvolvimento turístico integrado regional não são acompanhadas pela Secretaria de turismo do destino;
- Não foram implementadas ações ou projetos previstos do plano de desenvolvimento turístico integrado para a região da qual o destino faz parte;

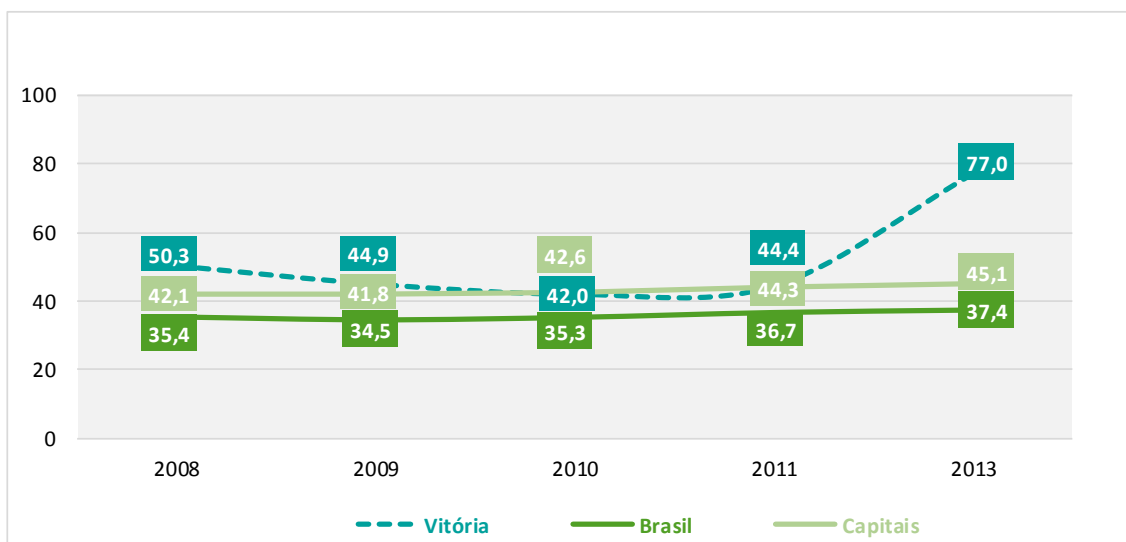
- Os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não foram elaborados com base em informações de um inventário ou cadastro da oferta turística, e neles não foram considerados aspectos relacionados à sustentabilidade à época de sua elaboração; e
- Não monitoramento dos impactos ambientais, socioculturais e econômicos durante a elaboração dos roteiros regionais.

## 2.9. Monitoramento

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

Em *Monitoramento*, a média Brasil em 2013 foi de 37,4. O destino registrou 77,0 nessa dimensão em 2013 (nível 4), índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 10. Índices Monitoramento – destino x Brasil: 2008-2013**



A média das capitais avaliadas foi de 45,1 (nível 3), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Existência de pesquisa de demanda periódica, que gera dados relevantes para o planejamento do turismo no destino;
- Existência de pesquisas de oferta – Inventário e Cadastramento – atualizadas;
- Aproveitamento e divulgação dos dados coletados na pesquisa de demanda e de oferta em planejamento e políticas públicas e ações de marketing e promoção;
- Disponibilidade de um conjunto de estatísticas turísticas;
- Acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em nível estadual e federal;
- Monitoramento periódico dos impactos econômicos e ambientais gerados pelo turismo; e
- Existência de setor específico de estudos no âmbito da administração pública local - Observatório de turismo -, que realiza pesquisas em turismo.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

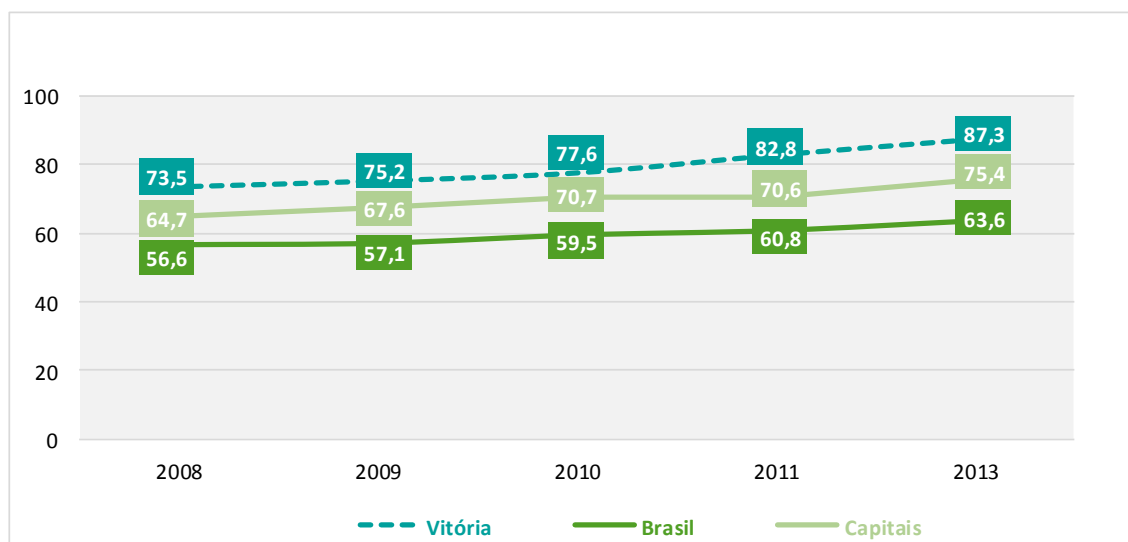
- Ausência de relatórios de conjuntura turística; e
- Não monitoramento dos impactos sociais gerados pelo turismo.

## 2.10. Economia local

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

Em *Economia local*, a média Brasil em 2013 foi de 63,6. O destino registrou 87,3 nessa dimensão em 2013 (nível 5), índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 11. Índices Economia local – destino x Brasil: 2008-2013**



A média das capitais avaliadas foi de 75,4 (nível 4), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Acesso gratuito à internet em locais públicos;
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento para saques com cartões de crédito internacionais;
- Existência de casas de câmbio para turistas estrangeiros;
- Existência de políticas locais ou regionais de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviço;
- Disponibilidade de benefícios locais de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo, como o ISSQN para empresas do setor localizadas no Centro de Vitória;
- Oferta de benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor por meio do Banco de Desenvolvimento do Espírito Santo; e
- Existência de um polo de produção e de negócios significativo que movimenta a economia local, e gera fluxo turístico receptivo.

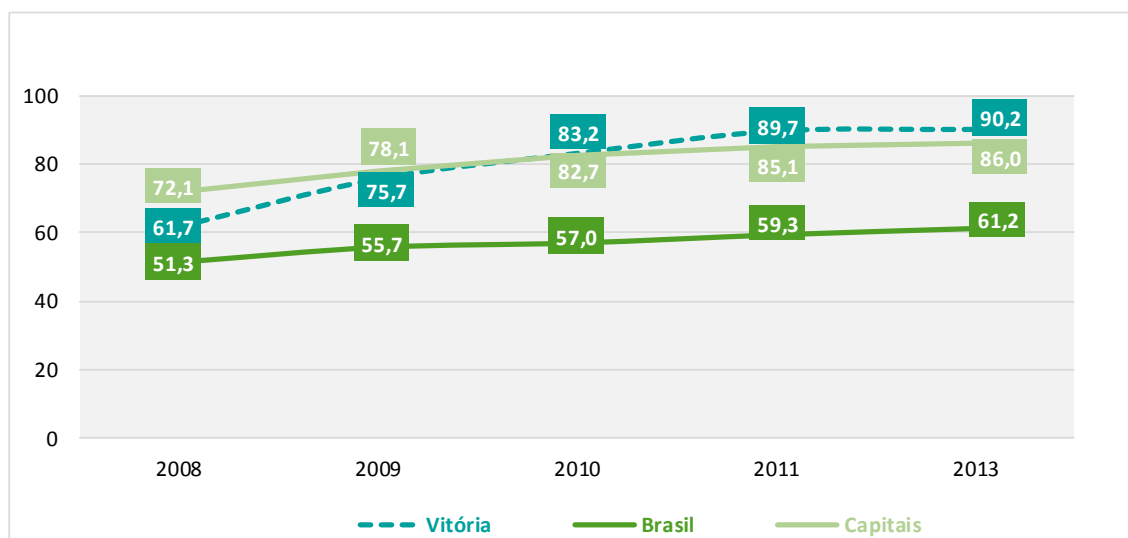
Além disso, nesta dimensão, dados econômicos de fontes secundárias também foram observados, como o PIB, PIB *per capita* e volume de operações de crédito.

## 2.11. Capacidade empresarial

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

Em *Capacidade empresarial*, a média Brasil em 2013 foi de 61,2. O destino registrou 90,2 nessa dimensão em 2013 (nível 5), índice estável em relação ao obtido pelo destino em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 12. Índices Capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2013**



A média das capitais avaliadas foi de 86,0 (nível 5), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica, de formação superior e de cursos livres, e de escolas de formação em idioma estrangeiro;
- Presença de grupos de redes nacionais e internacionais do setor de turismo, no segmento de locação de automóveis e redes de meios de hospedagem;



- Existência de adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentam o empreendedorismo como arranjos produtivos locais; e
- Presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias com mais de mil funcionários e de empresas que exportam mercadorias de alto valor agregado e perecíveis.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

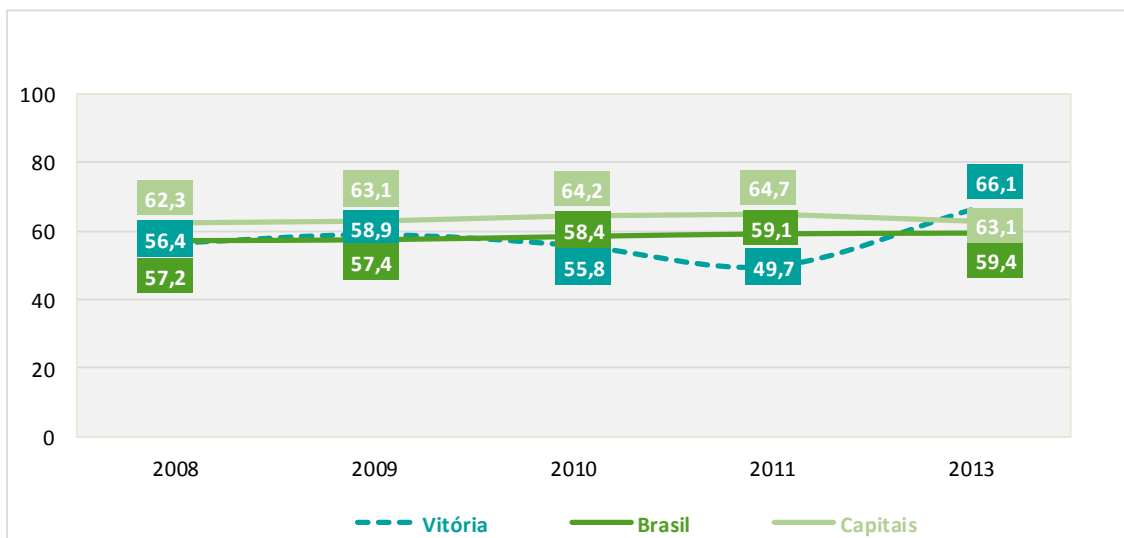
- Carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência e administrativos em hotelaria; e
- Presença de barreira à entrada de novos empreendimentos turísticos, sinalizadas pelos entrevistados - barreira de mercado.

## 2.12. Aspectos sociais

O *Estudo de Competitividade* considerou as seguintes variáveis referentes aos *Aspectos sociais*: (i) acesso à educação; (ii) empregos gerados pelo turismo; (iii) política de enfrentamento e prevenção à exploração 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 2013 foi de 59,4. O destino registrou 66,1 (nível 4) nessa dimensão em 2013, índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 13. Índices Aspectos sociais – destino x Brasil: 2008-2013**



A média das capitais avaliadas foi de 63,1 (nível 4), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Investimentos em educação acima do percentual obrigatório de 25%;
- Adoção de políticas de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes por parte do poder público municipal;
- 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;
- Existência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local, ações contínuas realizadas por órgãos municipais;
- Sensibilização dos cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino – por meio do projeto iniciação escolar; e
- A população costuma ser consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio do conselho municipal de turismo, de outros conselhos ou fóruns e audiências públicas.

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

- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, segundo relatos obtidos em campo; e
- Ausência de sensibilização do turista para o respeito à comunidade local ou para o respeito à cultura e ao patrimônio.

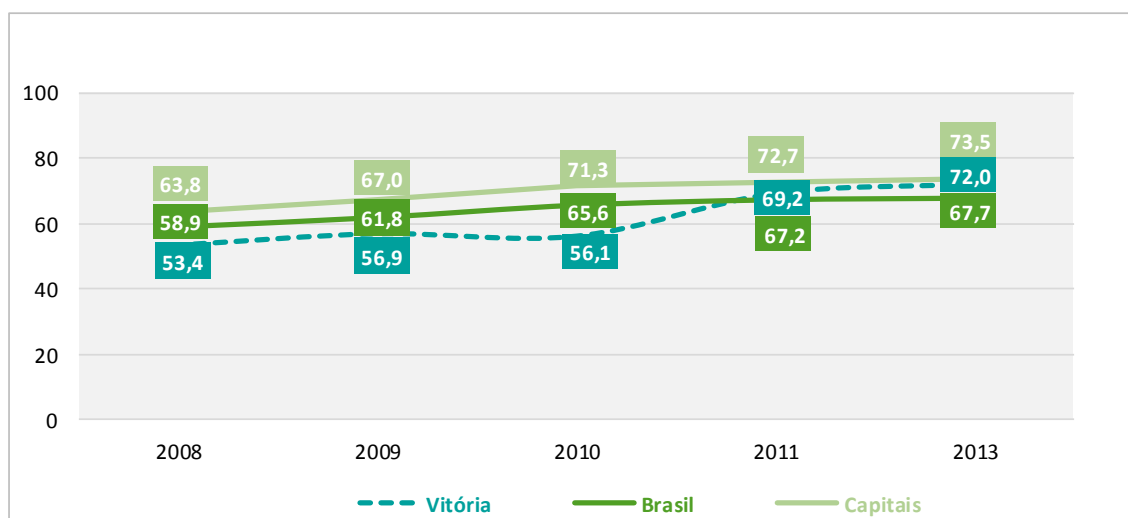
Além disso, indicadores sociais do município, como percentual de habitantes com acesso ao ensino, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) e Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), foram alguns dos dados considerados na composição do índice da dimensão *Aspectos Sociais*.

### 2.13. Aspectos ambientais

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

Em *Aspectos ambientais*, a média Brasil em 2013 foi de 67,7. O destino registrou 72,0 nessa dimensão em 2013 (nível 4), índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 14. Índices Aspectos ambientais – destino x Brasil: 2008-2013**



A média das capitais avaliadas foi de 73,5 (nível 4), acima do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Presença de um órgão municipal com atribuição de coordenar ou incentivar a preservação do meio ambiente- Secretaria Municipal de Meio Ambiente;
- Existência de um Código Ambiental Municipal ou similar - contra o qual não há ação judicial pública;
- Rede pública de distribuição de água;
- Realização de campanhas educativas periódicas para o uso racional da água;
- Disponibilidade de sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto que atende ao destino;
- Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário;
- Disponibilidade de serviços de coleta seletiva residencial; e
- Presença de Unidade de Conservação com atividade turística em território municipal - Parque Municipal da Fonte Grande -, com conselho gestor e na qual se aplica de plano de manejo.

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

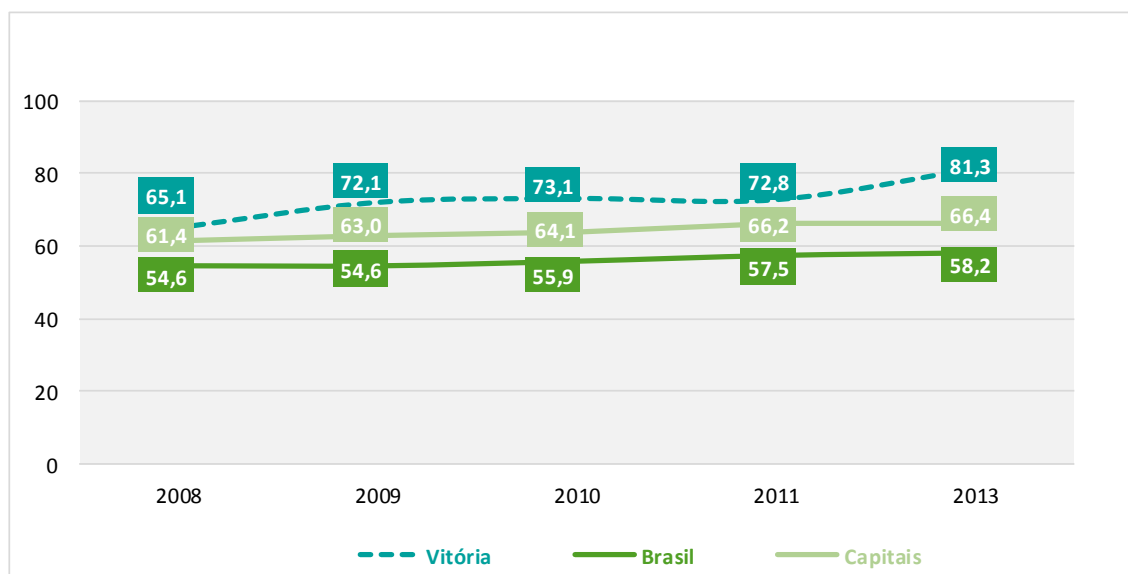
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como siderúrgica;
- Ausência de estação de tratamento de água para a sua reutilização.

## 2.14. Aspectos culturais

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

Em *Aspectos culturais*, a média Brasil em 2013 foi de 58,2. O destino registrou 81,3 nessa dimensão em 2013 (nível 5), um índice acima do obtido em 2011, como mostra o gráfico a seguir:

**Gráfico 15. Índices Aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2013**



A média das capitais avaliadas foi de 66,4 (nível 4), abaixo do resultado do destino nesta dimensão.

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

- Presença de atividade artesanal típica – Painéis de barro – e de culinária típica - Moqueca Capixaba, Torta Capixaba, Casquinha de Siri, Garopa com Banana - pelas quais o destino é reconhecido em esfera internacional;
- Presença de tradições culturais evidentes e típicas do seu território, entre elas Paneleiras, catraeiros, desfiadeiras de siri e catadores de caranguejo, e de manifestações religiosas no destino – Procissão Marítima de São Pedro, Romaria dos Homens, Passos de Anchieta;
- Existência de patrimônios imateriais registrados, patrimônios artísticos tombados e bens tombados como patrimônio histórico que se constituem em atrativos turísticos;
- Presença de órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura;
- O destino aplica política municipal de cultura que, entre outros benefícios, ajuda a manter um calendário de manifestações culturais;
- Existência de legislação municipal de cultura e fundo municipal de cultura, este último exclusivo e efetivo; e

- Monitoramento da utilização turística do patrimônio cultural por meio de controle de capacidade de suporte ou carga.

O principal fator limitante à expansão do indicador foi:

- O destino não aderiu ao Sistema Nacional de Cultura.

### 3. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE

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

Ao realizar uma análise sobre a série histórica dos resultados de Vitória, é possível concluir que, em 2013, houve evolução do indicador de competitividade do destino (Índice geral) em comparação com o ano anterior da pesquisa<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Como explicado anteriormente, para que o município possa comparar os resultados, é importante observar que se considerou, como estabilidade do índice, um aumento ou queda de até 1,0 ponto na comparação dos indicadores entre anos seguidos. Isto é, para que o destino considere que o índice evoluiu ou regrediu, é preciso que a diferença entre os resultados das pesquisas seja superior a 1,0 ponto, para mais ou para menos.

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

Dimensões	Brasil			Capitais			Vitória		
	2010	2011	2013	2010	2011	2013	2010	2011	2013
Índice geral	56,0	57,5	58,8	64,1	65,5	66,9	63,3	66,7	73,9
Infraestrutura geral	65,8	68,4	68,6	74,3	75,8	75,4	79,7	83,5	84,3
Acesso	60,5	61,8	62,6	72,0	74,0	74,9	64,7	67,6	68,2
Serviços e equipamentos turísticos	50,8	52,0	56,8	63,3	64,1	69,1	55,3	59,8	67,0
Atrativos turísticos	60,5	62,0	63,2	59,5	61,3	62,9	52,2	52,8	60,3
Marketing e promoção do destino	42,7	45,6	46,8	46,8	50,0	50,1	44,9	51,8	61,2
Políticas públicas	55,2	56,1	57,6	61,5	61,3	62,1	72,0	67,6	79,4
Cooperação regional	51,1	49,9	44,6	48,3	47,7	44,2	62,3	72,3	75,8
Monitoramento	35,3	36,7	37,4	42,6	44,3	45,1	42,0	44,4	77,0
Economia local	59,5	60,8	63,6	70,7	70,6	75,4	77,6	82,8	87,3
Capacidade empresarial	57,0	59,3	61,2	82,7	85,1	86,0	83,2	89,7	90,2
Aspectos sociais	58,4	59,1	59,4	64,2	64,7	63,1	55,8	49,7	66,1
Aspectos ambientais	65,6	67,2	67,7	71,3	72,7	73,5	56,1	69,2	72,0
Aspectos culturais	55,9	57,5	58,2	64,1	66,2	66,4	73,1	72,8	81,3

Fonte: FGV, SEBRAE, MTur, 2013

\* 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.