

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

VITÓRIA

2014



APRESENTAÇÃO

Com o objetivo de conhecer e entender a realidade dos principais destinos turísticos brasileiros e também como forma de fornecer subsídios para o planejamento e para a formulação de políticas públicas que contribuam para o desenvolvimento das localidades turísticas, 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 gera índices em 13 setores ligados à atividade turística, denominados como dimensões neste Índice, os quais permitem 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.

Com este documento, o Ministério do Turismo, o Sebrae Nacional e a Fundação Getulio Vargas esperam fornecer 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	8
2.1. Índice geral	9
2.2. Infraestrutura geral	11
2.3. Acesso	14
2.4. Serviços e equipamentos turísticos	17
2.5. Atrativos turísticos.....	20
2.6. Marketing e promoção do destino	23
2.7. Políticas públicas.....	26
2.8. Cooperação regional.....	29
2.9. Monitoramento	31
2.10. Economia local	33
2.11. Capacidade empresarial.....	36
2.12. Aspectos sociais	38
2.13. Aspectos ambientais.....	41
2.14. Aspectos culturais.....	44
3. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	48

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 2014 do *Índice de Competitividade do Turismo Nacional*.

Com o intuito de entender as transformações do mercado turístico nos últimos anos, o Índice de Competitividade Turística é atualizado sistematicamente para captar com profundidade o desenvolvimento dos principais destinos turísticos brasileiros. Tais atualizações objetivam deixar o Índice em consonância com debates contemporâneos e com tendências do mercado turístico nacional e internacional – posto que a competitividade é um fenômeno dinâmico e um recurso básico pode se tornar obsoleto ao longo do tempo. Desta forma, espera-se fornecer elementos fundamentais para o planejamento e tomada de decisão das localidades pesquisadas e para a ampliação de suas vantagens competitivas.

Como ocorre desde o primeiro ano, para o cálculo do índice de competitividade estabeleceu-se uma série de critérios junto a especialistas em diversas áreas, com o intuito de definir a importância e o peso de cada dimensão do estudo. Em seguida, foram atribuídos pontos às perguntas e pesos também às variáveis. A soma ponderada da pontuação resulta no índice geral de competitividade do destino.

Na fase de pesquisa de campo, os pesquisadores da FGV permanecem uma semana em cada destino aplicando um formulário, por meio de um *tablet*, com perguntas que incluem dados primários e secundários, as quais estão agrupadas em 13 dimensões (Figura 1). Cada uma das dimensões consideradas possui subdivisões, que são chamadas de variáveis. O detalhamento de todos os quesitos avaliados na pesquisa encontra-se na publicação Relatório Brasil 2014, no capítulo que descreve os aspectos metodológicos.

Figura 1. Dimensões do Índice de Competitividade



Além do levantamento de dados por meio de entrevistas e de dados secundários, são realizadas visitas técnicas aos principais equipamentos e atrativos turísticos do destino. Nesta etapa, muitos pontos são observados pelo pesquisador, como as principais características físicas dos atrativos turísticos e da estrutura urbana do destino.

Todas as perguntas que integram as 13 dimensões do questionário compõem o Índice de Competitividade do destino, ou seja, mensuram:

A capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva

Para fins de análise, os índices de competitividade foram divididos em cinco níveis, em uma escala de 0 a 100¹:



O presente relatório apresenta os resultados consolidados do destino em 2014: 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), a média das cidades não capitais, além da distribuição dos 65 destinos pesquisados em relação aos cinco níveis de competitividade nas 13 dimensões estudadas. Estes dados poderão ser comparados aos resultados obtidos nos anos anteriores, o que permitirá observar a evolução dos índices, devido à série histórica que vem sendo construída.

Para que o município avaliado possa comparar os resultados das últimas 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, recomenda-se que cada destino analise seus resultados de forma crítica, ponderando questões ligadas às suas

¹ Para o posicionamento em níveis, segundo a escala proposta, utilizou-se o critério de arredondamento das pontuações. Por exemplo: abaixo de 20,5, a pontuação posicionou-se no nível 1 (entre 0 e 20); acima de 20,6, classifica-se no nível 2 (entre 21 e 40), e assim por diante.

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 nível mais alto de competitividade 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 a atividade turística, norteando a elaboração de políticas públicas que potencializem suas vantagens competitivas e eliminem, gradativamente, os entraves ao desenvolvimento sustentável da atividade turística.

2. RESULTADOS

A pesquisa em Vitória foi realizada entre os dias 02 e 06 de junho de 2014, período em que foram entrevistados diversos representantes do setor público e privado, associações de classe, entre outros, para coletar os dados que compõem o índice de competitividade do destino.

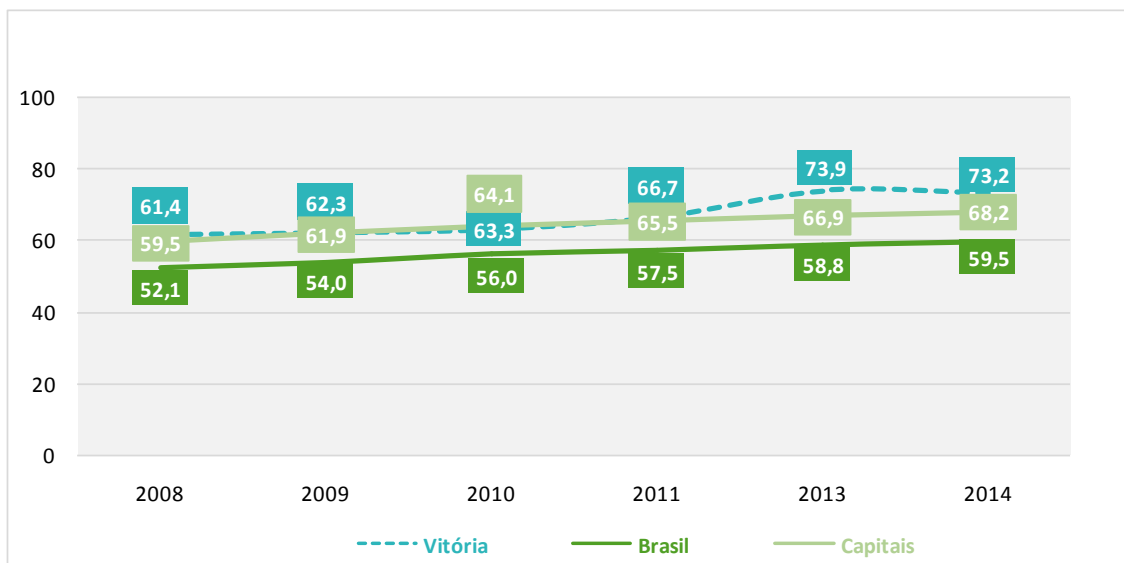
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados, a seguir, os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

Ressalta-se que, além de todo o planejamento realizado pela Fundação Getúlio Vargas para a realização do Índice de Competitividade, fatores externos podem influenciar a coleta de informações em campo e conseqüentemente o sucesso da pesquisa, como: realização de todas as entrevistas programadas, visita *in loco* a todos os atrativos e equipamentos turísticos indicados, disponibilização prévia de agenda de entrevistas completa e com respondentes qualificados, apoio institucional do órgão oficial de turismo, fidedignidade das informações repassadas. Dessa forma, o apoio dos municípios na realização do estudo é imprescindível nesta fase de pesquisa de campo.

2.1. Índice geral

O índice geral de competitividade do destino refere-se à soma ponderada das 13 dimensões avaliadas e está representado no gráfico a seguir.

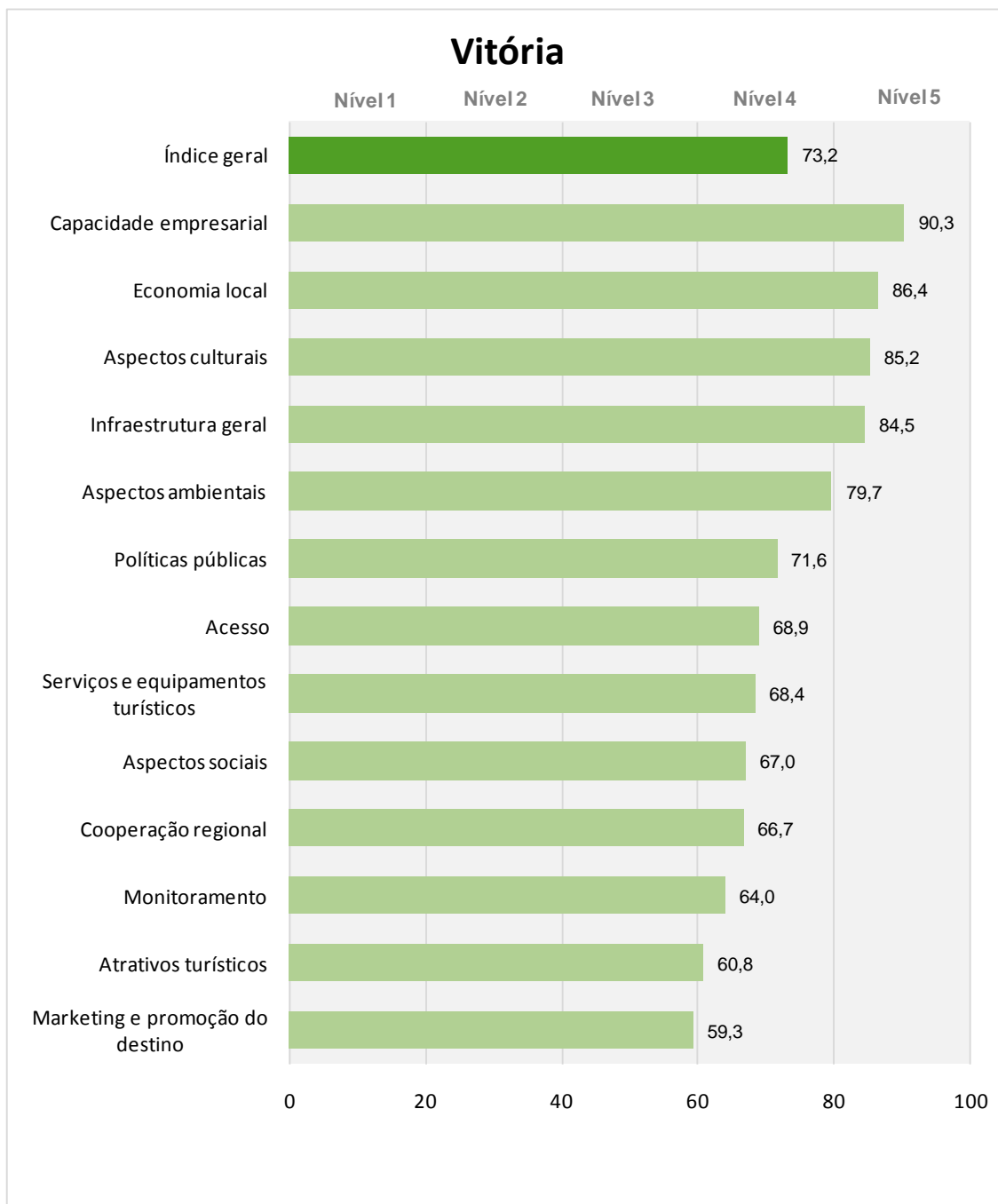
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x Brasil: 2008-2014



No ano de 2014, o índice geral de competitividade registrado pelo destino manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 4, como é possível observar no Gráfico 1. Este índice posicionou-se acima da média nacional, e acima da média do grupo das capitais no índice geral.

Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, as que obtiveram melhores desempenhos, com índices no nível 5 (81 a 100), foram *Capacidade empresarial*, *Economia local*, *Aspectos culturais* e *Infraestrutura geral*, conforme o gráfico a seguir. Por sua vez, a dimensão com o menor nível de competitividade foi *Marketing e promoção do destino*, a qual não ultrapassou o nível 3 (41 a 60).

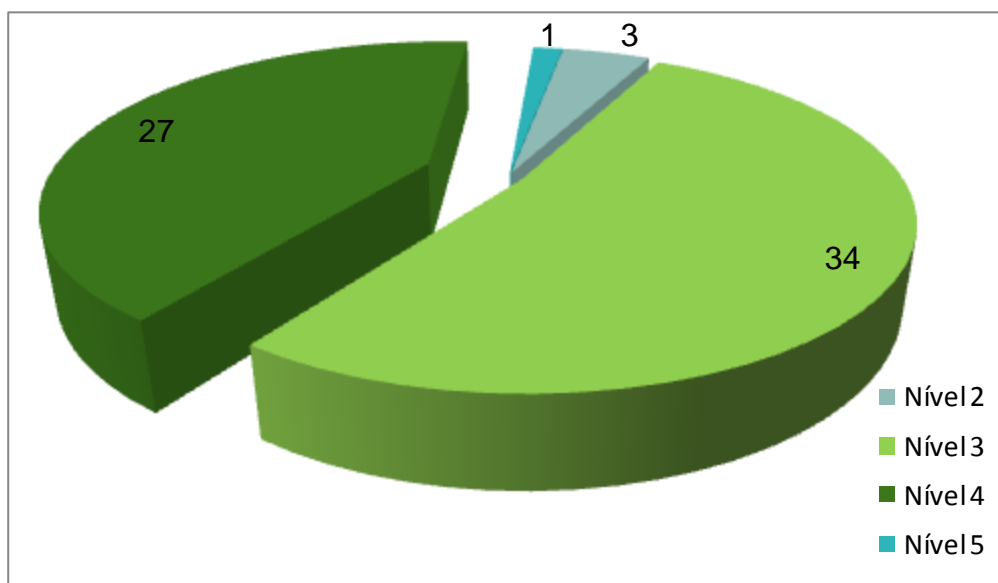
Gráfico 2. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho



Quanto à distribuição das dimensões, conforme os cinco níveis de competitividade, observa-se que há uma concentração maior de resultados nos níveis 4 e 5, o que demonstra que, na maior parte das dimensões, o destino apresenta desenvolvimento bom ou mesmo diferencial nos quesitos avaliados.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o gráfico 3 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado. Observa-se que 27 destinos se encontram no mesmo nível que Vitória; enquanto que a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 3.

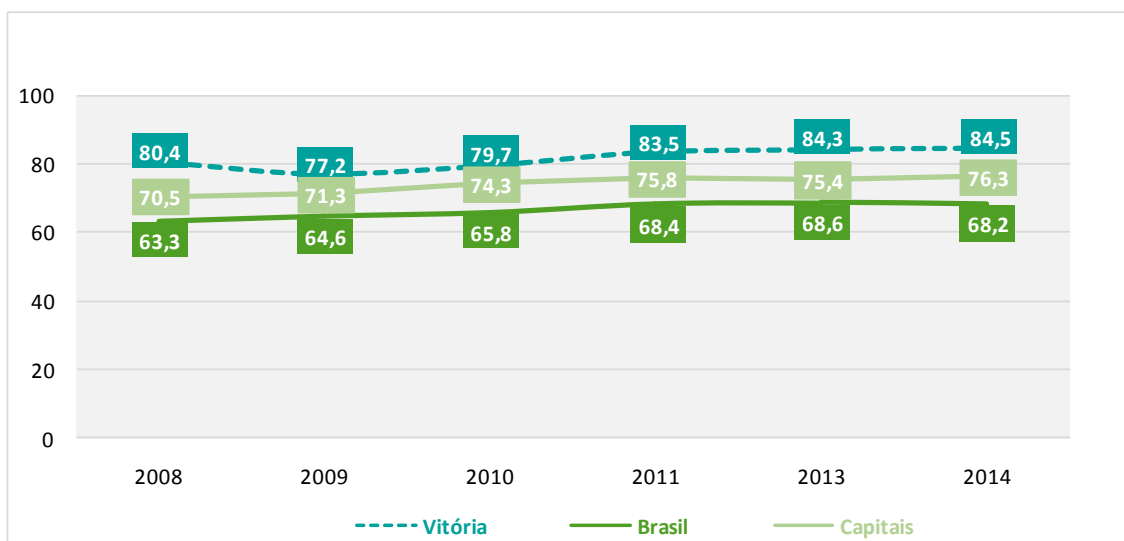
Gráfico 3. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice geral



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.

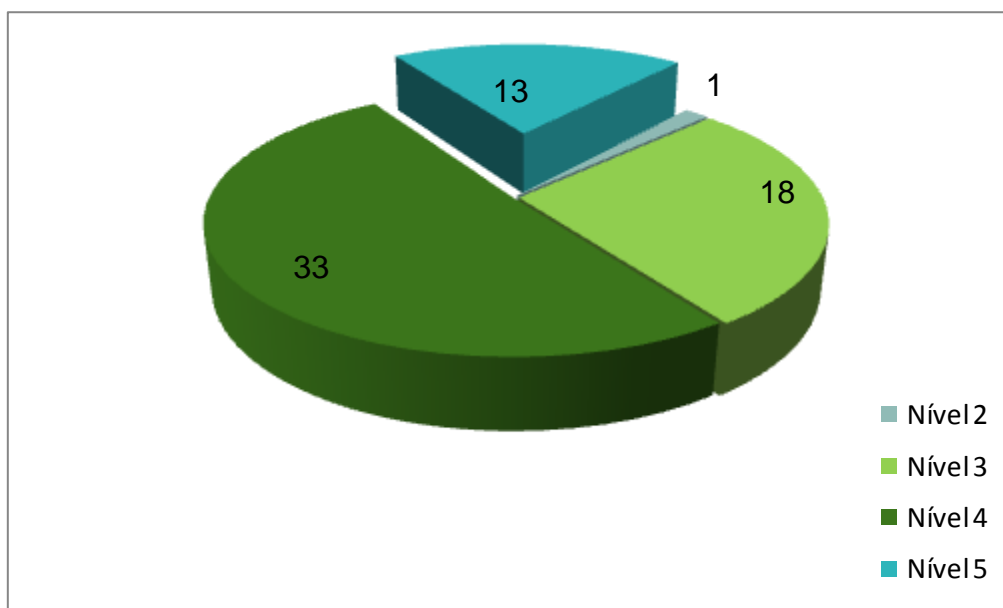
Gráfico 4. Índices Infraestrutura geral – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Infraestrutura geral*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, mantendo-se no nível 5, como é possível observar no Gráfico 4. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 5 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Infraestrutura geral*. Observa-se que 13 destinos se encontram no mesmo nível que Vitória; enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

Gráfico 5. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Infraestrutura geral



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, estrutura para cirurgias de emergência e laboratório de análise;
- Fornecimento contínuo de energia elétrica no destino durante todo o ano;
- Existência de uma delegacia especializada de proteção ao turista na Polícia Civil;
- Presença de Corpo de Bombeiros com grupo de busca e salvamento;
- Existência de Defesa Civil no destino, com estrutura própria;
- Existência de elementos de drenagem pluvial nas áreas turísticas;
- Evidência da limpeza pública e da conservação urbana no entorno das áreas turísticas;
- Presença de ciclovias/ciclofaixas nas áreas turísticas e de incentivo ao uso de bicicletas pelo destino – projeto Bike GV;
- Disponibilidade de lixeiras, abrigos de ônibus e telefones públicos no entorno das áreas turísticas;

- Existência de elementos de acessibilidade como – calçadas livres, rampas, desníveis nas calçadas e vagas de estacionamento exclusivas para pessoas com deficiência – na maior parte das áreas turísticas do destino.

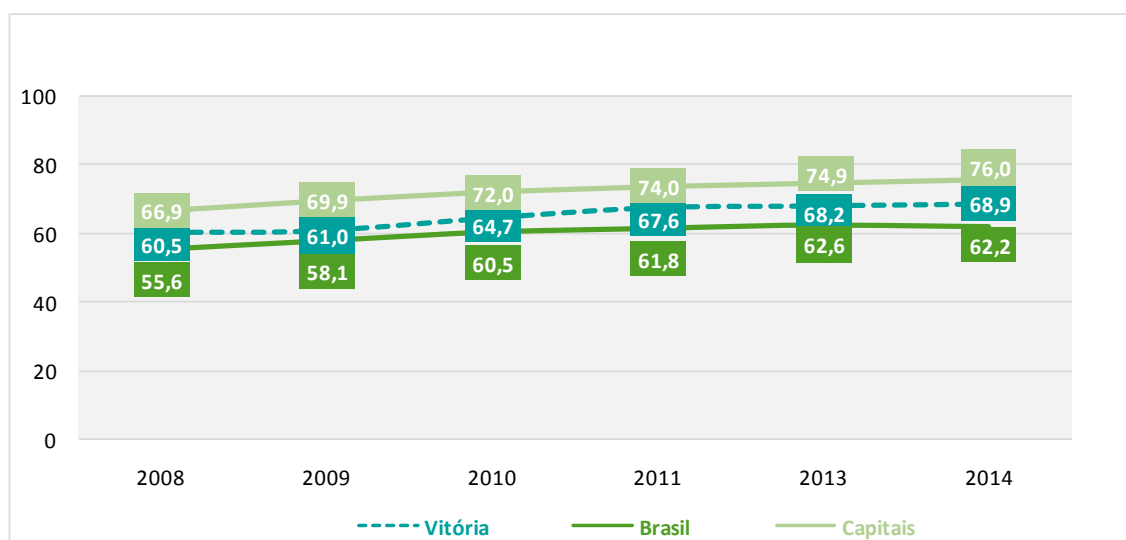
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Ausência de grupamento especializado da Polícia Militar para o atendimento ao turista;
- Carência de banheiros públicos em bom estado de conservação no entorno das áreas turísticas.

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.

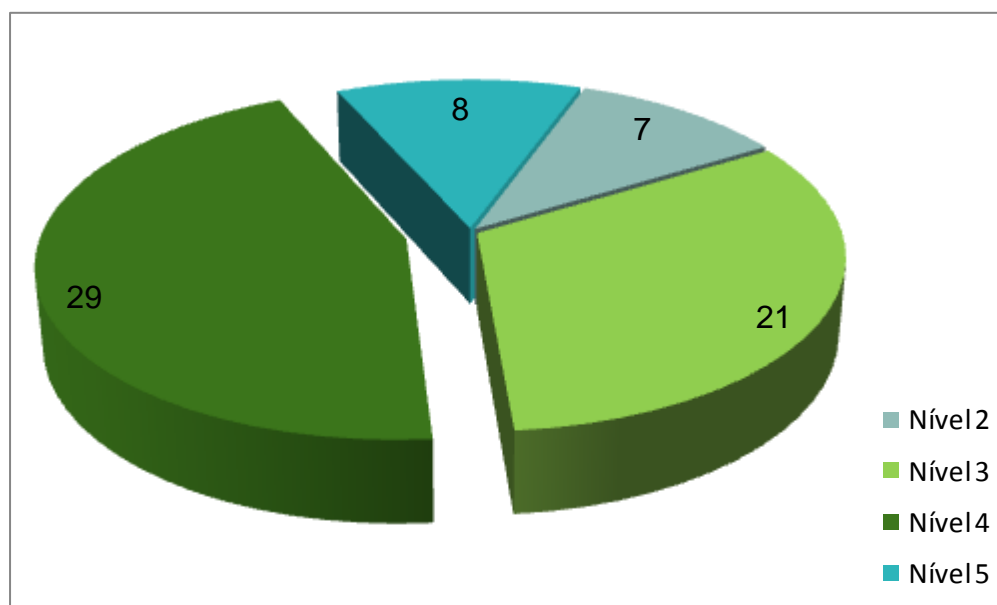
Gráfico 6. Índices Acesso – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Acesso*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 4, como é possível observar no Gráfico 6. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, mas abaixo da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 7 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Acesso*. Observa-se que 29 destinos se encontram no mesmo nível que Vitória; nível onde se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 7: Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Acesso



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

- Existência de um terminal aeroportuário dentro do território municipal – Aeroporto Eurico de Aguiar Salles – com centro de atendimento ao turista com funcionários bilíngues, lanchonetes, lojas, locadoras de veículos, sanitários e facilidades para pessoas com deficiência;

- Disponibilidade de opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo – ônibus convencional e táxi especial, conforme observado em visita técnica ao local;
- Oferta regular de ligações aéreas diretas entre o aeroporto que atende ao destino e seus principais centros emissivos de turistas nacionais – Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais, conforme informado nas entrevistas;
- Existência de linhas de ônibus intermunicipais e interestaduais regulares que atendam ao destino;
- Existência de um terminal rodoviário no destino, cuja estrutura conta com centro de atendimento ao turista, lojas, lanchonetes, sinalização em três idiomas, serviço bancário com ATMs, sanitários limpos e bem conservados e iluminação da plataforma para o embarque e desembarque de passageiros;
- Oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária – ônibus convencional, ônibus com ar condicionado e táxi especial;
- Oferta de opções de transporte urbano que atendem às principais atrações turísticas;
- Disponibilidade de serviço de táxi regularizado e padronizado, que ofereça facilidades como sistema de chamada via aplicativos para smartphones e pagamento por cartões de crédito;
- O bom estado da BR 101, principal rodovia de acesso ao destino, segundo pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Transporte – CNT.

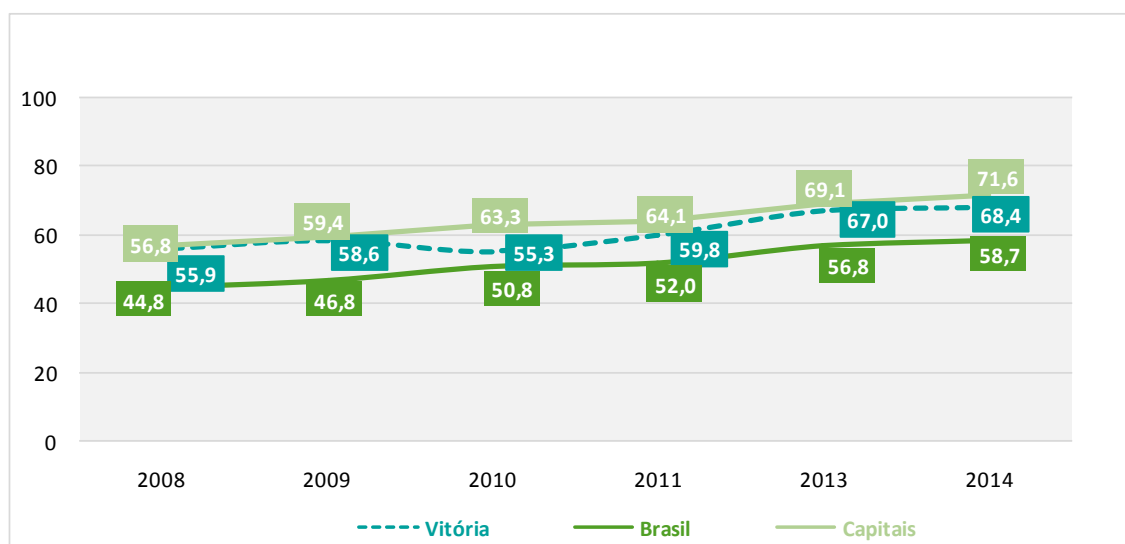
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador, constam os seguintes:

- Inexistência de linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino;
- Existência de congestionamentos nas áreas turísticas do destino;
- Carência de vagas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Indisponibilidade de ligações aéreas diretas entre o aeroporto do destino e seus principais centros emissivos de turistas internacionais indicados na pesquisa.

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.

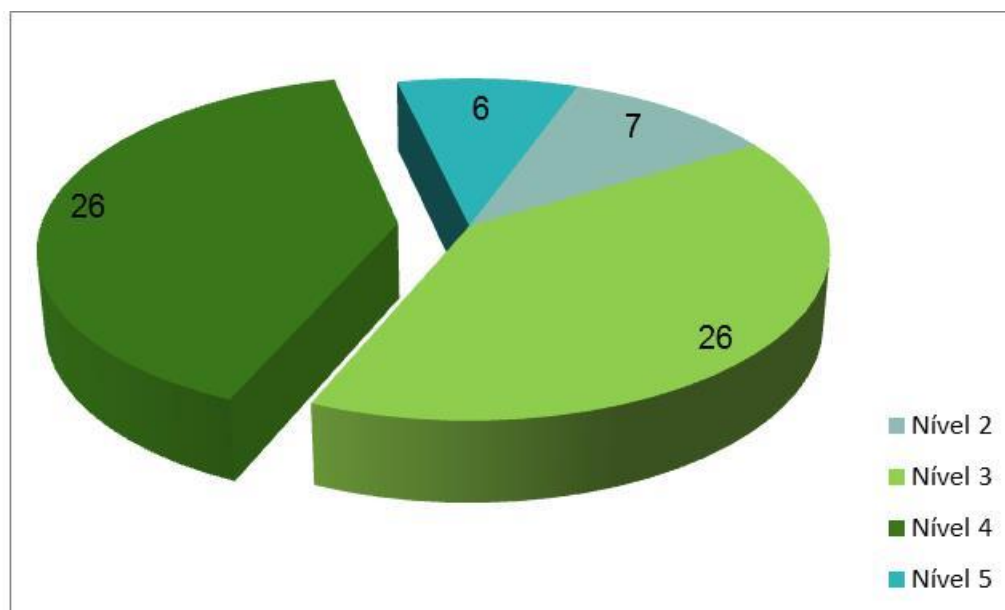
Gráfico 8. Índices Serviços e equipamentos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 8. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, mas abaixo da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 9 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Serviços e equipamentos turísticos*. Observa-se que 26 destinos se encontram no mesmo nível que Vitória.

Gráfico 9. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Serviços e equipamentos turísticos



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

- Existência de sinalização turística viária bem conservada nos padrões internacionais recomendados pelo Ministério do Turismo;
- Existência de sinalização turística descritiva ou interpretativa, disponível inclusive em idioma estrangeiro, e de sinalização com mapa turístico informativo no centro histórico;
- Existência de Centros de Atendimento ao Turista no destino, localizados na Rodoviária, no Aeroporto e na Praia de Camburí, com funcionários capacitados para o atendimento em idioma estrangeiro, e que oferecem diversos serviços, como informações sobre o destino e seu entorno e contatos de prestadores de serviços turísticos;
- Presença de Centro de convenções no destino – tendo sido indicado como principal o Centro de Convenções de Vitória, que possui salas multiuso / modulares; área de feira climatizada; auditórios; estacionamento; capacidade para mais de um evento, independentes e simultâneos; e que cumpre com quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência;

- Localização do centro de convenções, próximo às áreas turísticas (meios de hospedagem, aeroporto, rodoviária e centro administrativo) e existência de transporte público para esse local;
- Oferta de outros espaços para a realização de eventos – espaços multifuncionais, pavilhão de feiras e salas em hotéis para eventos de pequeno e médio porte;
- Disponibilidade de acesso à internet nas unidades habitacionais na maior parte dos meios de hospedagem do destino;
- Cumprimento de quesitos de acessibilidade na maioria dos meios de hospedagem;
- Presença de empresas de receptivo, que oferecem diversos serviços aos turistas (city tour, passeios para destinos do entorno e visitas guiadas);
- Presença de empresas de locação de automóveis no destino;
- Disponibilidade de guias de turismo registrados no CADASTUR e capacitados para atendimento em inglês e espanhol;
- Existência de organização representativa de guias;
- Valorização e fortalecimento da gastronomia regional por parte dos restaurantes do destino, por meio da aplicação de receitas baseadas em ingredientes típicos locais;
- Oferecimento de capacitação quanto à manipulação com higiene dos alimentos para proprietários e empregados de novos estabelecimentos de alimentação por parte do governo municipal, e capacitação específica para ambulantes que vendem refeições;
- Participação frequente do empresariado local do setor de alimentação em cursos, públicos ou privados, com o objetivo de ampliar seu conhecimento sobre gestão do negócio e manipulação de alimentos;
- Presença de instituições de qualificação profissional que oferecem cursos livres, técnicos, de graduação e de especialização em áreas relacionadas ao turismo no município.

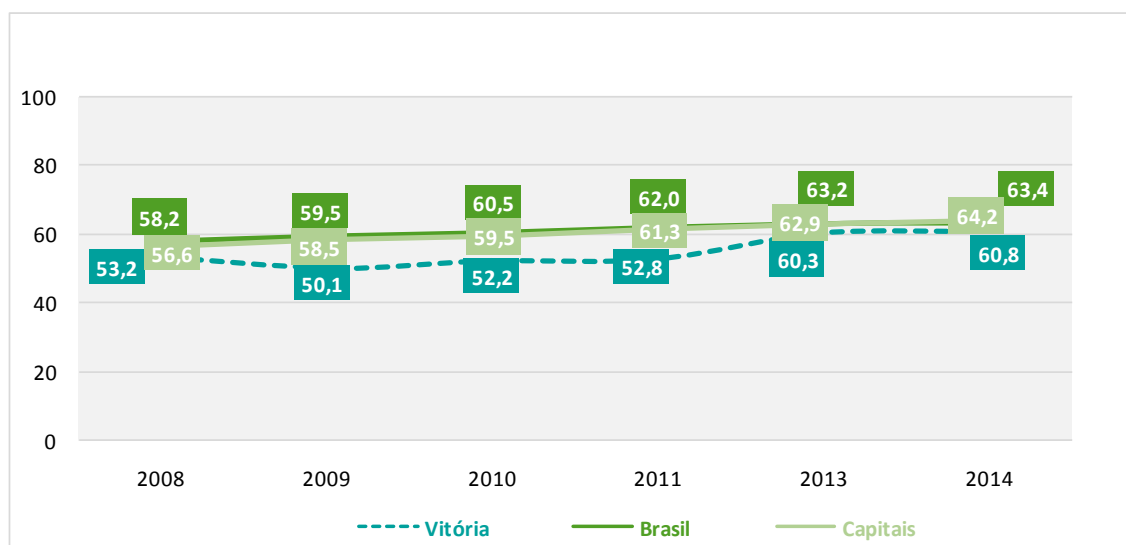
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador, constam os seguintes:

- Ausência de sinalização turística viária em idioma estrangeiro;
- Cobertura da sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos, presente em apenas parte dos atrativos.

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.

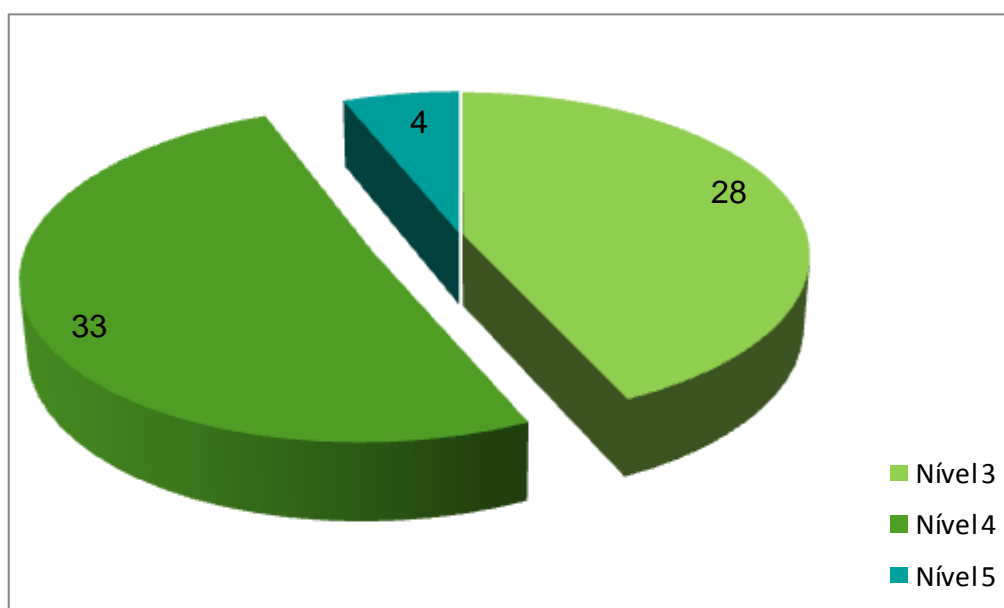
Gráfico 10. Índices Atrativos turísticos – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Atrativos turísticos*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do registrado no ano anterior, alcançando o nível 4, como é possível observar no Gráfico 10. Este índice posicionou-se abaixo da média nacional na dimensão, e abaixo da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 11 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Atrativos turísticos*. Observa-se que 33 destinos se encontram no mesmo nível que Vitória; nível onde se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 11. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Atrativos turísticos



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

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico, como o Parque Municipal da Fonte Grande, o Parque Botânico da Vale do Rio Doce e o Manguezal de Vitória (Ilha das Caieiras);
- Evidência de conservação ambiental no entorno do principal atrativo natural indicado, conforme observado em visita técnica;
- Existência de sinalização de trânsito viária e pavimentação adequada na via de acesso ao principal atrativo natural indicado;
- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, sendo indicados como principais: Centro Histórico de Vitória, Galpão das Paneleiras de Goiabeiras e Ilha das Caieiras;

- Evidência de conservação urbanística no entorno do principal atrativo cultural do destino – Centro Histórico de Vitória – e a estrutura disponível para o turista, com a presença do Instituto GOIA, que disponibiliza visitas guiadas aos principais atrativos culturais do local;
- Monitoramento de visitantes no principal atrativo cultural, ainda que não tenha um estudo de capacidade de suporte para o local;
- Existência de sinalização de trânsito viária de acesso e de sinalização com mapa turístico informativo dos atrativos do Centro Histórico de Vitória;
- Existência de eventos programados que atraem turistas, sendo os principais: Carnaval de Vitória, Feira do Mármore e Granito (Vitória Stone Fair) e Passos de Anchieta;
- Ótima estrutura física no local onde acontece o principal evento programado indicado – Carnaval – que dispõe de sinalização indicativa, banheiros, internet sem fio e estabelecimentos de alimentação, além de cumprir com alguns quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência;
- Existência de atrativos de realizações técnicas e científicas² 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 Projeto Tamar, principal atrativo indicado nesta categoria;
- Boa estrutura no Projeto Tamar e adoção de alguns quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência no local;
- Diversidade de equipamentos e opções de lazer no destino, tais como: Shopping Center, polo gastronômico, praças e parques urbanos.

² Realizações técnicas, científicas e artísticas são obras, instalações, atividades acadêmicas e de pesquisas que, em qualquer época do ano, independentemente de eventos, são **capazes de motivar o interesse de turistas e especialistas e, com isso, provocar a utilização de serviços e equipamentos turísticos**. Exemplos: sítios arqueológicos, locais de observação de pássaros, exposições, ateliers, escolas de dança, de música ou de artes cênicas, centros de treinamento e de excelência, campos de golfe, parques temáticos e parques aquáticos.

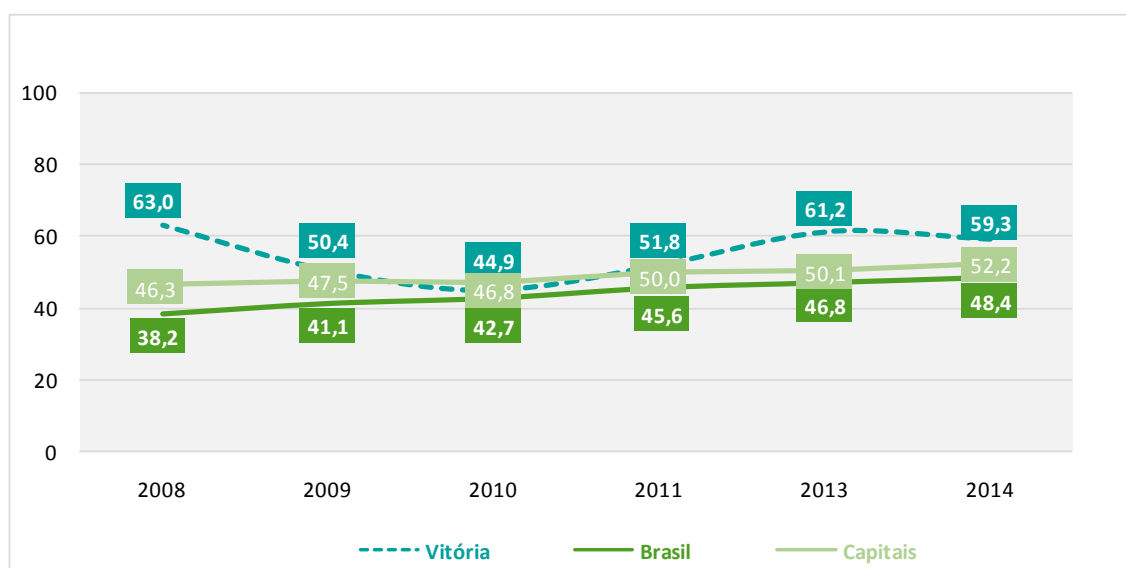
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural para o controle de visitantes no local com intuito de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos naturais;
- Carência de melhorias na estrutura disponível no Parque Municipal da Fonte Grande e de recursos que viabilizem o acesso e a circulação de pessoas com deficiência no mesmo local;
- Ausência de condições de acessibilidade para pessoas com deficiência no principal atrativo cultural indicado – Centro Histórico 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) estratégias de promoção digital.

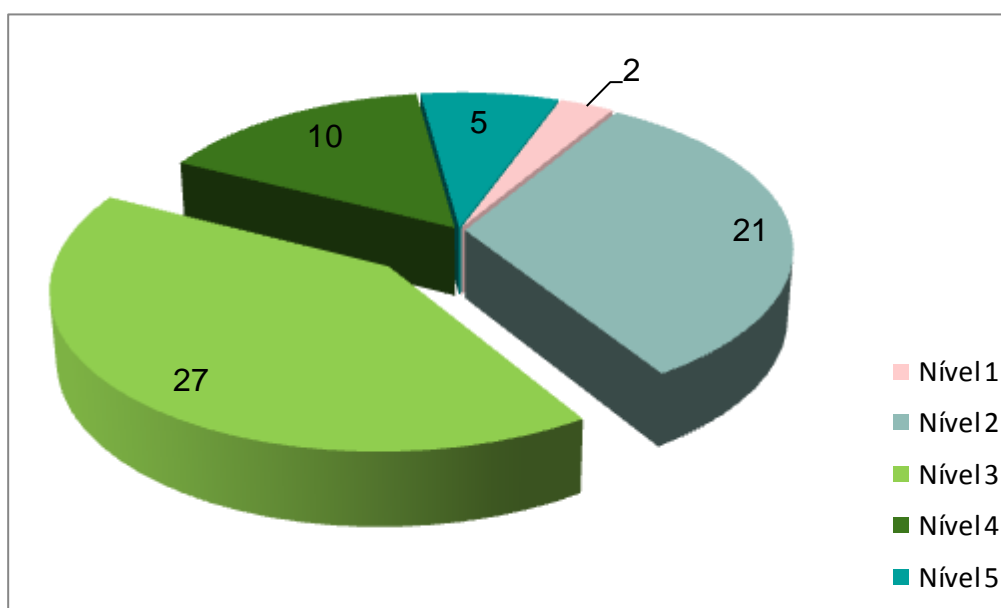
Gráfico 12. Índices Marketing e promoção do destino – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Marketing e promoção do destino*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do registrado no ano anterior, caindo para o nível 3, como é possível observar no Gráfico 12. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 13 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Marketing e promoção do destino*. Observa-se que 27 destinos se encontram no mesmo nível que Vitória; nível onde se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 13. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Marketing e promoção do destino



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

- Participação contínua em feiras e eventos do setor de turismo e de outros setores, não diretamente ligados ao turismo, cujos resultados são avaliados por meio de contagem de relacionamentos estabelecidos;

- Produção, no ano anterior, de eventos próprios regionais e internacionais para promoção do destino: caravanas na região sudeste e workshops em Santiago, Montevidéu e Buenos Aires;
- Existência de material promocional institucional (folhetos e mapas) disponível inclusive em idioma estrangeiro, distribuído nos centros de atendimento ao turista, nos meios de hospedagem e nos eventos locais;
- Existência de material promocional que apresenta informações sobre a oferta de espaços estruturados para eventos no destino;
- Realização de acompanhamento de notícias ou matérias específicas de turismo, veiculadas na mídia sobre o destino (clipagem);
- Realização de ações de promoção do destino, no ano anterior, dentre as quais: publicidade, caravanas, workshops, *famtour* e *press trip*;
- Existência de página institucional do município na internet – acessível pelo endereço www.vitoria.es.gov.br, na qual são divulgadas informações turísticas sobre o destino;
- Existência de página promocional de turismo do destino, acessível pelo endereço www.vitoria.es.gov.br/turista, atualizada periodicamente.

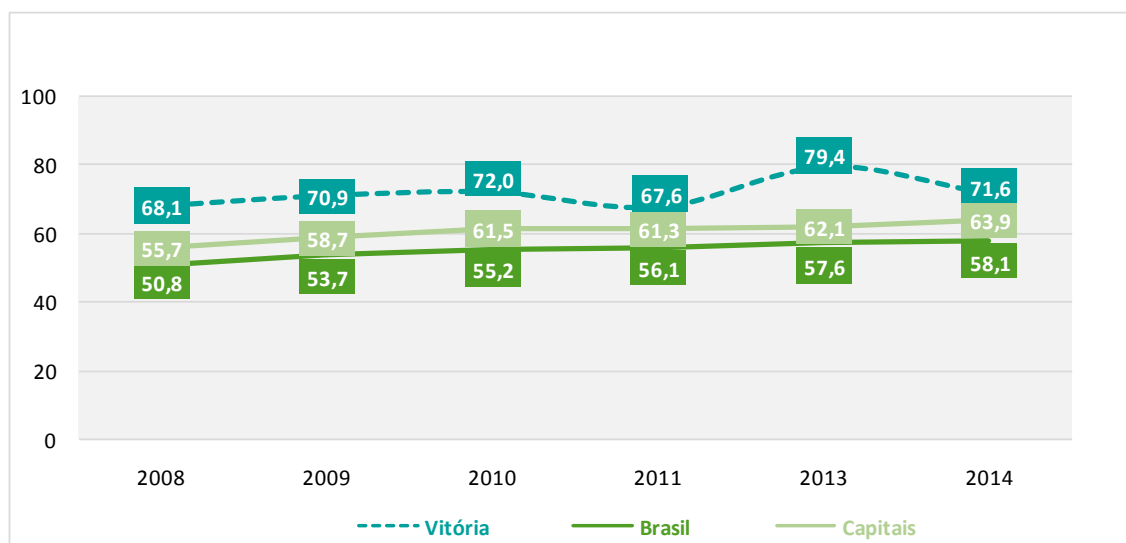
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Inexistência de plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, possuir indicadores de desempenho definidos e contemplar a relação com agências e operadoras de turismo;
- Ausência do destino em rodadas de negócios em eventos e feiras de turismo no ano anterior;
- Ausência de informações em idioma estrangeiro na página promocional de turismo do destino – www.vitoria.es.gov.br/turista;
- Ausência do destino nas redes sociais, o que poderia ser feito com o intuito de divulgar suas atrações e eventos;
- Inexistência de aplicativo oficial do destino para smartphones.

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.

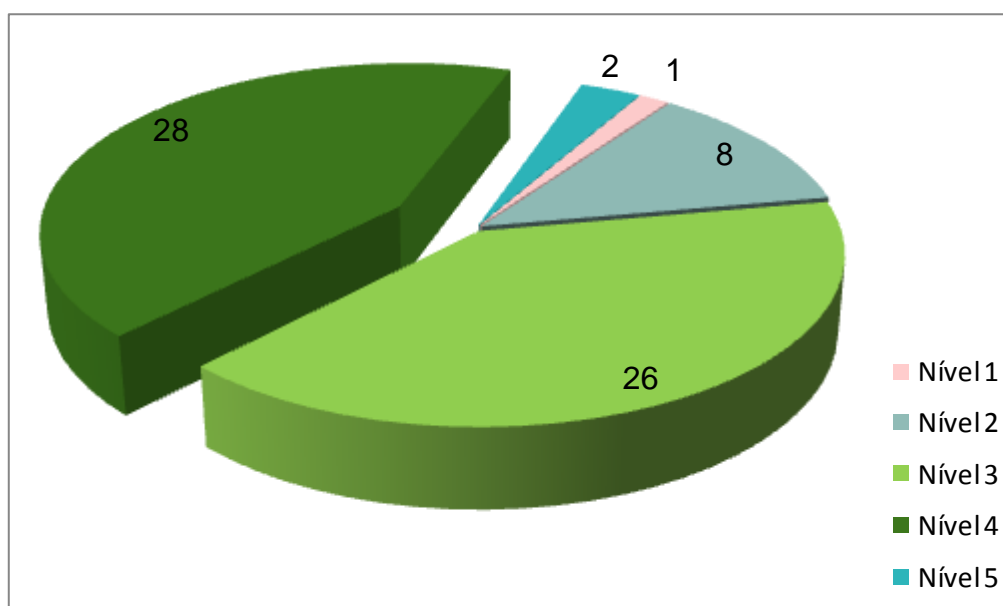
Gráfico 14. Índices Políticas públicas – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Políticas públicas*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 14. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 15 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Políticas públicas*. Observa-se que 28 destinos se encontram no mesmo nível que Vitória; nível onde se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 15. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Políticas públicas



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

- Existência de um órgão municipal – Secretaria Municipal de Turismo, Trabalho e Renda – com atribuição de coordenar e incentivar o desenvolvimento do turismo, ainda que não exclusivo do turismo;
- Desenvolvimento de projetos pelo órgão gestor de turismo, em conjunto com outras secretarias no ano anterior, contemplando atividades relacionadas ao turismo – Selo de Qualidade Turística em parceria com a Secretaria Municipal de Saúde; Projeto Iniciação Escolar para o Turismo em parceria com a Secretaria Municipal de Educação; Mar da Música e Projeto Visitar em parceria com a Secretaria Municipal de Cultura; e Projeto de Educação Ambiental em parceria com a Secretaria Municipal de Meio Ambiente;
- Existência de página ou portal do órgão gestor de turismo na internet, acessível pelo endereço www.vitoria.es.gov.br/semtrre, na qual são divulgadas informações sobre a organização do órgão gestor, ainda que não divulguem as ações desenvolvidas, os planos e as pesquisas recentes sobre turismo;

- Existência de instância de governança local, em formato de Conselho Municipal de Turismo, dedicada ao acompanhamento da atividade turística;
- Representação do órgão municipal de turismo no fórum ou conselho estadual do turismo;
- Recebimento de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visavam ao desenvolvimento do turismo, em áreas como infraestrutura turística, cultura e promoção do destino;
- Recebimento de investimentos diretos do governo federal em projetos ligados ao turismo no destino, no ano anterior;
- Existência de convênios firmados com o Governo Federal no ano anterior, inclusive diretamente com o Ministério do Turismo;
- Existência de Plano Diretor Urbano, que contempla o setor de turismo;
- Existência de planejamento formal específico para o setor de turismo em vigor, Plano de Desenvolvimento Sustentável de Turismo de Vitória 2008/2016;
- Execução de ações e projetos em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior em áreas como treinamento e capacitação para o turismo e em projetos – Selo de Qualidade Turística, Projeto Visitar, entre outros.

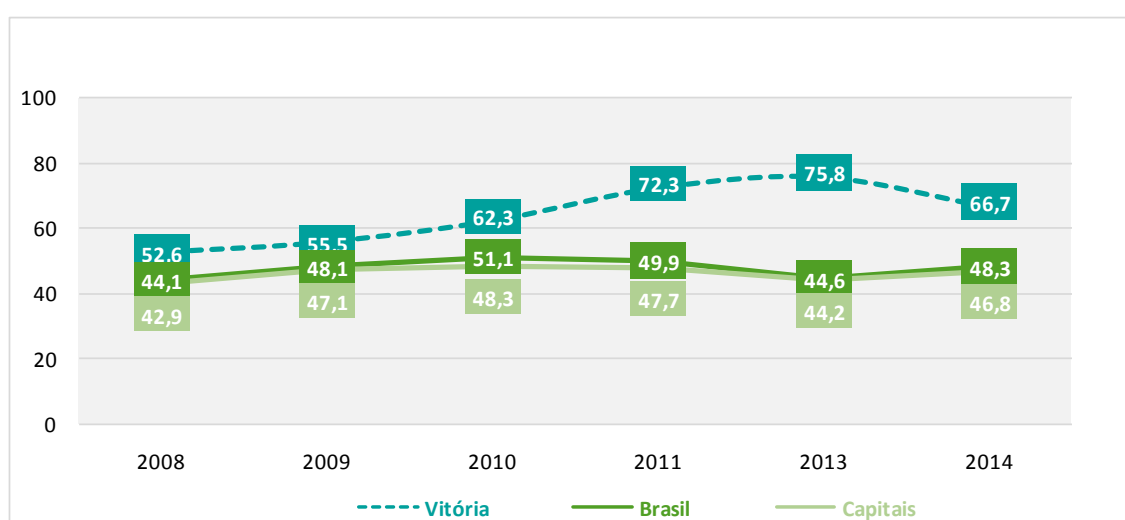
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Inexistência de órgão gestor exclusivo da pasta turismo – Secretaria Municipal de Turismo, Trabalho e Renda;
- Indisponibilidade de fonte de recurso próprio extraorçamentário para o órgão gestor de turismo;
- O fato de não divulgarem na página do órgão gestor de turismo na internet as ações desenvolvidas pela secretaria, os planos e as pesquisas recentes sobre turismo;
- O fato de a instância de governança local não estar com reuniões regulares, pois está em fase de reestruturação;
- Não recebimento de recursos de emendas parlamentares para o turismo no ano anterior.

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.

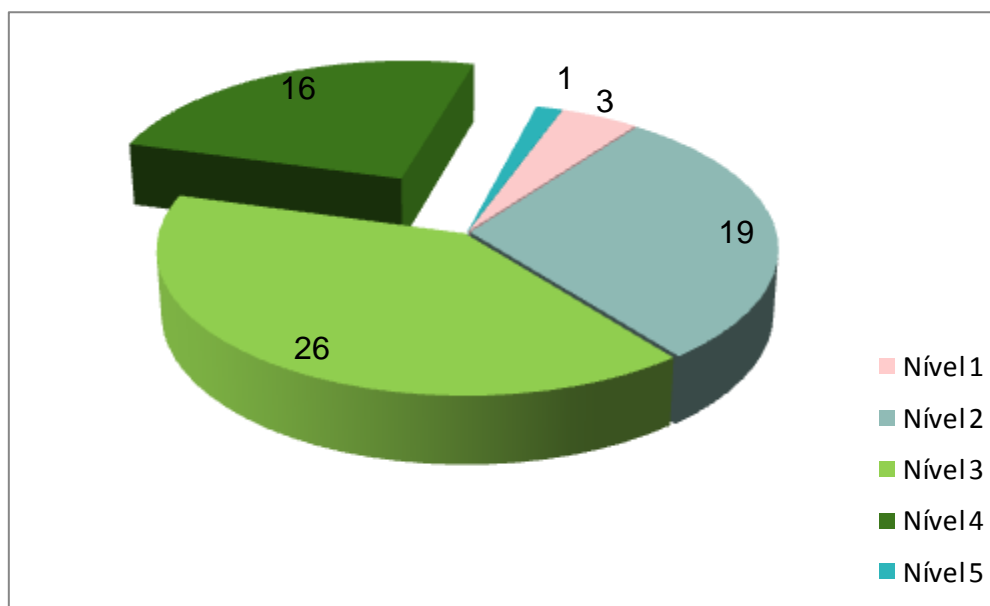
Gráfico 16. Índices Cooperação regional – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Cooperação regional*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 16. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 17 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Cooperação regional*. Observa-se que 16 destinos se encontram no mesmo nível que Vitória; enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 3.

Gráfico 17. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Cooperação regional



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

- Realização de ações (seminários realizados pelo Estado), no ano anterior, para mobilizar atores do segmento turístico do destino sobre a importância da cooperação regional;
- Existência de projetos de cooperação regional entre Vitória e outros destinos da região;
- Existência de plano de desenvolvimento turístico integrado em vigor para a região – PDITS – com algumas ações e projetos já executados;
- Participação do destino em eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte, no ano anterior – Festivais Gastronômicos, Feiras Regionais, Eventos Nacionais (ABAV, WTM, AVIRP, entre outros) e Eventos Internacionais (FIT, BNT MERCOSUL no Chile).

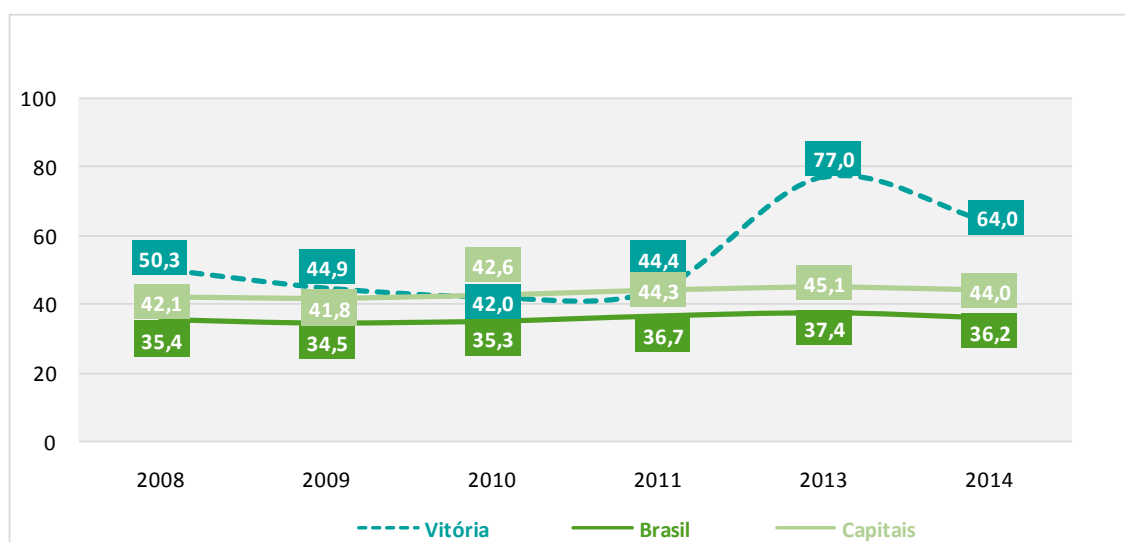
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador nesta dimensão, estão:

- O fato de a instância de governança regional estar desativada;
- O fato de os roteiros regionais dos quais o destino faz parte não serem comercializados por operadores e/ou agências nacionais e internacionais;
- O fato de o destino não ter realizado ações promocionais voltadas para as operadoras e os agentes de turismo receptivo focadas na região durante eventos específicos, no ano anterior;
- Inexistência de página institucional da região turística ou dos roteiros turísticos regionais na internet.

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.

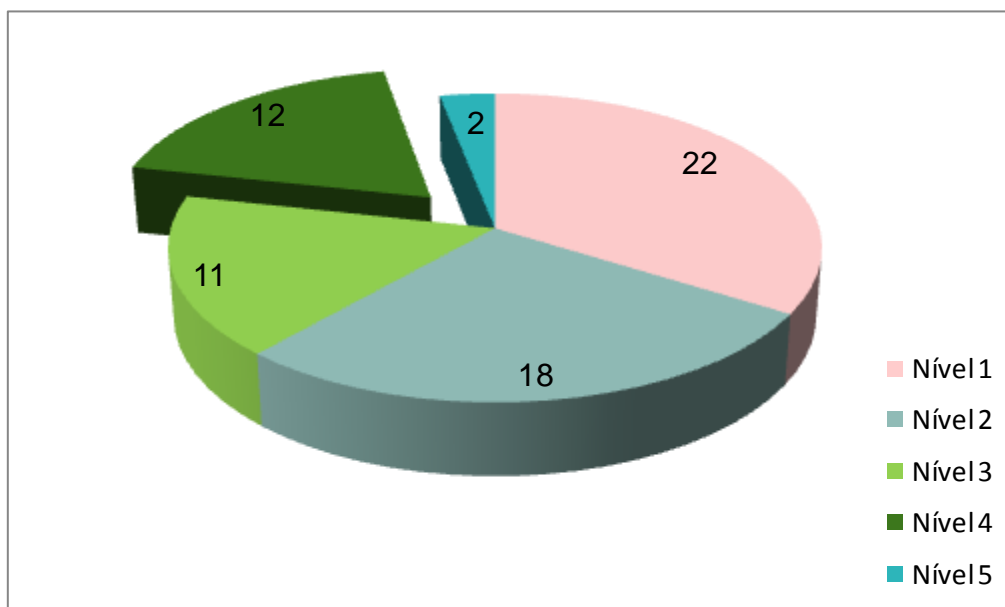
Gráfico 18. Índices Monitoramento – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Monitoramento*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou abaixo do registrado no ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 18. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 19 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Monitoramento*. Observa-se que 12 destinos se encontram no mesmo nível que Vitória; enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 1.

Gráfico 19. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Monitoramento



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

- Realização de pesquisas de perfil de turistas em eventos específicos: Carnaval;
- Existência de pesquisa de oferta turística – Cadastramento;

- Aproveitamento dos dados coletados na pesquisa de demanda e de oferta em planejamento, políticas públicas, ações de marketing e promoção;
- Disponibilidade de um conjunto técnico de estatísticas turísticas reunidas e disponíveis para consulta, ainda que em estágio inicial;
- Acompanhamento contínuo dos objetivos da política em turismo em âmbito estadual e federal;
- Existência de setor específico de estudos no âmbito da administração pública local, ainda que esteja em fase de reestruturação.

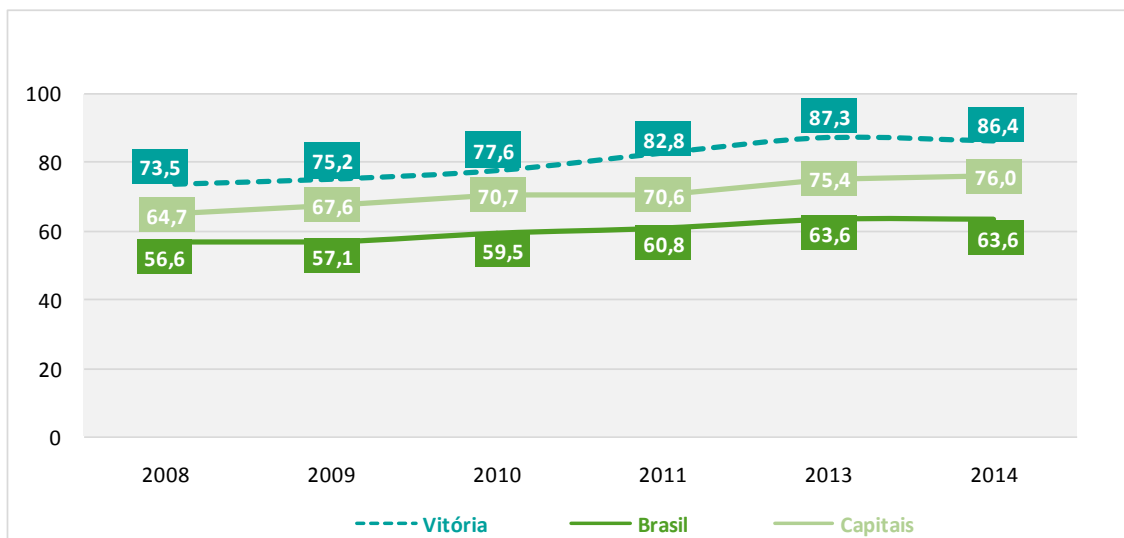
Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

- Ausência de pesquisa de demanda turística periódica, que poderia gerar dados relevantes para a gestão, o planejamento e a divulgação de informações sobre a atividade turística no destino;
- Inexistência de monitoramento ou controle de visitantes nos Centros de Atendimento ao Turista;
- Ausência de um sistema de estatísticas turísticas e de relatórios de conjuntura turística, documento que reúne dados de pesquisa qualitativa com representantes dos segmentos relacionados ao turismo (agências de viagem, hotéis, restaurantes, locadoras etc) e sua análise, visando o acompanhamento da evolução do setor;
- Inexistência de estudos e monitoramento sobre os impactos econômicos, sociais e ambientais gerados pelo turismo e utilizados pela Secretaria de Turismo, Trabalho e Renda.

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.

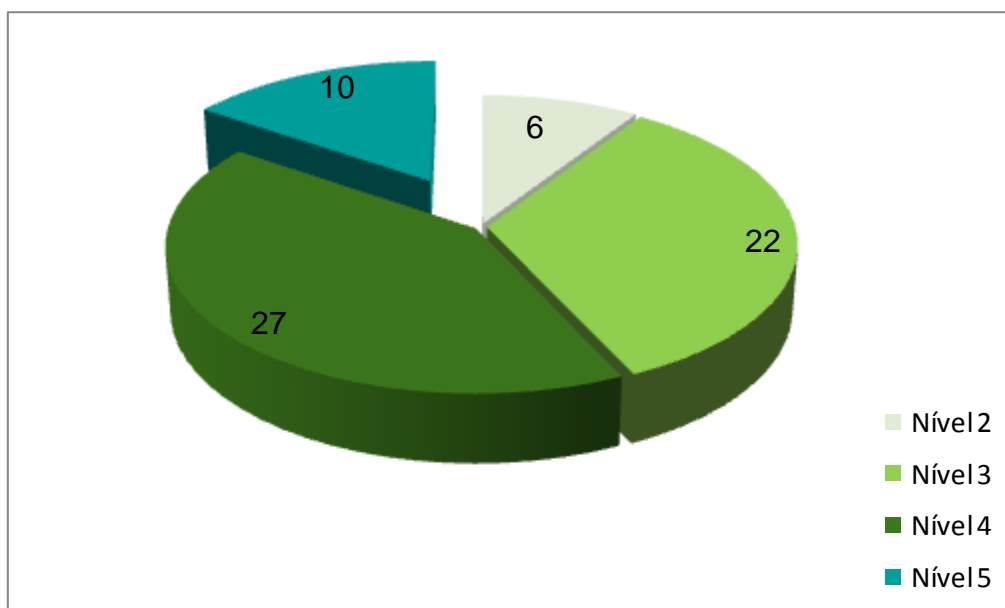
Gráfico 20. Índices Economia local – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Economia local*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 5, como é possível observar no Gráfico 20. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 21 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Economia local*. Observa-se que 10 destinos se encontram no mesmo nível que Vitória; enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

Gráfico 21. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Economia local



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

- Cobertura de cinco operadoras de telefonia móvel no destino, sendo elas: Oi, Tim, Vivo, Claro e Nextel;
- Acesso gratuito à internet em locais públicos (alguns bairros do destino);
- Presença de caixas eletrônicos de autoatendimento para saques com cartões de crédito internacionais;
- Existência de lei municipal de incentivo à formalização de estabelecimentos comerciais e de prestadores de serviços: a lei 7797/2009;
- Atuação de um *Convention & Visitors Bureau* regional;
- Existência de empresas multinacionais no destino;
- Exportação de mercadoria de alto valor agregado e perecível.

Entre os fatores que limitam a evolução do indicador, está:

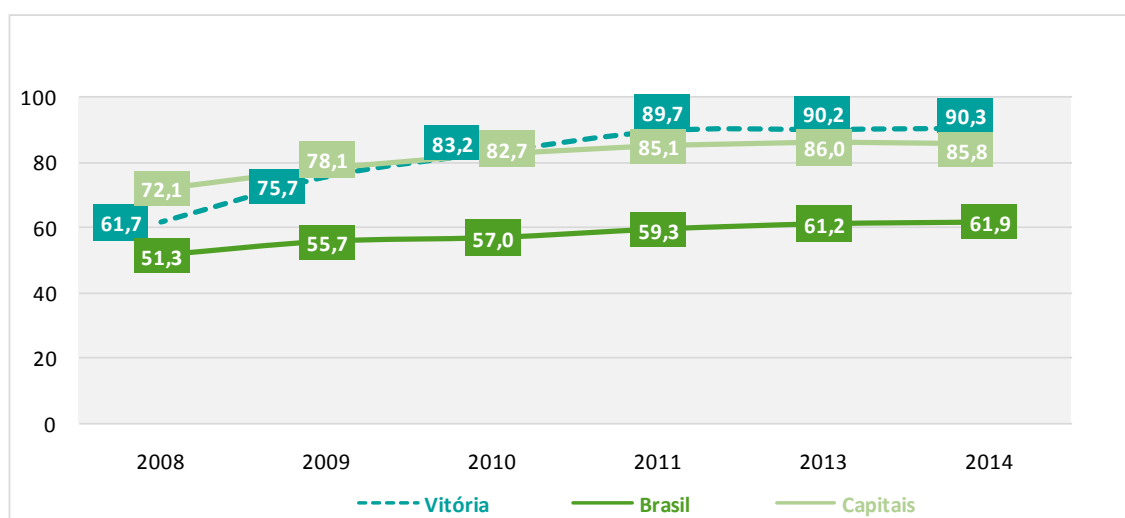
- Ausência de benefícios locais de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo.

Além destes fatores, 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) geração de negócios e empreendedorismo.

Gráfico 22. Índices Capacidade empresarial – destino x Brasil: 2008-2014

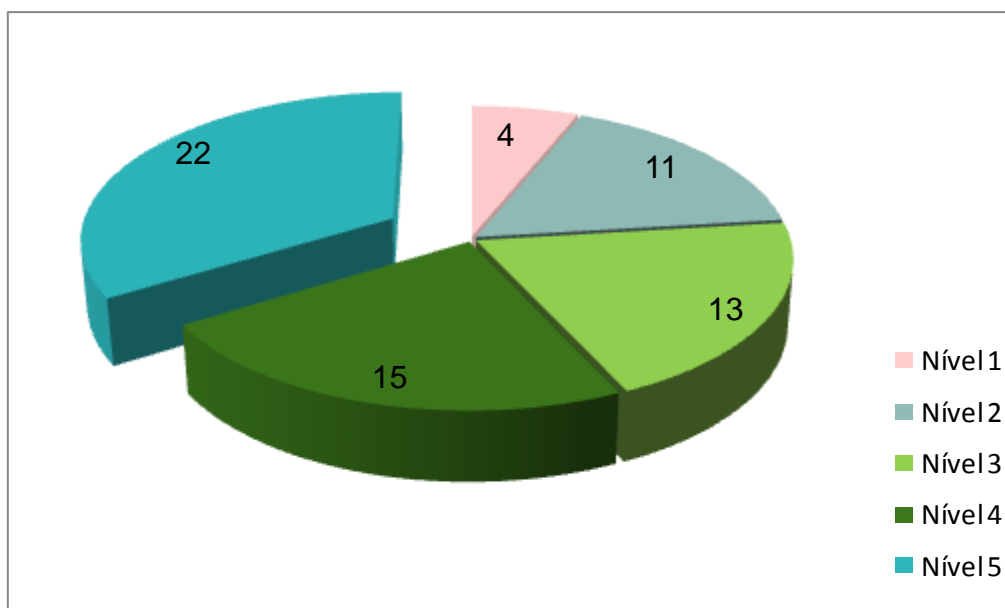


Na dimensão *Capacidade empresarial*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 5, como é possível observar no Gráfico 22. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 23 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado

na dimensão *Capacidade empresarial*. Observa-se que 22 destinos se encontram no mesmo nível que Vitória; nível onde se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 23. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Capacidade empresarial



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

- Presença de instituições de ensino com programas regulares de formação técnica e superior;
- Presença de escolas de formação em idioma estrangeiro, com o ensino de inglês, espanhol, francês, italiano, alemão, entre outros;
- Presença de grupos de redes nacionais e internacionais de locação de automóveis;
- Presença de redes nacionais e internacionais de meios de hospedagem e estabelecimentos de alimentação;
- Existência de arranjos produtivos locais (APL) ligados ao setor de turismo no destino – Polo Gastronômico;

- Ausência de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos, na visão dos entrevistados durante a pesquisa.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, está:

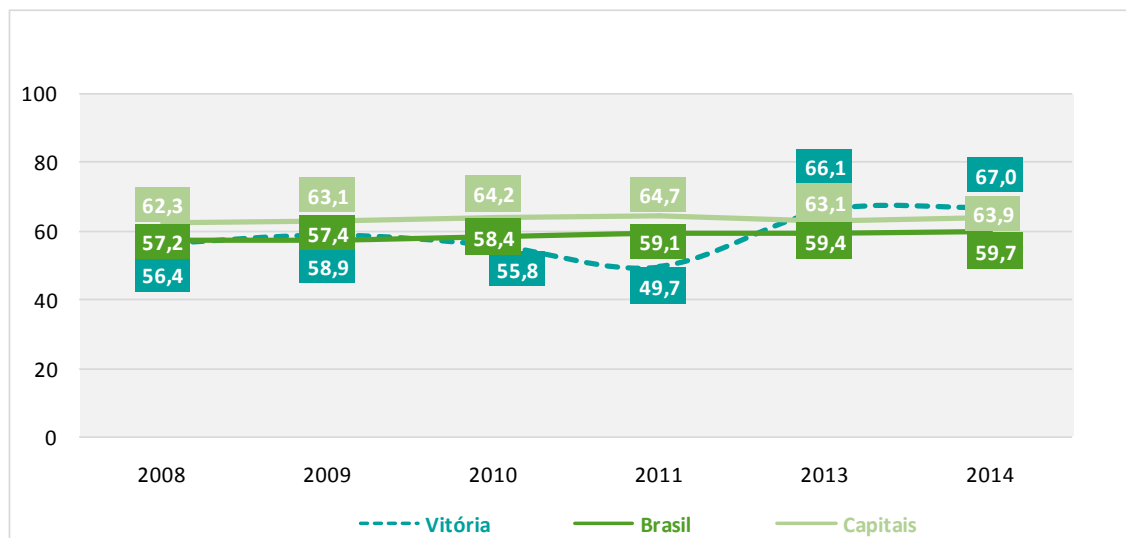
- O fato de não ter sido oferecido no destino, no ano anterior, cursos do EMPRETEC, que poderia ajudar a fomentar o empreendedorismo local.

Além disso, alguns dados secundários também ajudaram a compor a avaliação nesta dimensão, como o saldo de empresas formais (considerando abertura e fechamento) nos últimos dois anos; o salário médio, a massa salarial e sua taxa de crescimento; a taxa de criação de empregos no destino nos últimos dois anos, e o volume de exportação de bens e serviços.

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 de crianças e adolescentes; (iv) uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população; e (v) cidadania, sensibilização e participação na atividade turística.

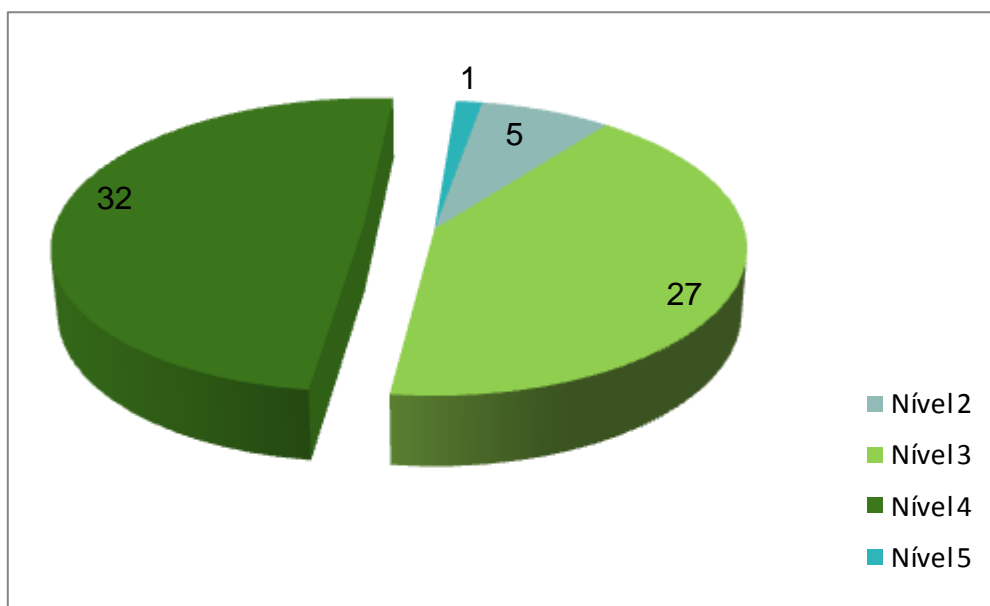
Gráfico 24. Índices Aspectos sociais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos sociais*, o índice registrado pelo destino em 2014 manteve-se estável em relação ao ano anterior, permanecendo no nível 4, como é possível observar no Gráfico 24. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 25 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos sociais*. Observa-se que 32 destinos se encontram no mesmo nível que Vitória, nível onde se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 25. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Aspectos sociais



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

- Existência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local; ações contínuas realizadas por órgãos municipais e por parte da iniciativa privada ou entidades ligadas ao turismo;
- Sensibilização dos cidadãos sobre a importância da atividade turística para o destino – Projeto Iniciação Escolar para o Turismo;
- A população costuma ser consultada sobre atividades ou projetos turísticos por meio de convocações para audiências públicas;
- Envolvimento da comunidade local com a atividade turística e participação evidente na discussão sobre projetos turísticos, em caráter consultivo, por meio de associações não governamentais e associações de classe;
- 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 do poder público.

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

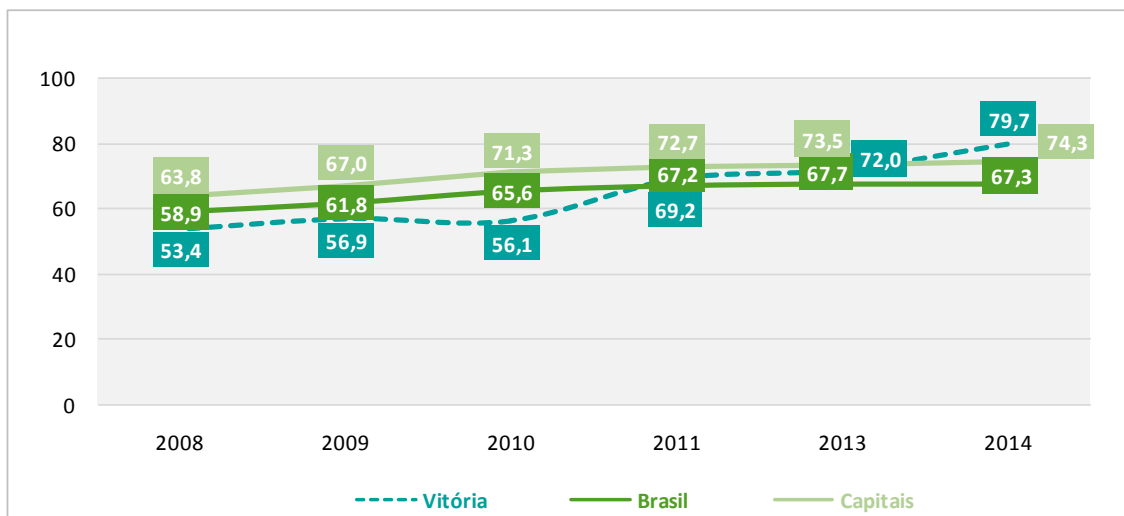
- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, segundo relatos obtidos em campo, em atividades relacionadas ao turismo, como bares e restaurantes, receptivos e organizadores de eventos;
- Presença de deficiências dos profissionais de turismo de nível técnico-administrativo e operacional, conforme indicado pelos entrevistados durante a pesquisa, principalmente no que se refere a idiomas e falta de adesão aos cursos;
- Ausência de sensibilização do turista para o respeito à comunidade local, 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.

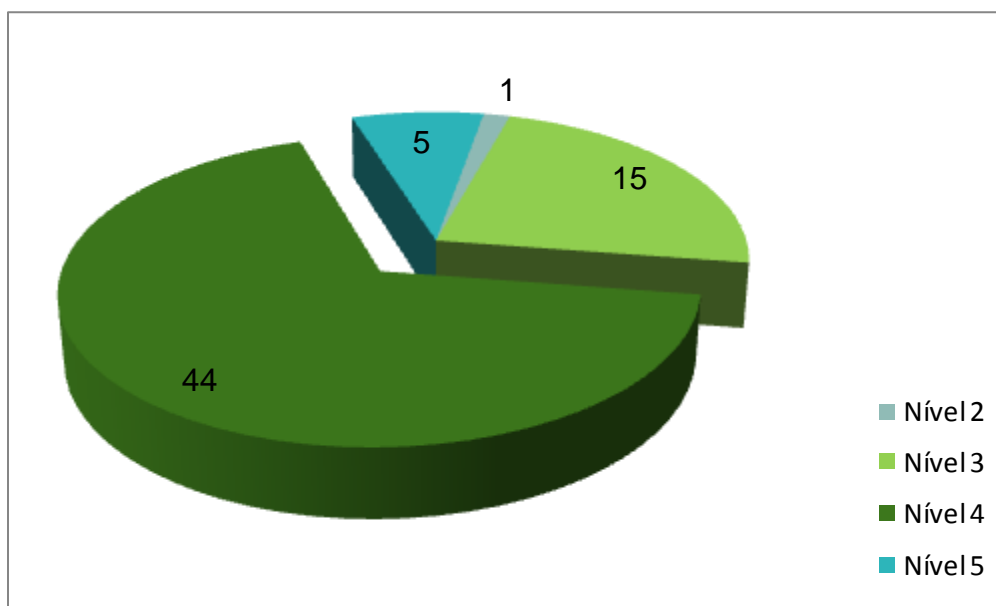
Gráfico 26. Índices Aspectos ambientais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos ambientais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 4, como é possível observar no Gráfico 26. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 27 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos ambientais*. Observa-se que 44 destinos se encontram no mesmo nível que Vitória; nível onde se encontra a maioria dos destinos indutores.

Gráfico 27. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Aspectos ambientais



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

- Presença de um órgão municipal com atribuição de coordenar ou incentivar ações referentes ao meio ambiente – Secretaria Municipal de Meio Ambiente;
- Presença de um Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente ativo;
- Existência de um Código Ambiental Municipal;
- Existência de política municipal de meio ambiente no destino, a qual disciplina sobre ações do poder público no que tange ao meio ambiente, recursos hídricos, saneamento e desenvolvimento urbano;
- Presença de rede pública de distribuição de água, que atende a mais de 90% da população local, e de estação de tratamento de água (ETA) no destino;
- Monitoramento da balneabilidade da água no destino, realizado semanalmente;
- Disponibilidade de sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto no destino, o qual atende a mais de 80% da população local;
- Existência de estação de tratamento de esgoto (ETE) que atende ao destino;

- Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário;
- Correta destinação (coleta, transporte, classificação e tratamento) dos Resíduos dos Serviços de Saúde (RSS) no destino;
- Presença de Unidades de Conservação no território municipal, dentre as quais estão o Parque Estadual da Fonte Grande e a Estação Ecológica Ilha do Lameirão.

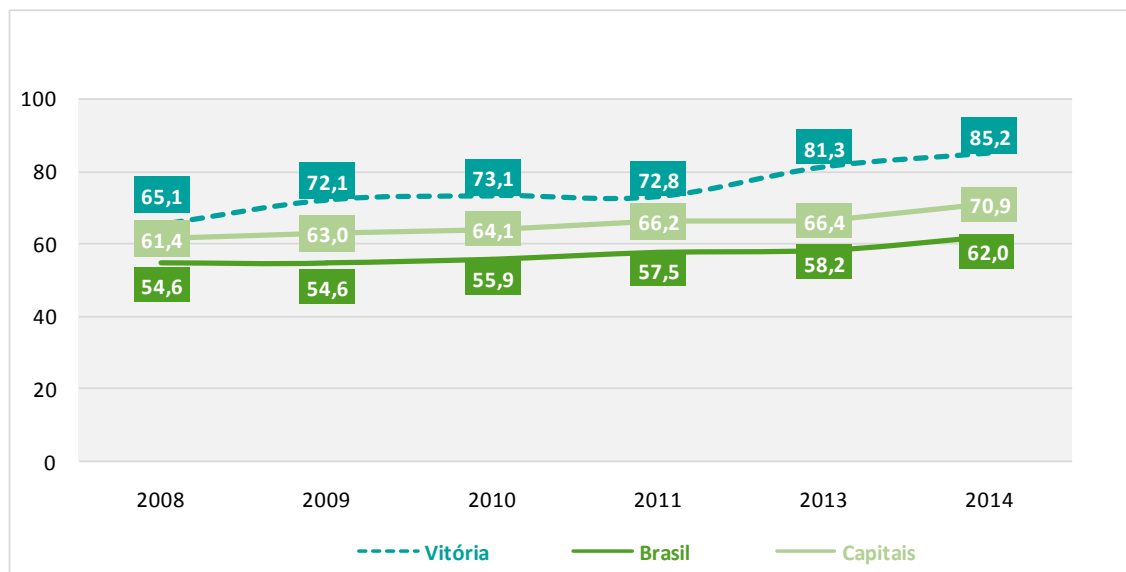
Entre os fatores limitantes para a evolução do indicador, figuram:

- Inexistência de Plano Municipal de Meio Ambiente para o destino;
- Inexistência do Plano Municipal de Resíduos Sólidos, em conformidade com a Política Nacional;
- Inexistência de estação de tratamento de água para a sua reutilização;
- Inexistência de serviços de coleta seletiva de resíduos;
- O fato de apenas uma unidade de conservação indicada possuir plano de manejo em vigor.

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.

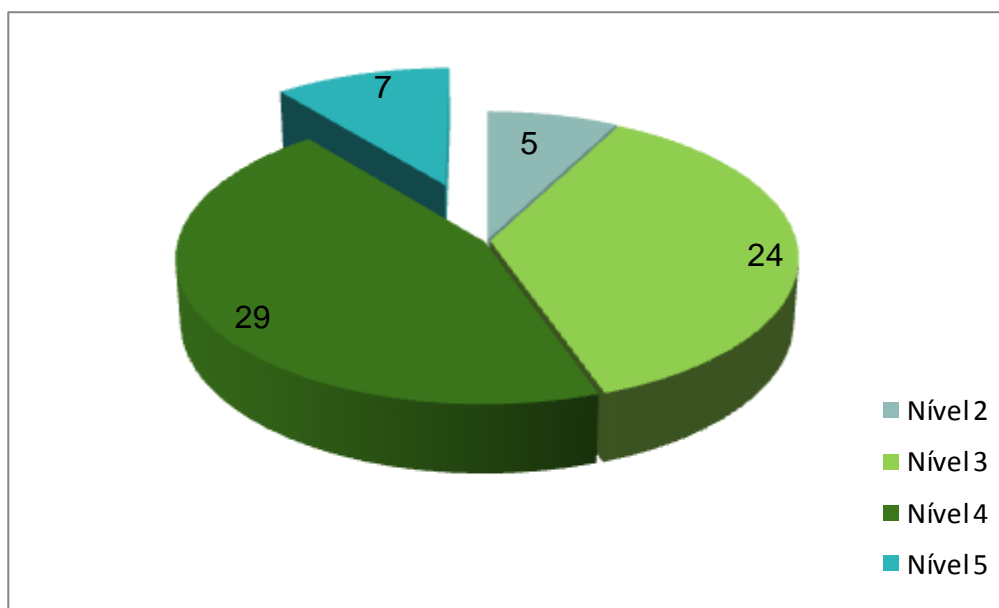
Gráfico 28. Índices Aspectos culturais – destino x Brasil: 2008-2014



Na dimensão *Aspectos culturais*, o índice registrado pelo destino em 2014 ficou acima do ano anterior, mantendo-se no nível 5, como é possível observar no Gráfico 28. Este índice posicionou-se acima da média nacional na dimensão, e acima da média do grupo das capitais.

Como forma de parâmetro para a análise individual do destino, o Gráfico 29 mostra o posicionamento dos 65 destinos de acordo com o nível de competitividade alcançado na dimensão *Aspectos culturais*. Observa-se que 7 destinos se encontram no mesmo nível que Vitória; enquanto a maior parte dos destinos indutores encontra-se no nível 4.

Gráfico 29. Distribuição dos destinos de acordo com os níveis de competitividade, considerando o índice de Aspectos culturais



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

- Presença de atividade artesanal típica – Pannels de barro – e de culinária típica – Moqueca Capixaba, Torta Capixaba, Casquinha de Siri, Garopa com Banana, pelas quais o destino é reconhecido e divulgado em guias de viagens de repercussão nacional;
- Presença de uma associação de artesãos;
- Presença de tradições culturais evidentes e típicas da região onde o destino está inserido – desfiadeiras de siri, catadores de caranguejo, entre outras;
- Existência de manifestações religiosas no destino – Procissão Marítima de São Pedro, Romaria dos Homens, Passos de Anchieta, entre outras;
- O destino realiza eventos tradicionais, como a Festa das Paneleiras e a Festa de São Pedro, e possui grupos artísticos de manifestação popular tradicional, que se apresentam com frequência no destino e seu entorno – Bandas de Congo, Escolas de Samba e Quadrilhas;
- Presença de equipamentos culturais no destino, como clubes, livrarias, centros culturais, teatros, cinemas, bibliotecas, museus e estádios;

- Existência de patrimônio imaterial registrado pelo Iphan e que se constitui em atrativo turístico – Ofício das Paneleiras de Goiabeiras;
- Existência de patrimônios artísticos e históricos registrados pelo estado e tombados pelo Iphan, os quais também se constituem em atrativos turísticos, tais como: Igreja de Nossa Senhora. do Rosário, Igreja de Santa Luzia, Igreja de São Gonçalo, entre outros bens;
- Presença de órgão da administração local responsável por incentivar o desenvolvimento da cultura;
- Existência de uma Política Municipal de Cultura;
- Existência de legislação municipal de fomento à cultura, bem como de fundo municipal de cultura exclusivo;
- Adesão do destino ao Sistema Nacional de Cultura;
- Existência de projeto para implementação de turismo cultural executado pelo Projeto Visitar.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, está:

- Inexistência de um Plano Municipal de Cultura que, entre outros benefícios, poderia ajudar a manter um calendário de manifestações culturais.

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 2014, houve estabilidade do indicador de competitividade do destino (Índice geral) em comparação com o ano anterior da pesquisa.

Tabela 1. Índices de competitividade do destino e médias Brasil e Capitais³

Dimensões	Brasil				Capitais				Vitória			
	2010	2011	2013	2014	2010	2011	2013	2014	2010	2011	2013	2014
Índice geral	56,0	57,5	58,8	59,5	64,1	65,5	66,9	68,2	63,3	66,7	73,9	73,2
Infraestrutura geral	65,8	68,4	68,6	68,2	74,3	75,8	75,4	76,3	79,7	83,5	84,3	84,5
Acesso	60,5	61,8	62,6	62,2	72,0	74,0	74,9	76,0	64,7	67,6	68,2	68,9
Serviços e equipamentos turísticos	50,8	52,0	56,8	58,7	63,3	64,1	69,1	71,6	55,3	59,8	67,0	68,4
Atrativos turísticos	60,5	62,0	63,2	63,4	59,5	61,3	62,9	64,2	52,2	52,8	60,3	60,8
Marketing e promoção do destino	42,7	45,6	46,8	48,4	46,8	50,0	50,1	52,2	44,9	51,8	61,2	59,3
Políticas públicas	55,2	56,1	57,6	58,1	61,5	61,3	62,1	63,9	72,0	67,6	79,4	71,6
Cooperação regional	51,1	49,9	44,6	48,3	48,3	47,7	44,2	46,8	62,3	72,3	75,8	66,7
Monitoramento	35,3	36,7	37,4	36,2	42,6	44,3	45,1	44,0	42,0	44,4	77,0	64,0
Economia local	59,5	60,8	63,6	63,6	70,7	70,6	75,4	76,0	77,6	82,8	87,3	86,4
Capacidade empresarial	57,0	59,3	61,2	61,9	82,7	85,1	86,0	85,8	83,2	89,7	90,2	90,3
Aspectos sociais	58,4	59,1	59,4	59,7	64,2	64,7	63,1	63,9	55,8	49,7	66,1	67,0
Aspectos ambientais	65,6	67,2	67,7	67,3	71,3	72,7	73,5	74,3	56,1	69,2	72,0	79,7
Aspectos culturais	55,9	57,5	58,2	62,0	64,1	66,2	66,4	70,9	73,1	72,8	81,3	85,2

Fonte: FGV, SEBRAE, MTur, 2014

³ O resultado Brasil considera a amostra das 65 cidades analisadas. Os resultados das “Capitais” refletem a média dos índices do grupo de cidades de mesma característica geopolítica.