

ESTUDOS DE COMPETITIVIDADE
SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

destinos **turísticos** 2013

VACARIA



GOVERNO DO ESTADO
RIO GRANDE DO SUL
SECRETARIA DO TURISMO



Rio Grande do Sul
Um Grande Destino

GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Governador do Estado do Rio Grande do Sul

Tarso Fernando Herz Genro

Secretário de Estado do Turismo

Márcio Cabral

Departamento de Qualificação dos Serviços Turísticos

Sinthia Mayer - Diretora

Departamento de Promoção e Marketing

Camila Luisa Mumbach - Diretora

Departamento Administrativo

Jorge Vinicius Nascimento - Diretor

Departamento de Desenvolvimento do Turismo

Maximilianus Pinent - Diretor

Coordenação Geral e Técnica

Marcia Colao Merllo - Coordenadora

Equipe Técnica - Núcleo de Estudos e Pesquisas

Ângela Leão

Cristina Beatriz Queirolo Feijó

Leandro Carvalho

Loanda Campello

Rafael Salton

Vera Helena Ferreira

Apoio à equipe técnica

Janaina Salton

Micheli Buchweitz

Douglas Escalier

Equipe de Comunicação

Valéria Pereira

Marcelo da Silva

Priscila Rodrigues

Juliana Ramiro

Sâmia Possamai

APRESENTAÇÃO

A Secretaria do Turismo lançou o Plano Diretor do Turismo do Rio Grande do Sul 2012 – 2015, de acordo com a linha estratégica deste governo, de realizar um projeto de mudança, capaz de recuperar a capacidade do Estado de investir e garantir a equidade social.

A realização de cada projeto desta gestão soma-se aos demais, públicos ou privados, consolidados à luz das políticas públicas do turismo. Com tantos resultados positivos, sejam por meio da subvenção pública, com o maior aporte de recursos dos últimos 20 anos, ou da iniciativa privada, com novos parques, hotéis e serviços, o Turismo cresce em importância no cenário político e econômico, mas carece de informações acerca das condições dos destinos como produtos turísticos para demonstrar sua capacidade de gerar riquezas, distribuir renda e benefícios sociais.

Na busca de respostas que orientem a resultados competitivos para o mercado turístico, a Setur/RS atua sobre o primeiro desafio do Plano Diretor do Turismo, do Fortalecimento da Gestão do Turismo no Estado, implantando o sistema de monitoramento e avaliação das ações e metas do plano para o qual faz parte o Estudo de Competitividade do Turismo.

O Índice de Competitividade que resulta desse estudo traz informações atualizadas sobre a infraestrutura, transportes, acesso, equipamentos e serviços turísticos, marketing, sustentabilidade, e demais elementos que nos permitem conhecer a conjuntura de municípios, permitindo a análise de 13 dimensões que demonstram a noção de eficiência, focada em recursos presentes nos destinos turísticos avaliados em 2013.

Este esforço deve-se ao entendimento de que os resultados apontados pelo estudo são subsídios para instrumentalizar gestores com dados e informações, fundamental para a solidificação dessa política, como fator de segurança aos tomadores de decisão, e assim, dar constância ao processo de crescimento econômico que o Rio Grande do Sul retomou e para o qual o Turismo tem se apresentado como um dos seus pilares.

Portanto, é com satisfação que apresenta-se este trabalho, considerado essencial ao turismo gaúcho como um referencial de uma gestão audaciosamente competitiva e preocupada com as premissas da equidade social: o Estudo de Competitividade dos destinos gaúchos, que superou no ano de 2013 a meta de 54,4 pontos estipulada no Plano de Desenvolvimento.

Secretaria do Turismo

Março de 2014



Sumário

1.	INTRODUÇÃO	4
2.	ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE	5
3.	ASPECTOS GERAIS	7
4.	RESULTADOS	7
4.1.	Índice geral	8
4.2.	Infraestrutura geral	10
4.3.	Acesso	11
4.4.	Serviços e equipamentos turísticos	12
4.5.	Atrativos turísticos	15
4.6.	Marketing e promoção do destino	16
4.7.	Políticas públicas	18
4.8.	Cooperação regional	20
4.9.	Monitoramento	22
4.10.	Economia local	23
4.11.	Capacidade empresarial	24
4.12.	Aspectos sociais	26
4.13.	Aspectos ambientais	27
4.14.	Aspectos culturais	29
5.	BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE	31
6.	CONCLUSÃO	32

1. INTRODUÇÃO

A Secretaria do Turismo, em continuidade ao processo de fortalecimento da gestão do turismo do Estado, entrega os resultados do mais abrangente Índice de Competitividade dos Destinos Turísticos do Rio Grande do Sul no momento em que coloca em prática o Projeto “Observatório do Turismo”.

O Índice de Competitividade, juntamente com o Painel de Indicadores, é a base fundadora do Observatório do Turismo, estrutura de estudos e pesquisas que visa responder aos desafios impostos à política pública do setor. Esses indicadores contribuirão com os tomadores de decisão quanto aos investimentos públicos ou privados aplicados em território gaúcho, qualificando as informações socioeconômicas da atividade.

E este relatório do Índice de Competitividade é o resultado da apreciação de variáveis como acesso, estrutura de mercado e desempenho da economia local, infraestrutura, transportes, equipamentos e serviços turísticos, marketing, sustentabilidade e demais elementos que compõem a conjuntura dos municípios. Este estudo torna possível a análise de 13 dimensões que demonstram a noção de eficiência para se promover e receber turistas. Concomitantemente, possibilita a geração de riquezas e benefícios sociais nos 29 destinos turísticos, que foram selecionados por critérios técnicos de distribuição geográfica e relevância competitiva.

Entender o Estudo de Competitividade, o porquê avaliar e sua base metodológica é fundamental para implementar a cultura do planejamento com visão de longo prazo.

Nesse sentido, a SETUR/RS busca, gradativamente, ampliar a capacidade de análise e gestão, com um número maior de municípios analisados, e compreender as condições desses destinos como produtos turísticos, especialmente quanto às variáveis que explicitam sua competitividade.

A SETUR/RS tem buscado dar condições, por meio da publicação de estudos e pesquisas, às instâncias de governanças locais de se perceberem no campo competitivo do Turismo, seja no âmbito regional, nacional ou internacional. E além, para que haja a percepção de que o ordenamento no território não deve ser isolado, somando esforços com os municípios limítrofes que constituem suas regiões.

2. ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE

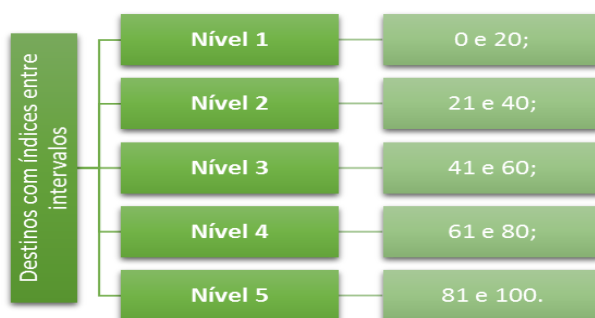
A Secretaria do Turismo (SETUR) e a Fundação Getúlio Vargas (FGV) consolidam, no presente documento, os resultados da edição 2013 do *Índice de Competitividade nos Destinos Turísticos do Rio Grande do Sul*.

Para realizar este estudo, pesquisadores da Fundação Getúlio Vargas aplicaram nos destinos um questionário abrangendo as 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.

As 13 dimensões questionadas 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 100¹:



¹ 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.

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 RS (média dos indicadores obtidos pelos 29 destinos pesquisados). 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 duas 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, 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, norteadas pela elaboração de políticas públicas que eliminem, gradativamente, os entraves ao desenvolvimento sustentável da atividade turística.

3. ASPECTOS GERAIS

Vacaria está a 232 km da capital, Porto Alegre. Com uma população de 64.252 habitantes² e 2.124,582 km² de extensão territorial, o município possui um PIB de R\$ 1.110.483,00 e PIB *per capita* de R\$ 18.012,69, segundo dados do IBGE (2011).

O destino faz parte da região turística Campos de Cima da Serra. Os principais segmentos turísticos são Rural, Cultural, Negócios e Eventos e Ecoturismo, e os principais atrativos, conforme constatado durante a pesquisa de campo, são o Parque das Cachoeiras, a Fazenda Capão do Índio, a Fazenda do Socorro, a Catedral Nossa Senhora da Oliveira, o Museu Municipal e a Cripta Multicultural, além dos eventos programados Rodeio Crioulo Internacional, Gincana Municipal e Encontro Cultural e Campeiro.

Vacaria conta com uma oferta de serviços e equipamentos composta por 16 meios de hospedagem (RAIS), 5 agências de viagem e operadoras (RAIS) e 88 estabelecimentos de alimentação (RAIS) – segundo dados de 2012.

4. RESULTADOS

A pesquisa em Vacaria foi realizada entre os dias 25 e 29 de novembro 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.

² População estimada – IBGE, 2013

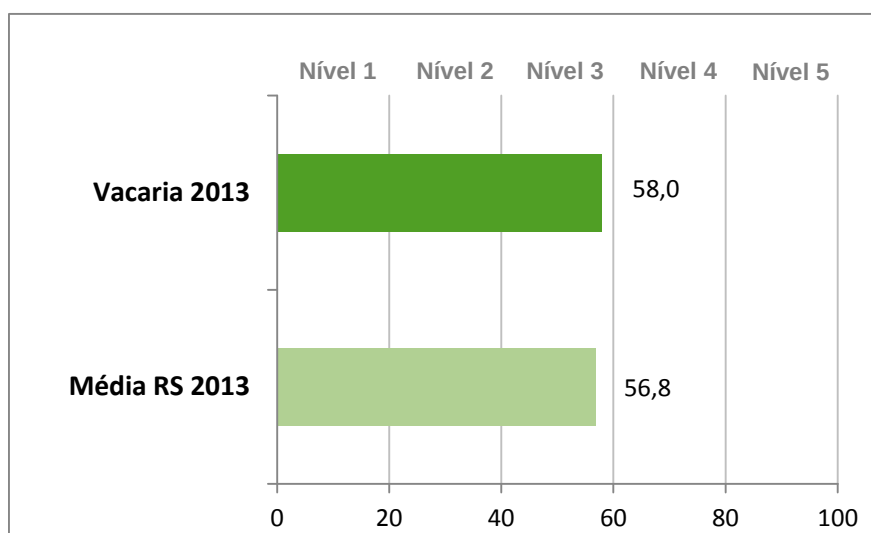
Além dos índices alcançados pelo destino em cada dimensão, serão destacados, a seguir, os principais fatores que contribuíram para tais resultados.

4.1. Índice geral

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

O índice geral de Vacaria em 2013 foi de 58,0, classificando o destino no nível 3 de competitividade, como mostra o gráfico a seguir:

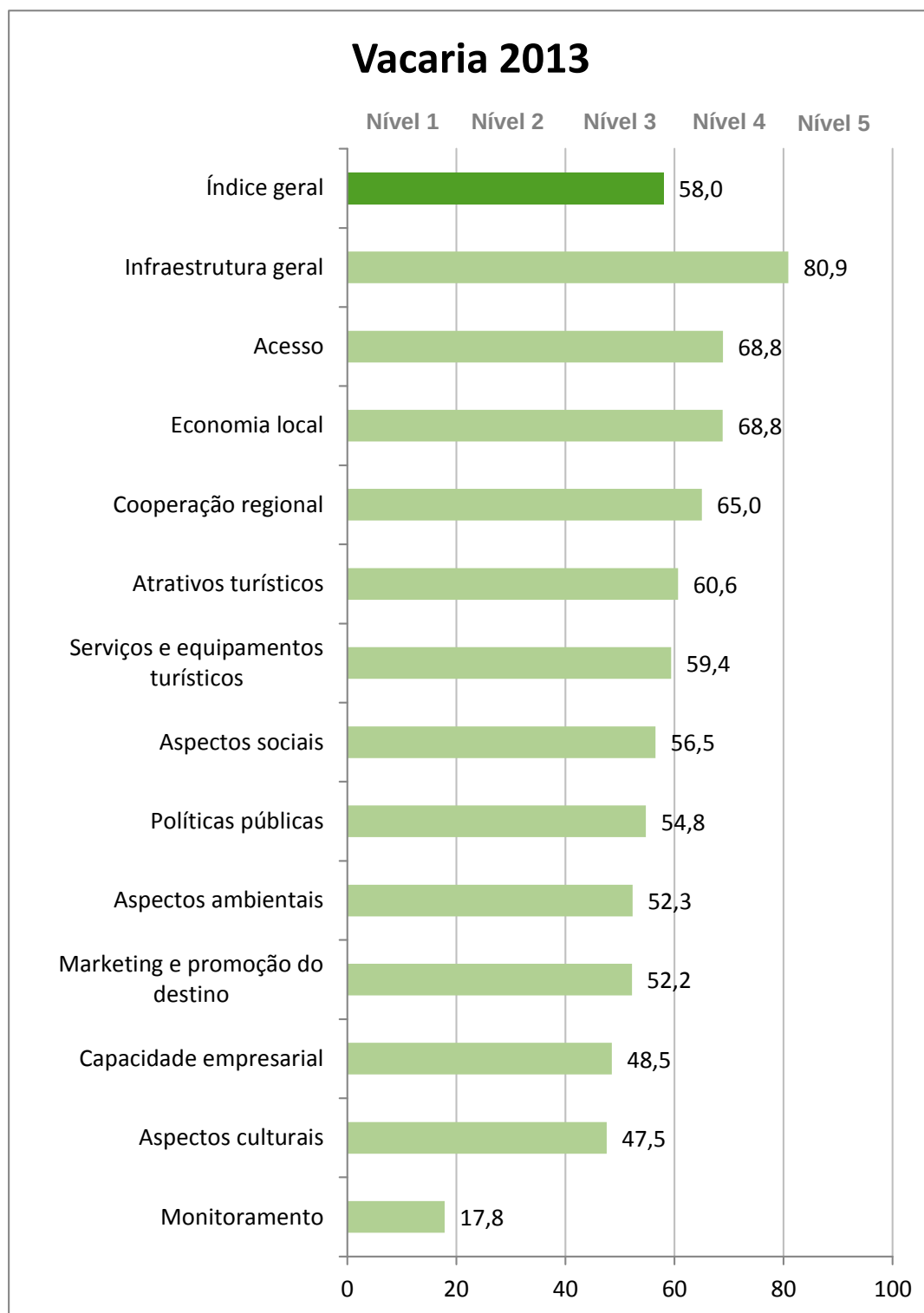
Gráfico 1. Índices gerais de competitividade – destino x média RS: 2013



O Gráfico 1 apresenta a média RS. Considerando os resultados obtidos por todos os 29 destinos gaúchos avaliados em 2013, a média RS foi de 56,8.

Os resultados apresentados a seguir apontam que, das 13 dimensões avaliadas, as que obtiveram melhores desempenhos, com índices acima do nível 4 (61 a 80), foram Infraestrutura geral, Acesso, Economia local, Cooperação regional e Atrativos turísticos, conforme o gráfico a seguir. Por sua vez, a dimensão com o menor nível de competitividade foi Monitoramento, a qual não ultrapassou o nível 2 (abaixo de 40,4).

Gráfico 2. Índices por dimensão em ordem decrescente de desempenho

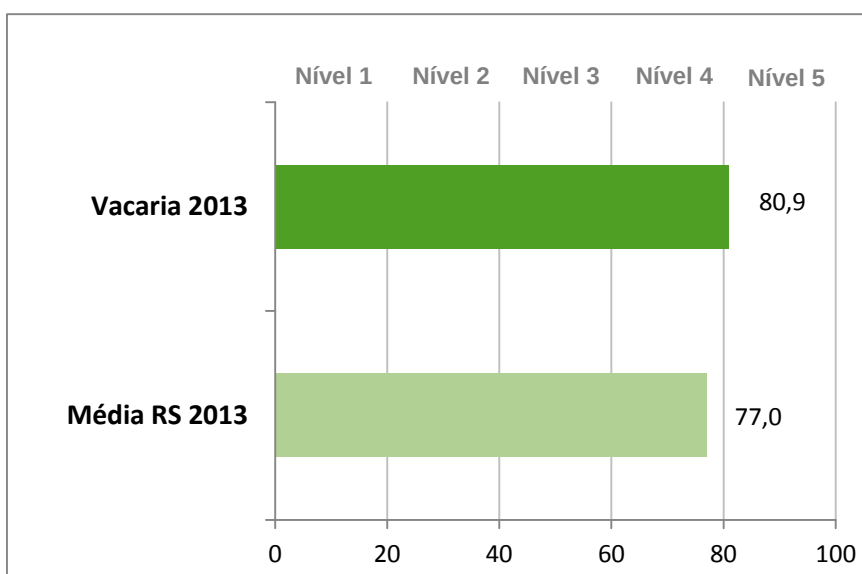


4.2. Infraestrutura geral

O *Índice de Competitividade nos Destinos Turísticos do Rio Grande do Sul* 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 RS em 2013 foi de 77,0. Vacaria registrou 80,9 nessa dimensão em 2013 (nível 5), como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 3. Índices Infraestrutura geral – destino x média RS: 2013



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 pequenas cirurgias e cirurgia de emergência, setor de transfusão e laboratório de análise;
- Fornecimento ininterrupto de energia elétrica no período de alta temporada;
- Presença de Corpo de Bombeiros e Guarda Municipal;
- Existência de Defesa Civil no destino com grupo de busca e salvamento;

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

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

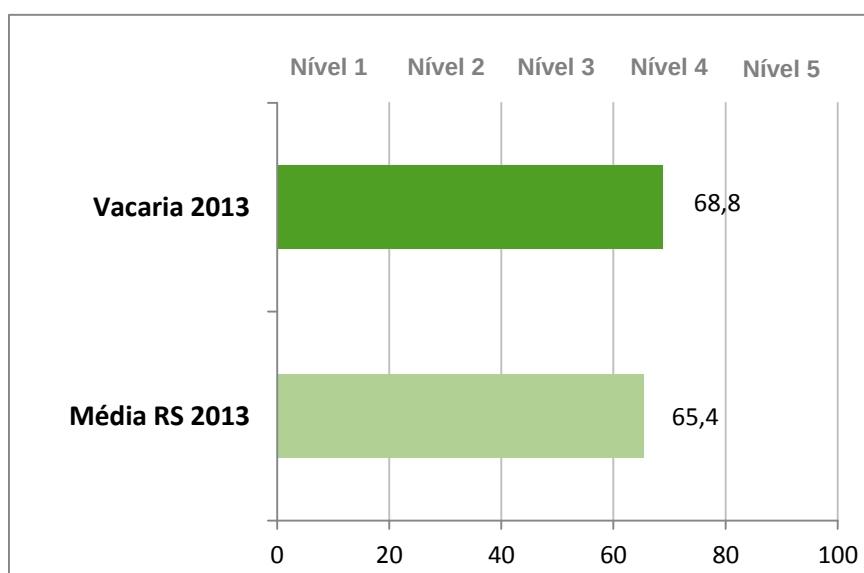
- Ausência de grupamento de polícia especializado no atendimento ao turista;
- Inexistência de programa de proteção ao turista na Polícia Civil.

4.3. 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 RS em 2013 foi de 65,4. O destino registrou 68,8 nessa dimensão em 2013 (nível 4), como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 4. Índices Acesso – destino x média RS: 2013



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

- Aeroporto que atende ao município fora de seu território – Aeroporto Internacional Salgado Filho em Porto Alegre, com Centro de Atendimento ao Turista, restaurantes e lanchonetes, ouvidoria, facilidades para pessoas com deficiência e serviços bancários;
- Opções de transporte público ou concessões para atender àqueles que desembarcam no terminal aéreo Aeroporto Internacional Salgado Filho – Porto Alegre – ônibus convencional e executivo, táxi convencional e especial, conforme visita técnica ao município;
- Existência de um terminal rodoviário no destino, que conta com serviços bancários, lojas, restaurantes e lanchonetes, facilidades para pessoas com deficiência, dentre outros;
- Oferta de transportes para o deslocamento dos que embarcam e desembarcam na rodoviária – ônibus e táxi convencional;
- Ausência de congestionamentos no destino;
- Disponibilidade de vagas públicas para estacionamento nas áreas turísticas;
- Linhas de transporte urbano que atendem às principais atrações turísticas;
- Serviços de táxi regularizados e padronizados.

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

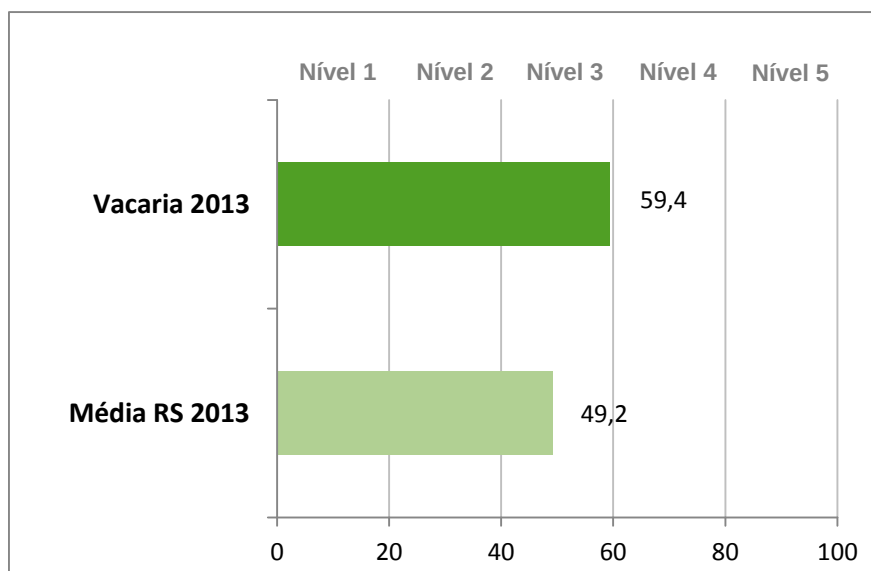
- Ausência de aeroporto dentro do território municipal ou em município limítrofe;
- Distância entre o aeroporto que atende ao município - Aeroporto Internacional Salgado Filho em Porto Alegre – e o centro do destino: 237 km;
- Inexistência de linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino.

4.4. 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 RS em 2013 foi de 49,2. O destino registrou 59,4 nessa dimensão em 2013 (nível 3), como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 5. Índices Serviços e equipamentos turísticos – destino x média RS: 2013



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

- Sinalização turística viária nos padrões internacionais recomendados pelo MTur, bem conservada e com informações disponíveis em idioma estrangeiro;
- Existência de Centro de Atendimento ao Turista no destino, localizado na praça central, que oferece diversos serviços, como contatos de operadoras, guias, agências, pontos de acesso à internet; informações sobre o destino e sobre a região; venda de artesanato, produtos associados ao turismo e/ou souvenir local e display com mapa informativo;
- Centro de convenções no destino – o equipamento considerado foi Casa do Povo;
- Estrutura física disponível no centro de convenções, que conta com capacidade para mais de um evento, independentes e simultâneos; salas multiuso/modulares; auditórios; estacionamento próprio e adequado ao porte; quesitos de acessibilidade para pelo menos um tipo de deficiência; brigada de incêndio e ambulatório e acesso à internet;
- Localização do centro de convenções próximo às áreas turísticas, e com facilidade de acesso por meio de transporte público;

- Oferta de espaços para a realização de eventos - centro de conferências, espaços multifuncionais ou salas modulares, pavilhão de feiras e/ou parque de exposições e salas em hotéis para eventos de pequeno e médio porte;
- Existência de políticas locais de incentivo à adoção de tecnologias que priorizem a questão ambiental em estabelecimentos de hospedagem, por meio de racionalidade da água e separação de lixo;
- Presença de empresas de receptivo que oferecem diversos serviços aos turistas, inclusive com atendimento em idioma estrangeiro;
- Instituições de qualificação profissional que oferecem cursos livres regulares e de graduação na área de turismo, bares/restaurantes, hotelaria e organização de eventos;
- Os proprietários e empregados dos estabelecimentos que vendem refeições ao público são orientados e capacitados quanto à manipulação e preparo com higiene dos alimentos oferecidos.

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

- Sinalização turística viária disponível apenas em parte do destino;
- Inexistência de sinalização turística descritiva ou interpretativa nos atrativos;
- Inexistência de atendimento em idioma estrangeiro nos Centros de Atendimento ao Turista;
- Não cumprimento dos quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida por parte da maioria dos meios de hospedagem;
- Inexistência de incentivo formal para que os meios de hospedagem do destino priorizem a questão ambiental;
- Inexistência de profissionais guias de turismo licenciados pelo Ministério do Turismo (MTur) no destino, e, por conseguinte, de associações representativas;
- Inexistência de cursos livres e técnicos regulares, bem como oferta de mestrado e doutorado no destino.

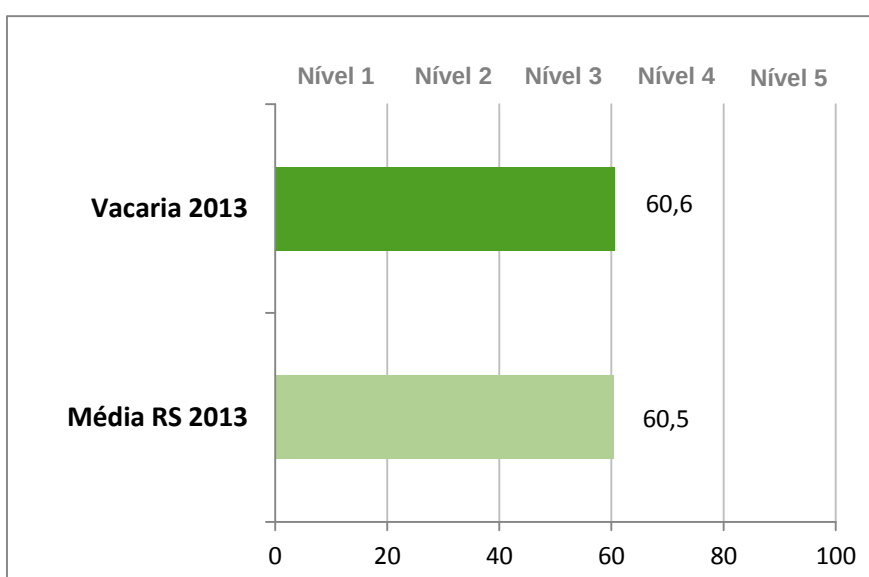


4.5. Atrativos turísticos

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 RS em 2013 foi de 60,5. O destino registrou 60,6 nessa dimensão em 2013 (nível 4), como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 6. Índices Atrativos turísticos – destino x média RS: 2013



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

- Existência de atrativos naturais para os quais há fluxo turístico, tais como: Parque das Cachoeiras, Fazenda Capão do Índio e Fazenda do Socorro;
- Evidência de manutenção da estrutura física e de conservação ambiental do entorno do principal atrativo natural indicado – Parque das Cachoeiras –, conforme observado em visita técnica;
- Presença de atrativos culturais com fluxo turístico, dos quais foram indicados como principais: Catedral Nossa Senhora da Oliveira, o Museu Municipal e a Cripta Multicultural;
- Evidência de conservação urbanística do entorno do principal atrativo cultural indicado, e de adoção de quesitos de acessibilidade na Catedral Nossa Senhora da Oliveira;

- Existência de eventos programados que atraem turistas, entre os quais: Rodeio Crioulo Internacional, Gincana Municipal e Encontro Cultural e Campeiro;
- Existência de atrativo de realização técnica, científica ou artística que atrai visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos, com destaque para a Agropecuária Schio - visita técnica na produção de maçã, principal atrativo indicado nesta categoria;

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

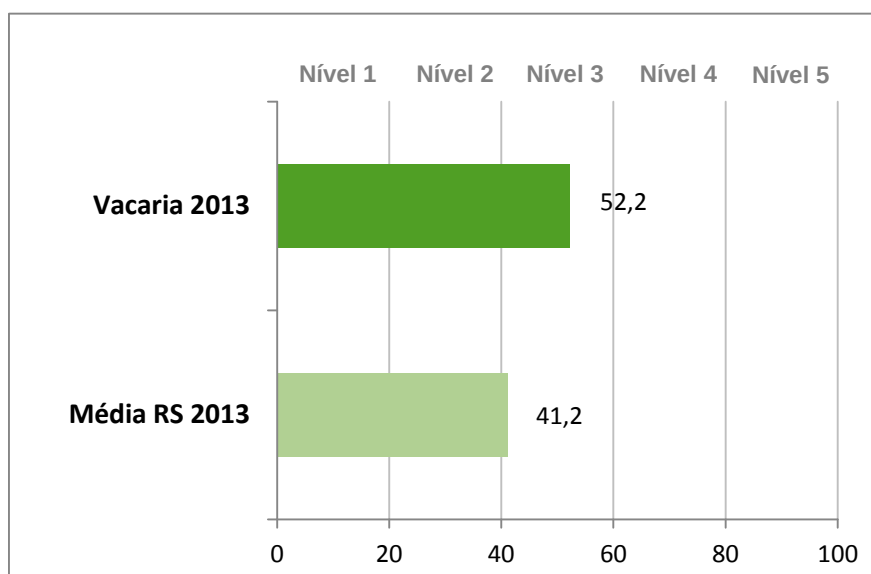
- Inexistência de estudo de capacidade de carga ou suporte para o principal atrativo natural, a fim de minimizar o impacto da atividade turística sobre os recursos;
- Carência de recursos que viabilizem o acesso ou circulação de pessoas com deficiência no Parque das Cachoeiras;
- Inexistência de estudo de capacidade de carga para o principal atrativo cultural indicado – Catedral Nossa Senhora da Oliveira;
- Necessidade de melhorias na estrutura física disponível no local em que acontece o principal evento programado indicado – Parque Nicanor Kramer da Luz;
- Não adoção de quesitos de acessibilidade para pessoas com deficiência na Agropecuária Schio – local da visita técnica do destino.

4.6. 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 RS em 2013 foi de 41,2. O destino registrou 52,2 nessa dimensão em 2013 (nível 3), como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 7. Índices Marketing e promoção do destino – destino x média RS: 2013



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

- O município é contemplado no Plano de Marketing do Turismo do Estado do Rio Grande do Sul, que prevê metas de mercado para o turismo da região a qual o destino está inserido;
- Participação em feiras e eventos do setor de turismo, nos últimos dois anos, e 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 visitantes recebidos em estandes, contagem do número de negócios efetivados e apuração do valor dos negócios efetivados. Esta prática ocorre em eventos de turismo e em eventos de outros setores não diretamente ligados ao turismo;
- Existência de material promocional institucional voltado para os principais segmentos – Turismo Cultural e Rural –, disponível em idioma estrangeiro, que passa por revisão ortográfica profissional;
- Agenda de eventos disponível para consulta gratuitamente e online;
- Existência de página promocional de turismo do destino, acessível pelo endereço www.vacaria.net, que sinaliza ao visitante a preocupação do destino com preservação do meio ambiente.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

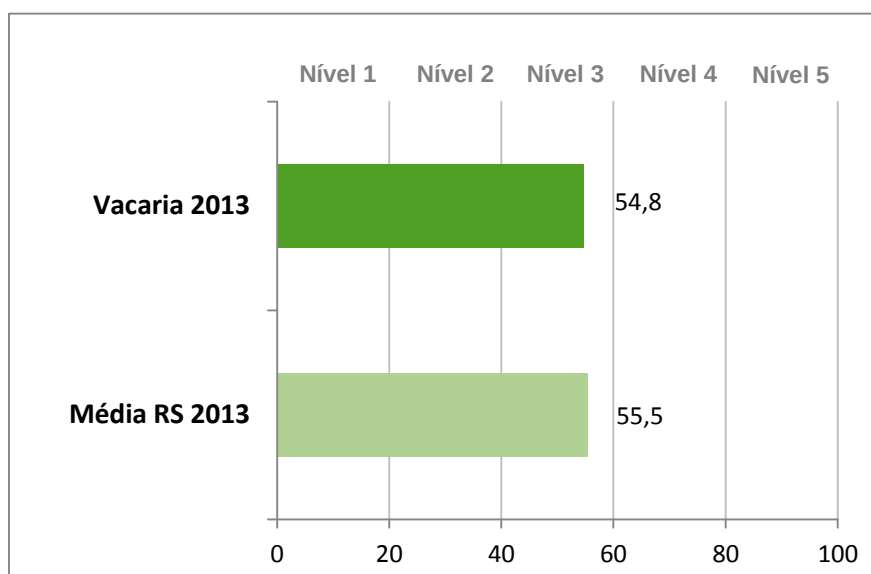
- Inexistência de plano de marketing formal para o destino, o qual poderia ser elaborado com a colaboração de diversos atores, contendo metas e seus indicadores de desempenho, atribuição de responsabilidades, e fundamentado em pesquisa sobre a demanda turística, contemplando a relação com agências e operadoras;
- O destino não promoveu evento próprio para divulgar seus atrativos e equipamentos fora de seu território nos últimos cinco anos;
- O material promocional do destino não alerta o visitante sobre ações de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes, tampouco sobre a importância de preservar o meio ambiente;
- Inexistência de material promocional específico que apresente a estrutura disponível para eventos no destino;
- 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.

4.7. 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 RS em 2013 foi de 55,5. O destino registrou 54,8 nessa dimensão em 2013 (nível 3), como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 8. Índices Políticas públicas – destino x média RS: 2013



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

- Existência de um órgão municipal – Secretaria de Desenvolvimento, Tecnologia, Trabalho e Turismo - com atribuição de coordenar ou incentivar o desenvolvimento do turismo - ainda que não exclusivo do turismo – e que dispõe de recurso próprio extra orçamentário para coordenar e incentivar o desenvolvimento do setor;
- A Secretaria de Desenvolvimento, Tecnologia, Trabalho e Turismo desenvolveu no ano anterior, projetos em conjunto com outras secretarias em atividades relacionadas ao turismo, entre eles, o Projeto de Ornamentação do Natal da Cidade;
- Recebimento de recursos provenientes de emendas parlamentares no ano anterior;
- Presença de instância de governança local ativa – em formato de Conselho Municipal de Turismo – dedicada ao acompanhamento da atividade turística;
- Além de atuar em cooperação com o Ministério do Turismo em programas ou convênios, foram feitos investimentos diretos do governo federal no destino em infraestrutura geral, acesso e esportes/lazer, no ano anterior;
- Existência de Plano Diretor Municipal, revisado recentemente, que contempla o setor de turismo.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

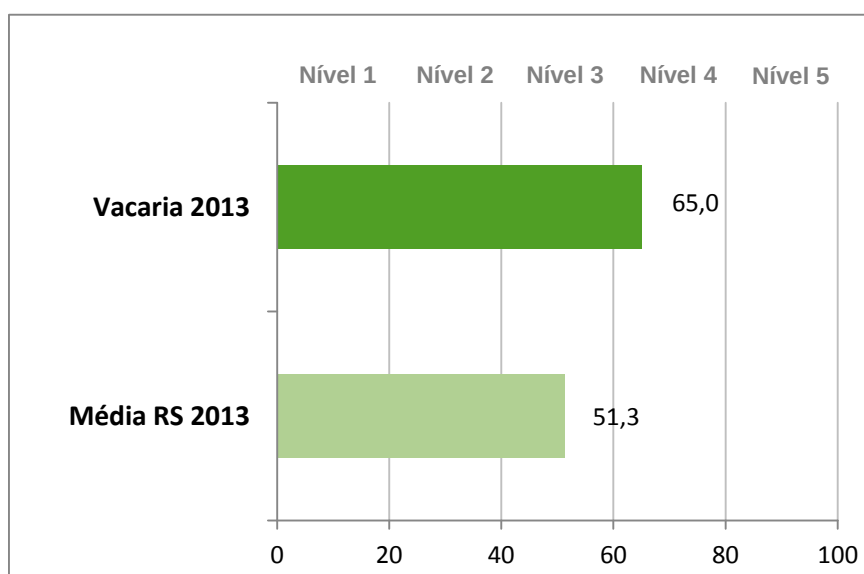
- O órgão gestor de turismo não é exclusivo da pasta turismo - Secretaria de Desenvolvimento, Tecnologia, Trabalho e Turismo;
- Não recebimento de investimentos diretos do governo estadual em projetos que visam ao desenvolvimento do turismo, no ano anterior;
- Vacaria não segue nenhum planejamento formal para o setor de turismo que defina diretrizes e metas do setor para os próximos anos;
- Inexistência de ações e projetos realizados em parceria com a iniciativa privada ou com entidades de classe representativas do setor ao longo do ano anterior.

4.8. 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 RS em 2013 foi de 51,3. O destino registrou 65,0 nessa dimensão em 2013 (nível 4), como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 9. Índices Cooperação regional – destino x média RS: 2013



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 - Rota dos Campos de Cima da Serra – que conta com a participação ativa gestores públicos de turismo da região Campos de Cima da Serra, e que está formalmente constituída seguindo os princípios do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo;
- A instância de governança regional dispõe de um gestor executivo com dedicação exclusiva à coordenação e realiza parcerias com os setores públicos e privados dos municípios que representa;
- A instância de governança regional mantém reuniões bimestrais, conta com recurso próprio e dispõe de suporte – oferecido pelo Governo do Estado e pelos municípios que a compõe – para a condução de suas atividades;
- Foram realizadas oficinas para mobilizar atores do segmento turístico do destino para a importância da cooperação regional, no ano anterior;
- Existência de projetos de cooperação regional compartilhados entre o município avaliado e outros destinos da região Campos de Cima da Serra, entre eles, a elaboração de material de promoção e do vídeo institucional da região;
- O destino integra o roteiro regional – Rota dos Tropeiros – estruturado com a participação de atores do *trade* turístico;
- No ano anterior, o destino participou de eventos para a promoção e comercialização dos roteiros regionais e da região turística dos quais faz parte, e realizou ações promocionais, em parceria com outros destinos da mesma região;
- Existência de página institucional da região turística na internet – acessível no endereço www.rotacamposdecimadaserra.com.br;
- O destino produz/coproduz material promocional da região turística / roteiro turístico da qual faz parte.

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

- Ausência de plano de desenvolvimento turístico integrado para a região turística, que determine responsabilidades e metas de mercado ou cujas ações e projetos contemplem o município avaliado;

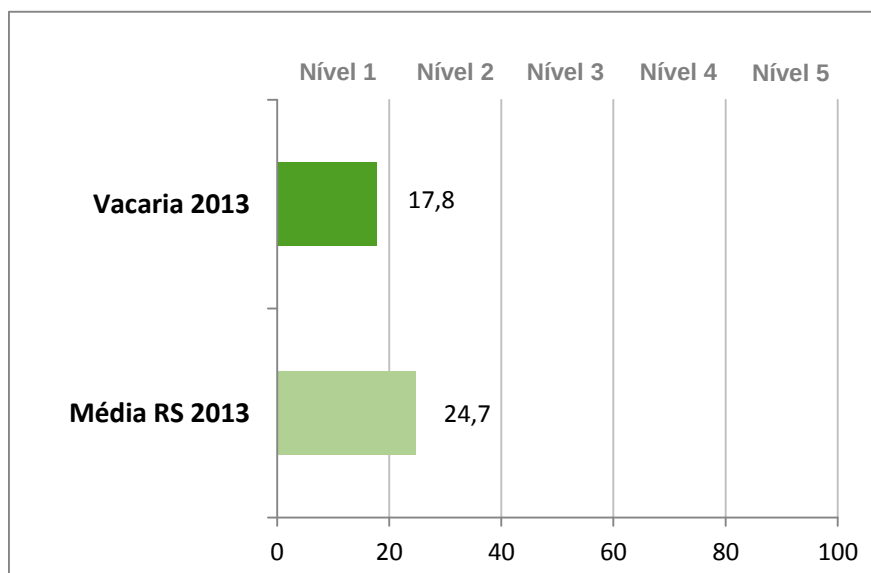
- O roteiro regional do qual o destino faz parte não é amplamente comercializado por operadores e/ou agências, e não foi elaborado com base em informações de um inventário ou cadastro da oferta turística, e nele não foi previsto o monitoramento de aspectos relacionados à sustentabilidade à época de sua elaboração;
- Não houve ações promocionais voltadas para as operadoras e os agentes de turismo receptivo focadas na região durante eventos específicos, no ano anterior.

4.9. 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 RS em 2013 foi de 24,7. O destino registrou 17,8 nessa dimensão em 2013 (nível 1), como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 10. Índices Monitoramento – destino x média RS: 2013



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

- Existência de pesquisa de oferta – Cadastramento – atualizada;
- Aproveitamento e divulgação dos dados coletados na pesquisa de oferta em planejamento e políticas públicas e em ações de marketing e promoção.

Entre os fatores limitantes à evolução do indicador estão:

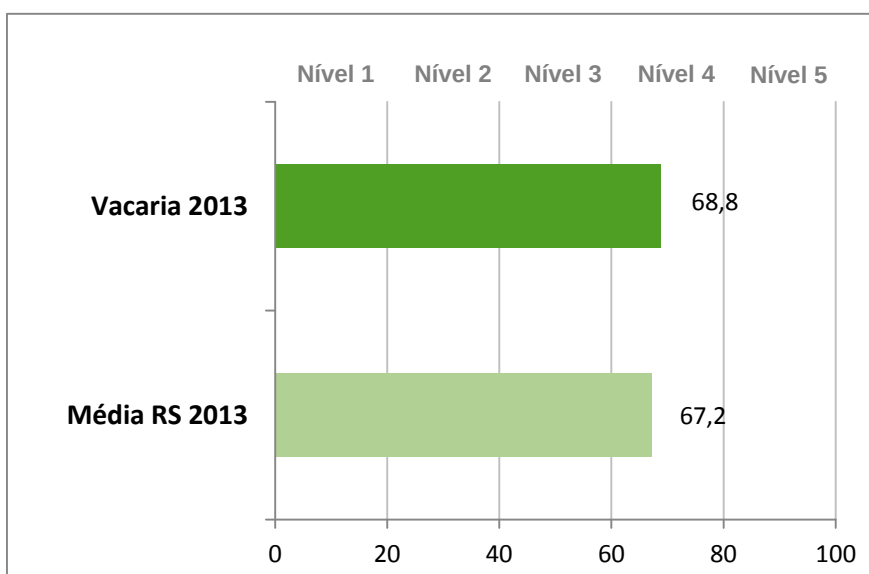
- Não realização de pesquisa de demanda periódica para coleta de dados relevantes para a gestão, o planejamento e a divulgação de informações sobre o destino;
- Ausência de um conjunto de estatísticas turísticas e de relatórios de conjuntura turística;
- Não acompanhamento dos objetivos da política em turismo em nível estadual e federal;
- Não monitoramento dos impactos econômicos, sociais e ambientais gerados pelo turismo;
- A administração pública local não possui um setor específico de estudos que realize pesquisas em turismo.

4.10. 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 RS em 2013 foi de 67,2. O destino registrou 68,8 nessa dimensão em 2013 (nível 4), como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 11. Índices Economia local – destino x média RS: 2013



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

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

- Acesso gratuito à internet em locais públicos – Praça Central;
- 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 serviços, como Microcrédito e Micro Empreendedor Individual - MEI;
- Oferta de benefícios financeiros locais ou regionais (linhas especiais de financiamento) para empreendimentos e serviços ligados ao setor por meio do Bannrisul;
- Existência de um polo de produção e negócios significativos – produção e beneficiamento de maçã – que movimenta a economia local, e gera fluxo turístico receptivo.

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

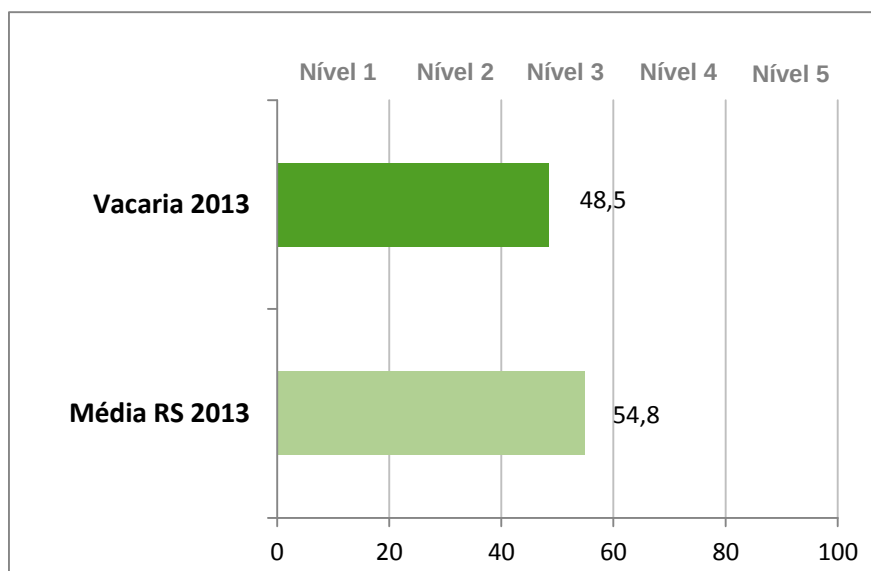
- Ausência de benefícios locais de isenção ou redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo;
- Inexistência de um *Convention & Visitors Bureau* do destino ou da região da qual o destino faz parte, instituição que poderia auxiliar o destino na captação de eventos, na promoção e divulgação dos atrativos e no planejamento turístico em curto, médio e longo prazo.

4.11. 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 RS em 2013 foi de 54,8. O destino registrou 48,5 nessa dimensão em 2013 (nível 3), como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 12. Índices Capacidade empresarial – destino x média RS: 2013



25

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, de formação superior e de cursos livres, e de escolas de formação em idioma estrangeiro;
- Inexistência de barreiras à entrada de novos empreendimentos turísticos;
- 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:

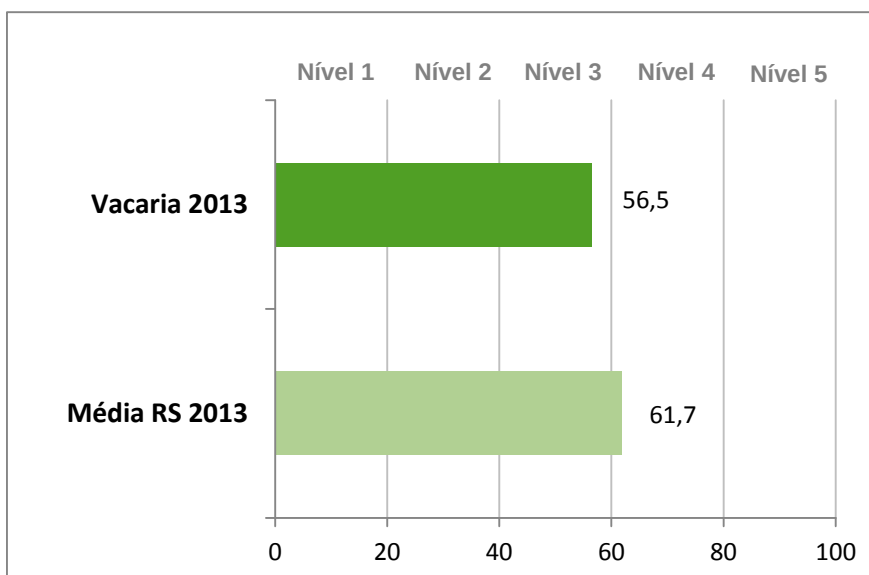
- Carência de pessoal local qualificado para trabalhar em cargos de gerência ou administrativos em hotelaria;
- Ausência de grupos de redes nacionais ou internacionais do setor de turismo, como empresas dos segmentos de locação de automóveis e redes de meios de hospedagem;
- Inexistência de adensamentos de empreendimentos turísticos que fomentem o empreendedorismo, organizados como arranjos produtivos locais.

4.12. 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 RS em 2013 foi de 61,7. O destino registrou 56,5 (nível 3) nessa dimensão em 2013, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 13. Índices Aspectos sociais – destino x média RS: 2013



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*.

O indicador foi influenciado de forma positiva nesta dimensão por 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;
- Envolvimento da comunidade local com a atividade turística por meio de associações empresariais e sindicatos.

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

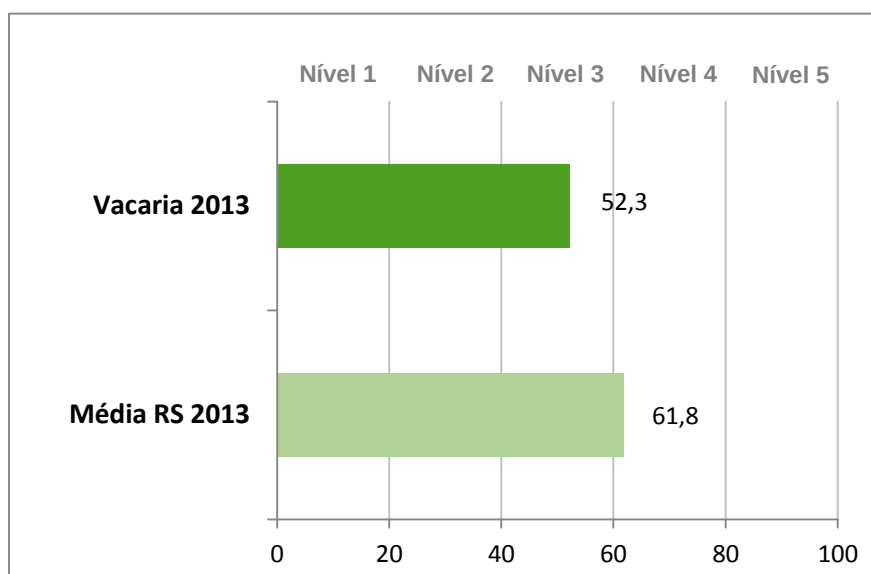
- Utilização de mão de obra informal durante a alta temporada, segundo relatos obtidos em campo, principalmente em bares/restaurantes e na organização de eventos;
- Inexistência de programa próprio de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo;
- Ausência de programas de incentivo ao uso dos equipamentos turísticos pela população local;
- Ausência de sensibilização dos cidadãos sobre os impactos da atividade turística para o destino, tanto positivos quanto negativos e de sensibilização do turista para o respeito à comunidade local, à cultura e ao patrimônio;
- A população não é consultada sobre atividades ou projetos turísticos.

4.13. 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 RS em 2013 foi de 61,8. O destino registrou 52,3 nessa dimensão em 2013 (nível 3), como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 14. Índices Aspectos ambientais – destino x média RS: 2013



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 a preservação do meio ambiente – Secretaria Municipal de Agricultura / Departamento de Meio Ambiente;
- Existência de Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente;
- Rede pública de distribuição de água;
- Existência de atividade de monitoramento da qualidade da água, que determine as condições de potabilidade, realizada pela Vigilância Sanitária em poços artesanais;
- Destinação pública de resíduos sólidos residenciais e comerciais para aterro sanitário;
- Disponibilidade de serviços de coleta seletiva de resíduos;
- Presença de Unidades de Conservação com atividade turística em território municipal – Parque Municipal da Capitulina.

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

- Inexistência de Código Ambiental Municipal;
- Presença de atividades potencialmente poluidoras, com alvará de funcionamento ou de localização no território municipal, como metal mecânica, e fruticultura;

- Ausência de estação de tratamento de água para a sua reutilização;
- Inexistência de campanhas educativas periódicas para o uso racional da água;
- Inexistência de sistema público de coleta de esgoto com configuração de separador absoluto;
- Ausência de conselho gestor e plano de manejo para a principal Unidade de Conservação indicada – Parque Municipal da Capitulina.

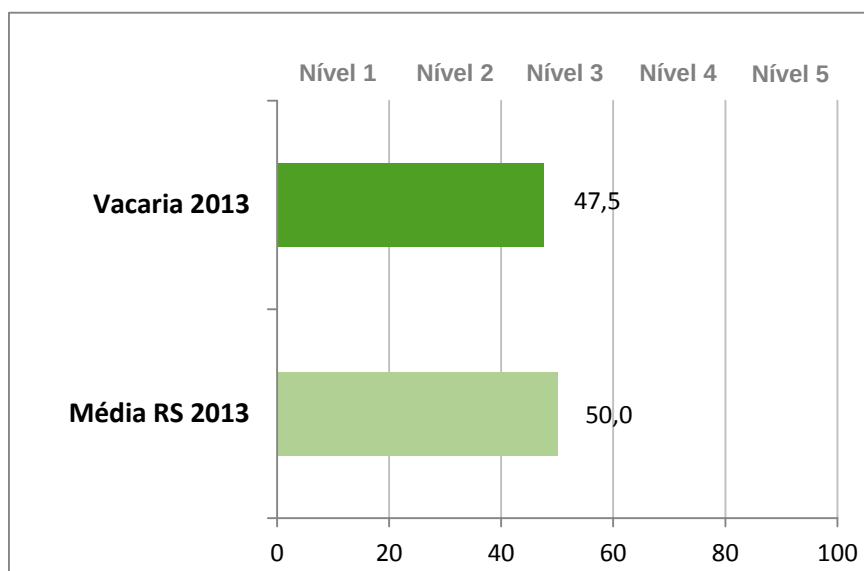
4.14. Aspectos culturais

29

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 RS em 2013 foi de 50,0. O destino registrou 47,5 nessa dimensão em 2013 (nível 3), como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 15. Índices Aspectos culturais – destino x média RS: 2013



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

- Presença de atividade artesanal típica – madeira, pintura em tela, palha, resina, dentre outros;
- Existência de culinária típica: Churrasco Gaúcho;

- Presença de tradições culturais evidentes e típicas da região onde está inserido, entre elas as danças gaúchas, o trabalho de campo do gaúcho e música nativista;
- Existência de eventos tradicionais típicos associados ao turismo como: o Rodeio Internacional, a Festa da Maça e o Festival Nativista Baqueria, além de manifestação religiosa como a Festa da Nossa Senhora da Oliveira;
- Presença de grupos artísticos de manifestação popular tradicional Centro de Tradições Gaúchas – CTGs;
- Existência de bens tombados como patrimônio histórico – Casa do Povo, que constitui um atrativo turístico;
- Presença de órgão da administração local com atribuição exclusiva de incentivar o desenvolvimento da cultura – Secretaria de Cultura, Esporte e Lazer;
- 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 efetivo.

Entre os fatores limitantes à expansão do indicador, estão:

- Ausência de patrimônio imaterial registrado e de patrimônio artístico tombado;
- Ausência de sítio arqueológico registrado;
- Ausência de comunidade tradicional típica;
- O destino não aderiu ao Sistema Nacional de Cultura e não conta com projeto de implementação de turismo cultural;
- O órgão que administra a cultura no destino não compartilhou projetos com a secretaria de turismo no ano anterior;
- Ausência de monitoramento da utilização turística do patrimônio cultural por meio da aplicação de plano de capacidade de suporte ou carga.

5. BALANÇO GERAL – ÍNDICES DE COMPETITIVIDADE

A Tabela 1 apresentada a seguir consolida os resultados gerais de Vacaria nas dimensões avaliadas, comparando com a média dos demais destinos gaúchos pesquisados. O índice geral é o resultado da soma ponderada das 13 dimensões, analisadas segundo a sua importância para a competitividade do turismo.

Tabela 1. Índices de competitividade do destino e média RS

Dimensão	Média RS 2013	Vacaria 2013
Índice geral	56,8	58,0
Infraestrutura geral	77,0	80,9
Acesso	65,4	68,8
Serviços e equipamentos turísticos	49,2	59,4
Atrativos turísticos	60,5	60,6
Marketing e promoção do destino	41,2	52,2
Políticas públicas	55,5	54,8
Cooperação regional	51,3	65,0
Monitoramento	24,7	17,8
Economia local	67,2	68,8
Capacidade empresarial	54,8	48,5
Aspectos sociais	61,7	56,5
Aspectos ambientais	61,8	52,3
Aspectos culturais	50,0	47,5

6. CONCLUSÃO

O Índice de Competitividade dos Destinos Turísticos do Rio Grande do Sul 2013, apresentado neste relatório, é o resultado do trabalho que vem sendo desenvolvido desde a 1ª Conferência Estadual do Turismo, em 2011, que originou o Plano de Desenvolvimento do Turismo do Rio Grande do Sul 2012 – 2015.

Este, por sua vez, apresentou as perspectivas para a construção dos cenários futuros, cruzando o nível de crescimento com o nível de competitividade do turismo no Estado.

Ou seja, o desenvolvimento do turismo do RS é medido avaliando-se o desempenho de fatores externos, como a economia mundial, por exemplo, com variáveis internas que contribuem para o fortalecimento do setor.

O comportamento das variáveis externas é a principal influência no nível de crescimento do turismo no Rio Grande do Sul, para o qual o Painel de Indicadores, elaborado para o Observatório do Turismo, será um catalisador desses dados. Quanto ao nível de competitividade do Turismo no Estado, analisado pelas variáveis internas, como acesso, estrutura de mercado e desempenho da economia local, está representado nos resultados do Índice de Competitividade do Turismo que vem, anualmente, crescendo em número de municípios pesquisados, chegando em 2013 a 29 destinos gaúchos.

Portanto, o Estudo de Competitividade torna-se um dos mais importantes projetos para monitoramento e avaliação para a constituição de dados confiáveis e assim influenciar positivamente em decisões técnicas e políticas sobre a atividade, definindo uma metodologia de identificação de pontos fortes e fracos de cada destino.

Como resultado geral desses Estudos, em 2013 chega-se a um índice de competitividade de 56,8, média dos 29 destinos gaúchos, superando a meta estipulada no Plano de Desenvolvimento do Turismo 2012-2015. Esse resultado é importante mensurador das políticas públicas de turismo, além de servir como um indicador positivo para que a iniciativa privada sinta-se atraída a novos investimentos no Estado.

A capacidade crescente de gerar negócios nas atividades relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva, encontra-se em um cenário otimista de acordo com o índice geral do Estado. É com o objetivo de tornar o Estado cada vez mais atrativo que os 29 municípios, distribuídas pelas Regiões Turísticas, ganham essa ferramenta importante para seu planejamento turístico, de forma que possam desenvolver vantagens competitivas, combatendo os entraves ao desenvolvimento da atividade turística.



Rio Grande do Sul
Um Grande Destino



GOVERNO DO ESTADO
RIO GRANDE DO SUL
SECRETARIA DO TURISMO

www.setur.rs.gov.br  [@_SeturRS](https://twitter.com/_SeturRS)  facebook.com/SeturRS